



## DESIGN THINKING

Prof. Allen Fernando  
allen@fiap.com.br

1 TDS  
1º Semestre  
2019

Aula de hoje:

FIAP

## Design Thinking





# O que é Design Thinking?



“É um processo de pensamento crítico e criativo que permite organizar informações e ideias, tomar decisões, aprimorar situações e adquirir conhecimento.”

- Charles Burnette

# Design Thinking Como processo



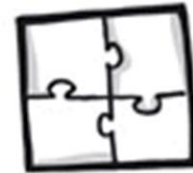
**IMERSÃO**  
entendimento



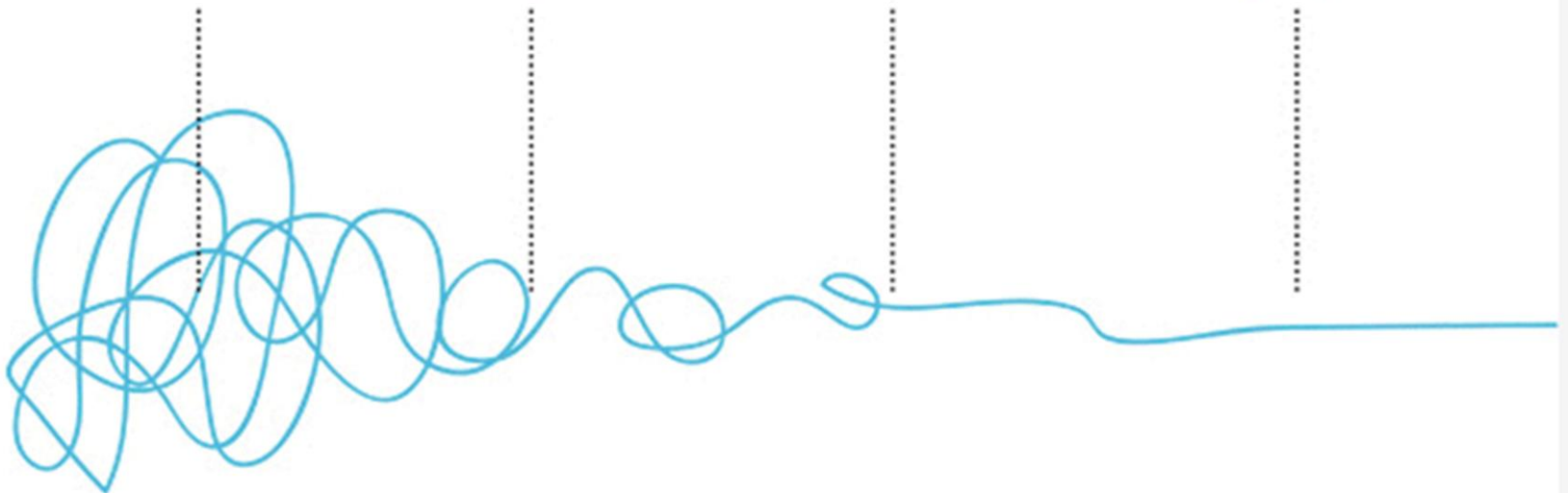
**IDEAÇÃO**  
criação



**PROTOTIPAÇÃO**  
teste



**DESENVOLVIMENTO**  
aplicação



A inovação é um processo complexo e não linear que pode ser explorado com a utilização da abordagem de Design Thinking





*Mas por que utilizar  
Design Thinking  
nas empresas?*

*Porque de acordo com estudos  
recentes, apenas 4% dos produtos  
lançados nos Estados Unidos  
obtiveram sucesso no mercado.*



Em geral, o processo é um ciclo chamado HCD:

- ✓ Ouvir (Hear)
- ✓ Criar (Create)
- ✓ Entregar (Deliver)

No qual a solução proposta passa por inúmeras adaptações, começando como um **protótipo** e podendo terminar como uma grande **inovação disruptiva**.

