

# **SERVICE**

# **DESIGN**

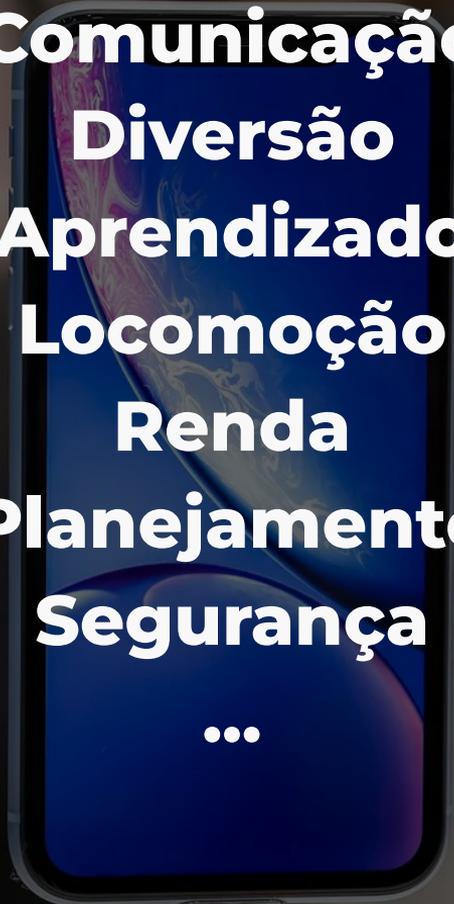
---

**Fabio Calzavara**  
**[fabiobc00@gmail.com](mailto:fabiobc00@gmail.com)**

- 1. Introdução a Service Design**
- 2. Service “histórias de” Design**
- 3. Prática! Propósito, personagens, enredo e conexão entre histórias**

**O que pensamos quando  
falamos em SERVIÇO?**



A smartphone is shown vertically, displaying a list of needs and services in white text on a dark blue background. The background of the phone screen features a stylized image of the Earth. The text is centered and reads: Comunicação, Diversão, Aprendizado, Locomoção, Renda, Planejamento, Segurança, and three dots at the bottom. The phone is set against a blurred background of other people holding smartphones.

**Comunicação**  
**Diversão**  
**Aprendizado**  
**Locomoção**  
**Renda**  
**Planejamento**  
**Segurança**  
...

**“Serviços são todas aquelas  
atividades que buscam atender  
às necessidades dos clientes.”**



**Demonstração de status**

**Conforto**

**Performance**

**Pertencimento**

**Saúde**

**Auto-estima**

**...**





**“A oportunidade de nos conectar  
com as pessoas está em cada  
momento, em cada detalhe”**





**Pensem na última vez que tiveram  
que contactar um call center.**

SETOR DE PROTOCOLO

ATENDIMENTO PRIORITÁRIO

DEFICIENTES  
LACIADOS  
PORTADORES DE DEFICIÊNCIA  
PESSOAS COM GRÁVIDA DE ÚTERO  
IDOSOS ACIMA DE 60 ANOS

REGISTRO DE IMÓVEIS

Ou que estiveram em um cartório.

R046

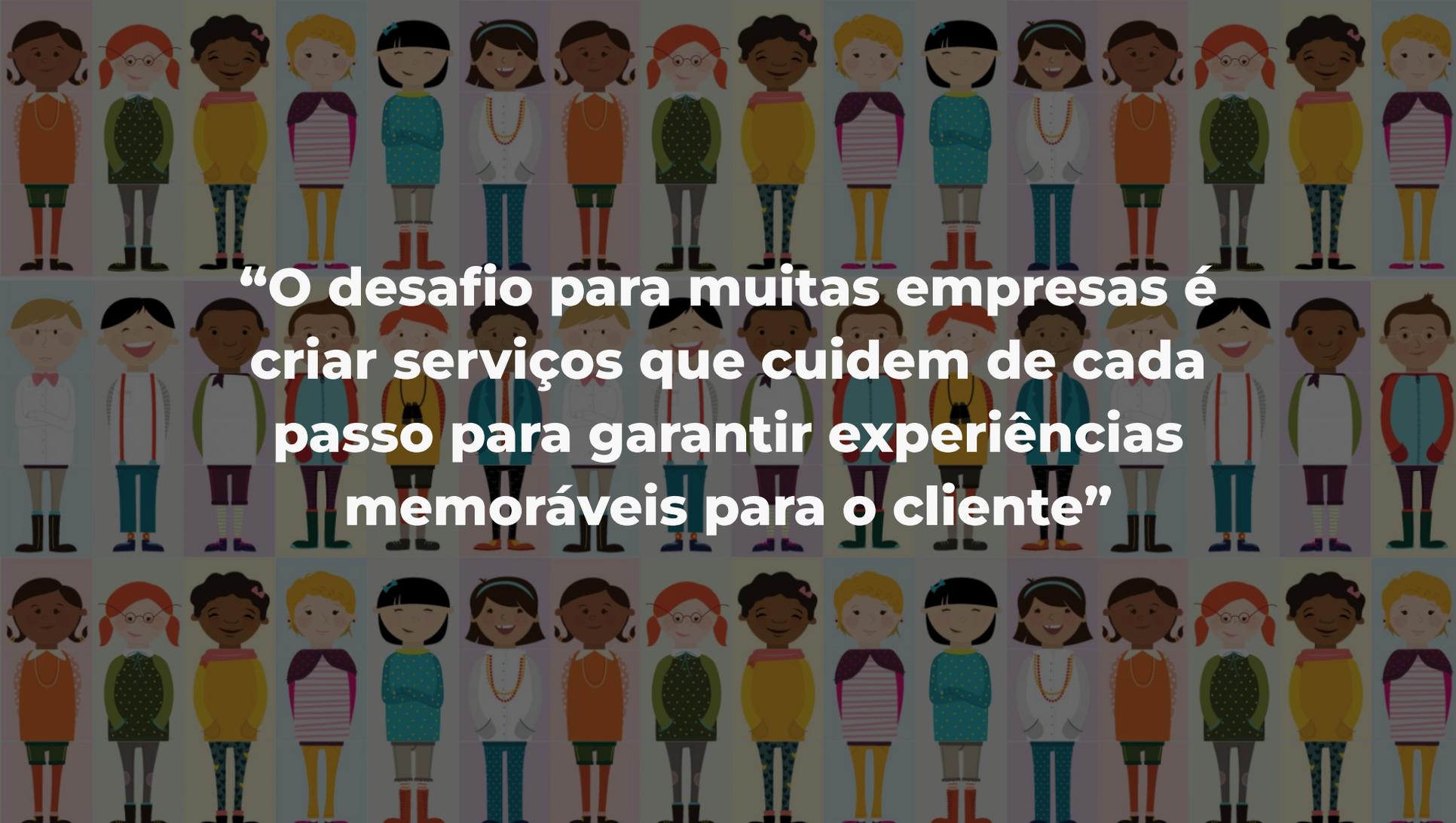
Últimas senhas chamadas:  
C050 N047 R046  
Guichê: 6 - Guichê: 2 - Guichê: 1

**Como foi sua experiência?**

**Como foi sua experiência?**

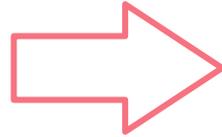
**Frustrante?**

**Muitas empresas não conhecem as verdadeiras necessidades dos clientes e realizam ações isoladas, sem pensar na experiência ou na satisfação do usuário.**



**“O desafio para muitas empresas é  
criar serviços que cuidem de cada  
passo para garantir experiências  
memoráveis para o cliente”**

