

Design Thinking

Pensamento abdutivo, ou seja,

1. Formular perguntas através de observações realizadas; (solução se encaixa no problema e não deriva dele); habilidade de se manter fora da caixa - desvencilhar do pensamento lógico
2. Novo significado ao serviço ou relacionamento

PESQUISA

FOCO: PESSOAS

OBJETIVO: entender CULTURAS, EXPERIÊNCIAS, EMOÇÕES, PENSAMENTOS E COMPORTAMENTOS de forma a reunir informações para INSPIRAR O PROJETO;

LEVANTAMENTO DE DADOS: através da INTERAÇÃO entre pesquisador e sujeito da pesquisa, principalmente a partir de CONVERSAS SEMI-ESTRUTURADAS;

AMOSTRAGEM:

Representa QUALITATIVAMENTE a amostra e BUSCA POR PERFIS de USUÁRIOS EXTREMOS, pois o raro e o obscuro nas observações podem levar a uma nova e interessante ideia;

TIPO DE INFORMAÇÃO COLETADA:

COMPORTAMENTOS, OBJETOS E PALAVRAS que as pessoas USAM P EXPRESSAR SUA RELAÇÃO com as coisas e PROCESSOS ao seu redor.

DT - ETAPAS DO PROCESSO (podem permearem-se ao longo do processo)

ETAPA 1 - IMERSÃO

Imersão (mergulho no contexto) PRELIMINAR (entendimento inicial do problema = ESCOPO DO PROJETO E SUAS FRONTEIRAS+ IDENTIFICAR PERFIS DOS ATORES + DEFINIÇÃO DOS TEMAS QUE SERÃO INVESTIGADOS NA

imersão em profundidade) e em PROFUNDIDADE identificar as necessidades dos atores envolvidos no projeto + prováveis oportunidades

ao entender as experiências frente ao tema) ELABORA-SE UM PLANO DE PESQUISA ;

FERRAMENTAS

CADERNO DE SENSIBILIZAÇÃO - fase imersão

(usuário a distância / tema delicado) - mapear o que se quer obter como resultado de pesquisa.

- percepções sobre as experiências do participantes
-

SESSÕES GENERATIVAS (usuários do projeto)

Compartilhar experiências e opiniões - chegam no encontro familiarizados com os temas do projeto

UM DIA NA VIDA

simulação pessoa ou situação estudada - calçar os sapatos do seu objeto de estudo

SOMBRA

é o acompanhamento do ator ao longo de um período o pesquisador não interfere é apenas observa

ETAPA 2 - ANÁLISE E SÍNTESE - organizar os dados visualmente p apontar padrões p facilitar a compreensão do todo + IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E DESAFIOS que auxiliem na compreensão do problema;

FERRAMENTAS

CARTÕES DE INSIGHTS

São reflexões das pesquisa exploratória e em profundidade, transformadas em cartões de rápido manuseio (título, texto, fonte + local, momento do ciclo de vida do produto ...)

USAR na criação do DIAGRAMA DE AFINIDADES (identificar padrões e inter- relações dos dados e como consequência criar um MAPA DE RESUMO DA IMERSÃO) . Em SESSÕES DE IDEIAÇÃO COLABORATIVA para inspirar a geração de ideias. Ao criar uma solução pôde-se escolher mais de um insight.

COMO APLICAR:

Na pesquisa desk - Ao registrar questões relevantes e na explicação de um assunto;

Na pesquisa de campo no registro - das questões que saltamos os olhos; nos insights ao longo da imersão durante as reuniões de DEBRIEFING

(experiências dos pesquisadores são confrontadas e os PADRÕES E OPORTUNIDADES CAPTURADOS).

DIAGRAMA DE AFINIDADES

agrupamento dos cartões de insights gerando um diagrama que contém MACRO ÁREAS que delimitam o tema trabalhado, suas divisões e interdependências.

USAR na presença de muitos dados para identificar CONEXÕES entre TEMAS e de ÁREAS DE OPORTUNIDADE para o projeto. COMO APLICAR: após as pesquisas de campo e desk, sem nenhum pré- concebimento, obtém-se uma massa de dados cujos achados relevantes são capturados em cartões de insights que são organizados de forma colaborativa, por uma equipe multidisciplinar p não haver viés único na análise. Nesse processo são identificados TEMAS, SUBGRUPOS E CRITÉRIOS que auxiliam o entendimento dos dados. CADA ETAPA DEVE SER REGISTRADA E O RESULTADO AUXILIAR NA COMPREENSÃO DOS DADOS DE CAMPO E CONTRIBUA PARA A CRIAÇÃO DE FERRAMENTAS que serão usadas na ideação.

MAPA CONCEITUAL

CRITÉRIOS NORTEADORES

PERSONAS

MAPA DE EMPATIA (6 áreas)

JORNADA DO USUÁRIO

conhecer o problema/ sensibilizar a oferta/ aquisições do produto/ guardar o bilhete/ conferir resultado/ retorno

BLUE PRINT (p 90 PDF)

ETAPA 3 - IDEIAÇÃO - gerar ideias INOVADORAS através de atividades colaborativas que estimulem a criatividade - ideias são selecionadas para criar SOLUÇÕES conforme os objetivos do negócio, da viabilidade tecnológica e necessidades atendidas. PARA SEREM VALIDADAS NA ETAPA DE PROTOTIPAÇÃO;

FERRAMENTAS

Utilizar as mesmas ferramentas da fase de ANÁLISE.

+

BRAINSTORMING

estimular muitas ideias num curto espaço de tempo objetivando a solução criativa (inovadora e funcional) de oportunidades identificadas. Usar para gerar ideias em cima de questões relevantes originadas na Imersão e Análise. Aplicar avaliando qualidade pela quantidade/ neutralidade perante ideias/ atenção a perspectivas ousadas/ combinar e aprimorar ideias.

WORKSHOP DE COCRIAÇÃO

CARDÁPIO DE IDEIAS

MATRIZ DE POSICIONAMENTO

ETAPA 4 - PROTOTIPAÇÃO - auxilia a tangibilização das ideias, a fim de propiciar o APRENDIZADO CONTÍNUO e a EVENTUAL VALIDAÇÃO DA SOLUÇÃO

FERRAMENTAS

PROTÓTIPO EM PAPEL

MODELO DE VOLUME

ENCENAÇÃO

STORYBOARD

PROTÓTIPO DE SERVIÇO