

Conhecendo mais do problema

Ao viajar para locais afastados dos centros urbanos, em diversos países, alguns viajantes que contrataram pacotes da Andarilho tiveram problemas com tickets de acesso aos passeios, rota para os hotéis etc., e ao tentarem se comunicar a empresa, acabavam tendo uma resposta tão tardia que isso acabava impactando na viagem, ocasionando a perda de passeios, dinheiro, enfim...

A Andarilho detectou esse problema muito pontual de comunicação entre a empresa e os usuários. Essa insatisfação impactou o negócio, então, como alternativa, a equipe foi reunida para tentar solucionar o problema, perguntando sobre as ideias que tinham para solucionar.

Muitas ideias surgiram, mas muitos pontuaram os gargalos ou inviabilidades, e no final o grupo saiu sem nenhum plano de ação.

De forma geral, quando temos um problema grande para resolver, temos a tendência de começar a gerar ideia atrás de ideia para sair do problema. Porém, estamos tão enviesados e "viciados" nas informações que acabamos tendo mais dificuldade em pensar no problema, porque estamos ocupados demais olhando somente para a solução.

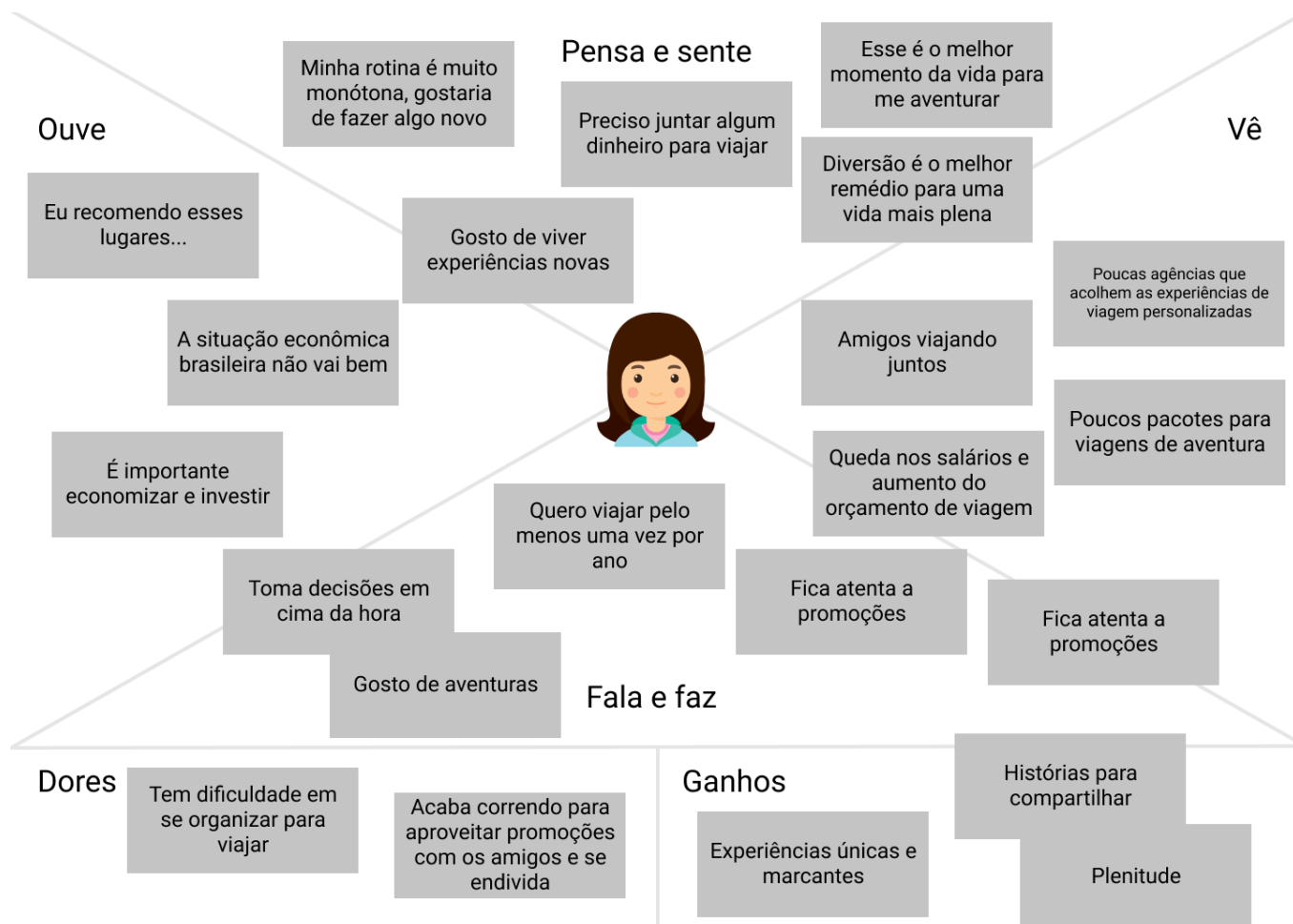
Então, como poderíamos começar?

Se queremos olhar para o todo, precisamos antes entender as particularidades do problema.

Por isso, investigar o contexto é o primeiro passo. Sejam pesquisas na internet, revistas, jornais ou mesmo acessando o conteúdo de informações que a empresa possa já ter de antemão pode auxiliar no processo.

Depois de ter isso tudo em mãos conseguimos enxergar com mais amplitude o que temos dentro do contexto e, então, mapear algumas dessas informações criando, por exemplo, o **Mapa de empatia**.

O Mapa de empatia funciona, basicamente, como um compilado de informações baseadas no que o **usuário vê**, no que **ouve**, no que **pensa** ou **faz**, no que **fala**, bem como nos **ganhos** e **perdas**.



Ao conseguirmos mapear essas informações, damos o pontapé inicial para aprofundar no entendimento do problema e sua relação com o usuário.