



TRT2

Formação de Laboratoristas

Aula 7

DT etapas:

1. Ideação

Prática no Miro





Usos
incomuns
para
batatas!

DESIGN THINKING





Qualquer coisa tangível que nos permita explorar uma ideia, avaliá-la e levá-la adiante é um **protótipo.**

- Tim Brown

Prototipação

Protótipo é a materialização de uma ideia

É pensar com as mãos, explorando fisicamente o abstrato, abrindo a mente para novas possibilidades

Pode ser algo simples, barato, terminado rapidamente e até improvisado; o que importa é a sua capacidade de apresentar uma ideia

O *storytelling*, as experiências simuladas ou as maquetes são bons exemplos





Prototipar

É a passagem do abstrato para o físico de forma a representar a realidade, mesmo que simplificada, e proporcionar validações.

Prototipar

Entender melhor a solução e seus usuários

Construir para pensar

Desenvolver múltiplas opções de solução

Testar e refinar a solução com seus usuários

Inspirar os outros a exporem suas visões

Aprender: se uma imagem vale mais do que mil palavras, um protótipo vale mais do que mil imagens

Prototipar

Solucionar discordâncias

Eliminar ambiguidades

Auxiliar na ideação e reduzir falhas de comunicação

Falhar rapidamente e de forma barata: criar protótipos rápidos e simples lhe permite testar inúmeras ideias sem investir muito recursos

Gerenciar o processo de construção da solução: identificar variáveis que permitam quebrar um grande problema em pedaços menores testáveis



Por que o protótipo é tão importante?

- Permite representar as ideias de solução em vários formatos:
- Esquemas de papel
- Storyboards
- Maquetes
- Encenações



A criação desses modelos representativos permite demonstrar como um produto ou serviço deveria funcionar na prática e validar hipóteses junto aos usuários.

Ao apresentar o protótipo e receber feedback, a equipe esclarece e afunila suas ideias, em uma troca contínua de insights trazidos das etapas de imersão e ideação



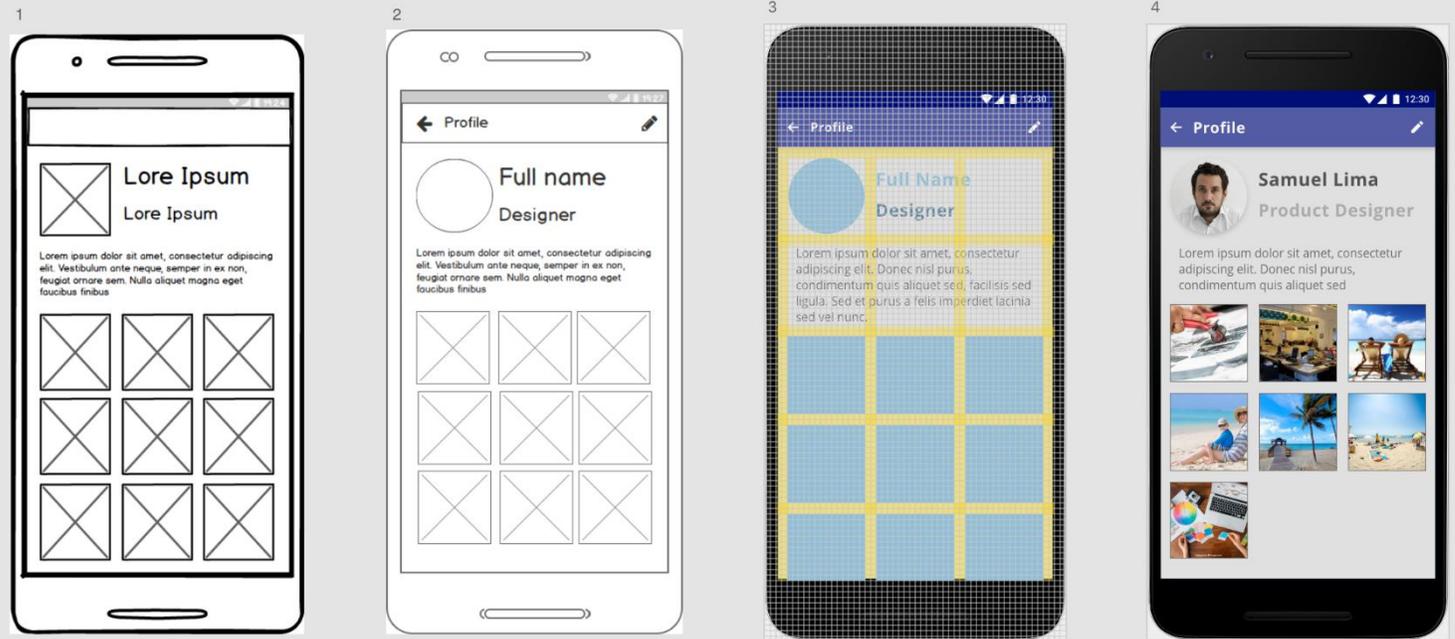
Estimulando a
criatividade!

