

## **O USO DE STORYTELLING PARA COMPREENSÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE**

**STÉFANI PARANHOS DE OLIVEIRA**

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

**VICTOR ROCHA**

FACULDADE AIEC (AIEC / FAAB)

**JANE APARECIDA MARQUES**

EACH-USP - ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

### O USO DE STORYTELLING PARA COMPREENSÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

#### **Introdução**

Design de serviço é um campo de estudos que está em evidência por considerar o cliente como ponto central da criação ou melhoria de serviços.

#### **Contexto Investigado**

Uma das técnicas de coleta de dados para a criação ou aperfeiçoamento de serviços mais utilizadas é a entrevista em profundidade, porém, em determinadas situações há a percepção de que é possível melhorar o potencial da profundidade alcançada, exigindo técnicas complementares para a extração das reais motivações dos clientes.

#### **Diagnóstico da Situação-Problema**

Diante dessa peculiaridade e importância em fazer os serviços convergirem para a satisfação dos clientes, além do interesse em ampliar e popularizar o uso das ferramentas de pesquisa qualitativa apresentadas, este estudo teve como objetivo retratar a experiência de empresa de consultoria em design de serviço ao aplicar a técnica do storytelling em entrevistas em profundidade para auxiliar uma empresa cliente, atuante no mercado financeiro, a desenhar um novo serviço.

#### **Intervenção Proposta**

Este estudo, com a experiência de uma empresa de consultoria em design de serviço, a partir de pesquisa de campo com entrevistas em profundidade associou a técnica de aplicação de narrativas (storytelling) apoiada no uso de cartões com imagens, indicando que houve melhoria na riqueza das informações coletadas.

#### **Resultados Obtidos**

Os resultados se mostram úteis tanto para a área acadêmica quanto ao mercado, portanto, ambos podem se beneficiar da aplicação das técnicas descritas. Verificou-se a melhora na riqueza das informações coletadas que serão úteis para um melhor design de serviço de produtos financeiros.

#### **Contribuição Tecnológica-Social**

Para a área acadêmica, este trabalho vem no sentido de ampliar as discussões de técnicas pouco exploradas na pesquisa social. Para o mercado, as técnicas podem ser usadas em quaisquer situações nas quais seja preciso construir uma história ou nas quais seja relevante transformar uma experiência ou um acontecimento em uma narrativa.