



# MENTALIDADE ÁGIL - LEAN

---

Alessandra Costa Smolenaars Dutra - Aula 03

# Professores

## RODRIGO GIAFFREDO

Professor Convidado

Rodrigo Giaffredo é empresário, escritor e professor. Cofundador da Super-Humanos Consultoria, foi eleito Top Voice Brasil pelo LinkedIn, e profissional de RH do ano de 2019 pela ABTD PR. É autor do livro "Cultura Ágil em Empresas Tradicionais", considerada a obra mais completa sobre cultura ágil já escrita em língua portuguesa, e da coletânea de aforismos "Reflexões Ácidas, um livro de autoajuda meio indigesto". Suas aulas, treinamentos, workshops e palestras já alcançaram milhares de profissionais, e transformaram organizações tradicionais do país inteiro em verdadeiros fenômenos de agilidade.

## ALESSANDRA COSTA SMOLENAARS DUTRA

Professora PUCRS

Alessandra Costa Smolenaars Dutra é PMP - Project Management Professional, é Doutora pela PUC/RS em Ciência da Computação, mestre em Sistemas de Informação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), tem Pós-MBA em Gestão de Portfólio de Projetos pela Fundação Getulio Vargas FGV/RS, tem MBA em Gerenciamento de Projetos pela FGV/RS, é CSM - Certified Scrum Master, pela Scrum Alliance em Metodologias ágeis de projetos, é formada em Ciências da Computação pela Universidade Federal de Santa Catarina. A sua vida profissional inclui mais de 20 anos de experiência em projetos de tecnologia de informação, docência nas disciplinas de Gerenciamento de Projetos e Criação e Viabilidade de Projetos pela Decision/Fundação Getúlio Vargas, Porto Alegre. Foi Gerente de Projetos na empresa Terra Networks SA, fazendo parte da Equipe do PMO - Project Management Office, é Integrante do PMI seção RS.

# Ementa da disciplina

Definição de Lean. Pensamento Lean-agile e princípios ágeis. O pensamento ágil aplicado à projetos. Pensamento sistêmico. Comportamento ágil. Práticas do Lean-agile. Mínimo produto viável (MPV). A melhoria contínua. O just-in-time, kaizen, o Kanban e Andon. Gestão visual e Last planner. Produto e resultado enxuto

# Apresentação:



**Alessandra Costa Smolenaars Dutra, PhD,  
PMP, MBA, CSM**

Coordenadora do Curso de SI, da AGES - Agência Experimental  
de Engenharia de Software e do MBA de Gerenciamento de



PUCRS - Pontifícia  
Universidade Católica do...



PUCRS - Pontifícia  
Universidade Católica do...

[www.linkedin.com/in/alessandra-smolenaars-dutra](https://www.linkedin.com/in/alessandra-smolenaars-dutra)

# Minha Jornada:

PUCRS

AgEs



- Bacharel em Ciências da Computação pela UFSC
- Mestre em Ciências da Computação pela UFSC
- Doutorado em Ciências da Computação pela PUCRS
- MBA em Gerenciamento de Projetos
- Pós-MBA em Gestão de Portfólio e Projetos
- PMP – Project Management Professional
- SCM - Scrum Master
- Integrante do PMI Seção RS
- Professora de MBA, Pós-MBA e Graduação
- Coordenadora do Curso de Sistemas de Informação da PUCRS
- Coordenadora da Agência Experimental de Engenharia de Software na PUCRS
- Coordenadora do MBA de Gerenciamento de Projetos em Negócios Digitais – PUCRS
- Consultora de Empresas

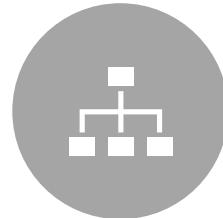
# Agenda da Disciplina

1º e 2º Encontro Prof. Rodrigo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definição de Lean.</li><li>• Pensamento Lean-agile e princípios ágeis.</li><li>• O pensamento ágil aplicado à projetos.</li><li>• Pensamento sistêmico.</li><li>• Comportamento ágil.</li><li>• Práticas do Lean-agile. Just-in-time</li><li>• Melhoria Continua</li><li>• Produto e Resultado Enxuto</li></ul>
3º Encontro Prof. Alessandra	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lean Inception</li><li>• Visão de Produto</li><li>• Personas</li><li>• Jornada do Usuário</li><li>• Canvas MVP</li></ul>

# Objetivo da nossa aula



Conhecer o Lean  
Inception



Personas



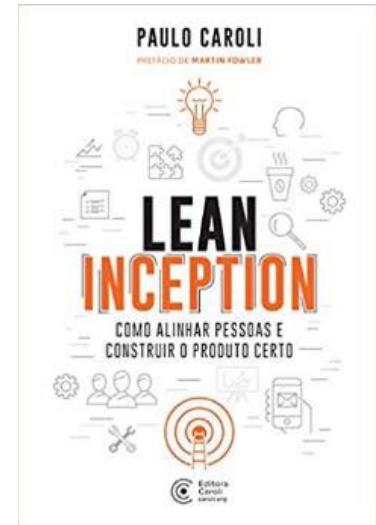
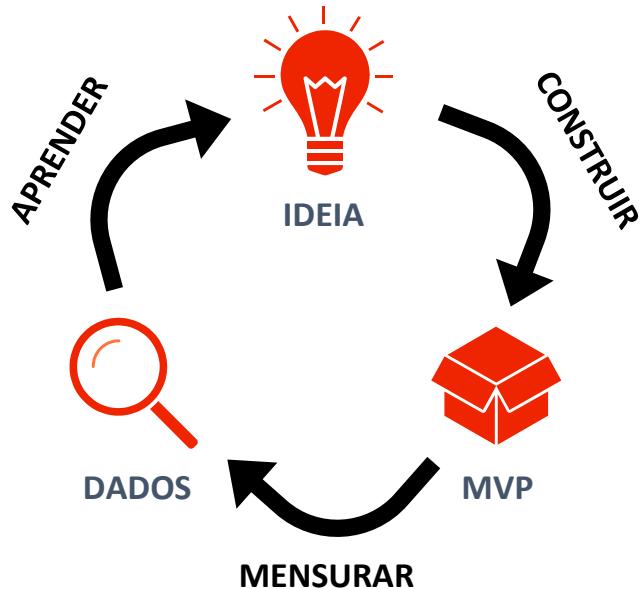
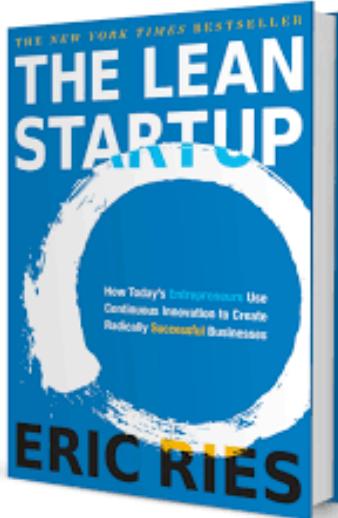
Jornadas do Usuário



Canvas MVP

1

# LEAN STARTUP

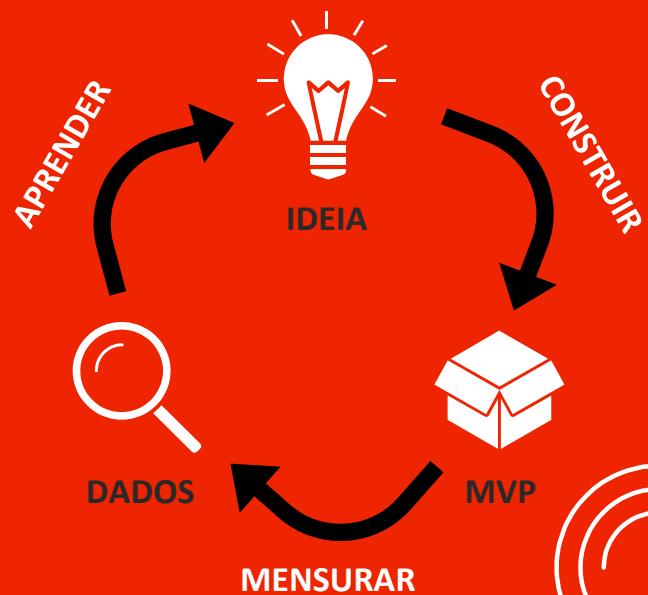


Eric Ries apresenta o MVP como peça-chave do ciclo Construir – Medir - Aprender.

# Práticas Orientadas a Planejamento



PRODUTO



2

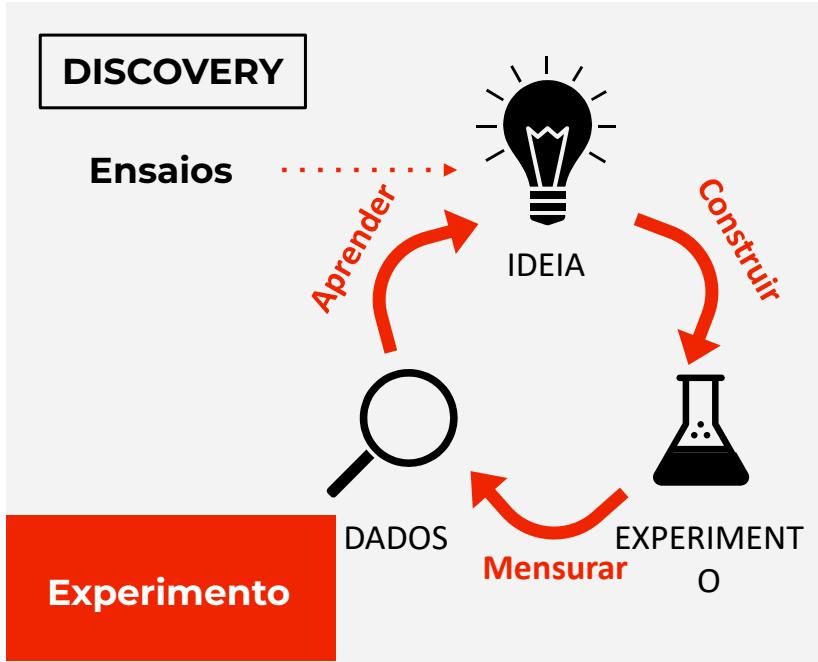
# EXPERIMENTOS & MVP

# Experimento

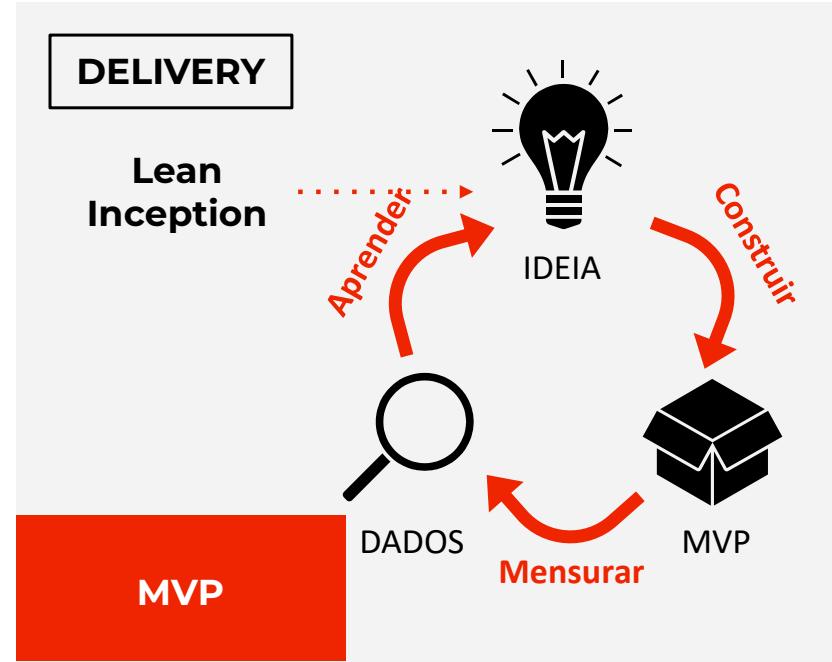
Um experimento é um teste, uma tentativa ou um procedimento de validação; um ato de investigação com o propósito de aprender ou descobrir algo desconhecido sobre uma ideia, uma hipótese, um princípio ou uma suposição.

