

The background of the slide features a wide-angle photograph of a modern office or hackathon space. Numerous people are seated at long tables, each equipped with multiple laptops and tablets, suggesting a collaborative environment for technology or innovation projects.

HACK MED EDUCATION

# Health Innovation Program

## Persona e Mapa de Empatia

PATROCÍNIO:



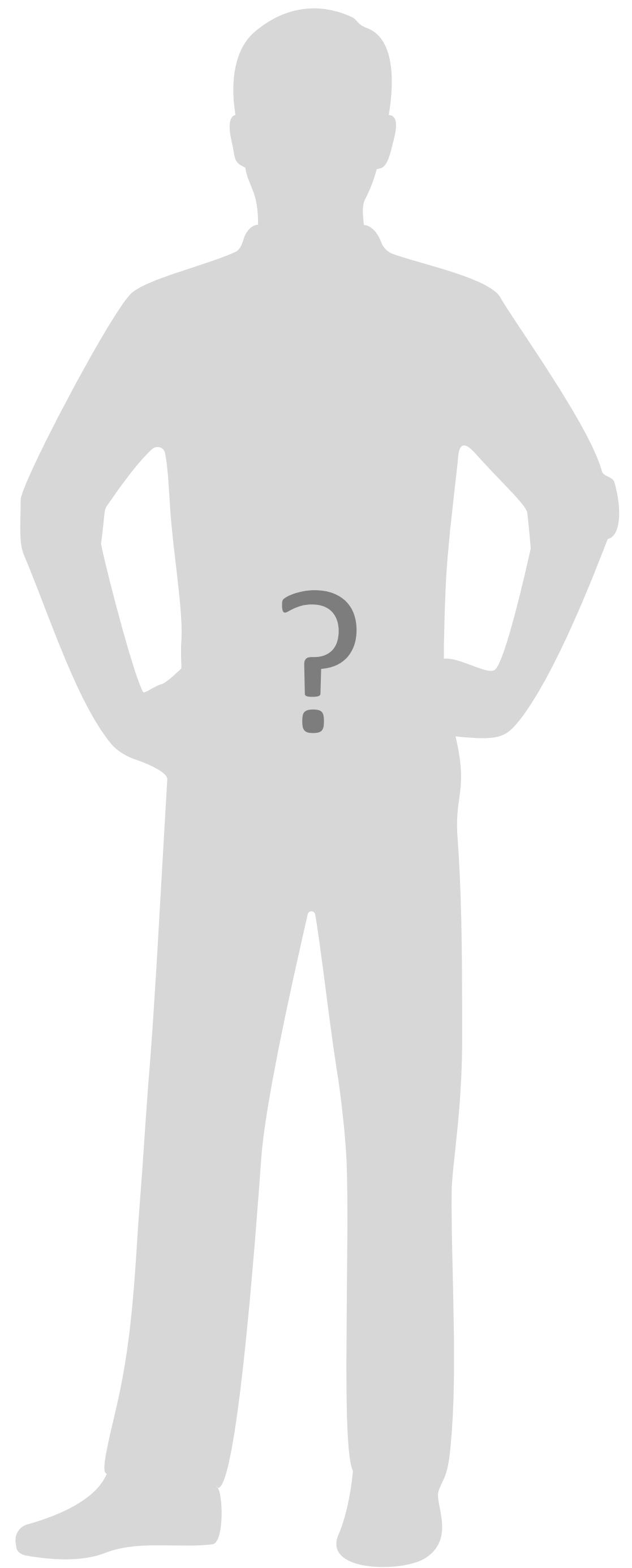
FUNDAÇÃO  
**Lemann**

APOIO:

Handmade

**mvi**  
Bank

# 1. Introdução



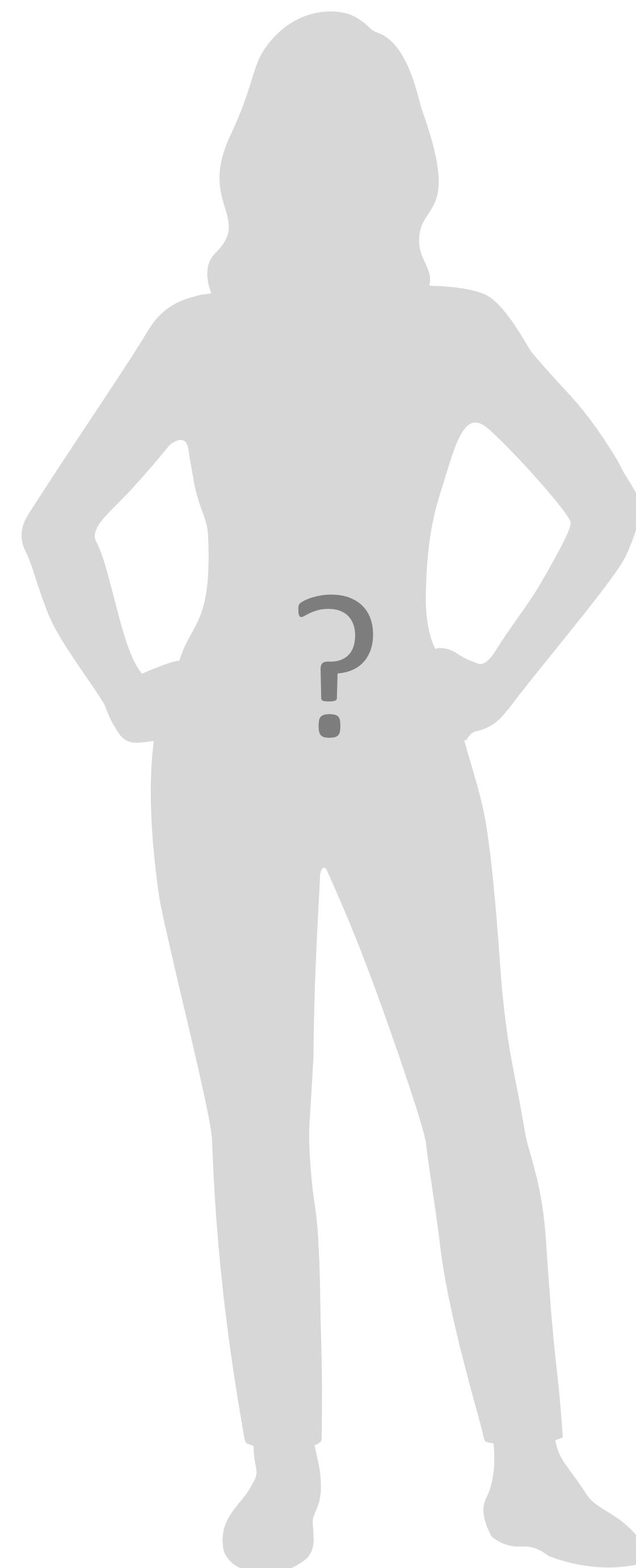
# Imagine uma pessoa com estas características

- Homem
- Inglês da Inglaterra
- Rico
- 67 anos
- Casado
- Dois filhos
- Mora em um castelo



# Príncipe Charles ou Ozzy Osbourne?

**Saber identificar e traduzir corretamente seu  
público é uma vantagem competitiva  
importante das empresas de sucesso!**

