



A person's hand is visible at the bottom, holding a black smartphone. The screen shows a LinkedIn profile for a user named "Julia Green". The profile includes a profile picture, a green status bar with battery level and signal strength, and a feed of posts from other users.

Entenda o Buyer persona

O que é Buyer persona?

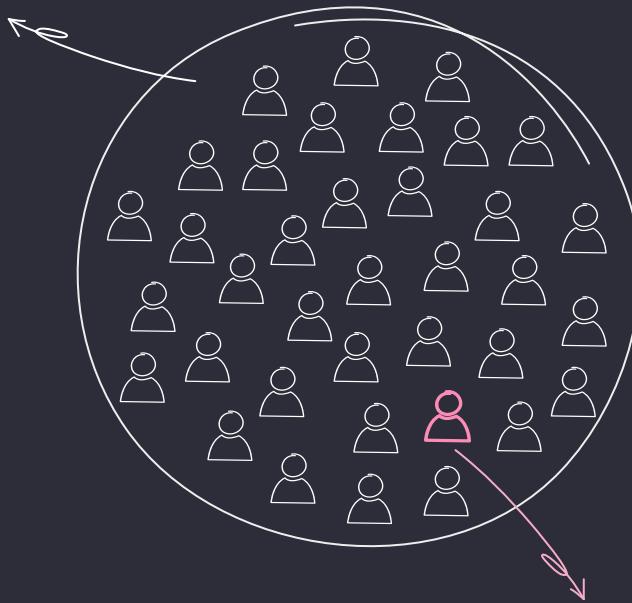
“ _____ Definindo o termo de uma forma simples, a Buyer Persona é a **representação dos clientes ideais da sua empresa**. Em outras palavras, é uma personagem criada, com nome, idade, profissão, desejos e anseios, **para ajudar a empresa a entender quem é o seu consumidor ideal**.

Público-alvo

Ex: homens, entre 30 e 40 anos, que moram na região de São Paulo e possuem negócios relacionados à logística e transporte. Suas empresas precisam melhorar seus processos e aumentar os lucros;



Mas qual é a diferença então de público-alvo e persona?



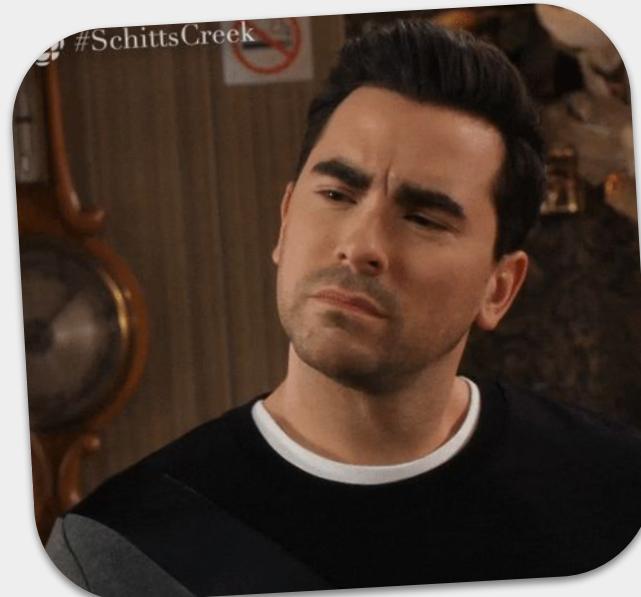
Persona ou Buyer persona

Henrique, casado, 37 anos, mora na cidade de São Paulo e é dono de uma transportadora de médio porte que faz logística e roteirização de cargas. Ele precisa de novas ferramentas para otimizar seu negócio em meio à crise, implementar inovações e gerar autoridade no mercado para crescer a empresa.

Por que fazer uma análise de persona?

