

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Bacharelado em Sistemas de Informação

Design Thinking: Guia de receitas

Trabalho Interdisciplinar de Aplicações Web

Adriano Rutchelli Pereira

Bianca Rangel Albino

João Gabriel dos Santos Evangelistas

Lucas Gabriel Ferreira Souza

Lucas da Silva Souza

Rafael Lucas Mota Oliveira

Betim

2022

MATRIZ DE ALINHAMENTO



DÚVIDAS

O que ainda não sabemos?

Estrutura do site
Persona



CERTEZAS

O que já sabemos?

Público-alvo
Ferramentas que o site vai fornecer

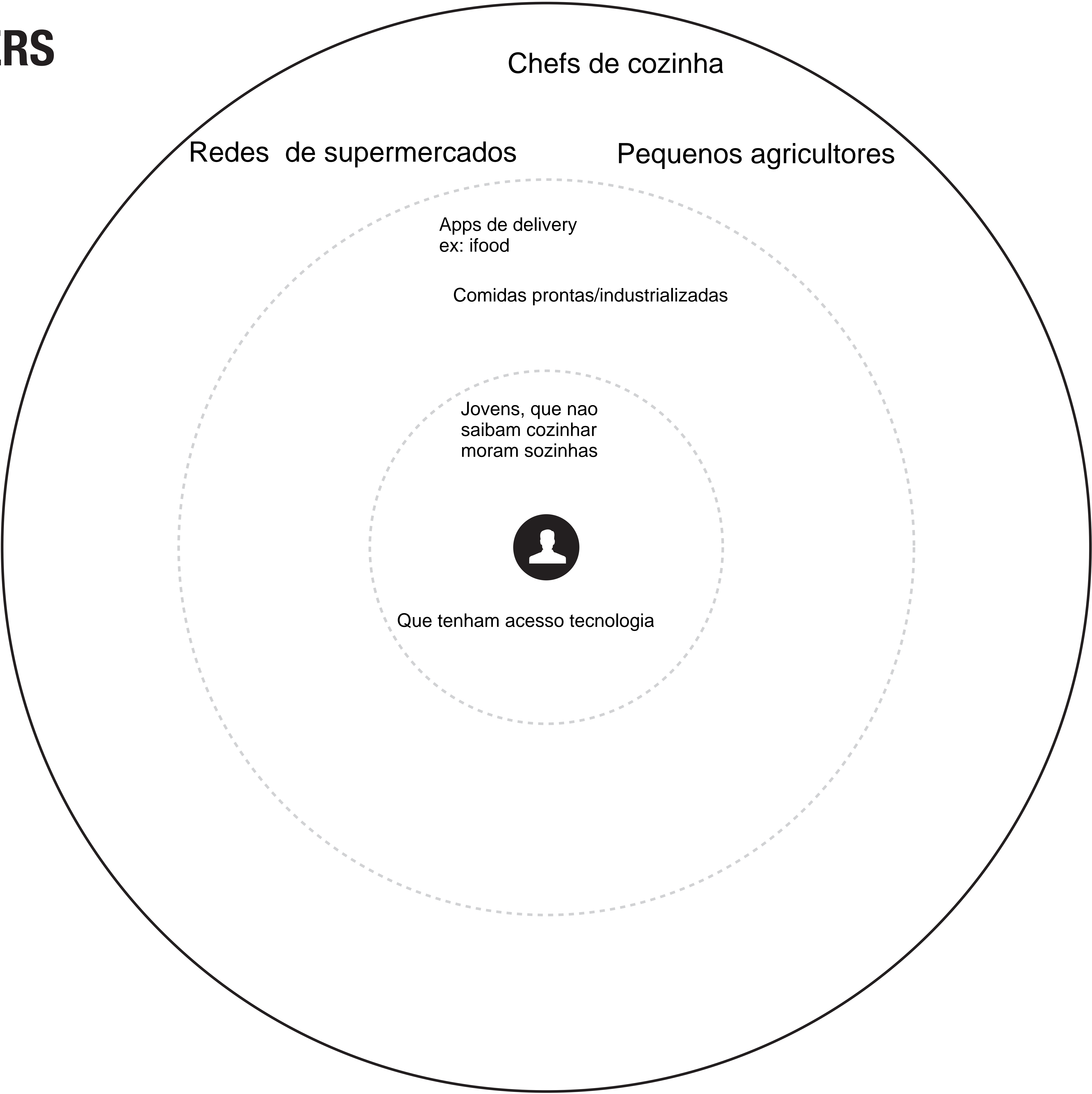


SUPOSIÇÕES

O que achamos, mas não temos certeza?

