# GUIA DE CONSTRUÇÃO DE PERSONAS



ESTE GUIA É A BASE PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA PERSONA E ESTÁ ACOMPANHADO POR UM EXEMPLO PRÁTICO PARA QUE POSSAS COMPREENDER MELHOR

PIXY

Marketing Mindset

Reunimos os principais atributos de devem contemplar a criação de uma (Neuro)Persona para que possas começar a delinear os perfis dos teus clientes.

PIXY

Marketing Mindset



# Nome

Um nome ajuda e permite que as pessoas da tua equipa se refiram à pessoa em questão de quem estão a falar.

Exemplo: Joana Marketer

PIXY
Marketing Mindset



# Fotografia

O que é um nome sem rosto?
Dar um rosto à tua persona ajuda as pessoas a relacionarem-se com a ela a um nível mais pessoal e emocional.
Podes recorrer a bancos de imagens, mas o melhor é ir para o mundo real e tirar uma foto de alguém que realmente utiliza o teu produto.

PIXY
Marketing Mindset



# Título e Profissão

A Joana é marketer especialista em estratégia. Trabalha por conta própria há 3 anos. Quer aumentar o seu conhecimento na área do Neuromarketing para poder expandir os seus serviços e prestar um acompanhamento mais personalizado às marcas com quem trabalha.

PIXY
Marketing Mindset



# Idade

35 anos.

Nunca devemos subestimar a importância da idade, é um dos indicadores que mais revela o estilo de vida e as escolhas de produtos e serviços de uma pessoa.

PIXY

Marketing Mindset



# Estado Civil

Casada com o João e tem uma filha (Laura) com 2 anos.

PIXY
Marketing Mindset

# Objetivos

Podem ser bastante generalistas, como: aumentar o seu conhecimento. Mas existem situações que podem ser bastante específicos e relacionados com o tipo de produto ou serviço comercializado.
Por exemplo, ser capaz de construir estratégia diferenciadas tendo por base os conhecimentos e desenvolvimentos do Neuromarketing.

PIXY
Marketing Mindset



# Valores/Medos

O que é que a Joana valoriza num produto / serviço? É a facilidade de uso? Ou talvez conteúdo apelativo e fácil de compreender?

Talvez a persona esteja muito consciente do fator preço e queira adquirir um produto/serviço o mais barato possível.

Conhecer quais os valores da tua persona e de que forma se refletem no produto/serviço ajuda-nos a definir e compreender os medos da Persona.

PIXY

Marketing Mindset



# Dores/Pontos de Dor

Quais são os desafios que a Joana enfrenta na vida?
Mais uma vez, isto pode ser bastante abrangente, como o facto de ele ter dificuldade em destacar-se dos restantes profissionais da sua área de trabalho.
Ou pode ser mais específico como por exemplo: quer desenvolver um método único de criação de negócios e estratégias com base no Neuromarketing

PIXY
Marketing Mindset



# Nota

A criação de Personas não deve consumir demasiado tempo e energia numa equipa de Marketing. Aqui na Pixy defendemos que o processo deve ser levado muito a sério, mas acreditamos também num processo interativo, ou seja, depois de criado o primeiro esboço deves deixar que as tuas personas cresçam e se desenvolvam a par com o teu produto / serviço, porque à medida que aprendes mais sobre o teu produto, aprenderás mais sobre as tuas personas.

PIXY

Marketing Mindset



# Nota

Para perceberes se efetivamente estas a desenhar personas, com traços emocionais que te permitem aplicar as estratégias de Neuromarketing e impactar emocionalmente os teus clientes sugerimos que recorras aos 4 pilares da Neuropersona (que se encontram no workshop) e respondas a cada um deles com as informações da tua persona.

PIXY

Marketing Mindset

# Nota

Se conseguires responder aos 4 pilares, parabéns, estás um passo mais à frente!

Para aprenderes mais sobre personas, neuropersonas e o Neuromarketing aplicado, inscreve-te no nosso workshop de Criaçaõ de Personas!

PIXY
Marketing Mindset

# Cria a tua persona




Nome: _____

Idade: _____

Estado Civil: _____

Profissão: _____

## Descrição (objetivos, valores, dores, medo)

## Meios de comunicação e marcas que consome

(Ex: Meios de comunicação: jornal, televisão, redes sociais, etc. Marcas: Coca-cola, Volvo, etc. )

PIXY

Marketing Mindset