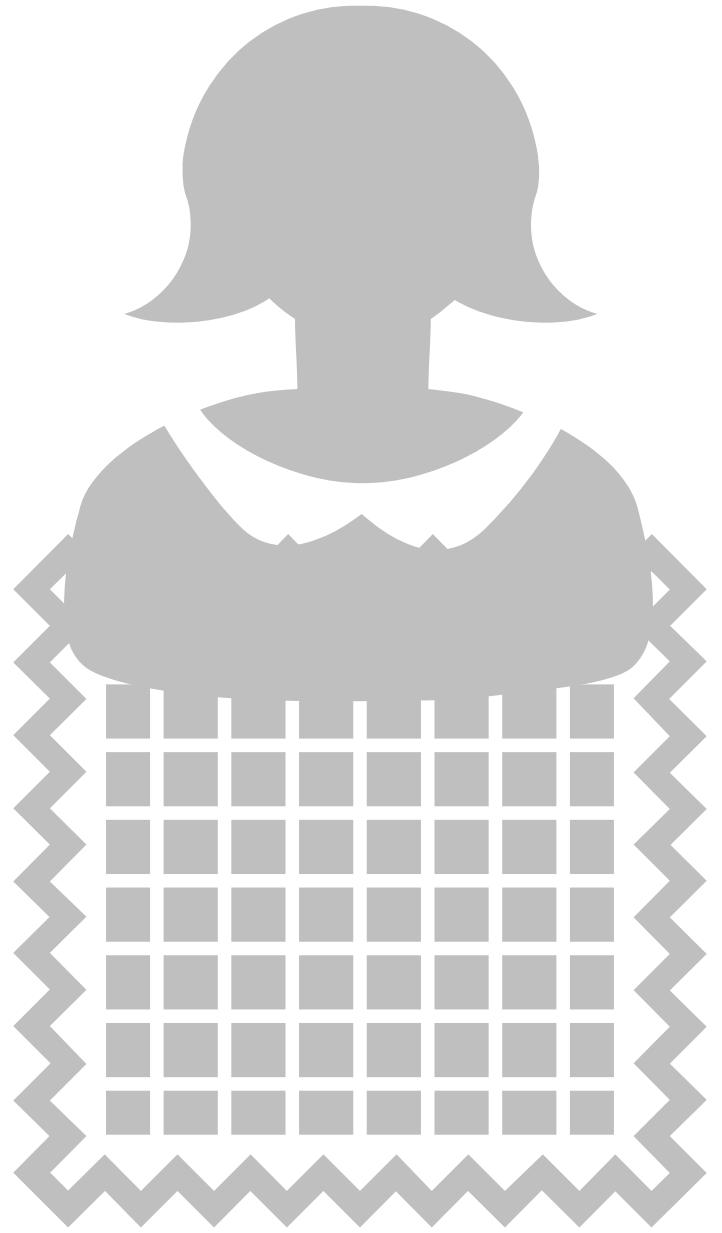


# Imagine uma pessoa com estas características

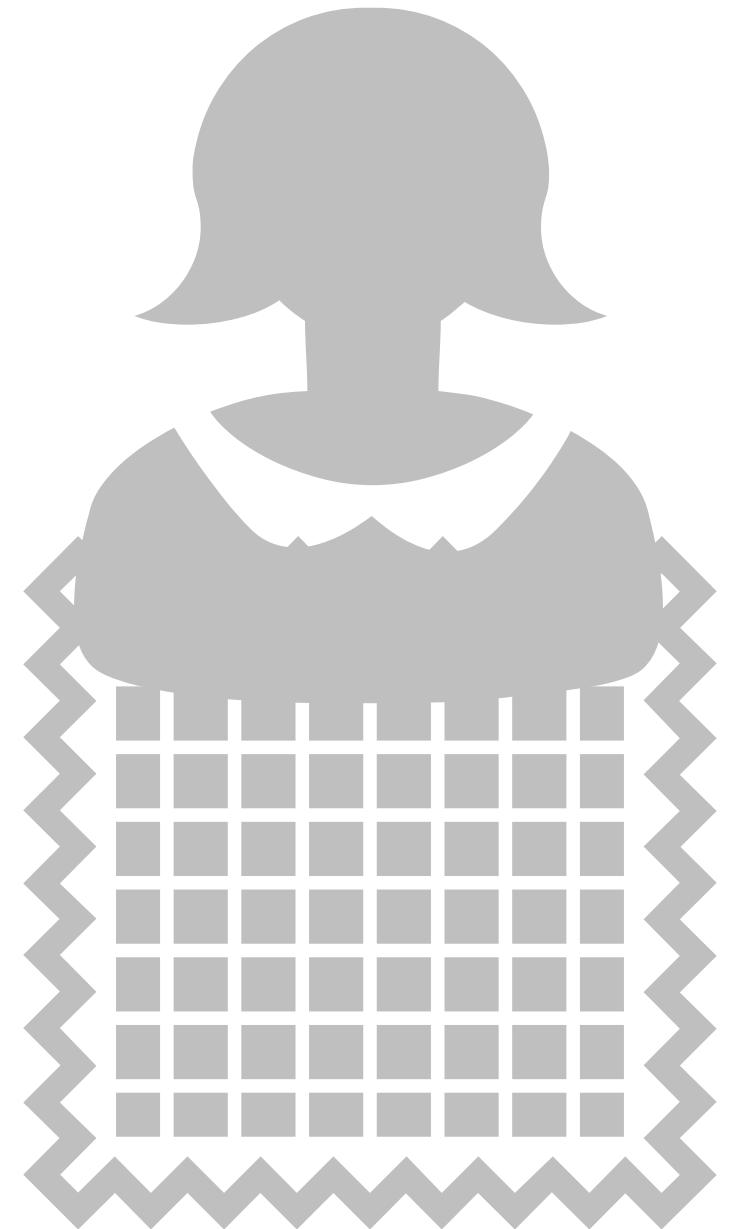
- Mulheres
- 30-40 anos
- Funcionária CLT
- Renda mensal de 1x salário mínimo
- Classe D e E
- Residente em bairros periféricos de grandes centros urbanos
- Sem conta corrente em bancos

