

A man in a dark suit stands with his back to the camera, looking out from a dark, rocky cave. The cave's opening frames a panoramic view of a dense city skyline, with the Freedom Tower being the most prominent skyscraper. The scene is bathed in a cool, blue-green light, creating a sense of mystery and contemplation.

Design Thinking

O projeto antes do projeto



THE DEVELOPERS CONFERENCE SP 2019

Palestra da trilha de Design Thinking

Eu...

01 UX Designer Sr

Atualmente para projetos da Caixa, já tendo atuado com sistemas internos da Prodesp, Secretaria da Educação, etc.

02 Palestrante

Tem atuado nos últimos anos nos principais eventos, disseminando conhecimento e provocando o conflito de ideias

03 Scrum Fundamentals

SFC - Certificação Internacional sobre os fundamentos do Scrum emitido pela Scrum Study

04 Estou por aí...

Web Designer... Designer Gráfico... Mídias Sociais...
Me adicionem no LinkedIn: <http://bit.ly/gui-s-araujo>







O que é Design Thinking?

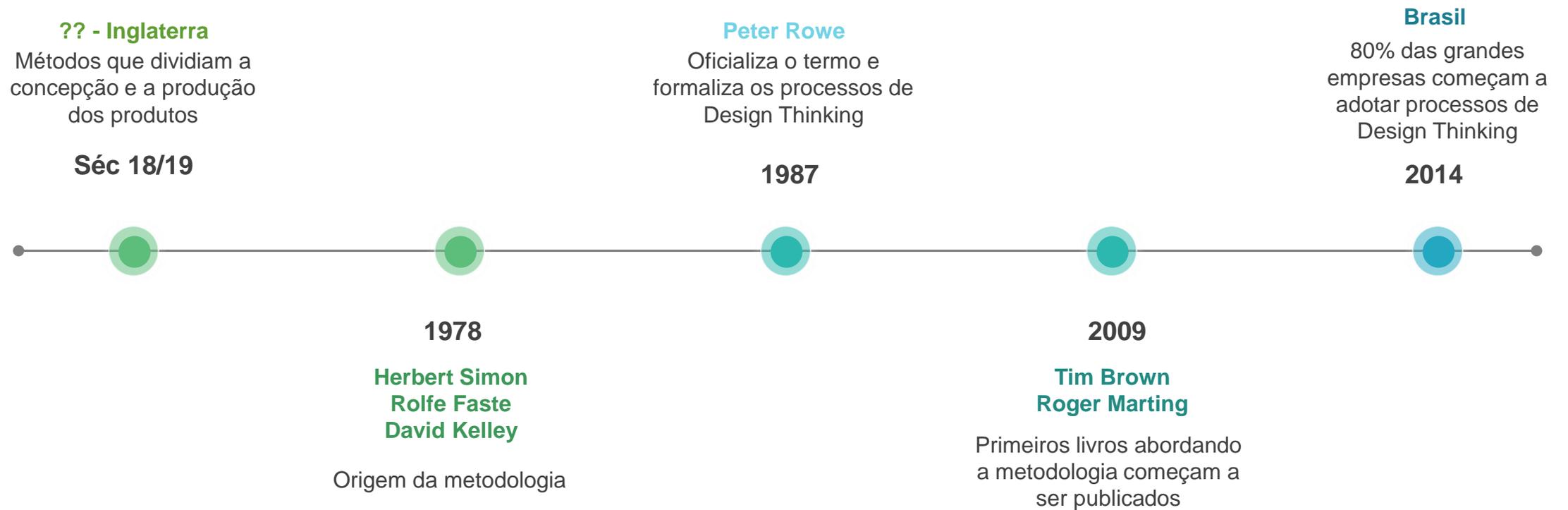
Porque isso é importante no meu projeto?



DESIGN THINKING

Você está fazendo isso errado.

Principais marcos do Design Thinking



Design Thinking

O que é isso?

Antes de entender o conceito, é interessante pensar como o Raul Seixas, que dizia que a desobediência é uma virtude necessária à criatividade.

Com essa premissa, o Design Thinking é um conceito que veio para revolucionar a maneira como encontramos soluções inovadoras para os problemas.



O que é Design Thinking

Compreendendo um pouco os termos

01

Dividido em 5 etapas/fases

O Design Thinking é modularizado em 5 etapas, interligadas entre si, que tem a finalidade de organizar as informações e processos da metodologia.