Ter uma persona como representação do seu cliente ajuda a:

- Entender como cada produto/serviço pode solucionar as dores e necessidades do seu público-alvo.
- Definir a linguagem e o tom que serão utilizados na comunicação da marca.
- Guiar a produção de conteúdo e chamar atenção do público.
- Criar estratégias melhores por apresentar os principais interesses e problemas do cliente.
- Identificar quais são os canais ideais de comunicação
- Reduzir os custos da sua estratégia



em que momentos fazer a análise de persona para o cliente?

1

Início de projetos

acabou de receber seu cliente e precisa começar a estruturar o planejamento de comunicação e o planejamento de conteúdo

2

Campanhas especiais

está com uma ideia diferente para campanha criativa e precisa entender se faz sentido esse direcionamento para o cliente

3

Mudanças de estratégia

o que vem sendo realizado não está trazendo os resultados esperados, será que estamos falando com o público certo da marca?

4

Renovação de branding e parceria estratégica

o cliente está em um momento de mudança de rota interna ou pensando em um lançamento que vai despender alto investimento

Como fazer?



**Colocando a
mão na massa!**

Step 1: Levantamento de dados

Buscamos e coletamos todos os dados úteis para a análise.

Definição
base de
personas

Como definimos a persona?

Step 4: Estratégias

Definição do que fazer e o que não fazer na comunicação com as personas.

Step 2: Análise de dados

Insights de audiência a partir de achados analíticos demográficos, psicográficos, geográficos e comportamentais.

Step 3: Construção das Personas

Mapeamento de personas e alinhamento ideal da marca.

É preciso entender as especificidades para montar um cronograma

Cronograma *personas*



Cronograma *personas*

Pre

ALINHAR E PLANEJAR

antes de
começar
qualquer
coisa

Converse com seu cliente para entender:

- Se ele já fez algum estudo de persona;
- Entenda se existem dados suficientes para buscar nas redes sociais;
- Certifique a disponibilidade dos clientes do seu cliente de responderem a pesquisa (vocês podem pensar em ter um incentivo como desconto, brinde ou cupom para quem responder);

Cronograma *personas*

Durante



geralmente
mínimo de 2
semanas

ferramentas utilizadas



answer the public

o que pode ser útil

Termos
relacionados

Buscas pela marca

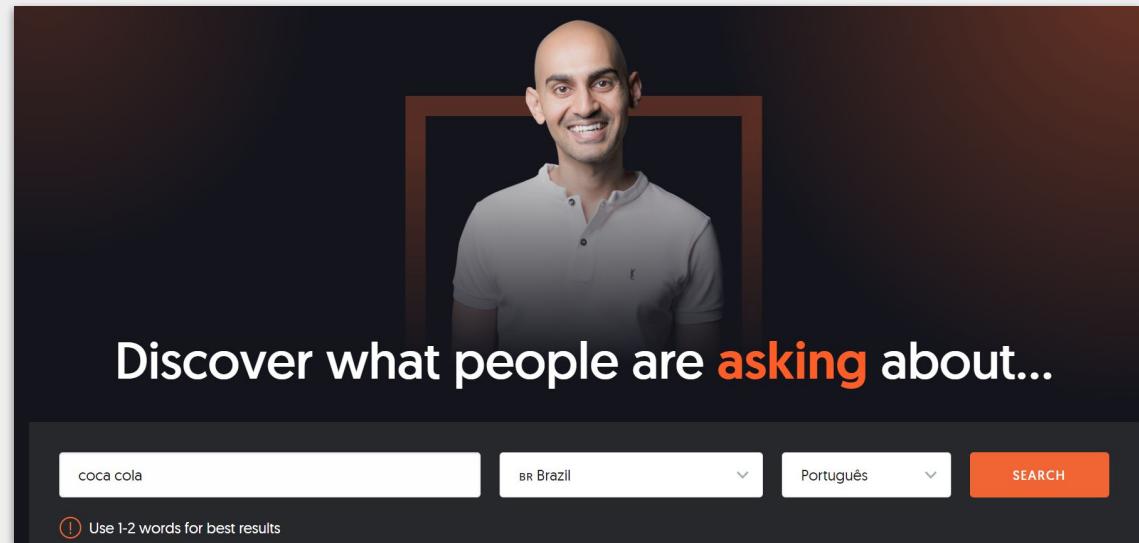
Buscas no
segmento

Através dos termos mais buscados e relacionados, conseguimos ter uma visão sobre o caminho que o público faz até a marca e qual seu diferencial dentro do segmento.