**Quando você lê essas informações, alguma  
ideia de negócio vem à cabeça?**

Provavelmente não :(

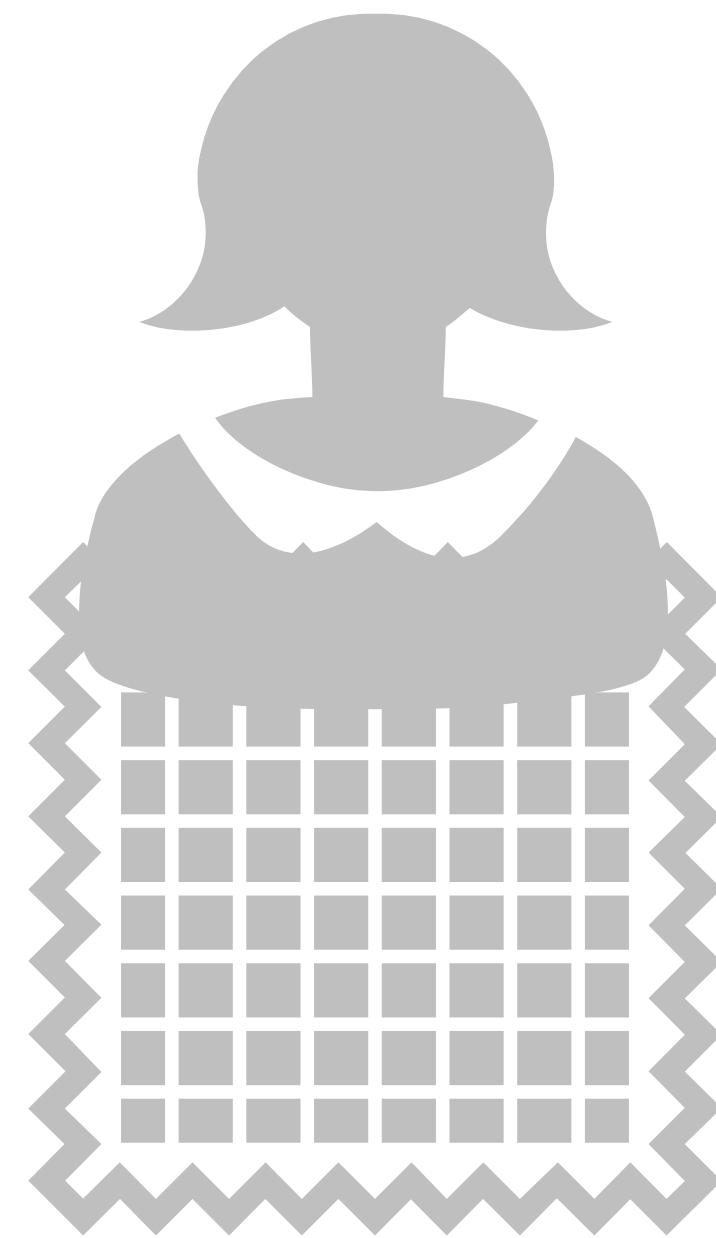


**Vamos conhecer a  
D. Margarete**



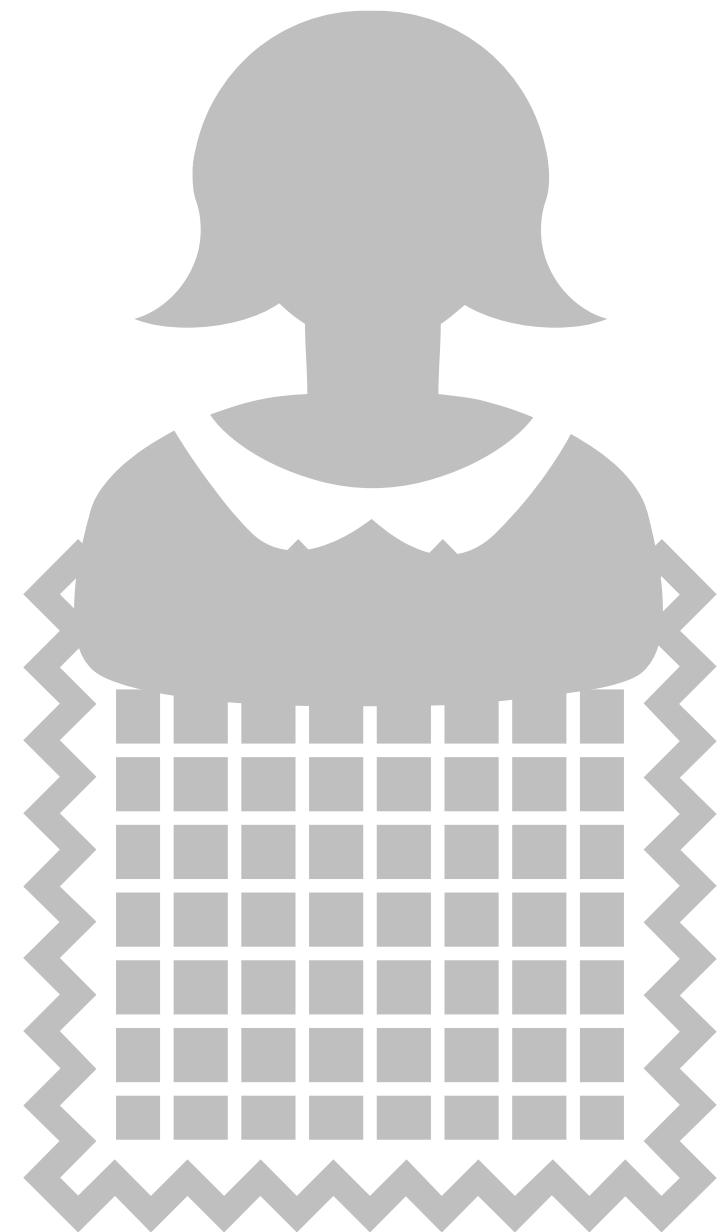
“A Dona Margarete tem 32 anos, tem dois filhos pequenos e é casada com o Valdir. A Dona Margarete mora na comunidade desde pequena e, como sua família nunca teve muitas condições financeiras, ela continua morando lá até hoje. Ela trabalha todos os dias da semana numa empresa de Telemarketing. Como lá ela ganha só um salário mínimo, ela faz bicos como manicure todos os fins de semana pra conseguir tirar uma "graninha extra" pra ajudar nas contas da casa...”

... O Valdir, seu marido, é pedreiro e não tem renda frequente, então eles acabam nunca sabendo quando terão dinheiro em mãos pra pagar as contas.



Isso faz com que eles tenham uma grande dificuldade de organizar as contas do mês. Com muita frequência eles decidem juntos quais contas vão pagar e quais vão deixar de pagar naquele mês.

Essa priorização de contas não é feita de uma forma totalmente racional, então é muito comum se enrolarem em altos juros e multas. Eles sabem disso, mas não sabem exatamente o que fazer pra sair dessa bola de neve....



... Todos os meses a Dona Margarete recebe seu salário em cheque e vai até o banco sacar todo o valor de uma vez.

Como não possuem conta em banco, ela guarda esse dinheiro dentro de uma latinha de Nescau, que fica em cima do armário da cozinha, longe do alcance dos filhos e disfarçado de Nescau, pra evitar furtos.

Sempre que precisa pagar alguma conta, ela pega uma quantidade de dinheiro nessa latinha e vai até uma lotérica.

Depois de pagar, ela guarda seus comprovantes de pagamento em uma gaveta, específica pra guardar todos os comprovantes dos últimos 5 anos. Tudo isso pelo medo de dizerem que ela não pagou uma conta que de fato pagou.”

**Quando você lê essas informações,  
alguma ideia de negócio vem à cabeça?**

Agora as chances são muito maiores de surgir alguma ideia.

# 2. Persona

# O que é uma Persona?



A persona é um PERSONAGEM FICTÍCIO que representa um grupo de usuários, reunindo padrões de comportamento de suas decisões de compra, uso de tecnologia ou produtos, preferências de atendimento ao cliente, estilo de vida, etc.

Apesar de fictício, a Persona reúne informações coletadas em pesquisas e estudos anteriores. Ela é um personagem que consolida dados e informações reais, descobertas no contato direto com este público.

**“Personas nos fornecem uma forma precisa de pensar e comunicar sobre como os usuários se comportam, como eles pensam, o que desejam realizar, e por quê. Eles são arquétipos compostos à base de dados comportamentais obtidos a partir dos muitos usuários reais encontradas em entrevistas etnográficas.”**

Alan Cooper

# 3. Por que precisamos de uma persona?



# Por que precisamos de uma Persona?

As Personas são excelentes maneiras de garantir que todas as pessoas de uma empresa estejam com o mesmo referencial de público-alvo na cabeça.

Ou seja, ajuda a garantir que todos têm em mente o mesmo perfil de público (a mesma Dona Margarete) e que haverá uma consistência nas soluções criadas pelas diferentes pessoas.

# 4. Como construo minha persona?

# Elementos mais comuns em Personas

## 1. Nome

É importante que a Persona seja o mais próxima possível de uma pessoa de verdade. Então é crucial que o nome também reflita de alguma maneira a personalidade construída para a Persona

## 2. Frase-chave

Geralmente em formato de citação, a frase resume "em um tweet" o que define a Persona

## 3. Perfil

Perfil é o elemento de dados demográficos dentro da Persona. É aqui onde você pode ressaltar a idade, profissão, cidade em que reside, renda, etc.

## 4. Personalidade

É aqui que você insere informações relativas à personalidade da pessoa. Exemplos: organizado, preocupado com os detalhes, receoso, desconfiado, etc.

## 5. Referências e Influências

Especificação de quais pessoas, marcas ou personalidades influenciam no comportamento e decisões

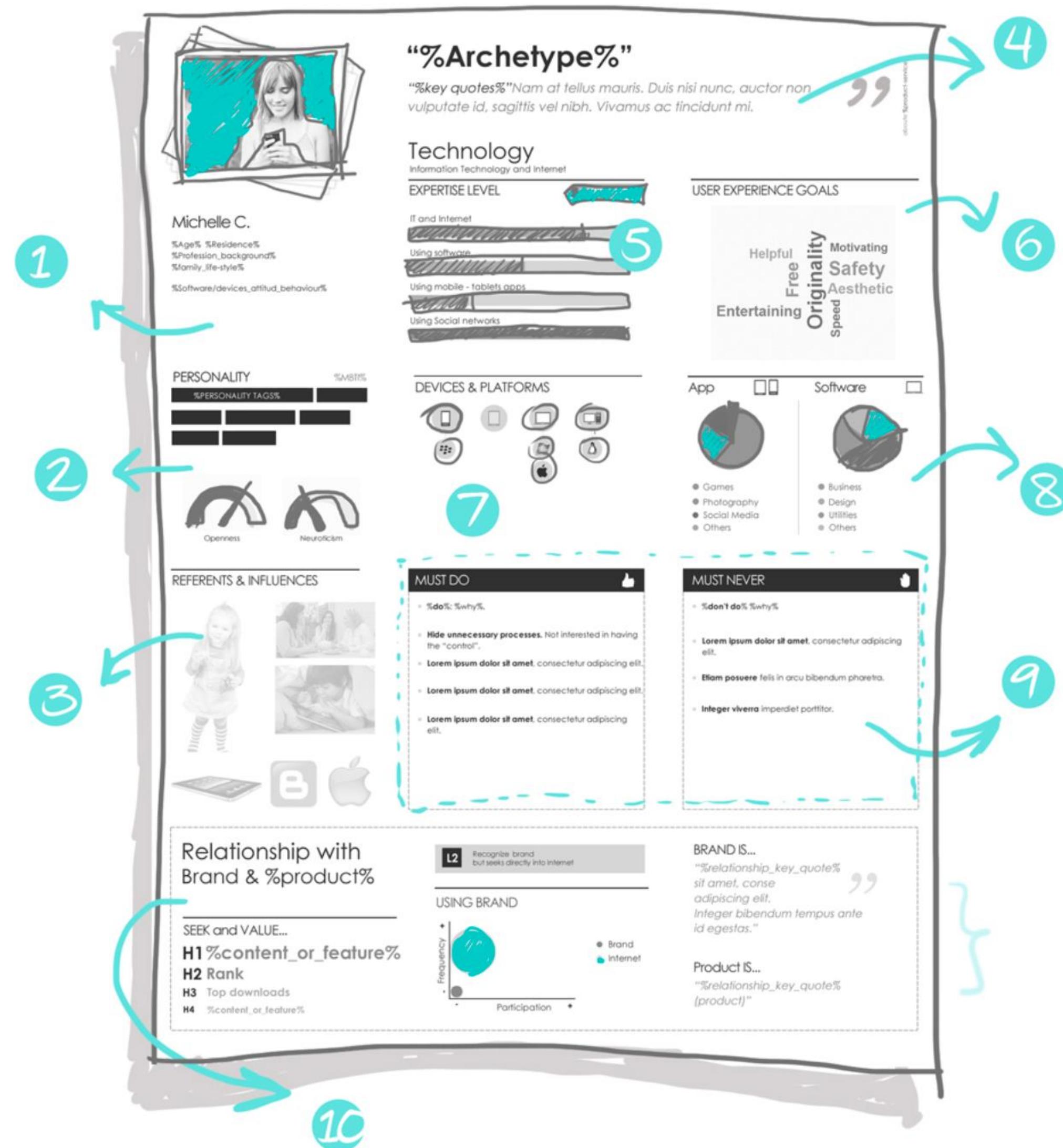
## 6. Nível de proficiência em tecnologia

Esta informação evidencia o quanto seu público é adepto de tecnologias existentes no seu dia-a-dia, como uso de smartphones, computadores, smart TVs ou qualquer outro dispositivo tecnológico. Isso ajuda a definir qual a melhor forma de oferecer seu produto ou serviço ao público

## 7. Objetivo a ser cumprido

O que realmente sua persona busca ao utilizar seu produto ou serviço? Se você está vendendo furadeiras, eu cliente provavelmente busca pendurar um quadro ou reformar a casa

# Elementos mais comuns em Personas



- 1- Profile
- 2- Personality
- 3- Referents & Influences
- 4- Archetype & quotes
- 5- Technology expertise
- 6- User Experience Goals
- 7- used device and platforms
- 8- Domain details
- 9- Must Do - Must Never
- 10- Brand & Product relationship

# Clark Andrews

AGE 26

OCCUPATION Software Developer

STATUS Single

LOCATION San Jose, CA

TIER Experiment Hacker

ARCHETYPE The Computer Nerd

Friendly

Clever

Go-Getter



"I feel like there's a smarter way for me to transition into a healthier lifestyle."

## Motivations

Incentive

Fear

Achievement

Growth

Power

Social

## Personality

Extrovert

Introvert

Sensing

Intuition

Thinking

Feeling

Judging

Perceiving

## Goals

- To cut down on unhealthy eating and drinking habits
- To measure multiple aspects of life more scientifically
- To set goals and see and make positive impacts on his life

## Frustrations

- Unfamiliar with wearable technology
- Saturated tracking market
- Manual tracking is too time consuming

## Bio

Aaron is a systems software developer, a "data junkie" and for the past couple years, has been very interested in tracking aspects of his health and performance. Aaron wants to track his mood, happiness, sleep quality and how his eating and exercise habits affects his well being. Although he only drinks occasionally with friends on the weekend, he would like to cut down on alcohol intake.

## Technology

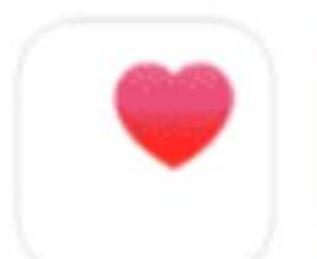
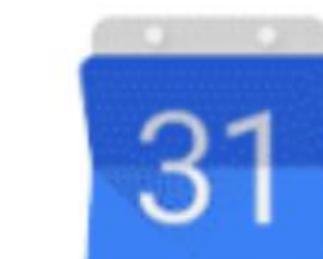
IT & Internet