# MVP

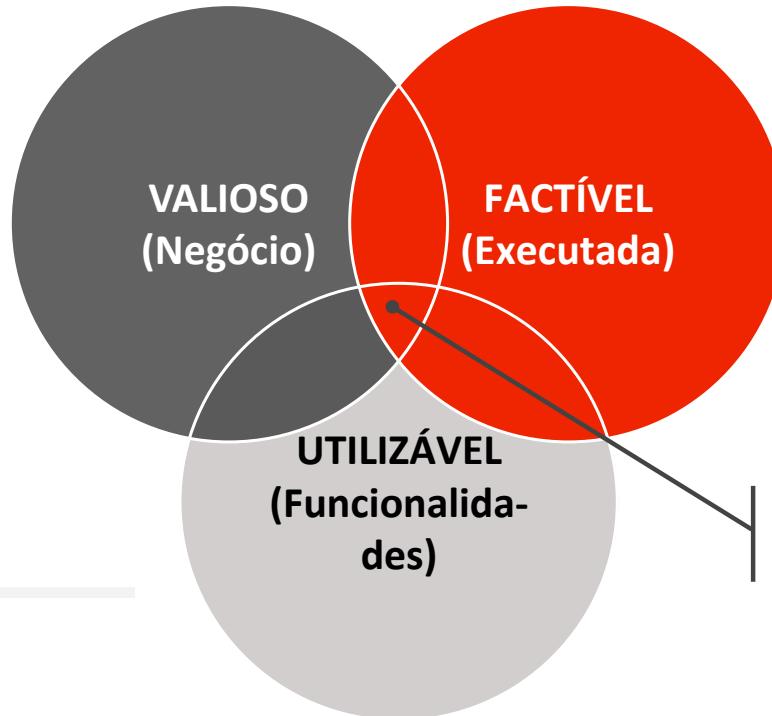
Um produto mínimo viável (MVP) é a versão mais simples de um produto que pode ser disponibilizado aos usuários para validar uma ideia de negócio.



um teste, um ensaio ou um procedimento de validação



a versão mais simples de um produto



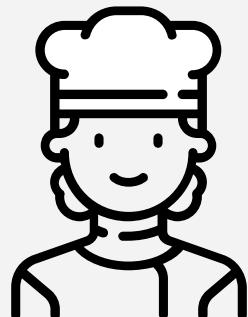
O **MVP** ESTÁ AQUI

**3**

# **EXEMPLOS DE MVP**



VISÃO



MVP



The screenshot shows a user's profile page from the early days of TheFacebook. At the top, there's a blue header with the site's name in white. Below it is a sidebar with links like 'My Profile [edit]', 'My Groups', 'My Messages', and 'My Privacy'. The main content area features a large photo of three people. To the right of the photo are sections for 'Information' and 'Extended Info'. The 'Information' section includes fields for 'Name', 'Member Since', 'Last Update', 'Status', 'Sex', 'Year', and 'Concentration'. The 'Extended Info' section lists 'Interests' such as 'Friendship', 'Dating', 'A Relationship', 'Drinking', 'Women', and 'Political Views'. A message at the bottom states, 'You are currently logged in from a non-residential location.'



This screenshot shows the landing page for TheFacebook. It has a blue header with the site's name and navigation links for 'login', 'register', and 'about'. The main content area is titled '[ Welcome to Thefacebook ]' and contains a welcome message: 'Thefacebook is an online directory that connects people through social networks at colleges.' It also mentions that Harvard University is using the service. Below this, a list of benefits is provided: 'You can use Thefacebook to:' followed by a bulleted list: 'Search for people at your school', 'Find out who are in your classes', 'Look up your friends' friends', and 'See a visualization of your social network'. At the bottom, there's a call to action: 'To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in.' with 'Register' and 'Login' buttons. The footer contains links for 'about', 'contact', 'faq', 'terms', 'privacy', and a note: 'a Mark Zuckerberg production Thefacebook © 2004'.





EASY  TAXI



# **COMO Construir UMA PONTE ESTILO MVP?**



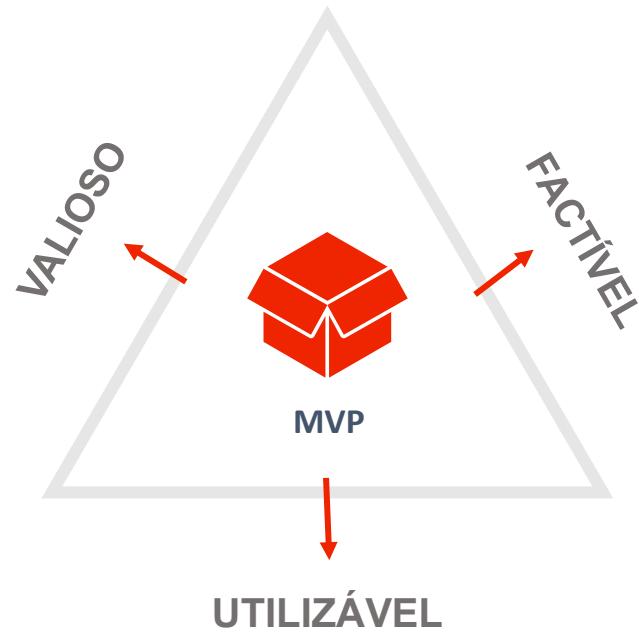




UM MVP DEVE CONSIDERAR  
**NEGÓCIOS, UX, TECNOLOGIA**

...

# COMO DECIDIR?





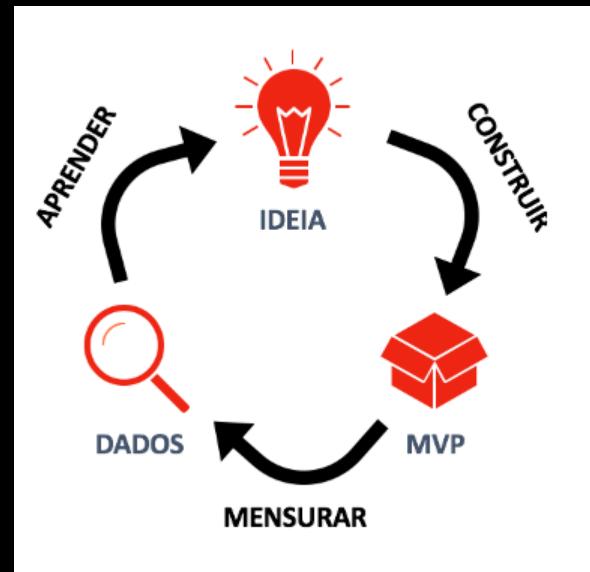
# O QUE É A **LEAN INCEPTION?**

**Lean Inception é o nome  
dado ao workshop  
colaborativo para alinhar  
um grupo de pessoas  
sobre o **produto mínimo  
viável** a ser construído**

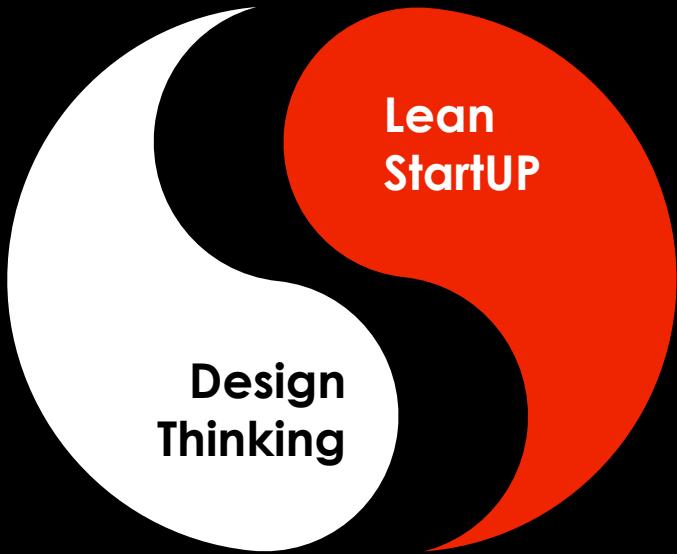
**Lean Inception é a  
combinação eficaz  
do Design Thinking  
e do Lean StartUp**

**Design Thinking é uma abordagem centrada nas pessoas para a concepção de soluções inovadoras que combina processos criativos para a resolução de problemas de forma colaborativa.**

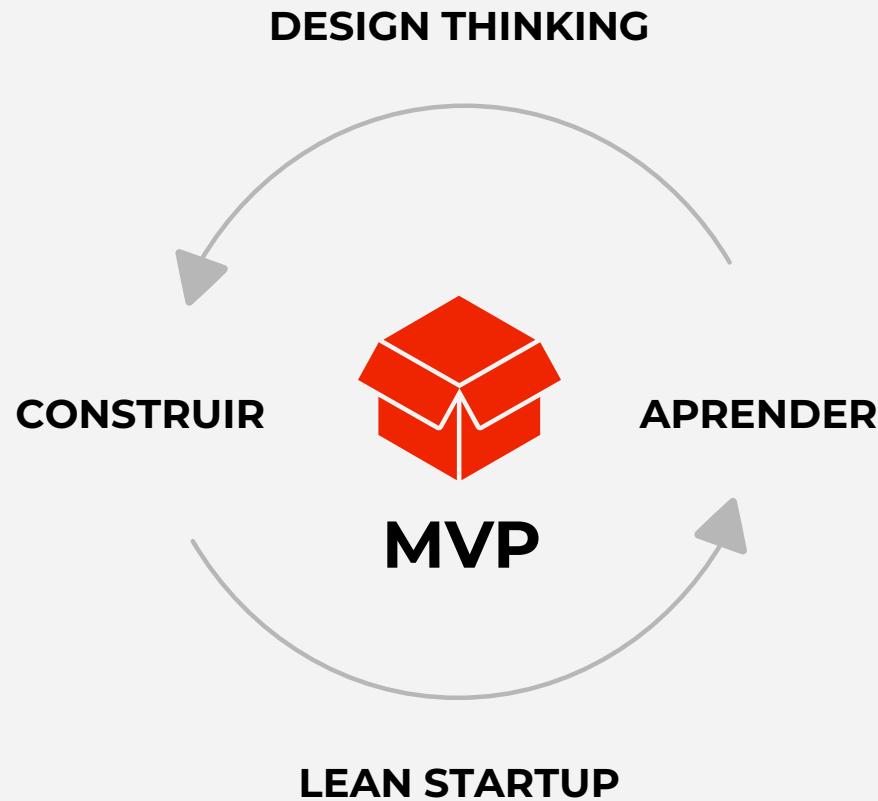
**Lean Startup** é uma abordagem de criação de produtos e serviços.



processo de  
design iterativo  
para atender às  
necessidades  
do usuário



abordagem  
para a criação  
de produtos  
com base na  
aprendizagem  
e validação de  
hipóteses



# LEAN

Lean  
StartUP

Design  
Thinking

# INCEPTION



**Por que fazer uma  
LEAN INCEPTION?**



## Grandes Projetos

**Consideram um início enxuto valioso para começar rapidamente e serem orientados para trabalhar em um estilo ágil**



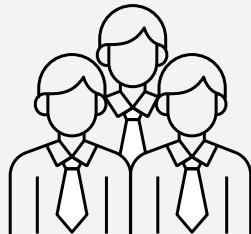


## Startups

**Usam princípios enxutos para levar uma ideia que foi testada por alguns MVPs pré-software e desenvolvê-la em um produto de software**



# Quem participa da **LEAN INCEPTION?**





A large red arrow points from the left side towards the text "LEAN INCEPTION". To the right of the arrow is a red target icon with an arrow hitting the bullseye. The text "LEAN INCEPTION" is written in large, bold letters, with "LEAN" in black and "INCEPTION" in red.

