



# CRESCENDO JUNTAS NAS AMÉRICAS

DESAFIO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PARA A  
INTERNACIONALIZAÇÃO



# Agenda

---

## 1. Anúncios importantes

## 2. Desafio individual

## 3. Segmentação de clientes

Como segmentar meus clientes?

Como obter dados de experiência do cliente?

Exemplos de segmentação de clientes

## 3. Customer journey: A jornada do cliente

Porquê mapear a jornada do cliente?

## 4. Q&A



# Atenção!

---

Utilize sessão de **perguntas e respostas – Q&A** para dúvidas!

1. Pedimos que foquem em perguntas referentes ao tema, que suas colegas também possam se beneficiar, evitem perguntas específicas sobre seu negócio.
  2. O **Chat** é reservado para comentários que você deseja compartilhar. Lembre-se que estamos lendo você!
  3. Poste no **fórum da turma na ConnectAmericas Academy**, para mais perguntas e sugestões e comentários relacionados à aula. Assim suas colegas também podem debater a respeito.
  4. Este é um ambiente de aprendizagem, viemos para aprender, para errar, para refletir, para mudar de opinião, **e está tudo bem!**
  5. Se você tiver algum problema, entre em contato conosco em:  
[creciendojuntas@connectamericas.com](mailto:creciendojuntas@connectamericas.com)
  6. Não se esqueça de preencher a pesquisa no final da aula para nos dar seu feedback  
<https://forms.office.com/r/KvyJpWjdvK>
- Vamos mantê-lo em mente para as próximas aulas!

# Agenda

---

1. Anúncios importantes

2. **Desafio individual**

3. Segmentação de clientes

Como segmentar meus clientes?

Como obter dados de experiência do cliente?

Exemplos de segmentação de clientes

3. Customer journey: A jornada do cliente

Porquê mapear a jornada do cliente?

4. Q&A



## Desafio individual

A entrega do primeiro desafio individual está logo ao virar da esquina.

### "Gerador de estratégia de rede de clientes"

Data de entrega: **Segunda-feira, 28 de março**

Onde: Academia ConnectAmericas – Tema 1 Imersão Digital - Aula 4 - Desafio Individual

# Vamos compartilhar!

Conte-nos sobre sua experiência no desenvolvimento da ferramenta do desafio.

**Tempo: 15 minutos**





## Maria Giselle Barraza

### *Gerente Senior – Transformação de Negócios*

Giselle é Gerente Sênior na prática de Consultoria em Transformação Empresarial e Inovação na EY com mais de 6 anos de experiência em consultoria, trabalhando em transformação digital, gestão de projetos e experiência de clientes em projetos de consumo, seguros, petróleo e gás e outras indústrias.

Anteriormente ela trabalhou nos setores público e privado onde realizou atividades como análise empresarial para reengenharia de processos internos, desenvolvimento de planos operacionais anuais para aprovação de orçamentos e solicitações de execução, monitoramento de relatórios de aplicação de orçamento e desenvolvimento e implementação de planos de desenvolvimento estratégico.

Possui MBA pelo Instituto Panamericano de Alta Direção de Empresas (IPADE) e graduação em Estudos Internacionais pela Universidade Autónoma de Sinaloa (UAS).



# Agenda

---

1. Anuncios importantes

2. Desafio individual

3. **Segmentação de clientes**

Como segmentar meus clientes?

Como obter dados de experiência do cliente?

Exemplos de segmentação de clientes

3. Customer journey: A jornada do cliente

Porquê mapear a jornada do cliente?

4. Q&A



# Segmentação de clientes

## O que é?

A segmentação de clientes é o processo de dividir os clientes com base em características comuns, tais como demografia ou comportamentos, a fim de comercializá-los com mais eficácia.

## Por que fazer isto?

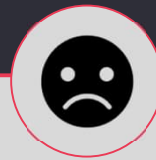
Permite que você desenvolva uma melhor compreensão das necessidades e desejos de seus clientes.



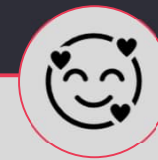
Aumentar o ciclo de vida do cliente (CLV)



Melhorar o desenvolvimento de produtos/serviços



Reduzir o risco de churn



Melhorar a experiência do usuário



Otimizar os preços



Descobrir qual segmento é mais lucrativo



# Como segmentar meus clientes?



## Por Demografia

Os clientes podem ser categorizados em grupos de acordo com sua etnia, renda, idade, sexo, idioma, localização, estado civil, fase do funil de compra em que se encontram, se pagariam mais dinheiro por qualidade e conforto, etc.

**Estas informações podem ser coletadas através do Google Analytics ou de um CRM.**

## Por Psicografias

Às vezes os clientes são segmentados de acordo com sua atitude e personalidade. Para esta segmentação, é necessário realizar uma pesquisa.

**Algumas das questões generalizadas podem ser**

- Quando foi a última vez que o cliente comprou algo?
- Quantas vezes eles compraram?
- Quanto dinheiro foi gasto?

Com a ajuda desta análise, a empresa pode descobrir quais são os **clientes de alto valor**. Se a empresa se concentrar no cliente certo para um produto, então, com o marketing e vendas certos, ela pode aumentar a receita.



# Como segmentar meus clientes?

## Com base no objetivo do cliente

As informações comportamentais são registradas quando o cliente faz uma compra ou executa uma ação como adicionar itens ao carrinho. Da mesma forma, pesquisas com clientes podem ser realizadas para verificar se suas preferências são as mesmas em comparação com a última vez que fizeram compras ou se mudaram.



## Por padrões de compra

O padrão de compra ajuda a entender o que o cliente gostaria de comprar com base em suas compras anteriores. Os clientes podem ser segmentados com base em quem continuou a comprar da marca (ativo) e quem se desligou.

Este modelo ajuda a entender quem são os novos clientes e quem são os clientes antigos. Ao criar esta demarcação, é mais fácil fornecer ajuda ao novo usuário do que àqueles que já estão familiarizados com o processo.

# Como obter dados de experiência do cliente?

Existem múltiplas formas de coleta de dados de experiência, que são divididas em fluxos diretos e indiretos.

Os fluxos **diretos** normalmente incluem pesquisas com clientes e feedback direto.

- Pesquisas de relacionamento
- Pesquisas pós visita à loja
- Pesquisa pós-compra
- Pesquisa de satisfação do produto
- Tracking da marca

Os fluxos **indiretos** envolvem insights derivados de dados, que podem apontar tendências que ajudam a entender quaisquer correlações no comportamento da base de clientes.

- CRM
- Escuta Social
- Feedback Frontline

# Como obter dados de experiência do cliente?



CRM significa gestão do relacionamento com o cliente (Customer Relationship Management)

Engloba todas as formas de gestão de relacionamento com o cliente em vendas, marketing, atendimento ao cliente e comércio eletrônico. O software CRM automatiza e integra estas atividades de atendimento ao cliente, e também apóia a análise do cliente, personalização, integração das mídias sociais, colaboração e muito mais.

## CARACTERÍSTICAS

- Administração de contatos
- Gestão da interação
- Gerenciamento de chumbo
- Automação do fluxo de trabalho
- Análise do cliente

## BENEFÍCIOS

- Melhor experiência do cliente
- Melhor retenção de clientes
- Aumento da receita de vendas
- Aumento da eficiência do processo
- Trabalho mais inteligente e melhor colaboração

# Exemplos de segmentação de clientes



A empresa informou erroneamente ao pai de uma mulher que ela estava grávida antes que ela pudesse lhe dar a notícia. A empresa tinha a informação porque o carrinho de uma **mulher grávida** geralmente contém **fraldas** e artigos típicos de **maternidade**.

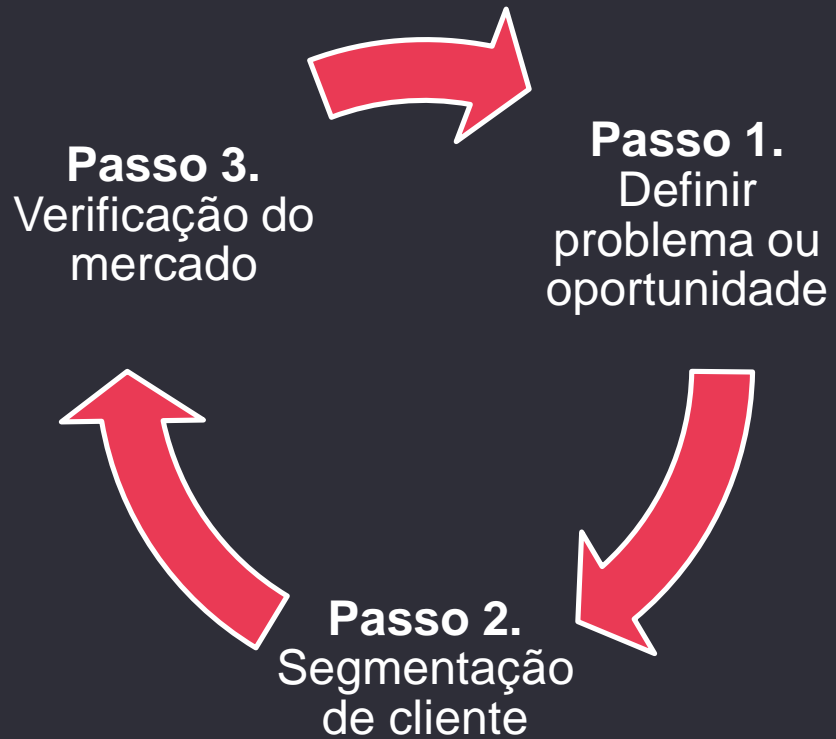
Um caminhão de alimentos (food truck) aumentou a receita depois de utilizar a **segmentação geográfica** em conjunto com o marketing omni-canal.