É fundamental fornecer as ferramentas certas para a prototipação das ideias.

Materiais simples, como post-its, massinha de modelar, lego, artigos de papelaria e artesanato – tais como canetas e lápis coloridos -, são apenas alguns dos itens que podem estimular o comportamento criativo e incentivar as pessoas a “colocar a mão na massa”.



Fidelidade do protótipo



Um protótipo pode ser desde uma representação conceitual ou análoga da solução (baixa fidelidade), passando por aspectos da ideia, até a construção de algo o mais próximo possível da solução final (alta fidelidade).

Por que é importante prototipar?

Reduzir incertezas

Solução rápida para abandonar alternativas que não foram bem recebidas pelos usuários sem desperdício de recursos

Os modelos de teste permitem verificar se o comportamento dos usuários durante a interação com o protótipo foi o esperado.

Esses testes podem acontecer em contextos variados

Incentivar a equipe a manter uma visão ampla para poder perceber outras lições durante o teste

“Errar rápido para acertar rápido”.

Se sua solução tiver que falhar, que seja rápido e barato

Incentivar times de inovação a tirarem suas ideias do papel, usando a prototipagem e a validação para driblar incertezas sobre sua efetividade.

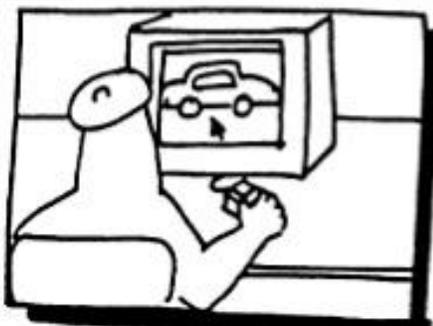
Mesmo os protótipos mais simples são eficazes na identificação de problemas de usabilidade, oportunidades de melhoria e antecipar erros



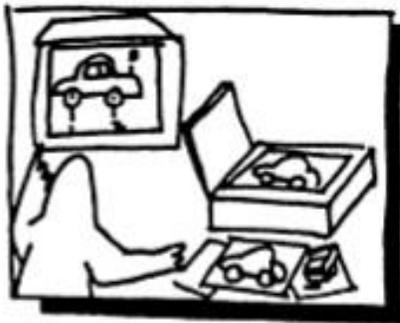
Prototipação de Baixa Fidelidade



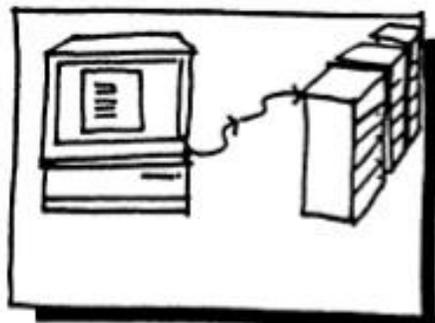
Escanear diagramas e figuras da documentação original.
Utilizar O.C.R. para os textos.



O artista gráfico faz a limpeza da arte de mais alto nível.

