



Compartilhar:



Categorias:

Design Thinking, Métodos Ágeis

Não categorizado

Fique por dentro! Assine nossa newsletter!

Email

☒ Deseja receber e-mails com novos eventos e conteúdos exclusivos sobre inovação em negócios, tecnologia e muito mais?*

ENVIAR

13/08/2021 - By MJV Team

🕒 5 min read

Mapa da empatia: o que é, pra que serve e como criá-lo?

Com o Mapa da Empatia, você conhece seus clientes a partir das perguntas certas e pode atraí-los feito imã.

Já pensou na empatia como chave para a compreensão daqueles que são mais importantes para você, os seus clientes? Agora imagine ter em mãos um mapa para conhecê-los, como se fosse uma caça ao tesouro. Afinal, seu público é muito precioso. Com o **Mapa da Empatia**, isso não só é possível, como fácil.

Se perguntássemos quais empresas ou produtos você admira ou se identifica, provavelmente pensará em experiências que o fizeram se sentir bem, confortável ou realizado, certo?

Se você não é um designer ou gerente de produto, pode não relacionar a experiência à empatia, mas as pessoas por trás dos melhores produtos, experiências, ou aplicativos certamente fazem essa relação.

Se empatia é a arte de se colocar no lugar do outro, como fazer isso sem conhecer quem está do outro lado da tela, do balcão, da vitrine ou do carrinho de compras?

Continue lendo e entenda **como o Mapa da Empatia pode te ajudar a criar serviços e produtos cada vez mais relevantes** e como fazer o seu!

O que é o Mapa da Empatia?

Mapa da Empatia é uma **ferramenta visual que analisa e descreve aspectos comportamentais e o contexto de vida do cliente ideal** de um negócio por meio de um diagrama.

Com esse recurso simples e didático utilizado pelo **Design Thinking**, é possível desenhar detalhadamente o cenário, os pensamentos, as ações, os problemas e as necessidades do seu público alvo.

Quanto mais você conhece seu público, mais entende o que ele precisa e como ajudá-lo com produtos e serviços conectados aos seus desejos, problemas e expectativas.

O protagonista do Mapa é um só, sempre: **o cliente**. O cliente não é uma figura única. Podem ser usuários de aplicativos, a audiência de um programa, consumidores de serviços. Ou seja, é qualquer pessoa que se relacione com o que seu negócio oferece.

A estrutura do Mapa da Empatia é formada por quatro quadrantes que se dividem em questões como:

- O que pensa e sente?
- O que escuta?
- O que fala e faz?
- O que vê?

Na parte de baixo, lado a lado, estão as perguntas:

Quais são as dores?

Quais são as necessidades?

É justamente para responder esses questionamentos que o Mapa da Empatia existe. Logo, a ferramenta é o ponto de partida, que permite reproduzir de forma visual, quem é o cliente.

Baixe o e-book “Design Thinking – Inovação em negócios” e conheça outras ferramentas para criar produtos e serviços conectados a seus clientes!

Nome*

Sobrenome*

Nome

Email de Trabalho*

Email de Trabalho

Acesse grátis

Quais problemas o Mapa busca solucionar?

É certo que é um desafio para as empresas conseguir entender seus clientes. Métodos tradicionais sempre tentaram compreender, quantificar e segmentar quem é o público-alvo de um negócio. Sem dúvidas, são eficazes em muitos aspectos.

No entanto, há algo que lhes escapa: os detalhes. E detalhes fazem toda diferença. Pessoas não são só porcentagens, são mais que gênero, local onde moram, idade e profissão. Elas possuem características em comum, que as diferenciam também.

Atribuir características por meio do Mapa da Empatia é humanizar a relação entre empresa e cliente. As possibilidades que surgem a partir daí são inúmeras:

- Compreender os clientes;
- Melhorar a comunicação e promover conteúdo mais relevantes;
- Focar em questões importantes;
- Lidar melhor com conflitos em situações variadas com clientes;
- Oportunidade para melhorar produtos e serviços;
- Promover campanhas mais assertivas.

→ **Leia também:** [Personas: uma ferramenta poderosa no Design Thinking](#)

Como criar o Mapa da Empatia?

Existem várias maneiras de levantar informações ricas sobre seus consumidores, clientes ou usuários para ajudá-lo a montar o Mapa da Empatia.

Pesquisas de mercado, questionários, entrevistas, pesquisas em profundidade, redes sociais, são as mais utilizadas.

Preencher o Mapa da Empatia nada mais é que responder perguntas. Não qualquer uma, mas as perguntas certas.

