

?
**COMO CRIAR A
"BUYER PERSONA"
CORRETA PARA A
SUA EMPRESA**



O QUE SÃO BUYER PERSONAS?

Buyer personas são personagens, representações generalizadas de seus clientes ideais. Eles o ajudam a entender seus clientes (e potenciais clientes) melhor e te ajudarão a adequar o seu conteúdo às necessidades específicas, comportamentos e preocupações de diferentes grupos.

Buyer personas ideais são aqueles baseados em pesquisas de mercado bem como em dados que você tenha sobre a sua atual base de clientes (por meio de pesquisas, entrevistas, etc). Dependendo do seu mercado, você pode ter poucas personas, como uma ou duas, ou ter muitas, 10 ou 20. (Nota: Se você é novo em definir personas, comece devagar! Você sempre poderá desenvolver mais personas se precisar)



O QUE SÃO PERSONAS NEGATIVAS?

Considerando que uma buyer persona é uma representação de um cliente ideal, uma persona negativ é a representação de uma pessoa que você não quer como seu cliente.

Isso pode incluir, por exemplo, profissionais que são muito avançados para o seu produto ou serviço, estudantes que estão engajando com o seu conteúdo apenas por pesquisa/conhecimento, ou potenciais clientes que são muito caros para adquirir (por causa de um preço de médio de venda médio, sua propensão a não concluir o processo, ou a pouca probabilidade de comprar novamente da sua empresa.)



COMO VOCÊ PODE USAR ESSAS PERSONAS?

No nível mais básico, personas permitem que você personalize ou direcione o marketing para diferentes segmentos do seu público. Por exemplo, ao invés de enviar o mesmo e-mail de nutrição de leads para todos da sua base, você pode segmentar por buyer persona e adequar suas mensagens de acordo com o que você sabe sobre essas diferentes personas.

Se você também criar personas negativas, você conseguirá segmentar as "maças podres" da sua lista de contatos. Isso pode ajudá-lo a reduzir o seu custoporlead e custo de aquisição (e ver o consequente aumento da sua produtividade de vendas). Tendo o buyer personas também poderá mapear melhor sua base de contatos e criar conteúdo mais direcionado.



COMO CRIAR AS BUYER PERSONAS?

Buyer personas são criadas por meio de estudos, pesquisas e entrevistas com o seu público-alvo. Isso inclui um mix de clientes, prospects e aqueles que estão fora de sua base de contatos mas que podem fazer parte do seu público-alvo. .

Seguem abaixo alguns métodos práticos para reunir as informações que você precisa para desenvolver personas:



Pesquise o seu banco de dados de contatos para descobrir tendências sobre como certos leads ou clientes procuram e consomem o seu conteúdo.



Ao criar formulários para o seu site, use os campos para capturar informações importantes sobre a persona. (Por exemplo, se todas as suas personas variam de acordo com o tamanho da empresa, peça a cada lead informações sobre o tamanho da empresa em seus formulários. Você também pode coletar informações sobre quais mídias sociais seu lead utiliza, perguntando a ele sobre suas contas nas mídias sociais).



Leve em consideração o feedback de sua equipe comercial sobre os leads com que eles estão interagindo. (Como funciona o ciclo de vendas da sua empresa ? Quais observações os vendedores podem fazer sobre diferentes tipos de clientes que sua empresa atende ?)

Primeiro, vamos mostrar um exemplo, depois você terá os modelos em branco para criar suas próprias personas.

Exemplo de Persona:



EMPRESÁRIA, LUIZA



Sexo: Feminino



Idade: 40-50 anos



Renda: R\$12.000 a R\$15.000 por mês



Educação: Superior Completa



Local: Grandes capitais



SUZIE SHOPKEEPER



Função: Dona de seu próprio negócio, esposa e mãe de 3 crianças.



Metas: Ser empreendedora e dona de um negócio bem sucedido. Busca aprender maneiras de tornar seu trabalho mais eficiente para poder dedicar mais tempo à sua família.



Desafios: Ela trabalha em seu próprio negócio. Quando iniciou sua empresa ela precisou dedicar muito tempo para garantir sucesso, mas agora deseja ter uma vida mais equilibrada entre trabalho/ vida pessoal para poder acompanhar mais de perto o crescimento dos filhos. Ela deseja poder diminuir ou mudar seu ritmo de dedicação profissional e ao mesmo tempo prosperando seu negócio .



A história de Luiza: Após se formar na universidade, ela entrou para o mercado de trabalho e iniciou uma rotina típica de mercado, trabalhando das 9 às 18 horas diariamente. Rapidamente atingiu um patamar satisfatório, e resolveu deixar a empresa e arriscar-se abrindo seu próprio negócio. Ela sempre teve uma paixão de ser empreendedora.

Focada no sucesso, Luiza mergulhou de cara no seu negócio novo até conseguir fazê-lo crescer.



SUZIE SHOPKEEPER

Conforme seu negócio foi-se desenvolvendo, sua família também crescia, com o nascimento de seus filhos. Luiza gosta de ser seu próprio chefe e trabalhar em coisas que realmente aprecia. No entanto, ela continua tendo que trabalhar o mesmo número de horas que trabalhava no início do seu negócio. No início parecia normal, mas agora que tem sua família, não quer deixar de acompanhar o crescimento de seus filhos.

Luiza gosta de ter controle de sua vida e, por isso, tem receio que dar um passo atrás ou mudar a forma de fazer as coisas (para poder dedicar mais tempo à família) pode acabar impedindo ou limitando o crescimento da sua empresa. Ela precisa achar uma forma de equilibrar o seu trabalho com sua vida pessoal, sem que se sinta como quem está perdendo o controle. Ela tem muito conhecimento sobre seu negócio, mas sabe que não é o bastante e que existem muitas oportunidades que ela poderia estar aprendendo e colocando em prática no seu negócio, mas não sabe por onde começar.

AGORA É SUA VEZ!

Disponibilizamos um modelo para você criar suas próprias personas.



Qual é sua informação demográfica?



Qual seu nível profissional?



Como é um dia de trabalho dessa persona?



Quais são suas fraquezas?
Como você pode ajudá-la?



O que ela mais valoriza?
Quais são suas metas?



Onde ela busca
informação?



O que ela espera obter
quando procura por seus
produtos ou serviços?



Quais são as principais
objeções aos seus
produtos ou serviços?

Sobre a WSI

A WSI é a Agência de Marketing Digital com o maior networking de especialistas do mundo. Estamos presentes em mais de 80 países, Atendemos empresas de diversos tamanhos e segmentos globalmente. No Brasil, somos mais de 30 escritórios distribuídos nos principais estados e capitais. Nossas estratégias comprovadas são utilizadas para entregar milhares de soluções de marketing digital mundialmente em diversas especialidades.

Nos últimos 20 anos, a WSI conquistou muitos prêmios de marketing digital pelas suas soluções, sempre se atualizando às inovações contínuas da internet. Temos orgulho em ajudar empresas tirarem o máximo proveito dos seus investimentos em marketing digital.

Está pronto para se aprofundar e conversar sobre estratégias de marketing digital?

www.wsitecnologiaonline.com

Thaís Leonel – 16 99620-4148

@thaleonel

www.linkedin.com/in/thaisleonel

thais@wsitecnologiaonline.com

Copyright ©2015 WSI. Todos os direitos reservados.

Cada unidade de consultoria WSI é de propriedade e operação independentes.