

Workshop

# Jornada do Consumidor

o caminho que o cliente percorre

# Mediador



**Lene Fernandes**

“Transformação digital, Experiência  
do usuário e Inovação.”

Publicitário, Pós-graduado em AI e UX

14 anos de experiência com Design e Tecnologia

Atuação: Telecom, Financeiro, Tecnologia, Varejo e Farma

DPSP Set/2021 - Coordenador do time de Service Designer

 /lenefernandes

Você já parou para pensar como  
faz um **pão de queijo**?

Sim, vamos falar de pão de queijo,  
estamos em BH.



### **Pesquisar no Google**

Como fazer pão de  
queijo



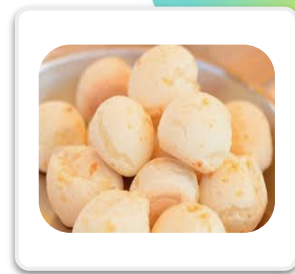
### **Ir ao mercado**

Preciso comprar todos  
os ingredientes nas  
quantidades certas



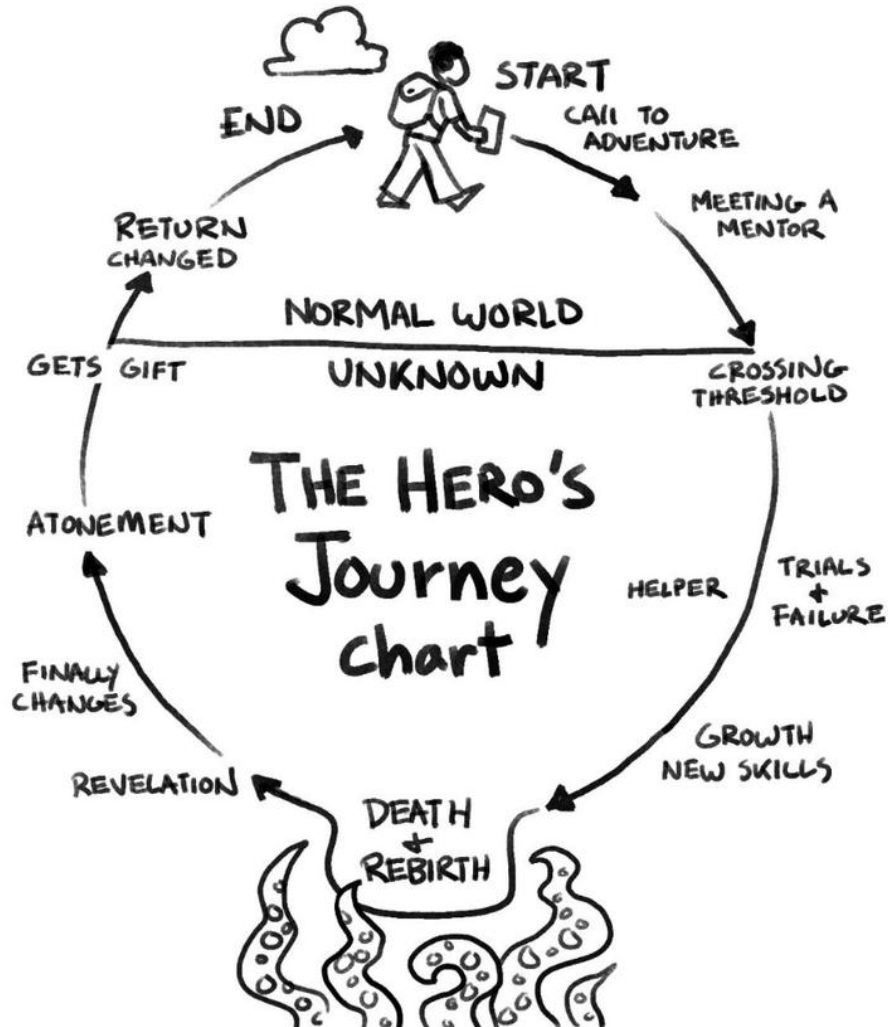
### **Seguir a receita**

Colocar os ingredientes  
no liquidificador, bater e  
colocar nas forminhas



### **Comer o pão de queijo**

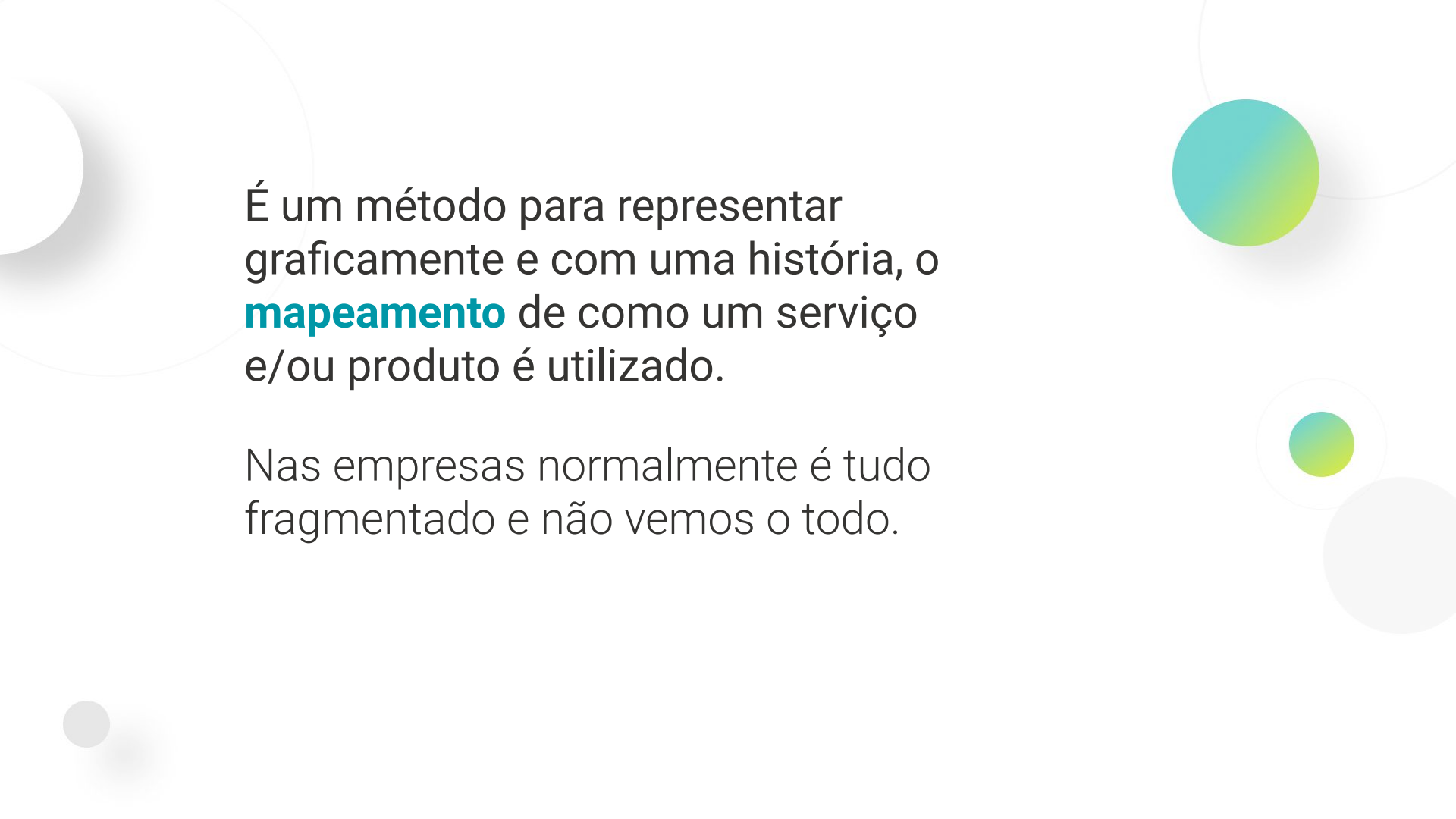
Tá quentinho! Agora  
vou passar manteiga  
ou colocar doce de  
leite.