answer the public - passo a passo

Plataforma de social listening que estuda os dados de autocomplete de buscadores para mapear termos relacionados à sua palavra-chave.

- Escolha a palavra-chave que você deseja buscar (nome da marca, produto, segmento);
- Configure qual o país da pesquisa e língua desejada.



answer the public - passo a passo

A ferramenta traz círculos de palavras-chave que se relacionam ao termo que você pesquisou, desde palavra-chave+preposições e perguntas com a palavra-chave.



answer the public - passo a passo

Showing
208/208 Alphabeticals: coca cola

a [View Image](#)

Keywords	Search Vol.	CPC
coca cola andina	5.4K	\$0.63
coca cola ações		
coca cola arena		
coca cola ao contrario		
coca cola ajuda na digestão		
coca cola azul		
coca cola andina trabalhe conosco		
coca cola ação		

b [View Image](#)

Keywords	Search Vol.	CPC
coca cola by realme		
coca cola brasil		
coca cola branca		
coca cola by realme valor		
coca cola byte		
coca cola bags		
coca cola baunilha		
coca cola belem		

c [View Image](#)

Keywords	Search Vol.	CPC
coca cola copa	390	\$1.0
coca cola celular		
coca cola copa 2022		
coca cola copa do mundo		
coca cola com limão faz mal		
coca cola creations		
coca cola cafe		
coca cola calorias		

Além dos círculos, ela traz em ordem alfabética todas as informações.

Meta Business Suite *+painel profissional*

O que pode ser útil

Localização
geográfica

Faixa etária

Gênero

Conteúdos de maior
interesse

Períodos mais
ativos

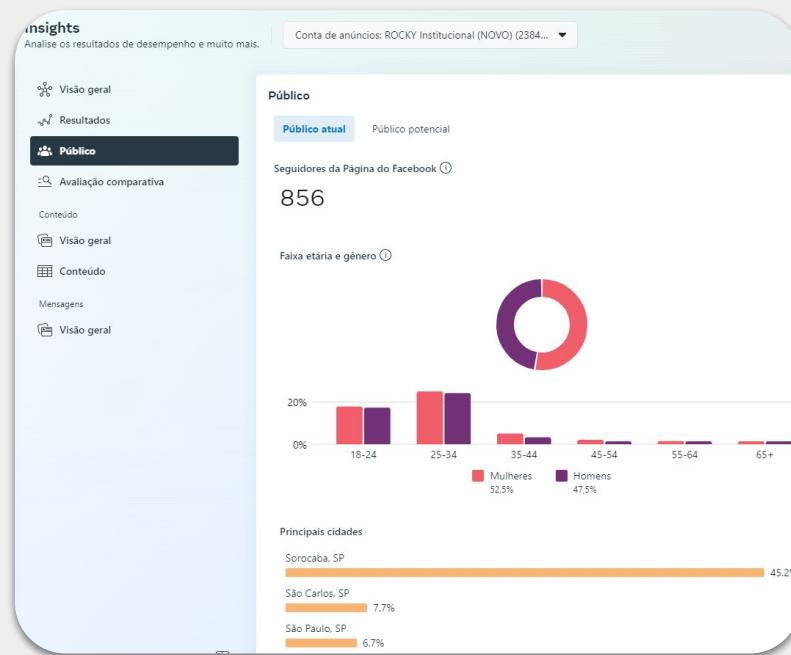
formatos com mais
resultado

Através dos dados da base de facebook e instagram da empresa, conseguimos ter uma visão sobre gênero, faixa etária, localização e conteúdos mais interagidos.

