

Personas

Transcrição

Para darmos continuidade ao curso, é necessário ter assistido às entrevistas que foram realizadas com a Luciana, da equipe de implementação do sucesso do cliente, e com a Talita, da equipe de vendas, [ambas disponíveis aqui](#). (<https://cursos.alura.com.br/course/ux-research-primeiros-passos/task/60240>)

Na pesquisa, realizamos a entrevista com seis pessoas ao todo: duas da equipe de vendas e quatro da equipe de sucesso do cliente. Para passarmos as informações para outras pessoas interessadas, as informações passadas foram transcritas. Isso facilita o processo, já que quem estiver interessado não precisará assistir às entrevistas por completo.

No texto, encontraremos vários itens que foram identificados a partir das falas dos entrevistados, lembrando que eles não estão identificados. Como temos uma grande diversidade de tópicos, seria difícil para outra pessoa saber quais informações são importantes. Poderíamos separar essas informações em outro arquivo de texto, mas existem jeitos melhores de as apresentarmos.

Um exemplo, que usaremos nesse curso, é a partir das **personas** - personagens fictícios criados a partir de dados coletados durante as entrevistas. As personas também nos ajudando eliminando a necessidade de identificarmos as pessoas e as informações que elas nos passaram, pois estas serão agrupadas nos personagens fictícios.

No nosso caso, as personas foram criadas para grupos de pessoas, começando pelo "Ricardo", uma persona criada para o grupo de vendas. Apesar de termos realizado uma entrevista com a Talita, a equipe de vendas da MusicDot é composta em sua maior parte por homens, e por isso selecionamos uma persona masculina.

Criamos duas personas para a equipe de sucesso do cliente. A primeira, Carolina, faz os atendimentos no cotidiano, sanando as dúvidas das empresas. A Letícia, também dessa equipe, mas trabalha especificamente com a parte de implementação, apresentando a plataforma, seus recursos e funcionalidades logo após a contratação.

Nos nossos objetivos, definimos que precisamos saber quais são as dificuldades das empresas, e não exatamente das pessoas que essas personas representam. Sem obtermos dados diretamente das empresas, não poderemos criar uma persona que as representem, afinal só temos informações indiretas. Nesse caso, criaremos uma proto-persona, uma espécie de esboço de persona que possui todas as informações genéricas que obtemos indiretamente a partir das entrevistas.

Para acompanhar a análise das personas, você pode [baixar o PDF clicando aqui](#) (<https://drive.google.com/file/d/19JuuFejMzfHABJVfd44c2sjgmr8Dg0qv/view>).

Na construção das personas, incluímos os tópicos "objetivos", "frustações" (tanto em relação ao sistema administrativo quanto à plataforma B2B da MusicDot), "desejos" e "necessidades". Abaixo, colocamos as características de personalidade, experiência e o que ela conhece de tecnologia. Essas não são informações fixas, e podem ser modificadas livremente a depender da necessidade.

No caso da proto-persona, como não entrevistamos nenhum representante das empresas parceiras da MusicDot, não incluímos os traços de personalidade, experiência ou tecnologia, mas sim os "pontos fortes" e "pontos fracos" que a pessoa tem em relação à plataforma.

