

PROJETO JORNADA DE VALOR

DESENVOLVIDO POR BRENDA GOEDERT



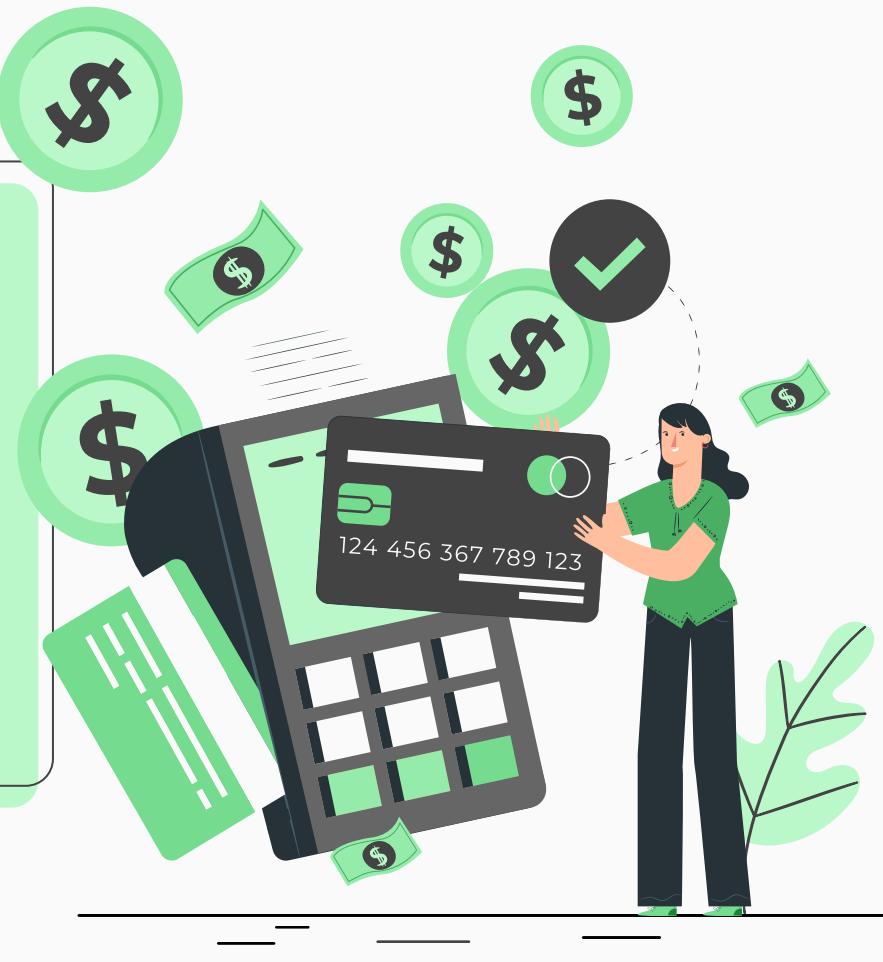
COMO FAZER A EXPERIÊNCIA INCRÍVEL DO USUÁRIO SER UM CANAL MONETIZADOR DOS NOSSOS AUTOSERVÍCIOS?

Possuímos um NPS acima da média e ainda assim cerca de 25% da nossa base ainda não tem o cartão Fortbrasil como número 1 da sua carteira, não vivenciando a experiência incrível do verdinho.

Com esse projeto trouxe a hipótese de apostarmos no mapeamento da jornada do usuário e na geração de valor a partir dela com o uso de big data, growth e UX. Essa ação abre oportunidades de transformarmos experiências em novos negócios e as ações do usuário como gatilhos de vendas, além de gerar consciência para a equipe sobre o papel do usuário.

AUMENTAR O ACESSO AO CRÉDITO PARA AS PESSOAS VIVEREM MELHOR

A idealização desse projeto visa alavancar o **objetivo estratégico 03**. Com as ações propostas acredita-se que podemos também melhorar o KR de **emissão de extratos** e aumentando consequentemente o objetivo tático de **tornar o cartão da Fortbrasil o número 1 da carteira de clientes**.



01

SITUAÇÃO

Os pontos avaliados para obter melhoria com o projeto.

02

BENCHMARKING

Análise de boas práticas no mercado e exemplos que são referências atualmente.