Meta business suite - passo a passo

Plataforma gerenciamento completo do facebook e instagram

- Acesse o painel de público e veja as informações;
- Acesse também os resultados para conferir os conteúdos que o público tem mais interesse;



menu de seguidores no painel profissional do instagram



Pesquisa de público

O que pode ser útil

Localização
geográfica

Faixa etária

Gênero

Interesses e
hobbies

Como conhecem a
empresa

quais produtos mais
compram

Maiores
dificuldades

Benefícios dos
produtos

Porque escolheu a
marca

São algumas perguntas para conhecer melhor o público que consome da empresa

Pesquisa de público

Pesquisa de público | MODELO

Olá! Muito obrigada por chegar até aqui :)

Estamos preparando muitas novidades para Loja e sua participação é super importante.
As respostas são anônimas e é rapidinho. 😊

 lelongo@rocky.ag (não compartilhado) [Alternar conta](#)

Você está ciente e autoriza o uso das informações para a pesquisa de público?

- Sim
- Não

[Próxima](#)

 Página 1 de 6

Link modelo

Qual a sua idade?

- 19 ou menos
- 20 a 29
- 30 a 39
- 40 a 49
- 50 a 59
- 60 ou mais

Como você se define?

- Branca(o)
- Preta(o)
- Parda(o)
- Amarela(o)
- Indígena(o)
- Prefiro Não Declarar

Gênero

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder
- Outro: _____

Cronograma *personas*

Durante

COLETAR ANALISAR

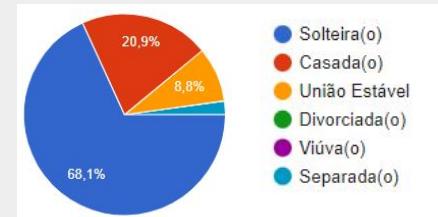
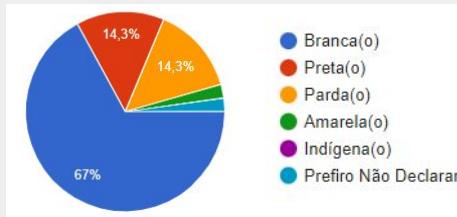
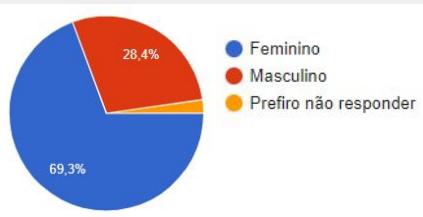
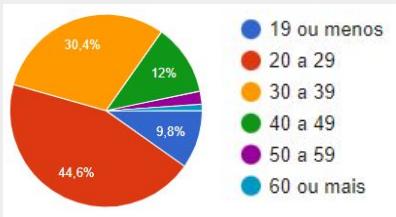


geralmente
mínimo de 2
semanas

Exemplo

Compilando dados

Suponhamos que eu esteja mapeando a persona de uma loja de produtos de beleza que ainda não tinha muitos dados disponíveis em redes sociais mas que foi usado o formulário de pesquisa e essas foram as respostas:



Área de atuação:

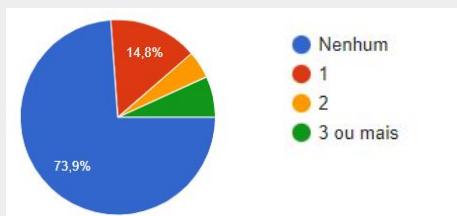
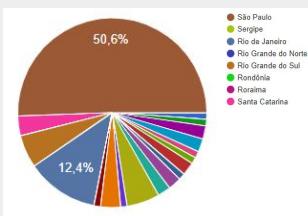
Publicidade/Marketing/Jornalismo

Hobbies:

Assistir TV/Filmes/Séries/Animações;

Viajar;

Ler;



Onde se informa:

Redes Sociais/Televisão/Portais de notícia

Itens mais consumidos:

Shampoo/Condicionador

Desodorante;

Hidratante;

E muito mais...

