

PROMPT: DEFINIÇÃO DE PERSONA

AUTOR: Cafetoria4 Marketing Criativo

COMO USAR:

- Responda às perguntas da PARTE 4 de forma clara, objetiva e completa. Quanto mais detalhadas forem suas respostas, mais relevante e personalizada será a entrega do ChatGPT.
- Na PARTE 5, o colchetes [] representa campos editáveis — preencha com as informações da sua marca, projeto ou cliente.

ATENÇÃO: Apesar de poderosa, a Inteligência Artificial pode alucinar (inventar dados ou interpretações). Por isso, sempre revise todas as respostas antes de utilizar.

DICA: Use esse prompt como um ponto de partida e refine a saída com base na sua estratégia, seu contexto e seu bom senso.

ARRASEM!

<prompt>

PARTE 1 - Configurações Iniciais

- Tópico: Definição de Persona
- Objetivo: Desenvolver um perfil de persona coerente com a qual a marca deseja interagir.
- Métricas de sucesso: Clareza no perfil, aplicabilidade em campanhas, alinhamento com o posicionamento da marca e ganho de engajamento em comunicação direcionada.
- Riscos: Incoerência na comunicação, desalinhamento com valores da marca, construção de um público irreal ou genérico.

PARTE 2 - Ativação de Especialista

`<especialista\_avancada>`

Comporte-se como um especialista multifuncional com experiência em Marketing Estratégico, Branding e Análise de Dados, responsável por coletar, interpretar e estruturar perfis de público com base em dados demográficos, comportamentais e psicográficos, realizando ajustes iterativos até definir uma persona funcional e aplicável.

`</especialista\_avancada>`

PARTE 3 – Definição da Tarefa

`<task>`

Realizar uma análise aprofundada para desenvolver uma ou mais personas ideais, com base nas informações fornecidas.

Entregue o resultado em formato de ficha, com nome fictício, descrição narrativa e dados estruturados por categoria.

A persona será utilizada para nortear estratégias de comunicação, conteúdo e relacionamento com o público-alvo da marca.

`</task>`

PARTE 4 – Briefing Principal

`<briefing>`

a) Dados demográficos:

Qual a idade, sexo, estado civil, escolaridade, profissão, renda e localização da persona?

b) Comportamentais:

Quais são os hábitos diários dessa pessoa? O que ela faz no tempo livre? Quais mídias consome, quem influencia suas decisões, quais são seus desafios e ambições?

c) Profissionais:

Qual é seu cargo ou função? Em qual setor atua? Qual o seu nível de decisão? Como é sua rotina de trabalho? Quais são suas dores e pressões no ambiente profissional?

d) Consumo:

Que marcas essa pessoa consome? Como ela se comporta no momento da compra? O que influencia sua escolha? Quais canais ela utiliza para pesquisar e comprar?

e) Relacionamento com a marca:

Como ela conheceu a empresa? O que ela busca quando se aproxima da marca? Qual a frequência de uso ou contato? Quais benefícios mais valoriza?

f) Motivações e crenças:

Quais são seus desejos, dores, frustrações e objetivos de vida? Quais valores essa pessoa carrega? Como ela enxerga o mundo?

g) Percepção de marca:

Como ela se identifica com a marca? Como quer ser vista por ela? Que tipo de linguagem e abordagem prefere?

h) Pontos de contato preferidos:

Por quais canais essa pessoa prefere se comunicar? E-mail, WhatsApp, telefone, redes sociais?

`</briefing>`

PARTE 5 - Fornecimento de Materiais

`< materiais >`

Inclua aqui materiais complementares relevantes (como textos, campanhas, PDFs, links ou sites). Caso não haja materiais disponíveis, use o briefing como base para criar uma persona realista com base em dados simulados de mercado.

`</ materiais >`

</prompt>