

TOOLS by

This
is Odd

Odd tools
Bon Voyage

Bon voyage es una tool para crear un user journey, que nos permite trabajar para estar presentes durante todo el viaje que hace un consumidor con nuestra marca. Escucha este micropodcast que te guiará por el proceso de crearlo.

Link aquí

Odd Tools
Bon Voyage

¿De verdad conoces a tu consumidor?

Muchas veces en marketing pecamos de confiar en las corazonadas. “La gente compra mi producto porque piensa esto o lo otro” o “no sirve de nada hacer eso porque la gente no lo ve”. Si algo nos ha enseñado la experiencia, y no hablamos de nosotros, hablamos de la industria, es que en estrategia cuanto más sepamos contrastar nuestras corazonadas, más probabilidad de éxito vamos a tener.

En Odd, como en muchos otros sitios del planeta, usamos la tool User Journey (viaje del usuario) como uno de los pilares más importantes para conocer a quien nos compra y así estar un paso más cerca de generar contenido o incluso productos más afines. Es el gran aliado de la herramienta Buyer Persona, sin la que, por cierto, no podrás completar este ejercicio. Descárgala también en thisisodd.es/tools

A través de un user journey vamos a entender cuáles son los pasos que toma nuestro consumidor antes, durante y después de utilizar nuestro producto o servicio. Pero aquí no vale la corazonada. Tenemos que preguntarnos qué necesitamos para conocer esos pasos. Podemos empezar preguntando, literalmente, a alguien cercano que nos haya consumido alguna vez.

¿Cuándo fue la primera vez que recuerdas haber escuchado el nombre de mi marca?

¿Qué hiciste después?

¿Dónde lo compraste? ¿Online? ¿En tienda física?

¿Lo compraste para ti o para otra persona?

Cuánto tiempo pasó desde que pagaste hasta que disfrutaste el producto?

¿Cómo fue la experiencia de unboxing?

¿Durante cuánto tiempo lo utilizaste?

¿Una vez utilizado, has vuelto a interactuar con mi marca?

Y así sucesivamente. El objetivo es conocer cada uno de esos pasos e investigar si el comportamiento de uno puede replicarse en otros consumidores. Si nos damos cuenta de que es así, a través de esta herramienta podremos...

- Mejorar la exposición de nuestra comunicación: conocer los lugares o medios donde se habla de nuestra marca (ej. El gimnasio, el bar o en Instagram).
- Descubrir si nuestro cliente ideal y nuestra cliente real es el mismo
- Mejorar la experiencia del usuario

¿Qué tenemos que hacer? Seguir estos pasos

PRIMERO: BUYER PERSONA

Elegir un buyer persona, si todavía no los tienes definidos, descarga la tool en thisisodd.es/tools. Cada buyer persona tiene su propio User Journey y es importante que lo respetemos si queremos ser relevante para cada uno de nuestros segmentos.

SEGUNDO: TOUCHPOINTS Y PAIN POINTS

Busca los touchpoints y anótalos. Un touchpoint es un punto de contacto, es decir, un lugar, digital o físico, un material, digital o físico, donde tu consumidor entra en contacto con tu marca. Tu newsletter, un panfleto, un spot de TV, tu página web, entrar en una tienda donde está tu producto, recibir una llamada de un comercial, usar el producto de un amigo... todo eso son touchpoints.

Ahora busca los pain points: ¿qué problemas se encuentra el consumidor? Un pain point puede ser un plazo de entrega muy largo, un packaging que es difícil de abrir, un precio elevado, un exceso de uso de plástico...

Ordena los touchpoints y los pain points cronológicamente. ¿Qué viene primero y qué viene después?

TERCERO: ORDEN

Ordena los touchpoints y pain points por pasos. Si quieres utiliza la plantilla que te dejamos más abajo. La última línea de cada PASO refleja ese momento.

Ahora dale un nombre a ese paso. Por ejemplo si el primer touchpoint es un amigo hablando de nuestro producto, podemos llamarle DESCUBRIMIENTO. Si es segundo es una búsqueda online para conocer más sobre nuestro producto y ver qué piensan otros usuarios, podemos llamarle INVESTIGACIÓN, y así sucesivamente. Si te ves con ganas de ilustrar, ¡utiliza dibujos!

CUARTO: CONTEXTO

Rellena el resto de información de la plantilla. ¿En qué estado emocional se encuentra? ¿Es consciente de que está interactuando con nuestra marca? ¿Es un momento anterior o posterior a habernos comprado?

Toda esta información nos ayudará a entender cómo podemos adaptar nuestros mensajes, nuestro producto y nuestros servicios al momento del consumidor. O incluso plantearnos si hay pasos que no estamos cubriendo, como el servicio post venta, por ejemplo.

QUINTO: CONCLUSIONES

Intenta responder a estas preguntas y busca acciones que las resuelvan

- ¿Cómo puedo aliviar cada uno de los touchpoints? ¿Cómo lo está haciendo mi competencia? (consulta la tool benchmark para conocer mejor a tu competencia)
- ¿Qué estoy haciendo a nivel de marketing para cubrir cada uno de los pasos de mi consumidor?
- ¿Tendría sentido eliminar alguno de los pasos? ¿O añadirlo?

BON VOYAGE

BUYER PERSONA: _____

TOUCHPOINTS: _____

PAIN POINTS: _____

PASO 1			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 2			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 3			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 4			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 5			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 6			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 7			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 8			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 9			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

PASO 10			
Carga emocional:	BAJA	MEDIA	ALTA
Atención:	CONSCIENTE	INCONSCIENTE	
Implicación:	BAJA	MEDIA	ALTA
Momento:	PRE-SERVICIO	SERVICIO	POST-SERVICIO
Touchpoint:			
Pain point:			

Si quieres estar al día con herramientas de people & project management para encontrar tu propósito profesional, organizarte mejor, definir una estrategia de comunicación en tiempos de emergencia o simplemente acabar con la procrastinación, entra en www.thisisodd.es/tools

TOOLS by **This is Odd**