

## Analizando o Público-alvo

### Transcrição

Temos uma coleção visual a respeito de como as marcas e parceiros do Bytebank se comunicam no mercado, o que nos inspira muito sobre como trabalharmos a marca. Imagino que você também já tenha várias alternativas e opções de desenhos, amadurecido algumas ideias... Mas ainda falta explorarmos uma parte muito importante do mercado: o cliente.

De acordo com o nosso briefing, o público-alvo tem o seguinte perfil:

Público-alvo: classe média, 21 a 30 anos, estudantes, funcionários, empresários ou autônomos, de grandes centros urbanos, que não podem ou desejam utilizar os cartões de bandeiras tradicionais, mas têm desejo de realizar compras internacionais online.

Podemos entrar em contato com quem seria esse público-alvo, por meio de um exercício de empatia, nos perguntando "quem é essa pessoa?". Através da simples leitura das breves descrições das pessoas conseguimos imaginá-las, há um sentimento mais próximo em relação a elas?

Vamos testar listar algumas perguntas para identificarmos quem é essa pessoa, seu nome e idade, inventando um indivíduo fictício e imaginando o que ele faz, que problemas enfrenta em relação ao cartão de crédito, por exemplo. Quais são seus desejos? Podemos pensar em perguntas como esta, e anotá-las:

Nome, idade

Atividade principal

Outras atividades

Em que empresa?

Grau de instrução?

Principais mídias que usa

Dificuldades com crédito

Como o Bytebank pode ajudar?

Começaremos inventando um nome: **Alan**. Pode ser um estudante, estagiário de Administração na sede de uma franquia nacional. Provavelmente, trabalha na logística, na administração de todas essas franquias. Seu grau de instrução é superior incompleto e, quanto às principais mídias, imagino-o utilizando o Instagram, por ele ser de uma geração muito visual, além de Whatsapp e Telegram. Como estudante, possui dificuldade para conseguir ter acesso ao crédito por não conseguir comprovar renda mínima nem se cadastrar no Nubank, tampouco no banco no qual tem uma conta universitária.

Como o Bytebank pode ajudar? O Alan deseja ter um cartão de crédito internacional para poder assinar serviços como o Spotify, e outros que possam ter a ver com seu trabalho. O Bytebank oferece acesso facilitado sem análise de crédito rígida e burocratizada.

Isto pode ajudar o usuário, que pode estar enfrentando grande burocracia do Nubank e, agora, vai conseguir a análise de crédito que não conseguiu com os bancos convencionais.

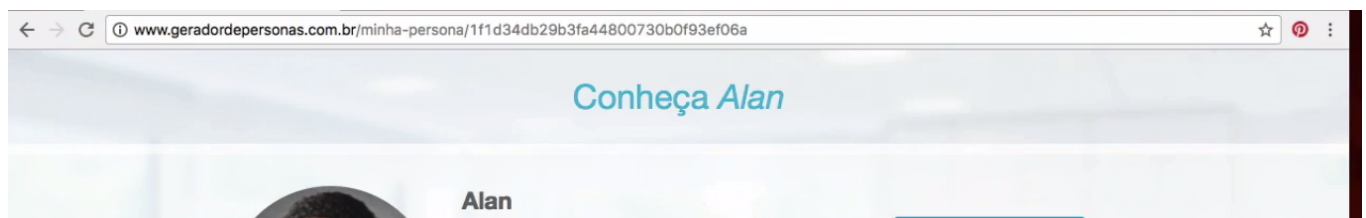
Já pensamos no usuário, e podemos escolher uma foto para ele, montando uma personalidade que não existe mas que se encaixa no público-alvo que queremos. Pode-se criar várias personalidades desta forma, mas será que é a única maneira de fazê-lo? Não, existem alguns serviços que fazem isso, como o [Gerador de Personas \(http://geradordepersonas.com.br/\)](http://geradordepersonas.com.br/)!



Preencheremos o cadastro com nossos dados pessoais na tela seguinte, como nome e e-mail. Depois, receberemos explicações básicas sobre o que é um **persona**. O próximo passo será preencher os campos com os dados do personagem que acabamos de criar: Alan, sexo masculino, 21 anos, estudante e estagiário de Administração.