# Exercício de segmentação de clientes

Empresa. Serviço de entrega de alimentos vegetarianos e veganos.



1) Qual é o **problema ou oportunidade** que você está abordando com seu produto ou serviço?

Os vegetarianos não podem encontrar opções alimentares fora de casa.

2) Quais são os **comportamentos ou motivações** dos clientes que têm este problema?

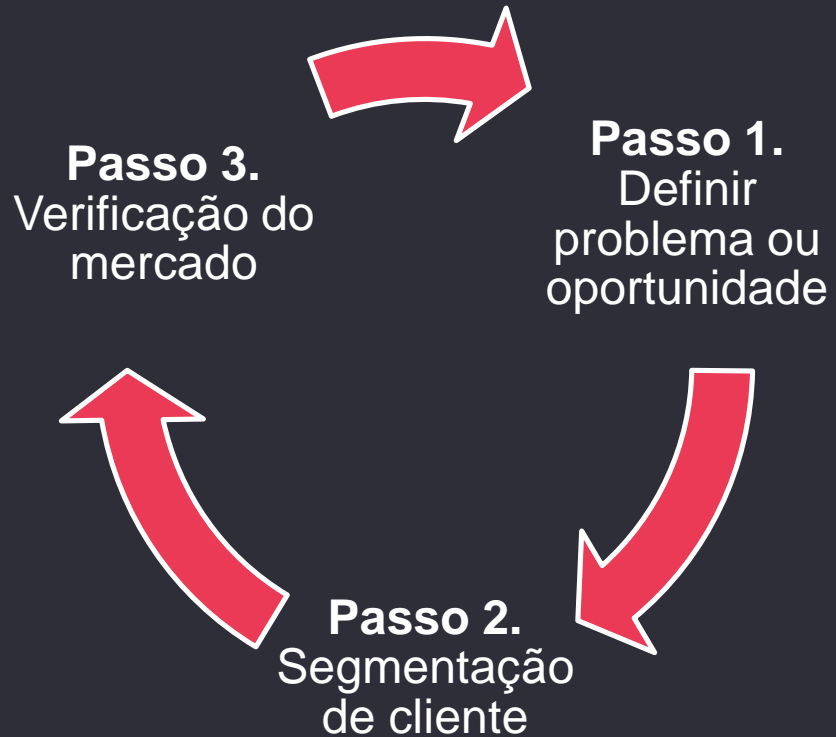
- Eles estão acostumados a comer fora durante a semana.
- Eles são consumidores frequentes de produtos vegetarianos
- Eles querem manter uma dieta saudável, mas variada
- Eles não têm tempo para cozinhar



É possível melhorar esta análise com informações demográficas.

# Exercício de segmentação de clientes

Empresa. Serviço de entrega de alimentos vegetarianos e veganos.



## 3. Esboçar pelo menos três **segmentos de clientes**

### Tipo A

*"Vegetarianos que trabalham o dia todo em uma área com acesso limitado a restaurantes. Eles estão com um orçamento apertado. Não quero comer o mesmo cardápio todos os dias. Muito concentrado em hábitos saudáveis."*

