# Gestão de Produtos e Inovação Pesquisa e Descoberta de Produto

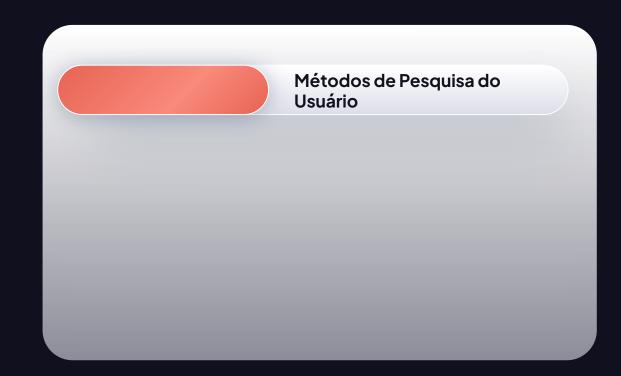
X ROCKETSEAT

Plataforma completa de aprendizado contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A

# Aula 1





"Se você não está ouvindo seus usuários, você está construindo algo para si mesmo, não para eles."

A pesquisa com os usuários é fundamental para o sucesso de qualquer produto.

Ela possibilita compreender as necessidades, expectativas e comportamentos dos usuários, permitindo criar produtos mais significativos e valiosos.

# Tipos de Pesquisa

## Pesquisa Quantitativa

- **Coleta de dados:** Orientada a números. Questionários, pesquisas online e testes padronizados são suas ferramentas para quantificar o que está investigando.
- Análise de dados: Estatísticas e fórmulas matemáticas entram em ação para analisar os dados coletados, revelando padrões e tendências.
- **Objetivo:** Encontrar respostas gerais e abrangentes, como "Quantas pessoas preferem o produto A ao produto B?".
- Vantagens: Permite generalizar os resultados para um grupo maior e facilita a comparação entre diferentes estudos.
- **Desvantagens:** Pode deixar de lado a riqueza de detalhes e as experiências individuais dos participantes.

## Pesquisa Qualitativa

- **Coleta de dados:** Orientada a significados. Entrevistas, grupos focais e observações participativas são seus métodos para capturar as percepções, experiências e opiniões dos participantes.
- Análise de dados: A análise de conteúdo e a teoria fundamentada são usadas para interpretar os dados coletados, buscando padrões e temas emergentes.
- **Objetivo:** Compreender a fundo um fenômeno, explorando as "histórias" e vivências dos participantes.
- Vantagens: Oferece uma visão aprofundada e contextualizada do tema em questão.
- **Desvantagens:** Dificuldade de generalizar os resultados para um grupo maior, devido à natureza subjetiva da coleta de dados.

# Pesquisa Mista

- **Combinação:** A pesquisa mista reúne os dados quantitativos e qualitativos para construir uma investigação mais completa.
- **Objetivo:** Busca uma compreensão mais abrangente e profunda do fenômeno, triangulando os resultados de ambas as abordagens.
- Vantagens: Combina as vantagens das pesquisas quantitativa e qualitativa, fornecendo uma visão mais completa e robusta do problema.
- **Desvantagens:** Requer mais tempo, recursos e expertise do pesquisador para ser realizada de forma adequada.

# Métodos de Pesquisas do Usuário

#### Entrevistas

- Descrição: Conversas individuais com usuários para obter informações mais aprofundadas sobre suas experiências, necessidades e motivações.
- Vantagens: Permite coletar dados qualitativos ricos e detalhados.
- Desvantagens: Pode ser demorado e dispendioso.



# Pesquisas

- Descrição: Questionários online ou presenciais para coletar dados de um grande número de usuários.
- Vantagens: Permite coletar dados quantitativos de forma rápida e eficiente.
- Desvantagens: Pode ser difícil formular perguntas que capturem com precisão as experiências e opiniões dos usuários.



#### Testes de Usabilidade

- Descrição: Observação de usuários enquanto eles interagem com um produto para identificar problemas de usabilidade.
- Vantagens: Permite identificar problemas específicos que os usuários enfrentam ao usar o produto.
- Desvantagens: Pode ser difícil encontrar usuários dispostos a participar dos testes.



### Análise de Dados

- Descrição: Coleta e análise de dados de uso do produto para entender como os usuários estão realmente interagindo com ele.
- Vantagens: Permite identificar padrões de uso e áreas de oportunidade para melhorar o produto.
- Desvantagens: Pode ser difícil coletar dados de alta qualidade e interpretá-los corretamente.



# Qual abordagem escolher?

A escolha da abordagem ideal depende dos **recursos disponíveis** e dos seus **objetivos**.

Se busca **generalizações**, a **quantitativa** pode ser a sua aliada. Se busca compreender a fundo as **experiências e motivações** dos participantes, a **qualitativa** te dará as respostas.

E se precisa de uma investigação **completa e robusta**, a **mista** te guiará pelo caminho certo.

