

Buyer Persona: Desmistificando o UGC

Bloco 1: Core (Básico)

- **Product:** Desmistificando o UGC (Mini-curso low-ticket)
- **Niche:** Renda extra online / Profissionalização como UGC Creator
- **Avatar:** "A Exausta do CLT e do Flop". Mulher, 25 a 35 anos. Trabalha 8h+ por dia em um emprego onde se sente estagnada e subvalorizada.
- **Primary Goal:** Fazer transição de carreira para ter liberdade financeira e geográfica, trabalhando de casa.
- **Primary Complaint:** "Trabalho muito, ganho pouco e odeio meu emprego atual."
- **Secondary Goals:** Ser notada por grandes marcas, ter autonomia de tempo, provar para os outros que consegue ganhar dinheiro online.
- **Secondary Complaints:** "O algoritmo do Instagram me odeia", "Só cresce quem tem dinheiro para tráfego ou faz dancinhas."

Bloco 2: Persuasão

- **Promises:** Método passo a passo para fechar os primeiros R\$ 5.000 como UGC; Scripts de abordagem que as marcas não ignoram; Como criar um portfólio sem ter experiência prévia.
- **Benefits:** Ganhar em reais (e até dólares) sem sair de casa, sem precisar aparecer no próprio perfil, sem depender de "viralizar".
- **Objections:**
 1. *E se eu não for bonita/estilosa o suficiente?* -> As marcas querem pessoas reais que passem credibilidade, não supermodelos.
 2. *As marcas só fecham com quem tem milhões de seguidores.* -> Mentira. UGC é para uso no perfil DA MARCA (Ads), os seus seguidores não importam (você pode ter 0).
 3. *Não sei o que falar no vídeo.* -> Entregamos roteiros validados e frameworks de ganchos que funcionam.
 4. *Moro numa cidade pequena/no interior, não tem marca aqui.* -> UGC é um trabalho 100% online, você atende marcas do Brasil (e do mundo) inteiro enviando o vídeo pelo drive.
 5. *Não tenho equipamento caro, só um celular simples.* -> As marcas querem o efeito "nativo" do TikTok/Reels gravado no celular, a alta produção muitas vezes atrapalha o UGC.
- **Confusions:** Acha que UGC é a mesma coisa que "Publi" (Marketing de Influência).
- **Ultimate Fear:** Ficar presa no CLT para sempre, vendo outras pessoas viverem a vida que ela queria.
- **False Solutions:** Cursos de "Como crescer no Instagram", comprar seguidores, grupos de engajamento, dancinhas virais.
- **Mistaken Beliefs:** "Só tem sucesso na internet quem é extrovertido e passa o dia inteiro nos stories."
- **Expensive Alternatives:** Cursos longos de Social Media ou Gestão de Tráfego que exigem 6 meses de estudo.
- **Comparisons:** Compara o método com programas de afiliados e PLR (que exigem investimento em anúncios).

Bloco 3: Emocional

- **Frustrations:** Pegar transporte lotado, aturar chefe que não a reconhece, ver o salário acabar no dia 10.
- **Everyday Life Relatability:** Abrir o Instagram no intervalo do almoço (marmitta) e ver influenciadoras fazendo recebidos de marcas que ela ama.

- **Stubbornness:** Relutante em investir em algo que exija exposição excessiva da própria imagem.
- **Ideological Beliefs:** Acredita que o mercado tradicional falhou com a sua geração (muito estudo para pouco salário).
- **Common Enemy:** O algoritmo do Instagram / Chefe tóxico.
- **Tribe:** Mulheres millenials buscando "soft life" e independência.
- **Deep Occult Desire:** Ser invejada silenciosamente pelas colegas que disseram que a internet "era furada", postando uma foto trabalhando em um café legal.
- **Social Conformity Pressure:** A família acha que trabalho de verdade é ter a carteira assinada.
- **Cognitive Dissonance:** Quer a liberdade da internet, mas tem pavor do julgamento de tentar ser blogueira.
- **Fear of Social Judgment:** "O que meus parentes e amigos do colégio vão pensar de mim falando sozinha no celular?"
- **Self-Censorship:** Não posta as coisas que gosta por medo de não ter likes (ficar no flop).

