

## Converse com a audiência

Se você observar a estrutura desse curso com atenção, vai notar que o roteiro está baseado em um 'jogo' de perguntas e respostas. Primeiro, é lançado um problema através de uma estória. A sequência da aula apresenta uma forma prática de resolver o problema, de documentar essa escolha, colher os resultados do que fizemos e apresentar a teoria envolvida tanto no problema como na solução.

Por exemplo, partindo de uma problema sobre "como conhecer a jornada de compra auxilia na produção de conteúdos estratégicos?", apresentamos personas que pudessem humanizar a tarefa e reconstruir ao longo da aula a pesquisa que fazemos pra encontrar os problemas das personas.

A solução que apresentamos foi analisar os dados extraídos do Facebook com o Netvizz. Quais dados? As postagens feitas por usuários e os comentários de outros usuários.

Pedimos para participar das comunidades como forma de imergir no mundo das personas do #STSP. Depois de ler os comentários e postagens feitas pelos participantes, extraímos ideias de problemas que os viajantes enfrentam e compartilham, na intenção de fazer melhores escolhas em suas próximas viagens.

Lendo os comentários e interações através de perguntas, conseguimos mapear os problemas enfrentados pelas personas em cada estágio da jornada de compra.

E compreendemos a relação entre o grau de conhecimento que as pessoas têm sobre o seu negócio e a possibilidade de conteúdos estratégicos a conduzirem do estágio de "desconhecimento" ao posto de "cliente". Com essa mindset, pudemos extrair palavras-chave e registrá-las em uma planilha de gestão de conteúdo. Posteriormente as palavras fizeram parte de títulos, sub-títulos e também da linguagem utilizada na produção de conteúdos pra web.

Em seguida, a aula apresentou outro problema: "como definir os conteúdos que serão entregues em cada etapa da jornada?". E assim, a cada teste ou pesquisa aprendíamos mais. Sobre quando era hora de documentar a estratégia, como e onde registrar as informações, até que a equipe pudesse tomar uma decisão sobre qual conteúdo criar e publicar.

Por fim, os 5 fundadores puderam entender quais os problema que o Startup Tour São Paulo resolve e entregar o(s) valor(es) da solução para cada tipo de persona se sentir atraída por ela, a partir da etapa em que se encontra na jornada de compra.

E você sabe por que construímos essa jornada de aprendizagem?