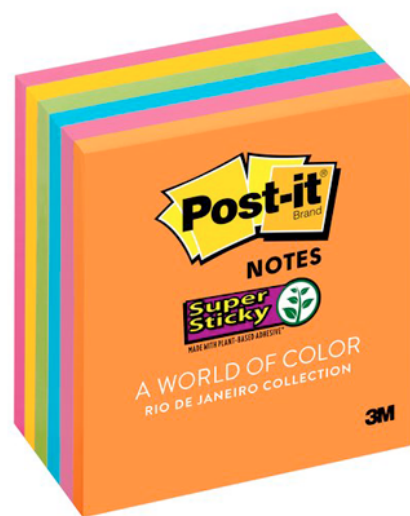


Um sprint para reinventar a amada nota Post-it®

CORRIDA DA VISÃO



ESTATÍSTICAS

Tipo de Sprint
Corrida da Visão

Onde
Google San Francisco

Equipes
3M, Bontouch, Google Design Relations

Tamanho da equipe
15 participantes

Nº de dias
3 Dias

MÉTODOS USADOS

Compartilhamento de HMW e mapeamento de afinidade

Como podemos

Affinity Clustering

Histórias de trabalho
do Crazy 8

storyboard

Ferramentas de prototipagem

Lightning Talks

papéis. E dê uma olhada profunda no que nossos usuários de design thinking realmente precisam – e descubra como chegar lá.

O desafio

Apesar de todos os avanços tecnológicos da última década, as sessões de design thinking e os sprints de design ainda contam com uma ferramenta muito analógica: o amado Post-it® Note. A 3M, fabricante do Post-it® Notes e seu parceiro digital, Bontouch, vieram ao Google com um desafio: ajude-nos a definir uma visão para o futuro dos produtos Post-it® para superar a divisão analógico-digital e ajudar a Sprint Mestres e facilitadores de design thinking transformam seu trabalho.

O time

O sprint ocorreu no Espaço de Inovação do Google em São Francisco com uma equipe diversificada de 15 pessoas, incluindo a equipe de design e desenvolvimento digital da Bontouch e as partes interessadas da 3M, desde o vice-presidente e diretor de marketing Remi Kent até o líder de produto da marca Post-it® André Hyde. Kai Haley, líder de relações de design do Google e da Google Sprint Master Academy, liderou o sprint com a ajuda inestimável do líder do parceiro de design do Google Jayeon Kim e da estrategista de FC Neha Saigal.

Antes da sessão real, todas as empresas trabalharam duro para se preparar para os três dias de corrida. Essa preparação foi particularmente importante para a equipe da 3M, pois estávamos reunindo um grupo diversificado, incluindo stakeholders em nível de marca que eram novos no mundo dos sprints. “Fizemos *muita* preparação – workshops, brainstorming, desenvolvimento – com a 3M para ganhar impulso no sprint”, diz Pontus Axelsson, fundador e presidente da Bontouch, a agência digital da 3M. “Queríamos garantir que todos os membros da equipe se sentissem prontos para se aprofundar e usar a metodologia de sprint para dar vida ao futuro dos produtos Post-it®.”



A Corrida

Já corremos com a Bontouch no passado e sabíamos, quando tivemos a oportunidade de trabalhar juntos com a marca Post-it®, que seria necessário um tipo diferente de abordagem de sprint.

“A equipe da 3M tem muitos insights das pessoas que compram os produtos (administradores de escritório, professores) e sentimos que poderíamos realmente contribuir com uma perspectiva do usuário final”, diz Kai Haley. “Como os mestres de sprint dependem muito das notas Post-it® durante todos os tipos de sprints, eles pensaram que a parceria conosco seria a maneira perfeita de vislumbrar o futuro das notas Post-it® no processo de sprint. Sabíamos que poderíamos trabalhar com eles e co-criar uma nova visão, dando-lhes novas ideias e ferramentas para perseguir o objetivo de se tornar a marca principal do design thinking.”

Andrew Hyde da 3M concorda. “Vemos o Google como especialista no processo de design thinking”, diz ele. “Então, em vez de fazer pesquisas tradicionais – observar equipes, fazer perguntas – vimos o valor de fazer parceria com eles e passar pelo “meta” sprint. Pudemos experimentar os pontos problemáticos de nossos clientes em primeira mão e, para ser honesto, foi um tanto decepcionante vê-los ganhar vida. É muito importante que marcas como nós experimentem isso em primeira mão.”