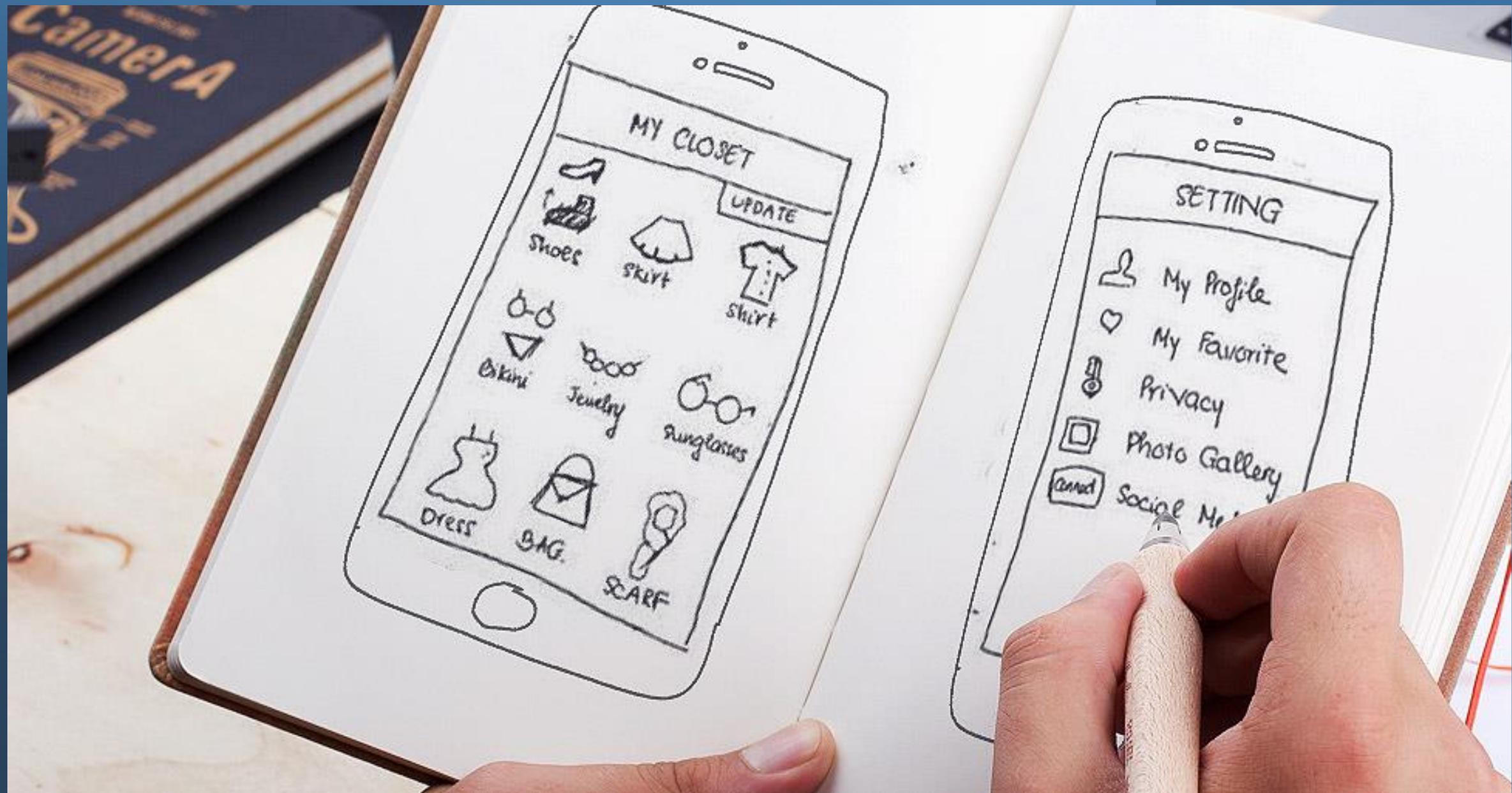


Um programa automatizado faz os botões.



Os dados são lidos de um computador maior, localizado em outro lugar.

