

## Quando personas mudam e outras ferramentas

### Transcrição

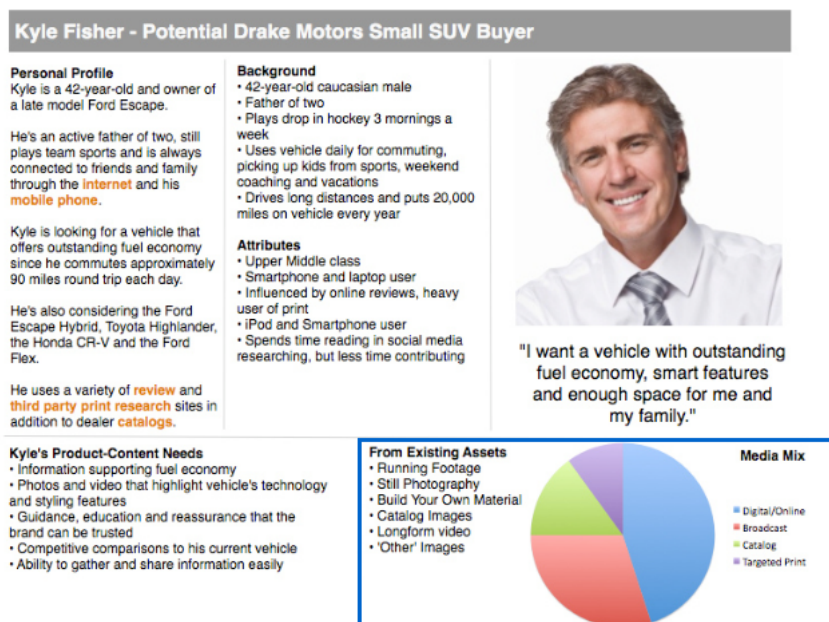
Não é porque você definiu uma persona que você deve mantê-la para sempre. **Personas mudam**, assim como nossos objetivos pessoais, e é preciso revisá-las a cada seis meses ou um ano, e verificar se os objetivos criados para a persona original ainda fazem sentido.

Observe todas as informações que recolhemos:

### Persona

- Foto
- Informações demográficas
- Personalidade
- Narrativa/biografia
- Interesses
- Objetivos
- Nome

Devemos pensar em uma maneira de inspirar as pessoas a olharem para esse conjunto de informações e pensarem que estão projetando para esse indivíduo, da mesma forma que fizemos com a proto-persona. O uso de infográficos para a montagem da *persona* foi algo que adquiriu bastante adeptos de uns tempos para cá:



Essa pessoa se chama Kyle Fisher, e são exibidas diversas informações a seu respeito, um infográfico, uma frase que ele provavelmente diria, e afins. Outro exemplo é o de Fabiano Gusmão, cuja ficha criamos:

## Fabiano Gusmão



Uma ferramenta bacana para a criação destes infográficos é a [Xtensio \(https://xtensio.com/\)](https://xtensio.com/), e para acessar a ferramenta basta criarmos uma conta com nome e senha. Encontramos várias funcionalidades interessantes para a criação de *personas*, como a *User Persona*, que seria a persona de Usuário.

Ao clicarmos no botão "Use Template", será aberto um formulário para preenchermos de acordo com os dados da persona. Ao final da página clicaremos em um botão "+ Add", para salvarmos as informações, com o qual poderemos incluir outras informações necessárias, como imagens, gráficos, e tags. Um dos pontos positivos dessa ferramenta é que ela é gratuita.

Como exemplos de *persona* desenvolvido em um curso presencial, o da Clara Liz Bittencourt tem diversas características, e sua narrativa é contada em primeira pessoa, como se o grupo que fez esse exercício fosse a própria Clara.



Outro exemplo é o [Malchimp](https://blog.mailchimp.com/new-mailchimp-user-persona-research/) (<https://blog.mailchimp.com/new-mailchimp-user-persona-research/>), empresa que criou personas e as representou em pôsteres incríveis, que espalhou em paredes da firma:



Outro exemplo de persona é o da **Shopify**, em formato de cartão, onde constam todas as características da persona:



A ideia da persona é realmente alcançar o público-alvo e deixá-lo visível para a equipe.

Como nós estamos pensando em um público-alvo específico, podemos dizer que estamos pensando em uma **persona primária**.