

# criação p.

## O que são personas de marketing (ou buyer personas)?

Buyer personas são grupos identificáveis de pessoas que compram seus produtos. Eles possuem características, processos de compra e interesses similares. Você pode saber um pouco mais,

E então, como criar um perfil claro das minhas personas?

Nem todo mundo que visita seu site são compradores, certo? É muito importante deixar isso claro para seu time. Você deve focar em grupos de pessoas que se parecem com seus clientes e não visitantes como um todo, amigos, curiosos, etc. Quase sempre uma empresa possui múltiplas personas. O melhor jeito de descobri-las é conversando e entrevistando seus clientes para conseguir entender padrões e assim fazer com que sua empresa se comunique melhor. Certo, eu quero fazer isso! Como começar?

O jeito mais fácil de começar é selecionar um grupo de prospects ou clientes e se preparar para gastar um tempinho no telefone ou presencialmente com eles.

Para mapear sua persona, idealmente, você deve entender seu cliente em 5 dimensões:

**Propósito da compra:** Qual o motivo fez com que o cliente comprasse seu produto/serviço?

**Processo de compra:** Como foi a compra em si?

**Entendimento/utilização do produto/ serviço:** Qual o grau de entendimento a pessoa tem sobre o produto que ela adquiriu? Ela continua utilizando-o?

**Hábitos de consumo:** Onde esta pessoa gasta seu dinheiro? Além do seu produto, o que ela gosta/precisa de comprar?

**Dados demográficos:** Sexo, idade, profissão, cargo, educação e situação financeira. (Abuse das redes sociais para fazer este perfil).

## Já peguei o telefone/marqueei a reunião, e agora?

Calma, não é bem assim. Antes de pegar o telefone, tente extrair o máximo possível de informações. Analise os perfis das pessoas selecionadas no Facebook/Twitter/Linkedin. Com isso, você já consegue capturar a maior parte dos dados demográficos, e torna a entrevista menos cansativa para seu entrevistado.

SCRIPT DE ENTREVISTA DE PERSONAS

Quer ainda mais fácil? Separamos aqui um script telefônico que você pode usar para fazer sua entrevista de modo fácil e rápido. Confira!

## #1 Introdução:

Olá, NOME, tudo bem? Meu nome é Diego Gomes, sou da Rock Content. Recentemente você assinou nosso plano XXXXXXX. Estamos fazendo uma rápida pesquisa com nossos clientes que vai levar aproximadamente 15-20 minutos do seu tempo. Se você puder nos ajudar, vamos inclusive oferecer um cupom de X% de desconto na sua próxima mensalidade, pode ser?

## #2 Início da entrevista

### Propósito

- Conte-nos porquê escolheu a nossa empresa. (Esta é a pergunta que extrai do cliente o objetivo dele ao adquirir seu produto. É crucial entender e agrupar na mesma persona pessoas com objetivos similares)
- Qual era o problema que você buscava solucionar quando nos contratou? (Tentar entender a dor do cliente, o principal motivo que faz com que ele busque seu produto ou serviço. Focar MUITO nesta parte da entrevista)
- Qual o maior benefício que nosso produto oferece para você hoje?
- 

### Processo de compra:

- Quando você assinou nosso serviço, como foi seu processo de compra? (Tentar entender como o cliente foi atendido, o que ele gostou/não gostou no atendimento, etc.)
- Você considerou outras alternativas?
- Como descobriu nossa empresa?
- Quais dúvidas você teve/tinha antes de contratar nosso serviço?
- Quais blogs/sites ou outras fontes de informação você usa quando busca clarificar estas dúvidas?
- 

### Entendimento/utilização do produto/ serviço

- Me conte um pouco sobre as coisas que você aprendeu após assinar nosso serviço:
- Você continua utilizando nossos serviços? Com que frequência você utiliza? Qual o grau de entendimento a pessoa tem sobre o produto que ela adquiriu? Ela continua utilizando-o?
- 

### Hábitos de consumo:

- Com que frequência você contrata serviços do mercado de “marketing digital” ? (Insira seu mercado aqui)
- Quais outros serviços você assina atualmente (ou outros produtos similares que a pessoa compre)?
- 

### Fechamento:

Última dúvida: Tem alguma coisa que eu não perguntei, que tenha influenciado sua decisão de trabalhar conosco?

Obrigado, NOME, suas respostas vão nos ajudar a melhorar muito nossa empresa. Seu cupom de desconto já foi creditado na sua conta. Ficamos gratos e estamos à disposição para ajudar.

Um grande abraço e tenha uma boa tarde.

Fiz dezenas de entrevistas, e agora?

O primeiro passo é documentar suas entrevistas e analisá-las com cuidado. Uma vez que você tenha compilado estes dados, chega a hora da análise. Você começará a encontrar características comuns entre os clientes, problemas, dificuldades comuns e objetivos similares. Em geral, pessoas com objetivos e problemas similares, tendem a pertencer a uma mesma persona. Definindo a primeira, chegou a hora de documentar a persona (use nosso modelo de criação de personas) e compartilhe com toda a empresa. Marketing, comercial, sucesso de clientes e todos os demais departamentos precisam saber que tipo de cliente você está buscando. O que fazer com a sua primeira persona?

Mapeie a jornada de compra dessa persona. Conversando com seu time de marketing e vendas, tente extrapolar as dúvidas/dificuldades comuns que elas mencionam ao longo do processo de compra. Utilize estas informações para mapear o conteúdo do seu funil de vendas.

### Adapte sua argumentação comercial.

Personas diferentes tem problemas e objetivos diferentes. Para cada persona, foque sua argumentação no que funciona melhor para aquela persona. Tenha roteiros e scripts diferentes para cada persona e assim um processo comercial mais personalizado.

Descubra onde estas pessoas estão na web.

Quais sites elas lêem? Como elas chegam até você? Sabendo responder esta pergunta, você consegue planejar seu marketing de forma eficiente e sempre atingir seu prospect, onde quer que ele esteja. Pense em utilizar [co-marketing](#) com pessoas que tem a atenção desta persona e não concorrem diretamente com você.

Adapte seu produto/serviço para cada persona.

Você tem uma oferta personalizada para cada persona? Se seu produto é um software, ele se personaliza de acordo com o perfil do usuário?

Ajuste seus preços!

Entenda como seu modelo de precificação está funcionando para diferentes personas. Algumas personas são mais difíceis de atrair, mas também estão mais propensas a pagar mais caro.

Tenha ofertas de preço diferentes para diferentes tipos de personas.

Ferramenta grátis: [O Gerador de Personas](#)

Quer criar personas de maneira rápida e prática? Confira a ferramenta gratuita que nós preparamos em parceria com a Resultados Digitais: O Gerador de Personas!