

Desenvolvimento Mobile

Módulo III - Aulas 03 e 04

Eder Farias¹
José Maria Monteiro¹
Leonardo Moreira¹

Universidade Federal do Ceará (UFC)

2022

Apresentação e Objetivos



Apresentação das fases do Design Thinking.



Apresentação e Objetivos

Apresentaremos cada uma das fases que compõem do Design Thinking



programe_ce

Agenda

- ① Etapas do Design Thinking
- ② Empatia (Insights)
- ③ Definição
- ④ Ideação
- ⑤ Protótipo
- ⑥ Testes



programe_ce

Etapas do Design Thinking

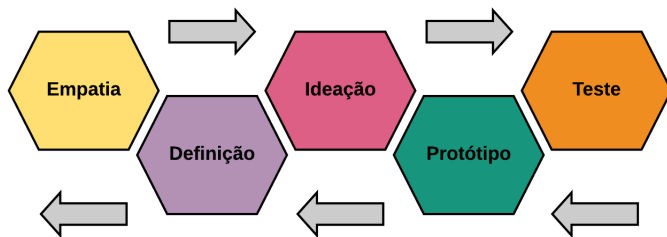


Figura 1: Fases do Design Thinking.



programa_ce

Etapas do Design Thinking

Em nosso material apresentaremos as fases do Design Thinking sequencialmente, mas na prática o processo nem sempre é linear.

Devido a sua natureza não linear, a configuração das fases de um processo pode ser customizada de forma a se adequar a um problema ou projeto em questão.



programa_ce

Etapas do Design Thinking

- ① **Ideação** - Faça uma pergunta: Identifique uma pergunta motivadora que inspire outras pessoas a buscar soluções criativas;
- ② **Definição** - Reúna inspiração: Inspire novos pensamentos descobrindo o que as pessoas realmente precisam;
- ③ **Ideação** - Gere Ideias: Afaste soluções óbvias para chegar a ideias inovadoras.
- ④ **Protótipo** - Torne as ideias tangíveis: Construa protótipos aproximados para aprender a melhorar as ideias;
- ⑤ **Teste** - Teste para aprender: Refine ideias, coletando *feedback* e experimentando adiante.



programe_ce

Etapas do Design Thinking

Passar pelas fases do Design Thinking pode (e deve) levá-lo a **soluções inovadoras e disruptivas**;

A seguir falaremos um pouco de cada uma das fases do Design Thinking.



programe_ce

Agenda

- 1 Etapas do Design Thinking
- 2 Empatia (Insights)**
- 3 Definição
- 4 Ideação
- 5 Protótipo
- 6 Testes



progame_ce

Empatia (Insights)

Também conhecida como fase de imersão, a etapa de empatia **trata-se de uma fase em que se faz uma imersão nas necessidades do seu público-alvo.**



programe_ce

Empatia (Insights)

Nesta primeira fase você deve se **aproximar do problema**, a partir das mais **diversas perspectivas e pontos de vista**;

É importante que nesse momento, se “gaste o tempo” pesquisando, estudando e procurando referências;

Devemos resistir ao desejo de encontrar uma solução imediatamente.



programe_ce

Empatia (Insights)

A coleta de informações sobre seu consumidor-alvo é uma parte crítica da abordagem de Design Thinking;

O foco agora é transformar os problemas em perguntas;

O objetivo nesse momento é **procurar uma pergunta que possa nos aproximar da origem do desafio.**



programe_ce

Empatia (Insights)

Nesse momento temos:

- que sair de soluções específicas para soluções em aberto;
- de objetos para atividades;
- de sintomas para causa;
- de ideias únicas para um sistema de ideia.



programe_ce

Empatia (Insights)

DE:	PARA:
Solução Específica	Solução em Aberto
Objeto	Atividades
Sintomas	Causas
Ideias Únicas	Sistema de Ideias

Tabela 1: Objetivos da fase de empatia.



progame_ce

Empatia (Insights)

O Design Thinking indica que se faça uma divisão da fase de imersão em duas partes:

- Imersão preliminar;
- Imersão em profundidade.



programe_ce

Imersão Preliminar

A imersão preliminar é o momento em que o problema é entendido;

Nessa fase os mais diversos atores do processo são identificados, além do escopo e limites do projeto, fornecendo insumos para a fase seguinte, a de imersão em profundidade.



programe_ce

Imersão Preliminar

Entre as principais atividades da sub-etapa de imersão preliminar estão:

- Reenquadramento;
- Pesquisa Exploratória;
- Pesquisa Desk.



programe_ce

Reenquadramento

O reenquadramento será o nosso primeiro passo para encontrar soluções inexploradas de um determinado problema.

