



CEST

Centro de Estudos Sociedade e Tecnologia



Universidade de São Paulo

Boletim- Volume 8, Número 04, Maio/2023

ChatGPT e Design de Serviços

Clovis Alvarenga Netto

A prática global em Gestão de Operações e o Design de Serviços (*Service Design*) tem trazido a crescente necessidade de técnicas e ferramentas práticas para a inovação. Serviços são fluidos, dinâmicos, baseados em experiências, frequentemente co-produzidos em tempo real por clientes e empregados, de difícil mensuração, mediados pela Tecnologia. Se para o gerenciamento tradicional de projetos essas considerações já têm sido convenientemente tratadas, para a Inovação em Serviços é imprescindível considerar o tripé Pessoas, Tecnologia e Processos. Por Pessoas entende-se clientes e projetistas, por Tecnologia o maior impacto atual está na Inteligência Artificial (IA) e ChatGPT e por Processos entendam-se novos Modelos de Negócio e a Gestão por Macroprocessos. A inovação em Serviços induzida pelo Design tem promovido uma verdadeira revolução nos projetos agregando Valor ao Cliente.

Como evolução histórica, o Gerenciamento de Projetos tem trazido um conjunto significativo de conceitos, técnicas e ferramentas. Apesar do sucesso, em anos mais recentes tem-se observado um aumento nas críticas por parte dos praticantes, chegando a ser sugerido que deveria ser feita a adaptação dos métodos devido à crescente gama de projetos de pequena duração, exigindo novas competências dos projetistas, como flexibilidade, resiliência e conhecimento de tratamento de dados.

Considerando-se que o Design de serviços também tem evoluído rapidamente, para a Inovação, além de características próprias do design, que remetem a aspectos de função e significado, resulta a necessidade de competências para trabalhar a empatia a fim de compreender as necessidades dos clientes e usuários. Surge o *Design Thinking*, propondo uma efetiva mudança de postura dos projetistas (ou designers) e praticantes no desenvolvimento de novos produtos e serviços. O Design de Serviços é uma aplicação do *Design Thinking* em Serviços.

A abordagem do *Design Thinking* consiste em identificar a oportunidade, enquadrar o problema, pensar de forma criativa, gerar soluções, adotar um olhar multilateral, cocriar, fazer associações inusitadas, prototipar e testar as melhores soluções, apoiada no tripé Pessoas, Tecnologia, Processos.

A Inteligência Artificial (IA) e sua ferramenta ChatGPT também têm contribuído com esse movimento de mudanças no design de serviços. Ao menos três princípios importantes do Design de Serviços têm forte contribuição da Inteligência Artificial, que são: 1) centrado no usuário (os serviços devem ser testados através do olhar do cliente), 2) cocriativo (todas as partes interessadas devem ser incluídas no processo do design de serviços) e 3) holístico (todo o ambiente de um serviço deve ser levado em consideração).

O atual Design de Serviços é utilizado para criar ou remodelar serviços, rever conceitos e formas de se relacionar com eles, gerar inovação e melhorias. É uma abordagem interdisciplinar, de grande valia para

inovadores no campo dos serviços. Trata-se de uma nova forma de pensar, mais autônoma. Todos os processos de *Design Thinking* têm em comum a abordagem centrada no usuário, o que faz todo novo serviço ser desenvolvido a partir das necessidades e desejos. O design de serviços é essencial para uma economia baseada no conhecimento.

Quando se trata do Design centrado no Humano, tanto as necessidades dos clientes quanto as inspirações dos designers precisam ser consideradas, o que é favorecido pela IA. A questão intrigante é: o que muda no Design e Inovação de Serviços (DIS) com a Inteligência Artificial?

Ferramentas de IA afetarão trabalhos nas áreas de Educação, Comunicação, Atendimento ao Cliente, Direito, Design de Serviços, para citar algumas. Se, do ponto de vista do DIS, é relevante considerar a CX (*Customer Experience*) e UX (*User Experience*) e correlacionar os dados comportamentais dos clientes, podem-se elencar situações em que o ChatGPT pode definitivamente contribuir.

A Inteligência Artificial e sua ferramenta ChatGPT têm contribuído com o movimento de mudanças no design de serviços.



