

Inovação e Design Thinking

**Capítulo 4. Refinamento das Hipóteses, Benefícios e Justificativas
(Ideação)**

Prof. Vinícius Roman



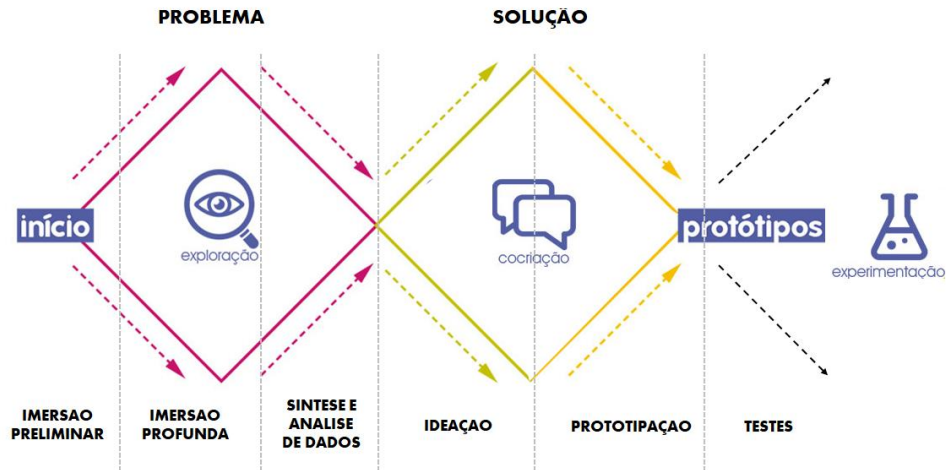
Aula 4.1. Ideação



Nesta aula

- ☐ Objetivo da fase de ideação.
- ☐ *Brainstorming*.

É o momento no qual iremos dar **vazão ao processo criativo** e apresentar potenciais rotas de solução para o real problema identificado.



O método do Duplo Diamante

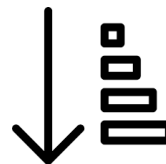
Fonte: adaptado de Design Council UK (2005).

Brainstorming

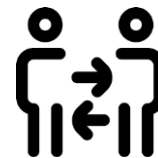
IGTI



Não existe
certo ou errado



Quantidade
=
Qualidade



Interajam
bastante



Uma conversa
de cada vez

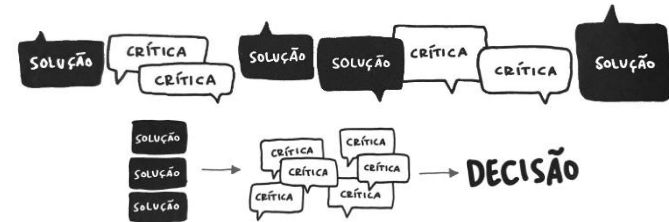


Suspendam
suas verdades



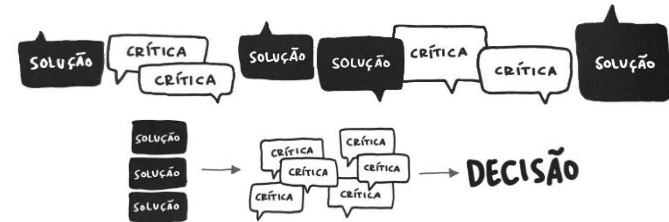
Não confie na
memória,
ANOTE!

- Defina o desafio e garanta que todos estejam preparados.
- Crie um ambiente agradável.
- Apresente o desafio e as regras do jogo.
- Modere a discussão com equilíbrio.
- Anote tudo.
- Sintetize o debate.



Será que conseguimos chegar perto de uma solução ideal? O que aprendemos?

- Defina o desafio e garanta que todos estejam preparados.
- Crie um ambiente agradável.
- Apresente o desafio e as regras do jogo.
- Modere a discussão com equilíbrio.
- Anote tudo.
- Sintetize o debate.



