



DESIGN THINKING, UX E METODOLOGIAS ÁGEIS.



MATERIAL DE APOIO

Disciplina: Design Thinking, UX e Metodologias Ágeis: Experiência do Usuário (UX)

Nome da aula: **FASE DE IDEIAÇÃO**

Professor(a): Paula Faria

Tutor(a): Caroline Vendite

Introdução

Após a fase de empatia, vem a fase de ideação, momento esse de literalmente tirar a ideia do papel e validar o modelo de negócio da empresa. Para isso acontecer, é preciso identificar oportunidades, levantar hipóteses, validá-las e testá-las.

Objetivos da aula

- Benchmark
- Moodboard
- Uma técnica de criatividade
- Nosso exemplo: a ideação para o site

Resumo

A ideação é uma fase de divergir: de bolar quantas ideias forem possíveis. Deixar a mente fluir, como num brainstorming (uma tempestade de ideias), deixe vir qualquer ideia, por mais que pareça absurda. Depois é que vamos avaliar e escolher qual será testada. O objetivo é incentivar o grupo a liberar a criatividade. Nesse momento, quantidade é o que queremos e não qualidade.

Benchmark é o termo em inglês para a Pesquisa de Mercado. Vamos pesquisar tudo o que os concorrentes fazem no Brasil e no mundo. Não vamos nem copiar, nem apenas seguir o que os outros fazem, pois muitas vezes queremos inovar. Vamos observar funcionalidades, estilos visuais, posicionamento no mercado, proposta de valor, atrativos, pontos negativos, comportamento dos usuários e o que mais

quisermos.

Moodboard é um quadro de humor ou painel semântico. É um local onde vamos guardar todas as referências que encontrarmos que tenham a ver com o que queremos no nosso projeto. É uma espécie de representação visual dos achados. Ele serve para nos trazer inspiração, ideias e conexões entre imagens, palavras e textos.

Uma técnica de criatividade muito boa é a Lightning Decision Jam da empresa AJ&Smart. Ela nos ajuda a identificar problemas, bolar ideias e escolher as mais adequadas. Desenhamos um barco bem grande, com uma vela (o que nos leva para frente) e uma âncora (o que não nos deixa seguir. Cada pessoa da equipe (de 3 a 8 pessoas) escreve em um post-it os pontos positivos da empresa/produto, colocam ao lado da vela do barco e todos leem. Em seguida, cada pessoa da equipe escreve em um post-it os pontos negativos (barreiras) da empresa/produto, colocam ao lado da âncora do barco e todos leem. Todos ganham a chance de votar nos 3 problemas mais importantes e o problema mais votado será o escolhido. Em seguida, cada pessoa da equipe escreve em um post-it uma solução para aquele problema, respondendo à pergunta: "Como podemos resolver o problema escolhido?".

Todos ganham a chance de votar nas 3 melhores soluções e estas serão colocadas em ordem do que será executado primeiro.

Como aplicar na prática o que aprendeu

A melhor forma para sessões de ideação é fazer individual primeiro e, em seguida, em grupo. Começar com uma ideação em grupo pode fazer com que as vozes mais altas e fortes sejam seguidas, enquanto as ideias de quem é mais tímido ou introvertido não sejam ouvidas da mesma forma. Então, devemos deixar alguns minutos para que todos pensem sozinhos primeiro e começar a sessão de grupo só depois.

Crie um moodboard colaborativo em um arquivo na nuvem, como na ferramenta gratuita Google Slides ou Google Apresentações. Assim, todos podem participar, inserindo coisas que acharam na internet e que tenham a ver com o produto.

Conteúdo bônus

Tópicos avançados

Na atividade de benchmark, analise não somente os concorrentes, mas também serviços e produtos oferecidos em outras áreas, mas que podem ser adequados ao seu projeto. Com essa prática de pesquisa, você pode ter bons insights (faíscas de pensamento que nos fazem chegar a conclusões e/ou ideias de soluções). Dessa mistura de áreas é que saem muitas inovações no mercado.

Referência Bibliográfica

- AJ&SMART. **Design Sprint WORKSHOP. Lightning Decision Jam AJ&Smart.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=33hBnZzoFAg> . (Acesso em 17/10/2022)
- GARBIN, Jessica. **Um modelo de priorização eficiente — sem “achismos”.** Abril, 2021. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/um-modelo-de-prioriza%C3%A7%C3%A3o-eficiente-e-sem-achismos-baseado-em-valor-vs-esfor%C3%A7o-695a7e5cc857> . (Acesso em 17/10/2022)
- VIANNA, M. et al. **Design thinking: inovação em negócios.** Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. 162p.

Exercícios

1. Podemos dizer que a ideação:

- a) É a fase de testar ideias.
- b) É a fase de pensar em apenas uma única ideia.
- c) É a fase de definir problemas.
- d) É a fase de pesquisar usuários.
- e) É a fase de criar muitas ideias.

2. A fase da metodologia do design thinking que vem depois da definição costuma ser a:

- a) Ideação.
- b) Imersão.
- c) Empatia.
- d) Prototipação.
- e) Teste.

3. Por que o benchmark é uma ferramenta interessante para a ideação?

- a) Porque ele nos mostra a jornada.
- b) Porque ele nos mostra a persona.
- c) Porque ele nos ajuda a ter *insights* (ideias).
- d) Porque copiamos os concorrentes.
- e) Porque ele nos faz perder tempo.

4. Sobre o artefato chamado de *moodboard*, podemos dizer que ele:

- a) É uma persona.
- b) É uma espécie de pesquisa com usuário.
- c) É a representação da jornada.
- d) É uma espécie de representação visual dos achados.
- e) É toda a experiência do usuário.

Gabarito comentado

1. Letra E, pois a ideação é uma fase de divergir, de criar quantas ideias forem possíveis.

2. Letra A, pois a terceira fase da metodologia de Design Thinking (d.School) é a ideação, que vem depois da definição.

3. Letra C, pois o benchmark é uma ferramenta interessante para a ideação, porque nos ajuda a ter insights (ideias).

4. Letra D, pois o moodboard é uma espécie de representação visual dos achados.