

Persona: conceito, definição e importância – By Natasha Perim

A persona é um tipo de “personagem” fictício, onde apresenta características de vários consumidores. São por meio de pesquisas, que descobrem sobre o comportamento dos consumidores de uma marca, para saber o que são, o que buscam conquistar e entre outros. É como se fosse um modelo baseado no público alvo, onde quer descobrir as características dos consumidores.

Além de que, ela ajuda a entender sobre seu consumidor atual e sobre seu público-alvo, a partir do momento que ele descobre sobre seu consumidor, ele irá basear isto nas criações de modelos de estratégia de marketing e de vendas, ele se baseia em relação ao relacionamento entre cliente e empresa, isso ajuda a chamar a atenção dos clientes.

Além disso, ela também ajuda a potencializar a comunicação entre a empresa e o público-alvo. Isto quer dizer que a sua audiência pode aumentar, uma vez que se identifique os tipos de conteúdos que são de interesse do público, e claro, deve-se sempre manter o mesmo interesse do seu público para sempre ter engajamento. Os conteúdos fornecidos por sua empresa, pode se conectar com produtos e serviços, sempre tendo em questão ao interesse do cliente.

A criação de Personas incentiva o mundo dos marketings digital, é um método bastante interessante na hora de te ajudar a decidir sobre as prioridades de produção de conteúdo, levando em conta as verdadeiras necessidades dos clientes.

Estas pesquisas tem que levar em consideração alguns aspectos, para que a empresa atinja seu público-alvo, para descobrir em que tipo de produto ou conteúdo deve fornecer ao público, algumas são:

O ambiente onde sua empresa está hospedada, ou seja, cada região tem tipos de público, então fazendo uma pesquisa onde verifica-se que tipo de público está lidando.

A economia também influencia nesta questão, se sua empresa está habituada num ambiente onde a economia é grande, média ou baixa. Estes aspectos vale muito para que haja engajamento sobre eles. Para ver se vai ter interesses ou não.

Existem muitos outros aspectos, mas as pesquisas deve ser qualitativas e quantitativas, verificando se irá conseguir cativar o interesse dos mesmos.

E uma boa forma de começar é reunindo informações sobre os clientes que você já tem, e ir preenchendo as lacunas com dados que você for reunindo através de pesquisas.

Quando for planejar sua Persona, comece descrevendo minuciosamente: desde o nome, idade, gênero, onde mora, hábitos familiares, profissão, gostos, desgostos... Descreva situações que representem este personagem, quais são seus sites preferidos, quais assuntos lhe interessam, quais são seus objetivos de vida... Visualize-o como uma pessoa de verdade, com toda a complexidade que um ser humano comum pode ter: perfeições e imperfeições. Crie uma, duas, três... Crie quantas personas forem preciso, desde que elas consigam representar o seu público alvo.