



DESIGN DE SERVIÇO, A CONEXÃO ENTRE NEGÓCIOS E PESSOAS.



by | marcosbatista

OUTUBRO | 2018

DESIGN DE SERVIÇO, A CONEXÃO ENTRE NEGÓCIOS E PESSOAS.

Ampliar e melhorar a capacidade de inovar e implantar essa cultura nas empresas é uma questão de urgência para atingir mais competitividade e diferenciação em um mercado disruptivo e veloz, saturado por marcas, produtos e serviços, e o entendimento nas relações racionais e emocionais entre negócios, clientes e usuários validam nossas promessas de utilidade e afetiva correspondente a nossa proposta de valor desejada.

Contudo, isso exige um trabalho na organização que seja criteriosa na implantação e utilização de ferramentas com foco no ser humano e suas relações, os gestores também não podem esperar "vitórias rápidas". Entre as ferramentas mais eficientes para a interpretação e experiência do usuário, destaca-se o DESIGN DE SERVIÇOS, uma nova abordagem para identificar problemas e transforma-las em oportunidades de mercado, que por meio de uma visualização e mapeamento sistêmico dos serviços prestados interpreta e traduz a interação e significados na experiência final percebida pelo cliente/usuário construindo uma proposta de valor relevante e serviços satisfatórios.

Serviços são problemas complexos e podem variar dependendo do momento que ocorre, do comportamento e perfil das pessoas que estão envolvidas, seus procedimentos no momento de utilização, conhecimento sobre o assunto, estado emocional, entre muitas outras coisas. Isso realmente é um emaranhado de variáveis que precisam ser entendidas, mapeadas, analisadas e bem orquestradas.

Observar as pessoas utilizando serviços e compreender o que se passa em suas mentes é uma tarefa muito complexa, o design de serviços busca o vazio, o afeto, isso significa entender algo que seja importante que tenha um significado pessoal na mente e na vida das pessoas. A utilização de um serviço não se materializa da mesma maneira que o uso de um produto, assim não podemos entendê-las e registrá-las como tal.

Vivemos uma mudança de era com grandes transformações econômicas onde os bens intangíveis são mais valorizados, não são escassos e se renovam, portanto, são infinitos e nossa principal matéria-prima hoje é a criatividade, o conhecimento e a cultura. Da xícara ao smartphone, o valor sempre esteve no serviço e nas experiências significativas. Empresas focam mais em estudar atributos presentes nos concorrentes e tentar superá-los em seus próximos lançamentos do que parar para pensar e refletir sobre novos caminhos, de encontrar o vazio, a verdade, o afeto e entender sua essência e a relevância no relacionamento com o consumidor/usuário.

Há pouco tempo, o tempo de duração da bateria de um celular era o fator chave de diferenciação nesse mercado, então, as pessoas falavam umas para as outras: "Esse celular que eu comprei é ótimo, a bateria dura 4 dias!". Pois então, a Apple encerrou esse assunto em definitivo com o lançamento do iPhone. Resultado: "Sim, a bateria dura somente um dia." "Sim, você vai ter que cuidar dele como se fosse um bicho de estimação, alimentando-o todas as noites. Mas ao ter um, você não conseguirá se livrar mais dele". O iPhone pulou fora da guerra de atributos e entendeu o vazio, a relação de afeto entre produto, serviço e consumidor.

Explorar, observar e investigar a jornada do usuário/ consumidor, entender profundamente os modelos de negócio vigentes, ampliar nosso mapa mental por meio de conexões e colaboração é a arte de criar com as pessoas e não para as pessoas, isso é essencial para o desenho de novas e melhores propostas de serviços.

