

JORNADA DE COMPRA

É essencial que você conheça as etapas pelas quais seu público-alvo passa antes de se tornar um cliente. São justamente essas etapas que formam a jornada de compra.

Conhecida em inglês como *buyer's journey*, nós costumamos apresentá-la nas 4 etapas seguintes:

Jornada de Compra: “aprendizado e descoberta”, “reconhecimento do problema”, “consideração da solução” e “decisão de compra”

As etapas da jornada de compra

1 – Aprendizado e descoberta

No início do processo o consumidor não sabe (ou não sabe muito bem) que tem um problema ou necessidade. Ele ainda está despertando o interesse para determinado tema e o objetivo da sua empresa é capturar a sua atenção.

2 – Reconhecimento do problema

Aqui o consumidor já se aprofundou um pouco mais no tema e percebe que tem um problema ou oportunidade. O objetivo aqui é “gerar” essa necessidade nele

Ou melhor, é revelar para ele um problema que ele tem, mas que ainda não sabia. A partir disso ele começa a pesquisar e estudar mais o problema e ir atrás de soluções para ele.

3 – Consideração da solução

Após pesquisar mais, o comprador mapeou algumas soluções possíveis e começa a avaliá-las. Aqui é preciso que ele identifique o seu produto ou serviço como uma (boa) solução para ele.

É interessante criar senso de urgência para que ele avance no processo e não deixe para resolver o problema depois (ou tenha tempo para ir atrás de outras soluções).

4 – Decisão de compra

No fim do processo o consumidor analisa as opções e toma, enfim, sua decisão: é o momento da compra. Hora de mostrar os diferenciais da sua empresa em relação aos concorrentes e convencê-lo que o seu produto é a escolha certa!