É dividido em três ciclos:

- Captura;
- Transformação;
- Preparação.



programe_ce

Reenquadramento

- ❶ **Captura:** Coleta geral sobre a razão de ser do problema. Pode ocorrer durante uma ou mais reuniões com os envolvidos no processo/produto que será criado;
- ❷ **Transformação:** Aqui são sugeridos: mapas mentais, criação de jornadas e negação, a estratégia utilizada vai depender do objetivo final e do momento do processo.
- ❸ **Preparação:** Momento de estimular a reflexão. Caso necessário, definir um novo ciclo de reenquadramento, ou seja, voltar para a fase de captura.



programe_ce

Reenquadramento

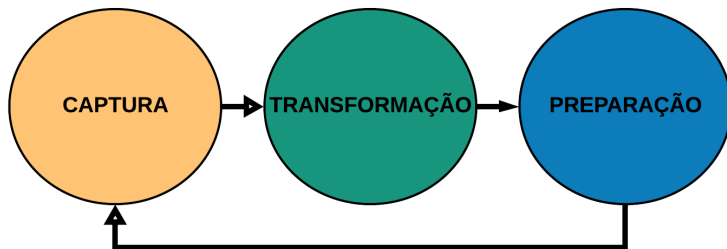


Figura 2: Ciclos do Reenquadramento.



programa_ce

Pesquisa Exploratória

Serve para aproximar os desenvolvedores dos usuários finais, criando uma maior “intimidade” entre membros da equipe e o produto que será desenvolvido no projeto.



programe_ce

Pesquisa Exploratória

Serve para aproximar os desenvolvedores dos usuários finais, criando uma maior “intimidade” entre membros da equipe e o produto que será desenvolvido no projeto.



progame_ce

Pesquisa Exploratória

As técnicas mais utilizadas para a pesquisa exploratória são:

- Estudo de caso;
- Observação participante;
- Análise histórica.



programe_ce

Pesquisa Desk

Consiste em fazer um levantamento da maior quantidade possível de material já publicado em relação ao produto pesquisado



programe_ce

Pesquisa Desk

Existem dois tipos principais de Pesquisa Desk:

- ① **Interna:** são analisados dados internos de uma empresa;
- ② **Externa:** ultrapassa os limites da empresa e busca informações fontes externas. As principais fontes são:
 - Conversa com os usuários (ou futuros usuários);
 - Bases Governamentais;
 - Internet.



programe_ce

Imersão em Profundidade

Podemos citar como exemplos de ferramentas para a pesquisa em profundidade:

- Entrevistas;
- Sessões Gravadas;
- Um dia na vida;
- Sombra.



progame_ce

Imersão em Profundidade

Pode ser dividido em três categorias:

- ① pesquisa generativa - identifica novas oportunidades;
- ② pesquisa avaliativa - reúne *feedbacks* sobre os experimentos;
- ③ pesquisa de validação - pesquisa de mercado.



programe_ce

Empatia - Resumo

PRELIMINAR: <i>Buscar informações na sua área de trabalho</i>	PROFUNDIDADE: <i>Indo além, rompendo barreiras</i>
Reenquadramento	Entrevistas
Pesquisa Exploratória	Sessões Gravadas
Pesquisa Desk	Um dia na via
	Sombra

Figura 3: Ferramentas da fase de empatia.



programe_ce

Agenda

- 1 Etapas do Design Thinking
- 2 Empatia (Insights)
- 3 Definição**
- 4 Ideação
- 5 Protótipo
- 6 Testes



programe_ce

Definição (Análise e Síntese)

O objetivo é compreender mais do problema central, buscando **organizar e identificar padrões**.



programe_ce

Definição (Análise e Síntese)

Nessa etapa, várias ferramentas podem ser usadas, dentre elas estão:

- Cartões de insights
- Diagrama de afinidades
- Mapa Conceitual
- Criação de Personas
- “*Blueprint*”



programe_ce

Definição (Análise e Síntese)

No decorrer de nossa disciplina trataremos de algumas dessas ferramentas com maiores detalhes.



programe_ce

Agenda

- 1 Etapas do Design Thinking
- 2 Empatia (Insights)
- 3 Definição
- 4 Ideação**
- 5 Protótipo
- 6 Testes



programe_ce

Ideação

As informações levantadas na fase de definição serão utilizadas na etapa de ideação para definir o perfil do público-alvo que irá utilizar o aplicativo.



programe_ce

Ideação

Algumas das técnicas e ferramentas mais usadas nesta estão são:

- *Workshop* de cocriação;
- Matriz de Posicionamento.



programe_ce

Workshop de cocriação

Trata-se de um evento que tem o objetivo de estimular a colaboração criativa entre os envolvidos no processo;