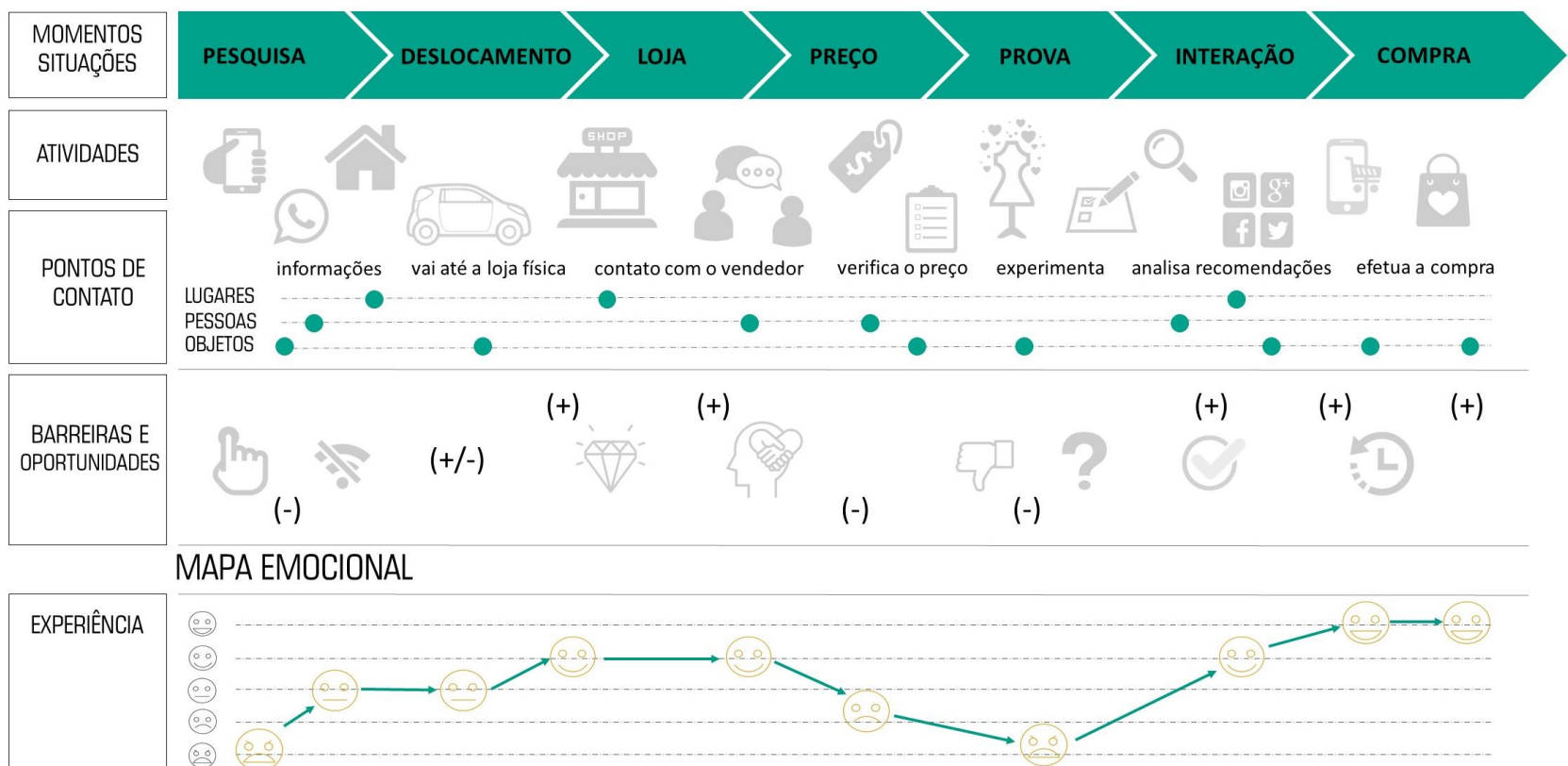
O Design tem como propósito conhecer e entender O USUÁRIO de tal forma que lhe permita ajustar o produto ou serviço às suas NECESSIDADES e PROBLEMAS, para que este se ENCANTE e realize o ato com conveniência e satisfação.

Design de Serviços, por definição, estuda as interações entre todas as pessoas envolvidas no serviço, e não apenas o consumidor/usuário. Além disso, interage com todos os processos, espaços, dispositivos onde esse serviço acontece e da experiência que a empresa deseja que os usuários tenham. Está ligado a funcionalidade e a forma dos serviços a partir da perspectiva do usuário, com o objetivo de "assegurar que as interfaces dos serviços sejam úteis, usáveis e desejáveis sob o ponto de vista dos clientes e eficazes e eficientes e distintos sob o ponto de vista do prestador".

Para manter uma conexão contínua com o cliente e estabelecer um relacionamento satisfatório é importante entender todos os momentos e situações de envolvimento do usuário com o serviço. O mapa de JORNADA DO USUÁRIO é uma das ferramentas que ajuda nesse diagnóstico e permite uma interpretação mais eficaz das expectativas e percepções do usuário em cada momento e situação de envolvimento com o serviço, por meio das atividades realizadas, pontos de contato, os incômodos e por fim o mapa emocional relativo a experiência desse momento específico.

Com a jornada completa e seu entendimento para cada momento ou situação vivida pelo usuário, conseguimos observar o mapa das experiências e o grau de satisfação e insatisfação do usuário, o que nos permite identificar com mais clareza onde existe falhas na interação (comunicação, relacionamento, execução, entre outras) e assim, definir quais são os elementos de valores e seus motivadores que você irá interagir na solução de algum problema ou necessidade não atendida.

MAPA JORNADA DO USUÁRIO



TODA EXPERIÊNCIA VIVIDA É UMA MATÉRIA BRUTA, QUE O CÉREBRO PODE LAPIDAR E CRIAR.

