

ARTEFATOS DO PROCESSO DE DESIGN THINKING

PEDRO MATTA - FELIPE CRELIER

MATRIZ CSD

CERTEZAS

SUPOSIÇÕES

DÚVIDAS

O público
alvo é muito
restrito

O público alvo é
composto por
pessoas
interessadas em
comprar ou alugar
aeronaves
pessoais.

O problema
atinge todo o
público alvo.

Os usuários
desejam uma
experiência
personalizada,
com filtros e
opções de
pesquisa.

Os usuários
reconhecem a
natureza do
problema?

As empresas
estão dispostas a
pagar por um
sistema completo
e com recursos
avancados?

O sistema deve
fornecer
informações
claras e
concisas sobre
cada modelo de
aeronave.

O sistema
deve ser
acessível via
web.

O sistema precisa
ser atualizado com
as informações
mais recentes
sobre os modelos
de aeronaves.

Os usuários se
sentem
confortáveis em
fornecer
informações para
personalizar a
experiência.

Qual é o nível de
conhecimento
técnico do
público-alvo em
relação a
aeronaves?

Qual é o principal
canal de
comunicação e
divulgação do
sistema para atingir
o público-alvo?

MAPA DE STAKEHOLDERS



DIAGRAMA DE PERSONA

FATOS

25 anos, filha do dono de uma multinacional, vive uma vida de luxos e lazeres com uma farta mesada.

Joana costuma fazer muitas viagens a lazer e frequentar festas de elite, possui amigos e contatos em diversas partes do mundo e planeja ser anfitriã de grandes festas que englobem esses contatos e para isso planeja adquirir uma aeronave particular.

— Joana —



PROBLEMAS

A preocupação da cliente é principalmente com a vasta gama de opções na área de modelos de aeronaves, a falta de entendimento no assunto para realizar a escolha adequada e o receio de não encontrar um modelo que se encaixe em suas exigências.

COMPORTAMENTO

Joana deseja encontrar o modelo ideal para seus objetivos, com a falta de entendimento no assunto e a quantidade de informações dispersas, realiza buscas sobre aeromobilismo e encontra páginas com informações complexas que ela não entende e especificações de modelos que não fornecem as informações básicas que ela precisa.

Devido a tais dificuldades, Joana não consegue se decidir sobre qual modelo adquirir e mantém a compra postergada.

OBJETIVOS

Encontrar opções de modelos que se encaixem nas suas exigências e cujas informações sejam claras e simples o bastante para que ela possa decidir os modelos que mais se adequem as suas necessidades e poder usar critérios mais básicos, como preço, tamanho e etc. Para decidir entre essas opções já filtradas.

MURAL DE POSSIBILIDADES

Criar um banco de dados com os modelos de aeronaves

Hospedar no próprio site uma loja de aeronaves pessoais

Usar lojas diversas como banco de dados

Opção de cadastro para interessados em hospedar seus modelos no site

Criar um menu interativo vinculado aos filtros do site no qual o cliente possa montar sua aeronave com as especificações desejadas e encontrar modelos compatíveis

Sistema de avaliação de aeronaves por usuários, com comentários e fotos.

Desenvolver parcerias com empresas com o recebimento de comissões pela intermediação de venda e aluguel de aeronaves.

Publicidade direcionada para empresas do setor aeronáutico.

Desenvolver uma interface intuitiva e fácil de usar.

Oferecer informações precisas e relevantes sobre as aeronaves.

Atualizar o sistema com novas informações e recursos.

MAPA DE PRIORIZAÇÃO

