



**disruptive**  
digital  
education

# Customer Journey Map

workshop

Lisboa

# Customer Journey Map

Este workshop foi concebido por profissionais na área do UX Research que atuam na indústria nacional e internacional.

## **SOBRE O WORKSHOP**

**Customer Journey Map** é uma representação visual que mostra a experiência de cliente com a empresa, marca, produto serviço, ao longo do tempo e do processo.

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 melhoria do serviço prestado.

Neste workshop serão abordados os princípios básicos para a construção de um mapa eficaz, oferecendo uma aplicação prática e experimental dos conhecimentos adquiridos.

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

**investimento** 165€

**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 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.

Destina-se também a todos os que queiram conhecer as uma ferramenta de comunicação/ visualização que permite compreender e trabalhar a experiência do seu cliente.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. Enquadramento teórico - metodologia.

- › Introdução à metodologia e formatos utilizados.
- › Demonstração de vários formatos e contextos em que podem ser aplicados
- › Breve análise e discussão de bons e maus exemplos de Customer Journey Maps

### 2. Estrutura de um Customer Journey Maps.

- › Qual a informação necessária para um Customer Journey Map e como obter informação para criá-lo
- › Exercício em grupo para criar um exemplo de um Customer Journey Map com base em pressupostos iniciais

### 3. User Experience Research.

- › Princípios base de pesquisa centrada no utilizador
- › Introdução a Métodos de Pesquisa (ex.: Entrevistas a utilizadores, entrevistas em contexto, entrevistas a especialistas.)
- › Trabalho de análise (e possível pesquisa) sobre informação qualitativa sobre a experiência do utilizador

### 4. Definição de Personas e Cenários.

- › Trabalho de criação de Personas e Cenários com base na informação recolhida
- › Como transformar a informação pesquisada em formatos que permitam facilitar a análise, interpretação e comunicação

### 5. Avaliar a experiência atual e criar a visão do futuro.

- › Enriquecer o Customer Journey Map com base na informação recolhida e analisada, retratando a experiência atual do utilizador
- › Identificar problemas no processo e áreas de oportunidades por explorar
- › Criar um novo mapa com visão do futuro

### 6. Enquadramento Teórico - Journey Mapping em diferentes contextos.

- › Exemplos de diferentes formatos (ex. utilizador de ferramentas digitais, cliente de um serviço, consumidor de um produto, agente de um processo, etc.)

### 7. Apresentação e feedback.

- › Apresentação dos Customer Journey Maps
- › Feedback e discussão final sobre a experiência

## 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**.

## 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.

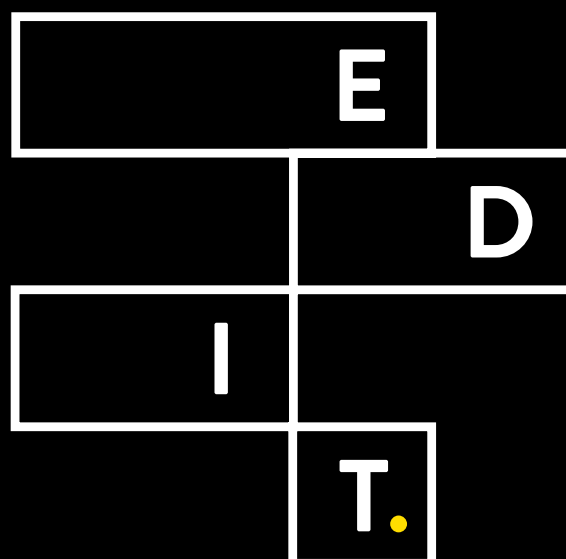
A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.

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 24horas 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**

Alameda D. Afonso  
Henriques, 7A  
1900-178 Lisboa

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

**EDIT.  
Porto**

Rua Gonçalo Cristovão  
nº 347, 3º 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