

CAIXA DE FERRAMENTAS

Etapa 3 **Identificando Direcionadores**

inventta.



Avançando para a terceira etapa da jornada.



MACRO ETAPA 4

MODELO DE CONSTRUÇÃO DE DRIVERS.

QUANDO USAR?

Utilize esse frame para consolidar os aprendizados obtidos nas pesquisas em perguntas que provocam a criatividade e permitem um exercício de ideação mais completo e assertivo.

INPUT →

- Compilação das informações obtidas das entrevistas e desk research realizados.

OUTPUT →

- Perguntas que irão disparar os brainstorms da sessão de ideação.

COMO FUNCIONA?

MODELO DE CONSTRUÇÃO DE DRIVER

Como podemos _____ [AÇÃO / VERBO]

_____ [ATIVIDADE / O QUE]

para _____ [CLIENTE OU STAKEHOLDER]

a fim de _____ [OBJETIVO]

inventta.

Descrever os 4 campos de forma a criar um Driver que não seja:

- Nem tão amplo, a ponto de gerar um direcionamento muito difuso (neste caso, restringir mais a pergunta)
- Nem tão estreito, a ponto de impedir múltiplas soluções (neste caso, ampliar mais o escopo da pergunta)

Meta: criar 10 Drivers por desafio



Esta ferramenta deve ser aplicada apenas depois de o grupo discutir todos os aprendizados obtidos na pesquisa

MODELO DE CONSTRUÇÃO DE DRIVER

Como podemos _____ [AÇÃO / VERBO]

[ATIVIDADE / O QUE]
para _____ [CLIENTE / STAKEHOLDER]
a fim de _____ [OBJETIVO]



Tente criar de 7 a 10 drivers como este para o desafio do seu grupo.

MODELO DE CONSTRUÇÃO DE DRIVER

Aplicação
(Exemplo)

Como podemos

reduzir

a percepção de tempo

para

crianças que precisam esperar seus pais

a fim de

Possibilitar os pais buscarem os filhos no mesmo horário.



Tente criar de 7 a 10 drivers como este para o desafio do seu grupo.

MACRO ETAPA 3

CUSTOMER PROFILE

QUANDO USAR?

No momento de identificar os principais insights obtidos a partir das entrevistas, mapeando o cliente final precisa que seja solucionado.

