

A metodologia de Design Thinking, utilizada pela empresa Descomplica, é uma ferramenta extremamente poderosa para sua divulgação pois ela consiste em humanizar a empresa e suas interfaces, tornando mais próximo do estudante para que ele se sinta integrado nas atividades. O Descomplica foca muito na experiência de usuário, indo para o lado mais emotivo da coisa, pois ao mesmo tempo que ele incentiva o estudante, tem uma boa qualidade e é acessível em termos financeiros e é usado como uma excelente forma de “vender o peixe” da empresa.

É possível perceber que é uma ferramenta interessante pois aproxima o cliente/usuário da empresa. O usuário cada vez busca mais conforto para utilizar as interfaces, portanto a metodologia cai como uma luva para quem é iniciante com aparelhos tecnológicos porque fica fácil de se entender o que está acontecendo. Uma coisa que é perceptível do ser humano é que, se algo dá certo e é fácil de mexer, é melhor manter assim. Usa-se muito o ditado “não se mexe em time que está ganhando” e a meta dessas empresas é justamente isso, quanto mais tempo usarem as plataformas delas, mais dinheiro entra, porque um usuário acaba chamando outros e assim aumentando as fontes de renda.

Imagina-se que a tendência no futuro é as interfaces serem cada vez mais amigáveis, mais humanas pois foi estudado, é constantemente testado e o usuário comum gosta disso, até porque é uma forma do público alvo se sentir representado. No caso do Descomplica, por exemplo, muitas vezes tem mensagens motivacionais pro aluno (que é o público alvo) não desistir da caminhada até a aprovação no vestibular. Outro exemplo são os bancos digitais com a “caixinha” para guardar dinheiro, que nada mais é que investir seu dinheiro em uma poupança mas com esse nome diferente para tornar a ação mais próxima da realidade em que se vive.

Conclui-se então que o Design Thinking é uma das ferramentas ideais para que haja essa comunicação entre empresa e usuário da melhor forma possível. O ser humano é um ser emocional, portanto apelando pra esse lado emotivo, usando palavras no diminutivo, usando memes da atualidade (por exemplo no ifood, as notificações agora vêm com um meme fazendo trocadilho) então pra nós humanos que estamos sempre buscando conforto nas interfaces, cai como uma luva.