

COMO DEFINIR AVATAR		CONCLUSÕES
1. Quais os dados demográficos da persona?	Qual a idade, sexo e localização, estado civil, profissão?	
2. O que a persona vê?	<p>Responda as perguntas que tem relação com o seu negócio. Aqui você verá com os olhos da persona.</p> <p>Como é o ambiente que a cerca? Quem e como são os amigos dela? Como é o lugar em que ela mora? Como é o trabalho dela? O que ela vê no espelho quando acorda e quando acaba de se vestir?</p> <p>O que ela vê que a deixa triste? O que ela vê que a deixa feliz?</p>	
3. O que a persona ouve?	<p>Aqui você escutará com os ouvidos da sua persona.</p> <p>O que seus amigos dizem? O que seus pais dizem? O que seu conjugue diz? O que seus filhos dizem? Quais as personalidades que ela escuta? Quais os canais de mídia que ela escuta? Que tipo de música ela escuta?</p> <p>O que ela ouve das outras pessoas que a irrita? O que ela ouve que a deixa feliz?</p>	

4. O que ela fala?	Aqui você falará com a boca da sua persona. Preste atenção na diferença entre o que ela fala e o que ela pensa. O que ela fala que é (mas ainda não chegou lá? Quais as mentiras que ela conta? Quais as vantagens que ela conta? O que ela fala quando percebe a dor? O que ela fala para os pais, filhos e conjugue? O que ela fala para os amigos? Qual o seu comportamento quando está com outras pessoas? Qual o seu comportamento quando está sozinha? O que ela fofoca com as outras pessoas?	
5. Quais são os sonhos mais secretos?	O que ela não conta para ninguém, mas deseja? Quais são suas aspirações? Ela gostaria de ser mais expansiva, mais admirada, mais famosa, mais segura de si, mais controlada emocionalmente? (por enquanto, concentre-se nas aspirações emocionais, não materiais) Ela gostaria de ser mais rica, ter um carro melhor, ter uma casa melhor localizada? (aqui você se concentrará nas aspirações materiais)	
6. Quais as suas frustrações?	O que a persona gostaria de ter sido, mas não conseguiu (pintor, músico, engenheiro, médico, alguém mais livre, solteiro)? O que a persona não conseguiu se conformar ao longo de toda sua vida? Do que ela se arrepende de ter feito e/ou de não ter feito?	

7. O que é "ter sucesso" (com relação ao negócio em que você está) para ela?	Como ela mede o sucesso (se olhando no espelho e gostando do que vê, Pesando-se na balança, olhando para a pintura que fez e gostando, pintando um quadro, recebendo seu primeiro real de uma venda online)?	
8. Qual o quadro mental da dor?	Aqui você vai pintar o quadro mental atual dela. No tempo presente. Você vai explicar para ela, melhor do que ela mesmo conseguiria descrever, quais as frustrações e dores do dia a dia dela com relação às dores que quer ressaltar. Crie um quadro mental que tenha textura, cores, sentimentos. Quanto mais vívido esse quadro for para ela (quanto mais o quadro estiver condizente com o próprio dia a dia dela, mais a persona vai se sentir dentro dele e maior será a conexão com o produto).	

9. Qual o quadro mental do prazer?

Pinte o quadro mental de como a vida será maravilhosa (esse é um quadro do futuro após comprar e implementar os conhecimentos do produto) depois que ele atingir pleno êxito na aplicação do produto e como que os benefícios do produto vão se relacionar com a sua vida cotidiana. Dê detalhes, conte uma história sobre a vida da sua persona. Mostre como seria a vida caso o problema não existisse, mas também, caso seja a situação, o que aconteceria de melhor quando todos os benefícios do produto forem atingidos. Alguns produtos prometem sanar o problema (se livrar da enxaqueca - abordagem "e se o problema não existisse?"). Outros produtos prometem melhorar uma situação que já é suportável (ficar com o corpo sarado - abordagem da "vida extraordinária"). Para produtos voltados para o prazer, a abordagem da "vida extraordinária" é necessária porque o prazer desperta menos a urgência do que a dor. Então, é preciso aumentar a carga emocional do quadro mental do prazer. Mostre qual o menor prazo possível para resolver o problema. Usar o frame "Imagine se..." (Pressuposto de compra).

<p>10. Qual o quadro mental da dor no futuro, caso ela não resolva o problema?</p>	<p>Aqui o quadro mental da dor tem que ser muito pior. O problema cresceu e se transformou em uma dor muito mais intensa. Aqui se agita o problema (transformar o problema em algo maior do que a persona o percebe).          Você pode usar o frame "Enquanto eu estava na sua situação, eu imaginava qual seria meu futuro" e depois pintar o quadro da dor no futuro.          Ver o item de agitação do problema na seção sobre "dor".</p>	
<p>11. O que a persona dá de desculpas do motivo pelo qual não alcança o resultado que desejado?</p>	<p>Para a persona avançar no processo de compra, ela precisa eliminar as desculpas do porque não daria certo para ela. Use o frame do "Funciona mesmo se...".          Ela pode dar as desculpas de "não sei inglês", "sou tímido", "sou preguiçoso", "tenho medo de alturas" etc.</p>	
<p>12. Há alguma crença arraigada que faça as pessoas não comprarem o seu produto (ou comprarem o do concorrente)?</p>	<p>Há fundamento? Há boatos contrários que possam ganhar força? Há alguma fofoca ("eu ouvi dizer que o [produto] é [algo ruim])? Há alguma crença de que é perigoso, faz mal à saúde, é pirâmide, prejudica outras pessoas, é mal visto ou algo que prejudique a persona em algum aspecto da vida dela?          Essas serão objeções que você terá que vencer. Ver mais em "objeções clássicas")</p>	

13. [Persona] O que a sua persona valoriza?

Tradição, rapidez, superação, currículo, resultados, experiência, autoridade, garantias etc.