

O'REILLY®

Mapeamento de Experiências

Um guia completo para
alinhamento de clientes
por meio de jornadas,
blueprints e diagramas

Jim Kalbach

Segunda
Edição



ALTA BOOKS
EDITORA
Rio de Janeiro, 2022

Mapeamento de Experiências – Segunda Edição

Copyright © 2022 da Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli.
ISBN: 978-65-5520-859-7

Translated from the original Mapping Experiences. Copyright © 2021 James Kalbach. ISBN 978-1-492-07663-6. This translation is published and sold by permission of O'Reilly Media, Inc., the owner of all rights to publish and sell the same. PORTUGUESE language edition published by Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli, Copyright © 2022 by Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli.

Impresso no Brasil – 1ª Edição, 2022 – Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

K14m	Kalbach, Jim
Mapeamento de Experiências: um guia completo para alinhamento de clientes por meio de jornadas, blueprints e diagramas / Jim Kalbach ; traduzido por Eveline Machado. – Rio de Janeiro : Alta Books, 2022. 448 p. : il. ; 24cm x 17cm.	
Inclui bibliografia e índice. ISBN: 978-65-5520-859-7	
1. Administração. 2. Organizações. 3. Clientes. I. Machado, Eveline. II. Título.	
2022-698	CDD 658 CDU 65

Elaborado por Wagner Rodolfo da Silva - CRB-8/9410

Índice para catálogo sistemático:

1. Administração 658
2. Administração 65

Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

A editora não se responsabiliza pelo conteúdo da obra, formulada exclusivamente pelo(s) autor(es).

Marcas Registradas: Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

Erratas e arquivos de apoio: No site da editora relatamos, com a devida correção, qualquer erro encontrado em nossos livros, bem como disponibilizamos arquivos de apoio se aplicáveis à obra em questão.

Acesse o site www.altabooks.com.br e procure pelo título do livro desejado para ter acesso às erratas, aos arquivos de apoio e/ou a outros conteúdos aplicáveis à obra.

Suporte Técnico: A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites referidos pelos autores nesta obra.

Produção Editorial
Editora Alta Books

Diretor Editorial
Anderson Vieira
anderson.vieira@altabooks.com.br

Editor
José Ruggeri
j.ruggeri@altabooks.com.br

Gerência Comercial
Claudio Lima
claudio@altabooks.com.br

Gerência Marketing
Andrea Guatiello
marketing@altabooks.com.br

Coordenação Comercial
Thiago Biaggi

Coordenação de Eventos
Viviane Paiva
comercial@altabooks.com.br

Coordenação ADM/Finc.
Solange Souza

Direitos Autorais
Raquel Porto
rights@altabooks.com.br

Produtor Editorial
Thales Silva

Produtores Editoriais
Illysabelle Trajano
Larissa Lima
Maria de Lourdes Borges
Paulo Gomes
Thiê Alves

Equipe Comercial
Adriana Baricelli
Daiana Costa
Fillipe Amorim
Heber Garcia
Kaique Luiz
Maira Conceição
Victor Hugo Moraes

Equipe Editorial
Beatriz de Assis
Brenda Rodrigues
Caroline David
Gabriela Paiva
Henrique Waldez
Marcelli Ferreira
Mariana Portugal

Marketing Editorial
Jessica Nogueira
Livia Carvalho
Marcelo Santos
Pedro Guimarães
Thiago Brito

Atuaram na edição desta obra:

Tradução/Copidesque
Eveline Machado

Diagramação
Lucia Quaresma

Revisão Gramatical
Fernanda Lutfi
Vivian Sbravatti

Revisão Técnica
Vitor Perez
Designer de serviços e
cofundador da Kyvo

Editora
afiliada à:



abdr
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
DIREITOS REPROGRÁFICOS

ASSOCIADO



ALTA BOOKS
EDITORIA

Rua Viúva Cláudio, 291 – Bairro Industrial do Jacaré
CEP 20.970-031 – Rio de Janeiro (RJ)
Tels (21) 3278-8069 / 3278-8419

www.altabooks.com.br – altabooks@altabooks.com.br

Ouvidoria: ouvidoria@altabooks.com.br

Sumário

Prefácio.....	xv
---------------	----

PARTE 1: Visualizando o Valor

CAPÍTULO 1: Visualizando o Valor: Alinhar de Fora para Dentro.....	3	CAPÍTULO 3: Experiência do Funcionário: Alinhamento Interno.....	57
Modelando Experiências	4	Experiência do Funcionário	58
Diagramas de Alinhamento	5	Mapeando a EX	60
Múltiplo Alinhamento	12	Alinhe CX e EX	65
Foco ao Alinhar Valor	13	Estudo de Caso: Alinhando CX e EX para Criar uma Estratégia	79
Princípios do Alinhamento	18		
Benefícios dos Diagramas de Alinhamento	19	CAPÍTULO 4: Visualizando o Insight Estratégico	85
Estudo de Caso: Lutar contra o Extremismo Violento com Diagramas de Alinhamento	25	Um Novo Modo de Ver	86
		Mapeando a Estratégia	96
CAPÍTULO 2: Fundamentos do Mapeamento de Experiências	31	Estudo de Caso: Identificando Oportunidades: Combinando Diagramas do Modelo Mental e Jobs to Be Done	113
Estruture o Esforço de Mapeamento	32		
Identifique os Pontos de Contato	42		
Estudo de Caso: Mapeamento da Intervenção do Consumidor — Planejar Estratégias para a Economia Circular	49		

CAPÍTULO 5: Comece: Iniciando um Projeto de Mapeamento.....	123	CAPÍTULO 8: Workshops de Alinhamento: Descubra o Problema Certo para Resolver	215
Inicie um Novo Projeto	124	Ter Empatia	216
Escolha uma Direção	128	Business Origami	218
Qual É a Diferença? Mapas da Jornada do Cliente, Blueprints de Serviço e Mapas da Experiência	136	Prever	222
Defina o Esforço	140	Avaliar	226
Reunindo Tudo: Quais Técnicas São Necessárias e Quando?	143	Estudo de Caso: Presumptive Design Alinha Equipes no Problema a Ser Resolvido	231
CAPÍTULO 6: Investigue: Torne Realidade.....	147	Facilitando um Workshop de Alinhamento	233
Examine as Fontes Existentes	148	Estudo de Caso: Jogo do Mapeamento da Jornada do Cliente	239
Entreviste Dentro da Organização	152	CAPÍTULO 9: Prever Futuras Experiências: Crie a Solução Certa	245
Crie um Diagrama Preliminar	154	Faça Experimentos	245
Faça uma Pesquisa Externamente	157	Ideias Supervalorizadas	248
Um Guia Rápido para Entrevistar	163	Planeje a Nova Experiência com Mapas	250
Análise os Dados	165	Anseie por Transformar	254
Análise Formal	168	Design Sprints	264
Pesquisa Quantitativa	168	Estudo de Caso: Rápido Workshop Online de Mapeamento e Design	266
Estudo de Caso: Curadoria da Música: Pesquisa do Usuário e Diagramação na Sonos	172		
CAPÍTULO 7: Ilustre: Torne Visual	177		
Layout do Diagrama	179		
Compile o Conteúdo	182		
Design da Informação	187		
Mostrando Suas Emoções	197		
Ferramentas e Software	200		
Estudo de Caso: Mapeando a Experiência de Teste em Laboratório	207		

PARTE 3: Tipos de Diagramas Básicos em Detalhes

CAPÍTULO 10: Blueprints de Serviço.....	273	CAPÍTULO 13: Diagramas do Modelo Mental.....	353
Visualizando os Serviços.....	274	Diagramas do Modelo Mental.....	355
Estendendo o Blueprint de Serviço.....	276	Abordagens Relacionadas.....	362
Abordagens Afins.....	283	Elementos dos Diagramas do Modelo Mental.....	366
Elementos de um Blueprint de Serviço.....	289	Estudo de Caso: Modelo Mental de uma	
Estudo de Caso: Facilitando Sessões Colaborativas		Seguradora Inovadora.....	368
com um Blueprint de Serviço Prático.....	293		
CAPÍTULO 11: Mapas da Jornada do Cliente	299	CAPÍTULO 14: Modelos de Ecossistema.....	379
Mapas do Ciclo de Vida do Cliente.....	305	Mapas do Ecossistema.....	380
Modelos Relacionados.....	307	Elementos dos Modelos de Ecossistema.....	392
Elementos dos MJs.....	312	Estudo de Caso: Criando um Mapa do	
Estudo de Caso: Mapeamento da História de		Ecossistema de Serviços do Zero.....	396
Valor — Visão Alternativa aos MJs.....	316		
CAPÍTULO 12: Mapas da Experiência.....	323	Referências	403
Mapas da Experiência Híbridos.....	326	Índice.....	413
Modelos Relacionados.....	331		
Elementos dos Mapas da Experiência.....	343		
Estudo de Caso: Mapeando a Jornada da			
Violência Doméstica.....	347		