# Benefícios da Pesquisa com Usuários

- Tomar decisões baseadas em dados: Evitar suposições e garantir que o produto esteja alinhado com as necessidades reais dos usuários.
- Criar produtos que os usuários amam: Desenvolver produtos que sejam úteis, fáceis de usar e proporcionem uma ótima experiência do usuário.
- Aumentar a probabilidade de sucesso do produto: Lançar produtos com maior chance de serem adotados e usados pelos usuários.
- Melhorar o ROI do investimento em produtos: Desenvolver produtos que geram valor para os usuários e para a empresa.



"A pesquisa do usuário é a melhor maneira de garantir que você está construindo algo que as pessoas realmente querem usar."

# OBRIGADO!:)

# Gestão de Produtos e Inovação

Desenvolvimento de Personas e Jornadas dos Usuários

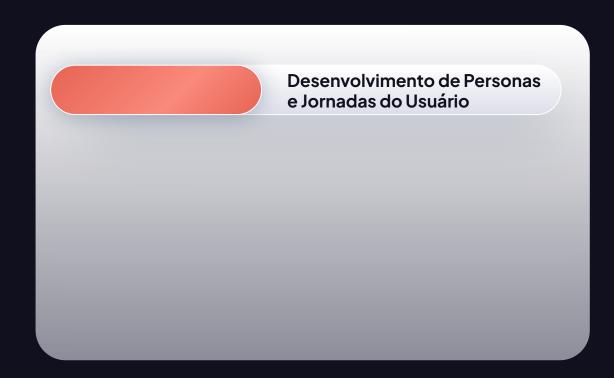
>? ROCKETSEAT

Plataforma completa de aprendizado contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A

# Aula 2



Nesta aula iremos nos aprofundar em formas de conhecermos necessidades, desejos, motivações e dores dos nossos clientes através do desenvolvimento de personas e criação da jornada de usuário.

# O que é Persona?

A persona é uma representação semi fictícia do cliente ou usuário ideal. Não é um personagem completamente inventado, pois se baseia em dados reais sobre seus clientes.

Geralmente, a persona possui um nome, idade, localização, função, setor, hábitos e um conjunto de comportamentos que resumem o perfil dos seus principais usuários, representando de forma precisa seus clientes.

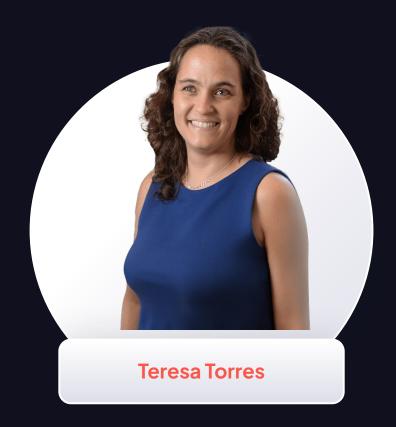


Em algumas empresas, os times de Marketing e Design também pode utilizar o conceito de persona, atribuindo nomes, como: buyer persona ou user persona.

Quais os principais benefícios de criar personas?

A criação de uma persona tem diversos objetivos, entre eles:

- Tornar concretas as pessoas para quem a empresa desenvolve produtos e comunicação;
- Compreender os problemas, motivações e necessidades dos clientes;
- Identificar o perfil comportamental dos usuários;
- Conhecer as preferências de consumo dos clientes e como eles utilizam o seu produto.



"Personas não são apenas sobre criar personagens fictícios. Elas são sobre construir uma profunda compreensão dos nossos usuários, para que possamos criar produtos que realmente resolvam seus problemas."

Passos para criar personas para o seu produto

#### 1 Realizar pesquisas com prospects e usuários reais de seu produto:

Para desenvolver uma persona, é essencial realizar pesquisas com os usuários e clientes em potencial para entender melhor seu público-alvo e suas características principais. Algumas informações podem ser obtidas facilmente com a ajuda dos times de Marketing/CRM, que registram dados como idade, gênero e localização através de formulários simples preenchidos pelos clientes.

No entanto, além dessa abordagem, é recomendável enviar questionários mais detalhados ao seu público, visando captar informações mais específicas e complexas que não podem ser obtidas por outros meios.

#### 1Realizar pesquisas com prospects e usuários reais de seu produto:

Algumas perguntas para usuários e clientes potenciais que podem auxiliar na criação da persona:

- Quais são seus objetivos e desafios mais significativos atualmente? (estes devem estar relacionados ao segmento do seu produto)
- Como você consome conteúdo? Prefere vídeos, posts em blogs, infográficos, redes sociais?
- Quais são seus canais preferidos para atendimento?
- Qual gênero musical você costuma ouvir?
- Quais são suas prioridades no momento? (aqui, você pode fornecer uma lista de opções alinhadas ao seu produto)
- Quais são suas principais responsabilidades no trabalho?

