

Plataforma de Experiência Agro

Metodologia Markestrat® para agronegócio

4 passos para criar uma experiência memorável para o Produtor

■ produtor ■ empresa

Criar uma jornada de excelência para o seu cliente, produtor rural, não é uma tarefa simples.

A Markestrat desenvolveu uma metodologia que suporta a criação e implementação dos processos adequados para levar a melhor experiência ao campo.

Persona



DEFINIÇÃO DA PERSONA

Targeting: Quem é meu produtor foco?

como?

WORKSHOP & ENTREVISTAS

Definição do Persona

Definir quem é o cliente alvo da construção é o primeiro passo! A definição do persona busca dar vida ao segmento que você irá trabalhar, trazendo, em um personagem, a média dos aspectos demográficos e comportamentais do grupo.

Personificar nos aproxima do segmento alvo e propicia um desenvolvimento estratégico mais focado e assertivo.

Jornada do Produtor



DESIGN DA JORNADA

Quais são as etapas do ciclo de produção do produtor?

como?

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE



TOUCHPOINTS

Onde estão as interações chave da empresa com o produtor

OFICINA DE DESCOBERTA



MAPA DE EMPATIA

O que o produtor vê, sente, percebe?

FOCUS GROUP: FACILITAÇÃO ESPECIALIZADA

Desenho da Jornada do Produtor

O desenho da Jornada se dá a partir de uma exploração profunda e sem vieses sobre o que o produtor vivencia no seu dia a dia.

Além de aspectos técnicos, são mapeados aspectos emocionais (mapa de empatia), touchpoints e momentos chave da Jornada para interação (momentos da verdade).

Entender o cliente a partir das suas lentes pode ser revelador e trazer insights transformadores para o seu negócio.

Experiência do Cliente



INSIGHTS & OPORTUNIDADES

Como criar uma experiência diferenciada e mais valor a partir da visão do produtor?

OFICINAS DE INOVAÇÃO



RECURSOS E COMPETÊNCIAS

Quais potencialidades internas devem ser aproveitadas ou impulsionadas na estratégia?

ENTREVISTAS E WORKSHOPS INTERNOS



TRILHAS DE INTERAÇÃO/ DIGITALIZAÇÃO

Como ações e touchpoints geram uma experiência memorável ao produtor?

IDEAÇÃO, OFICINAS DE INOVAÇÃO, PLATAFORMAS DIGITAIS

como?

Construção da Trilha de Experiência

Tendo amplo conhecimento do produtor, seu ciclo produtivo e experiências vivenciadas, é hora de olhar para dentro da empresa para criar o melhor modelo de interação a campo.

A construção é pautada na reestruturação de *touchpoints* já existentes e criação de novos ordenando-os de forma lógica na Jornada do Produtor a fim de criar uma experiência única com sua empresa.

“A percepção de unidade no relacionamento com sua empresa é construída a partir do encadeamento lógico de touchpoints.”

Implementação



CHANGE MANAGEMENT

Como colocar em prática toda a estratégia desenvolvida?

PILOTAGEM, MAPA DE IMPLEMENTAÇÃO, TREINAMENTOS

como?

Implementação e *Change Management*

Tendo construído a trilha de interação com seu cliente, ou seja, a experiência que ele terá ao interagir com a sua empresa, é hora de desenhar os processos que farão isso acontecer.

Capacidades internas, pessoas, processos, tecnologias e treinamentos são trabalhados de forma conjunta para propiciar uma mudança cultural interna.

O sucesso da estratégia de experiência do cliente está diretamente relacionado ao foco e crença da equipe em que trazer o cliente como centro e ponto de partida!

Quer saber mais? Entre em contato conosco!



markestrat
Agribusiness

Luciano Thomé e Castro
ltcastro@markestrat.com.br

Tássia Gerbasi
tgerbasi@markestrat.com.br

(16) 3456.5555

www.markestrat.com.br