Personas

RUN 1.

Persona 1:

Nome: Maria dos Anjos

Idade: 52 anos

Ocupação: Artesã de crochê e tricô

Motivação: Maria adora criar peças artesanais únicas e personalizadas. Ela gosta de atender seus clientes diretamente, mas sente dificuldades em alcancar um público maior fora de sua região.

Crenças: Ela acredita que o trabalho manual tem um valor especial e deve ser apreciado por quem entende o esforço e a arte por trás de cada peca.

Desejos: Expandir seu alcance de clientes, tornando suas criações mais conhecidas.

Frustrações: Tem dificuldade com tecnologias digitais e se preocupa em não entender como usar uma plataforma online.

Comportamentos: Maria faz vendas em feiras de artesanato, divulga suas peças pelo boca a boca e às vezes usa o

WhatsApp com a ajuda dos filhos. Não utiliza redes sociais frequentemente.

Tarefas realizadas: Responder clientes e personalizar encomendas de acordo com as preferências deles.

Necessidade: Precisa de uma plataforma simples e intuitiva para divulgar e vender seus produtos sem complicações técnicas.

Persona 2:

Nome: Lucas Medeiros

Idade: 28 anos

Ocupação: Designer de joias artesanais

Motivação: Lucas é um jovem criativo que busca vender suas joias exclusivas a um público sofisticado. Ele quer se

posicionar como um designer de luxo e alcançar um nicho específico de clientes.

Crenças: Acredita que a estética e a originalidade são essenciais para se destacar no mercado.

Desejos: Lucas quer que suas peças ganhem visibilidade entre clientes que valorizam produtos exclusivos e feitos à mão. Frustrações: Ele está frustrado por depender apenas das redes sociais e das feiras locais para encontrar compradores.

Comportamentos: Lucas usa Instagram e Pinterest para divulgar suas joias e já tem um portfólio online, mas precisa de uma plataforma mais focada para vendas.

Tarefas realizadas: Criação de novas coleções de joias e atendimento personalizado a clientes que encomendam peças especiais.

Necessidade: Precisa de um site que ofereça ferramentas para exibir seu portfólio e receber pedidos personalizados de maneira fácil

Persona 3:

Nome: Ana Carolina Lopes

Idade: 34 anos

Ocupação: Professora e amante de artesanato

Motivação: Ana adora comprar peças artesanais para decorar sua casa e presentear amigos. Ela gosta de peças únicas, que transmitam carinho e personalização.

Crenças: Acredita que peças feitas à mão têm mais valor emocional e que o artesanato apoia a economia local.

Desejos: Quer encontrar mais facilmente produtos artesanais de qualidade e personalizáveis sem precisar ir a feiras.

Frustrações: Encontra dificuldade em localizar artesãos fora das redes sociais e não consegue acessar plataformas de

forma rápida em seu dia a dia corrido.

Comportamentos: Ela compra online com frequência, mas gostaria de uma experiência mais personalizada ao comprar artesanato.

Tarefas realizadas: Pesquisa produtos de artesanato e conversa com os artesãos sobre personalizações.

Necessidade: Um sistema fácil de navegar e que permita descrever o produto desejado para os artesãos responderem com ofertas.

Nome: Júlia Martins Idade: 24 anos

Ocupação: Influenciadora digital e estudante de design de moda

Motivação: Júlia é apaixonada por moda e tendências, e adora descobrir novos artesãos e marcas que ofereçam produtos personalizados e "feitos à mão". Para ela, cada peça única é uma forma de se expressar e se destacar nas redes sociais.

Crenças: Ela acredita que o estilo pessoal é uma forma de identidade e que produtos artesanais têm mais valor, pois trazem exclusividade e autenticidade. Prefere investir em peças únicas do que em produtos de marcas de fast fashion.

Desejos: Júlia quer sempre estar à frente das tendências, comprando peças únicas e exclusivas que ela pode compartilhar com seus seguidores. Ela valoriza a experiência de compra tanto quanto o produto em si, desde a embalagem até o atendimento ao cliente.