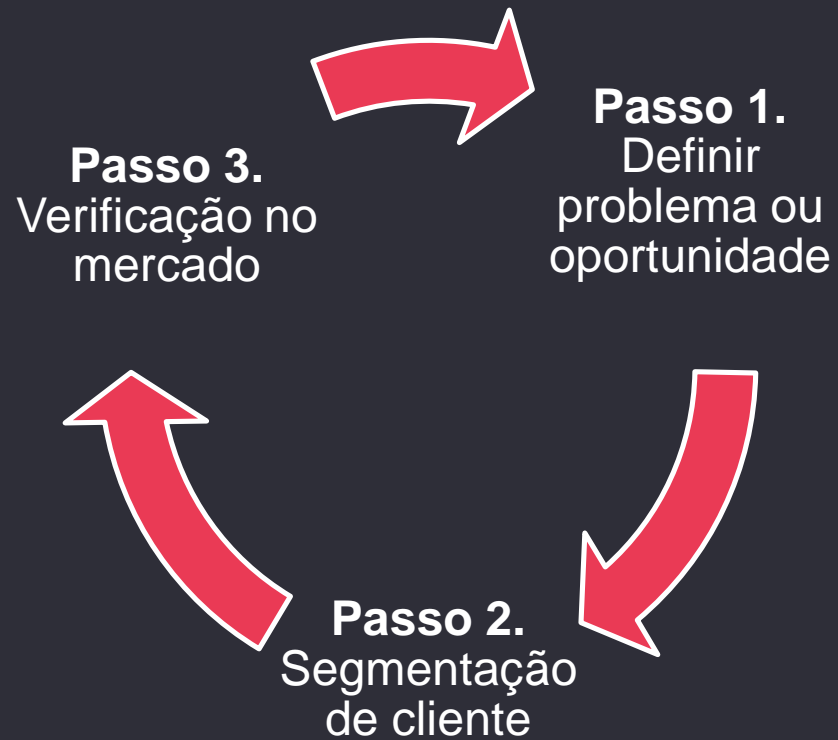
### Tipo B

*"Pessoas que querem ser vegetarianas". Eles estão dispostos a cozinhar, mas não têm acesso aos supermercados para comprar os produtos de que necessitam e não sabem o que cozinhar. Eles se aborrecem facilmente com os menus típicos e, portanto, são propensos a desistir de tentar ser vegetarianos".*

### Tipo C

*"Vegetarianos com um orçamento elevado. Eles estão dispostos a pagar mais por produtos de qualidade para manter uma dieta saudável".*

# Exercício de segmentação de clientes



## Mãos à obra!



Tempo de trabalho: 15 min  
Apresentação voluntária: 5 min

1. Qual é o **problema ou oportunidade** que você está abordando com seu produto ou serviço?
2. Quais são os **comportamentos ou motivações** dos clientes que têm este problema?
3. Esboçar pelo menos três **segmentos de clientes**

# Agenda

---

1. Anuncios importantes
2. Desafio individual
3. Segmentação de clientes

Como segmentar meus clientes?

Como obter dados de experiência do cliente?

Exemplos de segmentação de clientes

3. **Customer journey: A jornada do cliente**

Porquê mapear a jornada do cliente?

4. Q&A



# Customer Journey ou jornada do cliente





# Customer Journey ou jornada do cliente

A jornada do cliente é o caminho que alguém percorre para se tornar um cliente. Basicamente, é um processo que envolve todas as interações que um cliente tem tido com uma empresa até o ponto de conversão.



**A jornada do cliente nada mais é a viagem do cliente através do funil de marketing ou de compra.**

# Por que mapear a jornada do cliente?

1

## Ajuda a projetar produtos e serviços mais utilizáveis

Um website ou serviço pode ser projetado em torno das limitações de software ou hardware ou, geralmente, das prioridades do negócio, e por esta razão muitas vezes não consegue proporcionar uma experiência ótima ao usuário.

2

## Ajudar a entender como outras pessoas vêem o mundo

Cada projeto descobrirá algum comportamento único que você nunca poderia ter previsto e estes apresentam uma fonte contínua de desafios para o negócio. A jornada do cliente é uma maneira fácil de **trazer uma compreensão do comportamento do usuário para toda a equipe.**

3

## Ajuda a comparar diferentes canais

Os usuários frequentemente usam uma variedade de canais para satisfazer suas necessidades, tais como um website, um call center e uma aplicação móvel. A jornada do cliente permite **determinar o desempenho de cada um desses canais em relação às necessidades específicas do usuário.**

4

## Ajuda a identificar lacunas de conteúdo e funcionalidade

Durante o processo de mapeamento, pode rapidamente tornar-se evidente onde há uma necessidade do usuário que um produto ou serviço não está sendo atendido. Estas **lacunas são priorizadas** e utilizadas pelas equipes como um **roteiro para melhorar o produto ou serviço.**

Q & A

# Obrigada!

## Nos vemos na próxima terça-feira



Acesse o link a seguir e nos dê seu feedback sobre a aula de hoje:

<https://forms.office.com/r/V4btWYzzJB>

Sua opinião é muito importante para nós.