

Gestão e Governança da tecnologia da informação

Design Thinking

Douglas H. T. Barboza
Eduardo F. R. Querido
Fabrício C. Vasconcellos
Jonatas R. Ferreira
Vitor L. Amorim
Rafael R. Rodrigues
Samuel D. Xavier

1. Apresentação

O Design Thinking é uma metodologia utilizada para oferecer produtos e serviços de acordo com a real necessidade dos clientes. Ela é cada vez mais utilizada por empresas que desejam aperfeiçoar seus serviços de forma simples, ágil e bem planejada, uma vez que ela aproveita características de um profissional de designer — como sua forma de pensamento, potencial criativo e empatia — em todo o negócio e não apenas na criação de um só produto.

2. Aplicação

Por meio da aplicação deste conceito/técnica buscamos conhecer e identificar a causa do problema que nos foi passado para trabalharmos com métodos em busca de uma solução com objetivo de sanar ou reduzir devidos contratempos.

3. Causa

UOL é reconhecida como uma das maiores empresas brasileiras de conteúdo, tecnologia, serviços e meios de pagamentos. Nove em cada dez internautas acessam o UOL todos os meses, sua homepage recebe mais de 114 milhões de visitantes únicos por mês.

No momento atual, a empresa vem percebendo que há uma alta de e-mails spams sendo produzidos de dentro de seus servidores devido a facilidade de criação de e-mails gratuitos dentro de sua plataforma, no caso será focado no e-mail BOL.

Sendo o segundo crime financeiro mais reportado no mundo, acima de propina, corrupção e crimes cibernéticos, fraudes no processo de compras e pagamentos é uma preocupação constante do UOL.

Foi observado que um bom processo de análise de fraudes auxilia a desenvolver soluções eficientes que visam o aumento de receita e melhoram a reputação da marca.

4. Abordagem

4.1. Empatia

Nos colocamos no lugar do cliente para identificarmos melhor a quais são os problemas enfrentados e em qual parte do processo nos encontramos com ele. Diante das circunstâncias apresentadas o problema se encontra durante o tráfego de envio e recebimento de e-mails.

4.2. Definição dos Problemas

Durante essa etapa é feita uma análise e um uma captação de ideias e pontos de vistas de todas os integrantes da equipe. De

acordo com ponto elevado nós
contextualizamos para melhor visualização:

- Falta de conhecimento de novas tecnologias:
Inovação tecnológica constante exige que os profissionais estejam atentos e sempre em busca de aperfeiçoamento, e a empresa entra como principal coadjuvante em auxiliar e fornece oportunidades e uma base para evoluir.
- Profissionais com perfil inadequado:
Dar oportunidades a novos talentos inclui também pode indicar o caminho correto para alcançar seu lugar.
- Falta de padronização tecnológica:
Existe uma enorme quantidade de conteúdo e tecnologias no mercado, padronizar e seguir um escopo é um planejamento obrigatório que toda empresa deve adotar.
- Falta de critério no atendimento e priorização das atividades:
Conhecer metodologias e aplicar torna mais eficiente ao entregar uma solução.
- Infraestrutura Inadequada:
Ambientes inadequados e falta de adoção de processos automatizados podem atrapalhar e muito resultados dos profissionais.
- Fraudes em processos de compra e venda através da internet.
- Tratamento e filtro de spans

4.3. Brainstorm

A partir dos problemas apresentados identificamos possíveis soluções:

- Capacitação dos colaboradores por meio de cursos, workshops e treinamentos disponibilizados pela empresa.
- Entender melhor os colaboradores, suas capacidades e preferências para uma melhor alocação dos recursos disponíveis.

- Em um possível cenário de diferentes unidades utilizando sistemas de gestão diferentes a solução seria a padronização por meio de um ERP único.
- Organizar e classificar tipos de chamados/projetos por prioridade, levando em conta a missão, valor e visão da empresa.
- Investir no Desenvolvimento de Operações aplicando um conjunto de práticas entre as equipes nas atividades de operações, controle de qualidade e adoção de processos automatizados para produção rápida e segura de aplicações e serviços.
- Realizar análise cadastral sem adição de novos dados.
- Criação de perfis de “usuário” sem a necessidade de cadastro e baseado na análise cadastral prévia.
- Acessibilidade – Os usuários devem ter acesso a uma interface cadastral que não seja modificada e não tenha nenhum dado adicional.
- Análise Cadastral (IA) – o sistema deve conseguir identificar um usuário, mesmo sem requisitar nenhuma informação adicional ao próprio usuário.
- Geração de Perfis – O sistema deverá criar perfis para cada cadastro que identifique um usuário diferente e manter todos os e-mails para um perfil que seja identificado como um já cadastrado no sistema através da análise cadastral.

5. Prototipação

Levando em consideração todo levantamento do projeto foi implementado em primeiro caso o tratamento de hash vinculado a criação de perfil e senha.

O diagrama a seguir exemplifica e demonstra o caso de uso:

