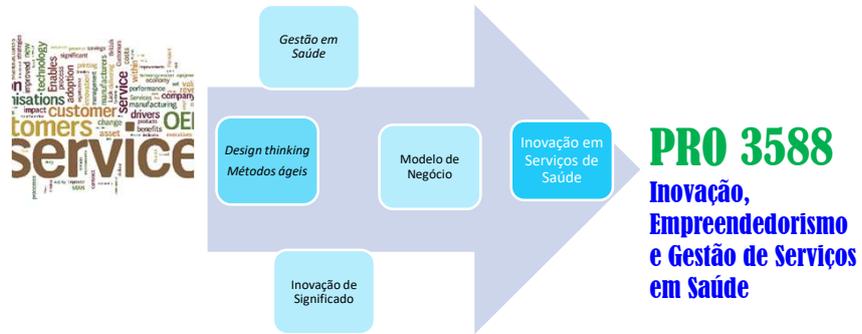




Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção



Prof. Clovis Alvarenga-Netto
Ap 03: Valor ao cliente e significado

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

1

Estrutura da aula



- 1) Valor ao cliente em Serviços
- 2) Inovação de significado

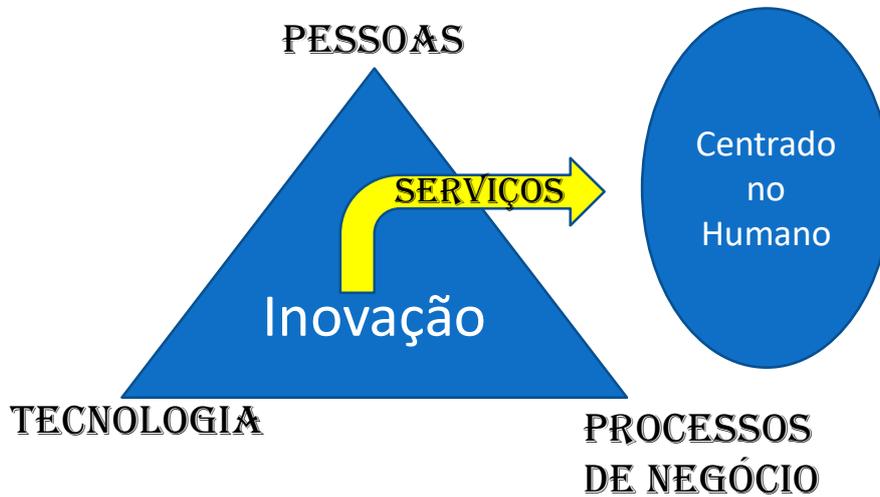


Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

2

Novos desafios, desafios permanentes



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

3

A Busca da Competitividade



O que é ser uma empresa competitiva?

É ser melhor do que o concorrente, naquilo que o cliente valoriza (David Garvin).



Mas o que o cliente valoriza?

“Função x emoção”
Design emocional (Donald Norman)



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

4

PRO 3534
Gestão de
Operações em
Serviços

Valor ao cliente



- Quem é o cliente?
- Valor = Realização – Sacrifício
- A cadeia de valor

PRO
Prof. Clovis Alvarenga-Netto

5

PRO 3534
Gestão de
Operações em
Serviços

Exercício em equipe



Considere o serviço prestado em uma Drogeria

- 1) Identifique Clientes
- 2) Para cada cliente, identifique seus principais requisitos

Obs. Dois clientes serão considerados distintos se algum dos requisitos for diferente

PRO
Prof. Clovis Alvarenga-Netto

6

Cliente	Requisitos
1. Idosos	* Atendimento Humanizado (ajuda para consulta a rótulos, etc.) • Serviços no Caixa (Recarga de Celular)
2. Jovens Adultos	•Praticidade •Serviços digitais
3. Uso contínuo de medicamento	-Preço, disponibilidade e confiabilidade
4. Praticantes de atividades físicas	•Produtos relacionados a nutrição, como barras de cereais, suplementos alimentares, etc
5. Veganos	•Produtos não testados em animais; •Medicamentos que possam suprir a necessidade de vitaminas específicas.
6. Rappi e outros apps de compras	- Facilidade para encontrar produtos (placas, ordem), direcionamento sobre substitutos de produtos



Cliente	Requisitos
1. Pessoas que menstruam	Ter produtos como absorventes/coletores menstruais Ter remédios para desconforto menstrual
2. Conveniência	Remédios de fácil acesso, atendimento rápido, alta variedade de produtos comuns, 24hs
3. Compradores de produtos de higiene	Variedade de marcas e produtos, preço
4. Deficientes Visuais	-Inscrições em braille - Tipologias altamente visíveis



Modelo da análise do valor ao cliente



O Valor fornecido ao cliente é a diferença entre:

Realização

e

Sacrifício

Valor percebido

Preço

Valor fornecido

SACRIFÍCIO

- Valor monetário
- Tempo para obtenção
- Número de etapas
- Energia
- Desgaste psicológico

Desejável



O processo de avaliação da qualidade do serviço pelo cliente



Cesta de pães

- “nossa cesta alimenta *todas* as pessoas de sua família”

Seguradora

- “em caso de acidente você será ressarcido *imediatamente*”



Dimensões da Qualidade do produto

(segundo David Garvin)

PRODUTO

- Desempenho
- Características adicionais
- Confiabilidade
- Conformidade especificações
- Durabilidade
- Serviços (Atendimento / Manutenibilidade)
- Estética
- Qualidade percebida

Valor fornecido



REALIZAÇÃO

- Bem físico
- Serviços
- Pessoal
- Imagem
- Significado

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

13

Aspectos para avaliação em Serviços



- Acesso
- Velocidade
 - Iniciar
 - Executar
- Consistência
- Competência
- Opções
- Consultoria
- Atendimento
- Flexibilidade
- Segurança
- Custo
- Integridade
- Comunicação
- Limpeza
- Conforto
- Qualidade dos bens
 - Especificações
 - Estética
 - Conformidade
 - Durabilidade
 - Confiabilidade
- Distribuição
- Instalação
- Treinamento ao
 - consumidor
- Manutenibilidade
- Consultoria
- Reparos
- Conectividade

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

14

Aspectos para avaliação do Pessoal



PRO 3534
Gestão de
Operações em
Serviços

- Competência
- Cortesia
- Credibilidade
- Confiabilidade
- Prontidão no atendimento
- Comunicação

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

15

Aspectos para avaliação da Imagem



PRO 3534
Gestão de
Operações em
Serviços

- Símbolos
- Propaganda
- Atmosfera
- Eventos

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

16

Produtos + Serviços como as pétalas de uma flor



Um exame de diferentes tipos de serviços mostra suplementos comuns

Mesmo que o centro seja bom, pétalas murchas impressionarão mal os clientes!

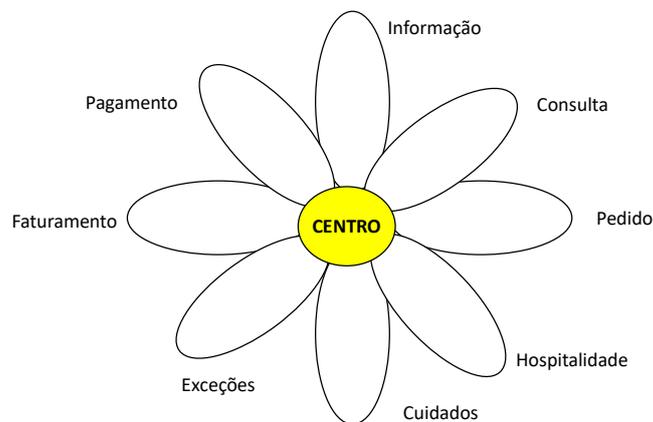
• Oito grupos de serviços suplementares

1. Informação
2. Consulta
3. Pedidos
4. Hospitalidade
5. Cuidados
6. Exceções
7. Faturamento
8. Pagamento

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

17

A Flor de serviços



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

18

INFORMAÇÃO

- Para obter valor integral de qualquer bem ou serviço, os clientes precisam de informações relevantes sobre ele, principalmente se forem usuários pela primeira vez.

CONSULTA

-  O que você sugere?
-  Fornecer informações sugere dar uma simples resposta às perguntas dos clientes
- (ou informações preparadas anteriormente que prevêm as necessidades deles)
- FAQs

PEDIDOS

- 💡 Aceitar solicitações, pedidos e reservas
- 🗨️ Atender ao pedido com educação, rapidez e precisão
- 🚩 O aspecto de programação introduz uma necessidade extra de precisão!

HOSPITALIDADE

- 💡 A cortesia e a consideração para com as necessidades do cliente
- 🗨️ Um negócio bem gerenciado tenta tratar os clientes como convidados, principalmente se eles têm de passar muito tempo no local. Afinal, o pessoal do marketing convidou-os para aparecerem lá!
- 🚩 Cobrar taxas pode ser visto como mesquinharia!

CUIDADOS

- 🔗 A menos que certos cuidados sejam fornecidos, os clientes podem não aparecer.
- 🔗 Cuidar dos objetos pessoais do cliente pode ser uma parte importante do fornecimento de serviços.