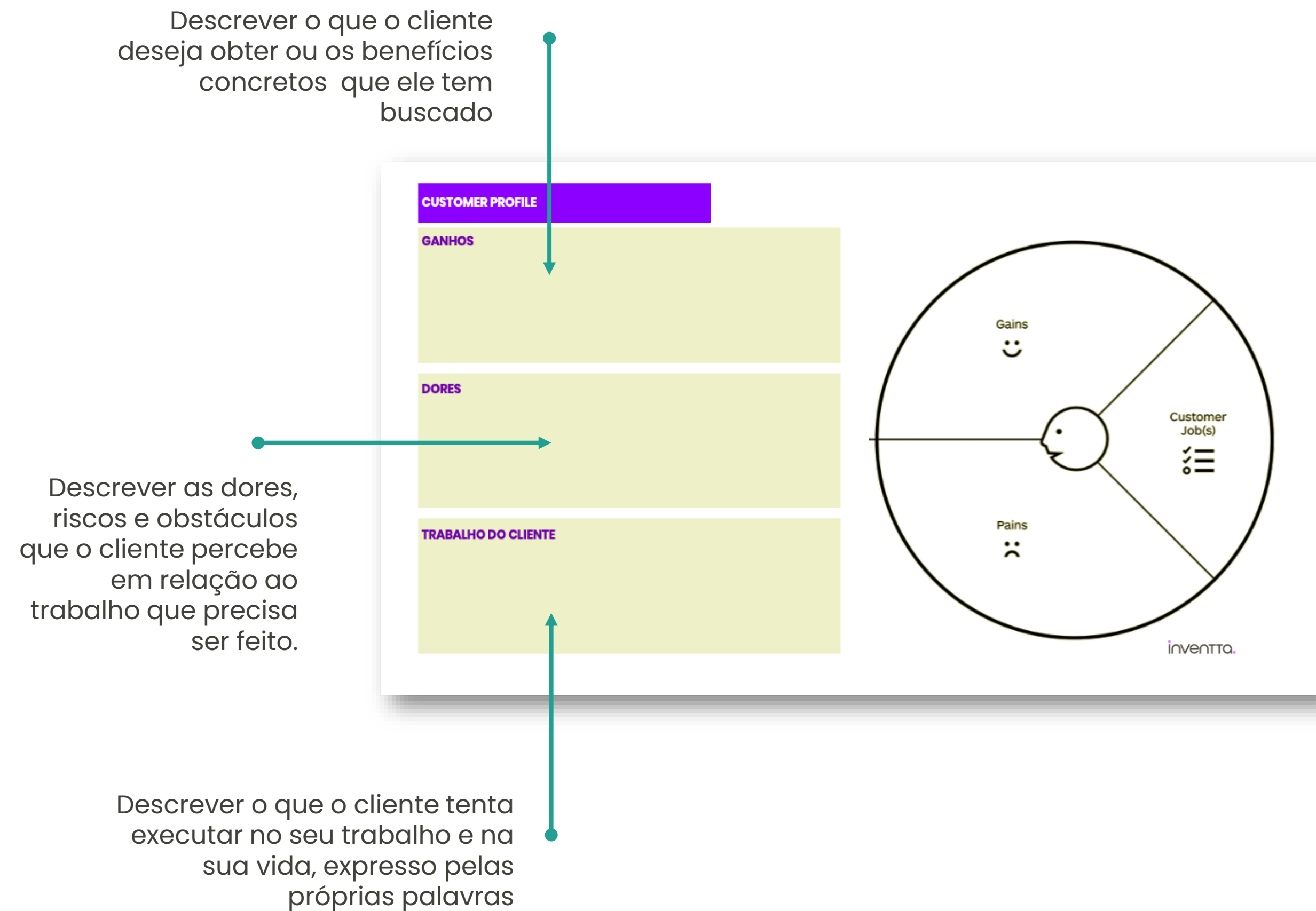
INPUT → •

Entrevistas com especialistas

OUTPUT • →

- Definição de qual problema precisa ser resolvido.

COMO FUNCIONA?