Storyboard
de um novo
scanner



MY CLOSET

UPDATE

Shoes

Skirt

Shirt

Earrings

Jewelry

Sunglasses

Dress

BAG

SCARF

SETTING

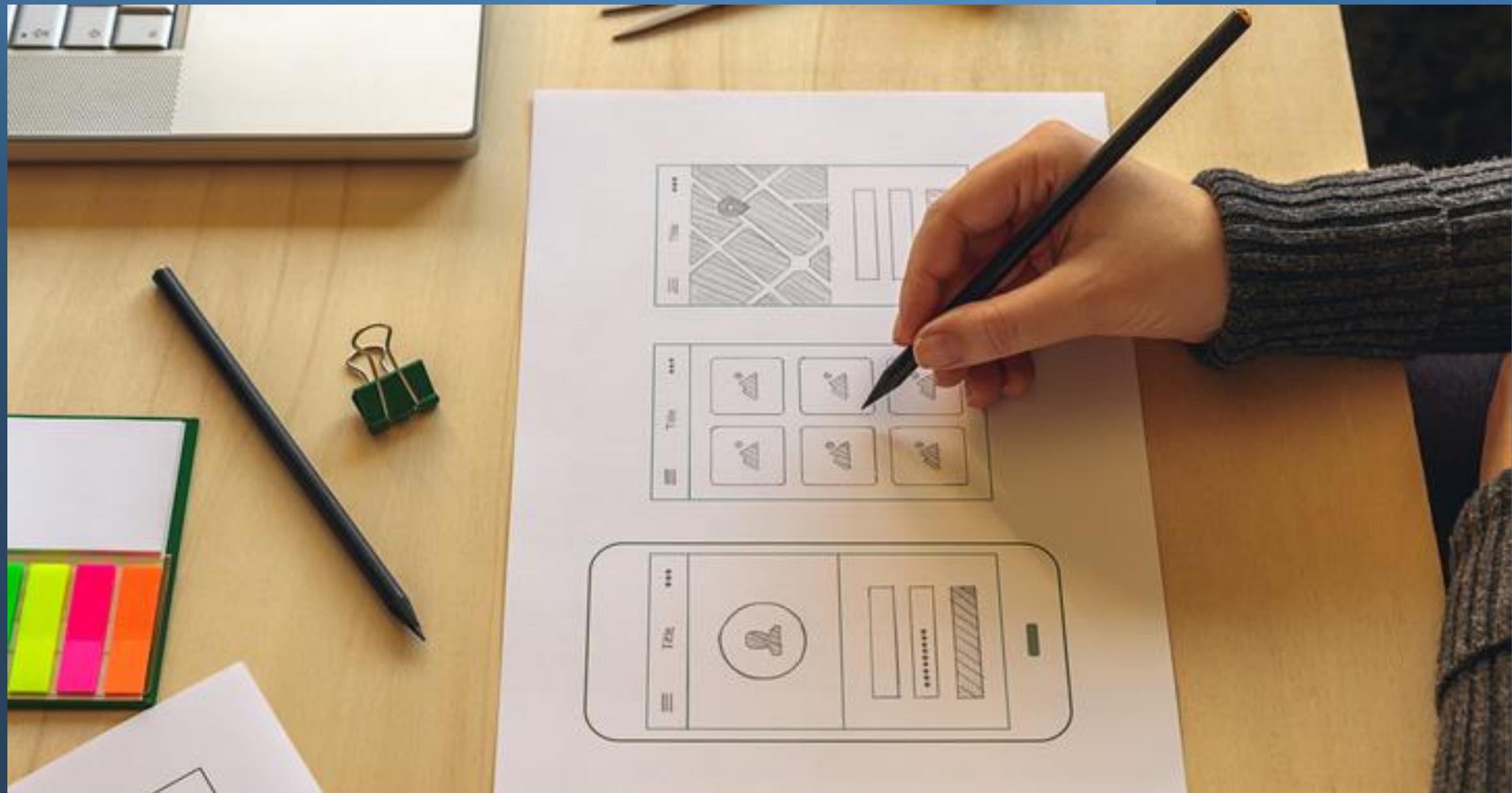
My Profile

My Favorite

Privacy

Photo Gallery

Social Media









Prototipação em papel





DESIGN THINKING





Testar

Testar

Refinar soluções para torná-las mais adequadas

Processo iterativo de apresentação do protótipo no contexto do cotidiano do usuário

Pode significar um retorno à fase de ideação

Aprender mais sobre os usuários

Testar e refinar nosso ponto de vista

Não influencie os resultados dos testes, esteja aberto para ver o que funciona ou não do ponto de vista do usuário



Testar

Deixe o usuário experimentar o protótipo

Mostre, não fale

Mantenha-o falando sobre a experiência enquanto testa

Observe ativamente

Acompanhe com perguntas:

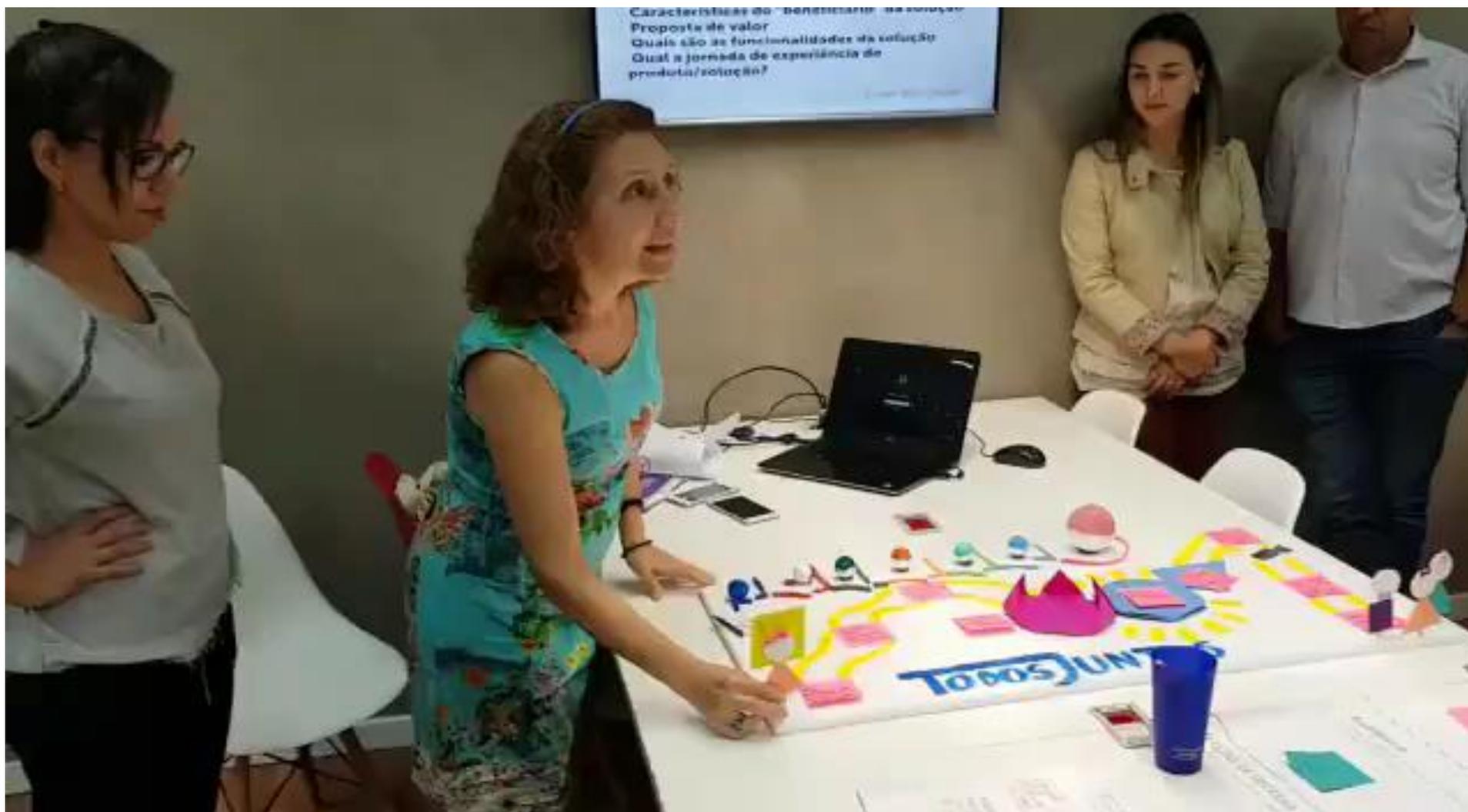
“Por que isso funcionaria para você?”,

“Você pode me dizer como você se sente?”,

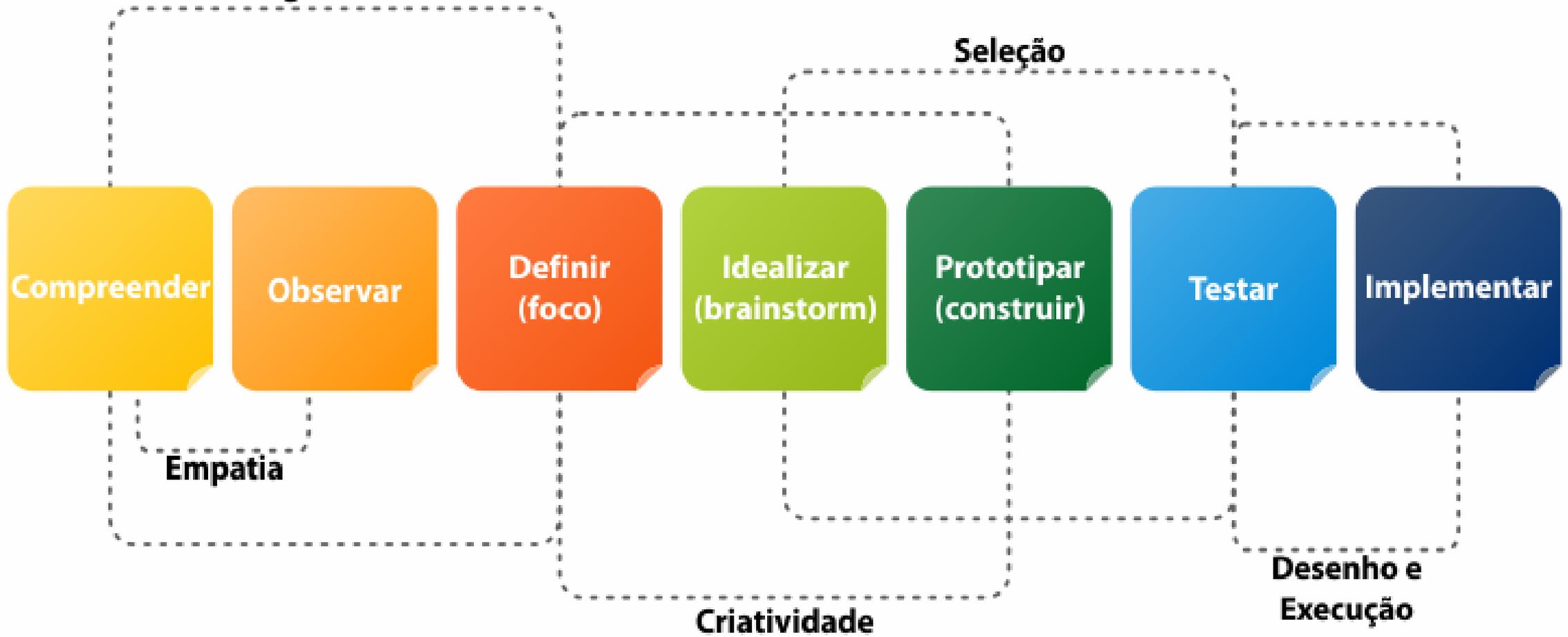
“Por quê?”

Responda perguntas com:

“Bem, o que você acha que esse botão faz?”



**Experiência do Usuário
(insights e foco)**





Telefonica



PITCH





apresentação rápida de 3 a 5 minutos
busca despertar o interesse da outra parte (patrocinadores)
deve conter apenas as informações essenciais e diferenciadas
pode ser apresentado de diversas formas



“para o desafio criamos a solução que é e vai resolver/acrescentar/permitir/facilitar proporcionando ao usuário

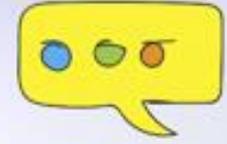
Pitch

Esse termo se popularizou no universo das startups

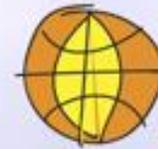
Um pitch pode servir para qualquer área que precise convencer alguém a acreditar na sua ideia