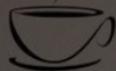
**o que eu quero  
vender**



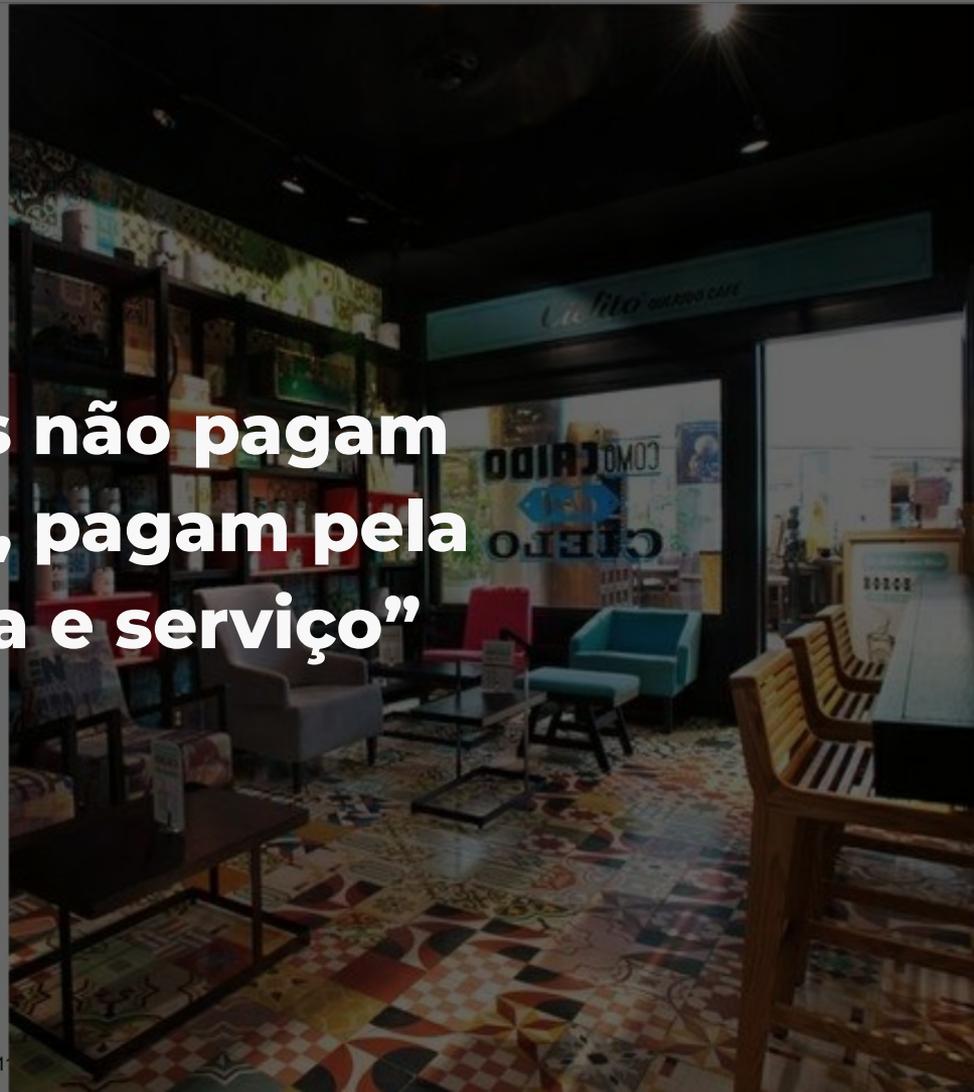
**o que eu quero  
proporcionar**

Expresso  
YOURSELF. ☕



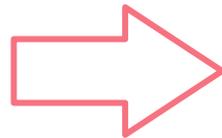
*Espresso*  
YOURSELF. 

**“As pessoas não pagam  
por um café, pagam pela  
experiência e serviço”**





**produto**



**experiência**



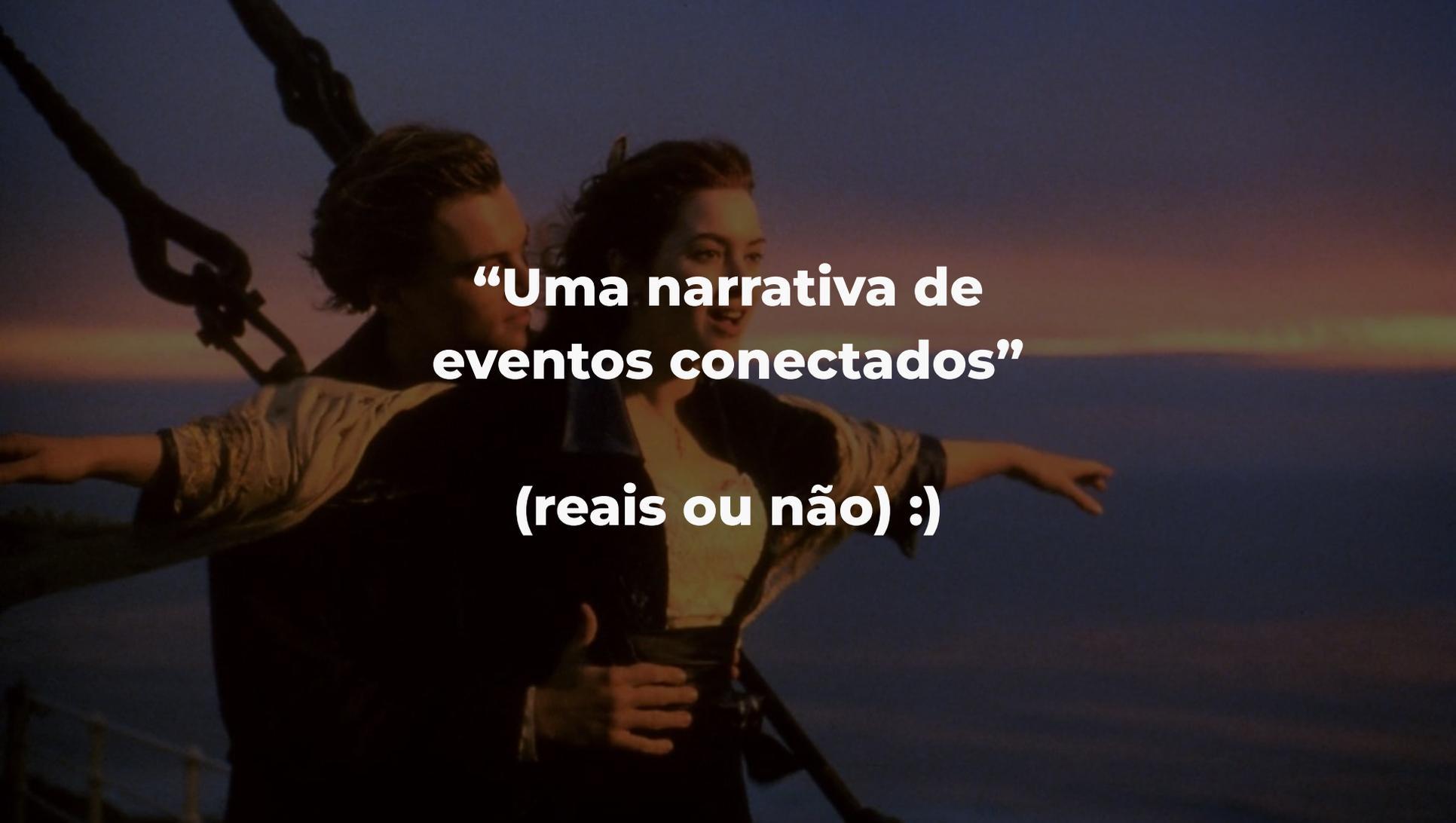
**O que eu preciso oferecer para  
chegar aqui?**

