



Masterclass: Customer Journey Mapping

Formadores

- Gabriel Augusto

Local

FLAG Lisboa

Duração

14 horas

Valor público

360 €

Valor formandos FLAG

*180 €

Sobre a masterclass

Valor

Inscrição: 360€

*Early Bird: 180€ até 02/mar

Descrição

Uma organização que detém um conhecimento profundo do comportamento do consumidor apresenta hoje uma vantagem competitiva ímpar no mercado, tornando o mapeamento da jornada do consumidor (*customer journey mapping*) uma ferramenta fundamental para a inovação e o desenho de experiências diferenciadoras e completamente ajustadas às necessidades e motivações do consumidor.

O *customer journey map* é uma representação de todas as experiências que o consumidor vive com uma determinada marca/empresa, desde o seu primeiro contacto até à sua relação pós-compra, e permite uma identificação clara do que motiva um consumidor a iniciar a sua jornada, as diversas fases que a constituem, os canais e os pontos de contacto preferenciais, os conteúdos mais

valorizados, os momentos positivos e negativos, entre outras informações relevantes.

Esta Masterclass FLAG é um workshop interativo que pretende dotar os participantes com os conhecimentos e as competências necessários para recolher e analisar a informação necessária para construir personas e os respetivos customer journey maps, assim como comunicar os seus resultados e articulá-los efetivamente com as estratégias de comunicação e produto.

Público-alvo

Esta Masterclass FLAG destina-se a todos os profissionais envolvidos na definição de experiências de consumidor, das áreas de gestão, marketing, branding e produto.

Sobre a Masterclass...

Conteúdos

Fundamentos de Customer Journey Mapping:

O que são, como funcionam e para servem;

Tipos de Journey Maps;

Anatomia de um Customer Journey Map;

Personas: o que são, como funcionam e para que servem;

Métodos e práticas de recolha e análise de informação sobre o consumidor e o seu comportamento;

O processo de mapeamento;

A comunicação do mapa, elaboração da narrativa visual e preparação do plano de ações.

Atividade Prática de Co-Criação 1: Construção de Personas.

Atividade Prática de Co-Criação 2: Mapeamento da Jornada de Consumidores Atuais.

Atividade Prática de Co-Criação 3: Mapeamento da Jornada de Consumidor Ideal.

Debriefing e Considerações Finais.