Layout da pagina
Funcionalidade

MAPA DE STAKEHOLDERS



ENTREVISTA QUALITATIVA



Não é um questionário! São hipóteses para nortear uma conversa e obter respostas mais espontâneas. A Ideias e promover insights em uma conversa informal.

1º HIPÓTESE Esperado um público alvo de 18-30 anos

Resposta

Que as pessoas entrevistadas tenham 18 anos

3º HIPÓTESE Público que não goste de cozinhar

Resposta

O público entrevistado não gosta de cozinhar por achar difícil/complicado ou não tem habilidades na cozinha e acabam desistindo de tentar

2º HIPÓTESE Mais homens que mulheres

Resposta

Pessoas do sexo masculino, estão morando sozinhos e querem se aventurar na cozinha

4º HIPÓTESE O público raramente cozinha e vive de deliverys

Resposta

As pessoas entrevistadas preferem fast foods/deliverys por serem rápidos e práticos



O QUE OS PARTICIPANTES FALARAM OU FIZERAM QUE SURPREENDEU, OU FALAS MAIS SIGNIFICATIVAS

Pra criar memória em meus filhos pra ele crescer e falar que eu sempre cozinhei pra eles

Terapia

A possibilidade de saber criar diversos pratos e saber que basicamente depende só de mim comer algo que quero.

Preço dos produtos e a praticidade de pedir delivery. Em alguns casos é mais prático pedir a comida do que fazer

A dificuldade de saber os pontos que os alimentos preparados estão bons para oque quero fazer, por exemplo saber quando um bife está frito o suficiente para comer mas que continue suculento.

ASPECTOS QUE IMPORTARAM MAIS PARA OS PARTICIPANTES

Busca de aprendizado

PRINCIPAIS TEMAS OU APRENDIZADOS QUE SURGIRAM DESTA ENTREVISTA

Que os entrevistados assemelham cozinhar à deixar uma memoria afetiva aos amigos e familiares

Falta de ingredientes ou conhecimento de como usa-los desanima os usuários

associam cozinhar ser dificil por ser demorado

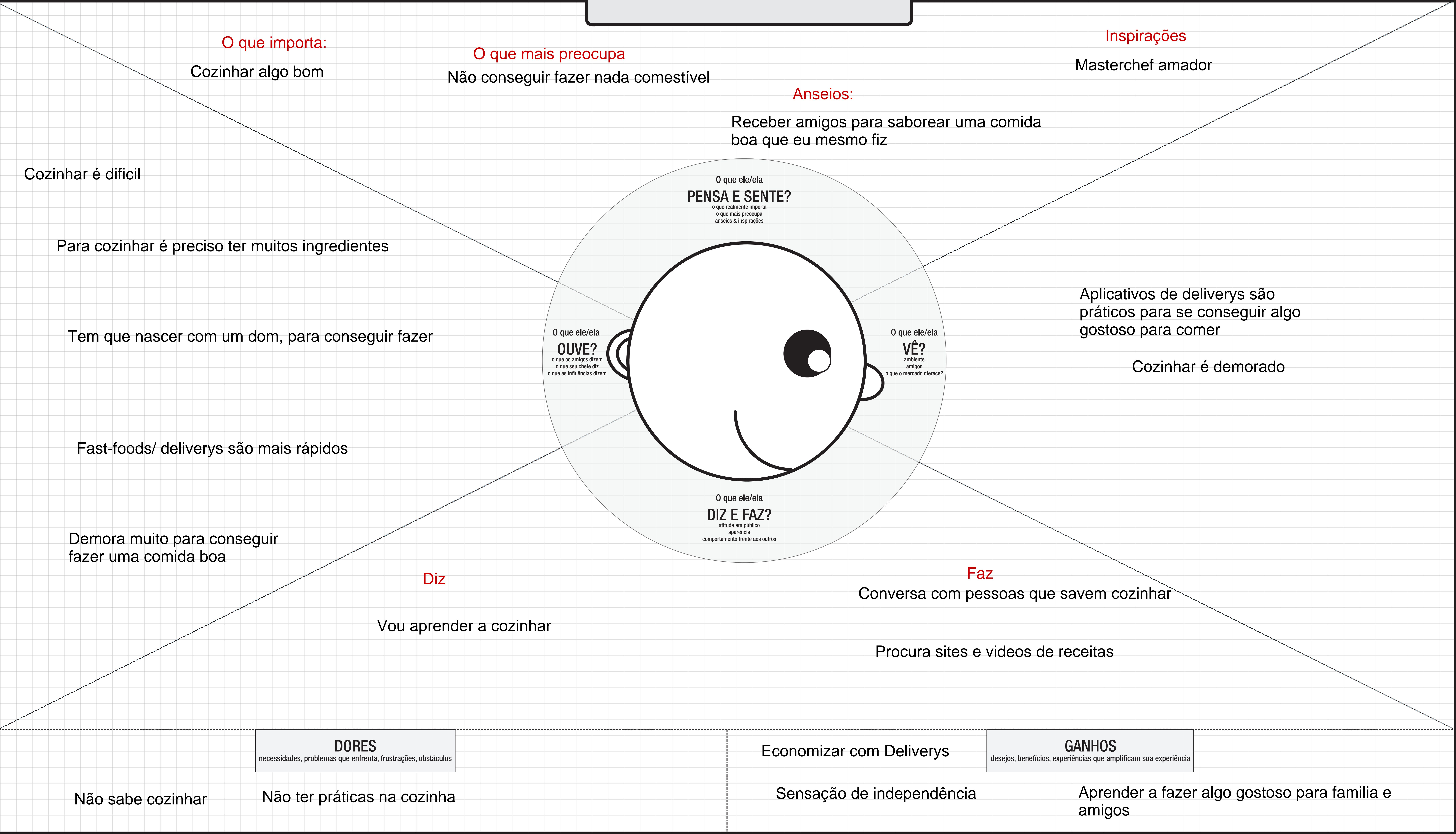
NOVOS TÓPICOS OU QUESTÕES PARA EXPLORAR NO FUTURO

Ligação sentimental que as pessoas tem com a comida

MAPA DE EMPATIA



Cliente:



PERSONA



NOME

EDU

IDADE

20 anos

HOBBY

Cultura

TRABALHO

Estagiário

PERSONALIDADE

Extrovertido
Animado
Confiante
organizado

SONHOS

Realização pessoal

Viajar para vários lugares, para conhecer pessoas e culturas diferentes

OBJETOS E LUGARES

Quais objetos físicos e digitais essa pessoa usa? Quando, onde e como ela os usa?

Objetos físicos: celular, computador, eletrodomésticos, utensílios de cozinha

Objetos Digitais: redes sociais, apps de deliverys, sites

São utilizados em casa no tempo livre, lazer e no trabalho para realizar tarefas

OBJETIVOS CHAVE

Quais são os objetivos chave da pessoa durante a utilização do serviço? Por que eles precisam deste serviço?

Buscar receitas de fácil preparo, buscar novas receitas e aprender

Precisa deste serviço por não saber cozinhar e querer diminuir o consumo de fast food

COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Como devemos tratá-la para que ela se sinta bem?

Quais os tipos de comportamento que deixam essa pessoa feliz?