02

O objetivo é pensar “fora da caixa”

O objetivo do Design Thinking é oferecer a resolução de um problema ou obtenção de ideias de maneira inovadora e criativa.

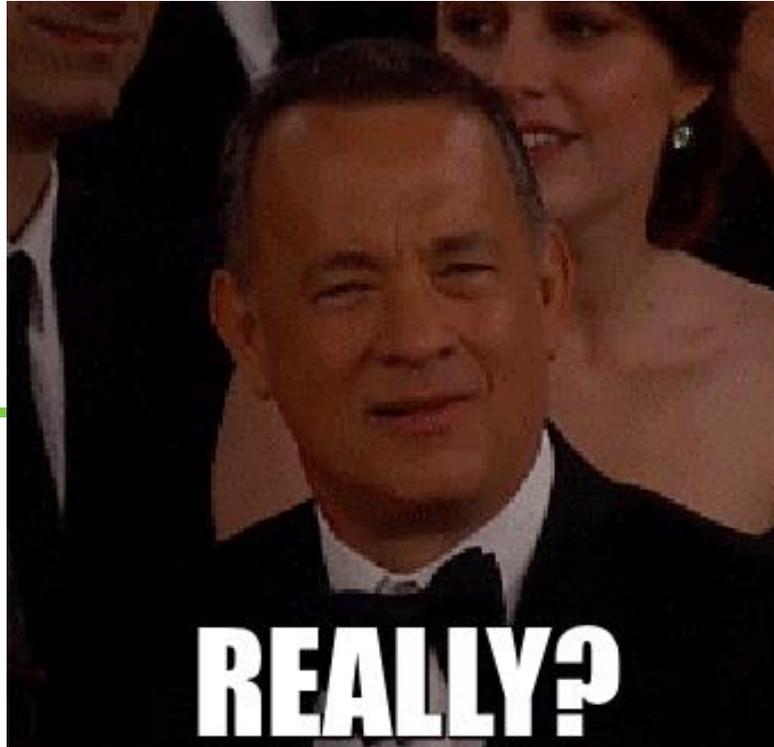


5 etapas/fases do Design Thinking

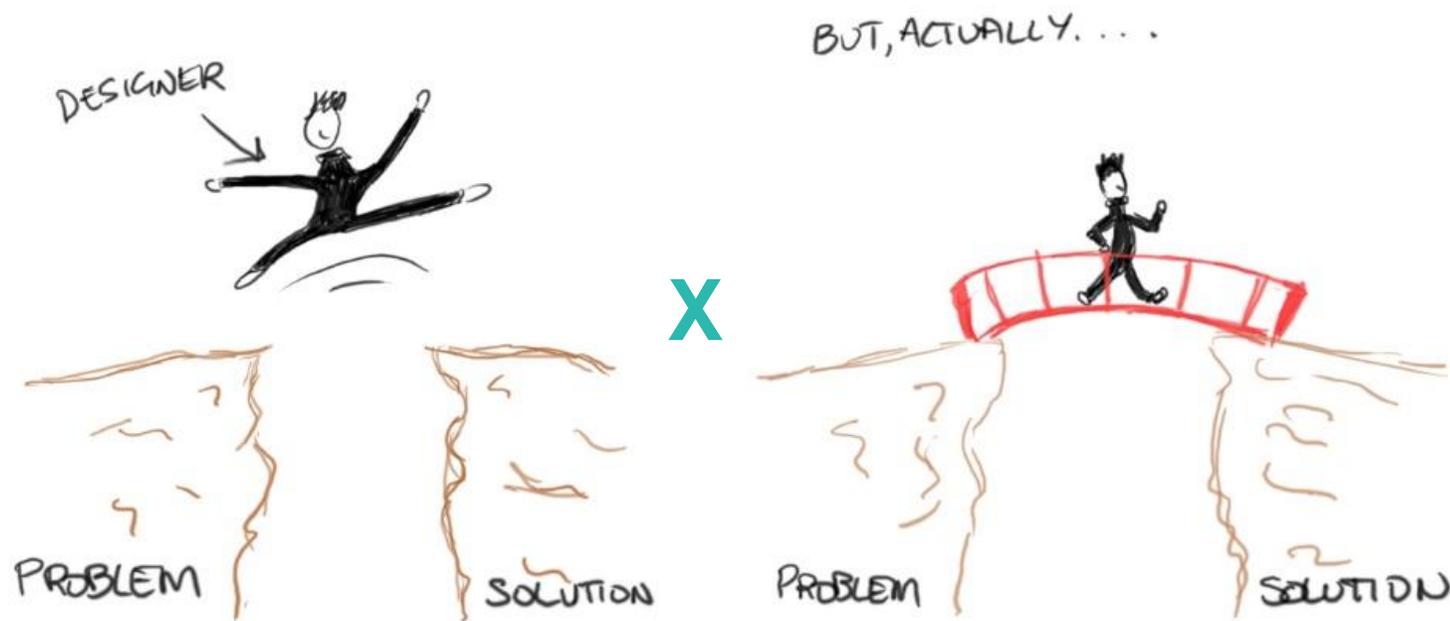
Compreendendo um pouco os termos



Ou seja...



Design Thinking é o conjunto de métodos e processos para abordar problemas, relacionados a futuras aquisições de informações, análise de conhecimento e propostas de soluções.



Resolução de problemas sem
Design Thinking

Resolução de problemas com
Design Thinking

DÁ PRA RESOLVER SEM DESIGN THINKING?

Dá pra resolver sem Design Thinking? Dá.

Mas é mais seguro utilizar Design Thinking. A solução é mais “completa” e envolve uma grande dose de criatividade.



Vamos abordar nos próximos slides cada uma das 5 fases do Design Thinking



F A S E 1

E M P A T I A

Características

Fase de observação (sem suposições ou julgamentos)

Não assumam nada

Pergunte o básico

Ouçã e observe com atenção

OUVIR

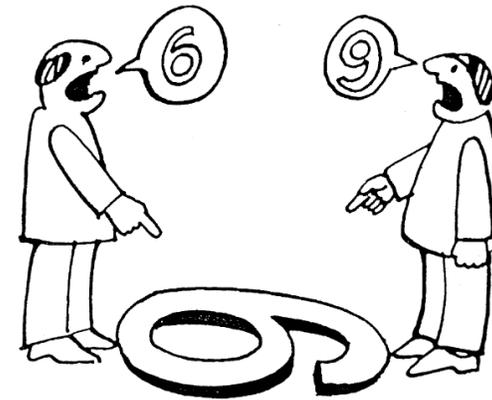
OBSERVAR

NÃO JULGAR

PERGUNTAR

Explicando CONCEITOS

❖ O que é EMPATIA?



substantivo feminino

1. faculdade de compreender emocionalmente um objeto (um quadro, p.ex.).
2. capacidade de projetar a personalidade de alguém num objeto, de forma que este pareça como que impregnado dela.

Diagrama de Ferramentas



Descrição das Ferramentas

- ✓ **PESQUISA DE MESA:** Ferramenta que tem como foco coletar mais informações sobre o projeto/desafio. Ela pode ser feita utilizando recursos da internet, livros, revistas, etc.