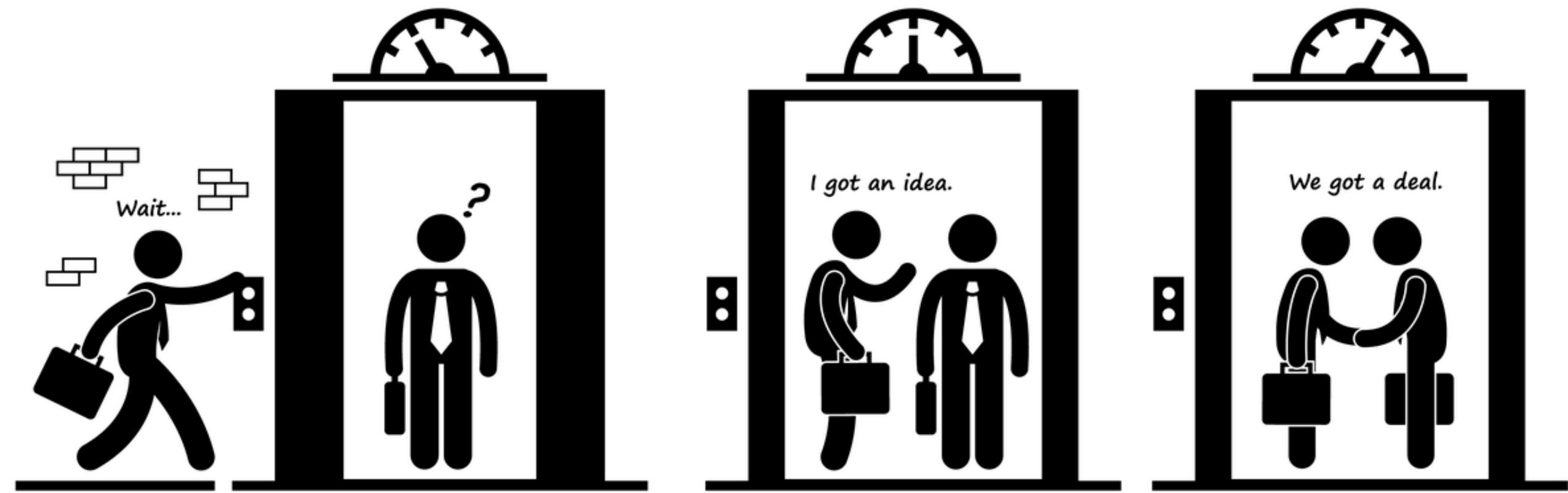
Dura de três a cinco minutos

Não é uma reunião



ELEVATOR PITCH





Ou “discurso de elevador”, uma apresentação rápida da ideia

A intenção é despertar o interesse dos patrocinadores para que eles queiram continuar a conversa ou convidem para uma reunião para conhecer melhor a proposta

TIPOS DE PITCHES

	1 MINUTO	3 A 5 MINUTOS	7 A 10 MINUTOS	ATÉ 20 MINUTOS
FOCAR EM:	OBJETIVIDADE	APROFUNDAR OS DADOS	PREPARAR UM MATERIAL DE APOIO DE QUALIDADE	MANTER A ATENÇÃO DA AUDIÊNCIA
PRINCIPAIS TÓPICOS:	PONTOS BÁSICOS (PROBLEMA, SOLUÇÃO, PÚBLICO E DIFERENCIAL)	+ EQUIPE, CRESCIMENTO E MERCADO	+ PROJEÇÕES FINANCEIRAS	+ NARRATIVA OBJETIVA E INTRIGANTE
MATERIAL DE APOIO:	NÃO	DEPENDE SE FOR UMA APRESENTAÇÃO CURTA E OBJETIVA, SIM!	SIM	SIM

One-sentence pitch



Você consegue resumir sua ideia em uma frase?
Foco nos elementos centrais que mostram o valor da sua ideia

O Programa de Engajamento visa promover a melhoria da qualidade de vida e de trabalho com ações variadas

Elevator Pitch



Duração de 30 segundos a 1 minuto, então o foco deve estar no foco no valor da proposta

O Programa de Engajamento visa aumentar a produtividade, melhorar o clima organizacional e a excelência na prestação jurisdicional.

Pitch deck



Apresentação de slides ilustra a exposição

O layout da apresentação deve ser criativo, visual e bem organizado, sintetizando as principais vantagens e valores da adoção das ideias propostas

Pitch

Seja objetivo

Apresente somente os pontos principais da proposta

Mostre os benefícios

Seja impactante

Pitch

Seja claro

Mostre as oportunidades

Conte uma história (*storytelling*)

Prepare-se para perguntas



Resumindo...



EMPATHIZE

- Sente o estado emocional e as experiências do usuário.
- Reúne ideias.
- Compreende as necessidades do usuário.
- Define personas.
- Identifica as tarefas do usuário e seu ambiente.
- Identifica o contexto de uso.
- Quem são os usuários?
- O que realmente importa para eles?
- Como eu me identifico?



