



# Engenharia de Serviços

## Alterações ao Design do Serviço

Eduardo Falvo 2021192252  
Patrícia Silva 2021212156  
Ricardo Paredes 2021221592

# Contents

<b>1</b>	<b>Introdução</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Personas</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Stakeholders Map</b>	<b>2</b>
<b>4</b>	<b>Costumer Journey Map (CJMs)</b>	<b>2</b>
<b>5</b>	<b>Expectation Maps</b>	<b>3</b>
<b>6</b>	<b>Conclusão</b>	<b>3</b>

# 1 Introdução

Com base no feedback fornecido sobre as personas, o mapa de stakeholders, os mapas de jornada do cliente (CJM) e os mapas de expectativas, realizámos várias alterações para resolver os problemas identificados. Este documento descreve essas alterações e as respetivas justificações.

## 2 Personas

Efetuámos alterações no "A Day in the Life" com o objetivo de simplificar e tornar mais direto o conteúdo apresentado. Reduzimos o nível de detalhe em ambas as personas, mantendo apenas as ações essenciais realizadas ao longo do dia.

Esta abordagem permite oferecer uma visão geral clara e objetiva, focada nas atividades mais relevantes, alinhando assim o material às necessidades do projeto e garantindo que a informação apresentada seja acessível e útil para a análise.

## 3 Stakeholders Map

Após a revisão do mapa de Stakeholders, foi identificada e corrigida uma incongruência ao eliminar o Stakeholder "App", pois esta não se enquadra como um Stakeholder propriamente dito. Além disso, realizámos ajustes na terminologia para maior clareza, substituindo "Marketing" por "Comunicação e Redes Sociais".

Adicionalmente, enriquecemos o mapa com a inclusão do "Banco Central" e dos "Investidores" como Stakeholders, reconhecendo a relevância estratégica desses agentes no contexto do projeto. Estas alterações visam melhorar a precisão e a utilidade do mapa, assegurando uma visão mais completa e alinhada com os objetivos organizacionais.

## 4 Customer Journey Map (CJMs)

Iniciámos o processo ao detalhar de forma mais clara e precisa as etapas de Pré-Serviço, Serviço e Pós-Serviço, com o objetivo de estruturar cada fase de maneira que reflita as necessidades do projeto. Trabalhámos para garantir que o texto e o conteúdo fossem mais coerentes entre essas etapas, promovendo uma narrativa integrada e lógica.

No contexto específico deste projeto, dedicámos atenção especial à avaliação do pedido de empréstimo, assegurando que cada etapa desse processo estivesse bem delineada e alinhada com os objetivos gerais. Além disso, revimos o formato e o conteúdo das notificações dos resultados, de forma a torná-las consistentes, informativas e adequadas ao público-alvo. Esta abordagem permitiu não apenas melhorar a clareza e a fluidez da comunicação, mas também fortalecer a experiência do utilizador em todas as fases do serviço.

## **5 Expectation Maps**

Priorizámos a simplicidade das expectativas delineadas em ambos os mapas, para assegurar estas estejam alinhadas e coerentes com os Customer Journey Maps. Esta abordagem foi adotada para garantir uma experiência consistente e fluida, onde em cada etapa do percurso do cliente reflete de forma clara e direta as suas necessidades e expectativas. Assim, reforçamos a conexão entre os diferentes pontos de interação e o objetivo final de proporcionar uma jornada intuitiva e satisfatória.

## **6 Conclusão**

Ao implementar estas mudanças, melhorámos a consistência, clareza e relevância dos componentes do design do serviço, assegurando que estão alinhados com o feedback fornecido e conseguem responder melhor às necessidades dos utilizadores.