O projeto e condução de um evento desse tipo devem ser realizado com bastante cuidado e critério. As atividades devem ser propostas de forma que o objetivo final seja de fato atingido.



programe_ce

Workshop de cocriação

Trataremos desse evento com mais detalhes um pouco mais a frente.



programe_ce

Matriz de Posicionamento

A matriz de posicionamento pode ser definida como uma ferramenta de análise das ideias, e tem como objetivo apoiar o processo de decisão. Ela vai ajudar na decisão de qual (ou quais) ideias devem ser implementadas.



programe_ce

Matriz de Posicionamento










CRITÉRIOS	Ideia A	Ideia B	Ideia C
Critério 01			
Critério 02			
Critério 03			
TOTAL	2,0	1,0	-
	Personas envolvidas	Personas envolvidas	Personas envolvidas

Figura 4: Matriz de Posicionamento.



Matriz de Posicionamento

Passo a passo:

- Listar as ideias e agrupá-las por afinidade, essas ideias (ou grupos de ideias) devem ser dispostas como as colunas da matriz.
- Defina um conjunto de critérios e seus respectivos pesos. Esses critérios devem ser dispostos formando as linhas da matriz;



programe_ce

Matriz de Posicionamento

Passo a passo:

- A matriz deve ser preenchida em conjunto. O grupo deve avaliar se e como cada ideia atende (ou não) a cada requisito;
- Calcule a pontuação final;



programe_ce

Matriz de Posicionamento

Passo a passo:

- Abaixo da pontuação de cada ideia, liste quais são as personas envolvidas;
- Crie um ranking das ideias.



programe_ce

Agenda

- 1 Etapas do Design Thinking
- 2 Empatia (Insights)
- 3 Definição
- 4 Ideação
- 5 Protótipo**
- 6 Testes



programe_ce

Protótipo

Nessa fase o principal pensamento é “falhe antes para ter sucesso depois”.

O Design Thinking propõe a criação de protótipos (mesmo que simples) para entender melhor sobre quais são as necessidades não atendidas sem necessariamente ter que desenvolver o produto.



programe_ce

Protótipo

É o momento de validar as ideias geradas;

Aqui as soluções inovadoras devem colocadas em prática, sem o custo do desenvolvimento do produto.



programe_ce

Protótipo

Alguns tipos de protótipos:

- *Storyboards*;
- Modelos;
- Protótipo de usuário.



programe_ce

Protótipo de Usuário

Dividiremos esse tipo de protótipo em dois tipos:

Protótipo de média fidelidade;

Protótipo de alta fidelidade.

O nível de fidelidade de um protótipo tem relação direta com o quão realista é a sua aparência, quanto mais alta a fidelidade, mais o protótipo deverá se parecer com o produto final.



programe_ce

Agenda

- 1 Etapas do Design Thinking
- 2 Empatia (Insights)
- 3 Definição
- 4 Ideação
- 5 Protótipo
- 6 Testes**



programe_ce

Testes

Este é o momento de fazer a avaliação de todos os quesitos e funcionalidades que foram relacionadas ao longo do desenvolvimento do projeto prototipado;

O teste, no Design Thinking, envolve gerar *feedbacks* relacionados aos protótipos que você desenvolveu, além de obter uma compreensão mais profunda dos usuários.



programe_ce

Testes

Importante entender que a fase de testes não é de simples aprovação;

Essa fase tanto pode validar o seu produto, quanto nos levar de volta a fases iniciais do processo.



programe_ce

Testes

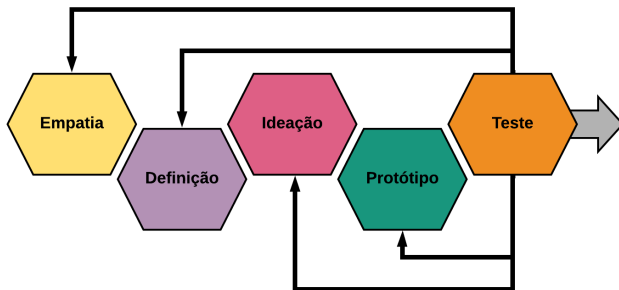


Figura 5: Fase de Teste.



programe_ce

Testes

Para aplicar de forma adequada seus testes você deve:

- ① Apenas mostre, não precisa explicar demais sobre o seu produto;
- ② Espere e peça a verdade;
- ③ Observe a experiência do usuário.



programe_ce

Testes

Quando realizado corretamente, o estágio teste

- pode levar a uma necessidade de alteração do seu protótipo;
- pode tornar possível obter um melhor entendimento dos usuários ;
- pode levar a conclusões que alteram a forma de como definimos o problema.



programe_ce

PARA ASSISTIR:



Saiba mais



programe_ce

Por enquanto é só!



programe_ce