Será que conseguimos chegar perto de uma solução ideal? O que aprendemos?

- ☑ A ideação é o segundo momento de divergência do método duplo diamante, com foco na busca da melhor rota de solução para o problema identificado.
- ☑ A técnica empregada para a ideação é o Brainstorming.
- ☑ O Brainstorming considera que soluções coletivas trazem resultados melhores e mais criativos do que ações individuais e isoladas.
- ☑ Devemos fomentar o processo criativo, a geração de ideias, o debate sem julgamentos para obter insights relevantes para nossa solução.



Próxima aula

- ☐ Priorização das ideias.



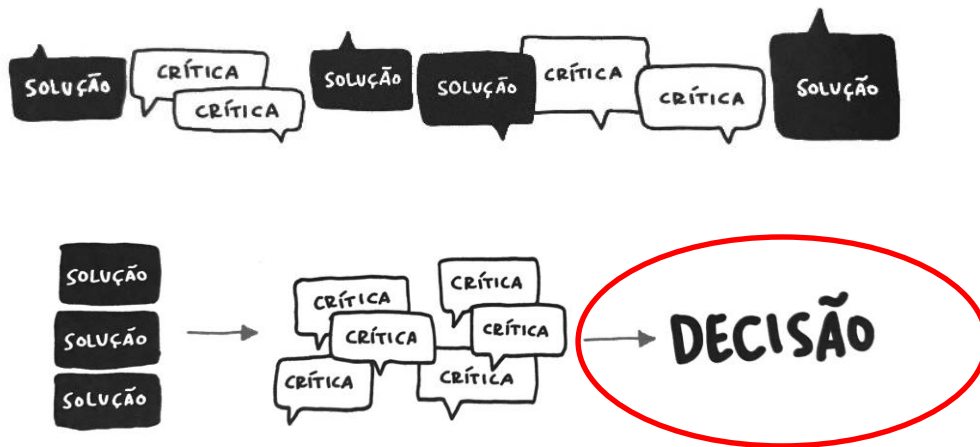
Aula 4.2. Priorização de ideias

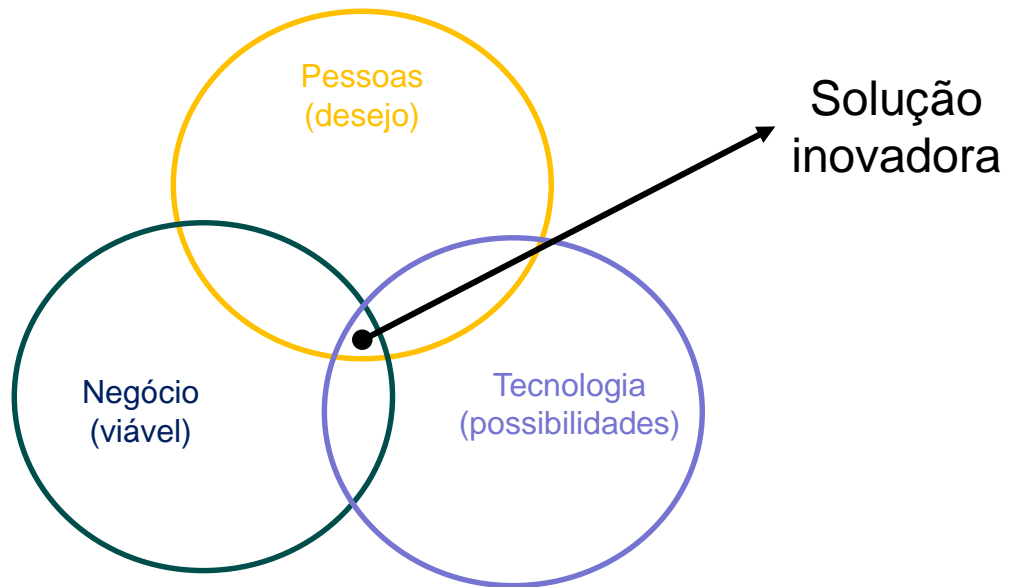


Nesta aula

- ☐ Agrupamento das ideias.
- ☐ Matriz de priorização.