#### 2 Realizar levantamento de dados primários e secundários:

O estudo de personas requer uma coleta abrangente de informações demográficas e comportamentais dos usuários. Além de realizar pesquisas diretas com usuários e potenciais clientes, é fundamental utilizar dados obtidos através de sistemas de gestão e ferramentas de análise.

#### 2 Realizar levantamento de dados primários e secundários:

Além das informações mencionadas anteriormente, outros dados relevantes para a construção das personas incluem:

- Profissão
- Cargo
- Setor ou segmento da empresa em que atuam
- Estrutura familiar (se têm filhos ou vivem com outras pessoas)
- Estado civil
- Atividades de lazer e interesses pessoais

#### 3 Incluir as principais informações levantadas em um *framework*

Após reunir todas as informações, é necessário identificar padrões e selecionar os dados mais relevantes para criar as personas do produto.

É essencial que esse documento seja visualmente atraente e de fácil compreensão para todos os stakeholders da empresa e, principalmente, para seu time de Produto. Afinal, a persona deve ser uma referência constante e não pode ser esquecida.

# Representação de uma Persona

#### **PERSONA**

Insira uma foto Nome:

Idade:

Profissão:

Onde vive:

Mini-biografia:

Resumo da vida em poucas palavras

Personalidade:

Características, qualidades, crenças, valores

Marcas que admira/consome:

Marcas que utiliza e indica para pessoas. Aplicativos, produtos e dispositivos tecnológicos que possui.

#### Necessidades:

O que ela precisa e não vive sem?

#### Dores/frustrações:

Quais são as expectativas não atendidas?

#### Medos/receios:

O que a impede de tomar uma decisão ou de fazer algo? O que a impede de comprar algo?

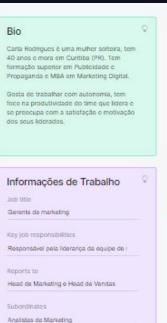
#### Objetivos:

O que ela precisa fazer e resolver? Ela tem sonhos? O que a motiva para comprar algo?

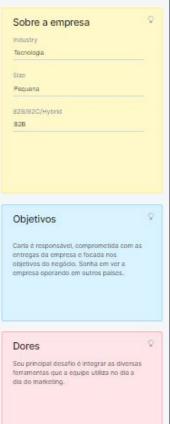


Carla Rodrigues





apel no processo de ompras	0
a responsável pela liderança da equipe marketing e pelas tomadas de decisão compra.	





"Personas não são apenas para designers e gerentes de produto. Elas são para toda a equipe, para que todos estejam na mesma página e trabalhando em direção ao mesmo objetivo."

### Jornada do Usuário



"A jornada do usuário é a história de como as pessoas usam seu produto para alcançar seus objetivos."

A jornada do usuário ideal é aquela que estabelece um ciclo completo de interação entre o cliente e a marca, produto ou serviço. Portanto, dedicar tempo e esforço para compreender como essa relação se desenvolve com os clientes do seu negócio é vantajoso por si só.

Jornada de usuário é uma ferramenta de ilustração de um processo de realização de um objetivo:

- Visualização dos pontos de contato com diferentes áreas da empresa;
- Mapeamento de objetivos do usuário, ações e emoções;
- Identificação de pontos de dor;

Etapas da jornada			
Passos			
Ações			
Componentes			
Pensamentos			
Sentimentos			
Experiência			
Oportunidades			