Frustrações: Fica frustrada quando não encontra opções personalizadas ou quando o processo de compra online não é fluido e envolvente. Detesta quando um produto não corresponde às expectativas de qualidade.

Comportamentos: Júlia usa intensivamente Instagram, TikTok e Pinterest para buscar inspiração e descobrir novos produtos e designers. Ela segue artesãos e lojas independentes que ofereçam peças "trendy" e artesanais.

Tarefas realizadas: Publica fotos e vídeos de suas compras e looks do dia, compartilha dicas de produtos e interage com marcas e designers nas redes sociais. Também faz questão de encomendar peças sob medida para eventos ou posts especiais.

Necessidade: Júlia busca uma plataforma onde possa encontrar produtos artesanais modernos e personalizados, com um processo de compra envolvente e fácil. A experiência de compra precisa ser impecável, com detalhes de personalização e atendimento excelente.

RUN 2

Persona 1:



Nome: Maria dos Anjos Idade: 52 anos

Ocupação: Artesã de crochê e tricô

Motivação: Maria é apaixonada por criar peças artesanais exclusivas e sob medida. Embora aprecie o contato direto com

seus clientes, enfrenta dificuldades para ampliar sua clientela além de sua região.

Crenças: Ela valoriza o trabalho manual e acredita que ele deve ser reconhecido por aqueles que entendem o esforço e a

arte envolvidos em cada criação.

Objetivos: Expandir seu público e fazer com que suas criações alcancem um mercado maior.

Desafios: Maria tem dificuldade com ferramentas digitais e se sente insegura em relação ao uso de plataformas online.

Hábitos: Ela vende suas peças em feiras de artesanato, depende da divulgação boca a boca e utiliza o WhatsApp esporadicamente, com o auxílio de seus filhos. Não usa redes sociais com frequência.

Atividades principais: Atende clientes, personaliza pedidos conforme as preferências de cada um.

Necessidade: Precisa de uma plataforma simples e intuitiva que facilite a promoção e venda de suas peças, sem exigir conhecimentos técnicos avançados.

Persona 2:



Nome: Lucas Medeiros

Idade: 28 anos

Ocupação: Designer de joias artesanais

Motivação: Lucas é um designer criativo que deseja posicionar suas joias como produtos de luxo, atraindo um público

sofisticado e de nicho.

Crenças: Ele acredita que a originalidade e o design exclusivo são fundamentais para se destacar no mercado. Objetivos: Lucas quer aumentar a visibilidade de suas peças entre consumidores que valorizam o exclusivo e o artesanal.

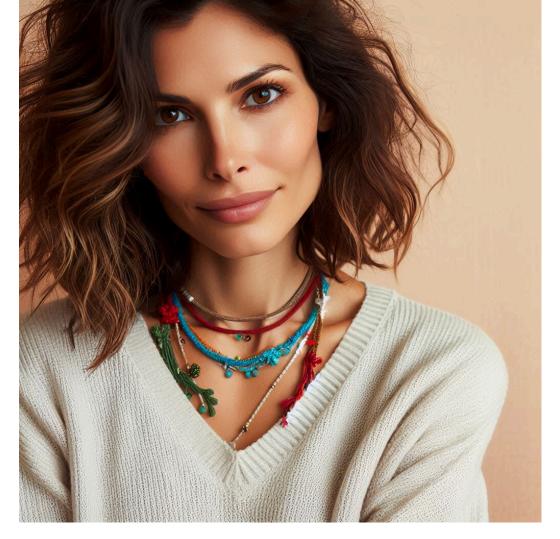
Desafios: Está frustrado por depender excessivamente das redes sociais e feiras locais para atrair clientes.

Hábitos: Utiliza Instagram e Pinterest para promover suas joias e já possui um portfólio online, mas busca uma plataforma mais direcionada para vendas personalizadas.

