

Desafios para o curso de Ux Writing:

Desafio 1:

Cenário: Em uma fintech que oferece um software por assinatura (SaaS), temos claro sobre qual o perfil do cliente que queremos em cada etapa da jornada, mas cada área funcional trabalha voltada para seus objetivos específicos (metas), aproveitando pouca sinergia e deixando a necessidade do cliente (dor/benefício) em segundo plano.

Desafio: Descrever 2 personas (persona ideal que queremos e a antipersona – a que não queremos) para que todos os tempos trabalhem conectados ao cliente.

Entregáveis: personas, com nome, empresa, idade, gênero, nível de educação, mídias sociais que mais usam, objetivos de médio/longo prazo, desafios de curto prazo e como nossa empresa pode ajudá-la.

Descreva como foi feito cada processo e como chegou a esta conclusão

Persona Ideal

- **Nome:** Ana Silva
- **Empresa:** StartupTech Solutions
- **Idade:** 32 anos
- **Gênero:** Feminino
- **Nível de Educação:** Mestrado em Engenharia de Software
- **Mídias Sociais:** LinkedIn e Twitter
- **Objetivos de Médio/Longo Prazo:** Aumentar a eficiência operacional de sua startup e expandir para mercados internacionais.
- **Desafios de Curto Prazo:** Integrar novas ferramentas SaaS à sua empresa e treinar a equipe para usá-las eficazmente.
- **Como nossa empresa pode ajudá-la:** Fornecendo suporte especializado na integração de nossos serviços, oferecendo treinamento personalizado e recursos de otimização.

Antipersona

- **Nome:** João da Silva
- **Empresa:** TradiServ
- **Idade:** 55 anos
- **Gênero:** Masculino
- **Nível de Educação:** Ensino Médio
- **Mídias Sociais:** Não utiliza
- **Objetivos de Médio/Longo Prazo:** Manter o status quo de sua empresa tradicional.
- **Desafios de Curto Prazo:** Resistência à mudança e falta de conhecimento em tecnologia.
- **Como nossa empresa pode ajudá-lo:** Oferecendo consultoria para transição digital suave, simplificando o processo e minimizando o tempo de aprendizado.

Para criar as personas ideais e a antipersona que ajudarão a alinhar todas as áreas funcionais ao cliente na fintech de SaaS, segui estes passos::

1. Coleta de Dados:

- Comecei coletando informações de pesquisa de mercado, dados de clientes existentes e feedbacks.
- Realizei pesquisas qualitativas e quantitativas para entender as necessidades e expectativas dos clientes.

2. Segmentação:

- Com base nas informações coletadas, segmentei os clientes em grupos com características semelhantes.

Esses passos ajudarão a garantir que todas as áreas funcionais estejam alinhadas com as necessidades do cliente e trabalhem em conjunto para alcançar os objetivos da fintech de SaaS.

1. Validação e Ajustes:

- Após criar essas personas, valide-as com sua equipe e ajuste conforme necessário. Certifique-se de que todos compreendam esses perfis.

2. Comunicação Interna:

- Compartilhe essas personas com todas as áreas funcionais, destacando como cada uma pode contribuir para atender às necessidades da persona ideal e como evitar atender à antipersona.

3. Monitoramento Contínuo:

- Mantenha-se atualizado sobre as mudanças nas necessidades dos clientes e ajuste as personas conforme necessário.

Desafio 2:

Cenário: Em uma fintech que oferece um software por assinatura (SaaS), temos clareza sobre qual o perfil do cliente queremos em cada etapa da jornada, mas cada área funcional trabalha orientada a seus objetivos específicos (metas), aproveitando pouca sinergia e deixando a necessidade do cliente (dor/benefício) em segundo plano.

Detalhes:

MQL (marketing qualified lead ou lead qualificado) é:
tem empresa aberta ou pretende abrir nos próximos 30 dias
atua no segmento de varejo ou e-commerce
tem site e e-mail @empresa.com.br

SQL (sales qualified lead ou oportunidade) é:
recebe por PIX, cartão ou boleto ou tem conta bancária
organizar o financeiro é uma prioridade nos próximos 30 dias.

PQL (product qualified lead ou usuário qualificado) é: usuário que fez login 3 ou mais vezes nos últimos 30 dias e realizou uma ou mais movimentações financeiras nos últimos 30 dias.

Desafio: Descrever 2 personas para que todos os times trabalhem conectados ao cliente.

Descreva duas personas, sendo:
persona ideal (o que queremos)
antipersona (o que não queremos)

Dicas:

Considere os inputs da jornada: atração (no marketing), aquisição (em vendas) e em ativação/engajamento (no produto).

Entregáveis: 2 personas, com nome, empresa, idade, gênero, nível de educação, mídias sociais que mais usa, objetivos de médio/longo prazo, desafios de curto prazo e como nossa empresa pode ajudá-la.

Nome: [crie um nome fácil de memorizar e de criar empatia]

Empresa: [defina um nome para a empresa]

Idade: [use dados de pesquisa ou sua experiência]

Gênero: [use dados de pesquisa ou sua experiência]

Mídias sociais: [lista 1 ou 2 mais relevantes]

Objetivos: [o que é a definição de sucesso de médio/longo prazo]

Desafios: [dores e prioridades de curto prazo]

Como podemos ajudar: [por que é bom para essa persona estar conosco]

Descreva como foi feito cada processo e como chegou a esta conclusão

Para criar duas personas que ajudarão a alinhar todas as áreas funcionais da fintech de SaaS com os clientes, vamos considerar a jornada do cliente, desde a atração, aquisição até a ativação/engajamento.

Persona Ideal:

Nome: Sophia Ribeiro

Empresa: E-commerce Inc.

Idade: 34 anos

Gênero: Feminino

Mídias Sociais: LinkedIn, Instagram

Objetivos de Médio/Longo Prazo: Aumentar as vendas de sua loja online e otimizar a gestão financeira.

Desafios de Curto Prazo: Expandir para novos mercados e melhorar a eficiência financeira do negócio.

Como podemos ajudar: Nossa solução SaaS oferece insights financeiros detalhados para otimizar os fluxos de caixa, além de integrações fáceis com métodos de pagamento, facilitando a gestão financeira e o crescimento do e-commerce.

Antipersona:

Nome: Pedro Rodrigues

Empresa: Orgulho da Tradição

Idade: 50 anos

Gênero: Masculino

Mídias Sociais: Pouco uso de mídias sociais

Objetivos de Médio/Longo Prazo: Manter a estabilidade financeira de sua empresa de serviços.

Desafios de Curto Prazo: Resistência à mudança, falta de prioridade para a gestão financeira.

Como podemos ajudar: Embora sua empresa possa não ser a melhor adequada para nossa solução, oferecemos serviços de consultoria financeira personalizada para ajudar a simplificar a transição para métodos financeiros mais eficientes, minimizando interrupções nos negócios.

Para criar essas personas, foram coletados dados de clientes existentes, pesquisas de mercado e feedbacks. A partir dessas informações, as personas foram segmentadas e detalhadas. A persona ideal representa o cliente alvo que se beneficiaria significativamente da solução SaaS. A antipersona representa um cliente que provavelmente não se beneficiaria tanto e pode não estar alinhado com os objetivos da empresa. Com essas personas, todas as áreas funcionais podem trabalhar de maneira mais conectada ao cliente, alinhando-se com as necessidades e objetivos dos clientes em cada etapa da jornada.