Informaremos também seu local de trabalho, o nível de escolaridade e os meios de comunicação usados pela persona. Será perguntado também quais os seus principais objetivos, e definimos que ele quer um cartão de crédito internacional para poder assinar serviços como Spotify e outros.

No campo seguinte teremos que falar sobre seus desafios. No caso, o Alan ainda não conseguiu obter acesso a crédito por não conseguir comprovar uma renda mínima, e também não conseguiu acesso ao Nubank nem ao banco em que tem uma conta universitária.



O site criará o perfil com a imagem escolhida e, em seguida, baixaremos o PDF. Este exercício nos ajuda a começar a pensar e tentar nos sentir na pele da pessoa. Criaremos vários, dois ou três, pelo menos. Desta forma, cobriremos várias possibilidades de nosso público. Sempre que precisamos refletir a respeito disto, usaremos as personas criadas. Já criei outras duas:

- **O João:** representante comercial de uma empresa de construção, com 30 anos. Possui Ensino Médio completo, usa Whatsapp e e-mail para vendas, além do Facebook. Seu objetivo é ter um cartão apenas para compras online internacionais. Ele já perdeu várias encomendas, e a Bytebank vai poder ajudá-lo oferecendo um seguro de ponta a ponta na transação internacional, além de outras facilidades.



**Joao**

**Representante comercial**

**Empresa:** Empresa de Construção

**Idade:** 30 anos

**Genêro:** Masculino

**Educação:** Ensino médio

**Mídias:** Facebook, Whatsapp e e-mail

**Objetivos:** Tem vontade de um cartão somente e especificamente para compras online internacionais, para não misturar com seus outros cartões que já lhe deram dor de cabeça em compras internacionais.

- **Martha:** trabalha como designer júnior em um famoso escritório de Branding, e tem 25 anos. Possui Ensino Superior completo, usa Facebook, Instagram e Snapchat com frequência. Ela deseja utilizar uma plataforma online mais transparente, com maior controle sobre seus gastos. Teve problema de crédito e ficou com nome sujo, já resolveu a situação mas não conseguiu aderir ao Nubank. O Bytebank irá ajudá-la com a facilidade de cadastro, transparência e dinamismo, simplificando sua vida financeira.



**Martha**

**Desginer Jr**

**Empresa:** Em um famoso escritório de Branding

**Idade:** 25 anos

**Genêro:** Feminino

**Educação:** Ensino superior

**Mídias:** Facebook, Instagram e Snapchat

**Objetivos:** Desejo de usar uma plataforma online, mais transparente e que lhe de maior controle de seus gastos.

**Desafios:** Teve problema de crédito e ficou com nome sujo. Já resolveu a situação mas tem problemas para aderir ao Nubank.

**Como minha empresa pode ajudá-la:** Facilidade no cadastro, plataforma online,

Se você quiser pesquisar mais sobre o uso das faixas etárias, será bastante válido. Vimos que cada persona tem questões específicas, e os problemas citados tem a ver com aqueles enfrentados pela classe média. Neste momento temos uma base mais palpável quando pensamos no público.

Faça esse exercício, tente criar outras personas, isto te ajudará a se colocar "na pele" da pessoa que receberá seu trabalho. Este exercício recebe o nome de **Proto-Persona**, um trabalho no qual criamos pessoas inexistentes, apenas para a realização desta atividade. Temos cursos na Alura falando sobre isso, eu recomendo o curso [UX Strategy - Divergindo e afunilando ideias](https://www.alura.com.br/curso-online-ux-strategy) (<https://www.alura.com.br/curso-online-ux-strategy>).

Este curso aborda a criação de Personas e Proto-Personas em um de seus tópicos, "Entendendo o Usuário". Isso costuma ser feito em um contexto mais amplo, pensando em criação de Branding e de uma estratégia de Marketing mais completa. No nosso caso, não precisamos nos aprofundar tanto. No entanto, queremos mostrar como este exercício é feito, pois agiliza o processo de empatia acerca do público.

A seguir, veremos inspirações e influências fora do mercado e do público-alvo. Tentaremos trazer informações do mundo do Design e influências pessoais que pautam nosso estilo de trabalho.