|  |  |
| --- | --- |
| COMPONENTE CURRICULAR: | **PROJETOS EMPREENDEDORES** |
| GRUPO: | **Empreendedorismo ADS** |
| ALUNOS: | **ANA CAROLINA BATISTA FLORENCIO**  **GABRIEL MONTES CHAGAS**  **JOAO VICTOR BARROSO MEANDA**  **LUCAS YOSHIO GONCALVES** |

**Persona:**

**Nome:** Carolina

**Idade:** 32 anos

**Classe social:** Classe média

**Local de residência:** São Paulo, Brasil

**Rotina diária:** Carolina é uma profissional de marketing que trabalha em uma agência de publicidade. Ela passa a maior parte do dia em frente ao computador, lidando com campanhas publicitárias, análise de dados e comunicação com clientes. Após o trabalho, gosta de relaxar assistindo a séries ou filmes online e também dedica um tempo para se exercitar, seja fazendo uma caminhada no parque próximo de sua casa ou praticando yoga em casa. Aos finais de semana, gosta de sair com amigos para jantar em restaurantes da moda ou experimentar novos bares na cidade.

**Preferências e desejos:** Carolina é uma pessoa antenada com tecnologia e gosta de estar sempre atualizada sobre as últimas tendências. Ela valoriza soluções práticas que facilitem sua vida, seja no trabalho ou no dia a dia. Como profissional ocupada, ela busca soluções que sejam eficientes e que possam ser acessadas facilmente, preferindo serviços que ofereçam conveniência e economia de tempo.

**Canais de comunicação de marketing digital:**

Considerando o perfil de Carolina, uma pessoa ocupada e antenada com tecnologia, os canais de comunicação de marketing digital mais indicados para atingi-la seriam:

**Redes Sociais:** Carolina provavelmente está presente em redes sociais como Instagram e LinkedIn, onde ela pode acompanhar as últimas notícias e tendências do mercado, além de se conectar com colegas de trabalho e profissionais da área de tecnologia. Uma estratégia eficaz seria a criação de conteúdo relevante nessas plataformas, como posts informativos sobre tecnologia e dicas de como resolver problemas técnicos.

**Blogs Especializados:** Carolina pode buscar informações e soluções para seus problemas técnicos em blogs especializados em tecnologia. Investir em parcerias com blogueiros ou criar conteúdo próprio em um blog da empresa pode ser uma maneira eficaz de alcançá-la e demonstrar autoridade no assunto.

**Anúncios em Google Ads:** Como Carolina é uma pessoa ocupada, ela provavelmente recorre ao Google quando precisa encontrar uma solução rápida para seus problemas técnicos. Portanto, anúncios no Google Ads podem ser uma forma eficaz de direcionar tráfego qualificado para o site ou aplicativo da empresa.

**E-mail Marketing:** Carolina provavelmente verifica regularmente sua caixa de entrada de e-mails, seja no trabalho ou em seu tempo livre. Enviar e-mails marketing com conteúdo relevante, como dicas técnicas ou promoções especiais, pode ser uma maneira eficaz de manter a empresa na mente dela e incentivá-la a utilizar o serviço.

**Marketplaces:** Carolina pode buscar soluções para seus problemas técnicos em marketplaces como a App Store ou o Google Play. Portanto, disponibilizar o aplicativo da empresa nesses marketplaces e investir em otimização de busca pode ajudar a aumentar a visibilidade e o alcance do serviço para ela.