03

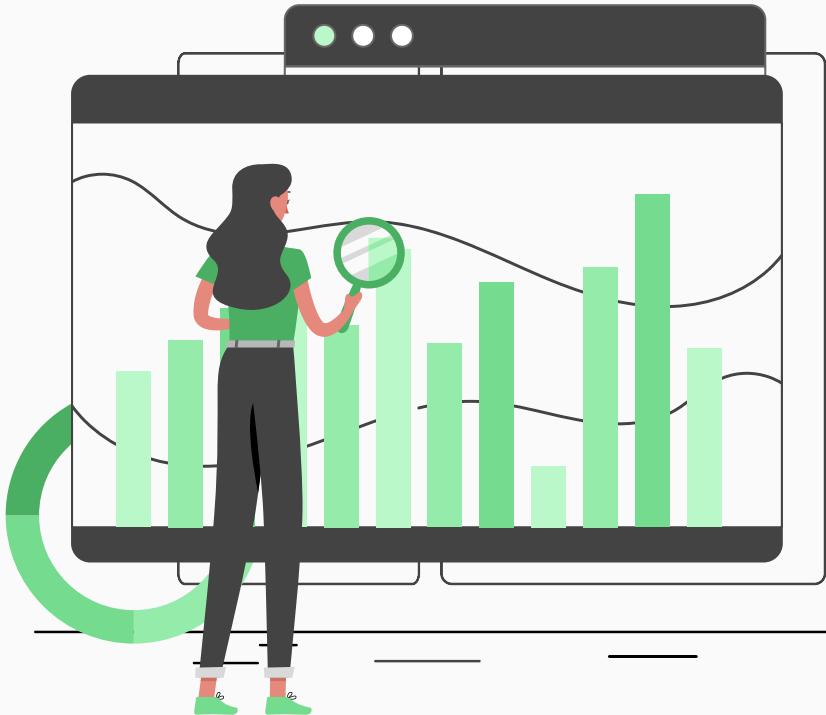
ÁRVORE DE OPORTUNIDADES

Através da ferramenta “Árvore de Oportunidades” idealizada por Teresa Torres, identificou-se oportunidades, soluções e experimentos para a execução desse projeto.



01. SITUAÇÃO

Os pontos avaliados para obter
melhoria com o projeto.

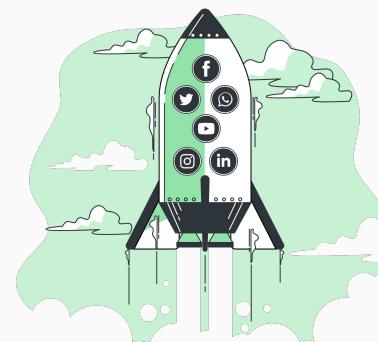


COMO ATUAMOS HOJE - GROWTH E COMUNICAÇÃO

GROWTH FOCADO EM COMUNICAÇÃO



Nossas atividades de growth são focadas em mídia, deixando de lado outros pontos de contato com o cliente, como o próprio aplicativo, que podem trazer oportunidades de crescimento.



COMUNICAÇÃO FOCADA EM METAS



Nossa comunicação é focada no atingimento de metas, pensada individualmente para atingir um objetivo comum e nem sempre preocupada com a jornada do usuário como um todo.

SEGMENTAÇÃO POR AÇÃO E SITUAÇÃO



Boa parte das atividades de jornada e comunicação são engatilhadas por ações manuais internas e não engatilhadas pela jornada do cliente.

COMO ATUAMOS HOJE - SQUADS E JORNADAS

SQUADS NO CENTRO DAS JORNADAS



Hoje nos comunicamos com o cliente de acordo com as necessidades das squads e não de acordo com as necessidades dele e nem atuamos de forma a unificar essa comunicação em jornadas e ações integradas.

GRUPO CONTROLE SEM CONTROLE



Cada squad lida com as suas bases de forma individual o que faz com que muitos usuários do grupo controle sejam impactados em outras squads - além de que nem sempre eles têm o mesmo perfil estatístico. Essa situação já está inclusive sendo avaliada por algumas squads.

JORNADAS ASSÍNCRONAS E SEM INTEGRAÇÃO



Por cada squad atender a sua necessidade, o contato com o usuário não possui sincronicidade, podendo ocorrer de o cliente ser impactado por várias jornadas ao mesmo tempo.



CLUSTERS QUE TRABALHAMOS ATUALMENTE



CLUSTER REGRA DE NEGÓCIO

Definidos através de RFV (Recência, Frequência e Valor Monetário.)



