

Mapeamento da jornada

Transcrição

Além de todas as informações que apresentamos nos relatórios das possíveis ações encaminhadas para as equipes que conduzem o site, podemos também apresentar o que chamamos de **mapa da jornada do cliente**. Esse mapa é muito utilizado para apresentar como uma determinada persona tem acesso ao seu produto/serviço e qual o relacionamento dele durante o processo de compra.

Geralmente o mapa da jornada é relacionado a um perfil específico, e mapeia os pontos de contato entre a pessoa e a empresa, as expectativas, os problemas encontrados, o relacionamento com a marca e assim por diante. É possível obter esse tipo de dado e fazer um mapeamento interessante.

No primeiro curso, fizemos um relatório com base nos dados do Google Analytics. Sabemos, por exemplo, a origem dos visitantes...48.56% são oriundos de mídia paga via Google. Neste curso não criamos uma persona específica nem realizamos entrevistas, portanto não poderemos fazer mapa de jornada baseado em um perfil, o que faremos é criar mapeamento de um perfil genérico. É importante que esse esboço não seja usado em todo processo de desenvolvimento futuro.

Coletaremos os pontos principais de contato entre os usuários do site: Google, acesso direto, YouTube, Facebook e assim por diante. Inserimos todas essas informações em uma planilha para conseguirmos identificar cada ponto com facilidade.

Há quatro fases, se pensando no usuário do site MusicDot. O mapeamento irá gerar conteúdos a serem preenchidos no campo "oportunidades" em que as equipes envolvidas irão sugerir melhorias, comentar o processo e assim por diante.

	Conhecendo	Visitando	Se aprofundando	Finalizando a visita
Anúncios				
Busca orgânica				
Youtube				
Newsletter		já conhece não conhece		
Acesso direto		Está conhecendo	Já conhece	
Pontos críticos				
Oportunidades				

O mapa da jornada preenchido e completo está disponível nesta unidade.