- ✓ **PERSONAS:** Ferramenta com personagens fictícios criados para representar os diferentes tipos de usuário dentro de um alvo demográfico, atitude e/ ou comportamento definido.
- ✓ **SOMBRA:** Ferramenta utilizada para observação do comportamento do usuário da vivência do uso/consumo de uma experiência de serviço ou produto.
- ✓ **ENTREVISTAS:** Ferramenta com objetivo de coletar informações e percepções do usuário a respeito de um produto ou serviço.
- ✓ **PESQUISA DE CAMPO:** Ferramenta de etnografia utilizada para coletar informações sobre o desafio.
- ✓ **UM DIA NA VIDA:** Ferramenta onde um integrante do projeto vive as mesmas experiências do usuário, não como observador, mas como executor.



F A S E 2

D E F I N I Ç Ã O

Características

Definição de "usuário"
Articulação de pontos de vista
Criação de Mapa de Empatia

DEFINIÇÃO

USUÁRIO

ARTICULAÇÃO

CRIAÇÃO

Descrição das Ferramentas

- ✓ **JORNADA DO USUÁRIO:** Ferramenta com uma série de etapas (normalmente entre 4 a 12) onde se representa o cenário em que o usuário deve interagir com o produto/serviço que está sendo projetado.
- ✓ **DIAGRAMA DE AFINIDADE:** Ferramenta que tem como objetivo agrupar um grande número de ideias, opiniões e informações que foram coletadas nas entrevistas conforme a afinidade.
- ✓ **BLUE PRINT:** Ferramenta utilizada para mapear as conexões existentes de um serviço/processo e apresentar a visão futura.
- ✓ **MAPA DE EMPATIA:** Ferramenta que permite que você estruture uma descrição coerente e que seja fácil de compartilhar com outras pessoas.