CLUSTER REGRA CIENTÍFICA

Definido através de uma série de regras pré-selecionadas como limite, behaviour score, ticket médio, inadimplência, etc...



CLUSTER POR SQUAD

Cada squad define de acordo com sua necessidade.

02. **BENCHMARKING**

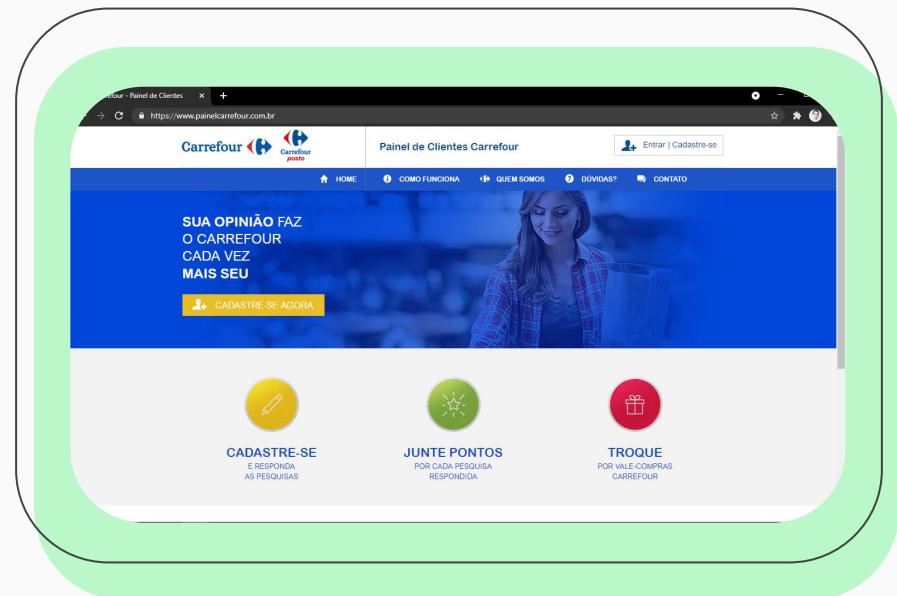
Análise de boas práticas no mercado
e exemplos que são referências
atualmente.



CARREFOUR

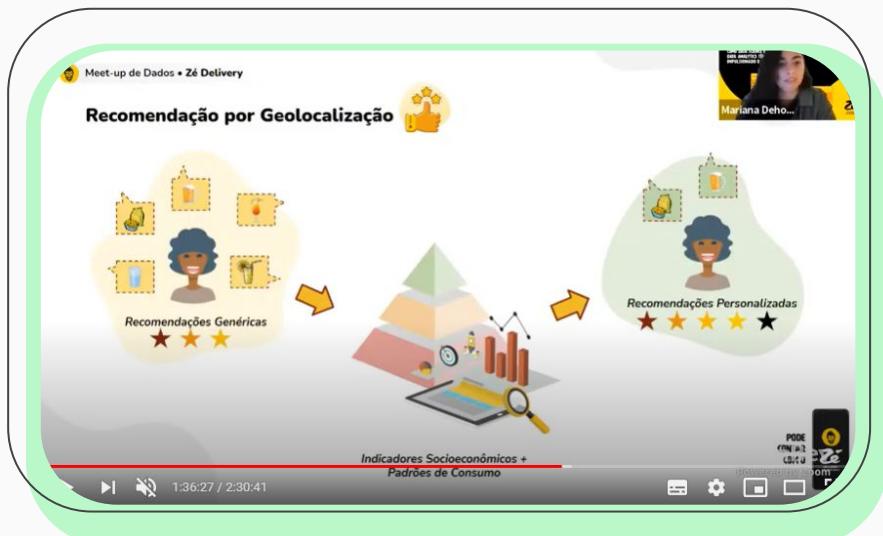
O Grupo Carrefour e o Instituto de Pesquisa QualiBest uniram-se para criar o Painel de Clientes Carrefour. Neste portal os consumidores do Carrefour Brasil contribuem com suas opiniões sobre a experiência de compra em troca de pontos que valem benefícios.

A mecânica é simples: você se cadastrá e passa o período de um ano avaliando as visitas que fez as lojas. A cada pesquisa respondida, você ganha pontos e, no fim do ano, eles viram vale-compras Carrefour.



ZÉ DELIVERY

- _ Experiências personalizadas desde o primeiro contato.



- _ Squad dedicada na entrega de dados.