Joseph Campbell

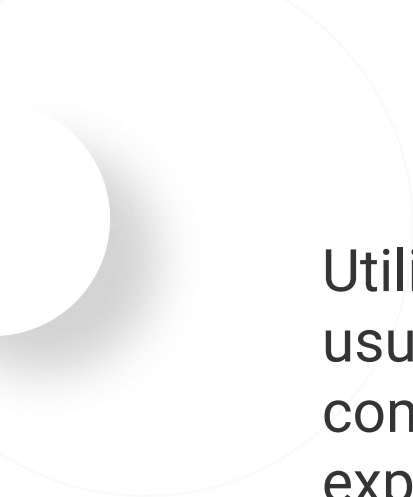
O que é a **jornada** do  
consumidor?



The slide features several decorative circles: a large white one on the top left, a teal-to-green gradient one on the top right, a smaller teal-to-green gradient one on the middle right, a light gray one on the bottom right, and a small gray one on the bottom left. A thin white line connects the top right circles.

É um método para representar graficamente e com uma história, o **mapeamento** de como um serviço e/ou produto é utilizado.

Nas empresas normalmente é tudo fragmentado e não vemos o todo.



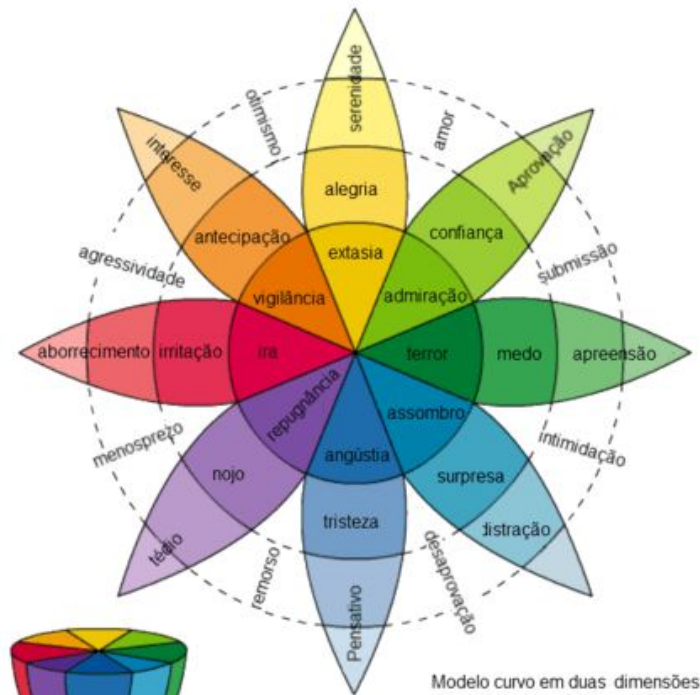
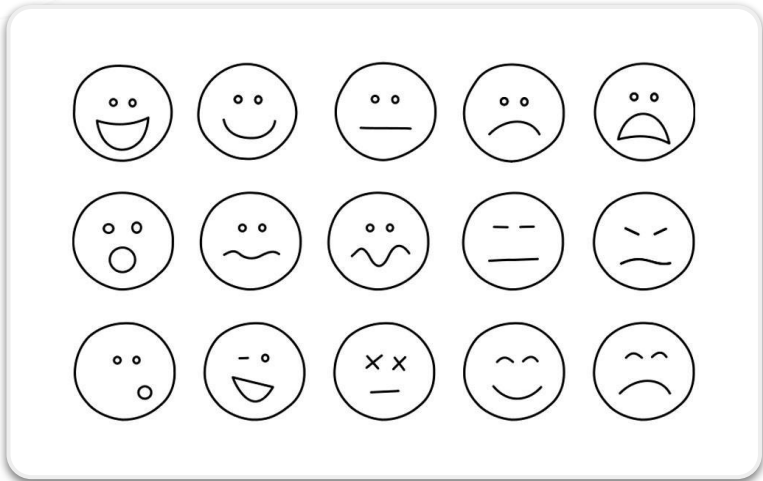
Utilizamos o **modelo mental** do usuário e seus padrões comportamentais, processos e experiência.

Tudo isso também é dinâmico, relativo e evolutivo!