**Quem eu preciso envolver?**

**Como tudo isso acontece em  
conjunto?**

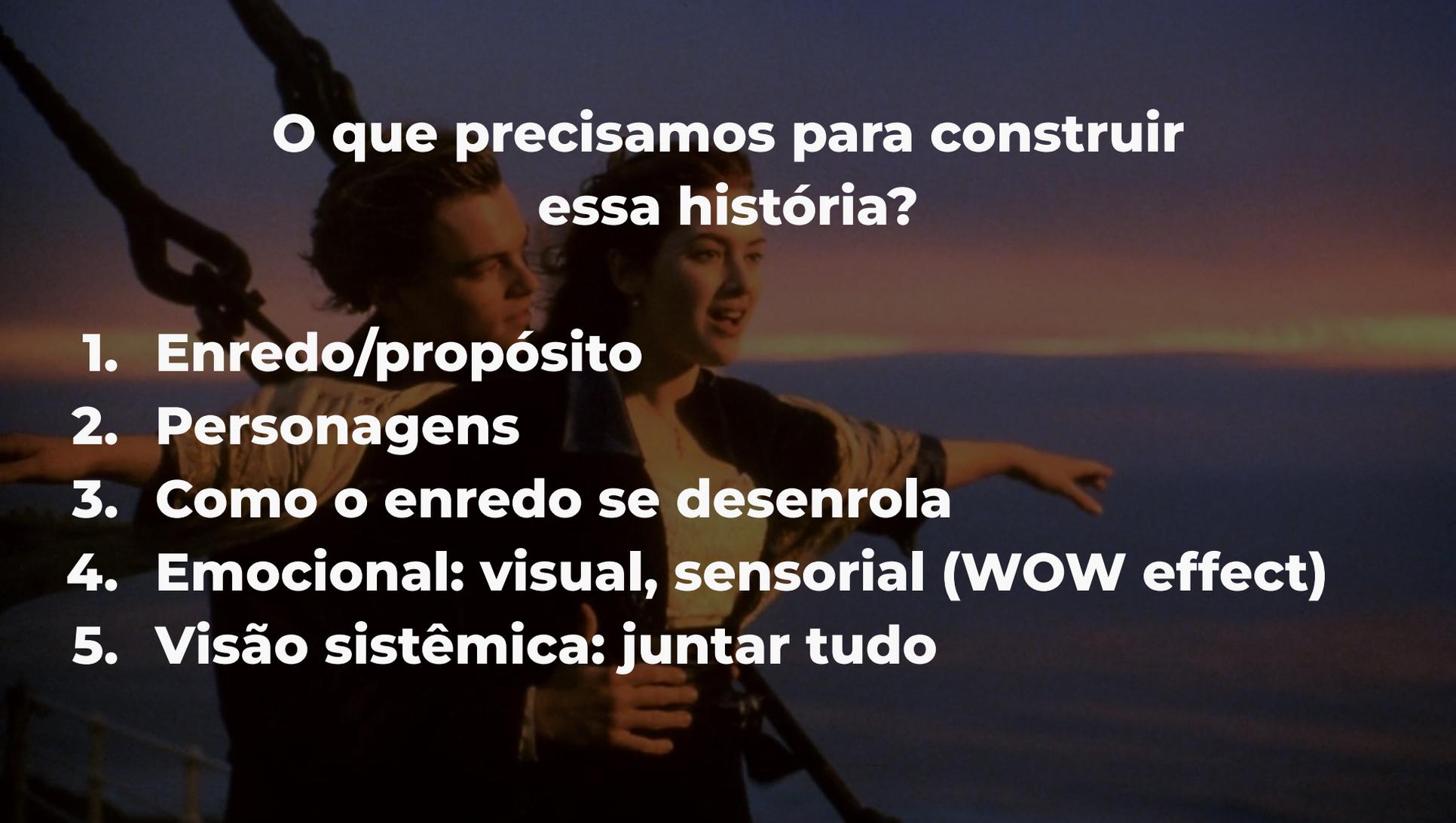




A man and a woman are shown from the chest up, suspended on ziplines. They are both smiling and looking towards the right. The man is on the left, and the woman is on the right. They are wearing dark jackets. The background is a sunset over a body of water, with a gradient of colors from blue to orange. The text is overlaid in the center of the image.

**“Uma narrativa de  
eventos conectados”**

**(reais ou não) :)**

A man and a woman are shown from the chest up, standing on the deck of a ship. They are looking out towards the horizon where the sun is setting, creating a warm, golden glow. The man is on the left, and the woman is on the right, with her arm around his shoulder. The background is a dark blue sea and a dark blue sky with a hint of orange from the sunset.

# O que precisamos para construir essa história?

- 1. Enredo/propósito**
- 2. Personagens**
- 3. Como o enredo se desenrola**
- 4. Emocional: visual, sensorial (WOW effect)**
- 5. Visão sistêmica: juntar tudo**



# HOTEL CEZAR



# Beach Resort

Arrive: 21 Oct 2016  
Adult: 1  
Child: 0  
Rooms: 1  
Nights: 1  
Book multiple room types

Check Availability

Show prices in: United States Dollars - USD  
All prices are in USD (\$) (All Taxes Inclusive)

Enter Promotional Code Apply



**Single Room**  
Room Capacity: 1 (2 Adults) & Child (Room)  
Rate applies to: 1 Guest(s)  
Minimum Stay: 1 Night(s)  
Details - Enquire

\$ 138.00  
Price for 1 Night(s)

Select Room 1

LAST CHANCE ONLY 1 ROOM LEFT



**Single Room - Non Refundable**  
Room Capacity: 1 (2 Adults) & Child (Room)  
Rate applies to: 1 Guest(s)  
Minimum Stay: 1 Night(s)  
**Price is Non-Cancel, Non-Refundable Booking**  
Details - Enquire

\$ 121.83  
Price for 1 Night(s)

Select Room 2

LAST CHANCE ONLY 1 ROOM LEFT



**Double Room**  
Room Capacity: 2 (2 Adults) & Child (Room)  
Rate applies to: 2 Guest(s)  
Minimum Stay: 1 Night(s)  
Details - Enquire

\$ 162.48  
Price for 1 Night(s)

Select Room 3

LAST CHANCE ONLY 1 ROOM LEFT

**Double Room - Non Refundable**

\$ 146.47  
Price for 1 Night(s)