Software

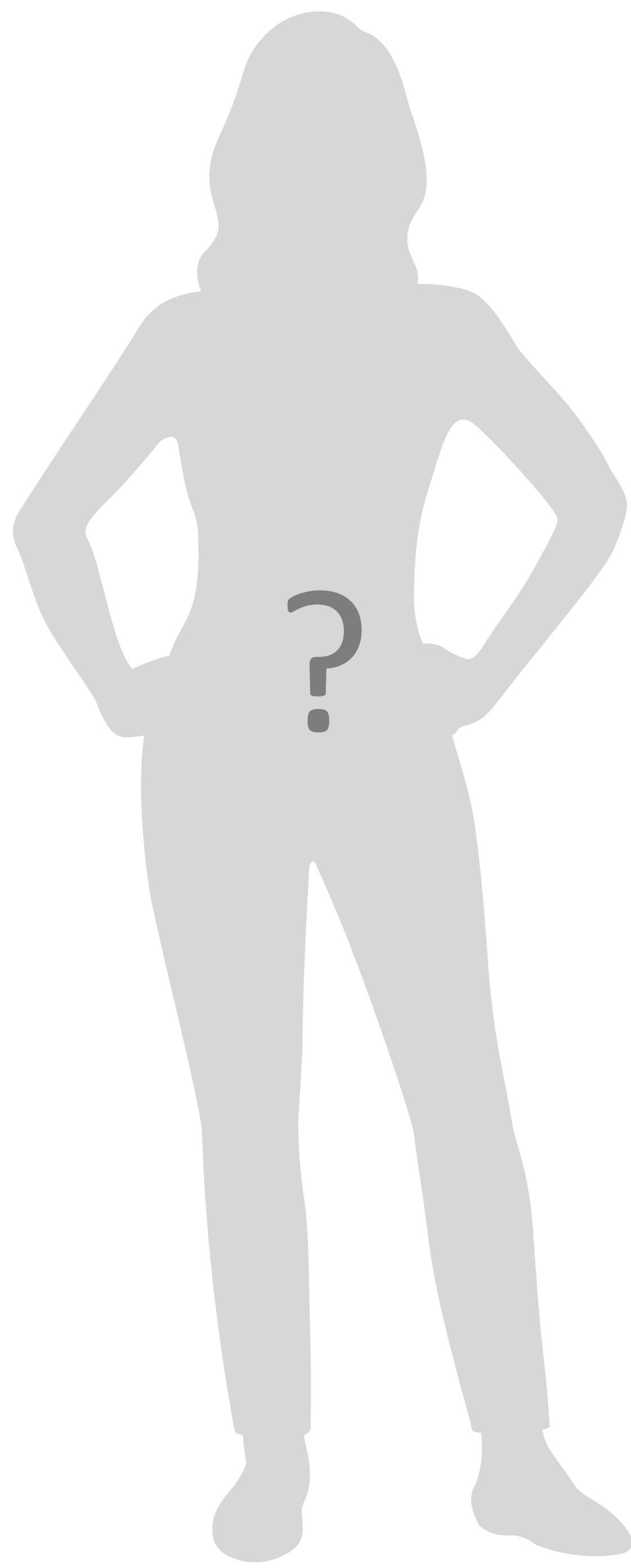
Mobile Apps

Social Networks

## Brands



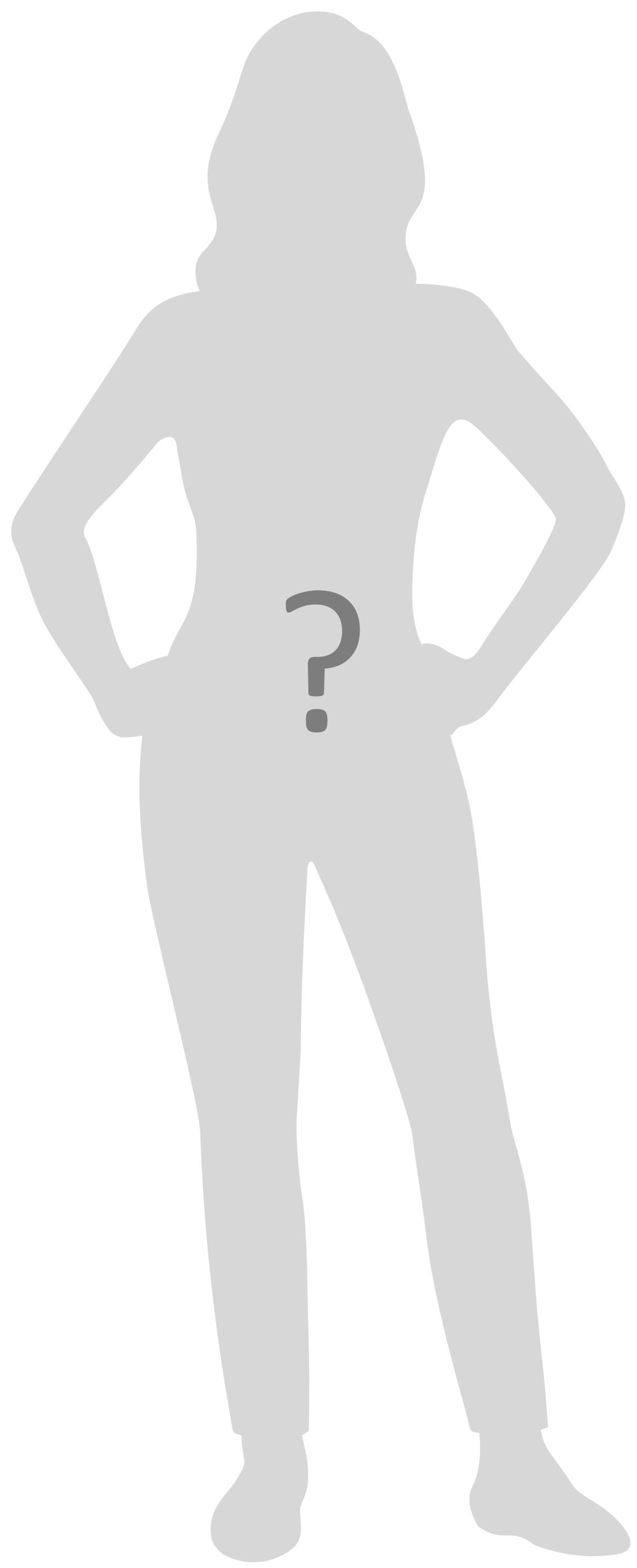
# 5. **Mapa da empatia**



# Mapa de Empatia

O mapa de empatia, assim como a Persona, é uma excelente ferramenta para nos ajudar a “pensar com a cabeça do nosso cliente”.

Ele pode e deve ser usado como um complemento do estudo de Persona e é um poderoso exercício em grupo para dinâmicas de co-criação.



# Empatia?

Empatia é justamente esse esforço em se colocar no lugar de outra pessoa, pensar como ela e compreende-la.

Como não é possível nos colocarmos no lugar de outra pessoa, usamos a Empatia como uma intenção.

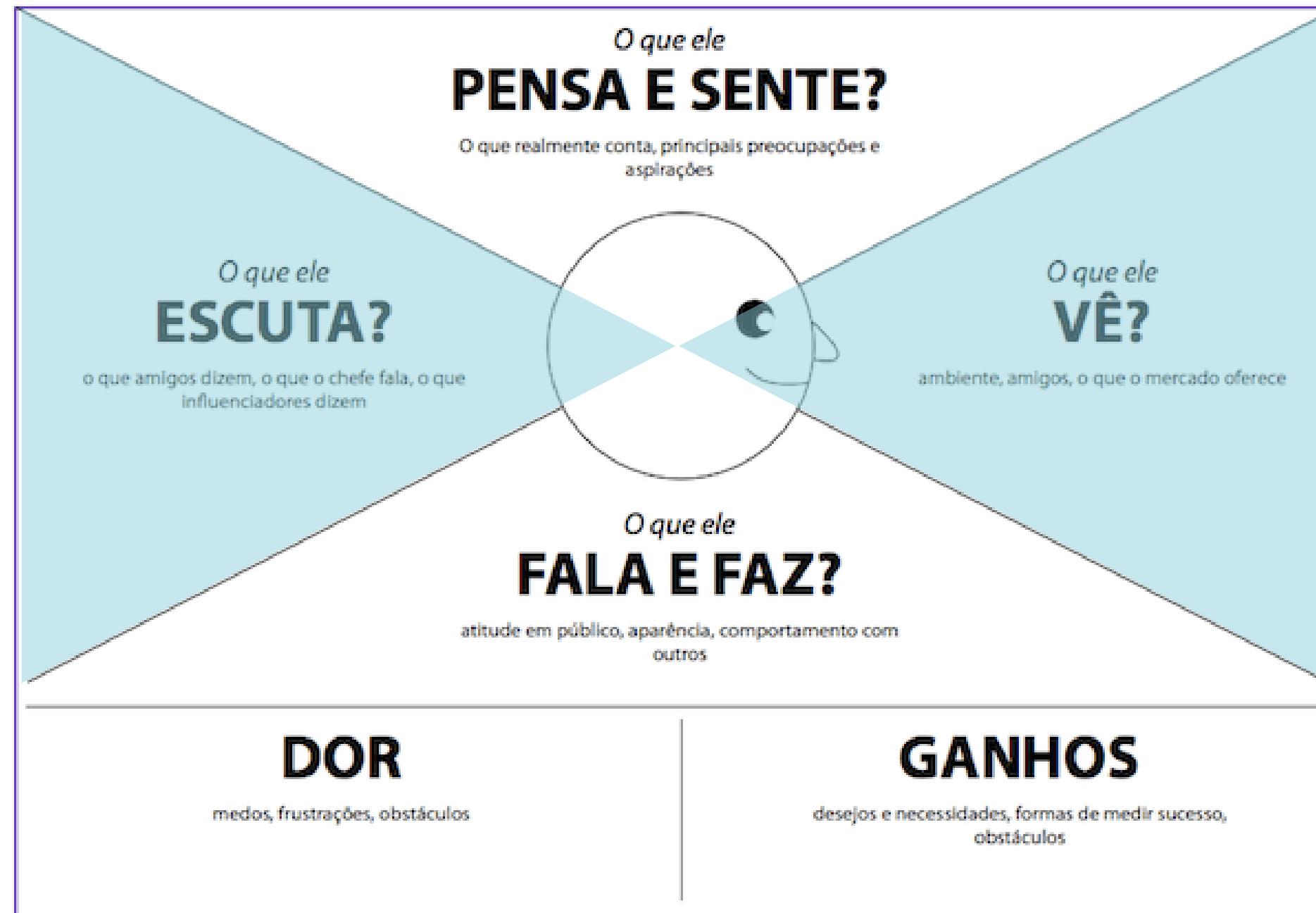
# Como funciona?



Buscamos a empatia analisando 4 elementos, que buscam desvendar a quais influências seu público é exposto e quais são as reações que isso gera no seu comportamento.