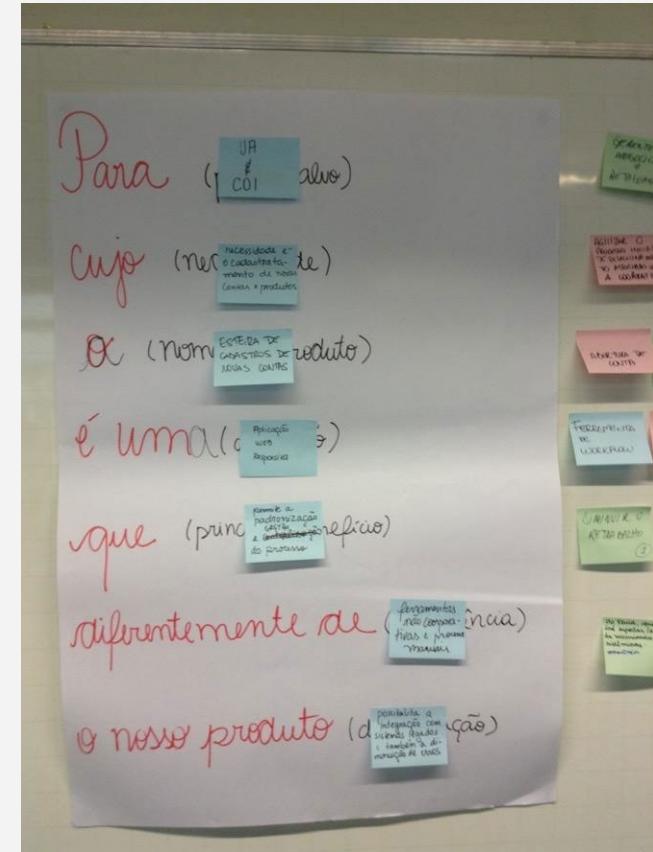
# LEAN INCEPTION AGENDA

	SEG	TER	QUA	QUI	SEX
MANHÃ	KICK-OFF VISÃO DO PRODUTO	PERSONA	FUNCIONALIDADES BRAINSTORM.	JORNADAS E FUNCIONALIDADES	MVP CANVAS
ALMOÇO					
TARDE	IS - IS NOT DOES - DOES NOT DO	JORNADA DO USUÁRIO	E ❤️ \$ TECH, UX & REVISÃO DE NEGÓCIO	SEQUENCIADOR	SHOWCASE
					

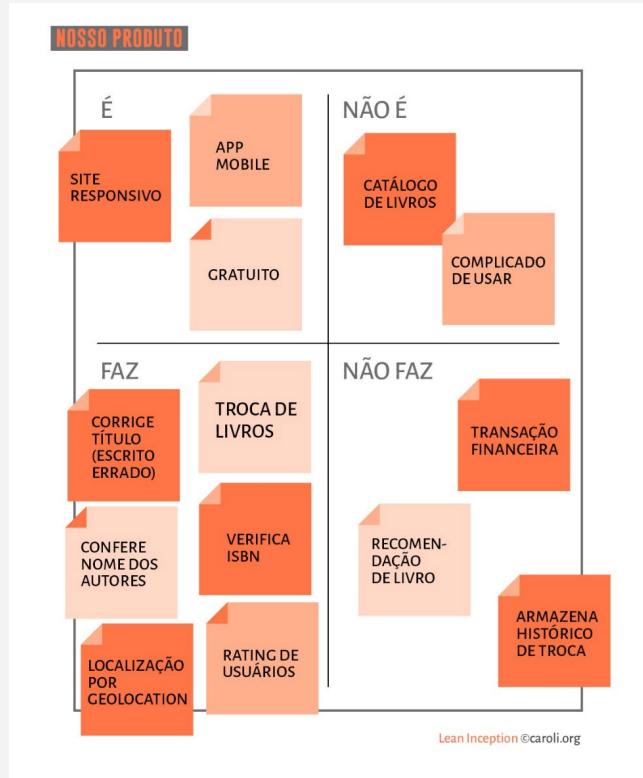


# **ATIVIDADES DE UMA LEAN INCEPTION**

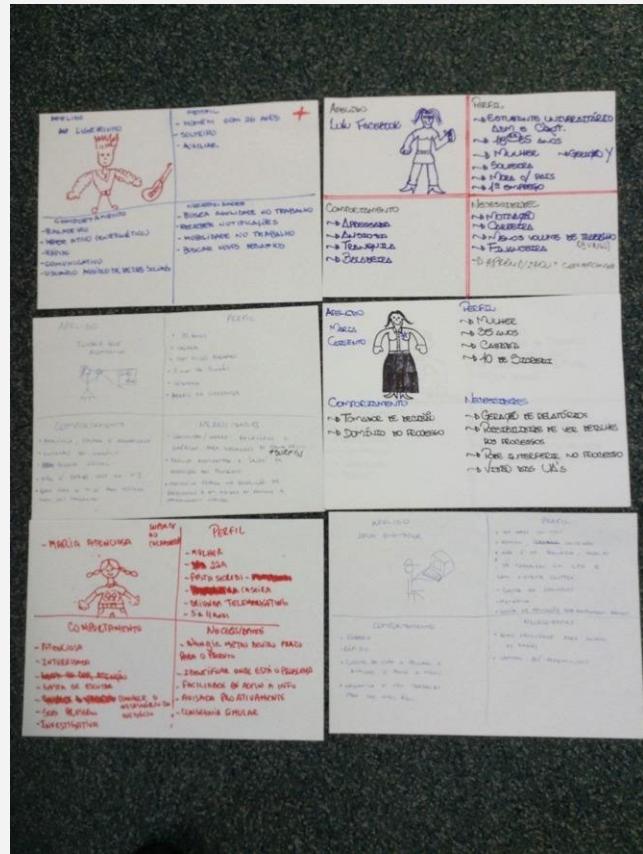
- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Sequenciador de Funcionalidades**
- **Canvas MVP**



- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Sequenciador de Funcionalidades**
- **Canvas MVP**



- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Sequenciador de Funcionalidades
- Canvas MVP



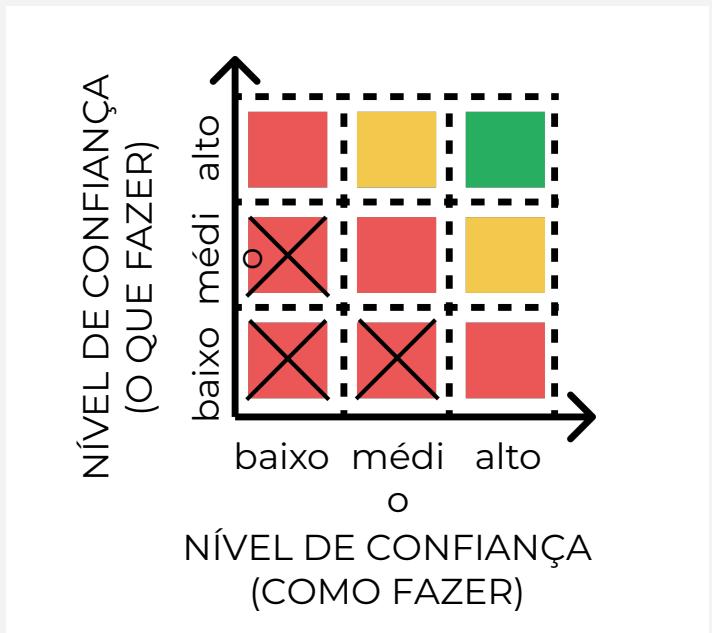
- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Sequenciador de Funcionalidades
- Canvas MVP



- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Sequenciador de Funcionalidades**
- **Canvas MVP**



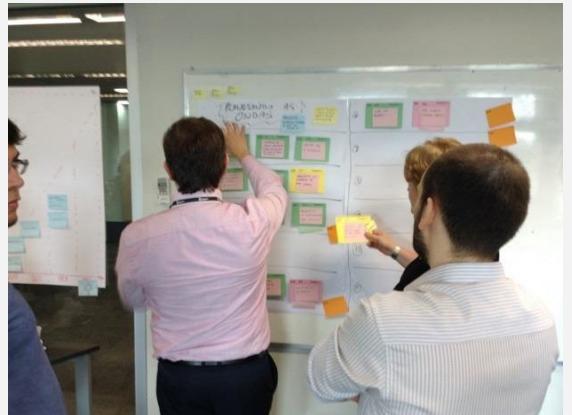
- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Sequenciador de Funcionalidades**
- **Canvas MVP**



ESFORÇO	E	EE	EEE
NEGÓCIO	\$	\$\$	\$\$\$
UX	♡	♡♡	♡♡♡

Lean Inception ©caroli.org

- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Sequenciador de Funcionalidades**
- **Canvas MVP**



- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Jornadas e Funcionalidades
- Canvas MVP

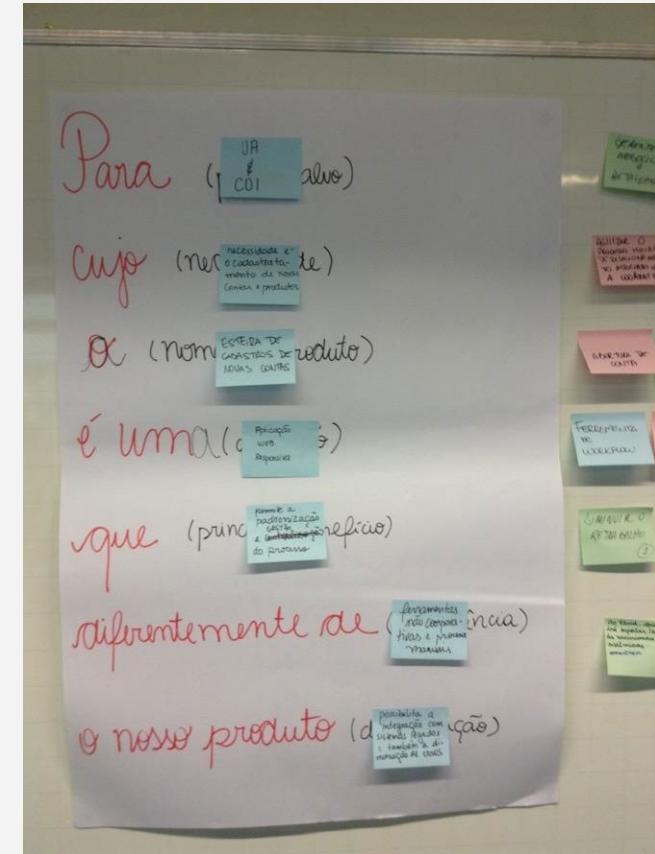


# VISÃO DO PRODUTO

1



- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Jornadas e Funcionalidades**
- **Canvas MVP**





## Visão do Produto

*“A VISÃO DO PRODUTO É UM OBJETIVO OU NECESSIDADE DE NEGÓCIOS DE ALTO NÍVEL QUE FORNECE CONTEXTO, ORIENTAÇÃO, MOTIVAÇÃO E INSPIRAÇÃO PARA O TRABALHO DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO DURANTE TODO O PROJETO.*

*É O OBJETIVO MAIOR A SER ALCANÇADO PELO TIME, QUE SE TRADUZ NA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES.”*

Pichler (2010)



# Visão do Produto

- A Visão do Produto provê um alinhamento entre todos os envolvidos no projeto, desde os clientes e demais partes interessadas até o Time, sobre o que deve ser alcançado.
- A Visão do Produto deve ser de fácil compreensão contendo apenas o necessário e suficiente.
- A Visão do Produto é estabelecida antes que o desenvolvimento do produto se inicie e, de forma geral, permanece estável durante todo o projeto.
- Ela é criada, gerenciada e compartilhada pelo *Product Owner*, que garante que o *Product Backlog* esteja sempre alinhado com ela.



# Visão do Produto

Geoffrey Moore, no seu livro *Crossing the Chasm* (Moore, 2001), apresenta um modelo interessante para a Visão do Produto, o chamado “Teste do Elevador”.

A ideia é que seja possível explicar o que é o produto durante a subida de um elevador, ou seja, em um tempo bastante curto.

- <https://youtu.be/CSe5k0E7O6Q>
- <https://youtu.be/sQQc3Y8e4i8>
- <https://youtu.be/JNHyYBnqTmM>

(Sebrae Minas Gerais)

# Visão do Produto Template

## VISÃO DO PRODUTO

---

A visão do produto é uma breve descrição de onde quer levar sua ideia do produto.

**Para** [cliente final],  
**cujo** [problema que precisa ser resolvido],  
**o** [nome do produto]  
**é um** [categoria do produto]  
**que** [benefício-chave, razão para adquirí-lo].  
**Diferentemente da** [alternativa da concorrência],  
**o nosso produto** [diferença-chave].



# Exemplo de Visão

**Para** clientes de supermercado,

**Cujo** clientes possuem dificuldade de organizar as finanças com as compras de final de mês,

**O** ControlaNotas,

**É um** aplicativo móvel

**Que** facilita a organização das compras de cada mês,

**Diferentemente do** software gestão de compras,

**O nosso produto** facilita o cálculo da quantidade de produtos gastos por mês através das notas fiscais adquiridas nas compras do supermercado, tendo a finalidade de organizar o controle mensal do cliente no supermercado a fim de diminuir os gastos nas compras mensais.

# Atividade 1:

Selecione uma ideia e  
faça a visão do produto

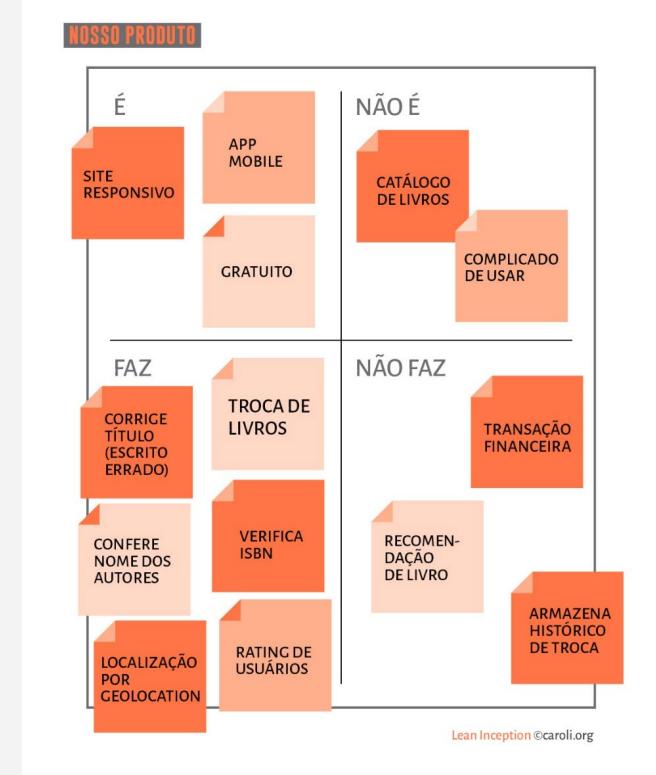


# **É - NÃO É - FAZ - NÃO FAZ**

**2**



- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Sequenciador de Funcionalidades
- Canvas MVP



## *É-Não É-Faz-Não Faz*

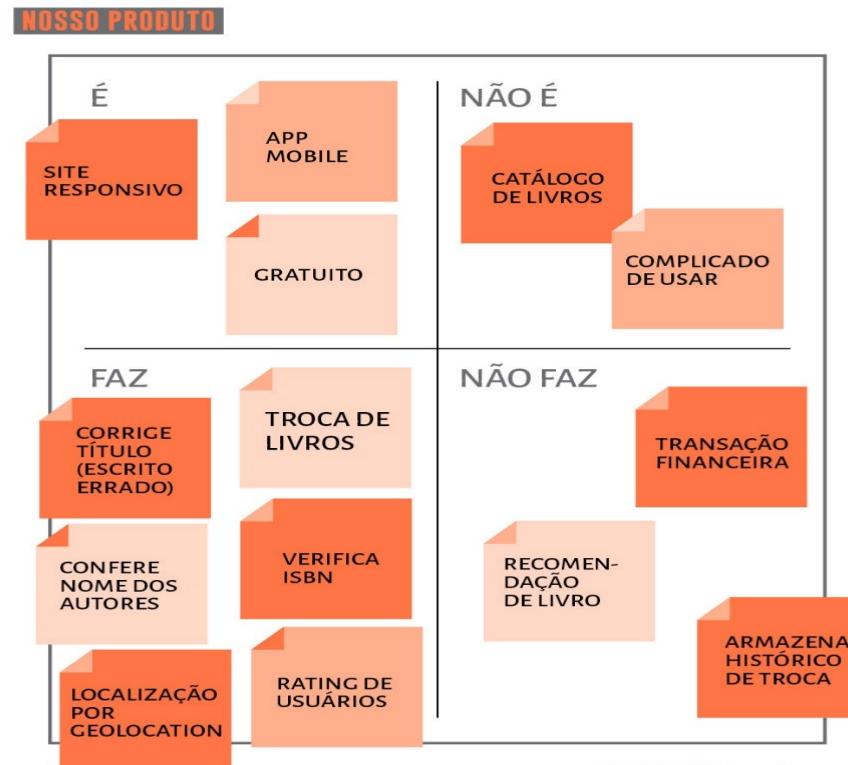
- A atividade *É-Não É-Faz-Não Faz*, ajuda a definir um tópico (seja um produto, um time, ou uma estratégia).

# *É-NãoÉ-Faz-NãoFaz*

## **Passo a passo da atividade:**

- Divida uma folha em quatro áreas ( É / Não é / Faz / Não faz)
- Solicite que cada participante do grupo descreva o tópico colocando-os nas áreas devidas.
- Leia e agrupe as notas afins.
- <https://www.youtube.com/watch?v=owvluiQLVHs>

# É-Não É-Faz-Não Faz



## Atividade 2:

Desenvolva o  
É, não é, faz,  
não faz.

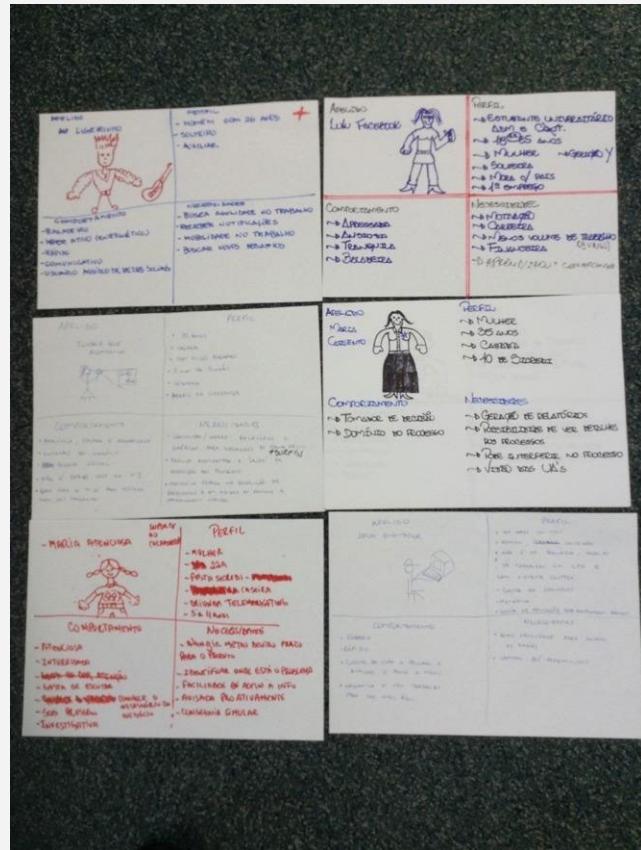


# PERSONAS

3



- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Sequenciador de Funcionalidades
- Canvas MVP



# O QUE SÃO PERSONAS?



# Personas

- Para identificar as funcionalidades de um sistema, é importante ter em mente **os usuários e seus objetivos**.
- A maneira normalmente utilizada para **representar estes usuários é através de personas**.
- Uma persona pode representar um usuário do sistema, descrevendo não só o seu papel, mas também suas necessidades específicas.
- Esta representação realística de usuários, ajuda o time a descrever funcionalidades do ponto de vista de quem interagirá com o produto final.
- É uma ferramenta utilizada dentro do Design Thinking.

# Personas

- A atividade para definir uma persona é realizada baseada no conhecimento, dados e pesquisa prévia sobre os usuários do produto.
- Geralmente empresas maiores tem conhecimento e dados sobre seus usuários. Outra forma de buscar conhecimento é com pesquisas previamente realizadas.
- Caso não exista conhecimento, dados e pesquisa prévia, existirão hipóteses sobre os usuários do produto, e estas estarão explicitadas na atividade de descrever as personas.

# Personas

Persona é um personagem fictício construído a partir de etnografia de pessoas reais, com características psicológicas, que representa um grupo com qualidades e comportamentos parecidos.

Para criação de persona leva-se em conta dados como:

- Idade; Cargo;
- Hábitos; Frustrações;
- Desafios; Crenças;
- Hobbies; Estilo de vida;
- Hábitos de compra; Quais mídias preferem;
- Quem os influencia;
- Quais tecnologias usa;
- Onde busca informação;
- Critérios de decisão na hora da compra;
- Momento da jornada de compra em que se encontra



TRADICIONALISTA

# DONA LUZIA

LUZIA SACRAMENTO, 58 ANOS, DIVORCIADA

Dona Luzia não tem filhos, ela mora sozinha em uma casa, próxima à escola onde trabalha, e tem dois gatos de estimação.

Elá é autoritária, conservadora e gosta de deixar tudo bem documentado - seguindo as regras.