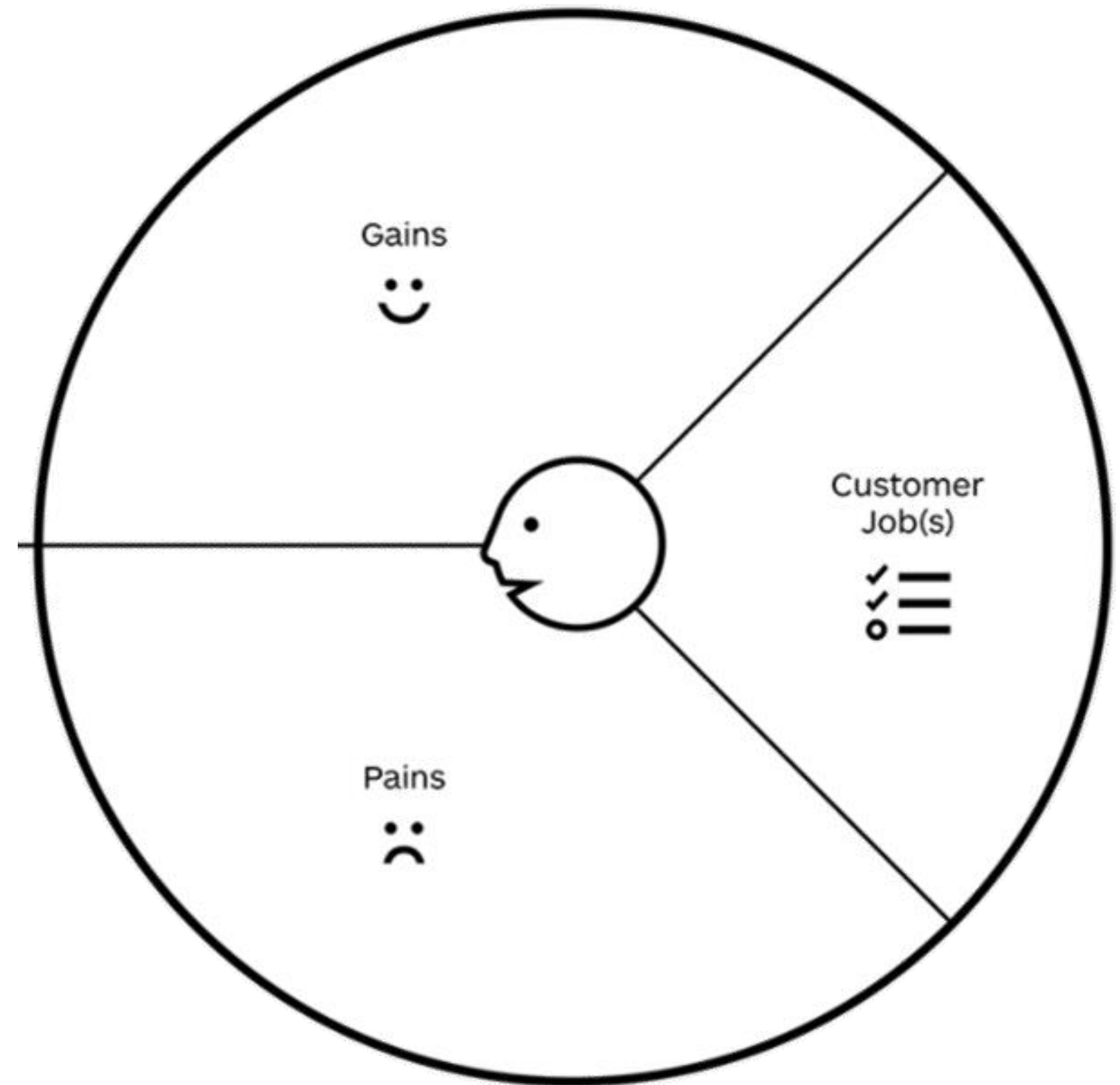


CUSTOMER PROFILE

GANHOS

DORES

TRABALHO DO CLIENTE



CUSTOMER PROFILE

Aplicação (Exemplo)

GANHOS

- Ter o nome indicado a outros clientes por quem fez o trabalho
- Receber gorjeta pelo reconhecimento ao trabalho
- Elogio do cliente quanto ao acabamento
- Terminar o trabalho mais cedo