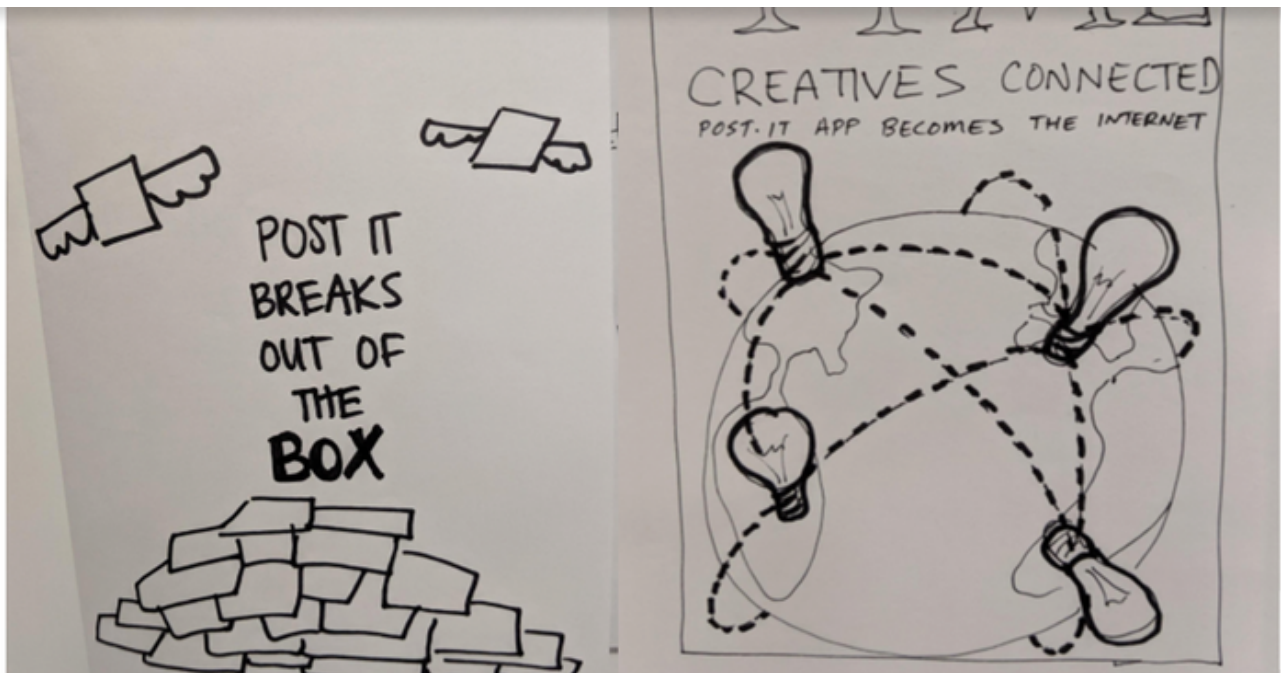


Por que um Vision Sprint?

As empresas chegam ao Google com uma ampla variedade de desafios, e criamos uma estrutura de sprint elástica o suficiente para ajudar a todos. Os sprints táticos de produtos ou processos ainda são os mais comuns, mas estamos animados em ver mais e mais empresas precisando de um lugar para explorar as grandes questões que estão enfrentando: como nos alhamos com uma visão para o futuro? Como é o futuro mesmo? Que passos podemos tomar agora para chegar onde queremos?

“O Vision Sprint é uma ótima ferramenta para empresas como a 3M que estão dando um passo atrás para olhar o quadro geral”, diz Haley. “Essas empresas precisam construir uma narrativa ou história – seja em torno de um produto ou em torno do futuro de sua marca. Um Vision Sprint pode ajudá-los a definir e socializar essa história, além de fornecer informações valiosas sobre aprimoramentos de produtos existentes ou novas direções de produtos a serem exploradas.”

E foi exatamente isso que aconteceu no sprint 3M. Aqui está o que parecia.



Destaques da Sprint

Dia 1

O primeiro dia foi ininterrupto com as ferramentas de sprint tradicionais do Google, como Lightning Talks e Crazy 8's, em ação do início ao fim. Dividimos o grupo em duas equipes - uma com foco no curto prazo (2-3 anos) e outra no longo prazo (mais de 5 anos) - e, no final do dia, cada equipe tinha um conceito central para passar para a prototipagem no dia 2. “Tivemos muitas ideias ótimas para a prototipagem, tantas, na verdade, que tivemos dificuldade em escolher o que queríamos avançar nos testes”, diz Axelsson. “Como este não era um sprint de produto, não era tão claro quanto os recursos específicos que queríamos testar. Nossa prototipagem foi mais sobre uma coleção de ideias e adereços de valor para impulsionar a 3M no futuro.”