Atividades principais: Desenvolve novas coleções e oferece atendimento personalizado para clientes que encomendam peças exclusivas.

Necessidade: Lucas precisa de uma solução que permita exibir seu portfólio e processar pedidos personalizados de forma eficiente.

Persona 3:



Nome: Ana Carolina Lopes

Idade: 34 anos

Ocupação: Professora e apreciadora de artesanato

Motivação: Ana tem um interesse particular por peças artesanais, tanto para decorar sua casa quanto para presentear amigos, buscando sempre itens únicos e personalizados.

Crenças: Ela acredita que produtos feitos à mão têm maior valor emocional e que o artesanato ajuda a fortalecer a economia local.

Objetivos: Ana quer facilitar a busca por produtos artesanais de alta qualidade, sem depender exclusivamente de feiras presenciais.

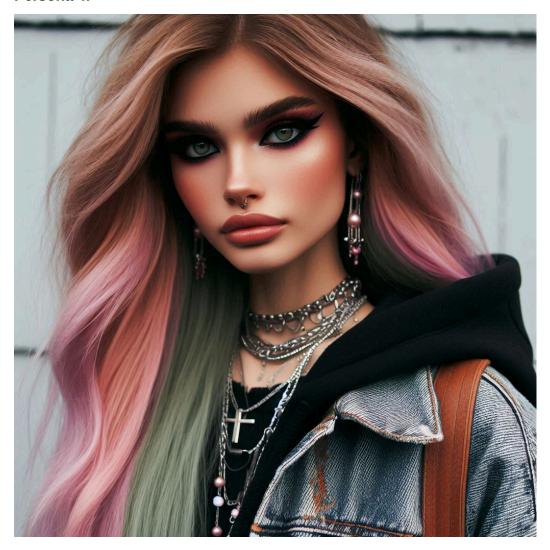
Desafios: Encontra dificuldade em descobrir artesãos fora das redes sociais e não tem tempo para navegar por diferentes plataformas no dia a dia.

Hábitos: Realiza compras online com frequência, mas busca uma experiência mais personalizada ao adquirir produtos artesanais.

Atividades principais: Pesquisa produtos e interage com artesãos para personalizações.

Necessidade: Precisa de um sistema de fácil navegação que permita descrever suas necessidades e receber sugestões dos artesãos rapidamente.

Persona 4:



Nome: Júlia Martins Idade: 24 anos

Ocupação: Influenciadora digital e estudante de design de moda

Motivação: Júlia é uma entusiasta da moda e tendências, sempre em busca de produtos artesanais exclusivos para expressar sua individualidade e se destacar em suas redes sociais.

Crenças: Ela acredita que o estilo pessoal é uma forma de identidade e que peças artesanais agregam valor pela autenticidade e exclusividade, preferindo-as às marcas de fast fashion.

Objetivos: Júlia deseja encontrar peças únicas que estejam à frente das tendências e que possam ser compartilhadas com seus seguidores. Valoriza a experiência de compra, desde a apresentação até o atendimento.

Desafios: Fica frustrada quando não encontra opções personalizadas ou quando o processo de compra online é complicado ou decepcionante.

Hábitos: Usa intensamente Instagram, TikTok e Pinterest para buscar inspiração, acompanhar tendências e descobrir novos artesãos e produtos. Interage regularmente com marcas e faz encomendas sob medida para ocasiões especiais.

Atividades principais: Publica conteúdos sobre suas compras, compartilha dicas de produtos e se envolve com marcas e designers.

Necessidade: Júlia procura uma plataforma que ofereça produtos artesanais modernos e personalizados, com uma experiência de compra fluida e cativante, aliada a um atendimento de alta qualidade e opcões de personalização.

