

FERRAMENTAS PARA DAR UM GÁS NA INOVAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUTOS

A inovação é palavra chave para todos os tipos de negócio, mas transformar boas ideias em produtos de sucesso ainda é visto como algo difícil. Para facilitar esse processo algumas ferramentas são essenciais, pois conseguem contribuir para a criação de ideias mais direcionadas às necessidades do público. Pronto para colocar as suas ideias em prática? Vem conhecer o “Plano de Ação: degustando minha ideia” e o “Mapa de Empatia”.



⚡ PLANO DE AÇÃO! DEGUSTANDO MINHA IDEIA

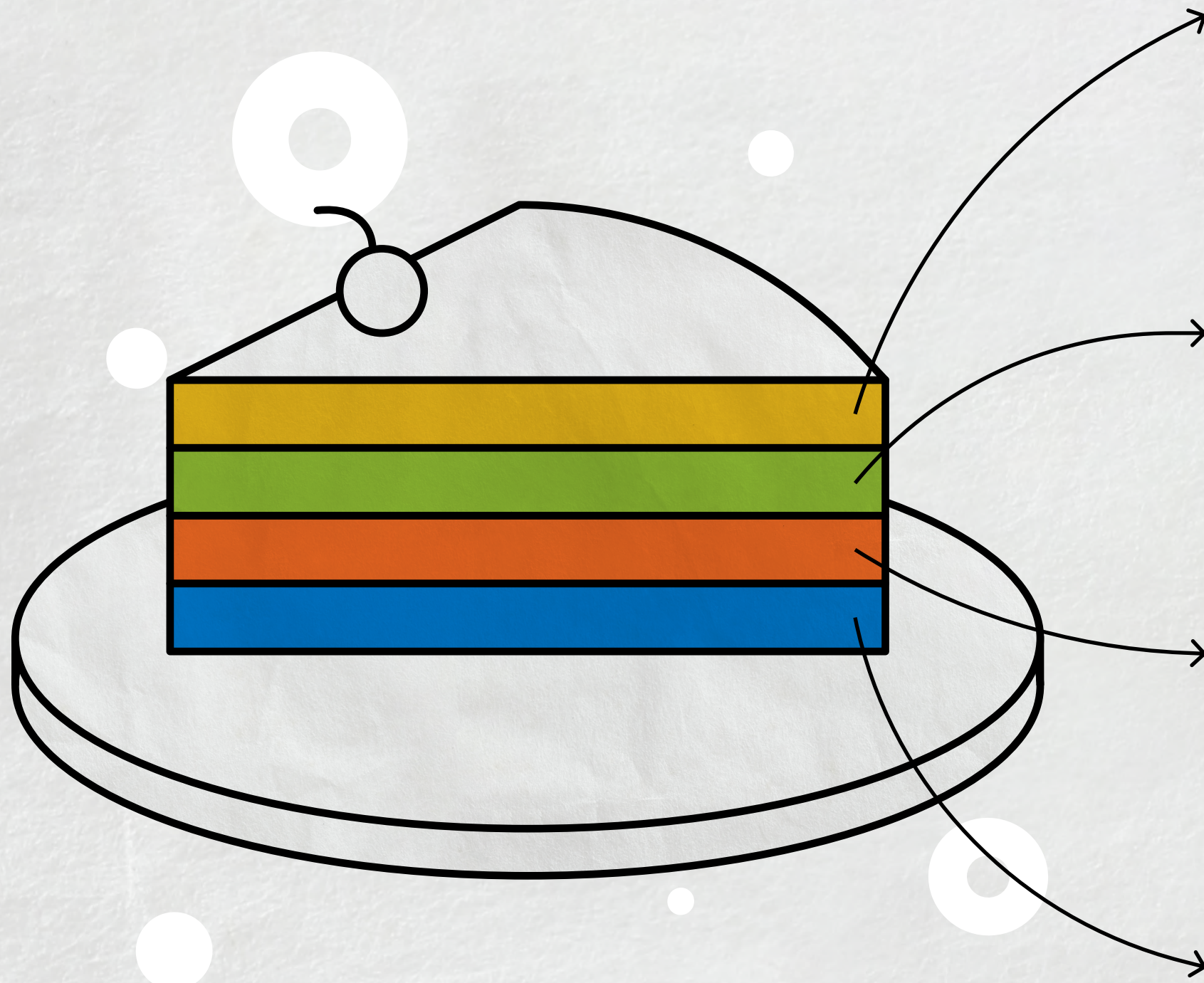
O plano de ação é uma ferramenta que organiza as atividades que devem ser desenvolvidas para alcançar um objetivo. É uma ferramenta essencial para fazer a gestão de qualquer projeto. O modelo que você verá a seguir é ideal para projetos simples e que abrangem várias áreas da gestão, como o desenvolvimento de novos produtos. Para preencher o seu plano de ação, basta seguir o passo a passo:

- 1** Liste todas as atividades que terá que fazer para chegar no resultado final que espera, desde uma simples reunião até a compra de ingredientes. Realização de treinamentos e divulgação também devem ser listados e colocados no plano.
- 2** Classifique cada atividade listada dentro da área que envolve essa ação, pode ser marketing, produção, financeiro ou RH. Exemplo: compra de ingredientes para teste é uma ação da área de produção, postar a novidade nas redes sociais é da área de marketing.
- 3** Defina quando é o prazo final para que seja realizada cada ação. É imprescindível que tenha um prazo limite para fazer a atividade, isso fará com que outras ações caminhem corretamente e o resultado que espera seja alcançado dentro do tempo que imaginou.
- 4** Defina quem da sua equipe ficará responsável por realizar cada atividade, isso é importante para que uma pessoa assuma a liderança e responsabilidade para fazer a atividade.