Cronograma do Vision Sprint: Dia 1

Quebra-gelos e apresentações
Entenda: Conversas Relâmpago

Dia 2

No dia 2, as duas equipes trabalharam de forma multifuncional e projetaram dois protótipos, um de curto prazo e outro de longo prazo. Os protótipos incluíam recursos que a equipe considerava atender às necessidades identificadas no primeiro dia. O objetivo de testar esses recursos era obter sinais direcionais dos usuários sobre quais ideias teriam mais repercussão. Articular as ideias com mais detalhes em fluxos de usuários claros foi fundamental para obter feedback e ajudou a tornar a visão mais real para futuras comunicações com as partes interessadas.

Cronograma do Vision Sprint: Dia 2 - 3

Dia 2

Esboços do Conceito Presente
Protótipos de storyboards
Design e prototipagem

Trabalho a ser Feito Jornada Futura

Futuro Playground

8's malucos, compartilhando e votando

Redação de reportagem de capa

Esboço do Conceito

Debriefs

Sintetize Aprendizados

A descoberta

Dia 1

O primeiro dia foi ininterrupto com as ferramentas de sprint tradicionais do Google, como Lightning Talks e Crazy 8's, em ação do início ao fim. Dividimos o grupo em duas equipes - uma com foco no curto prazo (2-3 anos) e outra no longo prazo (mais de 5 anos) - e, no final do dia, cada equipe tinha um conceito central para passar para a prototipagem no dia 2. "Tivemos muitas ideias ótimas para a prototipagem, tantas, na verdade, que tivemos dificuldade em escolher o que queríamos avançar nos testes", diz Axelsson. "Como este não era um sprint de produto, não era tão claro quanto os recursos específicos que queríamos testar. Nossa prototipagem foi mais sobre uma coleção de ideias e adereços de valor para impulsionar a 3M no futuro."