Exemplo

Interpretando dados

Pesquisa de público | MODELO (respostas)

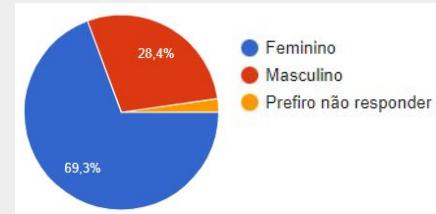
Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões Ajuda A última edição foi há alguns segundos

Gênero

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Carimbo de data/hor - Você está cliente e a - Qual a sua idade?			Gênero	Como você se define	Estado Civil	Profissão	Faixa Salarial	Filhos	Hobbies	Quais meios de co
2	23/06/2021 10:43:03	Sim	19 ou menos	Feminino	Parda(o)	Solteira(o)	Social media Marketing	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
3	28/06/2021 16:15:55	Sim	19 ou menos	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	estudante	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
4	29/06/2021 17:51:11	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	designer	de 3 a 6 salários mínimo	Nenhum	Viajar, Cozinhar, Dançar Redes Sociais (ex: 1	
5	06/07/2021 15:12:49	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Estudante	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
6	12/07/2021 14:08:40	Sim	20 a 29	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	autônoma	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
7	16/07/2021 12:21:15	Sim	20 a 29	Feminino	Preta(o)	Solteira(o)	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc		
9	04/08/2021 13:44:48	Sim	30 a 39	Feminino	Parda(o)	Solteira(o)	Partner Manager	de 3 a 6 salários mínimo	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
10	04/08/2021 12:24:33	Sim	50 a 59	Feminino	Branca(o)	Casada(o)	Empreendedor	10 ou mais		1 Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
11	15/08/2021 18:21:06	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	União Estável	tecnica em química	de 3 a 6 salários mínimo:		1 Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
12	18/08/2021 00:13:22	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	União Estável	Social Media	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Jornais (ex: Folha, E	
13	18/08/2021 16:46:43	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	Casada(o)	Empresaria	de 3 a 6 salários mínimo:		1 Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
14	23/08/2021 17:57:08	Sim	20 a 29	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Estudante	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
15	31/08/2021 22:15:50	Sim	20 a 29	Feminino	Parda(o)	Solteira(o)	estudante	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
16	19/09/2021 00:26:12	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)					Praticar esportes, Viajar, Televisão, Revistas	
20	19/10/2021 12:49:33	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Assistente administrativo	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
22	05/11/2021 14:37:24	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	União Estável	Analista de marketing	de 3 a 6 salários mínimo:	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
23	09/11/2021 22:12:15	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	Casada(o)	gestora	de 3 a 6 salários mínimo:	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
24	11/11/2021 11:15:23	Sim	20 a 29	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)				Jardinagem, Revistas (ex: Exam	
25	12/11/2021 15:01:18	Sim	20 a 29	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Social Media	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
26	26/11/2021 19:05:55	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Bartender	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Praticar esportes, Viajar, Redes Sociais (ex: 1	
30	11/01/2022 18:19:49	Sim	40 a 49	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Supervisor de Atendime	de 3 a 6 salários mínimo:	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
31	12/01/2022 21:13:50	Sim	20 a 29	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Estudante	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
32	15/01/2022 18:25:27	Sim	20 a 29	Feminino	Parda(o)	Solteira(o)	jornalista	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
33	18/01/2022 14:05:39	Sim	30 a 39	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	Marketing	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Redes Sociais (ex: 1	
38	16/02/2022 19:10:41	Sim	20 a 29	Feminino	Parda(o)	Solteira(o)	Social media	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Jogar Video Game, Viaja Redes Sociais (ex: 1	
40	17/03/2022 17:39:54	Sim	20 a 29	Feminino	Preta(o)	Solteira(o)	desempregada			Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
42	25/03/2022 16:05:17	Sim	20 a 29	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	social mídia	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
43	29/03/2022 18:08:31	Sim	20 a 29	Feminino	Branca(o)	União Estável	Advogada	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão, Redes Sc	
45	09/05/2022 17:22:37	Sim	30 a 39	Feminino	Preta(o)	Solteira(o)	marketing	Até 2 salários mínimos		1 Praticar esportes, Viajar, Jornais (ex: Folha, E	
46	12/05/2022 08:26:35	Sim	19 ou menos	Feminino	Branca(o)	Solteira(o)	autônomo	Até 2 salários mínimos	Nenhum	Assistir TV (Filmes/Série Televisão	