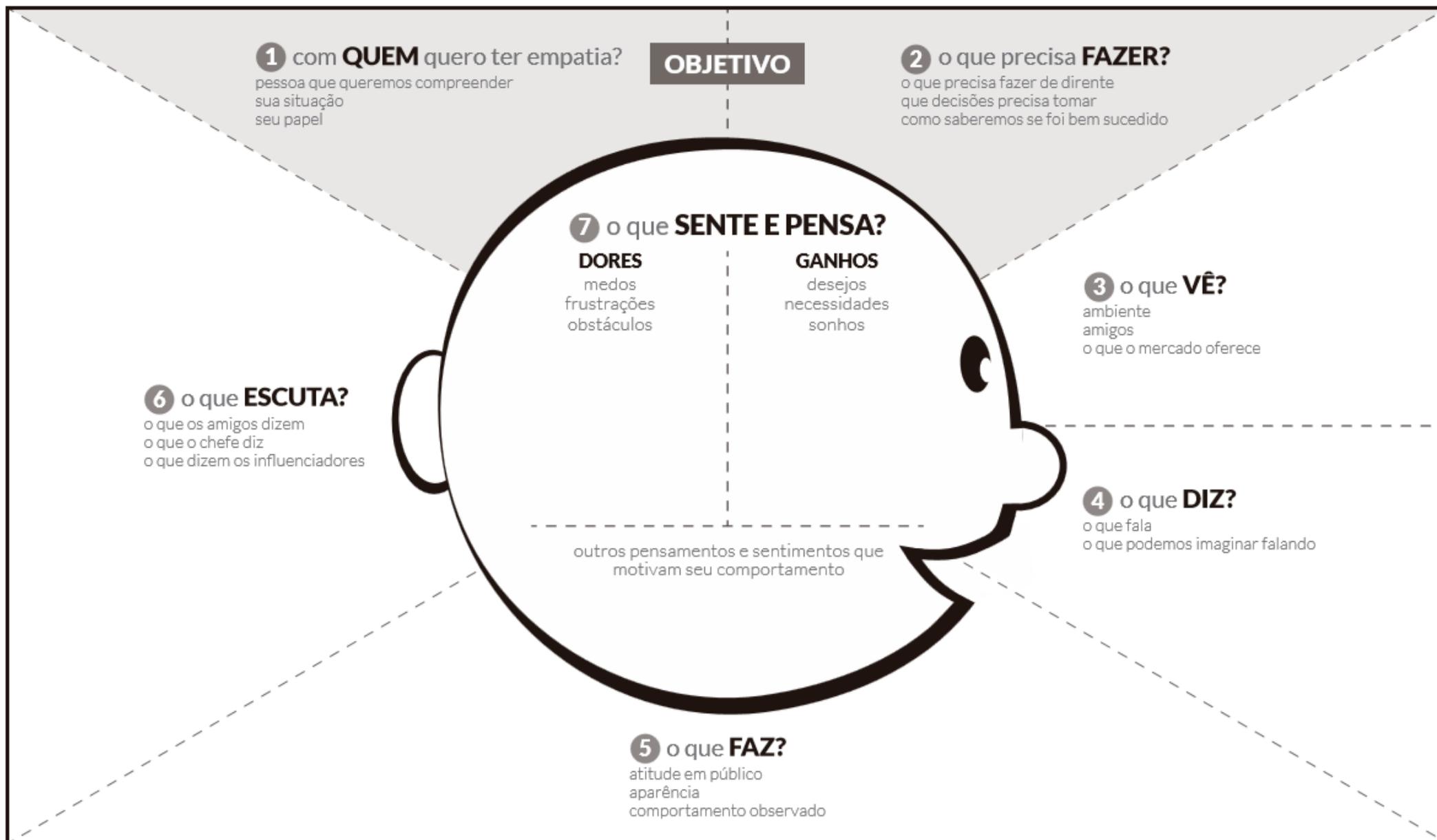
Diagrama de Ferramentas



Mapa da Empatia Atualizado

Empresa:

Data:



The diagram is a large rectangle containing a central profile of a human head facing right. The head is divided into two halves by a vertical dashed line. The top of the head is divided into two sections by a horizontal dashed line. The bottom of the head is divided into two sections by a horizontal dashed line. The left side of the head is divided into two sections by a horizontal dashed line. The right side of the head is divided into two sections by a horizontal dashed line. The top-left and top-right corners of the rectangle are shaded gray. The diagram is surrounded by a dashed border.