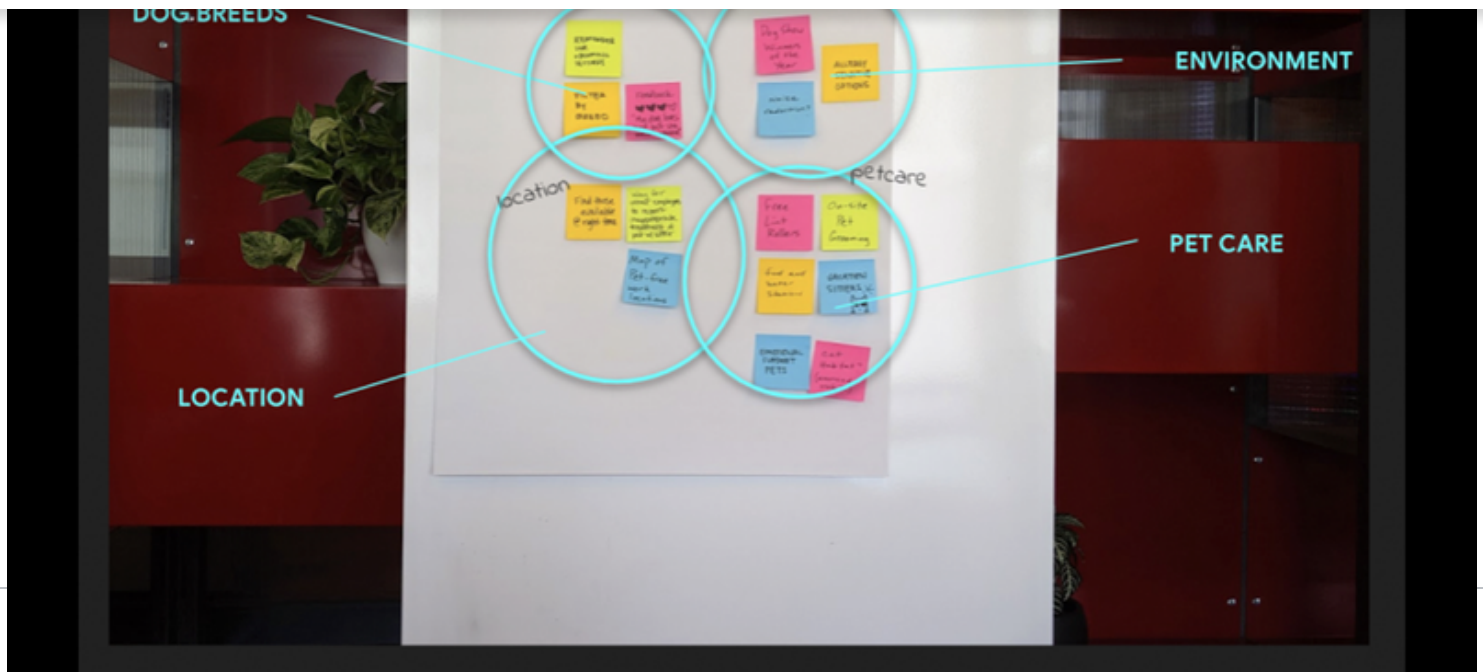
Dia 2

No dia 2, as duas equipes trabalharam de forma multifuncional e projetaram dois protótipos, um de curto prazo e outro de longo prazo. Os protótipos incluíam recursos que a equipe considerava atender às necessidades identificadas no primeiro dia. O objetivo de testar esses recursos era obter sinais direcionais dos usuários sobre quais ideias teriam mais repercussão. Articular as ideias com mais detalhes em fluxos de usuários claros foi fundamental para obter feedback e ajudou a tornar a visão mais real para futuras comunicações com as partes interessadas.

Dia 3

O dia 3 foi dedicado a testar o protótipo de cada equipe com usuários de todo o ecossistema de sprint de design do Google. As equipes receberam feedback acionável para refinamento adicional dos protótipos após a conclusão do sprint. Mas, mais importante, eles obtiveram insights mais profundos e unificados sobre o que poderiam fazer para incorporar ainda mais os produtos Post-it® no processo de sprint de design. "Cada equipe encontrou um enorme valor em chegar a um entendimento compartilhado da direção que estamos seguindo", diz Axelsson. "A visão real pode mudar com o tempo, mas o que é realmente importante é que estejamos alinhados com nosso propósito e nossa missão."

O resultado



Desde o sprint, a 3M concluiu dois lançamentos de aplicativos Post-it®, que podem ser vinculados diretamente ao trabalho realizado durante o sprint. De fato, o aplicativo atualizado foi reconhecido pela revista Fast Company como um dos 25 **Produtos do Google** e ganhou o Best of Google Play 2019 na categoria Everyday Essentials.

Termos

O primeiro lançamento introduziu uma integração entre o Post-it® App e o Trello para ajudar as pessoas a gerenciar seu fluxo de trabalho desde o brainstorming até o produto final. A integração do Trello com o aplicativo Post-it® oferece aos pensadores visuais e criativos a flexibilidade de iniciar seu processo de ideação no papel e progredir com o projeto digitalmente, facilitando a colaboração com colegas de equipe e mantendo o trabalho em movimento, mesmo em trânsito.

Para usar a integração, os usuários do Post-it® App podem tirar uma foto de até 200 Post-it® Notes. Cada Post-it® Note será reconhecido como um cartão individual que pode ser carregado em um quadro do Trello. A partir daí, os usuários podem organizar seus cartões em fases do projeto, atribuir proprietários, adicionar prazos, anexar ativos e muito mais.

O segundo lançamento adicionou reconhecimento de escrita usando o Google Vision. Funciona assim: o aplicativo reconhece automaticamente a caligrafia do usuário e coloca o texto editável abaixo de cada nota Post-it®. Isso facilita a pesquisa de palavras ou ideias específicas no Notes e permite que os usuários exportem o conteúdo para outras plataformas como Trello, Excel e texto simples.

O poder de um Sprint de visão

Mas como se tratava de um Vision Sprint, inovações e lançamentos imediatos de produtos não eram a entrega principal. O que era? Alinhamento e entusiasmo com a visão do futuro dos produtos Post-it®. E nessa métrica, a 3M considera o sprint um grande sucesso. “Saíndo do Vision Sprint, nossa equipe se sentiu energizada, inspirada e alinhada. O sprint nos alinhou em torno dos passos que podemos tomar no curto prazo para ajudar a tornar possível nossa visão de longo prazo”, diz Remi Kent, Diretor de Marketing do Grupo de Negócios de Consumo da 3M.

design thinking em nível global. Nunca vi alguém no mundo dos negócios mais dedicado ao seu processo do que Kai.”