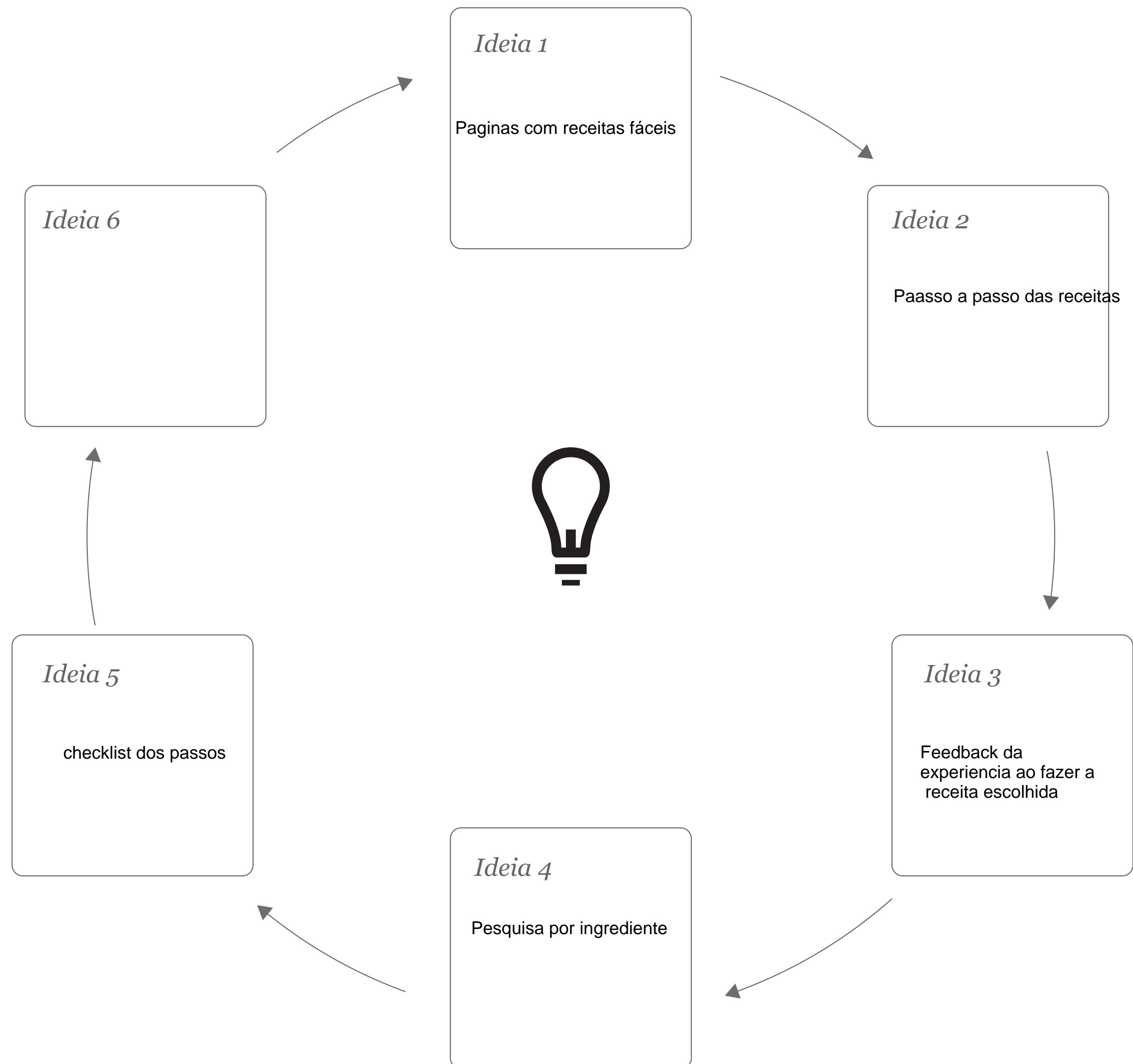
NUNCA DEVEMOS

O que nunca devemos fazer em relação a essa pessoa?

Que tipo de atitude ela não suporta?

O que deixa essa pessoa furiosa?

subestimar-lo
oposição
perda de controle de arroz



MAPA DE PRIORIZAÇÃO



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Visualização das receitas

Filtros

Poder vê a receita em outro momento





Criar um site com filtros para serem escolhidos por ingrediente

Adicionar tempo de cozimento da receita e o quantas porções rende

Checklist dos passo-a-passo

IDEIA 1

IDEIA 2