Chegou a hora de agrupar as ideias que apresentam maior afinidade, semelhança ou complementaridade.





Ideias	Critérios de comparação						Somatório
	C1	C2	C3	C4	C5	C6	
I1	1	3	5	4	3	2	18
I2	5	5	4	5	3	5	27
I3	1	1	1	1	1	1	6
I4	3	4	2	1	2	2	14
I5	3	5	1	2	3	3	17
I6	4	5	3	3	3	1	19
I7	4	5	3	2	1	3	18
...
In	1	5	4	1	4	2	17

Exemplo de matriz de priorização

Priorização das ideias

Escala	B - Benefícios	A - Abrangência	S - Satisfação	I - Investimentos	C - Cliente	O - Operacionalidade
5	De vital importância	Total (de 70 a 100%)	Muito grande	Pouquíssimo investimento	Nenhum impacto	Muito fácil
4	Significativo	Muito grande (de 40 a 70%)	Grande	Algum investimento	Impacto pequeno	Fácil
3	Razoável	Razoável (de 20 a 40%)	Média	Médio investimento	Médio impacto	Média facilidade
2	Poucos benefícios	Pequena (de 5 a 20%)	Pequena	Alto investimento	Impacto grande	Difícil
1	Algum benefício	Muito pequena	Quase não é notada	Altíssimo investimento	Impacto muito grande no cliente	Muito difícil

- ☑ Além de gerar as ideias, precisamos saber agrupá-las e priorizá-las.
- ☑ As ideias devem atender aos três requisitos básicos do Design Thinking (desejável, possível e viável).
- ☑ Crie a Matriz de Priorização para suas ideias e não esqueça de definir os critérios de avaliação e os balizadores para atribuir as notas.
- ☑ Escolha a ideia de maior potencial para iniciar a prototipação.



Próxima aula

- ☐ Canvas da proposta de valor.



Aula 4.3. Canvas da proposta de valor

- ☐ Reforçar o conceito de proposta de valor.
- ☐ Apresentar a relação entre o Business Model Canvas (BMC) e o Canvas de Proposta de valor.
- ☐ Aprender a utilizar a ferramenta.
- ☐ Ilustrar sua aplicação com um caso prático.

É responsável pelo fato de um **cliente escolher** uma **solução** entre outras existentes no mercado. Representa os **benefícios ofertados** para um segmento de clientes, oferecidos a um **preço** que eles estão dispostos a pagar.

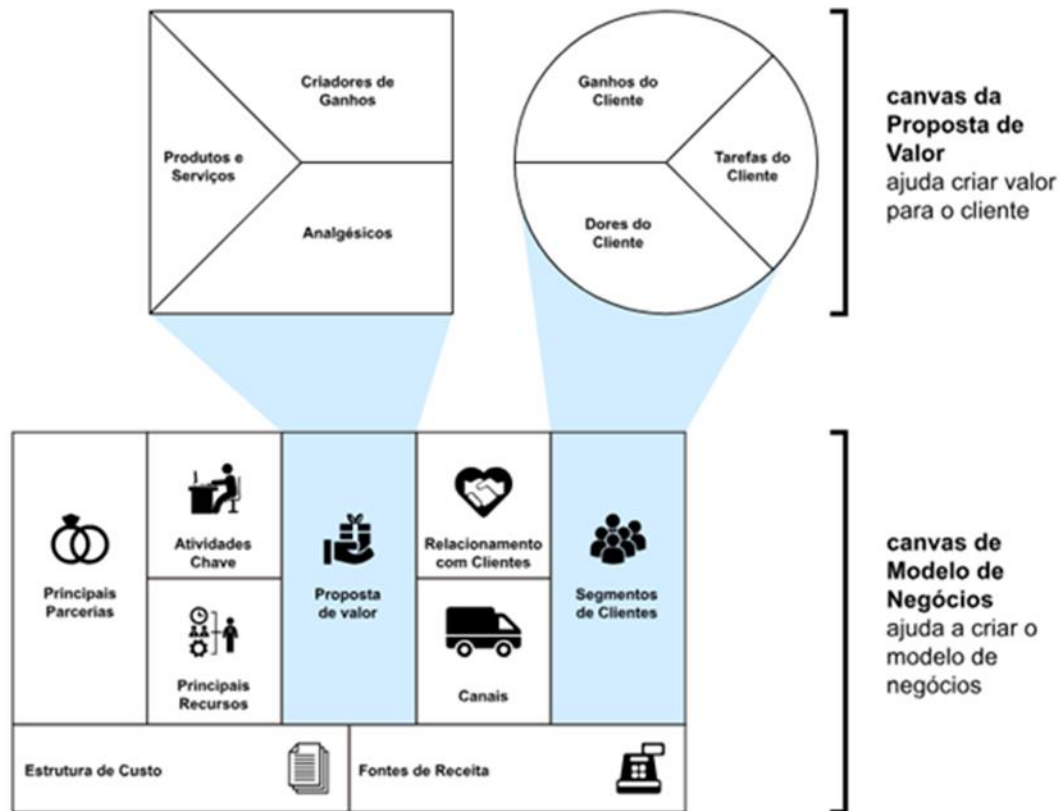


Conectar pessoas
independente de onde
elas estejam.