Journey Security	A new trip		Trip assigned		Pick up		During the trip		Arrival	
occurr,	Rider	⊕ Driver	Rider	⊕ Driver	Rider	⊕ Driver	Rider	<b>⊕</b> Driver	Rider	⊕ Driver
Description of the moment	To order a trip, and while they wait, the riders try to essure to be in a secure setting where they can use their envelopmen.	When receiving a trip, the driver pays special etteration to the information available on payment form (cost)	The rider checks the details on the trip (map, car and driver) they have now received	Once the driver has accepted the trip, they check the move detailed information on the user and the trip (number of previous trips, destination)	When the cor has arrived, the rider checks the number plate and the picture of the driver to confirm if it coincides with the left in the app.	Once they have serived to the pick-up point, they check the aspect of the passengers	During the trip, the rider is paying attention to the route and the attitude of the driver	During the trip, the driver is poying attention to the rident behaviour especially if there is a group	Choos they have an fived to the destination, only cosh riders need to die a transaction	Choe they have left the passenger in the destination, they crit have to exceive payment from cosh fiders. If they are in a designature critical they need to go back letto a secure area.
State of alertness	Medium	Medium	Very low	High	High	High	Very high	Very high	Low	High
Elements that provoke insecurity	Esternal disensets impecially ribbery of smorphosa or betraggings	Accepting a tile knowing very filte deca it when them to a part of return of the month principles of the service service.  False rider accepts  False rider accepts	<ul> <li>Photos that do not receive to confidence with the slear that allow in colors in our diseases at least properly the face, that quality of the colors in a properly the face, that quality of the colors to present interesting in colors of process the present interesting in colors of prices and the colors of the consonally have admiss and pfield.</li> </ul>	Cyrin Selectionarité des dissipants para linearies des principals de la colonial de l'appropriété la célé en prediction de sacción.  Najet force julicipaminaries, construité attendi and first trè user Dissa verifies, orange de la tenencia de l'intérité user Dissa verifies.	The conditions of the cur (six), demagned, defaul, is a sent femal.  The other observed regions is be the some on in the photol of dega.  The inches plate is not the assessed to the one agreement you the appearing as the app.  When the our does not continue exactly to place of pick so.	Append of the processing liquiditions of thinder and shown of the first processing the processing of the control individual for the control of the control individual for the control of	File diver changes for mote:     The diver causes by the search process with someone     The diver causes by the search process     The diver date of the search process of	Figure older many in a reconstruction control fixed directly at the officer method and not one positions, that directly a level of mode, in terms or level positions, and indirectly a level of mode, in terms or all not past patter processers.  If the risk of exercise is change the noute, the disection of the other parts in change the noute, the disection of the other parts in change the noute, the disection of the other parts in the other parts.  Instead disection, the parts in the parts of the other parts of the pa	Enternal reference, sepacol by during right or in disrepreses some fold-benear associated	Execute demonstrate expectably during right of in Surgeries ment child river in reasonal. If there is the country of an expectably to the periodic properties of the properties of the the periodic properties of the properties of the contraction of the country of the country of the country of the country of the country of country o
What are their strategies?	Order that are reduced to the 4 secure withing from exchanged, end.)	South of cold payments during light, or ear, select of the age in dropment once of the day     Profiles thereties it secure great of the day	<ul> <li>To should be protected for elever finds along door of generate four, come offers cover that any present four, come offers cover that any</li> </ul>	<ul> <li>They should find the king could be risky.</li> <li>They conflict continues to wishing the king and if it not wishing the king could reduce the vision for the very continue for the vision field from the should be risky and it is also with the county fine the deliver district field for the county fine the deliver district field from the county fine the deliver district field from the county fine the county fine</li></ul>	They closed if the places and wanter pions modelled.     Some closes removale the information is they dissect mental to take out the places on they dissect mental to take out the places organized.	They down down or rate before the paid as paid to clean the expect of the patenting or offer setting. If they do't to the expect of the patenting or offer setting. If they do't to the patenting or offer setting the expect of t	Block of the 10 cells indicated by Andréege or speel or electric for the 20 cells of the 10 cells of the	<ul> <li>Sharing An Yu with militaries or other diskers (by what large or 2 hald.</li> <li>Chemistry by the behaviour of the rifers at all threat (in the entrol.)</li> <li>The entrol.)</li> <li>The entrol.)</li> <li>The entrol.)</li> <li>The entrol.)</li> <li>The entrol. In the entrol. In the entrol.</li> <li>The entrol. In the entrol. In the entrol. In the entrol.</li> <li>The entrol. In the entrol. In the entrol. In the entrol.</li> <li>The entrol. In the entrol. In the entrol. In the entrol.</li> <li>The entrol. In the entrol. In the entrol.</li> <li>The entrol. In the entrol. In the entrol.</li> <li>The entrol. In the entr</li></ul>	Asking the driver is work well their hore given into the building.	Exhibiting off the opp unif they are not of the disrepresent one. On the disrepresent one one of the disrepresent one of the control of the c
What is Cabify doing to reduce the insecurity in the app?		Ope in coats     Showing If it is coath ride     Showing If it is coath ride     Principally operating in source creas of the claim.     Blooking combinations are also after creas for coath operated during right firms Stepansia on coar 8y-total.	Othering edecusts information in this moment	Showing disstration before pick up and information on number of tips (first trips)	Rider concellation	Option to include a picture last mean yours flow not solded one where they can be identified.     Option to call the 4 day but the photos nortifiers are not distingly reliabled.	SOS buston in MX     Option to show the hip	Occarionals, Cabilly colls, d-leass when they defect     Conservals, Cabilly colls, d-least share they defect     secured of these and 500     conserval of these and 500	Some shars notify the owner of the occount of the control of the owner of the occount of the control parasit.  The owner parasit  The owner p	Blocking some dangarous erass and other ones for some daning high time (depends on country/cit)
What are their ideas for improvements?		Rection of prescript interference of first type,     Rection of prescript interference of first type,     Rection of prescript interference of the court is consistent to an appropriate court     Contract and twelf stream of all prescript interference of the court interfere	Systems from young they direct how does on hind     Error complained in himsilving time in which the     State complained in himsilving time in which the     State described in himsilving of they downs good counter,     Systems and they are they down some counter     State in himsilving is plainteen right and direct	Instituted for addition of tigs (that, below, as).     Conceiving section     Conceiving section     Conceiving sections and sections are sections and sections.	Other with a facility required of the British of the Indian of Indian o	Agent and has done collected as identified and many and collected as identified a	Nuclear of the  Assessment for darking and the solding of the sold	After the control of	Play after a few and have called a figure program have     County and generates the remark of "County facility     County and generates the remark of the first date of the first and the few and the first and	Agree or regulation or not again informing fine days     Agree from partners of which informing from the control of the c
What are competitors doing?		Breet Shows the distination	Uber Shows the noting of the sheer  Feet In your collection not reveal phone number of riber	User  Allows driven to concell or tips they don't tout  Shows rating of the rider	Move the driver take a softle arous in a white DCN Sends a sound notification to the phone when the driver is around;	Uber  Moss drivers to concell a finitive don't hust  Obst with powerger  Beet Chot with powerger	Shee' & DECI Force buston Shee' Allows to shows the location	User & DIDI Forcio Button  User  Coption to shore the boorton  User allows rider to introduce multiple destinations		Ubers Best Ride home copton