NETFLIX & NUBANK



Entregar o conteúdo adequado para cada membro, não tendo como base apenas o gênero.

The screenshot shows a mobile news article from mobilesyrup.com. At the top, there's a large image of a movie poster with several circular icons overlaid, representing different genres like 'COMING OF AGE', 'ANTI HEROES AND MORAL AMBIGUITY', and 'DANGEROUS VIOLENCE AND COMPLEX CONSEQUENCES'. Below the image, the mobilesyrup logo is visible, followed by a navigation bar with links for News, Reviews, Features, Resources, Business, Syrup Community, and a search bar. A red arrow points to the 'Features' link. The main text of the article reads: 'Netflix says 80 percent of watched content is based on algorithmic recommendations'. A smaller subtext below states: 'It's not just about subscribing to Netflix, it's about trusting it too'. At the bottom, there's a photo of a person, the author's name 'Sameer Chhabra', the date 'AUG 22, 2017', the time '9:00 AM EDT', and '3 COMMENTS'.



As soluções mais amadas podem surgir de maneira despretensiosa.

The screenshot shows the Nubank mobile application interface. On the left, a payment screen displays a total amount of 'R\$ 179,90' with a multiplier of '3x'. A red arrow points to a button labeled 'ANTECIPAR PARCELAS'. On the right, a promotional message for Netshoes appears, stating: 'Antecipe as parcelas para a sua fatura aberta e receba um desconto.' Below this, a list of numbers (1, 2, 3, 4, 5) is shown with a checkmark next to the first one. A red box highlights the 'SIMULAR' button at the bottom. The background shows a map of a city street with various landmarks labeled.

“QUANDO MAPEAMOS A JORNADA DO USUÁRIO CONSEGUIMOS COLOCÁ-LO NO CENTRO DAS NOSSAS SOLUÇÕES, CONSEGUIMOS CONTAR SUA HISTÓRIA PARA O TIME OU OUTROS TOMADORES DE DECISÃO DE UMA FORMA VISUAL E COMPLETA. ESSE MAPA NOS AJUDA A SINCRONIZAR PONTOS DE CONTATO PARA QUE A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO COM NOSSO PRODUTO OU SERVIÇO SEJA MAIS HARMÔNICA.”

Paula Macedo - Head de UX do Nubank



03. **ÁRVORE DE OPORTUNIDADES**

Através da ferramenta “Árvore de Oportunidades” identificou-se oportunidades, soluções e experimentos para a idealização desse projeto



**A INOVAÇÃO SÓ É REALMENTE POSSÍVEL
COLOCANDO OS USUÁRIOS PARA
PARTICIPAR DO PROCESSO**



PESQUISA E ANÁLISE DE DADOS





SOLUÇÕES E EXPERIMENTOS

PESQUISAS COM A BASE



Através de pesquisas com a base identificar os pontos de sucesso, críticos e oportunidades de melhoria. Podemos também criar um sistema de bonificação para os usuários que fornecem seus dados.

TESTES A/B | TESTES UX



Ativar com o recurso de UX testes no aplicativo para validar hipóteses de melhorias e monetização dos autosserviços.

APP COMO FONTE DE INFORMAÇÕES



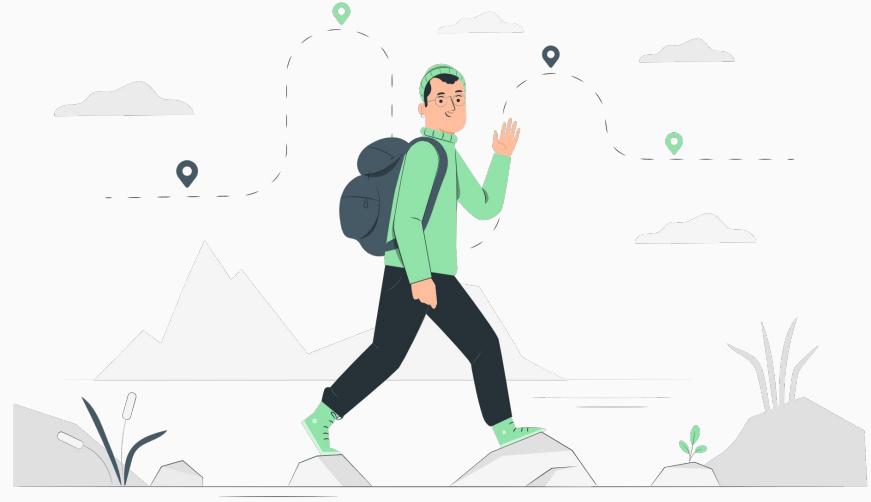
Analizar os dados que temos disponíveis como ações de usuários, informações censitárias e categorias de consumo para identificar os clusters e oportunidades de monetização.