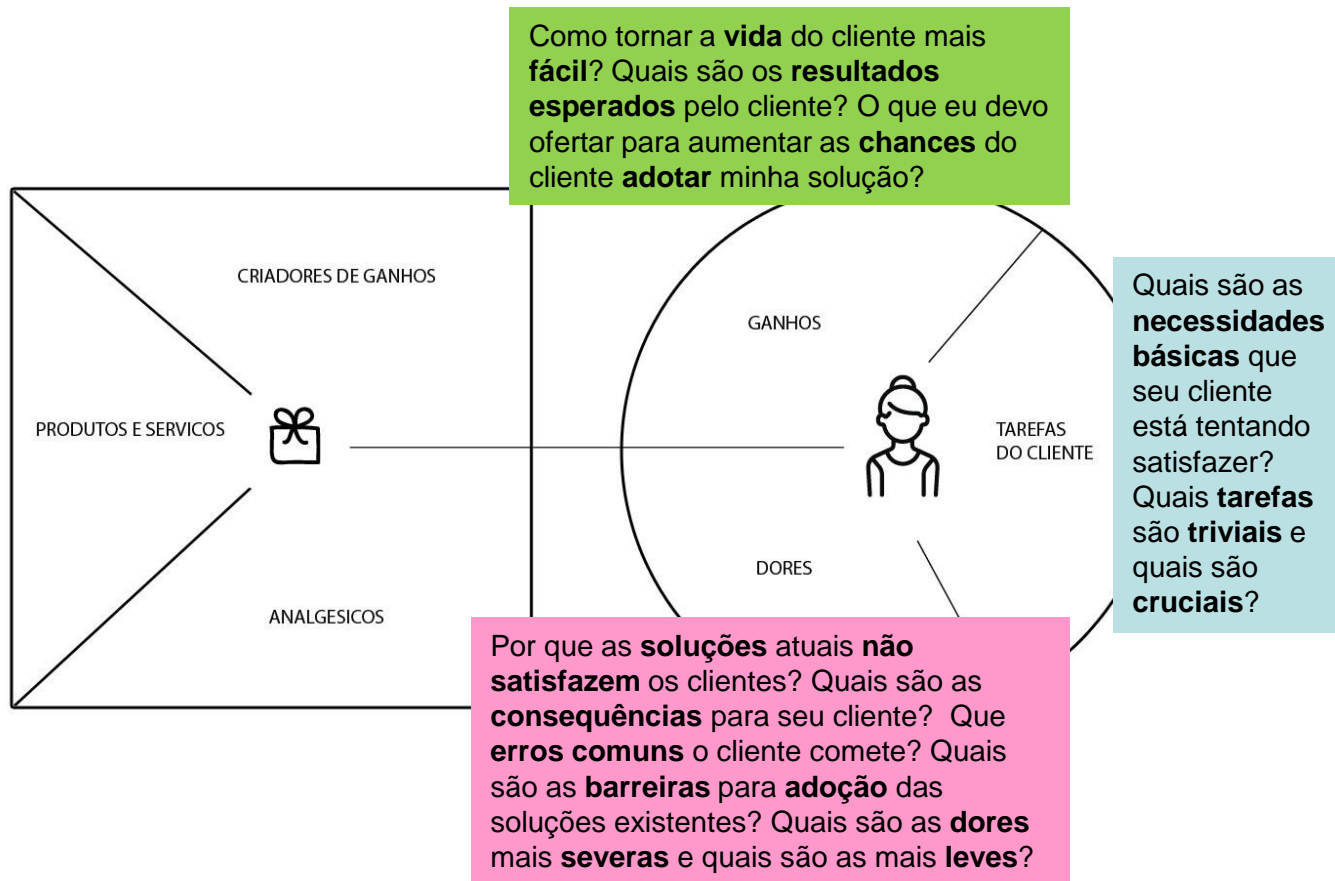


Paz de espírito!

Canvas da proposta de valor



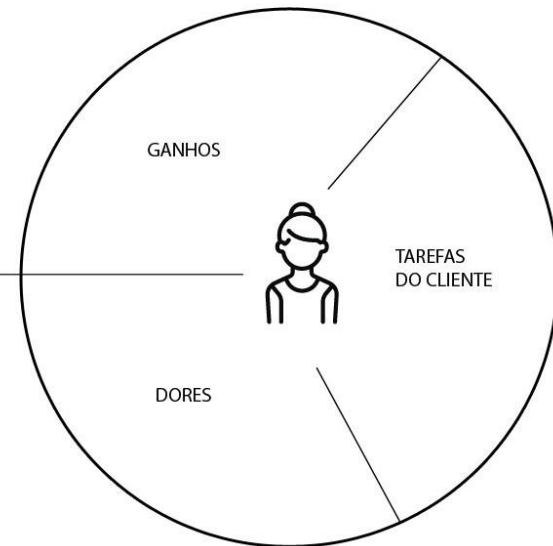
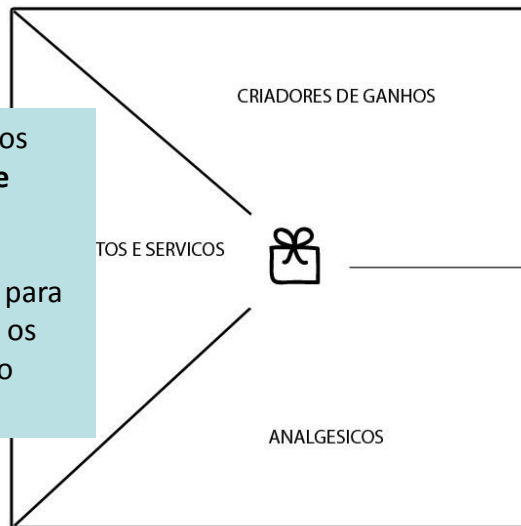
Canvas da proposta de valor