## Booking Summary

Single Room \$ 138.00

Arrival: 21 Oct 2016

Depart: 22 Oct 2016

1 Night(s) 1 Room(s)

\$ 138.00

Book









Chorizo

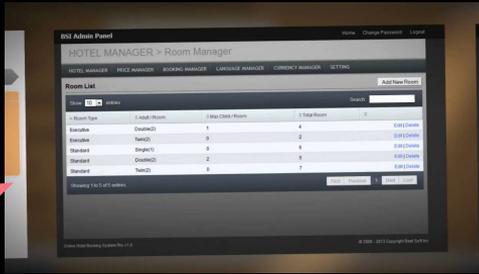
Sliced  
Chicken

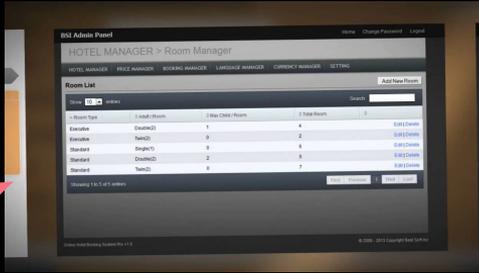
Baked  
Ham

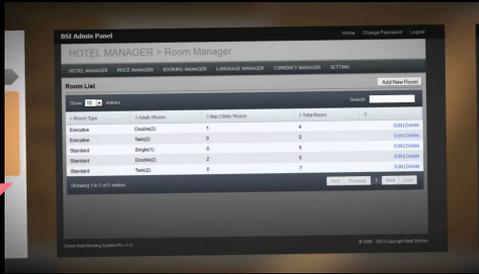
"Bobby's"  
Soda  
Bread

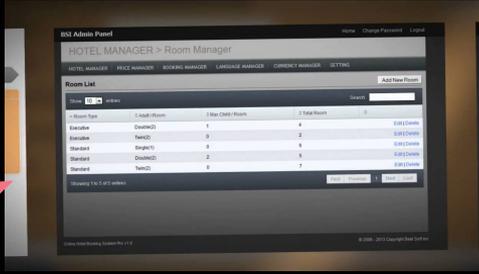


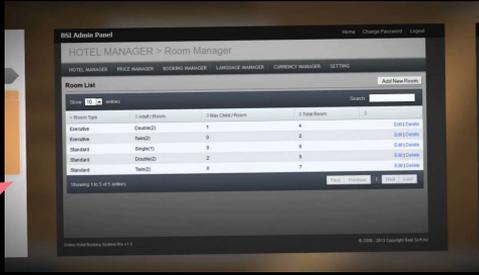


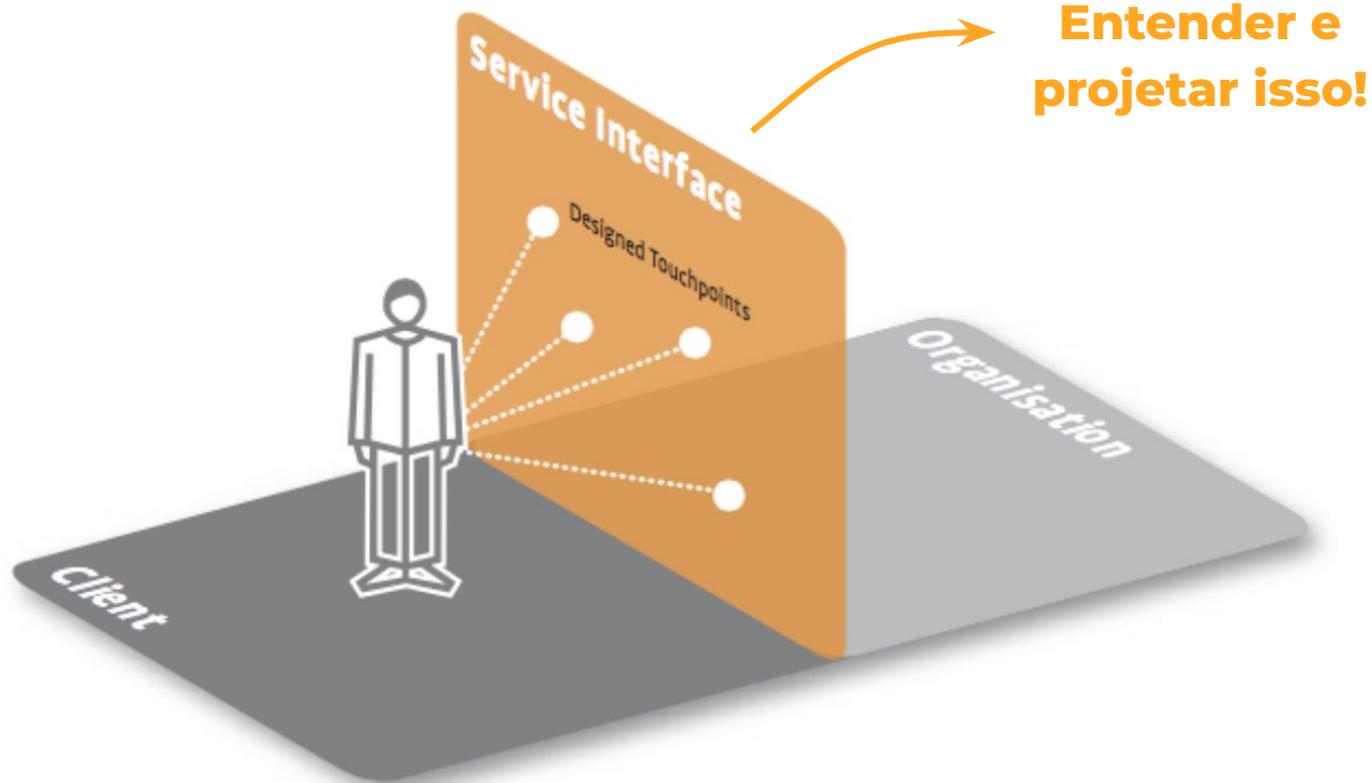










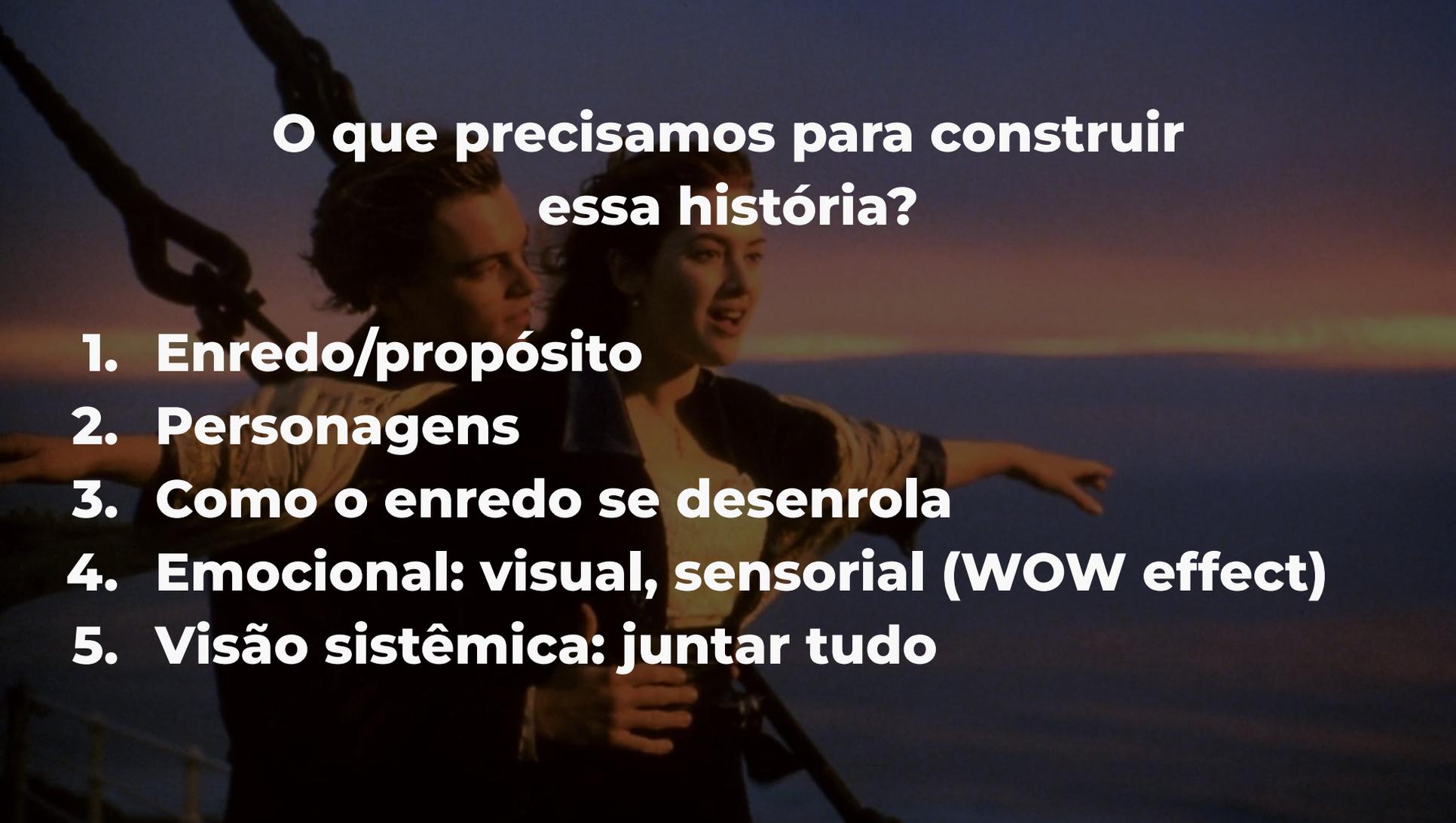


**Entender e  
projetar isso!**

[ MODEL FIVE ]

### **Service Interface**

Service Design works on the design of all different  
Touchpoints that together result in a designed service Interface

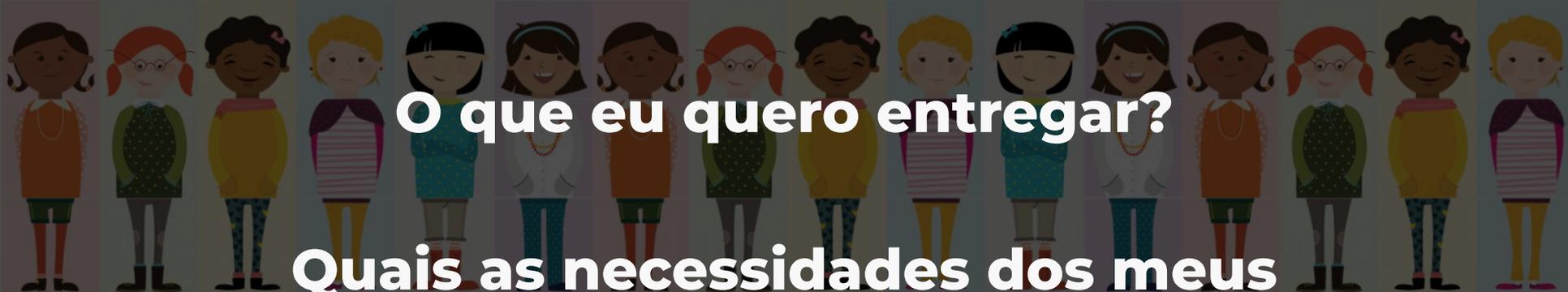
A man and a woman are shown from the chest up, standing on the deck of a ship. They are looking out towards the horizon where the sun is setting, creating a warm, golden glow. The man is on the left, and the woman is on the right, with her arm around his shoulder. The background is a dark blue sea and a dark blue sky with a hint of orange from the sunset.

# **O que precisamos para construir essa história?**

- 1. Enredo/propósito**
- 2. Personagens**
- 3. Como o enredo se desenrola**
- 4. Emocional: visual, sensorial (WOW effect)**
- 5. Visão sistêmica: juntar tudo**

01

## **Propósito e enredo**



**O que eu quero entregar?**

**Quais as necessidades dos meus  
clientes?**



**Que experiência quero  
proporcionar?**



**Quais problemas eu resolvo?**



# DONATING 2-BARCODE WATER

MINEWATER BARCODROP  
(mine:water)

**MISSION**  
Attention directly to the donating behavior?  
Korean premium mineral water, MINEWATER launched a new campaign that supports people who suffer from the lack of safe drinking water. Even though people have good intentions to donate, something to playing action is not easy at all.

**SOLUTION**  
Donating 2 barcode water!  
It's simple. No bills or no buffering. Every product, in the world, has only one barcode and MINEWATER has two (one is for MINEWATER which costs 10 and the other is for African children which costs 10cents). We put this as BARCODROP which is barcode plus other barcodes for donating water to Africa. The African child, donation on the bottle around a free spending for water which affects an internet and it naturally releases to an action. To donate, when the BARCODROP is scanned, it's done. If you don't, there is no any action, sending the BARCODROP off. All we believe that people are not that mean.

**RESULT**  
By MINEWATER, donating action became easier and people showed their warm heart.  
In the first four weeks, 12% of the customer participated in donation and sales volume has increased up to 200%. BARCODROP greatly attracts its donating, we expect more and more 12% out of the total brands in Korea. The idea has successfully changed the paradigm of CSR campaigns: not serious and dull but simple and fun. Now, the small 2 barcode water is changing the world step by step!

*You've just shared water with 100 African children!*

Minewater | Coreia do Sul

# Hands on!

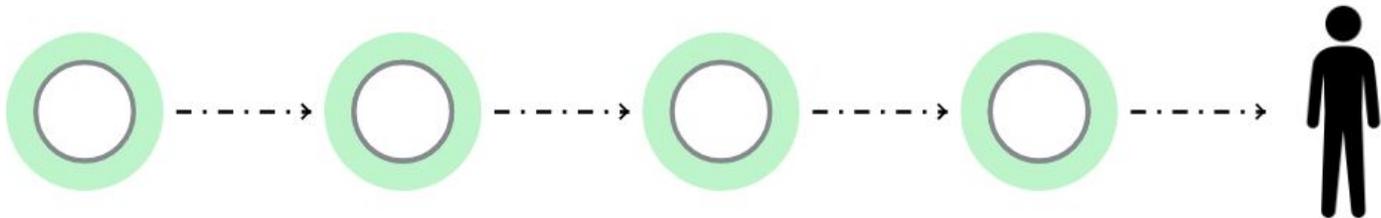
**Propósito: o que eu espero com  
o meu serviço?**



5 min

02

**Jornada: como o enredo  
acontece**



**Cada momento da experiência tem um antes e um depois. É importante cuidar dos detalhes em cada fase do serviço, bem como na transição de uma fase para outra.**



VERDURAS FRESCAS,  
COLHIDAS NO DIA DO SEU PEDIDO!



