

THE DEVELOPER'S CONFERENCE



Design thinking e storytelling:

criando empatia (e rentabilidade) para além da jornada do herói.

[@nessarrpp](#) | Designer na [Taller](#) e Host do [LWD Floripa](#)

oi! sou a nessa.

Mãe, apaixonada
por comportamento,
designer na Taller
e host no LWD Floripa.

*D.thinker pela D.Thinker Academy de Amsterdam.
Especialização em Estratégia de Conteúdo pela Northwestern.
Cursei Física na UFRGS e Relações Públicas na PUCRS.*



**a vida é essa
grande novela
mexicana, dirigida
por
Jorge Fernando
e dos mesmos
criadores de Shrek**



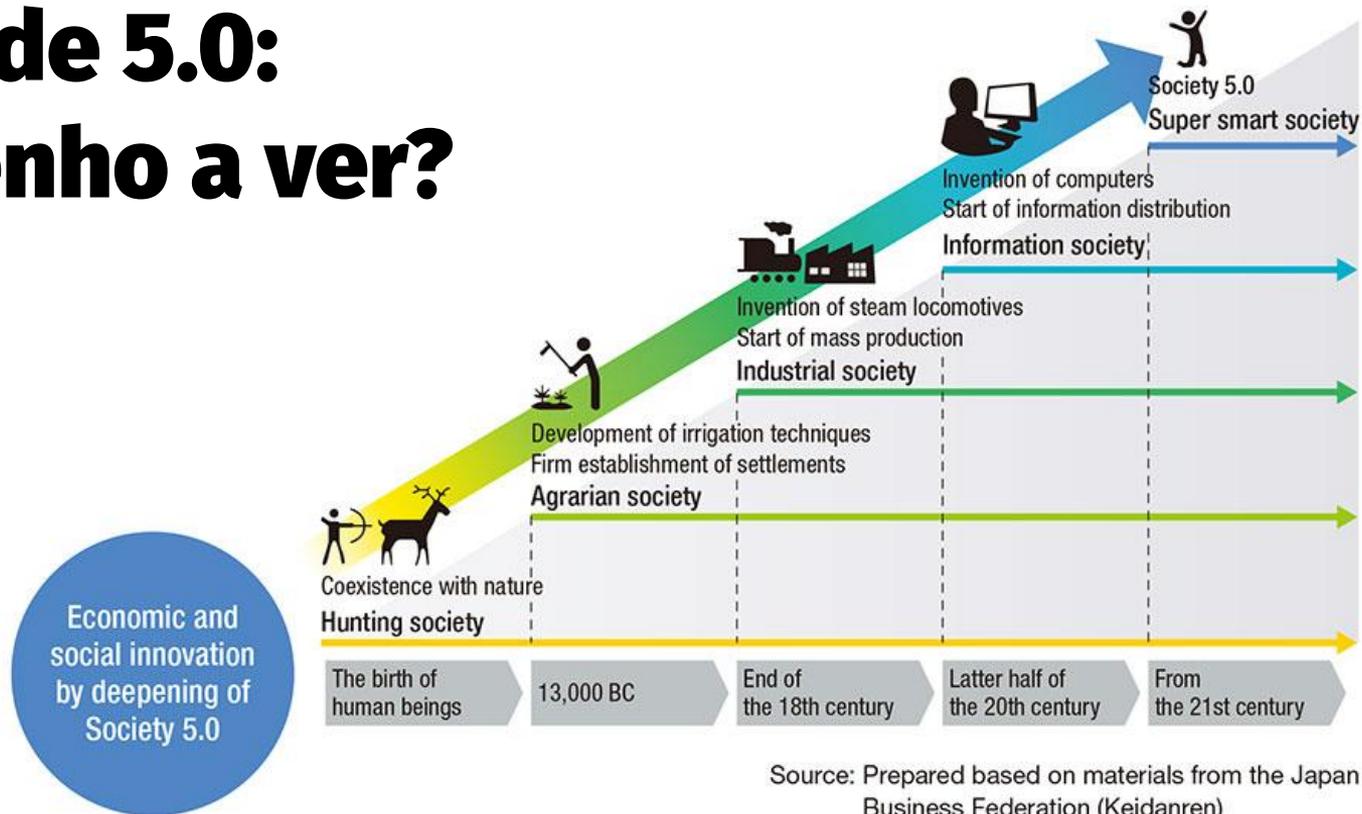
nosso trabalho é igual,
só que pior.



sociedade 5.0: o que tenho a ver?