Interação

1. Maria Dos Anjos (52 Anos, Artesã tradicional):

Maria é uma artesã que pode se beneficiar da plataforma para expandir sua clientela, especialmente entre os jovens conectados, como Júlia. Ela representa um público que precisa de simplicidade e assistência no uso de tecnologia. Sua interação com clientes mais jovens pode ser limitada se a interface não for amigável o suficiente para alguém com pouca experiência tecnológica.

2. Lucas Medeiros (28 Anos, Designer De joias):

Lucas já está mais familiarizado com o ambiente online, e a plataforma pode ser uma ferramenta essencial para alcançar tanto clientes jovens como Júlia quanto outros que valorizam o luxo e a exclusividade. Ele pode usar a plataforma para se conectar com consumidores que pagam mais por produtos feitos à mão, como Júlia, e também pode trocar ideias com artesãos mais tradicionais, como Maria, sobre novas formas de venda e apresentação online.

3. Ana Carolina Lopes (34 Anos, Consumidora Amante Do artesanato):

Ana representa um público que valoriza o artesanato e a personalização, mas não tem muito tempo para pesquisar intensamente. Ela pode interagir com Maria ao encomendar produtos personalizados e também ser influenciada por tendências e estilos que Lucas e Júlia promovem. Ana provavelmente se beneficiaria de uma plataforma que facilite a comunicação e permita compras rápidas e sem esforço.

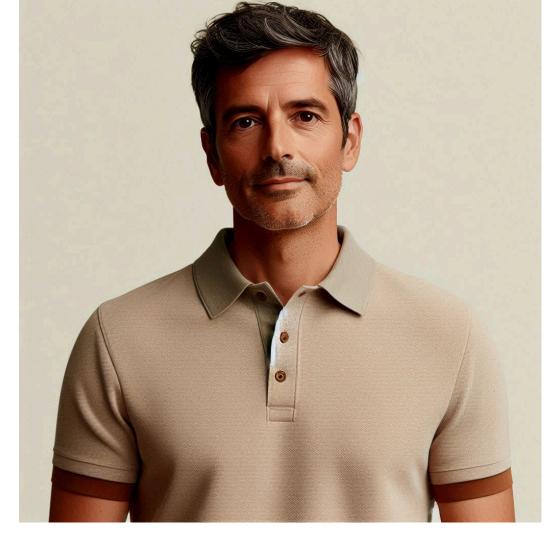
4. Júlia Martins (24 Anos, Influenciadora digital):

Júlia traz um perfil jovem, dinâmico e altamente conectado, que está sempre em busca de novidades e exclusividade. Sua interação com Lucas pode ser muito valiosa, pois ambos compartilham o desejo por itens únicos e personalizados. Júlia também pode servir como uma "pontes de mercado" para Maria e Ana, promovendo o trabalho de artesãos menos conhecidos através de suas redes sociais. Ela poderia, por exemplo, trazer visibilidade a Maria, ao encomendar peças para promover entre seus seguidores.

Lacuna Identificada:

Ao observar essas personas, parece que cobrimos bem os perfis de artesãos e consumidores que valorizam a personalização e exclusividade. No entanto, falta uma persona intermediária, que represente um público de consumidores de artesanato que valoriza preço acessível e praticidade, mas que não se preocupa tanto com exclusividade ou status de moda. Esse público pode incluir pessoas que buscam produtos artesanais de qualidade, mas com um orçamento mais limitado e que não fazem questão de um processo de compra extremamente personalizado.

Pedro Lima (40 Anos, Funcionário publico)



Nome: Pedro Lima Idade: 40 anos

Ocupação: Funcionário público e pai de família

Motivação: Pedro gosta de produtos artesanais para sua casa, mas busca opções acessíveis e práticas, sem grandes preocupações com tendências ou exclusividade. Ele quer apoiar o comércio local, mas tem um orçamento fixo para presentes e decoração.

Frustrações: Ele se sente perdido em plataformas que focam muito em itens caros ou personalizados demais. **Necessidade**: Um sistema simples, com uma faixa de preço acessível e opções que atendam a necessidades mais básicas de produtos artesanais.