ASSINATURA DE CESTAS



PEDIDO AVULSO



# Começando pelo caminho básico



**Entra  
no site**

**Escolhe  
produtos**

**Paga**

**Recebe  
em casa**



ASSINATURA DE CESTAS



PEDIDO AVULSO



# Começando pelo caminho básico



**Entra  
no site**

**Escolhe  
produtos**

**Paga**

**Recebe  
em casa**



- De onde ela vem?
- Onde eu divulgo?
- Onde ela está?
- Para quais devices eu preciso ter o site?



# Começando pelo caminho básico



**Entra  
no site**

**Escolhe  
produtos**

**Paga**

**Recebe  
em casa**



- ASSINATURA DE CESTAS
- **Que produtos eu ofereço?**
  - **Como é o processo?**
  - **Vendo em kit? Unitário?**
  - **O que tenho em estoque?**

PEDIDO AVULSO



# Começando pelo caminho básico



**Entra  
no site**

**Escolhe  
produtos**

**Paga**

**Recebe  
em casa**



ASSINATURA DE CESTAS



- Quais métodos eu aceito? PEDIDO AVULSO
- Como envio a confirmação de compra?



# Começando pelo caminho básico



**Entra  
no site**

**Escolhe  
produtos**

**Paga**

**Recebe  
em casa**



ASSINATURA DE CESTAS



PEDIDO AVULSO



- Quem faz a entrega?
- Como ofereço tracking dos produtos?
- Qual o prazo e custo?

**A jornada são só descreve um serviço  
como é uma oportunidade para criar  
uma experiência única e melhorar  
constantemente a oferta.**

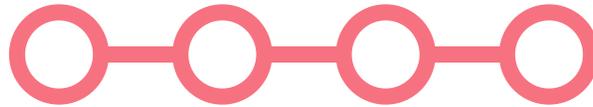
# Hands on!

**Jornada: como o enredo  
acontece**

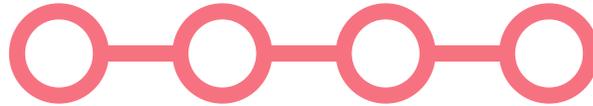


20 min

**Qual é a sequência do  
meu serviço?**



**Qual é a sequência do meu serviço?**

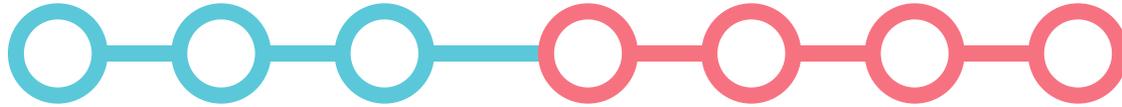


**Qual é a história que eu quero criar?**

Como as pessoas escolhem?  
Usam? Pagam?  
Quais são os momentos mais marcantes?  
Como é a minha experiência?

**Como as pessoas se interessam por ele?**

**Qual é a sequência do meu serviço?**



**Como eu atraio as pessoas?**

**Qual é a história que eu quero criar?**

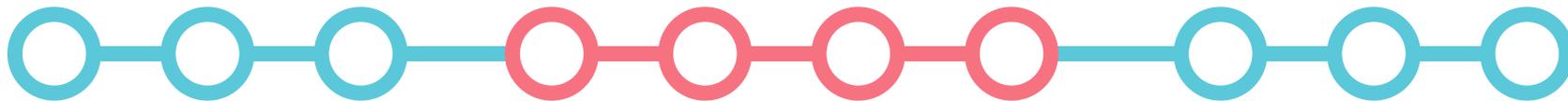
Como as pessoas escolhem?  
Usam? Pagam?  
Quais são os momentos mais marcantes?  
Como é a minha experiência

Como as pessoas escolhem?  
Usam? Pagam?  
Quais são os momentos mais marcantes?  
Como é a minha experiência?

**Como as pessoas se interessam por ele?**

**Qual é a sequência do meu serviço?**

**Como eu o mantenho vivo?**



**Como eu atraio as pessoas?**

**Qual é a história que eu quero criar?**

**Como eu dou continuidade?**

Como as pessoas escolhem?  
Usam? Pagam?  
Quais são os momentos mais marcantes?  
Como é a minha experiência

Como as pessoas escolhem?  
Usam? Pagam?  
Quais são os momentos mais marcantes?  
Como é a minha experiência?

Como faço meu cliente retornar?  
Como fidelizo?  
Como mantenho o alto nível do meu serviço?  
Como expando para novos públicos?

A waiter in a grey apron and orange bow tie is serving a plate of food to a man and a woman seated at a restaurant table. A man in a suit stands in the background. The text "Um serviço é produzido no momento em que é consumido" is overlaid on the image.

**“Um serviço é produzido  
no momento em que é  
consumido”**

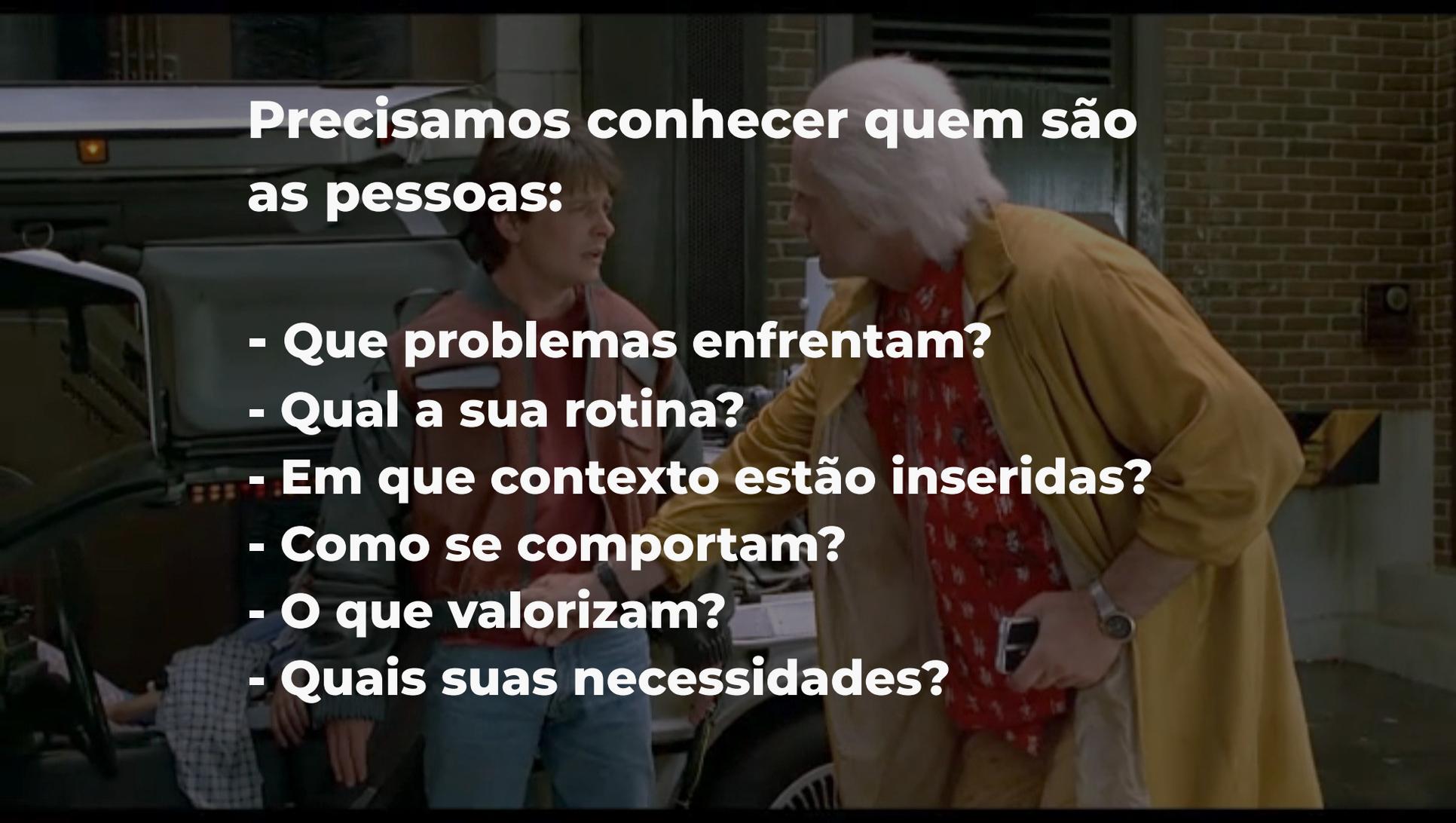
03

## Personagens





**O que queremos ao  
oferecer um serviço para  
alguém?**



**Precisamos conhecer quem são as pessoas:**

- **Que problemas enfrentam?**
- **Qual a sua rotina?**
- **Em que contexto estão inseridas?**
- **Como se comportam?**
- **O que valorizam?**
- **Quais suas necessidades?**

A waiter in a grey apron and orange bow tie is serving a plate of food to a couple seated at a restaurant table. The waiter is holding a silver tray with a white plate of food. The couple, a man in a light blue shirt and a woman in a dark blue dress, are looking at the waiter. In the background, a man in a dark suit and glasses stands with his hands clasped. The table is set with white linens, glassware, and plates of food.