- INCENTIVA O CASTIGO A ALUNOS RELAPSOS E "BAGUNCEIROS" E PUNE PROFESSORES E ALUNOS QUE NÃO CHEGAM NO HORÁRIO PARA AS AULAS
- "PEGA NO PÉ" DE PROFESSORES MAIS INOVADORES
- O MOMENTO DE EDUCAÇÃO É DENTRO DA SALA DE AULA COM GIZ, LÁPIS E PAPEL
- ESTABELECE **COTAS DE CONSUMO** DE COPOS DESCARTÁVEIS E PAPEL SULFITE NA SECRETARIA ACADÊMICA
- SELECCIONA FORNECEDORES PARA A ESCOLA PELO **PREÇO MAIS BAIXO POSSÍVEL**
- **NÃO** CONSIDERA UMA PRIORIDADE A **MELHORIA DE INFRA-ESTRUTURA** DA ESCOLA



- LUZIA SE FORMOU EM PEDAGOGIA EM 1979, E FOI PROFESSORA DE MATEMÁTICA POR 19 ANOS
- EM 1998, ELA ASSUMIU A SECRETARIA ACADÊMICA DA ESCOLA. NESTA OCASIÃO, FEZ UMA PÓS-GRADUAÇÃO EM CONTABILIDADE E CONTROLADORIA.



- USA A INTERNET PARA ENVIAR E-MAILS PARA OS PROFESSORES
- TEM UM **NOTEBOOK**, EM QUE COSTUMA ESCREVER OS RELATÓRIOS DA ESCOLA ENQUANTO ASSISTE A NOVELA
- **NÃO** TEM SMARTPHONE

# Personas

Maria Antônia

Mãe, focada, alegre, desempregada



## Infs. Demográficas

- 29 anos, casada
- Mora com a família em SBC
- Formada em Adm. e Gestão
- Cursando Mídias Digitais

## Comportamentos

- Gosta da ideia de virar uma designer
- Maníaca por post-it
- Lida bem com pessoas
- Odeia matemática

## Necessidades e Objetivos

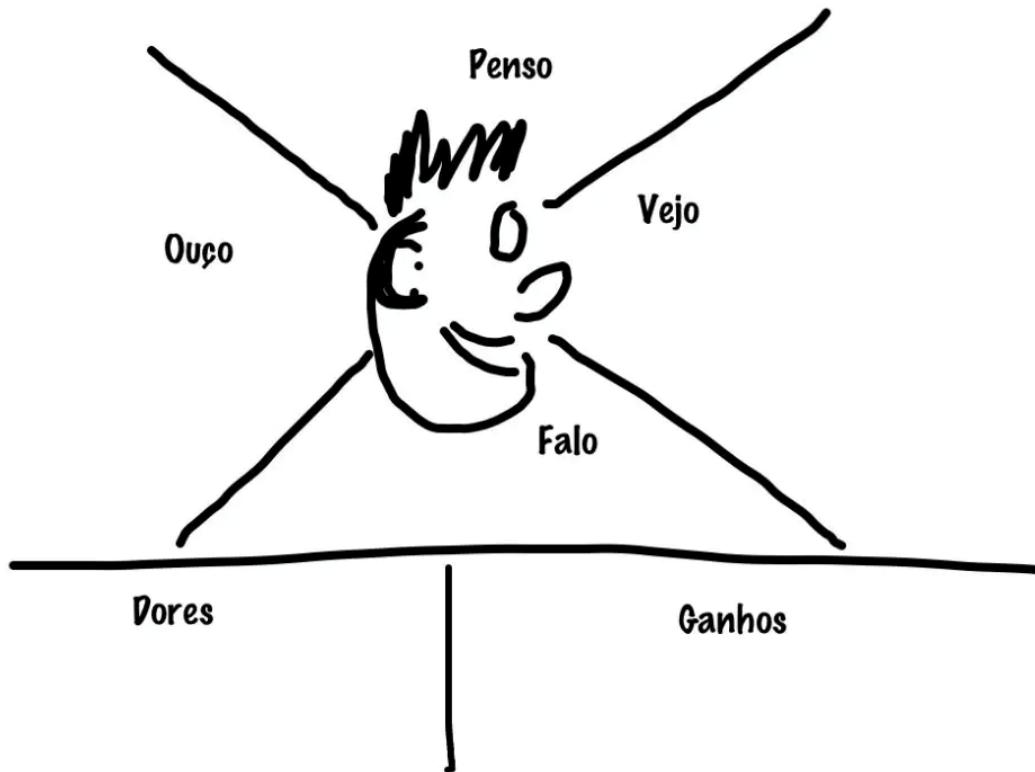
- Entender pontos bases de tecnologia
- Estágio na área
- Abrir sua própria consultoria no futuro

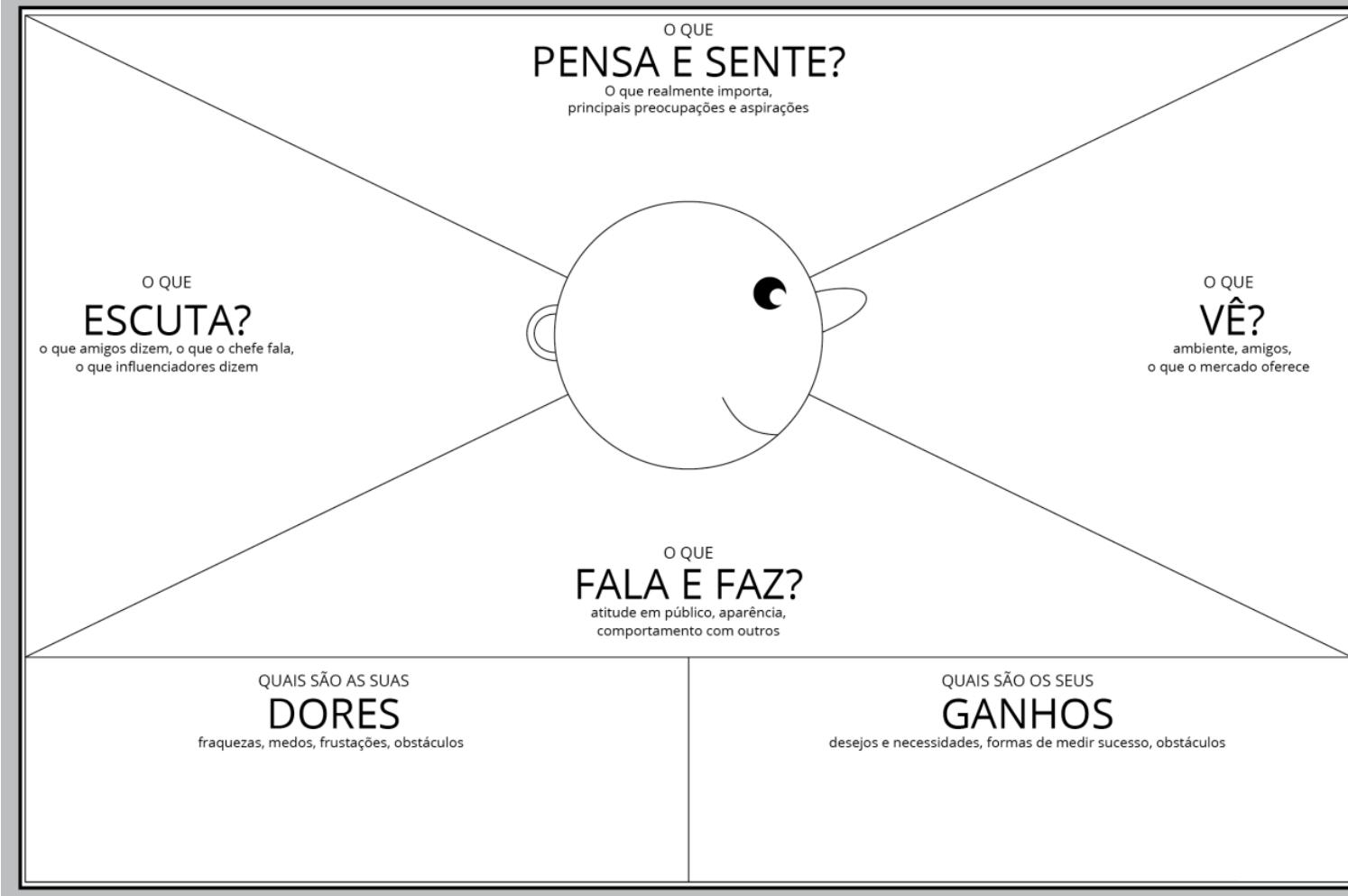
# Personas

Name e desenho	Perfil
	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li><li>•</li></ul>
Comportamento	Necessidades
<ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li><li>•</li><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li><li>•</li><li>•</li></ul> <p>Ocup</p>

<p><u>F1</u></p> <p><u>Perfil</u></p>  <p><u>Comportamento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utiliza oral</li> <li>- faz muitas pesquisas pela internet</li> <li>- Comparar opções</li> </ul> <p><u>Obj. &amp; Necessidade</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Necessita de capital de giro para honrar dívidas.</li> <li>* Prazo (disponibilidade) p/ obter recurso financeiro.</li> </ul>	<p><u>Perfil</u></p> <p>35 anos Trabalha na área financeira Veículo Detailista, organizado Gosta de inf. precisas Centralizador</p>	<p><u>Everaldo Geral</u></p>  <p><u>Comportamento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pouco disponivel</li> <li>- bem informado</li> <li>- comunicativo / bom de papo</li> <li>- Prefere acompanhar os email do que acusar um sistema.</li> </ul> <p><u>OBJETIVOS E NECESSIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- RELATÓRIO RESUMIDO SOBRE OS GERENCIAMENTOS E OPERAÇÕES DA SUA FILIAL</li> <li>- EVITAR RETELEIÇÃO DE OPERAÇÕES</li> </ul>
<p><u>CASTORZINHO</u></p>  <p><u>Comportamento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CONVERSAADOR</li> <li>- INFLUENTE</li> <li>- INTERESSADO</li> <li>- FACILITADOR</li> </ul> <p><u>Obj. &amp; Nec.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- INTERMEDIAR NEGÓCIO LUCRATIVO</li> <li>- TER INFORMAÇÃO RÁPIDA</li> <li>- FORMA RÁPIDA E CONFÍVEL</li> <li>- TRABALHAR REMOTO</li> <li>- VISITAR MENOS O CLIENTE</li> </ul>	<p><u>Perfil</u></p> <p>40 ANOS CASADO GERENTE QUE TRABALHA POR CONTRATO</p>	<p><u>Wule Blonde</u></p>  <p><u>Comportamento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* comunicativa</li> <li>* prestativa</li> <li>* experiente</li> <li>* comprometida</li> <li>* tecnológica</li> </ul> <p><u>Necessidade</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Boa interação c/ as áreas.</li> <li>* Passar informações rápidas e precisas quando solicitada.</li> <li>* Entender c/ clareza os barreiras existentes nas operações</li> </ul>

# Mapa da Empatia





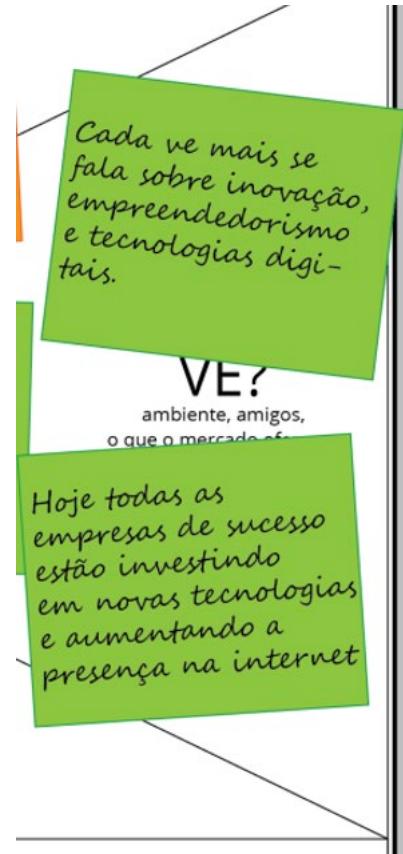
# Mapa da Empatia

- O Mapa de Empatia foi inicialmente concebido por Scott Matthews, sócio da empresa de pensamento visual Xplane. Seu sócio na empresa, Dave Gray, incluiu a ferramenta em seu livro Gamestorming.
- Posteriormente, Alexander Osterwalder e Yves Pigneur ampliaram e popularizaram a solução em seu livro Business Model Generation.
- O Mapa da Empatia foi criado para ajudar as equipes a compreender profundamente seus clientes e aprimorar a experiência do usuário.
- A ferramenta nasceu para colocar a perspectiva do cliente no desenvolvimento de novas soluções e experiências de consumo.

# Mapa da Empatia

## 1. O que vê?

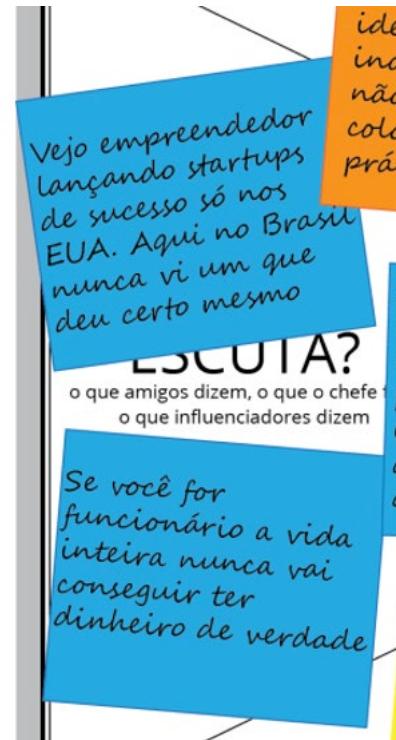
- Como é o mundo em que a persona vive ?
- Como são seus amigos?
- O que é mais comum no seu cotidiano ?



# Mapa da Empatia

## 2. O que ESCUTA ?

- Quais pessoas e ideias influenciam a persona?
- Quem são seus ídolos?
- Quais suas marcas favoritas?
- Quais produtos de comunicação consome?



# Mapa da Empatia

## 3. O que PENSA e SENTE?

- Como a persona se sente em relação ao mundo?
- Quais as suas preocupações?
- Quais são os seus sonhos?



# Mapa da Empatia

## 4. O que FALA e FAZ?

- Sobre o que sua persona costuma falar?
- Ao mesmo tempo como age?
- Quais são seus hobbies ?



# Mapa da Empatia

## 5. Quais suas DORES ?

- Do que sua persona tem medo?
- Quais suas frustrações?
- Que obstáculos precisa ultrapassar para conseguir o que deseja?

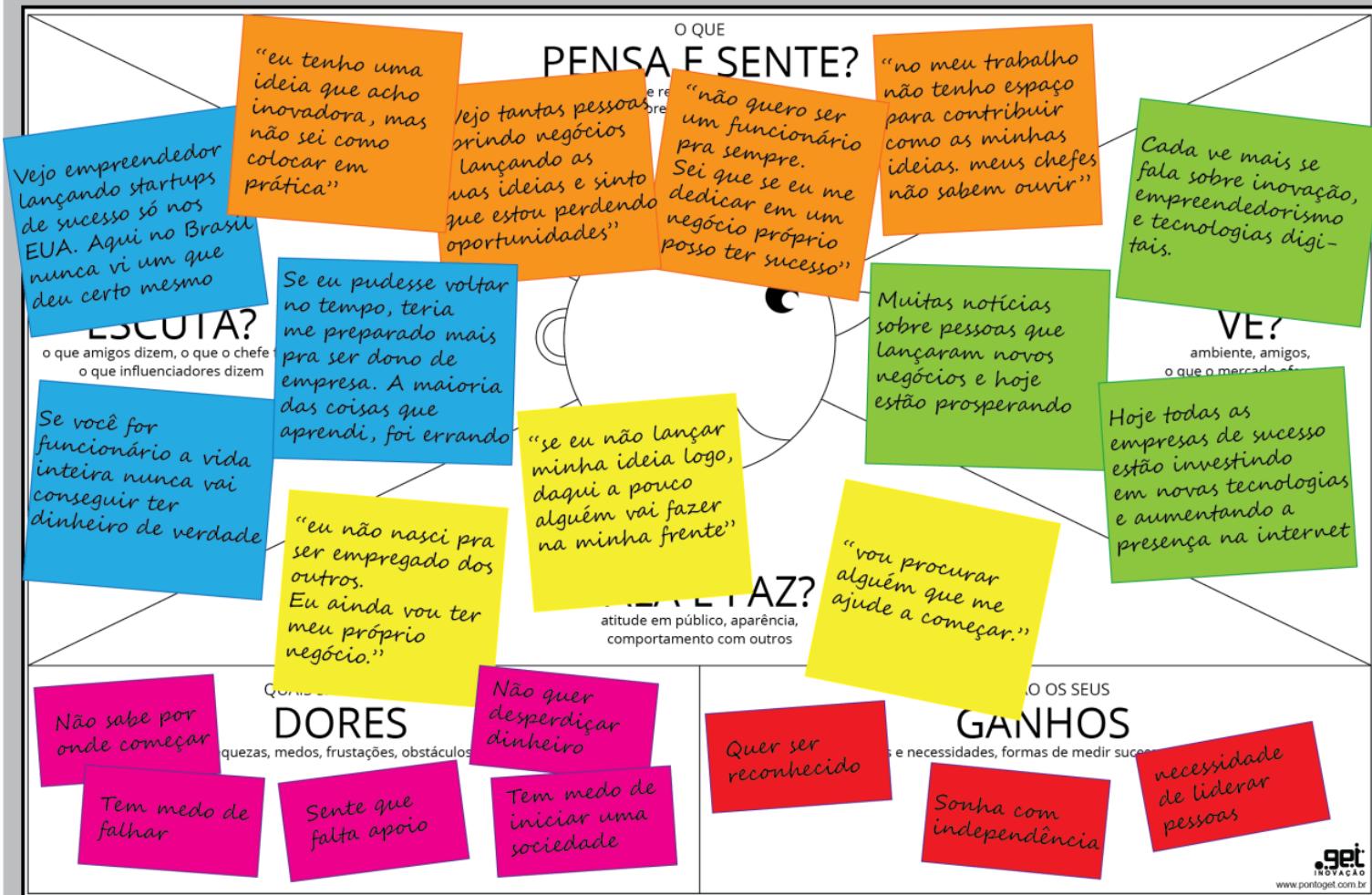


# Mapa da Empatia

## 6. Quais são seus GANHOS, desejos e necessidades?

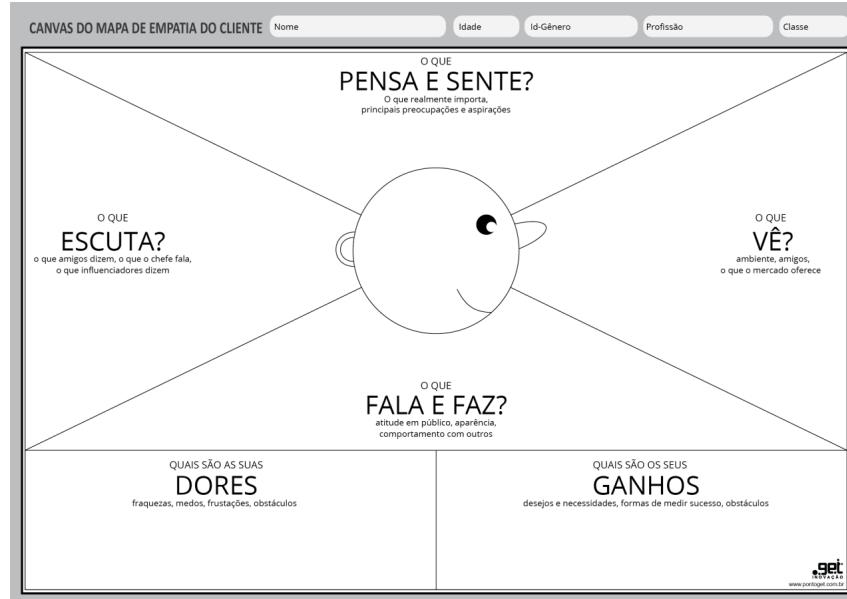
- O que é sucesso para sua persona?
- Onde ela quer chegar?
- O que acabaria com seus problemas?





# Atividade 3:

Desenvolva 2 Personas, utilizando o Mapa da Empatia



# JORNADA DO USUÁRIO



- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Sequenciador de Funcionalidades
- Canvas MVP





# Customer Journey Map

Who: Ellen Schwartz  
Real Estate Agent

Stages

Discover > Investigate

> Signup

> Use

> Experience

> Interact

> Buy

> Learn

> Use

Doing

Talking to friends/co-workers  
google  
bb.com

website  
email newsletter  
Reward Video  
Create Email  
YouTube video

Welcome call  
Phone call  
Reward 21% type  
Social Share

Phone Screen share  
iTunes Play Store Chrome Extension  
support site

Thinking

What do I need to know about  
What do I need to do next  
What do I need to do now?

What do I need to do next  
What do I need to do now?  
What do I need to do now?

What do I need to do now?  
What do I need to do now?  
What do I need to do now?  
What do I need to do now?  
What do I need to do now?  
What do I need to do now?  
What do I need to do now?

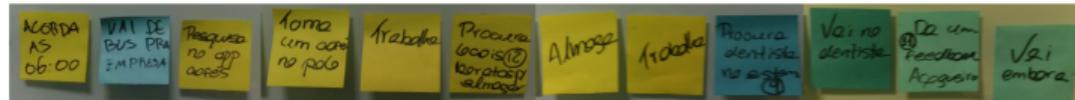
Feeling

Clear  
Unclear  
How does it work?

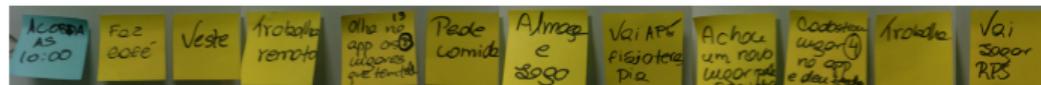
This is the best one  
Looks good  
Reliable  
Understandable  
Excellent agent  
Satisfied customer  
Satisfied customer

I'm ready to go!  
This is easy!  
They help quickly!  
Is there a mobile app?

## Jornadas dos usuários:



**Alessandra** - Acorda às 06:00, vai de bus pra empresa, pesquisa no app por cafés, toma café, trabalha, procura locais baratos para almoçar, almoça, trabalha, procura dentista no app, vai no dentista, dá um feedback do dentista no app, vai embora.



**Eduardo** - Acorda às 10:00, faz café, se veste, trabalha remotamente, olha no app os locais que tem tele, pede comida, almoça e joga, vai a pé na fisioterapia, achou um novo lugar pelo caminho, cadastrou o lugar no app, trabalha, vai jogar RPG.



**Jonas** - Acorda às 06:00, se veste, vai de carro pra academia, vai de carro trabalhar, chega no trabalho, toma café, trabalha, olha no app e decide onde vai almoçar, almoça, toma café, dá feedback pelo app, trabalha, vai pra casa.