DEFINE

- Cria histórias de usuários.
- Resume os dados.
- Interpretar as demandas do usuário.
- Define a tecnologia.
- Quadro de oportunidades.
- Define o escopo.
- Ponto de vista do quadro.
- Define o problema.
- O que querem os usuários?
- O que podemos construir?
- Como devo interpretar?



IDEATE

- Gera ideias surpreendentes.
- Chuva de ideias sem restrições.
- Ir além da tecnologia.
- Explorar múltiplas soluções.
- Co criar soluções com equipes diversos.
- Amplie para estreitar.
- Fomos amplos?
- Quais são as ideias surpreendentes?
- Como eu penso?



PROTOTYPE

- Demonstrar é melhor que explicar.
- Construir vários protótipos.
- Buscar ajuda da sua equipe.
- Utilizar ferramentas simples.
- Teste vários métodos de criação de protótipos.
- É somente um rascunho.
- Os usuários entenderam?
- Os usuários interagiram bem?
- Como devo apresentar?



EVALUATE

- Teste com usuários reais.
- Busque comentários dos usuários.
- Valide ideias de design.
- Faça iteração e melhore os projetos.
- Conduza pesquisas contextuais, entrevistas com usuários, enquetes e testes de usabilidade.
- O que funcionou bem?
- O que não funcionou e por quê?
- Como avalio?

Imersão



APROXIMAÇÃO DO
PROBLEMA



PONTO DE VISTA DO
USUÁRIO

Ideação

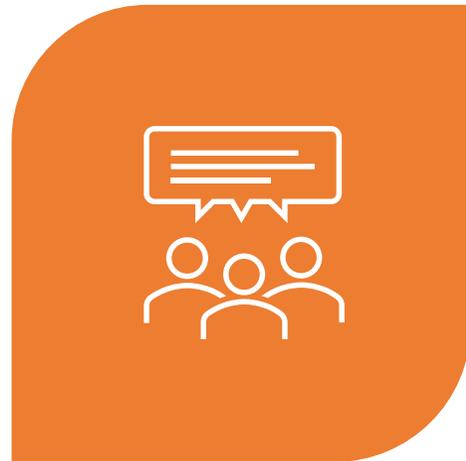


GERAR QUANTIDADE DE
IDEIAS

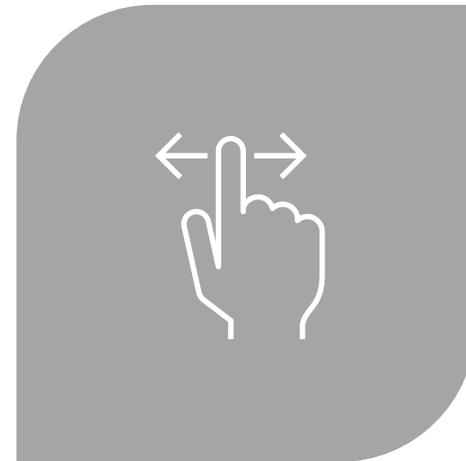


SELECIONAR E PRIORIZAR

Prototipação



TANGIBILIZAR



TESTAR E VALIDAR

Design Thinking



Descrição	Ferramentas
Etapa da EMPATIA, quando se obtém todas as informações necessárias	<ul style="list-style-type: none">• Imersão Preliminar (pesquisa exploratória, desk)• Imersão em Profundidade (entrevistas, vivências, cliente oculto, etc)• Cartões de Insight
Com todas as informações, buscam-se padrões, comportamentos extremos, desafios e oportunidades a fim de compreender o problema	<ul style="list-style-type: none">• Diagrama de Afinidades• Personas• Mapa de Empatia• Jornada do Usuário
Etapa de geração de ideias, primeiro sem restrições e com a cabeça o mais “aberta” possível, para então priorizar segundo custo x benefício	<ul style="list-style-type: none">• Super-heróis, imagens aleatórias, cut-offs• <i>Brainstorming</i>• <i>Brainwriting</i>
Tangibilização da ideia através de uma simulação de baixa fidelidade, buscando identificar problemas o mais rapidamente possível	<ul style="list-style-type: none">• Maquetes• Apresentações• Simulações de telas• Desenhos de processos, etc
Testes, geração de modelo de negócios (ex. Canvas) e definição de plano de implantação	<ul style="list-style-type: none">• Canvas

“Criatividade, inovação, foco no cliente, diversidade, trabalho em equipe, disciplina, divergência, convergência, experimentação rápida, reduzir riscos, evidências valem mais que opiniões. Isso é Design Thinking.”

Fellipe Tavares, cofundador da Grand Designs





Leituras...

