A jornada do cliente no setor de materiais de construção

Neste infográfico, conheça a jornada do cliente no setor de materiais de construção e saiba como **eliminar cada etapa** na sua loja!

LOJA PERFEITA
powered by POINTER

Conhecer a jornada do cliente no setor de materiais de construção é fundamental para o sucesso da sua loja.

Com a **integração digital e física**, o consumidor precisa de uma experiência consistente e agradável. Por isso, é essencial que as informações sejam precisas e estejam disponíveis nos dois ambientes.

Confira a jornada do cliente e entenda como ela se desenrola em ambos os canais neste material especial que preparamos para você!

★★★★★

Etapa 1:

Reconhecimento do problema

O reconhecimento do problema é o primeiro passo na jornada do cliente. É quando ele identifica uma necessidade que precisa ser atendida.

Por exemplo:

- Perceber uma **infiltração** em casa, necessitando de materiais impermeabilizantes;
- Planejar uma **reforma na cozinha**, precisando de novos investimentos para as paredes;
- Fazer uma **transformação na área externa** da casa e identificar a necessidade de um piso que ajude a evitar quedas;
- Ver **sinais de desgaste e infiltração** nas paredes, que indicam a necessidade de produtos para tratamento de umidade;
- Construir uma **área de lazer** no quintal e perceber a falta de material para a construção de decks ou pergolados.

Entender o problema do cliente permite oferecer soluções adequadas, possibilitando que ele note uma jornada positiva e eficaz.

Etapa 2:

Busca de informações

Nesta etapa, os clientes precisam informações sobre os produtos que resolverão os seus problemas, tanto no ambiente por meio digital ou físico.

Nos meios físicos

- **Visitas a lojas**
  Visitar a loja permite que os clientes vejam os produtos pessoalmente. Eles podem entender melhor as características dos materiais, verificar a qualidade e comparar opções.
  Isso é **especialmente importante** para itens em que a aparência ou textura fazem diferença: revestimentos, tintas etc.
- **Consultas a vendedores**
  Clientes confiam nos vendedores para obter recomendações e conselhos especializados. Um vendedor bem treinado deve responder perguntas técnicas e **ajudar na escolha** dos produtos certos.

No meio digital

- **Sites**
  Os clientes visitam websites informativos para obter detalhes técnicos e comparações de produtos.
  Sites de lojas de materiais de construção **devem ser claros e atualizados**, oferecendo descrições e especificações completas.
- **Redes sociais e grupos de discussão**
  Nesses espaços, clientes trocam experiências, pedindo recomendações e analisando **feedbacks** de outros consumidores.

Dica: esses canais também podem ajudar a loja a entender melhor as necessidades de seu público-alvo. **Investigue-os!**

Etapa 3:

Avaliação das alternativas

Nessa etapa, os clientes comparam produtos para escolher a melhor opção. Para isso, podem usar tanto canais online quanto físicos.

COMPARAÇÃO DE PRODUTOS ONLINE

- Resenhas e avaliações fornecem opiniões de outros consumidores sobre a **qualidade e o desempenho** dos produtos.
- **Comparadores de preços** ajudam a encontrar a melhor oferta disponível pois apresentam valores em diferentes lojas.

COMPARAÇÃO DE PRODUTOS EM ESPAÇOS FÍSICOS

- Nas lojas, os clientes podem **ver e tocar amostras de materiais**, como é o caso dos revestimentos.
- Demonstrações, realizadas por vendedores ou em eventos especiais, mostram a **uso e a eficácia** dos produtos.

FEEDBACK DE CLIENTES

- Avaliações online fornecem informações sobre a qualidade dos produtos e do atendimento da loja.
- Feedbacks positivos aumentam a confiança na compra, enquanto críticas construtivas destacam áreas de melhoria.
- Clientes compartilham as suas interações com os vendedores, o atendimento recebido e a eficiência do processo de compra.

Etapa 4:

Compra

A experiência de compra envolve **fluidez e satisfatória**, tanto no ambiente digital quanto no físico. Muitos clientes decidem se são ou não retornar a loja com base nessa etapa da jornada.

Processo digital

E-commerce e aplicativos

O e-commerce e os aplicativos facilitam a compra online. Os clientes podem navegar pelo catálogo de produtos, comparar opções e realizar o pedido de forma conveniente.

Segurança e facilidade de pagamento

Ofereça métodos de pagamento confiáveis e seguros. Facilite o processo com opções como PIX, cartões de crédito, débito e carteiras digitais.

★★★★★

Processo físico

Atendimento eficiente no Check Stand

Reduza o tempo de espera e ofereça um serviço cordial. Um Check Stand bem organizado contribui para uma experiência positiva e pode até aumentar o ticket médio.

Possibilidade de retirada na loja

Ofereça a opção de retirada na loja para compras feitas online. Isso proporciona flexibilidade e conveniência aos clientes.

A importância da integração de ambientes

A integração de ambientes aumenta a satisfação do consumidor e fortalece a lealdade à marca, criando uma experiência de compra positiva e memorável.

A coesão entre ambientes digitais e físicos é vital para uma jornada do cliente fluida e eficiente.

Canais digitais	Site, e-commerce, redes sociais e aplicativos como WhatsApp e Telegram.
Canal físico	O seu ponto de venda.

Mantenha informações consistentes e atualizadas

Isso evita frustrações, pois garante que o cliente tenha acesso a dados precisos, seja online ou presencialmente. Informações corretas ajudam na tomada de decisão e aumentam a confiança.

Treine a equipe para dominar tanto o ambiente digital quanto o físico

Vendedores bem informados sobre o e-commerce da loja e as operações físicas podem oferecer um atendimento mais completo. Esse conhecimento integrado permite que a equipe ajude os clientes em qualquer canal.

Desenvolva estratégias para integrar a experiência de compra

Por exemplo, implemente um sistema em que o cliente pode pesquisar online, comprar o produto e retirar na loja física. Ofereça suporte a ele em todos os canais, incluindo chat, telefone e presencialmente.

★★★★★

RECAPITULANDO A JORNADA DO CLIENTE NO SETOR DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

A jornada do cliente no setor de materiais de construção envolve várias etapas: reconhecimento do problema, busca de informações, avaliação das alternativas e compra.

Cada fase é crucial para garantir uma experiência positiva.

A **integração entre ambientes digitais e físicos** também é essencial. Oferecer informações consistentes e atualizadas, além de um atendimento eficiente em todos os canais, cria uma experiência de compra coesa. Isso aumenta a **confiança e a satisfação do cliente**, promovendo a fidelização.

Pontos mais importantes:

- Investir em **tecnologias** que facilitem a integração dos canais;
- Manter o estoque e os preços **atualizados** em todos os meios;
- **Treinar a equipe** para dominar ambos os ambientes;
- Implementar **estratégias** que unam o on e o off-line;
- Oferecer a opção de compra online com **retirada na loja**;
- Monitorar **feedbacks** dos clientes para ter insights valiosos para melhorias contínuas.

LOJA PERFEITA powered by POINTER

Acompanhe as novidades do setor de materiais de construção nas nossas redes sociais: