

## **Design Thinking – 2**

### **Grupo Chinês**

#### **Alunos:**

**3º semestre, turma B,**

*Marcos Simões*

*Matheus Ishiyama*

*João Victor Simão*

*Renato Passos*

*Wellington Felipe*

#### **Empatia:**

Dificuldade em manter contato com os clientes, após um processo de compra. Dificuldade em viabilizar o contato para manutenção e reparos (recall) dos veículos. Esse gargalo pode ocasionar a perda de clientes fidelizados a marca.

#### **Problemática:**

Perda de clientes devido não cadastramento de dos mesmos. A altas demanda e falta de contato dos clientes gera perda de serviços, pois há várias unidades espalhadas pelo Brasil.

#### **Solução:**

Antes dos clientes realizarem as compras de veículos, o funcionário deverá realizar um cadastro, que fará parte do contexto de CRM do consumidor.

Dados que serão cadastrados:

- Nome;
- Telefone;
- Endereço;
- CPF;
- Número da placa;
- Modelo/versão ;.
- Data da fabricação;
- Valor de compra;

Protótipo:

