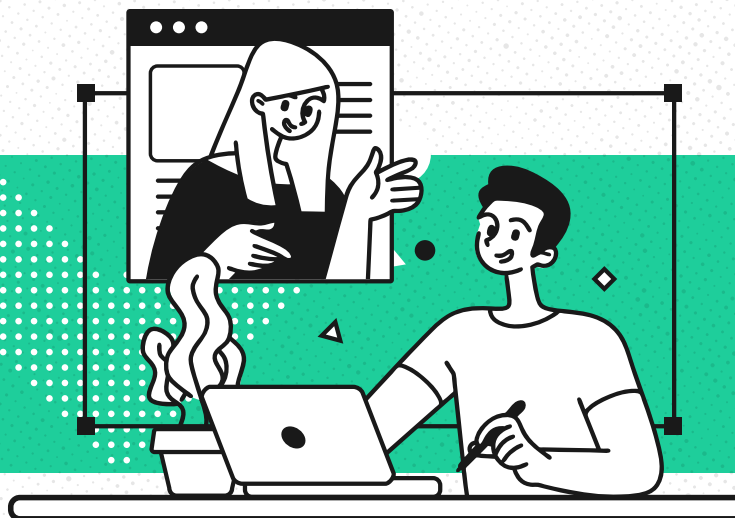


# COMO FAZER PARA IDENTIFICAR E DEFINIR A PERSONA

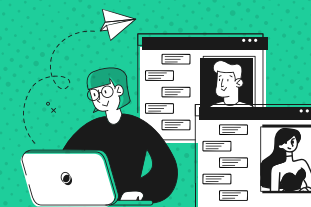
## PASSO A PASSO PARA IDENTIFICAR E DEFINIR A PERSONA DO SEU NEGÓCIO

Enquanto o público-alvo traz informações mais gerais e amplas, a **persona** faz um filtro maior, que conta com **informações personalizadas**, reconhecendo as dores e os problemas enfrentados diariamente pelo potencial cliente. Embora seja uma representação fictícia, ela é baseada em **dados** de comportamentos, motivações, objetivos e características demográficas de pessoas reais.



### MAIS DE UMA PERSONA?

Você pode descobrir que tem mais de uma persona. Isso não é um problema, porém é importante não exagerar para não perder o foco nas estratégias de vendas e marketing.



Aponte a câmera do seu celular para o código QR ao lado e acesse o site.

#### 01 COLETE DADOS DOS CLIENTES

Esse momento pode ocorrer por meio de pesquisa qualitativa ou quantitativa. Para isso, crie um roteiro de perguntas.

#### 02

#### ANALISE OS DADOS

Após a coleta de dados, é hora de descobrir as características mais comuns entre os entrevistados, como problemas e hábitos.

#### 03

#### ESTRUTURE A PERSONA

É a fase em que a persona ganha forma (nome, idade, profissão) a partir do cruzamento das informações levantadas. Aqui, pense nela como o consumidor que está indo comprar seus produtos/serviços.

#### 05

#### PENSE NA ESTRATÉGIA

Depois de definir quem é o seu potencial cliente, é o momento de pensar em estratégias assertivas para todas as áreas, as quais apresentem resultados para o seu negócio.

#### 04

#### COMPARTILHE COM A EQUIPE

É fundamental envolver as equipes no processo de construção e execução da estratégia de conhecimento da persona.