1.A expectativa é de que as máquinas ajudem a ganhar eficiência, reunindo informações como opiniões de clientes, problemas com os serviços e informações da concorrência. Para tal, mapas de experiência sintetizados em agrupamentos (ou clusters) e personas podem ajudar a focar no que agrega valor ao cliente;

2.Interação entre os clientes e as “máquinas” através do diálogo podem ser muito mais efetivas do que o uso de scripts previamente preparados. Os clientes trazem demandas não estruturadas de vocabulário e forma de perguntar e cabe um entendimento de qual seja a real necessidade de informação. A automação pode consistir em transformar solicitações desestruturadas em um enquadramento em situações de serviço já previstas e com encaminhamento pensado pela organização prestadora de serviço;

3.As pessoas devem estar no centro dos serviços, portanto incorporar os registros históricos de casos resolvidos traz enorme fundamentação para as decisões organizacionais. A equipe de designers deve incorporar valores de serviço ao cliente, com o apoio de níveis hierárquicos maiores (ou líderes) da organização;

4.O ChatGPT traz visões complementares e multidisciplinares, o que significa que pode não existir uma só “verdade” para respostas aos clientes, mas uma gama com ações mais aceitas e exceções que também merecem ser atendidas, devidamente quantificadas quanto à importância e o impacto. São direcionamentos com base em registros e não em “achismos”;

5.Os registros históricos de situações vivenciadas na organização, reportados na literatura, de forma imparcial, podem evidenciar que algumas premissas de serviço ao cliente sejam incorretas ou tenham se tornado puras lendas na organização. A participação efetiva da direção da empresa traz responsabilidade no design do serviço para os projetistas, com o apoio da alta direção, ao invés de se basear no julgamento simples de cada atendente em cada Momento da Verdade;

6.O ChatGPT permite simulação de situações de riscos e avaliação de consequências de decisões tomadas. Não se trata de nivelar os serviços e atendimentos, mas de tornar a qualidade do serviço oferecido e praticado mais alinhado com orientações da Alta direção da organização;

7.Para proporcionar a melhor experiência possível, serviços precisam ser pensados de forma holística. Ferramentas como o Fluxo do Processo de Serviço (*Service blueprint*) permitem identificar os processos-chave da organização, com orientações e ações que vão da gerência, passando pelo trabalho de retaguarda chegando à linha de frente;

8.O tratamento de dados históricos de serviços, agrupamento segundo (clusters), incentiva a criação de soluções inovadoras, menos baseadas em opiniões e mais em orientações da alta direção. Demandas de situações

ainda não previstas também são fonte inesgotável de oportunidades, perpetuando a empresa como inovadora e surpreendendo aos clientes de forma criativa;

9.O ChatGPT é ótimo aliado para descobrir necessidades latentes e novos territórios para inovar. O Design de Serviço evoluiu muito, ganhou mais autonomia e responsabilidade, jogou diversas decisões para nível hierárquico mais elevado na organização. O apoio tecnológico do ChatGPT tornou essas considerações factíveis;

10.O ChatGPT permite identificação e análise da concorrência, evidenciando práticas já adotadas em outras organizações;

11.O ChatGPT permite mais agilidade em pesquisas prévias com ampla variedade de clientes que podem ser alvo da organização. Favorece a pesquisa sobre comportamentos de clientes, trabalho que até então demandava muito tempo, grande equipe e com resultados não necessariamente consistentes no tempo.

É possível acreditar que o ChatGPT favoreça uma orientação e tomada de decisão nas organizações. A tecnologia habilita mais pessoas, de forma alinhada com propósitos da organização, a atuarem nos serviços aos clientes. Isso também favorece o surgimento de novos negócios e novos modelos de negócio. A criatividade humana está potencializada.

É importante notar que o ChatGPT é uma ferramenta e as saídas de sua adoção e aplicação deve ser entendida como ponto de partida para novos refinamentos, iniciativas e inovação, não um fim em si mesmo.



Clovis Alvarenga Netto é engenheiro de produção e tem mestrado e doutorado em Engenharia pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo e é professor-colaborador do CEST..

Coordenador Acadêmico: Edison Spina

Este artigo resulta do trabalho de apuração e análise das autoras, não refletindo obrigatoriamente a opinião do CEST.