1 com **QUEM** quero ter empatia?
pessoa que queremos compreender
sua situação
seu papel

OBJETIVO

2 o que precisa **FAZER?**
o que precisa fazer de dirente
que decisões precisa tomar
como saberemos se foi bem sucedido

3 o que **VÊ?**
ambiente
amigos
o que o mercado oferece

4 o que **DIZ?**
o que fala
o que podemos imaginar falando

5 o que **FAZ?**
atitude em público
aparência
comportamento observado

6 o que **ESCUITA?**
o que os amigos dizem
o que o chefe diz
o que dizem os influenciadores

7 o que **SENTE E PENSA?**

DORES
medos
frustrações
obstáculos

GANHOS
desejos
necessidades
sonhos

outros pensamentos e sentimentos que
motivam seu comportamento



F A S E 3

I D E A Ç Ã O

Características

Reúna-se com o time
Utilize atividades inspiradoras
Estabeleça limite e foco
Ofereça incentivos visuais
Deixe as ideias fluírem, anotando tudo

FOCO

TIME

INSPIRAÇÃO

ANOTAÇÕES

Diagrama de Ferramentas



Descrição das Ferramentas

- ✓ **PONTO DE VISTA ANÁLOGO:** Ferramenta onde podemos utilizar ambientes análogos ao que está em foco no projeto para gerarmos ideias.
- ✓ **BRAINSTORM:** Ferramenta amplamente utilizada que tem como objetivo principal gerar o maior volume de ideias em um determinado período de tempo.
- ✓ **WORKSHOP DE CO-CRIAÇÃO:** Ferramenta utilizada para co-criação, reunimos diferentes perfis de pessoas com objetivo de gerar ideias a partir de ideias que já foram geradas, criando o círculo vistuoso.
- ✓ **MATRIZ 2X2:** Ferramenta onde são inseridas características opostas em cada extremidade. Feito isso as ideias são classificadas tendo como base o conhecimento do time e pode ajudar na geração de novas ideias.



F A S E 4

PROTOTIPAÇÃO

Características

Comece, de QUALQUER forma
Mantenha o foco
Teste possibilidades e gerencie soluções

COMEÇO

TESTE

POSSIBILIDADE

SOLUÇÕES

Descrição das Ferramentas

- ✓ **STORYTELLING:** Ferramenta utilizada para contar histórias de maneira lúdica envolvendo os ouvintes através de cenários que demonstram a solução proposta.
- ✓ **PROTÓTIPO PARA TESTE:** Ferramenta utilizada para trazer ideias que estão no campo abstrato e pode ser feito de diferentes formas, blocos Lego, massas, encenação, aplicativos mobile.
- ✓ **VÍDEO:** Ferramenta utilizada para demonstrar ideias geradas pela equipe do projeto, podem ser animações, trechos de filmes, encenações que demonstrem a utilização de um produto ou serviço.
- ✓ **PROTÓTIPO DE SERVIÇO:** Ferramenta semelhante ao Protótipo para teste, mas com foco na jornada do serviço, onde são demonstradas as principais interações ao longo do ciclo do serviço.

Diagrama de Ferramentas





F A S E 5

T E S T E

Características

Manuseie antes de entregar ao cliente
Permita comparações
Meça os resultados
Colha o feedback

COMPARE

MEÇA

COMPARE

FEEDBACK

Diagrama de Ferramentas



Descrição das Ferramentas

- ✓ **EU GOSTEI, EU DESEJO, E SE?:** Ferramenta muito simples de ser aplicada e que visa coletar o feedback após o uso do serviço ou produto através das três perguntas: O que você gostou? O que deseja? E se...?
- ✓ **FEEDBACK CAPTURE GRID:** Ferramenta simples onde são coletados o feedback do usuário da solução no momento em que ele está experimentando ela. Um membro da equipe do projeto vai coletando essas informações e registrando na ferramenta.

*Agora iremos tratar de alguns **termos** e **conceitos** específicos de **Design Thinking***



Conceitos e definições

Diagrama de Afinidade

Anote todas as ideias em post-its
Coloque as ideias semelhantes ou relacionadas no mesmo grupo.
Categorize esses grupos e observe o tema abrangente.

Placa de Humor

Placas de humor são artefatos visuais (cartazes, quadros de avisos, telas, etc) que incluem uma variedade de objetos e imagens com o objetivo de provocar certo humor ou sentimentos.

Fluxo do Usuário

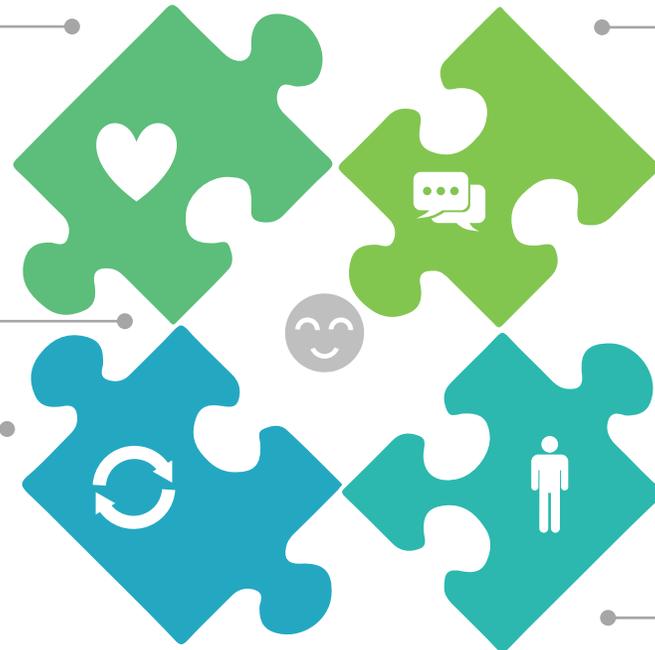
O fluxo do usuário é o caminho padrão usado por um usuário em seu site para que ele conclua uma determinada tarefa.

Divulgação progressiva

Divulgação progressiva é a prática de informar ao usuário o mínimo de informações que precisam saber, de modo a promover a interação e conhecimento mútuos.

Persona de Usuário

Uma persona do usuário é um usuário "protótipo" que possui características que outros usuários semelhantes possuem. A maioria dos produtos tem vários "usuários-alvo" com uma personalidade distinta para cada um.



Métricas de Design Thinking

- A conversão da página de resultados para a página de detalhes do produto aumenta 3% mês a mês

Boa

- O tamanho da cesta para clientes que retornam aumenta em média 10% ao longo do ano

Boa

Seja o mais assertivo possível



Métrica correta

Métrica incorreta



Medições incompletas ou vagas

- Os clientes ficarão encantados
Muito Vago
- O Net Promoter Score (NPS) aumentará
Sujeito à fatores externos/ difícil mensurar
- 6 recursos do cliente serão entregues
Mede a saída, não o resultado



DESIGN THINKING NA PRÁTICA

Conhecendo a ferramenta Lego Serious Play

MAIS QUE UM
BRINQUEDO

Os blocos de Lego ampliam seu papel como um brinquedo de brincadeira para contribuir com o design thinking dentro de grandes organizações através da ferramenta Lego Serious Play.



FACILITAR
COMPREENSÃO

O objetivo do processo é construir uma sólida compreensão do problema, a fim de alcançar soluções criativas.



PRÁTICA
ANTIGA

“Você pode descobrir mais sobre uma pessoa em uma hora de jogo do que em um ano de conversação.” Platão



SOLUÇÕES
INOVADORAS

O Lego Serious Play é uma das ferramentas que implementam tijolos Lego no processo de design thinking para ajudar a gerar idéias e soluções inovadoras.



MODELO
NARRATIVO
VISUAL

O Lego Serious Play é usado durante as reuniões da equipe para se comunicar visualmente por meio de um modelo narrativo.



Compreendendo o Lego Serious Play

Como funciona?

Cada grupo Lego Serious Play deve incluir 4-8 participantes para garantir o foco e tirar o máximo proveito da discussão. Cada grupo deve receber um facilitador responsável por criar desafios, gerenciar o diálogo em grupo, fazer perguntas e ajudar os participantes a compartilhar ideias.