PLANO DE AÇÃO! DEGUSTANDO MINHA IDEIA

MINHA IDEIA:



	O QUE FAÇO	QUANDO	QUEM
MARKETING			
PRODUÇÃO			
FINANÇAS			
RH			



MAPA DE EMPATIA

O Mapa da Empatia é uma ferramenta colaborativa para contribuir na busca por ideias que atendam às necessidades do público desejado. Seu uso vai permitir que você entenda os clientes com mais profundidade, quais seus comportamentos, as dificuldades que enfrentam e os desejos que possuem. A partir do levantamento desse contexto, e estilo de vida do público, é possível desenvolver ideias mais assertivas, aumentando as chances de dar certo. No mapa da empatia cada etapa tem perguntas que ajudam a descrever e aprofundar. Mas não se limite apenas a responder essas perguntas, busque sempre mais para que fique completo o seu mapa!

Para construir o mapa de empatia siga os passos:

- 1** Defina quem será o público que buscará entender. Pense no gênero, na faixa etária, classe social, ocupação/profissão, interesses e outros dados importantes que resumem o perfil dessa pessoa. Caso seu negócio tenha públicos extremamente diferentes, pode pensar em um mapa para cada um deles;
- 2** Escreva o que seu cliente precisa fazer no dia a dia. Essa etapa é importante para entender quais desafios e pressões o seu público enfrenta e isso vai te ajudar a entender dores e o que precisam;
- 3** Analise o que seu cliente vê durante o dia. Essa parte é mais complexa, pois terá que se imaginar com os olhos do seu público para tentar entender os ambientes que ele frequenta. Como é sua rotina desde quando acorda e sai para trabalhar até chegar em casa novamente, seu ponto de vista sobre os negócios que frequenta e outros pontos;
- 4** Pense agora no que seu cliente fala. Nesse ponto, é importante que você observe a linguagem/expressões que seu público usa, os assuntos que aborda, a forma como interage na hora de comprar no seu empreendimento ou no concorrente;
- 5** Escreva o que seu cliente faz. Pode parecer algo genérico, mas é importante para entender os comportamentos que seu público tem no dia a dia. Liste as atividades que você acredita que esse público faça no cotidiano;
- 6** Analise o que seu cliente escuta. E essa etapa é importante para entender as percepções do seu público, pois muito do que ele é, sofre influência do que ele ouve. Então tente imaginar quais são os debates que seu público participa, tipo de música que gosta, se escuta noticiário ou não, quais são os assuntos com os amigos, familiares e no trabalho;
- 7** Analise o que seu cliente pensa e sente. Depois de entender o contexto que o seu público está e os comportamentos que ele possui, você já terá mais facilidade para definir possíveis dores (coisas que geram dificuldade para seu público) e os desejos (são necessidades e sonhos que esse público têm e precisa suprir).



MAPA DE EMPATIA

OBJETIVO

1 Quem é seu cliente?

Quem é a pessoa que queremos conhecer?
Em que situação ela está?
Qual o perfil dos clientes mais significativos para o seu negócio? Qual o gênero? Faixa de idade? Renda? Ocupação/ profissão? Quais seus interesses?

2 O que seu cliente precisa fazer?

Quais tarefas seu cliente quer ou precisa fazer no dia a dia? Quais decisões ele precisa tomar? Quais desafios e pressões seu cliente enfrenta no dia a dia?

3 O que seu cliente VÊ no dia a dia?

O que ele vê durante o dia? O que ele vê quando vai comprar algo? O que seu cliente vê no seu negócio? O que seu cliente vê nos seus concorrentes? O que seu cliente normalmente lê e assiste?

4 O que seu cliente FALA?

O que já escutou seu cliente falando sobre a vida no geral? O que já ouviu dele sobre o seu negócio e produtos? O que imagina seu cliente falando?

5 O que seu cliente FAZ no dia a dia?

O que seu cliente faz hoje em dia? Qual o comportamento dele com outras pessoas? O que imagina seu cliente fazendo antes de escolher onde comprar? Como seu cliente faz e se comporta enquanto compra contigo?

7 O que ela PENSA e SENTE?

DORES

Quais coisas podem gerar dificuldades para o seu cliente? (Pensando em todos os outros pontos já preenchidos)

Qual o medo do seu cliente ao consumir?

O que pode deixar seu cliente frustrado?

DESEJOS

O que seu cliente tem de necessidades para a vida? (Pensando em todos os outros pontos já preenchidos)

O que seu cliente deseja para os locais onde se alimenta?

O que pode deixar seu cliente muito satisfeito na hora de se alimentar?

6 O que seu cliente ESCUTA?

O que seu cliente escuta outros dizerem sobre a vida? Quais comentários ele escuta sobre o momento econômico e profissional? O que ele escuta sobre consumo e alimentação? O que seu cliente escuta os outros falarem sobre o seu negócio? E o que ele escuta sobre os seus concorrentes?