É esse arcabouço de questionamentos que permite conhecer, verdadeiramente, quem se relaciona com os seus produtos e serviços.

Quando você responde a todas as perguntas sobre seu público, a partir das seis etapas abaixo, você de fato entende o comportamento da sua persona. Confira como!



1. Identifique o que seu público vê

Nesse quadrante do Mapa, você deve identificar e entender o que sua persona observa no dia a dia: onde ela está inserida e como percebe o mundo?

Tenha como ponto de partida as perguntas:

- Como é o mundo em que a persona vive?
- Quais sites ela lê?
- Quais jornais, revistas e livros consome?
- Quem são os amigos?

2. Conheça o que seu público ouve

Conhecer o que sua persona ouve vai além do sentido sonoro. Entender quais são os estímulos musicais e conversas que o público se interessa é até importante, mas não é só isso.

Aqui, o essencial é descobrir quem influencia seu público e em quais meios de informação isso ocorre.

Levante questões como:

- Quem sua persona admira?
- Quais são seus ídolos?
- Quais suas marcas prediletas?
- Quais são os meios de comunicação favoritos?

3. Perceba o que seu público pensa e sente

Preencher esse campo é investigar o aspecto emocional da persona e entender o que ela pensa e sente diante do mundo.

Dentro desse contexto, entenda também quais as ideias, pensamento e sensações que seu produto ou serviço desperta na mente dos consumidores.

Tenha como norte as seguintes perguntas:

- Quais são suas preocupações?
- Quais são seus sonhos?
- Quais suas sensações e percepções?
- Quais pensamentos influenciam seu comportamento?

4. Levante o que seu público faz e fala

Nesse espaço, descreva o comportamento da sua persona, mas não esqueça do seus produtos e serviços! Quais ações o público desempenha no processo de decisão de compra?

Responder essas perguntas pode te orientar:

- Quais hobbies possui?
- Que tipo de mensagem transmite nas redes sociais?
- Que tipo de linguagem usa?
- Quais assuntos se interessam?

5. Saiba exatamente quais são as dores da persona

Na parte inferior do Mapa da Empatia, mas não menos importante, é o espaço para descrever quais são as dores da sua persona, ao lado de necessidades, que veremos a seguir.

Dor é sinônimo de problemas, desafios e dificuldades. Responder as perguntas abaixo pode te ajudar a conhecer quais são as dores do público-alvo.

- Quais são as preocupações?
- Com o que ela sofre?
- Quais problemas quer resolver?
- Quais são as dificuldades enfrentadas?

6. Compreenda quais necessidades a persona possui

Ao lado das dores da persona é chegada a hora de responder quais são suas reais necessidades. Dores e necessidades formam um elo de causa e efeito.

Afinal, ao conhecer os problemas, incômodos e insatisfações da persona você acessa suas necessidades também.

Questione-se sobre:

- O que vai fazer sua persona feliz?
- Quais sonhos possui e o que precisa cumprir para torná-los reais?
- Quais são os passos que precisa executar para resolver os problemas?

Baixe o e-book “Design Thinking – Inovação em negócios” e conheça outras ferramentas como o Mapa da Empatia para criar produtos e serviços conectados feito imã a seus clientes!



[VOLTAR](#)



📁 Metodologias

Ciclo PDCA: o que é e como aplicar em projetos

[READ MORE >](#)



📁 Métodos Ágeis

Lean Startup: o que é, ferramentas e como aplicar no seu negócio

[READ MORE >](#)



📁 Metodologias Ágeis

Cerimônias Scrum: aprenda como usar cada uma na sua equipe

[READ MORE >](#)

Fique por dentro! Assine nossa newsletter!

Email

☒ Deseja receber e-mails com novos eventos e conteúdos exclusivos sobre inovação em negócios, tecnologia e muito mais?*

ENVIAR

OUR OFFICES

ATLANTA

atl@mjinnovation.com

SÃO PAULO

spo@mjinnovation.com

SP ALPHAVILLE

alp@mjinnovation.com

ROME

rom@mjinnovation.com

PARIS

par@mjinnovation.com

RIO DE JANEIRO

rio@mjinnovation.com

CURITIBA

cwb@mjinnovation.com

LISBON

lis@mjinnovation.com

LONDON

ldn@mjinnovation.com

BOGOTA

bgt@mjinnovation.com

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

security@mjinnovation.com



Política de Privacidade | Termos de uso

©MJV Technology and Innovation 2024 All Rights Reserved