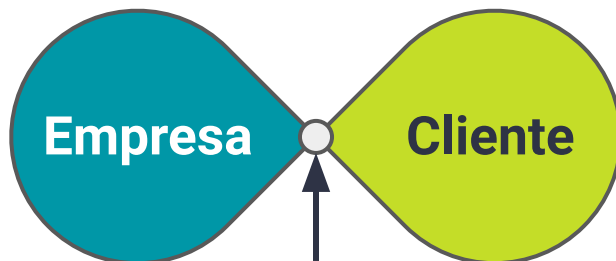
Capturamos também o **estado emocional** da pessoa em uma determinada interação.



Roda das emoções de **Plutchik**

# Ponto de Contato (**touchpoint**)

É o ponto de interação do cliente com a empresa. Podem ser **humanos**, **interativos** ou até **estáticos**.



Ponto de contato

# Etapas que o cliente passa

Engloba todas as etapas: **antes**, **durante** e **depois** que o cliente se envolve com a marca e produto/serviço.

Pesquisa

Seleção

Compra

Uso

Pós-venda

# O cliente e a experiência

**Fazendo**

**Pensando**

**Sentindo**

## **Experiência (em usar o serviço)**

1. Gosta
2. Relevante
3. Útil



# CUSTOMER JOURNEY

	PESQUISA	COMPARAÇÃO	WORKSHOP	COTA	SIGN-OFF
PERGUNTAS TÍPICAS	Como eu faço um app? Que plataforma eu uso? Como protejo minha ideia?	O que devo procurar em um desenvolvedor?  Custo ou qualidade?  Quais são suas capacidades?	Como sei o app que fara sucesos?  Quem será o Product Owner/fazedor de decisões?	Como é feita a comparação?  Quais outras oportunidades de negócio eu tenho?  Eu quero fazer esse salto?	O que mais eu preciso para ajeitar o negócio  Quando terei meu produto finalizado?
EMOÇÕES/ SENTIMENTOS	Curioso, Protetivo, Entusiasmado	Discrecional, Subjetivo, Incerto. Mede prós e contras, geralmente focado em tempo, dinheiro e qualidade	Empolgado, Inspirado. Tem uma nova compreensão da carga de trabalho necessária	Revisar ideias e opções prioritárias. Justificar as decisões com parceiros ou família.	Otimista, Nervoso/ Ansioso. Empolgado por resultados URGENTEMENTE
NÓS PRECISAMOS...	Estar Presente, garantir que seremos encontrados	Explica o processo do desenvolvimento de apps, melhores práticas e mostra histórias de sucesso.	Faze-los entender o que está envolvido, que nada fará sucesso de um dia pro outro.	Mostre porque nós somos o melhor time para o trabalho e justifique nosso preço com grande informação.	Traça expectativas claras. Mantenha-os informados com informação relevante. Comunique-se com frequência.

# Mapa da Jornada do Cliente - B2B

Cliente	Reconhece a necessidade/prospecção	Interesse	Proposta (orçamento)	Considera opções	Aceite	Operação	Pós-Vendas
Pontos de contato com a marca	Site Redes Sociais Buscadores On line	Site Redes Sociais Branças Eventos Vendedor	Proposta por e-mail/ Contato com equipe por telefone	Com Interno/ Pesquisa Online/ Pesquisa concorrentes	CS Telefonia E-mail	Contrato Telefonia E-mail	Informativos e-mail Customer Service
Dúvidas e questões mais comuns	Valores/ Outras empresas do mesmo ramo como cliente/ informações adicionais: Apresentação, histórico	Itens comparativos vs concorrentes	Comparação de itens no orçamento e serviços adicionais	Preço Prazo Garantias	Dados Parceiro Origem	Início Operação	Garantias, funcionamento do produto
Expectativas do Cliente	Melhor Custo x Benefício	Serviços Exclusivos, menor custo, solução	Valores	Quer segurança	Rapidez/ Agilidade da informação	Que não gere imprevistos, problemas e carga parada	Desempenho do produto
Sentimentos do Cliente	Insegurança	Dona: Preocupação com ganho Funcionário: Resistência à mudança, comodismo	Começa a se sentir mais confortável	Dúvidas / Incerteza/ Pressão	Alívio / Amor / Expectativa	Alívio, orgulho, raiva	Alegria Satisfação
Ações da sua equipe	Data MKT, contato inicial, pesquisa, perfil	Data MKT, Sales Call, estratégia ref, classificação cliente	Compra/ Preço no Sistema/ FI para alguns clientes	Destaque diferenciais	Check list/ Contrato/ Cadastro (confirmação)	Acompanhamento, conferência retorno	Acompanhamento
Setor responsável	Comercial	Comercial, Marketing	Comercial	Comercial, Customer Service	Comercial, Customer Service	Operacional	Atendimento ao Consumidor

ESTRANHO

VISITANTE

OPORTUNIDADE

CLIENTE

CLIENTE FIEL

Markenz.

