



O Método Customer Centric Business Experience Design (CCBXD) (parte 3)



O Método Customer Centric Business Experience Design (CCBXD) (parte 3)

Conteúdo organizado por **Dallas Morais de Almeida** em 2022 do livro Business Experience Design – A Jornada do Cliente, publicado em 2020 por **Gart Capote**.

Objetivos de Aprendizagem

- Compreender a fase do método CCBXD “Desenvolver Soluções”.
- Compreender a fase do método CCBXD “Construir Jornada”.

Introdução

Na aula anterior foi abordado a segunda e terceira fases do método CCBXD, que corresponde ao entendimento dos trabalhos e descrição dos objetivos. Nessa aula irão ser desenvolvidos os próximos dois passos para a aplicação do método que são “Desenvolver Soluções” e “Construir Jornada”.

Etapa 4 – Desenvolver Soluções

A etapa de desenvolvimento de soluções do método CCBXD diz respeito ao processo pelo qual a empresa, ao entender o cliente, suas dores e necessidades, começa a estabelecer ideias e caminhos para sanar as necessidades e construir propostas de valor que objetivem proporcionar aos clientes experiências memoráveis. Dentro dessa perspectiva, essa fase considera pelo menos 10 princípios fundamentais que tem como meta estabelecer meios que estejam alinhadas aos clientes e que ofereçam maiores valores aos mesmos. Esses dez princípios são abordados a seguir:

- 1- **A identidade do cliente** – produtos e serviços que proporcionam experiências fantásticas são capazes de expressar a identidade do cliente e, portanto, contemplar os valores que o mesmo percebe como necessários, tanto no aspecto subjetivo, como no objetivo.
- 2- **Satisfaz o objetivo maior** – experiências memoráveis e relacionamentos consolidados entre empresas e clientes são construídos a partir de objetivos maiores do que as funcionalidades rotineiras dos produtos e serviços.
- 3- **Nada para mudar** – esse princípio diz respeito ao alvo empresarial de se buscar constantemente a perfeição de seus processos a fim de fazer com que cada detalhe seja observado e possa proporcionar ao cliente uma experiência inesquecivelmente positiva e surpreendente.
- 4- **Estabelece e alcança expectativas** – relacionadas ao processo pelo qual a organização está comprometida em fazer com que as promessas sejam cumpridas, ou seja, não prometer o que não se pode entregar e ao prometer algo, garantir a entrega.

- 5- **Não exige esforço** – o cliente ao se relacionar com a empresa, seus produtos e serviços, deve vivenciar experiências simplificadas, ou seja, o mesmo não deve passar por processos complicados para desfrutar daquilo que a empresa oferece.
- 6- **Encanta os sentidos** – esse princípio diz respeito à integralidade do ser, ou seja, a experiência deve também ser sensorial, aguçar e cativar os sentidos do cliente para que a mesma seja poderosa.
- 7- **Engajar socialmente** – esse elemento está relacionado à capacidade de a experiência proporcionada pela organização ser tão intensa e prazerosa ao ponto de os clientes quererem e se dedicarem em compartilhá-la com outros clientes e potenciais consumidores.
- 8- **Coloca o cliente no controle** – a utilização do produto ou serviço por parte do cliente deve revelar sua autonomia, ou seja, é ele quem escolhe.
- 9- **Considera as emoções** – na relação com o cliente a empresa está engajada a considerar e entender os aspectos emocionais dos clientes e não apenas os elementos objetivos da interação.
- 10- **Respeita personas** – bons produtos e serviços são desenvolvidos levando em consideração as diferentes necessidades e realidades dos clientes. Sendo assim, buscar níveis mais profundos de personificação.