# 5 passos do Design Thinking



# 1. Apresentação do problema (Ouvir)



**Comunicação entre empresa  
(serviço ou produto) e cliente  
(consumidor).**



## 2. Levantamento de soluções (Criar)



Após a apresentação do problema, deem sugestões de como resolver.

Haverá registro de todas as prováveis soluções e, em conjunto (os grupos), deve ser feita a seleção das melhores soluções propostas.

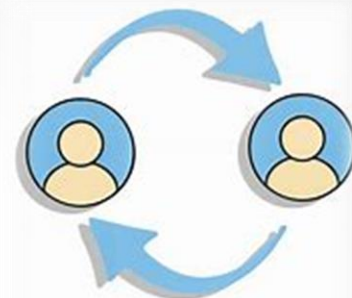


### 3. Apresentações das soluções (Entregar)



Os alunos, separados em grupos, devem apresentar as soluções para que o professor ou um especialista possam acompanhar e analisar as reais possibilidades de execução das propostas de cada grupo.

## 4. Feedback para os alunos (Ouvir)

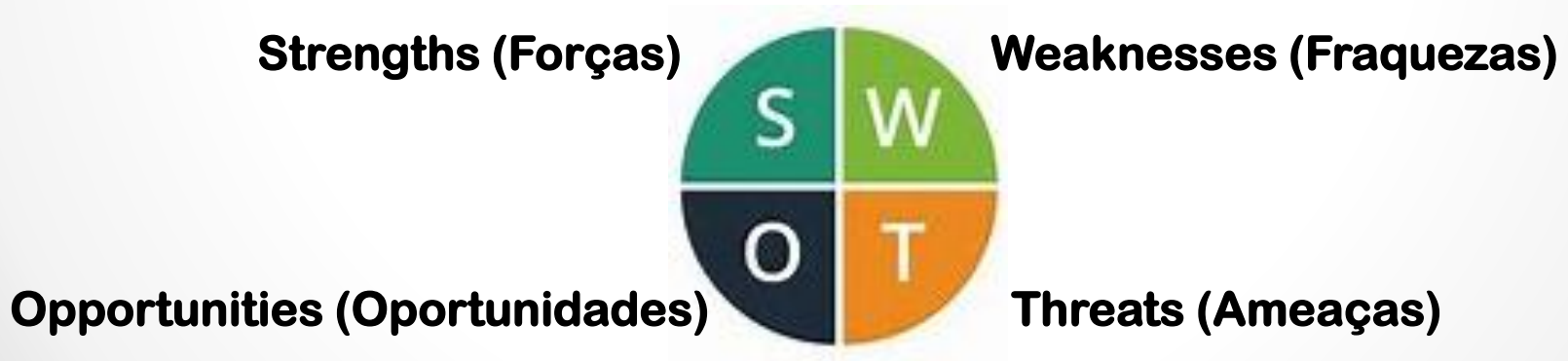


O professor avalia os alunos durante suas apresentações e com a ajuda de especialistas, verifica-se a viabilidade de cada solução apresentada e do aprendizado colaborativo que levou à construção da ideia.

Os alunos também podem avaliar as ideias e contribuir com opiniões. O feedback pode incluir uma **análise das forças e fraquezas das ideias**, assim como sugestões de possíveis melhorias.

# Análise SWOT

***Análise SWOT é um importante instrumento utilizado para planejamento estratégico e análise ambiental que consiste em recolher dados importantes que caracterizam o ambiente interno (**forças e fraquezas**) e externo (**oportunidades e ameaças**) da empresa.***



# Análise SWOT

	Fatores positivos	Fatores negativos
Interno	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Strengths (forças)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Vantagens internas da empresa em relação às concorrentes.</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Weaknesses (fraquezas)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Desvantagens internas da empresa em relação às concorrentes.</li></ul></li></ul>
Externo	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Opportunities (oportunidades)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Aspectos externos positivos que podem potenciar a vantagem competitiva da empresa.</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Threats (ameaças)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Aspectos externos negativos que podem por em risco a vantagem competitiva da empresa.</li></ul></li></ul>