Respostas ao formulário 1 Feminino Masculino

Fator muito importante: para você criar personagens com a melhor leitura de dados é interessante você filtrar os dados por gênero para entender o comportamento específico de cada



Por exemplo, apesar do público ser majoritariamente feminino não é bom mapear apenas uma persona e esquecer do público masculino

Assim é possível ser mais assertivo e...

Cronograma *personas*

Pos

APRESENTAR



*material
bastante
completo*



Olá,
Clara

Publicitária, 24 anos.

Segmentação geográfica

Onde estão



São Paulo - SP

Segmentação

Quem são



Idade

24 anos



Solteira e sem filhos

Clara



“Amo me cuidar e me sentir maravilhosa!”

Segmentação comportamental

quais são hábitos de consumo, afinidades e interesses

Clara é uma publicitária que possui horários bastante flexíveis em sua rotina, o que ela enxerga como uma vantagem, pois pode passar **mais tempo cuidando de si mesma**.

Apixonada por mundo pop e moda, ela também é bastante preocupada com seu bem-estar e não abre mão de ter a **casa sempre organizada**.

Em seu tempo livre, Clara gosta de assistir séries e fazer **Do-It-Yourself**.



Dados sobre consumo

quais são os cenários de interesse em beleza

Shampoo/
Condicionador

Hidratante/óleo
para cabelos

Filtro Solar e
maquiagens



Olá,
Carlos

Empreendedor, 27 anos

Segmentação geográfica

Onde estão



São Paulo - SP

Segmentação Demográfica

Quem são



Idade

24 anos



Solteiro e sem filhos

Carlos

“Minha carreira é muito importante e preciso de uma imagem de sucesso que combine com meu estilo de vida.”



Segmentação comportamental

quais são hábitos de consumo, afinidades e interesses

Carlos é um profissional de negócios que viaja constantemente a trabalho e por lazer. Por esse motivo, em seu dia a dia costuma fazer a barba com frequência e gosta de estar perfumado para visitar seus clientes.

Preocupado com suas finanças, ele é bastante interessado em **serviços financeiros** e **investimentos**. Além disso, Carlos não abre mão de aprender coisas novas.

Em seu tempo livre, Carlos gosta de **viajar pelo Brasil e América Latina**. Ele também costuma se cuidar bastante, por isso **pratica esportes** e vai a salões de beleza com frequência.



Dados sobre o mercado

quais são os cenários de interesse em beleza

Shampoo/
Condicionador

Creme dental e
pós barba

Perfumes

Resumo!



01

Alinhamento essencial

Antes de montar um cronograma, é importante alinhar as expectativas sobre o material e sobre as ferramentas disponíveis.

02

Coleta de dados assertiva

Com base no alinhamento e nos objetivos da persona, fazer uma coleta de dados direcionada e atentiva.

03

Análise e apresentação

Fazer o cruzamento das informações coletadas visando o objetivo estabelecido.

04

Estratégias

A partir das informações desenhadas na análise de persona é possível traçar estratégias em diversas instâncias, principalmente na comunicação.