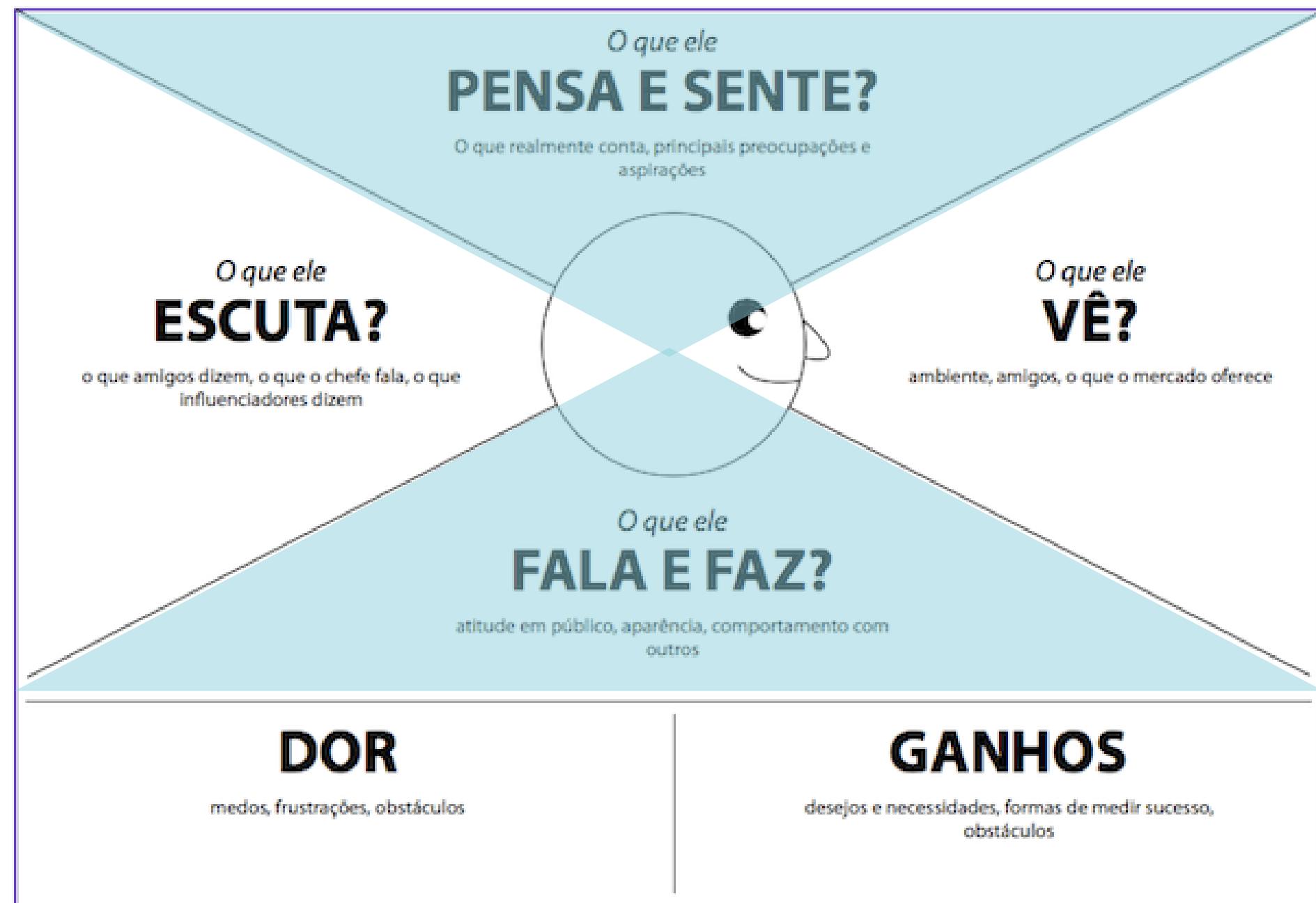
Os 4 elementos são:

1. O que a pessoa vê
2. O que ouve
3. O que fala e faz
4. O que pensa e sente



# Como funciona?

Os dois primeiros servem para mapear quais são os fatores que chegam até a pessoa, ou seja, a quê ele é exposto no seu dia-a-dia.



# Como funciona?

Os dois últimos estão relacionados aos impactos que essa exposição gera na pessoa, seja no seu comportamento (falando ou fazendo), seja na sua forma de pensar.

*O que ele*  
**PENSA E SENTE?**

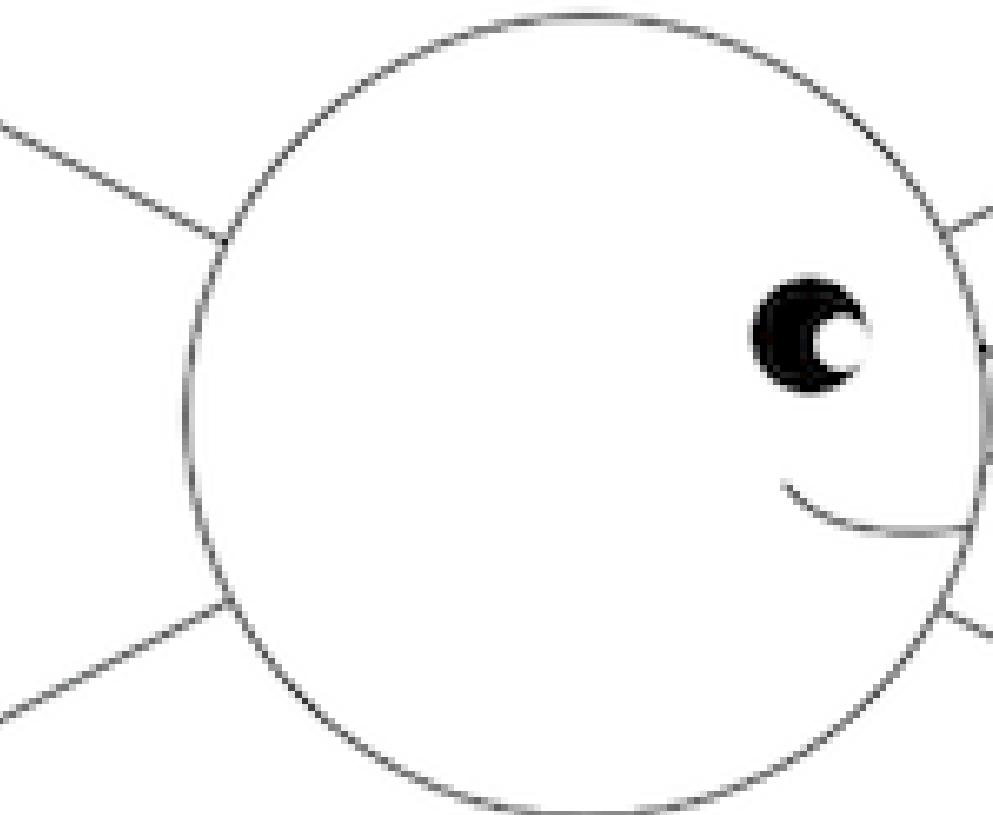
O que realmente conta, principais preocupações e aspirações