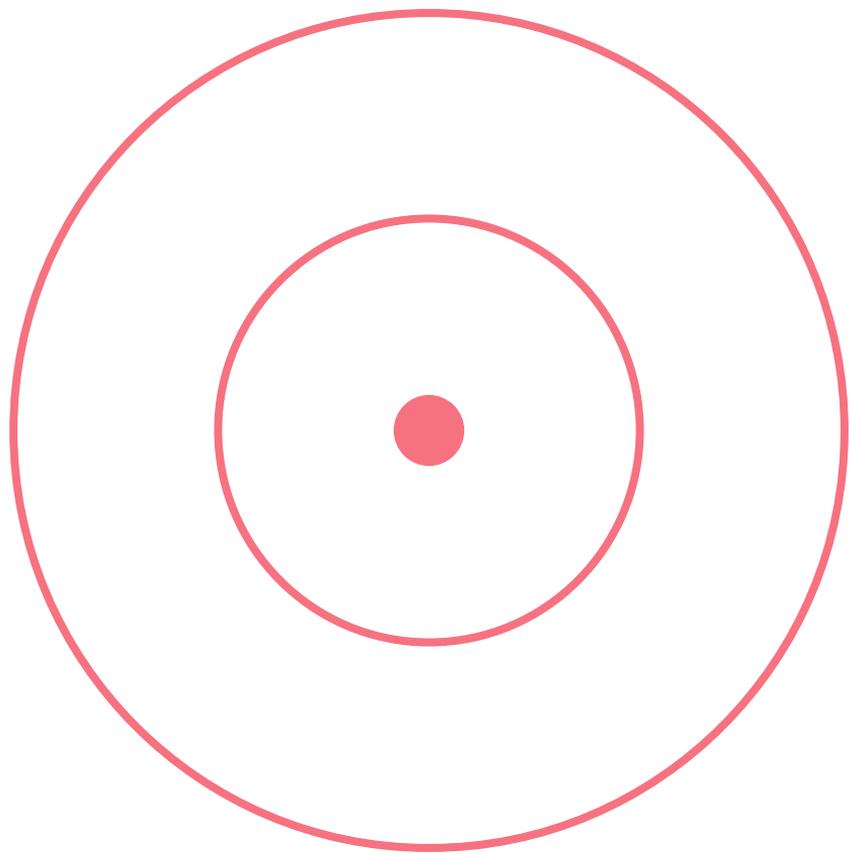
**“Um serviço depende do  
contato com o cliente  
para existir”**

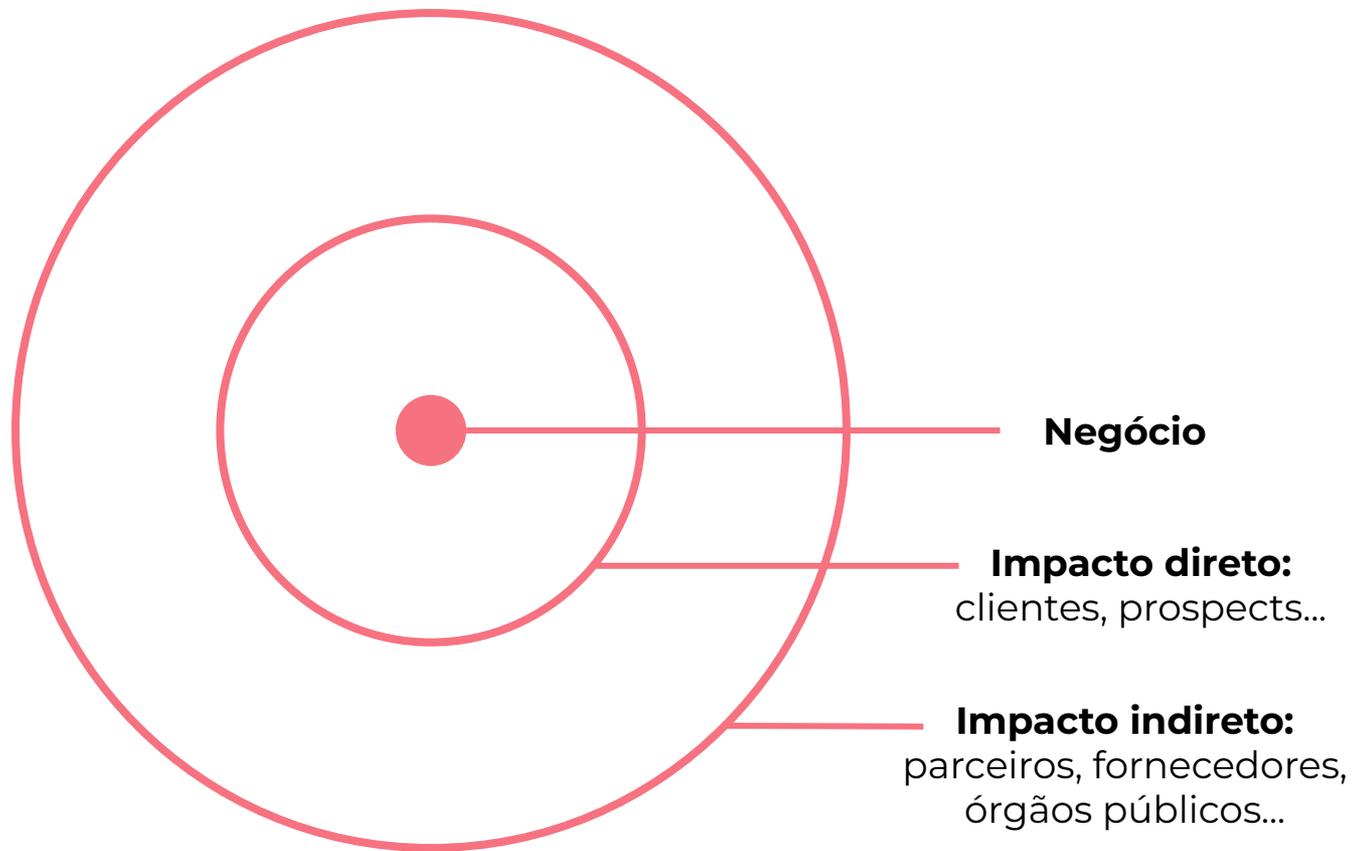
# Hands on!