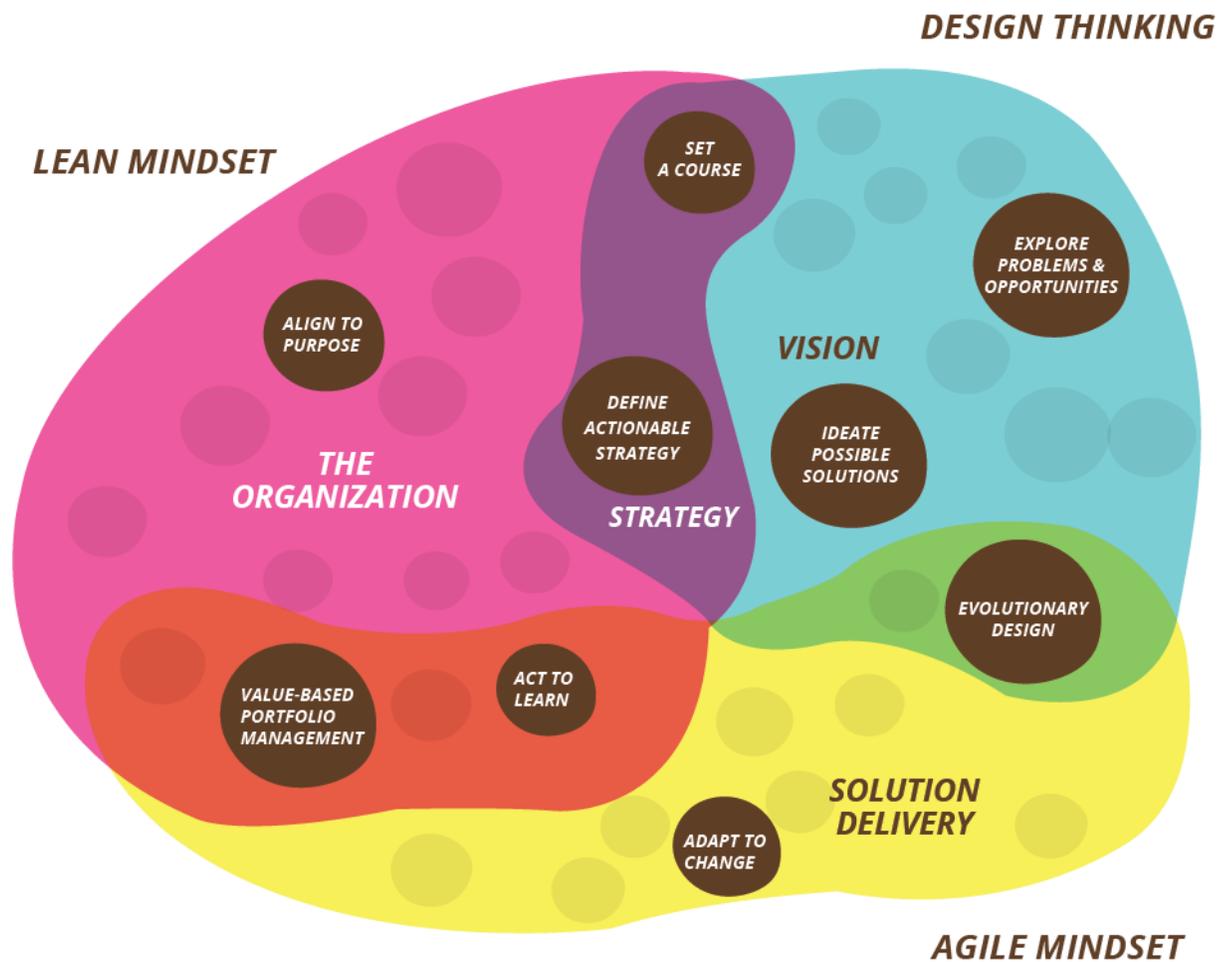
Antes de iniciar as etapas do processo, um estágio de aquecimento deve ser aplicado para ajudar os participantes a usar os tijolos para liberar sua criatividade. Ao colocar o tijolo na frente do time, o facilitador pode empurrá-lo para começar a jogar com ele. O facilitador pede à equipe para construir formas simples, como um pato ou uma torre estável. Após o processo de aquecimento, as etapas são aplicadas da seguinte forma:

1. Desafio : Apresente o desafio e faça perguntas relacionadas ao problema que precisa ser resolvido para iniciar a discussão. Por exemplo, o desafio pode ser construir um modelo que reflita a força dentro do produto ou da organização.