*O que ele*  
**ESCUTA?**

o que amigos dizem, o que o chefe fala, o que influenciadores dizem

*O que ele*  
**VÊ?**

ambiente, amigos, o que o mercado oferece



*O que ele*  
**FALA E FAZ?**

atitude em público, aparência, comportamento com outros

# DOR

medos, frustrações, obstáculos

# GANHOS

desejos e necessidades, formas de medir sucesso, obstáculos

# 6. **Exemplo**

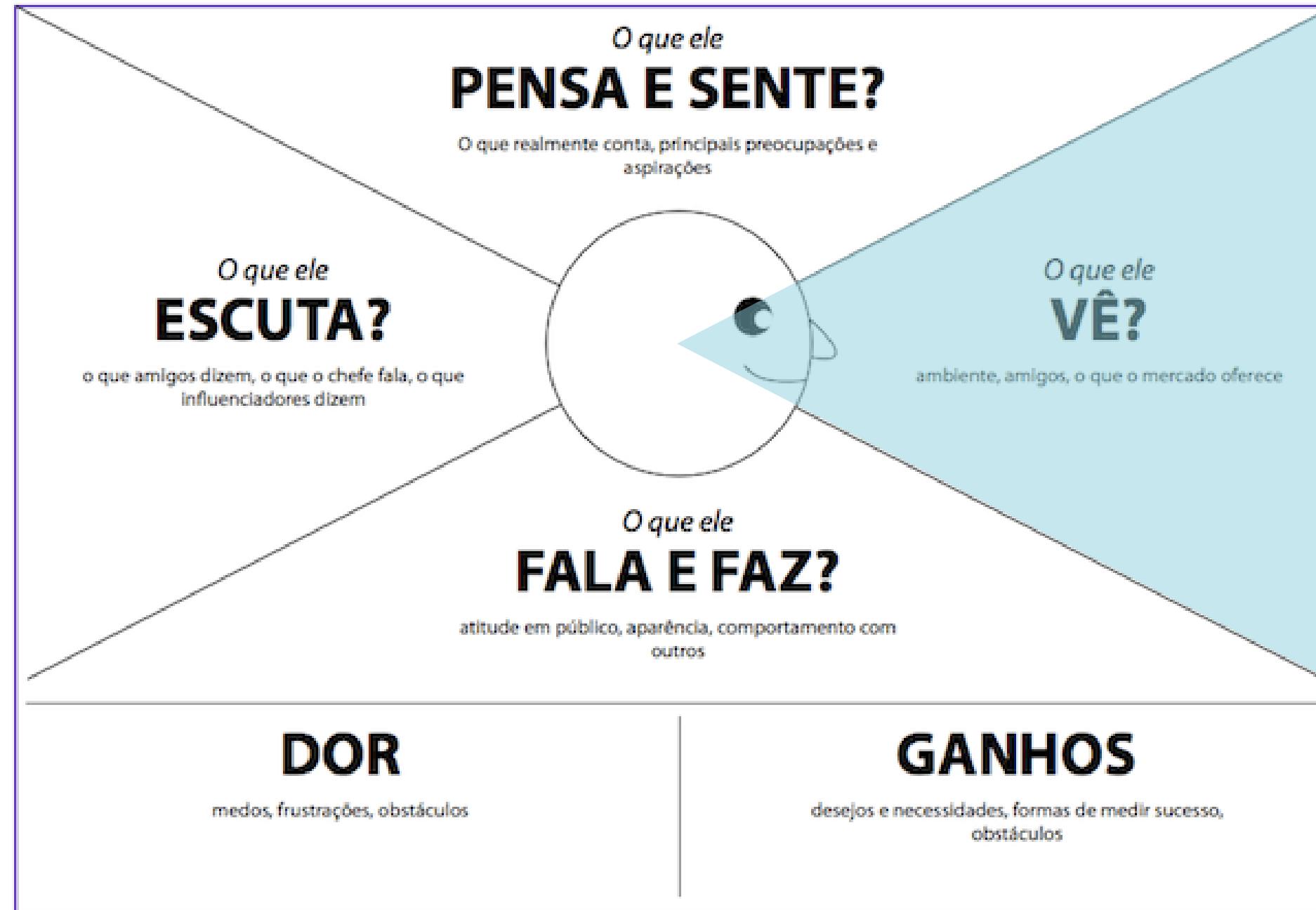


# Exemplo

Vamos imaginar agora uma pessoa que esteja na fila de um hospital, aguardando para ser atendida.

O que essa pessoa, Vê, Ouve, Pensa e Sente, Fala e Faz?

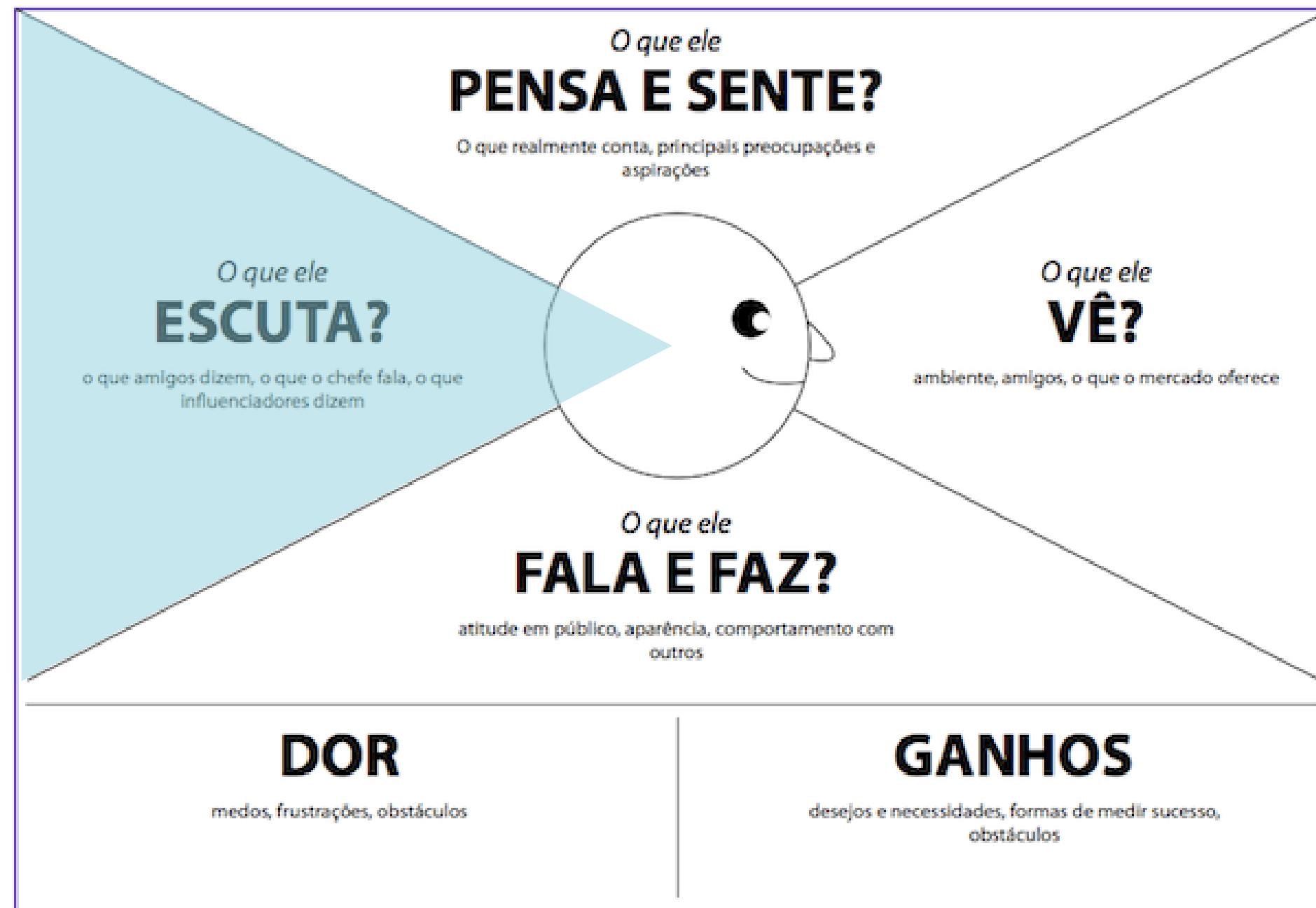
# O que ela vê?



Neste contexto, o que ela enxerga dentro do hospital? O que ela de fato vê?

- Ela vê que o hospital está muito cheio.
- Ela vê que pessoas algumas pessoas marcam consultas com antecedência.
- Ela vê pessoas chegando depois dela e ainda assim sendo atendidas antes
- Ela vê um trânsito muito grande de médicos e enfermeiros

# O que ela ouve?



O que ela ouve? O que as pessoas importantes para ela dizem? O que ela escuta lá no hospital?

- Que ela precisa se programar melhor para ir no médico.
- Que não pode deixar as coisas para a última hora.
- Ouve o recepcionista chamando uma nova senha de atendimento a cada 10 minutos

# O que ela pensa?



Quais pensamentos e sentimentos? O que ela fica pensando?