# Análise SWOT

	Fatores positivos	Fatores negativos
Interno	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Strengths (forças)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ex.: qualidade do produto oferecido, bom serviço prestado ao cliente, solidez financeira, etc.</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Weaknesses (fraquezas)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ex.: altos custos de produção, má imagem, instalações desadequadas, marca fraca, etc.;</li></ul></li></ul>
Externo	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Opportunities (oportunidades)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ex.: mudanças nos gostos dos clientes, falência de empresa concorrente, etc.;</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Threats (ameaças)</b><ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ex.: novos competidores, perda de trabalhadores fundamentais, etc.</li></ul></li></ul>

## 5. Trabalho em cima do feedback (Criar)



Os alunos devem trabalhar em cima do feedback dado pelo professor (e especialistas, se for o caso) para refinar ainda mais a proposta de solução ao problema.

Chegou a hora de escrevermos nosso escopo.

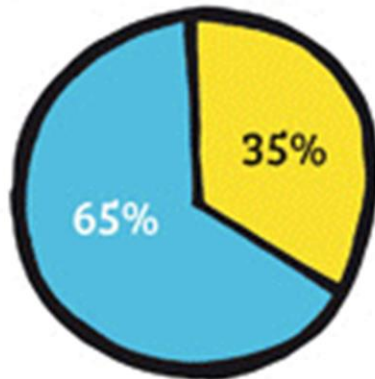
Não se esqueçam de evidenciar o problema, descrever as hipóteses e colocarem os objetivos e metas que devem ser cumpridos.

# Exemplos de aplicação

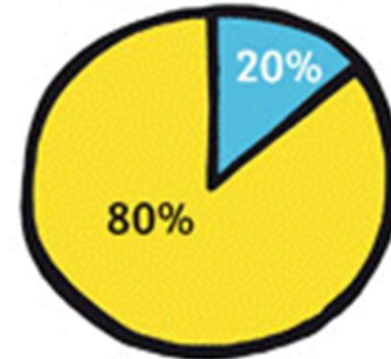
## Design Thinking aplicado ao mundo real

### CRIANÇAS ABAIXO DE 5 ANOS DE IDADE NO VIETNÃ

Antes da aplicação  
da metodologia de DT



Depois da aplicação  
da metodologia de DT



■ subnutridos  
■ nutridos

Mas como eles conseguiram isso?



### Imersão

Observação de valores atípicos – famílias muito pobres cujos filhos têm boa saúde.

### Análise & síntese

As famílias pobres observadas acrescentavam pequenos camarões, caranguejos e caramujos dos arrozais em suas refeições. Elas também faziam diversas refeições pequenas, em lugar de fazer duas grandes refeições diárias.



### Ideação

Criação de aulas de cozinha para as famílias cujos filhos sofrem de desnutrição visando à reprodução dos hábitos culinários das famílias com valores atípicos observadas.



### Prototipação

Reprodução desse trabalho em outras aldeias.





## Design Thinking aplicado ao mundo empresarial

### DESAFIO

Humanizar o relacionamento entre a seguradora e os clientes.

### Imersão

- > Entrevista com clientes
- > Pesquisa sobre a política da empresa
- > Aprendizado por observação de funcionários
- > Ênfase na experiência do cliente

### Análise & síntese

Os clientes não compreendem o jargão, são muito emocionais ou não acreditam profundamente na empresa.

### Ideação

A comunicação deve abordar o contexto emocional e ser menos impessoal ao lidar com o cliente.

### Prototipação

- > Criação de URL personalizada para cada cliente, contendo suas informações pessoais.
- > Criação de um "guia de emergências" de fácil compreensão, para diferentes situações.





# Dúvidas ?

FIAP



A dúvida é o princípio da sabedoria.  
Aristóteles

Prof. Ms. Allen Fernando  
[allen@fiap.com.br](mailto:allen@fiap.com.br)