CRIAÇÃO DE CLUSTERS



Criação de clusters para todas as squads e de forma integrada, direcionando as jornadas, validando de acordo com as pesquisas e ações do usuário, além de melhorar o controle dos grupos estatísticos.

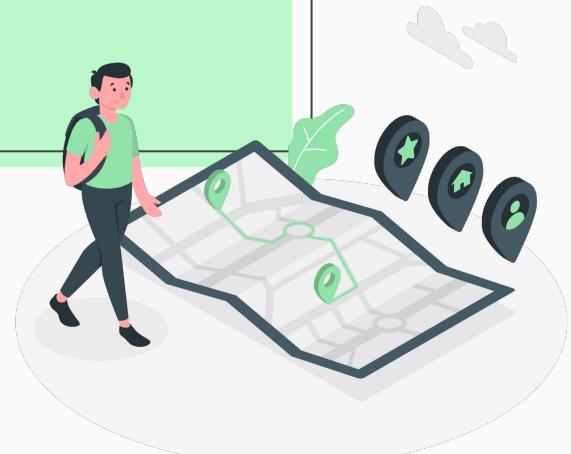
MAPEAR A JORNADA



O mapeamento da jornada do usuário deve ter um objetivo a ser alcançado, nesse caso sendo focado em mapear e estimular o uso do cartão, entendendo as necessidades da jornada dos usuários, avaliando como monetizar os pontos de contato e o nosso autoserviço.

Geralmente o mapa de jornada terá essa estrutura:

- 1) Linha horizontal superior com os passos do usuário antes, durante e depois da atividade;
- 2) Coluna vertical com os canais e pontos de contato;
- 3) Linha horizontal inferior que representa as emoções do usuário;
- 4) Oportunidades de melhorias;





JORNADA DO USUÁRIO



Renata Oliveira
45 anos

Renata é mãe do João, que nasceu com deficiência visual total, ela está em processo de aprendizado da leitura e escrita em braille. Ela ajuda o filho nesta etapa, lendo e escrevendo junto com ele.

Frase:
"Acompanhar a educação das crianças é muito importante para o seu desenvolvimento"

Sobre seu filho:
"Ele gosta que eu brinque com ele, leia uma história e cante algumas músicas"

Dor:
"Gostaria de encontrar outras maneiras de aprendizado, algo mais dinâmico e divertido, para que não fique tão repetitivo e se torne algo cansativo e chato para ele".

Ganhos:
Possibilitar que ele aprenda enquanto brinca
Auxilia no desenvolvimento motor e intelectual

Estágios

Pesquisa

Comparação

Método de Compra

Compra

Utilização

Avaliação

Recomendação, Nova Compra

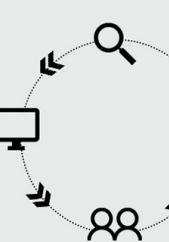
Passos

Pensamento

Sentimento

Experiência

Oportunidade



Sites de busca, lojas de brinquedo
Conversa com amigos/parentes
Escolha do produto ou nova busca

Consultar valores

Checar avaliações

Definir método

Loja virtual

Preciso checar qual é o mais simples de se utilizar

Quero um brinquedo que seja divertido e educativo

Feliz por ter encontrado

Ansiedade e dúvida na busca pelo produto

Especificar de forma clara as características do produto, incluindo o uso de imagens

Divulgação em redes sociais, anúncios de streaming e tv, melhoria no ranking das ferramentas de busca



Loja física
Pegar produto, realizar pagamento, levar para casa

Definir método

Selecionar produto, efetuar pagamento, após confirmação, aguardar entrega

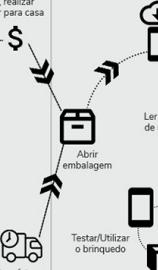
Estou mais próxima da compra

Dúvidas e incertezas aparecem na escolha do método

Divulgação em parceria com os lojistas

Oferecer cupons de desconto na compra de novos acessórios para o brinquedo

Oferecer cupons de desconto na compra de novos acessórios para o brinquedo



Baixar App
Ler informações de uso (tutorial)