Como mapear a Jornada do Usuário?

#### 1. Defina seu objetivo:

Antes de começar a mapear a jornada do usuário, é importante ter um objetivo claro em mente. Pergunte-se o que você espera obter com essa análise e como ela contribuirá para a melhoria da experiência do usuário. Alguns possíveis objetivos podem ser identificar pontos de atrito, entender as necessidades dos usuários ou otimizar a conversão. Ter um objetivo claro ajudará você a direcionar seus esforços para a análise.

#### 2. Identifique seus usuários:

Um passo crucial para mapear a jornada do usuário é identificar os diferentes tipos de usuários que interagem com seu produto ou serviço. Isso pode ser feito através da criação de personas, que são representações fictícias de diferentes segmentos de usuários com características, comportamentos e necessidades específicas. Ao entender quem são seus usuários, você poderá mapear suas jornadas de forma mais precisa.

#### 3. Mapeie as etapas da jornada:

Agora é hora de mapear as etapas que os usuários percorrem ao interagir com seu produto ou serviço. Comece do ponto inicial, que pode ser a descoberta do produto, e vá seguindo o caminho que os usuários percorrem até alcançar o objetivo desejado. Por exemplo, se você possui um e-commerce, as etapas podem incluir pesquisa, seleção de produtos, compra e pós-venda. Lembre-se de considerar todas as possíveis interações e touchpoints ao longo da jornada.

#### 4. Adicione detalhes às etapas:

Ao mapear as etapas da jornada, é importante adicionar detalhes relevantes para cada uma delas. Isso pode incluir informações como as ações realizadas pelos usuários, as emoções sentidas em cada etapa e os canais utilizados para interagir com o produto ou serviço. Quanto mais detalhes você adicionar, mais compreensão terá sobre a experiência do usuário em cada etapa da jornada.

#### 5. Identifique pontos de atrito e oportunidades:

Ao revisar as etapas e detalhes da jornada do usuário, é hora de identificar pontos de atrito e oportunidades. Os pontos de atrito são momentos em que os usuários encontram dificuldades ou frustrações, enquanto as oportunidades são situações em que há espaço para melhorar a experiência do usuário. Por exemplo, um ponto de atrito pode ser a complexidade do processo de checkout em um e-commerce, enquanto uma oportunidade pode ser a criação de um sistema de recomendação personalizada para produtos.

#### 6. Crie soluções para aprimorar a experiência:

Com base nas informações coletadas sobre os pontos de atrito e oportunidades, é hora de criar soluções para aprimorar a experiência do usuário. Isso pode envolver melhorias no design e na usabilidade do produto, a implementação de novos recursos ou a otimização de processos. Certifique-se de que as soluções propostas estejam alinhadas com os objetivos estabelecidos no início do processo de mapeamento.

### Benefícios da Jornada do Usuário

- Alinhamento e comunicação: Mapear a jornada do usuário é extremamente benéfico para equipes que utilizam OKRs e outros sistemas de monitoramento de resultados, pois facilita a transparência e o alinhamento entre líderes e equipes.
- **Decisões baseadas em dados:** As informações obtidas durante o mapeamento da jornada do usuário podem servir de base para decisões sobre o roadmap do produto.
- Inovação focada no cliente: O mapeamento da jornada do usuário proporciona insights valiosos que podem orientar a inovação, permitindo identificar oportunidades para criar novos recursos ou produtos com base no feedback dos usuários.
- **Credibilidade:** Esse processo permite identificar e corrigir falhas, reforçando a confiança na marca.