**Personagens:  
mapa de stakeholders e visão  
aprofundada dos clientes**



25 min





**Nome**

**Descrição**

**Nome**

**Descrição**

**Atividades**

**Desafios**

**Nome**

**Descrição**

**Atividades**

**Necessidades**

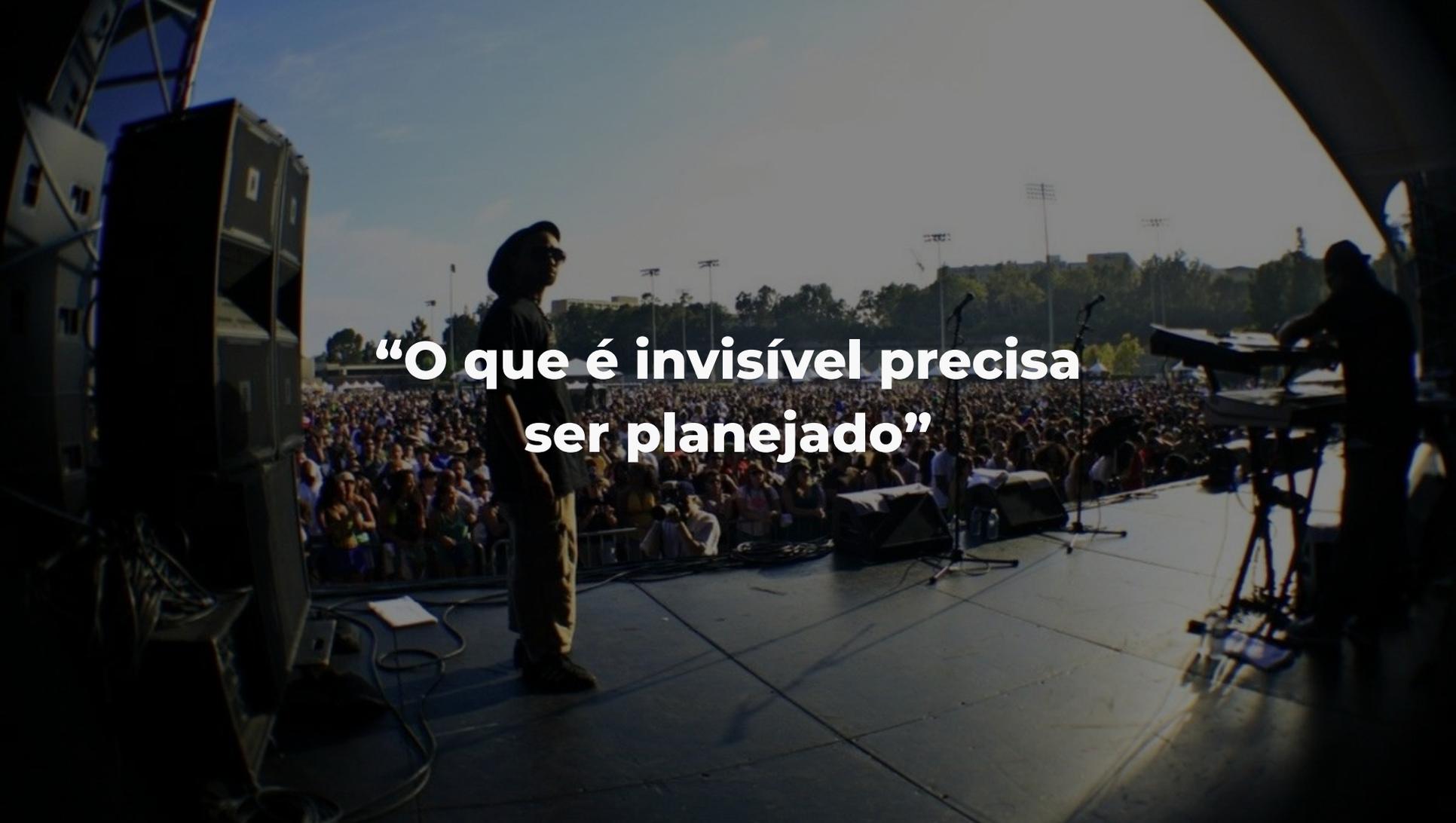
**Expectativas**

**Desafios**

**Crenças**

04

**Connecting the dots**

A photograph of a musician performing on stage at an outdoor concert. The musician is silhouetted against a bright background, standing on a stage with large speakers on the left and a keyboard on the right. A large crowd of people is visible in the background, and the scene is set outdoors under a clear sky. The text "O que é invisível precisa ser planejado" is overlaid in white on the image.

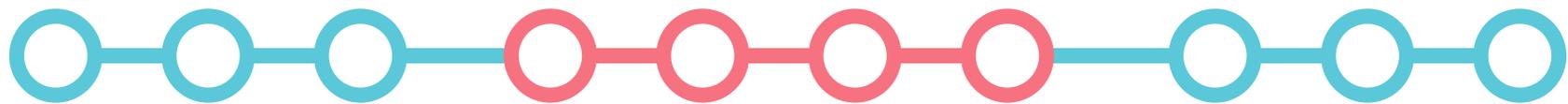
**“O que é invisível precisa ser planejado”**

# Hands on!

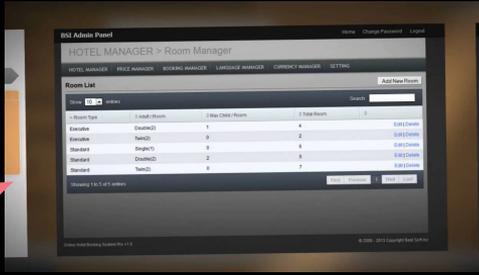
## **A jornada expandida**

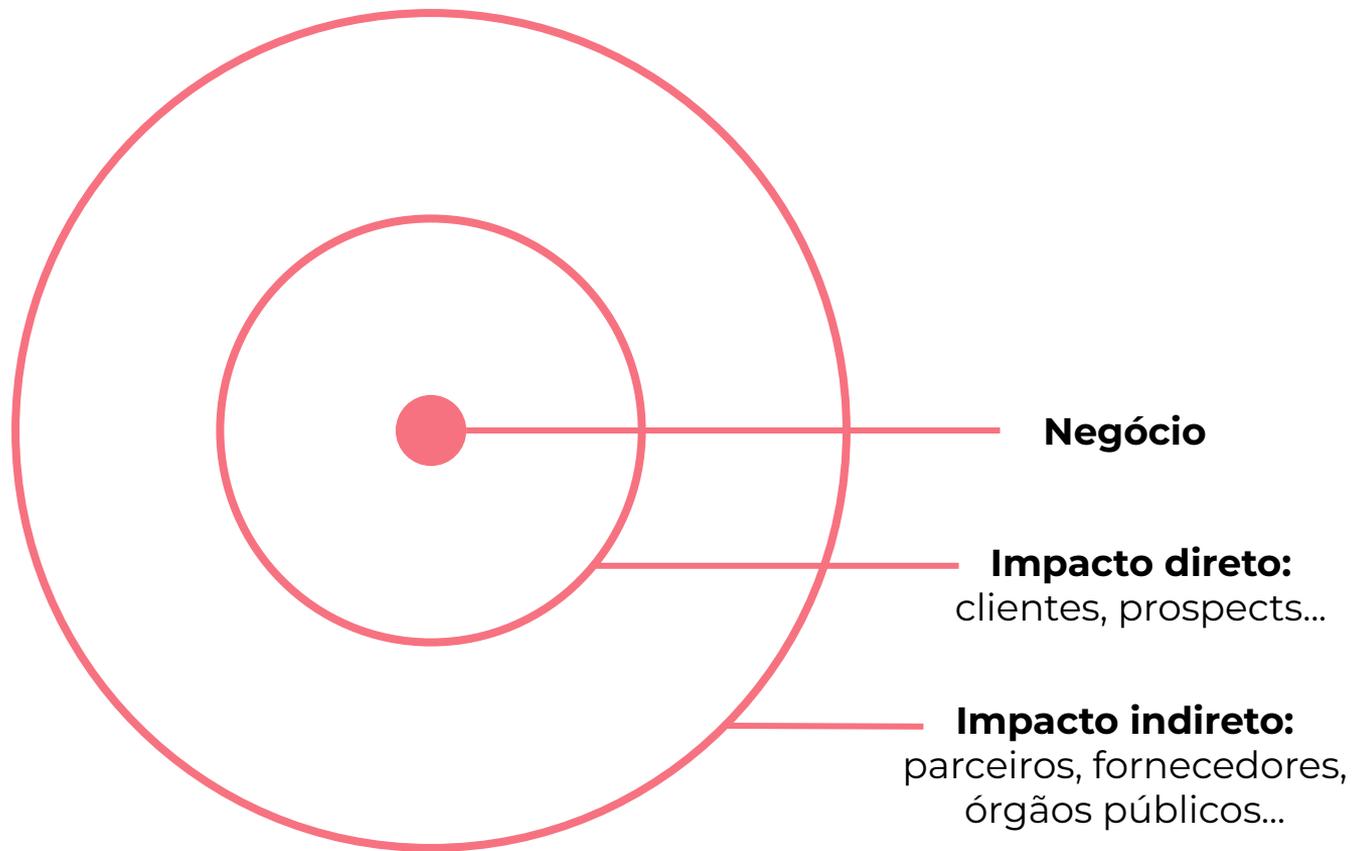


10 min



**Jornada**





A waiter in a grey apron and orange bow tie is serving a plate of food to a couple seated at a restaurant table. The waiter is holding a silver tray with a plate of food. The couple is seated at a table with a white tablecloth, and there are several wine glasses and plates on the table. A man in a dark suit and glasses stands in the background, looking on. The scene is set in a restaurant with wood-paneled walls.