Abrir embalagem

Testar/Utilizar o brinquedo

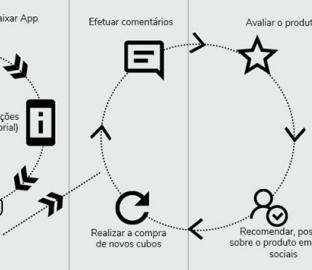
Características do produto ajudam no aumento positivo

Gostei de utilizar o produto

Oferecer cupons de desconto na compra de novos acessórios para o brinquedo

Manter o produto simples, fácil de utilizar e com informações claras de uso (tutorial)

Manter o produto simples, fácil de utilizar e com informações claras de uso (tutorial)



Efetuar comentários

Realizar a compra de novos cubos

Recomendar, postar sobre o produto em redes sociais

Realizar a compra de novos cubos

Satisfita com o produto

Realizar a compra de novos cubos

Realizar a compra de novos cubos

Realizar a compra de novos cubos

Legenda:

» Direção do fluxo da jornada (caminho esperado) > Direção de possibilidades para o usuário (os caminhos são opcionais)



SOLUÇÕES E EXPERIMENTOS

DADOS COMO TOMADA DE DECISÃO



Transformar as informações mapeadas dos usuários em tomada de decisão, como mudanças do aplicativo e ações de comunicações.

DISPAROS + INTELIGENTES



Fazer disparos inteligentes e sincronizados entre squads, engatilhados por ações do usuário, evitando impactar em duplicidade, economizando custos e processos de disparo manual.

JORNADA DE USUÁRIO INTEGRADA



Criar jornadas integrando as necessidades perenes das squads, reduzindo custos e transformando a experiência do usuário em um momento único.

SÍNCRONIA DE SQUADS



Esse projeto impacta na sincronia de diversas ações e comunicações de squads, o que não só melhora a experiência do usuário como facilita o trabalho dos recursos.

AUMENTAR O USO DO CARTÃO



SOLUÇÕES E EXPERIMENTOS

TESTES CLUSTERIZADOS



Fazer testes de comunicações para pequenos grupos, visando assim pilotar as mudanças de acordo com o cluster para em caso de sucesso escalar.

AÇÕES DIRECIONADAS



Criar ações personalizadas de acordo com os clusters, com o que os dados apresentam e de forma integradas entre squads.

TESTES NO APlicATIVO



Com os testes clusterizados podemos criar experiências segmentadas no aplicativo, fazendo testes por grupos, aprendendo e em, caso de sucesso, escalando.

AUTOMAÇÕES POR EXPERIÊNCIA



Criar e automatizar experiências personalizadas para os clusters visando monetizar os nossos autosserviços.

MONETIZAR A INTELIGÊNCIA ADQUIRIDA



SOLUÇÕES E EXPERIMENTOS

AUTOSERVIÇO COMO CANAIS DE VENDAS



Desenvolver soluções que automatizam ações de marketing e vendas, destinadas a usuários específicos, selecionados com base nas informações coletadas e analisadas nos canais de autosserviço.

INTELIGÊNCIA PARA B2B2C



Usar essa inteligência como um direcionador conjunto das ações propostas pelo parceiro B2B.

PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS



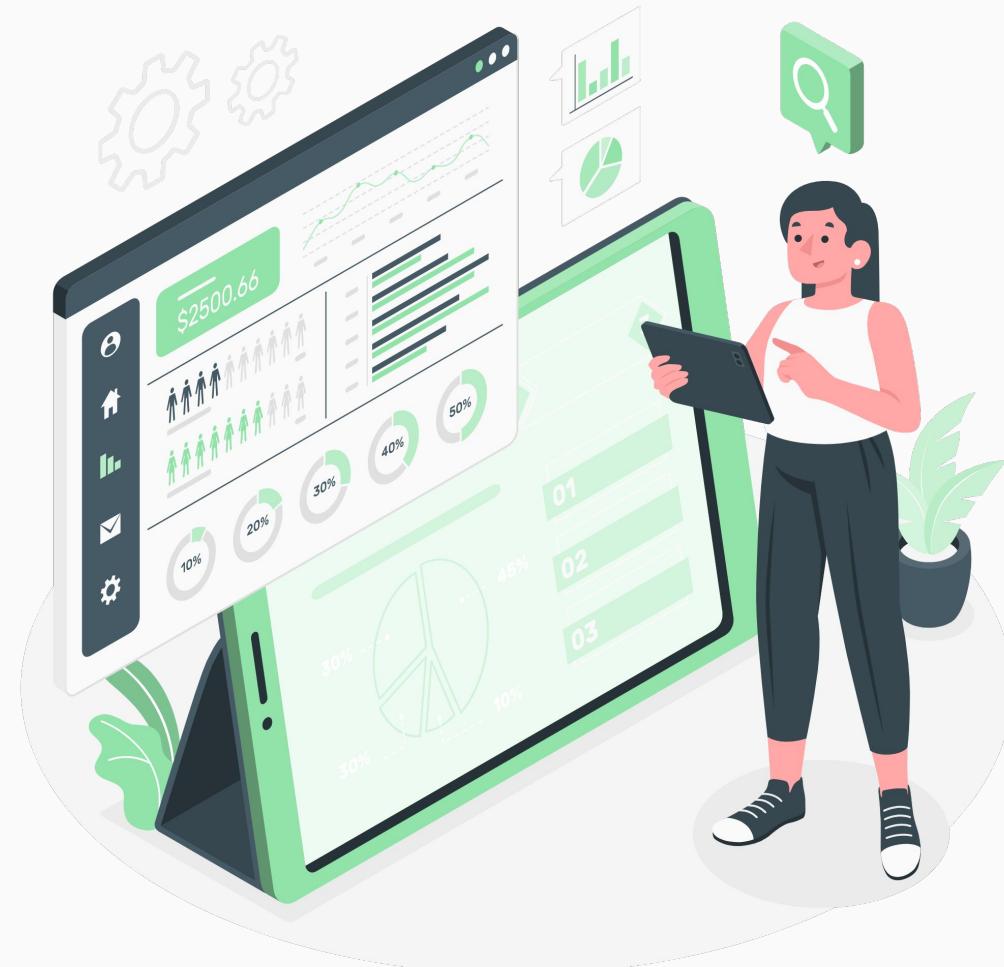
A criação de novos produtos e serviços financeiros pode acontecer a partir das pesquisas e da avaliação das necessidades do usuários como programas de fidelidade, indicação e cashback.