O MAPA TORNA VISÍVE L3 ETAPAS MUITO IMPORTANTES:

Entender o antes, durante e depois do contato entre o usuário e o serviço/produto



Como mapa de jornada do usuário é possível saber o que o usuário está pensando, sentindo e seu comportamento na rotina de consumo de um determinado produto ou serviço, pode se encontrar falhas no processo, pontos para melhoria e até oportunidade de criar algo que atenda a necessidade em uma etapa específica.

Os pilares do Design de serviços são:

CENTRADO NO USUÁRIO. Todos nós somos consumidores, porém com diferentes necessidades e modos de pensar. É no processo de entender e revelar os diferentes pontos de vista que o design de serviços começa.

CO-CRIATIVO. Todos stakeholders devem ser incluídos no processo. Designers de serviço constroem conscientemente um ambiente que facilita a geração de ideias e a fluidez entre grupos heterogêneos de pessoas. Quanto mais um cliente é envolvido no processo de construção de um serviço, maior a probabilidade de aumento na lealdade ao serviço e no relacionamento de longo prazo.

SEQUENCIAL. O serviço deve ser visualizado como uma sequência de ações inter-relacionadas. Tente pensar no serviço como um filme: contém uma série de fotografias estáticas, que combinadas formam uma sequência animada. Todo serviço segue etapas de transição, desde o período pré-serviço, durante o serviço e a etapa posterior ao serviço. Esses momentos devem ser orquestrados para alcançar um ritmo agradável para o cliente.

UTILIZA EVIDÊNCIAS. Serviços intangíveis são visualizados através de artefatos tangíveis. Qualquer artefato, seja um item físico como um brinde ou até mesmo um sorriso de um funcionário, ativa uma memória positiva do serviço, e com isso uma associação emocional com o serviço. Boas evidências prolongam essas sensações nos clientes e isso é uma ótima maneira de seu serviço ser recomendado a outras pessoas.

HOLÍSTICO. Todo o ambiente do serviço deve ser considerado. Os clientes percebem os serviços com todos seus sentidos: eles veem, escutam, sentem o cheiro e o gosto e tocam todas as manifestações do serviço. Por mais difícil que seja, considerar um contexto mais amplo fará com que seus clientes percebam o ambiente do seu serviço de forma subconsciente, o que provoca um grande impacto na experiência do serviço.

“Um produto ou serviço bem projetado é aquele pelo qual nos apaixonamos”.



INOVAÇÃO



DESIGN



BRANDING



Ressignifique sua marca, produtos e serviços, esse é o momento! Entre em contato.



Baixe nossos e-books dos projetos que realizamos e artigos, estão disponíveis no site.



Consulte e contrate nossos serviços online: Mentorias e treinamentos.



Acompanhe e participe dos nossos grupos, no whatsapp, instagram, telegram e linkedin.

PROJETOS | TREINAMENTOS | MENTORIAS

www.criategia.com.br

MARCOS BATISTA




Empreendedor, palestrante, designer, professor e um mensageiro da inovação, tal qual um paladino, busca incessantemente a mudança na mentalidade de empresas e organizações, com mais de 400 palestras em território nacional. Especialista convidado no programa INOVA360 na Record News e colunista Revista Empreenda. É graduado em Design com pós-graduação em Economia Criativa e Cidades Criativas pela FGV e Engenharia de Produto na USJT, possui mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de produtos e serviços. Sócio proprietário das empresas CRIATÉGIA e Palestras & Conteúdo. Atuou como gestor em design para a América Latina na Bosch and Siemens Home Appliances para as marcas Bosch, Siemens, Continental e GE. Ganhador de diversos prêmios de design nacionais e internacionais, homenageado e premiado como Líder em Inovação de 2019 (ABC da Comunicação). Consultor credenciado do SEBRAE NA em Design, Empreendedorismo, Inovação e Startup e Diretor de Inovação no ITESCS (Instituto de Tecnologia de São Caetano do Sul). Na academia possui 20 anos de experiência, atuou como coordenador de pós graduação e graduação do IED (Istituto Europeo di Design). Idealizador e professor de cursos de MBA para o curso de Marketing e Negócios Digitais da Be.Academy, Liderança para a Inovação das Faculdades IEL e Creative Design Business do IMT (Instituto Mauá de Tecnologia). Mentor da web série “Alta performance”, curador do Prêmio de Design MóvelPar, participação no livro “10 cases do design brasileiro” (2012) e no livro “Design Brasileiro: uma mudança no olhar”.



studiomarcosbatista

 criategia.com.br

 felipe@criategia.com.br
marcos@criategia.com.br

 55 11 98303-0605 (Felipe)
55 11 98434-9717 (Marcos)



PRÊMIOS