**João** - Acorda às 07:00, se veste, vai trabalhar a pé, chega no trabalho, come um sanduíche e toma café, trabalha, decide onde almoçar com os colegas, almoça, verifica formas de pagamento, dá feedback do local, trabalha, escolhe um local para lanchar pelo app, sai pra lanchar, volta a trabalhar, vai pra academia a pé, verifica no sistema, se existem outras academias por perto.

## Atividade 4:

Faça a Jornada de um dos usuários!



# BRAINSTORMING DE FUNCIONALIDADES

5



- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Sequenciador de Funcionalidades
- Canvas MVP



# OBJETIVOS



Se você tiver que resumir o produto em três objetivos para o negócio, quais seriam eles?

*Acompanhar  
Publicações dos  
Amigos*

*Compartilhar  
Experiências*

*Veicular Anuncios*

*Persona 1  
(Maria)*

*Persona 2  
(Lucia)*

*Persona 3  
(Antonio)*

*Acompanhar Publicações  
dos Amigos*

*Compartilhar Experiências*

*Veicular Anuncios*

*Marcar  
pessoas nas  
fotos*

*Publicar uma  
foto ou vídeo*

*Criar uma  
enquete*

*Visualizar fotos  
e vídeos*

*Procurar  
Pessoas*

*Aplicar  
adesivos nas  
fotos*

*Fazer Cadastro*

# Resultado do Braistorming de Funcionalidades

- *Publicar uma foto ou vídeo*
- *Logar na plataforma*
- *Fazer cadastro*
- *Curtir uma foto ou vídeo*
- *Visualizar fotos e vídeos*
- *Marcar pessoas nas fotos*
- *Marcar locais nas fotos*
- *Comentar nas fotos*
- *Buscar pessoas ou hashtags*
- *Conectar com pessoas*
- *Publicar foto ou vídeo efêmeros (perecíveis)*
- *Criar uma enquete*
- *Aplicar adesivos nas fotos e vídeos*
- *Aplicar efeitos nas fotos e vídeos*
- *Enviar uma mensagem diretamente a outra pessoa*
- *Publicar múltiplas fotos*
- *Ser notificado quando tiver novidades importantes*

## Atividade 5:

Identifique 3 objetivos!

Faça um Braistorming de Funcionalidades!

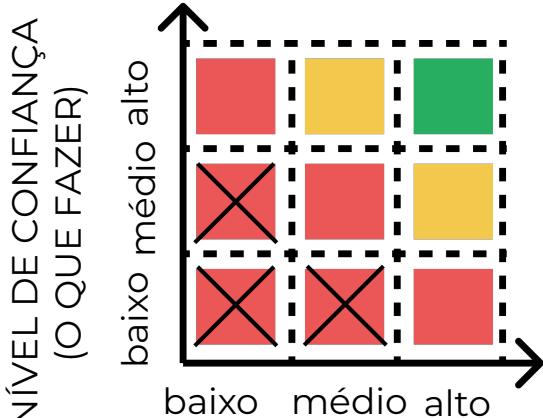


# **REVISÃO TÉCNICA, DE NEGÓCIO E DE UX**

**6**



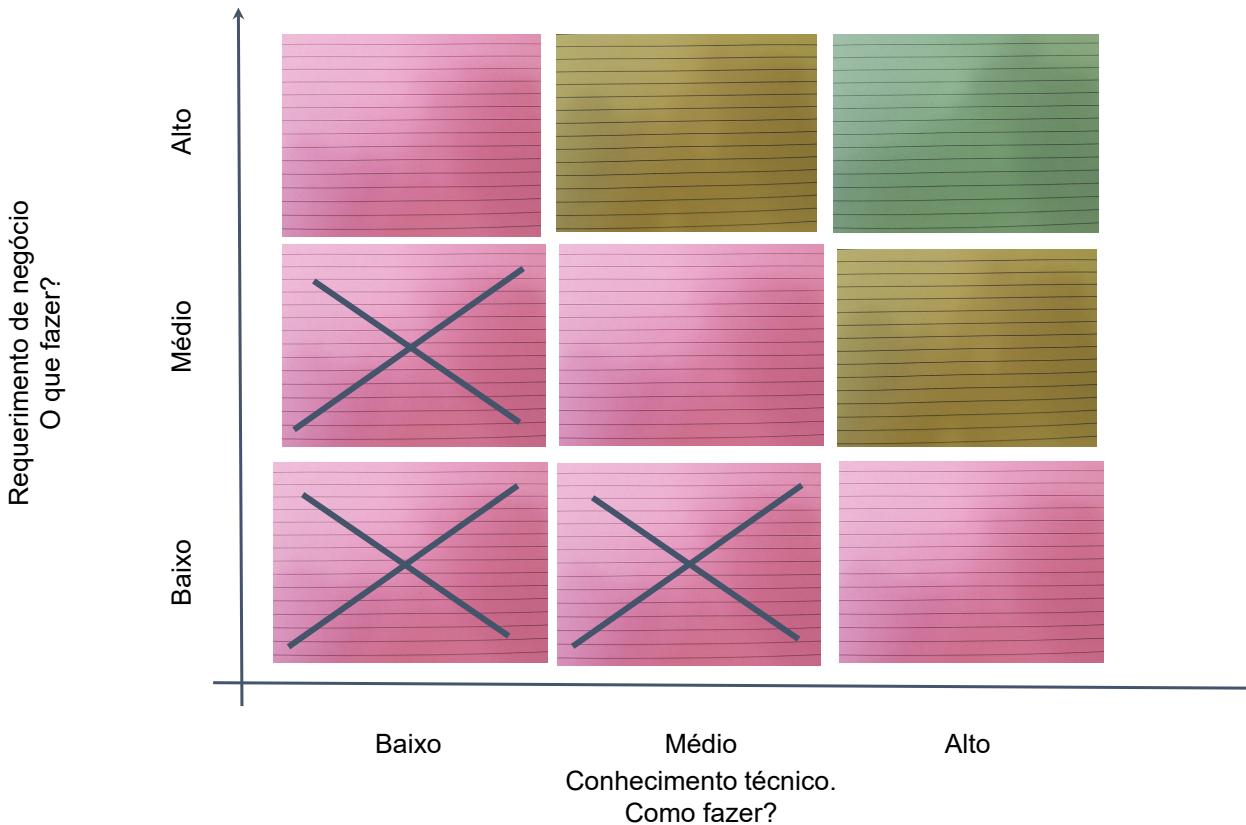
- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Jornadas e Funcionalidades**
- **Sequenciador de Funcionalidades**
- **Canvas MVP**



ESFORÇO	E	EE	EEE
NEGÓCIO	\$	\$\$	\$\$\$
UX	♡	♡♡	♡♡♡

Lean Inception ©caroli.org

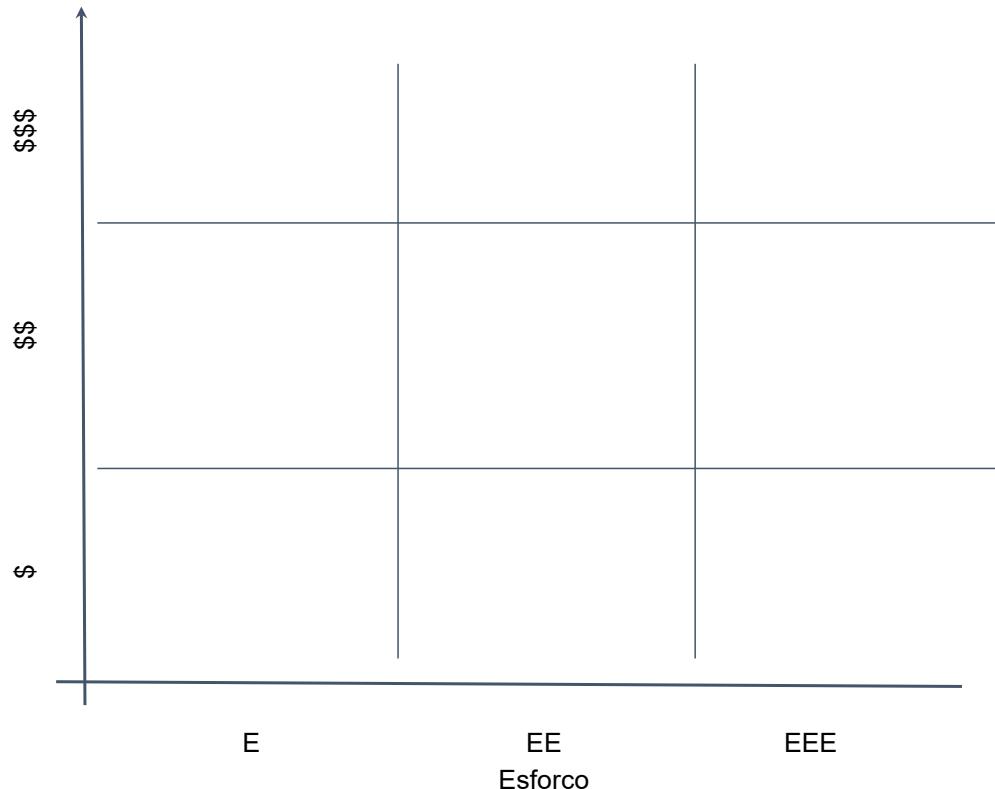
# *Conhecimento técnico e de negócio das funcionalidades*



- Classificamos cada funcionalidade combinando o nível de confiança técnica (*Como Fazer*) e o nível de confiança do negócio (*O que fazer*)
- Dessa maneira cada funcionalidade recebe uma cor relativa a confiança.
- Se uma funcionalidade ficar onde estão os X, ela deve ser melhor esclarecida ou descartada!