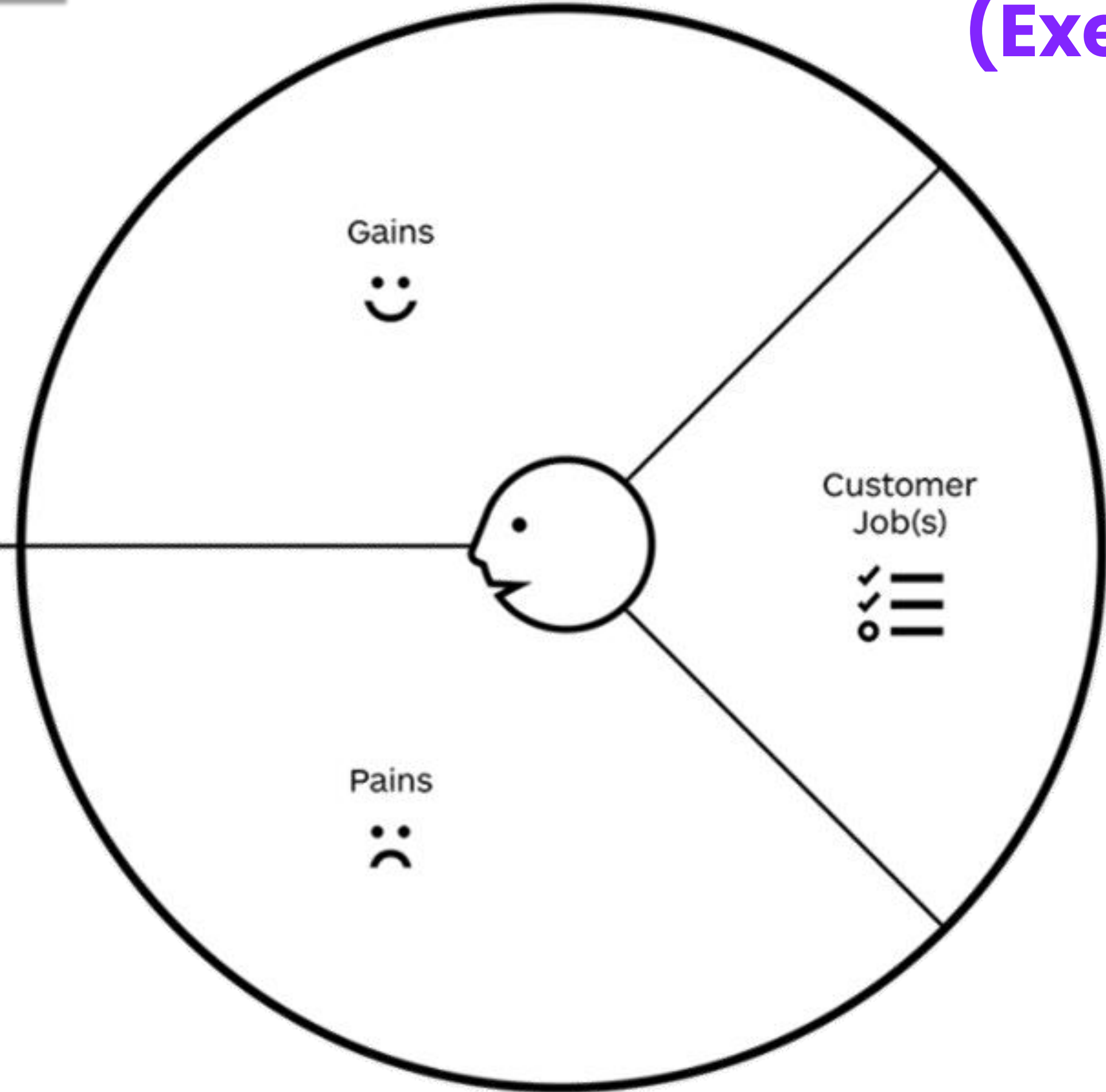
Aplicador de rejunte que presta serviço direto para cliente final (não é contratado pelo empreiteiro)

DORES

- Atrasar o serviço por desorganização do cliente (materiais e combinados)
- Clientes que pressionam muito para terminar o trabalho o quanto antes
- Reclamações depois de pronto de que a cor está errada
- Usar tecnologias novas que não permitem corrigir falhas de aplicação

TRABALHO DO CLIENTE

- Comprar o produto ou passar lista de material para seu cliente
- Aplicar rejunte ... Esperar a cura ... Remover o excesso
- Gerenciar a ansiedade do cliente com o tempo de secagem do produto
- Limpar os ambientes após a aplicação
- Adaptar-se a novos produtos com novas tecnologias



MACRO ETAPA 3
MAPA DE EMPATIA

QUANDO USAR?

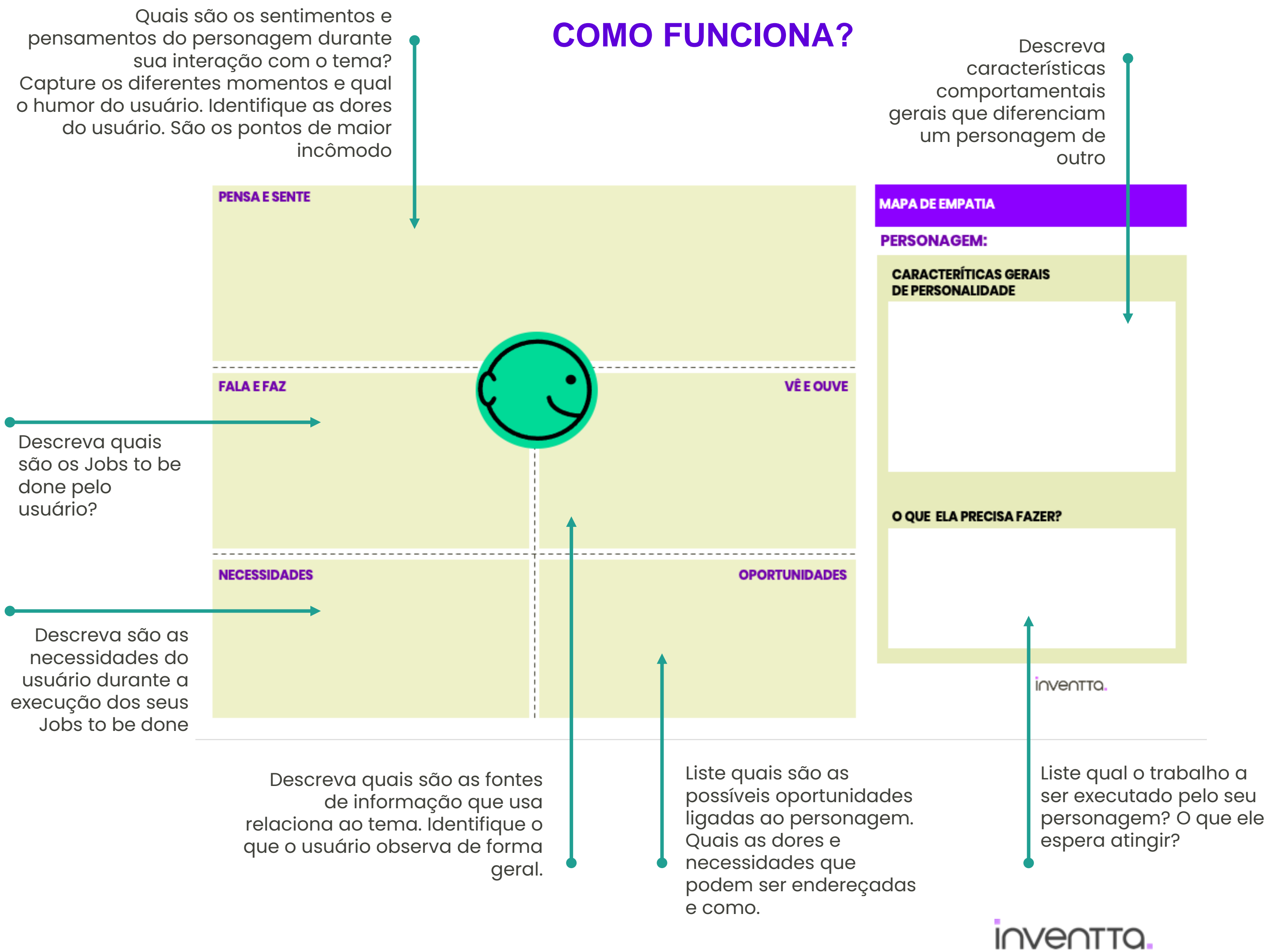
No momento de consolidação das informações capturadas das pesquisas para identificar personagens que interagem com o problema e suas características específicas.

INPUT → •

Informações das pesquisas

OUTPUT • →

- Personas caraterizadas
- Dores e necessidades de cada envolvido no tema
- Oportunidades



MAPA DA EMPATIA

**PENSA E
SENTE**

FALA E FAZ

NECESSIDADES



VÊ E OUVE

OPORTUNIDADES

PERSONAGEM:

**CARACTERÍSTICAS GERAIS
DE PERSONALIDADE**

O QUE ELA PRECISA FAZER?