Bloco 4: Pecados Capitais

- **Pride Points:** Orgulha-se de ser esforçada e inteligente, sabe que faria um ótimo trabalho se alguém lhe desse a chance.
- **Envy Triggers:** Inveja da amiga que trabalha de home office ou da criadora com 500 seguidores recebendo caixas de marcas.
- **Anger Triggers:** Ver "gente burra/sem talento" ganhando muito dinheiro na internet apenas porque dança.
- **Sloth Patterns:** Tem preguiça de criar linhas editoriais e roteiros diários para alimentar a máquina do engajamento.
- **Greed Manifestations:** Quer ver as notificações de PIX caindo (os tão sonhados R\$ 1.000 ou R\$ 2.000 extras).
- **Gluttony Behaviors:** Faz maratonas (binge) de conteúdos sobre "como ganhar dinheiro online".
- **Lust Expressions:** Desejo ardente de liberdade (mandar no próprio horário).

Bloco 5: Identidade

- **Identity Anchors:** Trabalhadora, sonhadora, pragmática.
- **Life Story:** Estudou, arrumou um emprego convencional, mas a conta não fecha e a rotina a esgota.
- **Value Hierarchy:** Liberdade > Segurança financeira > Reconhecimento.
- **Self-Image Gap:** Vê-se como alguém com muito potencial que está presa em um ambiente medíocre.
- **Identity Conflicts:** "Quero trabalhar com a internet, mas odeio o ambiente falso da internet."
- **Core Wounds:** Sentir-se ignorada ou não valorizada profissionalmente.
- **Validation Needs:** Precisa que o primeiro contrato prove que "isso é real".
- **Superiority Complex:** Acha-se mais inteligente que as "blogueirinhas fúteis".
- **Inferiority Complex:** Sente que chegou "atrasada" no mercado digital.

Bloco 6: Mecanismos de Defesa

- **Compensation Mechanisms:** Fica horas rolando o feed para esquecer da insatisfação no trabalho.
- **Defense Mechanisms:** Diz que não tem tempo, quando na verdade tem medo de tentar e falhar de novo.
- **Projection Patterns:** Projeta a culpa de não ter crescido no algoritmo.
- **Rationalization Patterns:** "O mercado digital já saturou, só ganha dinheiro quem entrou lá atrás."

Bloco 7: Social

- **Status Games:** Quer poder dizer "Fechei contrato com a marca X" (Status de autoridade).
- **Social Proof Dependencies:** Precisa ver casos reais de mulheres COMUNS (sem beleza inatingível, sem super câmeras) ganhando dinheiro com poucos seguidores.
- **Tribal Identifications:** Empreendedoras digitais iniciantes, criadoras "low profile".
- **Out-Group Prejudices:** Preconceito com influenciadoras de ostentação.
- **Role Models:** Mulheres "aesthetic" reais, que trabalham de casa tomando café de forma calma (soft life).
- **Anti-Models:** Quem faz escândalo, dancinhas apelativas ou ostenta carros de luxo.
- **Social Currency:** Mostrar recibos sem precisar se expor.

Bloco 8: Decisão de Compra

- **Decision Triggers:** Ver o "atalho" claro: um script de abordagem pronto e um exemplo de alguém fechando R\$ 500 ou R\$ 1.000 de forma simples e rápida.
- **Analysis Paralysis Points:** "Será que isso serve pra mim que sou tímida?"
- **Risk Tolerance Profile:** Baixo. Por isso precisa ser low-ticket. R\$ 37 não dói e não precisa da aprovação do marido.
- **Authority Biases:** Confia em quem já esteve lá e mostra os bastidores reais (Gabriele Reina e seus +R\$50k).
- **Information Filters:** Filtra promessas de "fique milionária da noite pro dia", prefere "renda extra honesta de R\$2k".
- **Convincing Evidence:** Prints de e-mails/DMs de marcas aprovando os vídeos e pagamentos caindo.
- **Doubt Patterns:** "As marcas vão querer fechar COMIGO?"

