



**disruptive**  
digital  
education

# Customer Journey Map

workshop

Lisboa

# Customer Journey Map

Este workshop foi concebido por profissionais na área do Ux Research & Design Thinking, que atuam na indústria nacional e internacional.

## SOBRE O WORKSHOP

**Mapa de Experiência do Consumidor (Customer Journey Map)** é uma representação visual que mostra a experiência de cliente com a empresa, marca, produto serviço, ao longo do tempo.

A criação deste mapa fornece uma visão integrada do negócio, e de todos os seus intervenientes. Pela análise dos comportamentos e emoções, e dos pontos de contacto com os clientes, torna-se possível identificar oportunidades de inovação e melhoria do serviço. O mapa de experiência pode ser abordado de vários ângulos, é essa abrangência que pretendemos dar a conhecer.

As sessões são teórico-práticas no formato de workshop, oferecendo uma aplicação prática e experimental dos conhecimentos adquiridos.

**duração total** 16h - Aulas Teóricas / Práticas + Projeto

**investimento** 150€

**nota** Lotação limitada

### REQUISITOS

Para além de curiosidade e empenho em conhecer metodologias de User-Research, os participantes deverão compreender a importância de um foco nas pessoas e da necessidade de as envolver no processo de desenvolvimento de novos produtos e serviços.

## PÚBLICO-ALVO

Destina-se a estudantes ou profissionais das mais diferentes áreas que contribuem para o desenvolvimento de produtos e serviços, desde designers, developers, gestores de produto, marketeers, engenheiros, gestores de marca, aos responsáveis de inovação e gestores de empresa.

Todos os que queiram conhecer as uma ferramenta de comunicação/visualização que permite compreender e trabalhar a experiência de cliente.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. Enquadramento teórico.

- › Breve enquadramento para conhecer metodologia e ferramentas, bem como aplicações do Mapa da experiência do cliente.
- › Será apresentado o desafio proposto para trabalho durante os 2 dias.

### 2. Stakeholder mapping.

- › Identificação dos intervenientes no processo / experiência de consumo e mapeamento da cadeia de valor.

### 3. Personas.

- › Identificar quem são os clientes, motivações, em que meios se movem, que desejos têm.

### 4. Enquadramento teórico.

- › Apresentação teórica sobre a Ferramenta de Mapa da experiência do cliente.

### 5. Customer Journey Mapping (pressupostos).

- › Customer Journey Map - Criação do primeiro Journey Map com base nos pressupostos definidos pela equipa.

### 6. Introdução a user-research.

- › Serão apresentados os princípios básicos de user-research, para a compreensão da importância de centrar o desafio no utilizador.

### 7. Pesquisar.

- › Trabalho de pesquisa em grupo junto de utilizadores (possível simulação), para compreender melhor a experiência de cliente.

### 8. Customer Journey Map Presente.

- › Integrar e mapear o conhecimento adquirido na pesquisa realizada no Journey Map, atual.

### 9. Customer Journey Map Futuro.

- › Criar e mapear um Journey Map como visão de futuro.

### 10. Apresentação teórica sobre diferentes perspectivas do Journey Map

- › Apresentação teórica sobre diferentes perspectivas do Journey Map (ex:Product/Service Experience journey map;
- › Channels & Touchpoints Journey map;
- › Persona's Narrative Journey map;
- › UX Flow journey map;
- › Emotional journey map;
- › Blueprint Journey map).

### 11. Síntese: Apresentação e debate.

- › As equipas irão realizar um pitch/apresentação de 5m sobre a sua experiência, e apresentar o Journey Maps realizados.

## EQUIPAMENTO

iMac 21"i5 (1 por aluno); Projetor HD;  
Documentação em formato digital.

## CERTIFICAÇÃO

Inclui: Carga horária total do workshop, temática, certificação DGERT, carimbado e assinado pela coordenação pedagógica da escola em **formato digital**.

## TUTOR



### SUSANA BRANCO

BUSINESS & SERVICE  
DESIGNER  
BUSIGNERS

## NOTAS

Em caso de cancelamento do workshop por parte da EDIT., o valor pago pelo(a) participante antecipadamente será reembolsado na sua íntegra. Caso o cancelamento seja efetuado pelo(a) aluno(a) será devido uma multa (cláusula penal) de 10% (dez por cento) do valor pago. Não será restituído o valor da inscrição após a realização do workshop.

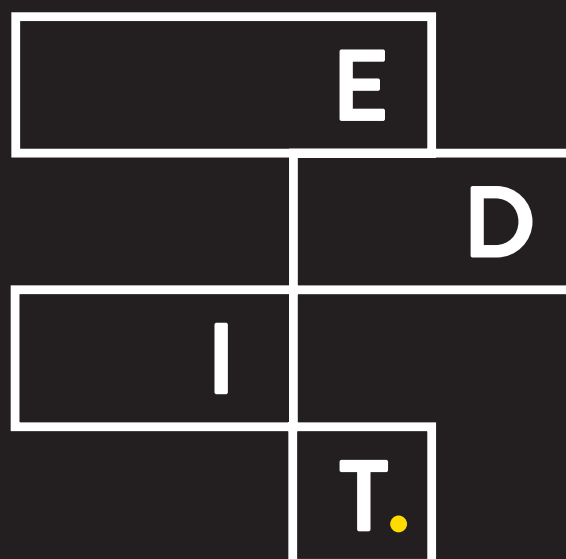
A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.

A EDIT. reserva-se o direito de alterar datas, horários, locais ou mesmo cancelar workshops de acordo com um número mínimo de interessados.

Nesse caso, todos os inscritos serão previamente avisados, até 24 horas antes do início do workshop.

Ficarão ao critério da EDIT. os cancelamentos dos Workshops por outros motivos que aqui não foram informados.

Demais valores gastos pelo(a) aluno(a) não serão reembolsáveis, como valores gastos com alojamento, hotel, passagem de qualquer tipo e deslocações.



[www.edit.com.pt](http://www.edit.com.pt)

**EDIT.  
Lisboa**

Travessa das Pedras Negras  
n° 1 - R/C + 1° Andar  
1100-404 Lisboa

(+ 351) 210 182 455  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.  
Porto**

Rua Gonçalo Cristovão  
n° 347, 3° piso, sala 309/302  
4000-270 Porto

(+ 351) 224 960 345  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.  
Madrid**

Calle de la Colegiata  
9, Utopics\_us  
28012 Madrid

(+ 34) 910 563 227  
[info@edit.com.es](mailto:info@edit.com.es)

**Horário de funcionamento**  
segunda a sexta 10h-23h