Somos a 1ª geração que
cresceu no off produzindo
para uma sociedade on.

sociedade 5.0: o que tenho a ver?



**como podemos
criar mais empatia
e negócios num
mundo que
beira o caos?**



O design não é “biliável”?

Se ainda não é, vamos virar!

O design precisa ser visto como uma unidade de negócio real/oficial. Isso significa trabalhar com números, encontrar métricas reais que impactam na saúde do negócio.

#1. pagando nossos boletos



“A qualidade da pergunta que você faz - ou a maneira como define o problema que está tentando resolver - determina o contexto, o significado e a importância do projeto.”

Mo Fox

#2. buscando o jeito “certo” de perguntar



Case PepsiCo: construindo marcas para "sociedades futuras"



“Design thinking é sobre três coisas diferentes: empatia das pessoas - o que motiva as pessoas emocionalmente e racionalmente; a capacidade de criar estratégias e a capacidade de usar storytelling adequado para criar soluções relevantes para essas pessoas.”

Mauro Porcini, d.thinker e líder de design na PepsiCo

#3. Hello cold call, my old friend



Seu cliente não é mais um passivo. Ele é um **prosumer**.

Nós temos que aproveitar o fato de que ele quer produzir e direcionar essa co-criação.

Qual é o storytelling em que ele quer ou precisa se inserir?

Se inserir no contexto do cliente é,
também, ouvir vários não deles.

menos hipóteses de escritório,
mais perfilamento de conversas

**Rentabilidade vem,
no nosso caso,
pelo ouvido.**



Confira os Experimentos

All

New

B2B

B2C

SaaS

Unicorn

Hardware

VC Funded

Bootstrapped

Brasil

<p>Unicorn B2C</p> <p>Doordash</p> <p>"Para validar a ideia, passei uma tarde criando landing pages com menus PDF on-line e nossos números de celular. Entreguei pessoalmente as refeições."</p> <p>Levantou USD \$250M</p>	<p>SaaS B2B</p> <p>OneUp</p> <p>"Gravei e enviei vídeos personalizados de boas-vindas aos novos inscritos e depois comparei aos e-mails de onboarding normais."</p> <p>Rentável</p>	<p>SaaS B2B</p> <p>Design Pickle</p> <p>Fizeram vídeos de rap freestyle para agradecer aos clientes pagos e geraram engajamento.</p> <p>10M USD ARR</p>	<p>Unicorn B2C</p> <p>Zalando</p> <p>"Nós mesmos entregamos as encomendas de carro em Berlim para garantir que nossos primeiros clientes recebessem seu pedido a tempo do Natal."</p> <p>IPO</p>
<p>SaaS B2C</p> <p>Veed</p>	<p>SaaS B2B</p> <p>InterviewLab</p>	<p>Unicorn B2C</p> <p>Shazam</p>	<p>Unicorn B2C</p> <p>Airbnb</p>

Case Coisas Que Não Escalam: solo fértil para designers

A neon sign with the text "DO SOMETHING GREAT" in all caps. The sign is divided into four vertical panels by thin black lines. The neon is a bright, glowing white color against a dark background. The letters are simple, sans-serif in style.

#5. Menos é mais

Experimente, faça protótipos, pergunte, erre e documente. Nós temos a chance única de unir duas pontas.

Faça algo pequeno, mas incrível.

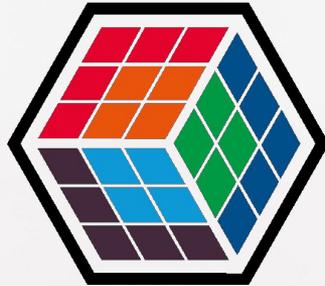
#extra:

Uma lista marota de cases, sites e ferramentas.

<http://bit.ly/dthinkingnotdcfloripa>



Obrigada!!



THE DEVELOPER'S CONFERENCE



Design thinking e storytelling:

criando empatia (e rentabilidade) para além da jornada do herói.

nessarrpp@gmail.com | twitter.com/nessarrpp