Bloco 9: Emoções Profundas

- **Shame Triggers:** Tentar de novo na internet, flopar e as pessoas do seu convívio perguntarem se "ainda está tentando aquela bobeira".
- **Guilt Patterns:** Culpa por não conseguir dar uma vida melhor para si e (se tiver) para a família.
- **Anxiety Drivers:** Pensar nos boletos virando e saber que o salário já está comprometido.
- **Hope Anchors:** O conceito de UGC (User Generated Content) iluminando uma saída clara e tangível.
- **Joy Catalysts:** O momento de aprovação de um portfólio e o primeiro sim da marca.

Bloco 10: Comportamento

- **Daily Rituals:** Acorda cansada, vai pro trabalho escutando podcast, mexe no TikTok escondido no banheiro do trabalho.
- **Environment Influences:** Ambiente de trabalho tóxico, família cética.
- **Time Orientation:** Foco no presente doloroso, fugindo para um futuro imaginário onde tem liberdade.
- **Resource Allocation:** Tem pouco tempo livre e pouco dinheiro.
- **Opportunity Costs:** Sabe que perder mais tempo no CLT custará os melhores anos de sua vida.
- **Trade-off Calculations:** Trocar 1 hora de Netflix por 1 hora mandando e-mails para prospecção se isso garantir R\$ 500 no final de semana.

Bloco 11: Modelo Mental

- **Core Assumptions:** O mercado de trabalho tradicional não recompensa o esforço.
- **Mental Models:** "Se os outros conseguem, eu consigo, desde que alguém me dê o mapa."

- **Cognitive Biases:** Viés de confirmação (sempre que posta e flopa, confirma que o algoritmo a odeia).
- **Moral Framework:** Valoriza o trabalho honesto (não quer aplicar golpes ou enganar).
- **Sacred Values:** Honestidade e independência.
- **Taboo Thoughts:** "Eu não quero trabalhar 8 horas por dia pelo resto da minha vida."

Bloco 12: Aspirações

- **Identity Aspirations:** Ser uma Criadora UGC Profissional reconhecida.
- **Status Aspirations:** Trabalhar com marcas premium (Skincare, moda, cosméticos, etc).
- **Lifestyle Aspirations:** Acordar sem despertador, trabalhar em um café ou em casa.
- **Legacy Aspirations:** Mostrar que é possível vencer sem seguir as regras antigas.
- **Impact Aspirations:** Inspirar outras amigas a saírem do CLT.

Bloco 13: Dores (Hierarquia)

- **Acute Pains:** Falta de dinheiro no fim do mês; Desgosto diário de ir ao trabalho.
- **Chronic Pains:** Sensação de estagnação na vida.
- **Anticipated Pains:** Medo de chegar aos 40 anos exatamente na mesma situação (presa, ganhando pouco).
- **Hidden Pains:** Sentir que não tem o "carisma" ou a "beleza" necessária para brilhar na internet.
- **Social Pains:** Pessoas a julgando quando ela tenta fazer algo diferente.
- **Economic Pains:** Sem reservas, dívidas parceladas.
- **Existential Pains:** "Para que eu nasci? Certamente não é para bater ponto nesse escritório."

Bloco 14: Resistência à Mudança

- **Comfort Zone:** O salário que pinga no 5º dia útil (mesmo sendo ruim).
- **Change Barriers:** Falta de clareza (não sabe para quem mandar e-mail, nem como gravar).
- **Risk Perception:** Medo de gastar os R\$ 37 e ser mais um curso inútil de teoria.
- **Loss Aversion:** Medo de perder as 2 horas diárias livres em algo que não vai dar retorno.
- **Sunk Cost Fallacies:** "Já perdi tanto tempo fazendo dancinha que desisti de criar conteúdo."
- **Status Quo Bias:** Reclama, mas no dia seguinte volta para a rotina igual.

Bloco 15: Linguagem

- **Verbal Triggers:** "Renda extra sem aparecer", "UGC", "Contratos", "Portfólio", "Marcas", "Atalho".
- **Communication Style:** Informais, desabafos, diretas ao ponto, sarcásticas sobre o sistema corporativo.
- **Jargon Usage:** "CLT", "Flop", "Algoritmo", "Engajamento", "Job".
- **Metaphor Mapping:** "Correr na rodinha de hamster", "Falar com as paredes no instagram".
- **Story Reception:** Histórias de redenção e emancipação (Cinderela moderna: saindo do CLT horrível para fechar contrato com a marca dos sonhos).