

1 Termos relacionados a sua marca.

a) Nome da sua empresa

2 Termos relacionados a sua solução

a) nome do seu produto

b) nome do seu serviço

c) nome do tipo de negócio físico (lanchonete, farmácia, padaria, etc)

3 Termos de marcas concorrentes

a) nomes das marcas das empresas concorrentes

4 Termos relacionados a solução dos seus concorrentes

a) nome dos produtos dos seus concorrentes

b) nome dos serviços dos seus concorrentes

c) nome do tipo de negócio físico dos concorrentes (lanchonete, farmácia, padaria, etc)

5 Termos relacionados a solução dos seus concorrentes

DICA: em vários negócios, seus clientes não sabem o nome da sua solução rigorosamente igual a você. Por isso, em muitos casos, seu cliente cria formas diferentes de pesquisar. É preciso conhecer também as mais variadas formas que seu cliente usará para pesquisar o que você vende.

a) nome ou nomes do seu produto pelas variações dos seus clientes

b) nome ou nomes do seu serviço pelas variações dos seus clientes

c) nome ou nomes do tipo de negócio físico pelas variações dos seus clientes

6 Problemas que seu público quer resolver

7 Desejos ou metas que seu público deseja alcançar

8 Concorrentes por solução (não concorrência direta)

DICA: Muitas vezes a persona é rigorosamente a mesma. Com isso você consegue mapear várias dores, desejos, objeções, discursos de venda, entre outros.



FOLHA DE RESPOSTAS



FOLHA DE RESPOSTAS



FOLHA DE RESPOSTAS



FOLHA DE RESPOSTAS



FOLHA DE RESPOSTAS