## Passo a passo do usuário



## Sentimentos e expectativas



Será que esta é a melhor opção?

Espero que não ocorra nenhum problema

Preciso preencher tudo? Só queria descansar

Será que o serviço de quarto é 24h?

Preferia sair um pouco mais tarde

Poxa...Nunca lembro de avaliar

## Atividades necessárias



Mecanismo de busca disponível

Formulário de cadastro e pagamento online

Atendimento na recepção e formulário de check-in

Atendimento, preparo e entrega do pedido

Verificar consumo frigobar, Cobrança no Check-out

Solicitação de avaliação nas redes

## Recursos necessários

Site de busca

Área de reserva no site

Recepção do hotel

Telefone do Hotel, Staff, Serviço de quarto

Recepção do Hotel

App TripAdvisor

## Oportunidades de melhoria

Garantir melhor custo-benefício no período da busca

Dupla confirmação site e hotel

Check-in online facilitador

Serviço 24h pelo app (pedidos e agendamentos)

Check-out Flexível

SMS de avaliação



# MAPA DA EXPERIÊNCIA (Paciente)

## PRE-CONSULTA/PREVENÇÃO

## CONSULTA

## TRATAMENTO

Se for bonito ok, mas o principal são as **informações**

PRE-CONSULTA/PREVENÇÃO				CONSULTA			TRATAMENTO				
BIOMÉTRICA	ALIMENTAÇÃO	COMES	SINTOMAS	BUSCA	MARCAÇÃO	ESPERA	CONSULTA	PRESCRIÇÃO	ENTENDIMENTO	INCORP.	AVALIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ENCAIXAR NA ROTINA, GARANTIR PROSEGUIMENTO</li> <li>• ATENDER RESPEITANDO CONTRO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ENCAIXAR NA ROTINA, GARANTIR PROSEGUIMENTO</li> <li>• ATENDER RESPEITANDO CONTRO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REALIZA A MEDIDA DA NECESSIDADE</li> <li>• LAVA PRÉS</li> <li>• CUIDAR/CRIOÇÃO.</li> <li>• SELECIONA LABORATÓRIOS MAIS CUNHINENS, TRÁTICO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESTRANHAMENTO</li> <li>• IDENTIFICAR CAUSO</li> <li>• BUSCA POR CONGONIA DA</li> <li>• INDICAÇÃO DO MÉDICO PELA FAMÍLIA OU PELO CV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROCURA MÉDICO POR ESPECIALIDADE</li> <li>• BUSCA EM RECONGONIA DA</li> <li>• INDICAÇÃO DO MÉDICO PELA FAMÍLIA OU PELO CV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SELECIONA UM OU DOIS MÉDICOS</li> <li>• ATENDER A MODIDA DA URGÊNCIA RESOLVER O PROBLEMA.</li> <li>• QUE O CONHECIMENTO ATENDA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• QUE SEJA PRÁTICO E RÁPIDO</li> <li>• DISTRAÇÃO</li> <li>• AÇIONAR O MINDSET</li> <li>• LEMBRAR DOS DETALHES</li> <li>• APLAUMAR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMUNICAR OS SINTOMAS</li> <li>• HISTÓRICO MÉDICO E FAMILIAR</li> <li>• ENTENDER O TRATAMENTO</li> <li>• ACOLHIMENTO, TRANQUILIZAÇÃO, COM PRESENÇA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ENTENDER O QUE É, DO QUE SE TRATA</li> <li>• ADQUIRIR EXECUTAR, REALIZAR (EXAME, MEDICAMENTO, TRATAMENTO)</li> <li>• PESQUISAR PREÇOS, PDV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SABER, AO MENOS SUPERFICIALMENTE DO QUE SE TRATA O TRATAMENTO</li> <li>• NEGOCIAR O TRATAMENTO</li> <li>• ENTENDER EFEITOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INICIAR TRATAMENTO</li> <li>• AJUSTAR O TRATAMENTO À ROTINA</li> <li>• CRIAR MECANISMOS PARA ASSIMILAR E MANUTER</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VERIFICAR SE SENTE QUE ESTÁ FUNDAMENTO</li> <li>• FEEDBACK MÉDICO</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• INDICAÇÃO DE AMIGOS E FAMILIARES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INDICAÇÃO DE AMIGOS E FAMILIARES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INDICAÇÃO DE AMIGOS E FAMILIARES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONHECIMENTO DA FAMÍLIA</li> <li>• MÉDICOS</li> <li>• FARMÁCIA</li> <li>• CASA</li> <li>• ENFERMIARIAS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MÉDICOS</li> <li>• FAMÍLIA</li> <li>• CONHECIDOS</li> <li>• PESQUISA EM CASA OU NO TRABALHO</li> <li>• BUSCA NA NET</li> <li>• REDE CONVÊNIO (LIVRINHOS)</li> <li>• LIGAÇÃO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SECRETARIA DA CLÍNICA</li> <li>• MARCAÇÃO CONV</li> <li>• MARCA EM LUGARES MAIS CONV. A SUA ROTINA</li> <li>• TELEFONE, EMAIL, SITE, DG CONVÊNIO, INTERNET.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SECRETARIA</li> <li>• OUTROS PAQ</li> <li>• CLÍNICA</li> <li>• DISTRIBUIÇÃO SMARTPHONE, TABLET</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MÉDICO</li> <li>• CHEFE DE TRIAGEM</li> <li>• CLÍNICA</li> <li>• CONSULTÓRIO</li> <li>• HOSPITAL</li> <li>• CELULAR (FOTOS REGISTROS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MÉDICO FAMILIARES</li> <li>• FARMACÊUTICO</li> <li>• FARMÁCIA</li> <li>• CLÍNICAS</li> <li>• BUSCA LUGARES MAIS CONVÊNIENTES</li> <li>• PESQUISA NA INTERNET</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MÉDICO FARMACÊUTICO FAMILIARES</li> <li>• CLÍNICA</li> <li>• EM CASA</li> <li>• FARMÁCIA</li> <li>• PESQUISA NA INTERNET</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FAMILIARES</li> <li>• MÉDICO (FORMALMENTE) FARMACÊUTICO</li> <li>• COTIDIANO</li> <li>• APPS</li> <li>• DIÁRIOS</li> <li>• WHATSAPP</li> <li>• TELEFONE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FAMILIARES</li> <li>• MÉDICO</li> <li>• COTIDIANO</li> <li>• EXAMES</li> <li>• BALANÇA PESSOAL, DIÁRIO</li> </ul>





**Vamos montar a **jornada**  
ideal do projeto?**



# Possíveis projetos

comprar um carro



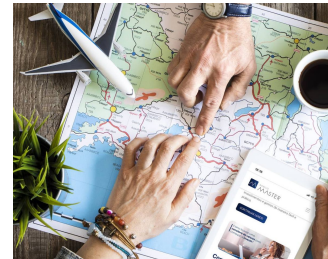
comprar celular  
para mãe



novo lugar para  
morar



decidir férias



Projeto

Data

Atividades/Fase	Pesquisa	Seleção	Compra	Uso	Pós-venda
Fazendo					
Pensando					
Sentindo					
Experiência					
Oportunidade					

# Pesquisa

Pesquisa

# Seleção

Pesquisa

Seleção

# Compra

Pesquisa

Seleção

Compra

# 4

## Uso

Pesquisa

Seleção

Compra

Uso

# Pós-venda

Pesquisa

Seleção

Compra

Uso

Pós-venda



**Dúvidas?**



# Entre em contato!

Estamos sempre à disposição

## Lene Fernandes

Fone/Whats: 11 95964.9666

E-mail: [contato@lenestudio.com.br](mailto:contato@lenestudio.com.br)

[www.lenestudio.com.br](http://www.lenestudio.com.br)