- Ela pensa que poderia ter marcado a consulta com mais antecedência
- Ela quer saber quanto tempo ainda precisar ficar esperando
- Ela pensa que sua chefe vai achar ruim dela ficar a manhã toda fora do trabalho

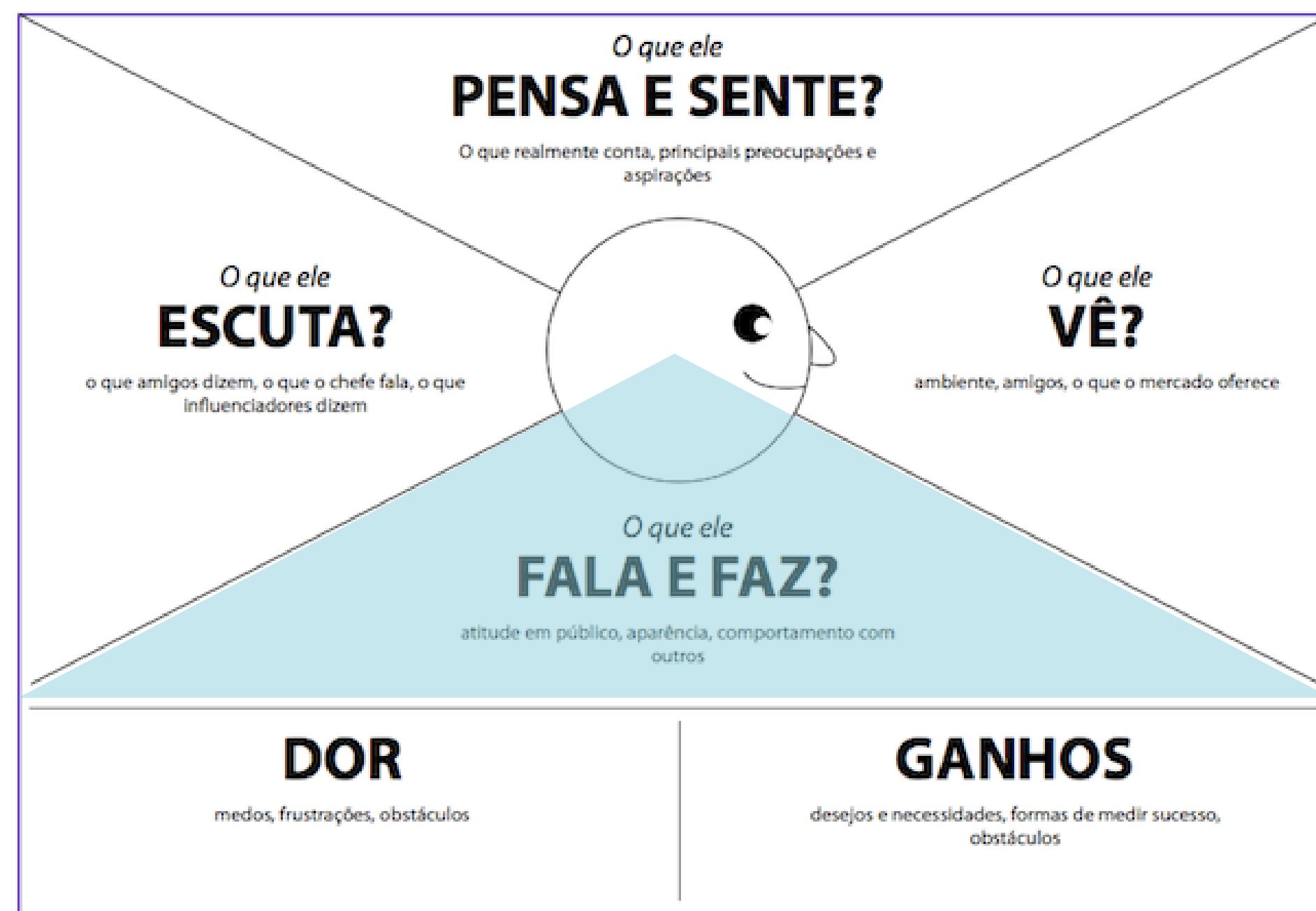
# O que ela sente?



Como essa pessoa se sente? Quais são as suas inquietações?

- Ela se sente cansada de ficar esperando para ser atendida
- Ela se sente desrespeitada.
- Ela fica ansiosa porque quer saber o que ela tem. Se é algo sério.
- Ela fica ansiosa pra voltar ao trabalho, porque tem muita coisa pra fazer

# O que ela fala e faz?



O que é comum essa pessoa dizer? Quais são as ações dessa pessoa? O que essa pessoa gosta de fazer?

- Ela fala que ela gosta quando as coisas andam rápido.
- Ela fica perguntando para o recepcionista quantas pessoas tem na sua frente na fila
- Ela usa o celular para organizar a sua rotina e sua agenda.
- Ela prefere resolver seus problemas de forma online.

# Quais são suas dores?



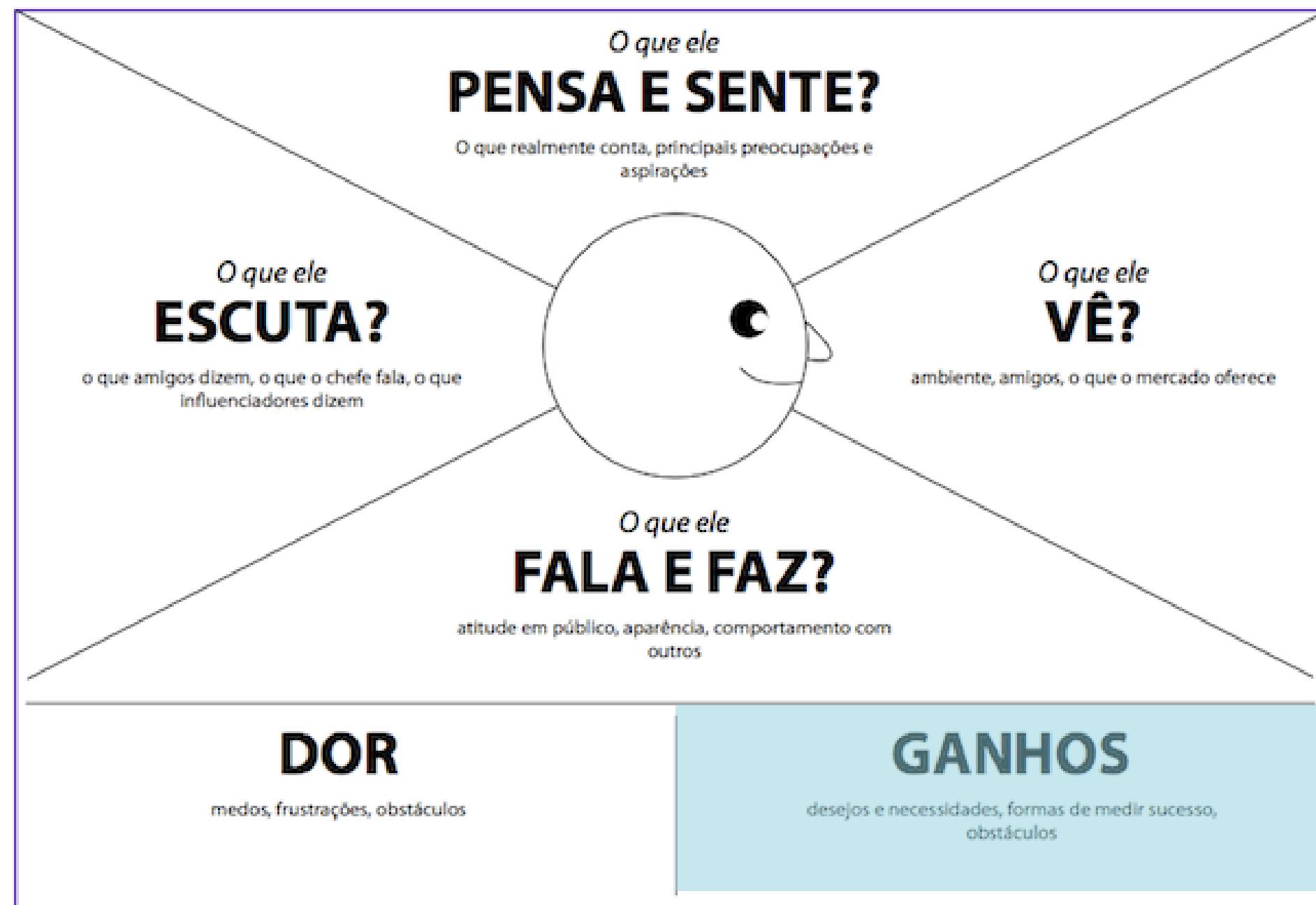
Dado esse cenário que mapeamos, quais são as dores dessa pessoa nessa experiência na espera do hospital?

- Ela se sente desprivilegiada em relação à saúde.
- Não consegue ficar muito tempo fora do trabalho esperando uma consulta.
- Não sabe outros locais onde poderia ser atendida por um médico.
- Não tem visibilidade de quanto tempo tudo ainda vai durar.

# Quais são seus ganhos?

O que é mais interessante e positivo para ela?

- Ela quer marcar consulta sem precisar ir ou ligar lá
- Ela quer saber quanto tempo vai demorar para ela ser atendida
- Quer programar sua rotina e ir ao médico no melhor momento



# Obrigado!