Etapa 5 – Construir Jornada

Como o próprio nome já sugere, a etapa de construção da jornada está relacionada ao processo pelo qual a organização desenvolve ações vinculadas ao caminho que o cliente percorre enquanto o mesmo está se relacionando com a empresa. Nesse processo, o cliente deve se sentir em uma “aventura” cheia de surpresas positivas e situações prazerosas. Dentro dessa realidade, a jornada do cliente deve absorver as seguintes etapas:

Percepção – momento no qual o cliente diante da necessidade tem a consciência de que a empresa pode atendê-lo.

Pesquisa – fase onde o cliente está ponderando e avaliando as opções no mercado e as opções oferecidas pela empresa.

Consideração – etapa em que o cliente está percebendo os valores oferecidos pela empresa e se conectando ainda mais à marca.

Aderência – momento no qual o cliente decide comprar o produto ou contratar os serviços oferecidos pela empresa.

Utilização – essa é a fase em que o cliente ao receber o produto ou ter acesso aos serviços começa a usufruir dos mesmos e a comprovar ou não as experiências propostas.

Nutrição – essa etapa está vinculada ao processo em que os clientes passam a verificar se as experiências são ou não satisfatórias e fazer as avaliações necessárias.

Conexão – uma vez que o cliente aprova todos os pontos e é positivamente surpreendido, o mesmo se torna um fã da marca e se conecta a tal ponto ao relacionamento que o mesmo se torna engajado aos processos, produtos e serviços da organização.

Saiba Mais

Jornada do Cliente | PNBOX

Sebrae Minas

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=iueDNwdq05I>

Acesso em: 04 jul. 2022

Em Resumo

Dentro do contexto de aplicação do método CCBXD, a fase de desenvolver soluções deve estar totalmente alinhada ao processo de conhecimento do cliente, pois somente quando uma empresa conhece seu consumidor, é que ela consegue oferecer soluções plausíveis e satisfatórias para as suas dores. No que diz respeito à jornada do cliente, as empresas precisam estar conscientes de que devem, em todos os pontos de contato com ela, experimentar grandes sensações. Nesse sentido, as experiências memoráveis acontecem quando o cliente percebe o engajamento por parte da empresa em fazer com que ele seja devidamente atendido em cada um dos pontos de contato.

Na ponta da língua



Referências Bibliográficas

Capote, G. (2020). Business Experience Design-A Jornada do Cliente. *Rio de Janeiro: Gart Capote.*



ATIVIDADES DE AUTOESTUDO

1) Considere as opções abaixo e destaque aquele que não representa um princípio a ser adotado na fase de desenvolver soluções no método CCBXD:

- a) Identidade do cliente
- b) Burocracia
- c) Busca pela perfeição
- d) Personificação

2) Considere as opções abaixo e destaque aquela que apresenta corretamente o princípio do “Engajamento Social” dentro da fase de desenvolver soluções do método CCBXD.

- a) Esse elemento está relacionado à capacidade de a experiência proporcionada pela organização ser tão intensa e prazerosa ao ponto de os clientes não quererem e não se dedicarem em compartilhá-la com outros clientes e potenciais consumidores.
- b) Esse elemento está relacionado à capacidade de a experiência proporcionada pela organização ser tão intensa e desgostosa ao ponto de os clientes quererem e se dedicarem em compartilhá-la positivamente com outros clientes e potenciais consumidores.
- c) Esse elemento está relacionado à capacidade de a experiência proporcionada pela organização ser tão intensa e prazerosa ao ponto de os clientes quererem e se dedicarem em compartilhá-la com outros clientes e potenciais consumidores.
- d) Esse elemento está relacionado à capacidade de a experiência proporcionada pela organização ser tão intensa e prazerosa ao ponto de os clientes quererem e se dedicarem em não compartilhá-la com outros clientes e potenciais consumidores.



3) Analise as opções abaixo e destaque aquela que não apresenta um ponto da jornada do cliente:

- a) Avaliação
- b) Nutrição
- c) Estratégia de produção
- d) Engajamento



LIVRO DE REFERÊNCIA:

Business Experience Design – A Jornada do Cliente

Gart Capote

Independently Published, 2020