# OBRIGADO!:)

## Gestão de Produtos e Inovação

Design Thinking e empatia com o usuários

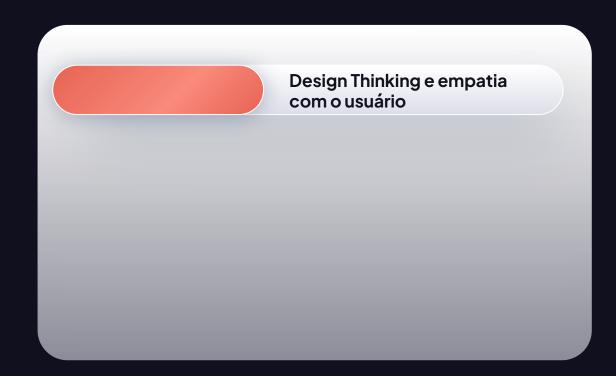
>? ROCKETSEAT

Plataforma completa de aprendizado contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A

### Aula 3



**Design Thinking** é uma abordagem centrada no ser humano que utiliza ferramentas e técnicas do design para **resolver problemas complexos e criar soluções inovadoras.** 

Em vez de partir de uma solução pronta, o Design Thinking **incentiva a imersão no problema, a geração de ideias criativas e a prototipação rápida para testar e refinar as soluções.** 



David Kelley

Engenheiro, designer, empresário, educador e co-fundador da IDEO



**Tim Brown** 

Presidente da IDEO e vice-presidente da kyu Collective

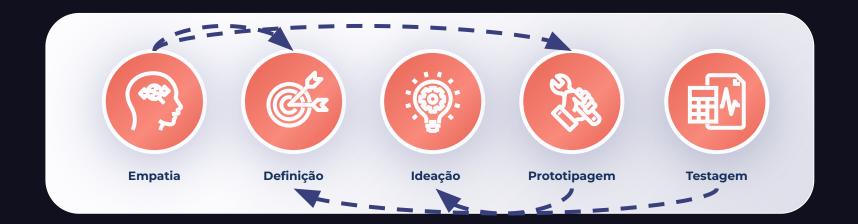
Na época, enquanto as empresas do setor contratavam majoritariamente publicitários, designers e artistas, Kelley optou por montar uma equipe multidisciplinar para seus projetos.

Médicos, engenheiros, artistas, músicos e outros profissionais (incluindo o próprio Kelley, formado em engenharia elétrica) faziam parte do grupo da David Kelley Design, empresa predecessora da IDEO.

### Curiosidade



Em 1980, Steve Jobs procurou David Kelley com uma missão: **desenvolver um mouse para o Lisa**, o inovador computador de Jobs. Esse foi apenas um dos muitos projetos da IDEO que se tornaram conhecidos por transformar o mundo.



Fonte: interaction-design.org

#### **Empatia**

O primeiro estágio é **entender profundamente as necessidades, dores e desejos dos usuários**. A empatia é a base do Design Thinking, pois coloca as pessoas no centro do processo.

#### Principais Ações:

- Realizar pesquisas qualitativas (entrevistas, observações, imersão no contexto do usuário).
- Mapear jornadas do usuário para identificar pontos de contato e oportunidades.
- Utilizar técnicas como personas e mapas de empatia para sintetizar insights.

#### Objetivo:

Compreender o problema a partir da perspectiva do usuário, sem julgamentos ou suposições.



#### Definição do Problema

Neste estágio, os insights coletados na fase de empatia são organizados e sintetizados para **definir o problema central** que precisa ser resolvido.

#### Principais Ações:

- Identificar padrões e temas comuns nas necessidades dos usuários.
- Formular uma declaração clara e focada do problema (problem statement).
- Evitar definições muito amplas ou vagas.

#### **Exemplo de Problem Statement:**

"Como podemos ajudar jovens profissionais a economizar tempo no planejamento de refeições saudáveis durante a semana?"

#### Objetivo:

Criar um foco claro para guiar as próximas etapas do processo.



#### Ideação

A ideação é o estágio de **geração de ideias criativas** para resolver o problema definido. Aqui, a quantidade é mais importante do que a qualidade, e todas as ideias são bem-vindas.

#### Principais Ações:

- Realizar sessões de brainstorming com equipes multidisciplinares.
- Utilizar técnicas como SCAMPER, mind mapping e "E se...?" para estimular a criatividade.
- Promover um ambiente livre de julgamentos para encorajar a inovação.

#### Objetivo:

Explorar uma ampla gama de possíveis soluções antes de selecionar as melhores.



Todos os direitos reservados

#### Prototipagem

Neste estágio, as ideias selecionadas são transformadas em **protótipos tangíveis** que podem ser testados. Protótipos podem ser simples e de baixo custo, como esboços, maquetes ou versões básicas de um produto.

#### Principais Ações:

- Criar versões simplificadas da solução (ex.: wireframes, mockups, modelos físicos).
- Focar na funcionalidade principal, sem se preocupar com detalhes estéticos.
- Utilizar ferramentas como papel, caneta, impressão
   3D ou softwares de design.

#### Objetivo:

Materializar as ideias para que possam ser testadas e validadas com os usuários.