2. Metáfora : Nesta etapa, os participantes constroem os modelos que refletem o desafio descrito na primeira etapa com a capacidade de descrever cada parte do modelo.

3. Compartilhamento : nesta etapa, cada participante compartilha seus pensamentos e ideias sobre o desafio e como ele é visualmente refletido no desafio.

4. Perguntas : Nesta etapa, o facilitador faz perguntas e os grupos compartilham experiências para construir uma solução para o modelo com base nos pensamentos discutidos durante o processo.



“

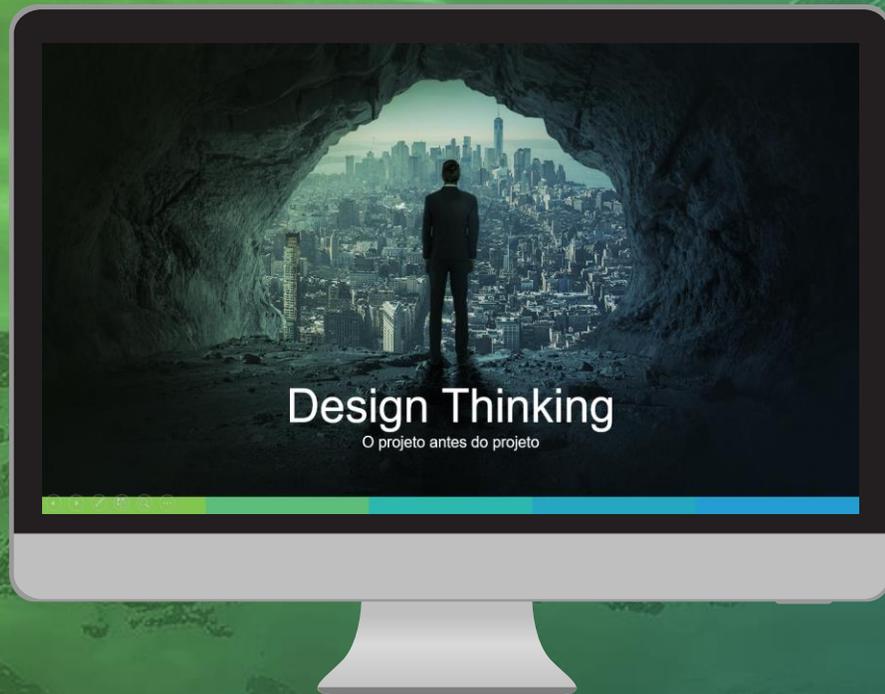
Compreendendo
o ponto de
convergência
entre as
metodologias

”

@jonnyschneider

Referências

Fontes utilizadas para esta apresentação



Para a composição deste material, foram consultados:

- <http://phqdesign.com.br/materiais/design-thinking/>
- <https://www.impacta.com.br/blog/2018/04/11/conheca-as-5-etapas-do-processo-de-design-thinking/>
- <https://www.storyboardthat.com/pt/design-thinking>
- <https://3minovacao.com.br/aprenda/cursos/que-tal-aplicar-o-design-thinking-na-pratica>

Sugestão de leitura

LIVRO 01



[Leia um trecho...](#)

Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias

Auto: Tim Brown
Editora: Alta Books
Páginas: 272

RESENHA:
Este livro introduz a ideia de Design Thinking, um processo colaborativo que usa a sensibilidade e a técnica criativa para suprir as necessidades das pessoas não só com o que é tecnicamente visível, mas com uma estratégia de negócios viável. Em resumo, o Design ...

LIVRO 02



[Leia um trecho...](#)

Design Thinking Brasil: Empatia, Colaboração e Experimentação para Pessoas, Negócios e Sociedade

Autor: Luis Alt e Tenny Pinheiro
Editora: Alta Books
Páginas: 248

RESENHA:
Desde a época da Revolução industrial até os dias de hoje, temos vivido e gerido negócios sob a ótica de modelos cunhados para atender a uma realidade que a muito não nos acompanha.

E lembre-se...

DESIGN THINKING

NÃO É SÓ POST IT

A Stefanini tem vagas!

Faça parte do time.
Acesse:



A photograph of a cave opening with a city skyline view. The cave interior is dark and rocky, with a rough, uneven floor. The opening of the cave frames a bright, hazy cityscape, likely New York City, with numerous skyscrapers and a prominent tall building in the center. The overall color palette is dominated by dark blues and greys, with a bright, hazy light coming from the city view.

Obrigado