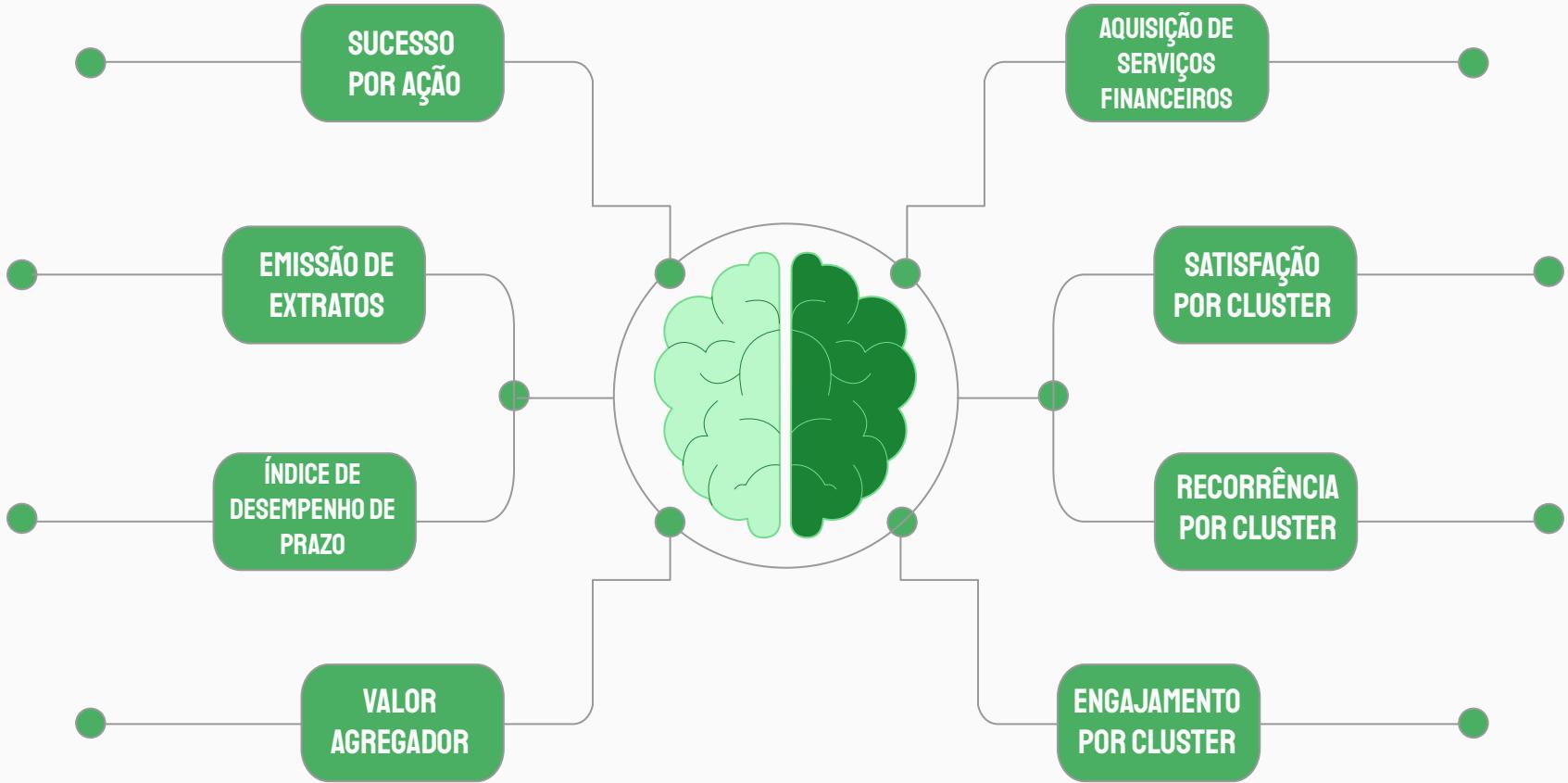
SQUAD DATA DELIVERY

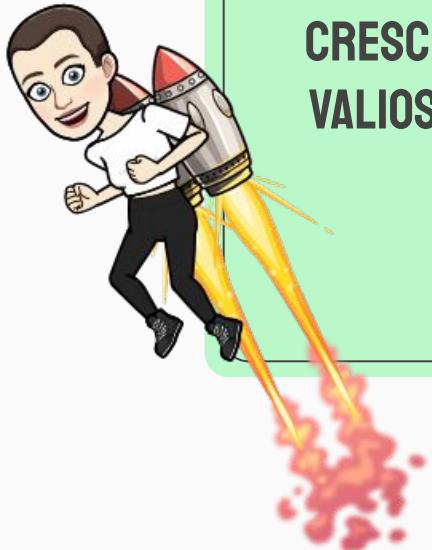


Ter recursos dedicados que entregam essa inteligência para equipe interna e externa, disseminando a cultura data-driven, gerando novas oportunidades constantemente.

KPI'S PARA AVALIAR O PROJETO







**“UMA DAS MAIORES ALAVANCAS PARA UM GROWTH HACKER É
MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO. A BASE DE UM
CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL É ENTREGAR UMA EXPERIÊNCIA
VALIOSA. UMA EXPERIÊNCIA RICA É O QUE LEVA À RETENÇÃO.
SEM RETENÇÃO NÃO EXISTE CRESCIMENTO.”**

Sean Ellis - Hacking Growth

REFERÊNCIAS

- [WHEN AND HOW TO CREATE CUSTOMER JOURNEY MAPS](#)
- [JOURNEY MAPPING IN REAL LIFE: A SURVEY OF UX PRACTITIONERS](#)
- [TRANSFORMANDO PORTAIS DE AUTOSSEVIÇO EM CANAIS DE VENDAS](#)
- [5 COISAS QUE APRENDEMOS COM O NUBANK SOBRE DESIGN E EXPERIÊNCIA](#)
- [MAPEANDO A JORNADA E A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO I BY PAULA MACEDO](#)
- [ENTREGANDO VALOR COM UMA JORNADA DO USUÁRIO I BY DIEGO DALALBA DA SILVA](#)
- [SERVÍCIOS UAU! COMO O NUBANK TEM CRIADO EXPERIÊNCIAS MEMORÁVEIS PARA SEUS CLIENTES](#)
- [MEETUP - COMO DATA SCIENCE E DATA ANALYTICS TÊM IMPULSIONADO O ZÉ](#)
- [DESMISTIFICANDO O PROCESSO DE PRODUCT DISCOVERY I BY CAMILA FERREIRA I CREDITAS TECH](#)
- LIVRO: HACKING GROWTH - SEAN ELLIS & MORGAN BROWN