#### **Teste**

O estágio de teste envolve **validar os protótipos com os usuários reais** para coletar feedback e identificar melhorias. É uma fase iterativa, onde os insights podem levar a ajustes no protótipo ou até mesmo a uma revisão do problema.

#### Principais Ações:

- Realizar testes de usabilidade e observar como os usuários interagem com o protótipo.
- Coletar feedback qualitativo e quantitativo.
- Iterar com base nas descobertas, refinando a solução ou voltando a estágios anteriores, se necessário.

#### Objetivo:

Garantir que a solução final atenda às necessidades dos usuários e resolva o problema de forma eficaz.



Todos os direitos reservados

### **Princípios Fundamentais**





Colaboração



Iteração

O Design Thinking é uma ótima ferramenta para resolver problemas complexos e criar soluções inovadoras que atendem às necessidades dos usuários.

### Por que implementar Design Thinking?

### Soluções Centradas no Usuário:

- Compreensão profunda: Permite entender as necessidades, desejos e comportamentos dos usuários de forma mais profunda.
- Produtos e serviços relevantes: Garante que as soluções desenvolvidas sejam relevantes e atendam às expectativas dos usuários.
- Aumento da satisfação do cliente: Contribui para uma maior satisfação do cliente, aumentando a fidelidade e o sucesso do negócio.

#### Inovação e Criatividade:

- Geração de novas ideias: Estimula a geração de ideias criativas e inovadoras para resolver problemas.
- Quebra de paradigmas: Incentiva a equipe a pensar fora da caixa e a desafiar o status quo.
- Desenvolvimento de soluções diferenciadas: Contribui para o desenvolvimento de produtos e serviços que se destacam no mercado.

#### Melhora da Eficiência:

- Identificação de problemas: Permite identificar problemas e oportunidades de melhoria de forma mais rápida e eficaz.
- Redução de custos: Ajuda a evitar o desenvolvimento de produtos ou serviços que não atendem às necessidades dos usuários.
- Aumento da produtividade: Otimiza os processos e aumenta a produtividade da equipe.

#### Tomada de Decisão:

- Baseada em dados: As decisões são tomadas com base em dados e insights coletados durante o processo.
- Redução de riscos: Permite testar e validar as ideias antes de investir em um desenvolvimento completo.
- Aumento da confiança: Aumenta a confiança nas decisões tomadas, pois elas são baseadas em uma compreensão profunda do problema e do usuário.

#### Colaboração e Trabalho em Equipe:

- Fomenta a colaboração: Estimula a colaboração entre diferentes áreas e pessoas com diferentes habilidades.
- Melhora a comunicação: Melhora a comunicação entre os membros da equipe.
- Cria um ambiente de inovação: Cria um ambiente de trabalho mais colaborativo e inovador.

#### Adaptação às Mudanças:

- Flexibilidade: Permite adaptar-se rapidamente às mudanças do mercado e às necessidades dos usuários.
- Agilidade: Aumenta a agilidade da organização na entrega de soluções.

## CASE TOTALPASS



Ao colocar o usuário no centro do processo e adotar uma abordagem colaborativa e interativa, **o Design Thinking permite que as organizações se adaptem às mudanças e se mantenham competitivas.** 

# OBRIGADO!:)

# Gestão de Produtos e Inovação

Validação de hipóteses e construção de MVP (Minimum Viable Product)

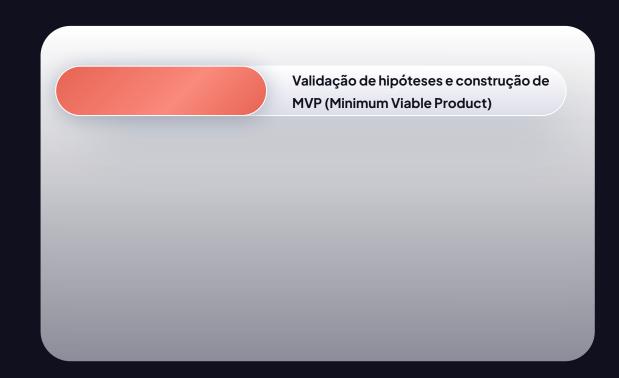
>? ROCKETSEAT

Plataforma completa de aprendizado contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A

### Aula 4



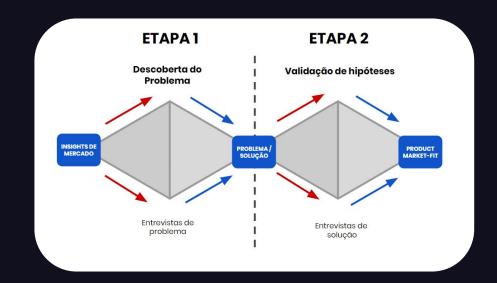
Todos os direitos reservados

A validação de hipóteses e a construção de um MVP (Minimum Viable Product) são práticas essenciais no desenvolvimento de produtos, especialmente em metodologias ágeis e lean. Elas ajudam a reduzir riscos, economizar recursos e garantir que o produto atenda às necessidades reais dos usuários.