**“Um bom serviço trabalha sobre o manejo adequado de expectativas”**

**Por que Service Design?**



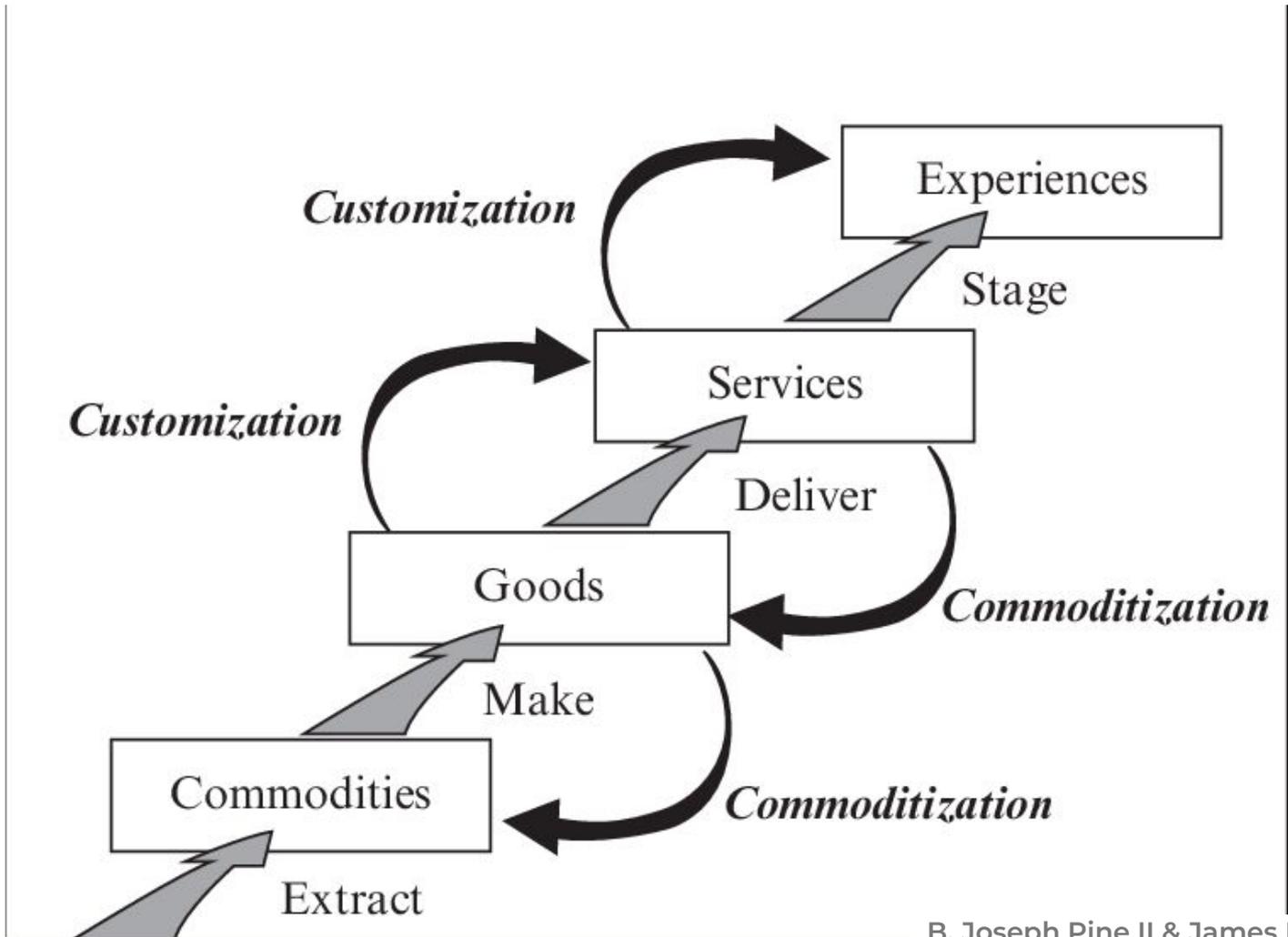
**problema**  **solução**

**problema**

**solução**





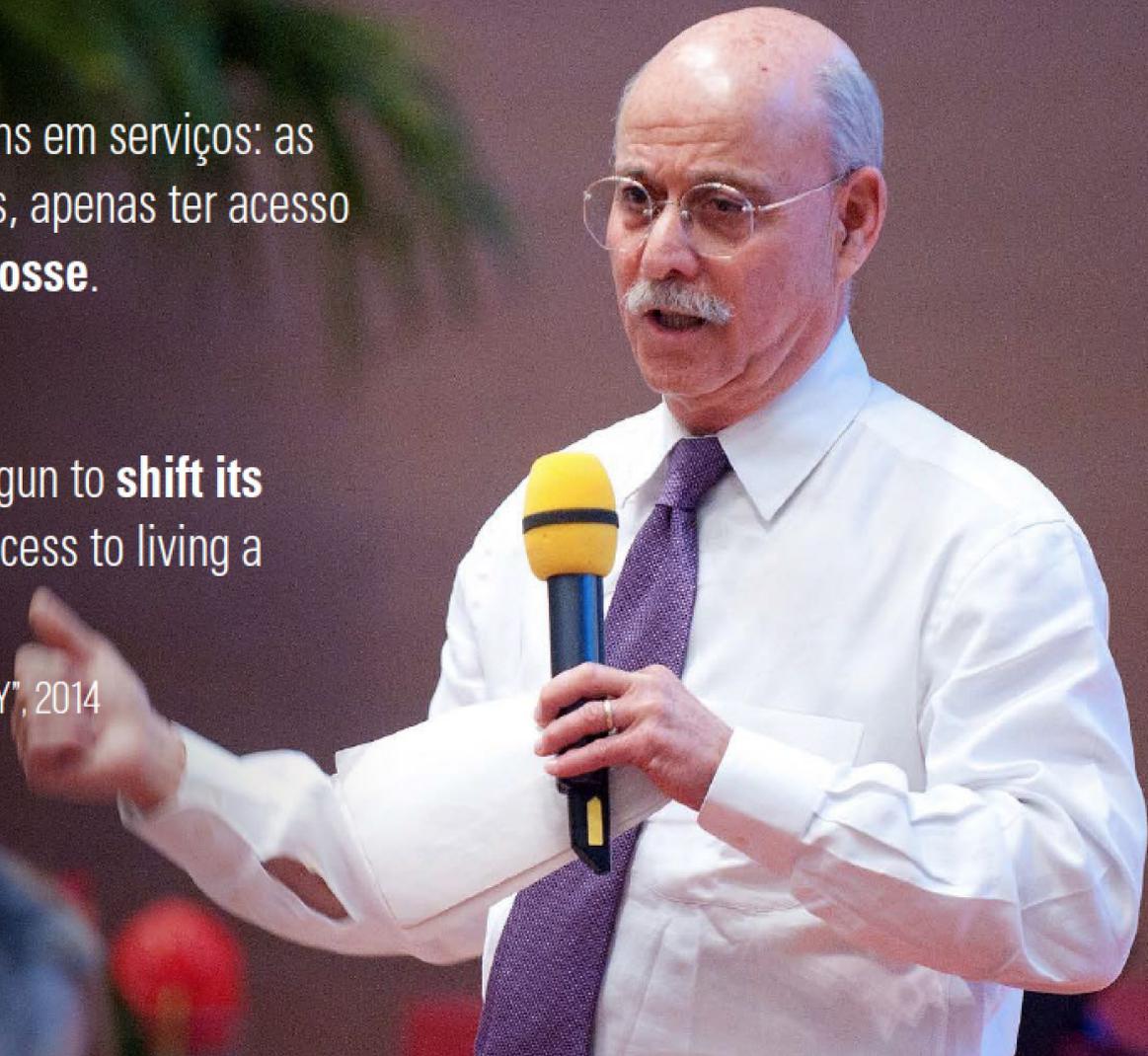


Os produtos são transformados de bens em serviços: as pessoas não precisam mais possuí-los, apenas ter acesso a eles, transformando a **cultura da posse**.

JEREMY RIFKIN "THE AGE OF ACCESS", 2000

"The millennial generation [...] has begun to **shift its psychic priorities** from material success to living a meaningful existence".

JEREMY RIFKIN "THE ZERO MARGINAL COST SOCIETY", 2014



A smartphone is shown vertically, displaying a list of needs and desires in white text on a dark blue background. The background of the phone screen features a subtle image of Earth from space. The text is centered and reads: Comunicação, Lazer, Aprendizado, Locomoção, Comercialização / Renda, Planejamento, Segurança, and three dots at the bottom.

**Comunicação**  
**Lazer**  
**Aprendizado**  
**Locomoção**  
**Comercialização / Renda**  
**Planejamento**  
**Segurança**  
...

**“Serviços são todas aquelas  
atividades que buscam ~~atender~~  
às ~~necessidades~~ dos clientes.”**

atender,  
antecipar,  
projetar...

necessidades,  
desejos,  
expectativas...

# **OBRIGADO!**

---

**Fabio Calzavara**  
**[fabiobc00@gmail.com](mailto:fabiobc00@gmail.com)**

<https://www.youtube.com/watch?v=Ym9uiK0B1kk&index=12&list=PLnyRI22teDcAHsUW3RT2X3iIVLpnGJxVG&t=0s>

[https://www.youtube.com/watch?v=fJl1oGgz180&t=103s&index=47&list=PLnyRI22teDcCHf9nK\\_5eTeftJ2cSg0BN9](https://www.youtube.com/watch?v=fJl1oGgz180&t=103s&index=47&list=PLnyRI22teDcCHf9nK_5eTeftJ2cSg0BN9)

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_X2-\\_t5f\\_IA&index=85&list=PLnyRI22teDcCHf9nK\\_5eTeftJ2cSg0BN9](https://www.youtube.com/watch?v=_X2-_t5f_IA&index=85&list=PLnyRI22teDcCHf9nK_5eTeftJ2cSg0BN9)

---

**Fabio Calzavara**  
**fabiobc00@gmail.com**