# *Conhecimento técnico e de negócio das funcionalidades*

Valor de negócio

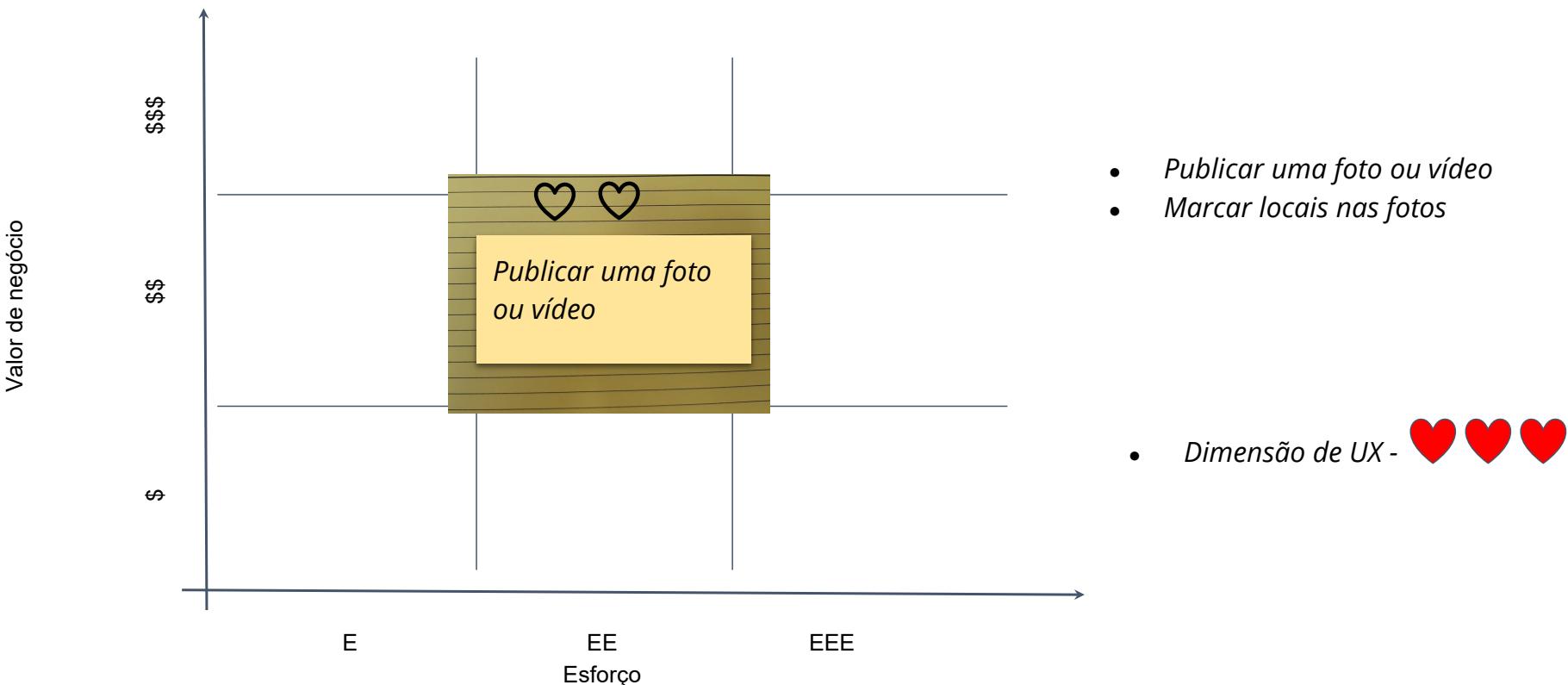


- *Publicar uma foto ou vídeo*
- *Marcar locais nas fotos*

- *Dimensão de UX -*

ESFORÇO	E	EE	EEE
NEGÓCIO	\$	\$\$	\$\$\$
UX	♡	♡♡	♡♡♡

## *Conhecimento técnico e de negócio das funcionalidades*



# Atividade 6:

Faça a revisão das Funcionalidades  
(Técnica, Negócios e UX)

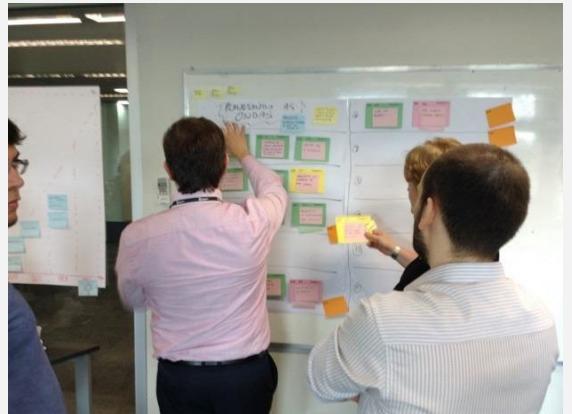


# **SEQUENCIADOR**

**7**

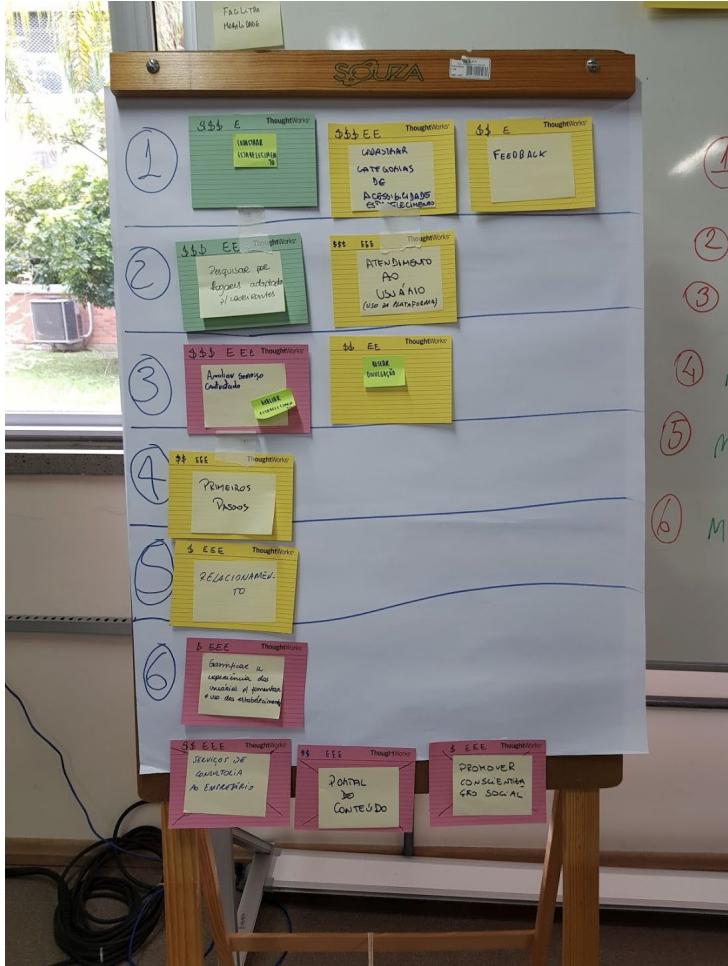
**Identifique  
o MVP**

- **Visão do Produto**
- **É - Não é - Faz - Não Faz**
- **Personas**
- **Jornadas**
- **Brainstorming de Func.**
- **Revisão Téc., de Neg. & de UX**
- **Sequenciador de Funcionalidades**
- **Canvas MVP**



## **Regras para cria-«o de cada onda:**

- 1:** Uma onda pode conter no máximo 3 features
- 2:** Uma onda não pode conter mais de uma feature em cartão vermelho
- 3:** Uma onda não pode conter 3 features somente em cartões amarelos e vermelhos
- 4:** A soma de esforço das features não pode ultrapassar 5 Es.
- 5:** A soma do valor das features não pode ser menos de 4 \$.



W1

Mostrar ao usuário  
as formas de pagamento  
aceitas pelo local.  
\$\$\$ E 999 ⑩

Fazer login  
\$\$\$  
€ 999 ⑥

MAPA  
\$\$\$ EEE  
999 ⑦

WAVE 1

Exibir "mapa de  
local" referenciando  
os visitas nos  
locais (hot) \$ EEE  
999 ③

Possibilitar o EE  
vinculo de fotos  
enviadas do local  
por funcionários  
999

TECH

WAVE 5

W2

444 EEE 999  
LISTAR NO MAPA  
CONVÊNIOS DA  
EMPRESA ⑨

SISTEMA  
DE  
TAGS  
- SISTEMA  
DE  
AVALIAÇÃO  
\$\$\$ E 999 ⑤

TECH

WAVE 6

Sistema de indicação  
(avaliando)  
descontos no  
histórico de  
visitantes \$\$\$ EEE  
999

TECH

W3

Possuir histórico  
de visitas nos  
locais.  
\$ EEE  
999

- CHECK-IN  
E MANUAL  
⑪

Gerenciar visitas  
no sistema  
999

\$\$\$ E 999

Adicionar valor/peso  
nos serviços oferecidos  
pelos locais.

55 E 999 ①

TECH

WAVE 7

W4

filtrar resultados  
por categoria  
- FILTROS:  
LOCAL  
QUANTIDADE DE \$  
QUANTIDADE DE  
FORMA DE PAGAMENTO  
DISTÂNCIA  
TIPO DE LOCAIS, BISTURIAN  
MÉDICO  
\$\$\$ EE 999 ②

TECH

Informar a quantidade  
de stakeholders que utilizam  
determinado serviço

\$\$ E 999 ⑨

Consultor metriada  
- uso das consultas  
descontos e quais são  
os resultados

TECH

WAVE 8

# Atividade 6:

Faça o sequenciador!



# CANVAS MVP

8



- Visão do Produto
- É - Não é - Faz - Não Faz
- Personas
- Jornadas
- Brainstorming de Func.
- Revisão Téc., de Neg. & de UX
- Sequenciador de Funcionalidades
- Canvas MVP



Personas Segmentadas	Proposta do MVP	Resultado esperado
	Funcionalidades	
Jornadas		Métricas para validar as hipóteses de negócio
	Custo & Cronograma	

Personas  
Segmentadas

Proposta do MVP

Resultado esperado

1

Funcionalidades

Qual é a proposta  
deste MVP?

Jor

alidar  
de

Custo & Cronograma

Personas  
Segmentadas

2

Proposta do MVP

Funcionalidades

Resultado esperado

**Para quem é esse MVP?  
Podemos segmentar e  
testar este MVP em um  
grupo menor?**

Personas  
Segmentadas

Proposta do MVP

Resultado esperado

**Quais jornadas são  
atendidas ou melhoradas  
com este MVP?**

Jor

alidar  
de

negócio

3

Custo & Cronograma

Personas Segmentadas	Proposta do MVP	Resultado esperado
	Funcionalidades	
<p>O que vamos construir neste MVP? Que ações serão simplificadas ou melhoradas neste MVP?</p>	4	Métricas para validar as hipóteses de negócio
	Plano & Cronograma	

Personas Segmentadas	Proposta do MVP	Resultado esperado
	Funcionalidades	
<b>Que aprendizado ou resultado estamos buscando neste MVP?</b>		cas para validar hipóteses de negócio

Personas  
Segmentadas

Proposta do MVP

Resultado esperado

# Como podemos medir os resultados deste MVP?

Job

ta validar  
ses de  
negocio

Custo & Cronograma

6

Personas  
Segmentadas

Proposta do MVP

Resultado esperado

Job

ta validar  
ses de  
negocio

Custo & Cronograma

7

## PERSONAS & PLATAFORMAS

Para quem é voltado o MVP e se é possível segmentar este grupo?

## JORNADAS

Quais as jornadas são melhoradas com este MVP?

## VISÃO DO MVP

Qual a visão para o MVP da inception?

## FUNCIONALIDADES

Quais ações o MVP irá simplificar ou melhorar?

## CUSTO & CRONOGRAMA

Qual o custo e a data prevista de entrega para o MVP?

## RESULTADO ESPERADO

Quais são os resultados esperados por este MVP?

## MÉTRICAS PARA VALIDAR AS HIPÓTESES DE NEGÓCIO

Como serão medidos os resultados do MVP, qual será a métrica usada?

<p><b>Personas e Plataformas</b></p> <p>Para quem é este MVP? Em que plataforma estará disponível? Exemplo: Lúcia, Gabriel Aplicativo para Android</p>	<p><b>Visão do MVP</b></p> <p>Acompanhar publicações de amigos. Compartilhar experiências</p>	<p><b>Resultado esperado</b></p> <p>Esperamos saber se as pessoas utilizariam um aplicativo para publicar e compartilhar suas fotos.</p>
<p><b>Jornadas</b></p> <p>Quais jornadas são atendidas ou melhoradas com este MVP? Exemplo: Jornada da Lúcia na ida para o trabalho. Jornada do Gabriel quando vai para um show.</p>	<p><b>Funcionalidades</b></p> <p><i>Publicar uma foto ou vídeo</i> <i>Logar na plataforma</i> <i>Fazer cadastro</i> <i>Curtir uma foto ou vídeo</i> <i>Visualizar fotos e vídeos</i></p>	<p><b>Métricas para validar as hipóteses de negócio</b></p> <p>Acreditamos que este MVP irá alcançar (resultado esperado). Saberemos que isso aconteceu baseado em ... Como podemos medir os resultados deste MVP?</p>
	<p><b>Custo &amp; Cronograma</b></p> <p>Equipe de Desenvolvimento MVP 1 em 60 dias</p>	



# Atividade 7:

Desenvolva o Canvas MVP



PUCRS online