# Validação de Hipóteses

Todos os direitos reservados

A validação de hipóteses é o processo de testar suposições sobre o produto, o mercado ou os usuários antes de investir tempo e recursos significativos. O objetivo é confirmar ou refutar essas suposições com base em dados reais.



# Passos para Validar Hipóteses

### 1. **Definir as Hipóteses**:

- Formule suposições claras e testáveis sobre o problema, a solução ou o mercado.
- Exemplo: "Usuários estão dispostos a pagar R\$ 50 por mês por um aplicativo de meditação guiada."

### 2. Priorizar Hipóteses:

- Identifique as hipóteses mais críticas para o sucesso do produto.
- Use critérios como impacto e incerteza para priorizá-las.

### 3. Escolher Métodos de Validação:

- Entrevistas e Pesquisas: Coletar feedback direto dos usuários.
- Testes A/B: Comparar duas versões de uma funcionalidade ou página.
- Landing Pages: Criar uma página simples para medir o interesse em uma ideia.
- Protótipos: Testar versões simplificadas do produto com usuários reais.

#### 4. Coletar e Analisar Dados:

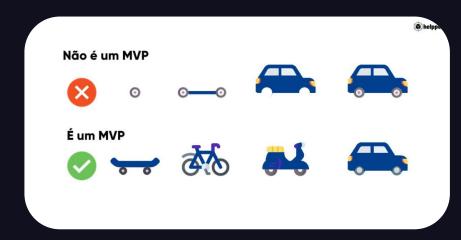
- Use métricas quantitativas (ex.: taxa de conversão) e feedback qualitativo (ex.: entrevistas).
- Avalie se os dados confirmam ou refutam a hipótese.

### 5. Tomar Decisões:

- Se a hipótese for validada, avance para a próxima etapa.
- Se for refutada, ajuste a hipótese ou pivote a ideia.

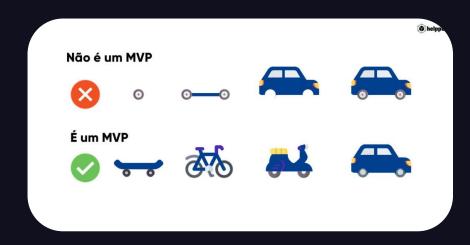
### MVP (Minimum Viable Product)

O MVP é a versão mais simples de um produto que permite testar as hipóteses principais com o mínimo de esforço e recursos. Ele não precisa ser perfeito, mas deve entregar valor suficiente para atrair usuários e gerar aprendizado.



#### Características de um MVP:

- Focado no Essencial: Inclui apenas as funcionalidades necessárias para resolver o problema central.
- Rápido e Econômico: Desenvolvido com o mínimo de tempo e custo possível.
- Orientado a Aprendizado: Projetado para validar hipóteses e coletar feedback.



### Como construir um MVP?

#### Definir o Problema Central:

 Com base nas hipóteses validadas, identifique o problema principal que o MVP deve resolver.

#### 2. Identificar Funcionalidades Essenciais:

- Liste as funcionalidades mínimas necessárias para entregar valor ao usuário.
- Priorize com base no impacto e na complexidade.

#### 3. **Desenvolver o MVP**:

- Use ferramentas e métodos ágeis para criar uma versão funcional rapidamente.
- Exemplos: wireframes, protótipos clicáveis, versões beta.

#### 4. Testar com Usuários Reais:

- Lance o MVP para um grupo pequeno de usuários ou em um mercado limitado.
- o Coletar feedback e métricas de uso.

#### 5. Iterar com Base no Feedback:

- Use os dados coletados para melhorar o produto.
- Adicione novas funcionalidades ou ajuste as existentes.

## Relação entre Validação de Hipóteses e MVP

- Validação de Hipóteses: Antes de construir o MVP, valide as suposições críticas para garantir que o produto tem potencial de sucesso.
- MVP: Use o MVP como uma ferramenta para validar hipóteses em um ambiente real, com usuários reais.

### **Exemplo Prático:**

- Hipótese: "Usuários querem uma forma rápida de pedir comida de restaurantes locais pelo celular."
- Validação Inicial: Pesquisas e entrevistas mostram que há interesse.
- MVP: Um aplicativo simples que permite pedir comida de 3 restaurantes próximos.
- Teste: Lançar o MVP em uma cidade e medir a adoção e o feedback.
- Iteração: Adicionar mais restaurantes e funcionalidades com base no feedback.

## Benefícios da Validação de Hipóteses e MVP

- Redução de Riscos: Evita investir em ideias que não têm mercado.
- **Economia de Recursos**: Foca esforços no que realmente importa.
- Aprendizado Rápido: Coleta dados reais para guiar decisões.
- Maior Chance de Sucesso: Garante que o produto atenda às necessidades dos usuários.

# OBRIGADO!:)