Design thinking – inovação em negócios – vários autores – audiobook

<http://livrodesignthinking.com.br/>

Design thinking Brasil - <http://www.dtbrbook.com.br/>

Change by Design – Tim Brown

Design Emocional – Don Norman

Design Thinking Brasil – Luis Alt e Tennyson Pinheiro

Design Works – Heather Fraser



Links...

www.facebook.com/groups/ixdajlle

www.ideo.com

<http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

<http://dschool.stanford.edu/use-our-methods/>

<https://www.interaction-design.org/literature/article/stage-2-in-the-design-thinking-process-define-the-problem-and-interpret-the-results>



Outras
fontes

Build. Measure. Learn. Lean Startup SXSW 2012 – Pelo autor do livro, Eric Ries e 4 outros:
<https://www.udemy.com/lean-startup-sxsw-2012-videos-and-presentations/>

[Palestra] sobre Business Model Generation – Pelo autor do livro, Alexander Osterwalder:
<http://www.youtube.com/watch?v=5qiVgGA9kwo>

[Vídeo] Tim Brown no TED Talks:
http://www.ted.com/talks/tim_brown_urges_designers_to_think_big.html

[Reportagem] Globo, “Entenda como o Design pode ser empregado de forma estratégica”:
<http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/12/conheca-o-design-thinking-metodo-empregado-paracriacao-coletiva.html>



Outras
fontes

[Reportagem] Design Thinking para educadores:
<http://designthinkingforeducators.com/>

[Reportagem] Design Thinking na Citrix:
<http://www.mixprize.org/comment/27586>

[Reportagem] Podcast Harvard, “Why Design Thinking is the next competitive advantage?”:
http://www.cbsnews.com/8301-505125_162-28043540/why-design-thinking-is-the-nextcompetitive-advantage--harvard-ideacast/

Ferramentas grátis para mind maps:

[OFFLINE] Xmind: <http://www.xmind.net/>

[ONLINE] Text 2 Mind Map:
<https://www.text2mindmap.com/>



Referências

Design Thinking Action Lab - Stanford University, curso online (NovoED) e Site

<https://novoed.com/designthinking>

<http://dschool.stanford.edu/use-our-methods/>

- [LIVRO] Design Thinking - Inovação em Negócios - MJV Press, livro brasileiro sobre Design Thinking (Download grátis)

<http://livrodesignthinking.com.br>

- [LIVRO] Design Thinking - Editora Elsevier, livro do CEO da IDEO sobre Design Thinking

<http://www.skoob.com.br/livro/115265-design-thinking>

- Creativity, Innovation, and Change - Pennsylvania State University, curso online (Coursera)

<https://www.coursera.org/instructor/jmatson>



Videoteca

<https://youtu.be/z2y2gPz1BNg> Telefônica

<https://youtu.be/UAinLaT42xY> Tim Brown

<https://youtu.be/zmj1IX2TMxc> De onde vem as boas ideias

<https://youtu.be/Bwjwb5alcZ8> Sebrae

<https://youtu.be/d9oAlsEBcII> A lagarta e a borboleta Martha Gabriel

<https://www.youtube.com/watch?v=rbXJMAFRM7I> Convergência



Videoteca

<https://youtu.be/z2y2gPz1BNg> Telefônica

<https://youtu.be/UAinLaT42xY> Tim Brown

<https://youtu.be/zmj1IX2TMxc> De onde vem as boas ideias

<https://youtu.be/Bwjwb5alcZ8> Sebrae

<https://youtu.be/d9oAlsEBcII> A lagarta e a borboleta Martha Gabriel

<https://www.youtube.com/watch?v=rbXJMAFRM7I> Convergência



Videoteca

Imersão

<https://www.youtube.com/watch?v=0UrqLcref88>

Ted Steven Johnson

<https://www.youtube.com/watch?v=0af00UcTO-c>

TED Guy Kawazaki

<https://www.youtube.com/watch?v=Mtjatz9r-Vc>

Ted Tim Brown tales of criativity and play

<https://www.youtube.com/watch?v=RjwUn-aA0VY>



Videoteca

Personas

https://www.youtube.com/watch?v=GR2m-z_msAg

Jornada do Usuário

<https://www.youtube.com/watch?v=xv9Zx-PkUQs>

entrevista

<https://www.youtube.com/watch?v=viDHkMfLQCs>

sessão generativa

<https://www.youtube.com/watch?v=7MXOHpq5GO8>

cartões de insight

<https://www.youtube.com/watch?v=sip6TtDU7FM>

diagrama de afinidades

<https://www.youtube.com/watch?v=Xi0wRD7FvmU>



Videoteca

encenação

https://www.youtube.com/watch?v=MKg77_Yk630

cadernos de sensibilização

<https://www.youtube.com/watch?v=IXCnMK2xDNI>

workshop

<https://www.youtube.com/watch?v=xO4Ps4L3yOE>

DT

https://www.youtube.com/watch?v=yj2kiqrj_D0

protótipo de papel

<https://www.youtube.com/watch?v=zBvG34eEyG8>



Ferramentas

<http://www.jfsp.jus.br/inovajusp/ijusplab/>

https://portal.tcu.gov.br/design_thinking/index.html



Obrigada!

Gisele Molinari Fessore
giselefessore@hotmail.com
gessore@trf3.jus.br