MAPA DA EMPATIA

PENSA E SENTE

Frustração de não ver muitos resultados.
Medo das suas ações não serem suficientes.
Medo de viver em meio a uma catástrofe ambiental.

Quer que sustentabilidade seja algo fácil e barato.
Mais conscientização e ações concretas.



FALA E FAZ

FAZ

Participou de uma reunião de condomínio para que fosse criada uma separação de reciclados.
Ainda não consegue seguir as suas metas sustentáveis
Em casa se esforça mais do que em outros lugares.

FALA

Conversa com família e amigos sobre o assunto.
Quer trabalhar em projetos que consigam alinhar os três pilares do desenvolvimento sustentável.
Queria que fosse mais fácil atingir os objetivos.

VÊ E OUVÊ

VÊ

Séries e documentários ambientais.
Notícias sobre a degradação do meio ambiente e suas consequências.
Poucas ações concretas para mudar a situação atual.

OUVÊ

Fazer essas mudanças é caro e trabalhoso.
Esforços pessoais não são nada em relação ao todo.
O desmatamento impulsiona o crescimento econômico.
Sustentabilidade é um assunto global de suma importância.

NECESSIDADES

Facilitar ao máximo suas ações sustentáveis, buscando eficiência e rotina.

Sentir-se plenamente realizada com sua atuação em prol de um mundo mais sustentável.

OPORTUNIDADES

Encontrar um jeito escalável e não invasivo de conscientizar outros ambientes e pessoas sobre assuntos de sustentabilidade, indo além da sua casa.

PERSONAGEM:

Aplicação (Exemplo)

CARACTERÍSTICAS GERAIS DE PERSONALIDADE

Maria, 29 anos, trabalha há três anos em uma startup de tecnologia. Independente financeiramente, solteira, mora sozinha. Bastante interessada em assuntos de sustentabilidade.

O QUE ELA PRECISA FAZER?

Sente que precisa ter comportamentos mais alinhados com o que acredita
Precisa mobilizar os ambientes que frequenta para fazer de fato a diferença.

MAPA DA EMPATIA

PENSA E SENTE

Valoriza alimentação balanceada por um custo benefício bom

Valoriza tempo em que possa praticar esportes



FALA E FAZ

Compra e/ou prepara marmita congelada

Faz academia ou alguma atividade física

Passa em nutricionista regularmente

VÊ E OUVE

Lê matérias e notícias sobre benefícios de alguns alimentos

Considera notícias e informações sobre a marca antes de comprar

NECESSIDADES

Falta de tempo para fazer e congelar a própria comida

Encontrar alimentos mais saudáveis e marcas acessíveis

OPORTUNIDADES

Necessidade de ser mais saudável mesmo em meio à rotina

Necessidade de comidas rápidas, porém saudáveis

Necessidade de comidas saudáveis, porém acessíveis (R\$)

PERSONAGEM:

Aplicação (Exemplo)

CARACTERÍSTICAS GERAIS DE PERSONALIDADE

Pessoa preocupada com sua saúde, faz acompanhamento com nutricionista e atividade física diariamente. Tem dificuldades em manter esse ritmo saudável em meio à rotina com a falta de tempo para cozinhar e encontrar alimentos saudáveis e acessíveis em um mesmo lugar.

O QUE ELA PRECISA FAZER?

- Parceria com nutricionistas.
- Carnes especiais com menor teor de gordura e sódio.
- Alimentos congelados e saudáveis, fáceis de preparar.

The logo for inventta, featuring the word "inventta" in a white, lowercase, sans-serif font. A small purple square is positioned above the 'i' and another small purple square is at the end of the period.

CAMPINAS

+55 19 3289 0353

BOGOTÁ

+ 571 702 7702

contato@inventta.net

www.inventta.net