Canvas da proposta de valor

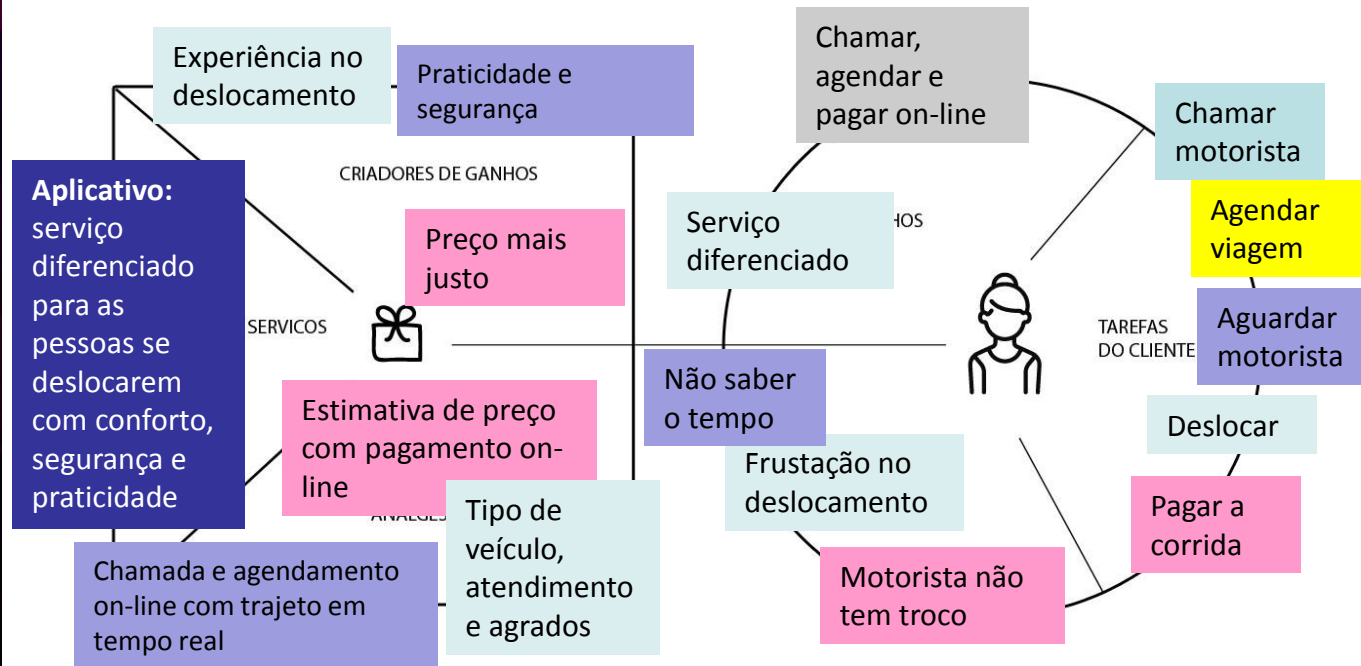
Sua solução gera economias que faz o **cliente feliz**?
Produz **resultados surpreendentes**? Faz algo que
os **clientes** estão à **procura**?

Quais são os
**produtos e
serviços** a
**serem
entregues** para
solucionar os
desafios do
cliente?



Você **reduz custos**? Faz o cliente se **sentir melhor**?
Elimina **barreiras** de **adoção** da solução? Elimina **erros
comuns**? Possui **desempenho superior**?

Exemplo de aplicação



Oferecer às pessoas a possibilidade de se deslocar com **conforto, segurança, cortesia e facilidade** na **solicitação do serviço e pagamento**.

- ☑ O Canvas de proposta de valor é muito útil para **entender** o **cliente** e verificar como seu **produto** pode se adequar às suas **necessidades**.
- ☑ Sua aplicação pode ser feita quando já se tem um **público-alvo** definido, um **problema** a ser **solucionado** e uma **proposta** de **solução**.
- ☑ A **combinação** das **dores** com os **analgésicos** que dá direcionadores para você saber se está no caminho certo.
- ☑ Utilizando a ferramenta, você tem uma **visão** mais **clara** de como sua **solução** pode **impactar** seu cliente, tornando mais fácil a **validação** das **hipóteses** em relação à **aceitação** do **produto** no mercado.



Próxima aula

- ☐ O que é um protótipo.
- ☐ Tipos de protótipos.