

DEFININDO MEU PÚBLICO ALVO

Mapa de Empatia

Objetivo

O Mapa de Empatia é uma excelente ferramenta para **encontrar as principais características** do público alvo de uma campanha ou ação de Comunicação e Marketing.

Por que usar o mapa de empatia?

Conhecer o público alvo é fundamental antes de pensar qualquer ação de comunicação.

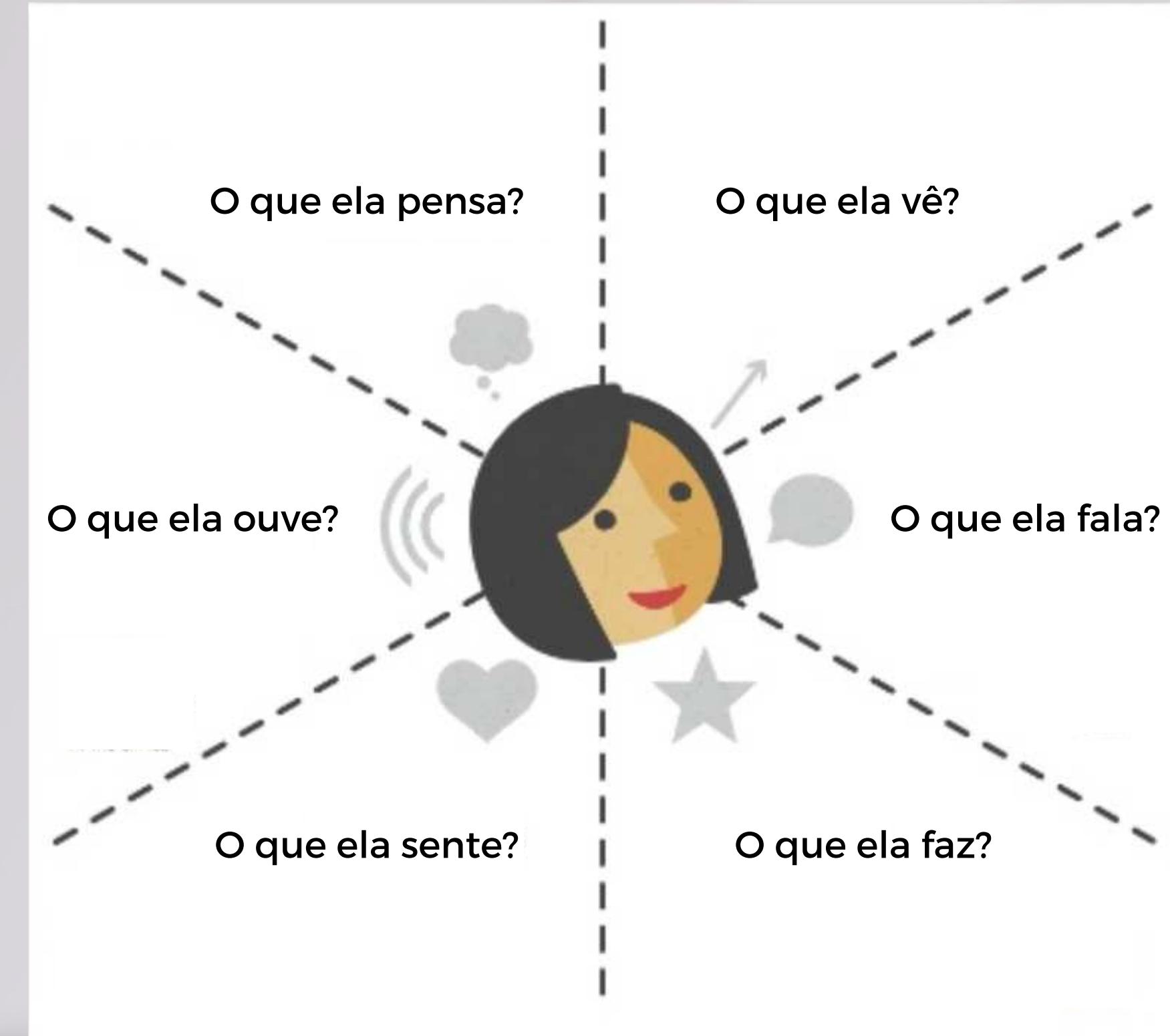
Por isso, é importante ter informações sobre o público, seu estilo de vida, que mídias consomem, quem o influencia, antes de planejar qualquer tipo de ação.

Essas informações muitas vezes são encontradas em pesquisas de mercado qualitativas ou quantitativas. Porém, os altos custos dessas pesquisas acabaram por inviabilizá-las.

Como usar o mapa de empatia?

O Mapa de Empatia é uma espécie de roteiro que ajuda a levantar informações sobre perfis de público.

A ideia é que você vá preenchendo o quadro ao lado, trazendo todas as informações sobre um determinado perfil de público.



Como usar o mapa de empatia?

O primeiro passo é fazer um brainstorm, para levantar todas os possíveis perfis de clientes que o negócio atende. Por exemplo: pequenos empresários, adolescentes de classe média, jovens casais com filhos pequenos, mulheres da terceira idade etc.

Depois de ter levantado todas os possíveis perfis de clientes, escolha os 3 mais promissores, desses 3, selecione um para fazer o seu primeiro exercício.

Comece dando um nome ao cliente e dê algumas características demográficas. Por exemplo, Fernanda, 32 anos, casada sem filhos, pertencente a classe A, moradora de um bairro de luxo. Coloque essas informações dentro da "cabeça" desenhada no quadro.



Como usar o mapa de empatia?

O que ela vê?

Descreva o seu ambiente. Como é? Quem está em torno dela? Quem são seus amigos? A quais tipos de ofertas ela está exposta diariamente (em oposições ao que o mercado oferece)? Quais problemas, obstáculos encontra?



Como usar o mapa de empatia?

O que ela escuta?

O que ela escuta? Descreva como o ambiente influencia a cliente. O que seus amigos dizem? Seu marido? Quem realmente a influencia? Como? Que canais de mídia são influentes?



Como usar o mapa de empatia?

O que ela realmente pensa e sente?

Tente desenhar o que acontece na mente da cliente. O que é realmente importante para ela (que talvez não diria publicamente)? Imagine suas emoções. O que a motiva? O que pode mantê-la acordada a noite? Tente descrever seus sonhos e desejos.



Como usar o mapa de empatia?

O que ela diz e faz?

Imagine o que a cliente pode dizer ou como se comporta em público? Qual a atitude dela? O que ela pode estar dizendo para as outras pessoas? Preste atenção principalmente nos conflitos potenciais entre o que um cliente pode dizer e o que realmente pensa e sente.



Como usar o mapa de empatia?

Qual a sua dor?

O que pode impedi-lo de efetivar a compra?
Quais suas maiores frustrações? Que
obstáculos existem entre ela e o que ela quer
obter? Quais riscos teme enfrentar?



Como usar o mapa de empatia?

O que a cliente ganha?

Quais os benefícios para esse perfil de cliente?

O que ela realmente quer ou precisa obter?

Como medir o sucesso?

Pense em algumas estratégias que pode utilizar para alcançar seus objetivos.