EXCEÇÕES

- 🔗 Os gerentes sagazes prevêm as exceções e formulam planos contingenciais e orientações antecipadamente..
- 🔗 Solicitações especiais
- 🔗 Situações de solução de problemas
- 🔗 Receber queixas, sugestões, cumprimentos
- 🔗 Restituição
- 🔗 Uma abordagem flexível a exceções geralmente é uma boa idéia, pois reflete o atendimento das necessidades do cliente
- 🔗 Por outro lado, alguns tipos de exceções deveriam ser desestimulados, pois podem comprometer a segurança, ter impacto negativo ou sobrecarregar os empregados.

FATURAMENTO

- 🔗 Notas imprecisas, ilegíveis ou incompletas oferecem uma oportunidade esplêndida para desapontar os clientes que podem, até esse ponto, estar satisfeitos com o atendimento ou serviço recebido.

PAGAMENTO

- 🔗 Sistemas de pagamento *self-service*: *boa manutenção e rapidez no seu conserto são essenciais*
- 🔗 Inspectores e seguranças precisam ser treinados para combinar educação e firmeza no desempenho de seus trabalhos, de modo que os clientes honestos não se sintam embaraçados.

Chat: Oportunidades para a Transformação Digital em Serviços

1. Bancos de dados
2. Processamento de informação e Conhecimento
3. Privacidade e proteção de dados
4. Comércio eletrônico
5. Omnicanalidade
6. *Phygital*

Preço x valor do produto

Quanto você paga por uma cadeira de escritório?

Quanto você está disposto a pagar por uma cadeira de escritório?

Quanto você está disposto a investir em uma cadeira de escritório?

Aeron B Graphite Completa



https://www.atec.com.br/loja/produto/cadeira-setu/2utm_campaign=atecmkt_semana_do_consumidor_atec_-_160322&utm_medium=email&utm_source=RD+Station

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

29



**Aeron B Graphite
Completa**
R\$10.290,00



Mirra 2 Twilight
R\$9.200,00



Sayl Black
R\$6.490,00

Nova Aeron Chair da Herman Miller. A história recontada.

O visual marcante e icônico continua. Quase intocado. Mas a nova Aeron Chair foi reconstruída completamente, para atender às exigências da forma como trabalhamos atualmente. Nosso dia é mais dinâmico, mais movimentado. E a nova cadeira Aeron acompanha esse ritmo. Com a ajuda do seu cocriador, Don Chadwick, a nova Aeron foi recriada com base nos mais atuais estudos e conceitos sobre ergonomia e sustentabilidade, com o uso do que há de mais moderno em tecnologia, materiais e processos de fabricação. **A nova Aeron permite a máxima performance em todos os movimentos.**

Prof. Clovis Alvarenga-Netto

30

O "significado" para o cliente



O espremedor de fruta de
Phillipe Starck €75,00



O bookworm!



<https://alessi.com/>



Quanto vale atualmente ter uma ideia?

O que é uma nova ideia!
Ideia brilhante!



Significado



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

35

Quanto vale atualmente ter uma ideia?



O que é uma nova ideia!
Ideia brilhante!

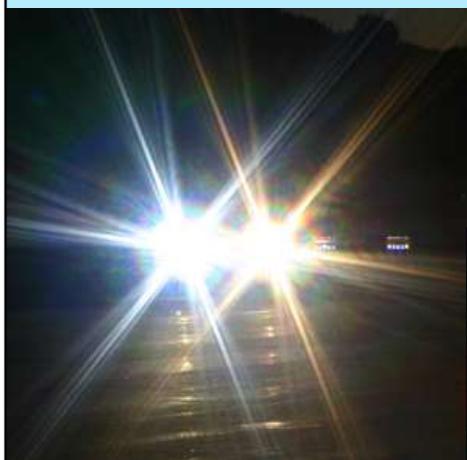


Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

36

Superprodução de ideias!



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

37



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

38



A tomografia é um exame que pode ser muito desagradável e estressante para quem faz, sobretudo as crianças.



Para ajudar os pacientes pediátricos a se sentirem mais à vontade ao realizar o teste, o Hospital Infantil Presbiteriano Morgan Stanley, de Nova York, inovou:

Transformou sua sala de tomografia em um ...



As crianças se sentem mais seguras



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

41

Hospital decora sua sala de tomografia...



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

42

... Como um navio pirata...



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

43

Hospital Infantil Darcy Vargas...



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

44

Sala de tomografia transformada em uma floresta cenográfica



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

45



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

46

Ambientação do espaço, que reproduz um submarino no fundo do oceano, é assinada pelo cenógrafo Gringo Cardia



Prof. Clovis Alvarenga-Netto

PRO 3588 Inovação Serviços Saúde

47



O que a Apple realmente vende?

Prof. Clovis Alvarenga Netto

Gestão da Inovação e Design

48



FIM
Da apostila 3

