



O VALOR DO DESIGN THINKING PARA OS NEGÓCIOS



by | marcosbatista

JULHO | 2019

O VALOR DO DESIGN THINKING PARA OS NEGÓCIOS

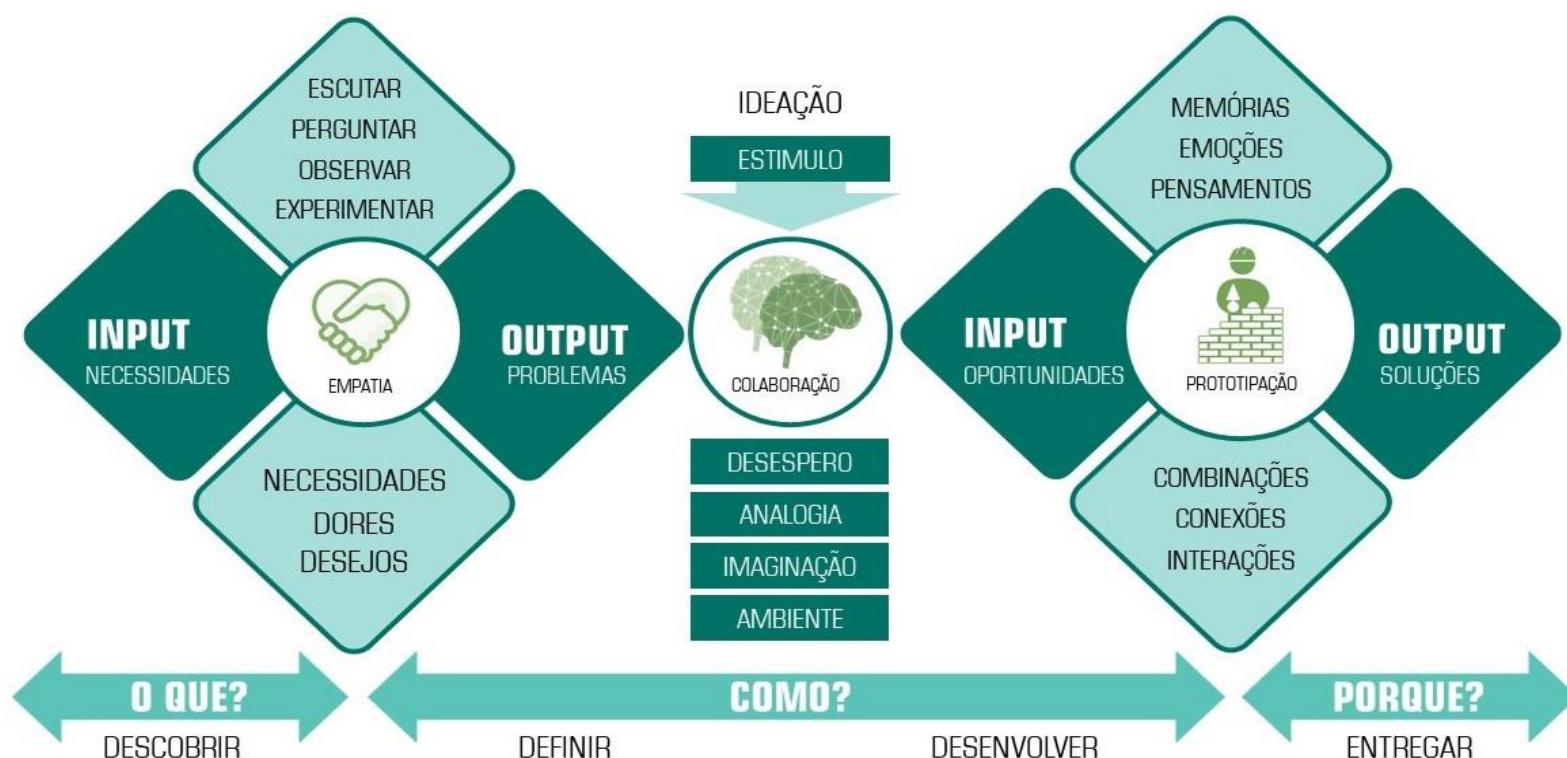
Partindo de uma situação que normalmente presenciamos no ponto de venda ou em algumas negociações, no momento quando o cliente diz “está caro”, em grande parte dos casos ele está querendo dizer “Não estou enxergando valor no que você está me oferecendo”. Portanto o que torna seu negócio, marca, produto ou serviço valioso não é o que você vende, mas sim a habilidade de realmente resolver um PROBLEMA ou suprir uma necessidade.

Como o elemento-chave para que qualquer negócio possa ter valor e ser inovador é capacidade de resolver um problema, ser relevante e percebido com significado para o cliente, o design thinking aproxima as pessoas das discussões e as coloca no centro das decisões, assim as organizações passam a de fato impactar nossas vidas. Com uma abordagem que é profundamente humana, que depende da habilidade de ser intuitivo, de interpretar o que se observa e de desenvolver ideias que são emocionalmente significativas para seus clientes e usuários.

O processo do Design Thinking permite compreender o que é valor no entendimento de necessidades e problemas, oscilando entre modelos de pensamentos divergentes e convergentes. É uma abordagem estruturada para gerar e aprimorar ideias. Cinco fases ajudam em seu desenvolvimento, desde identificar um desafio até encontrar e construir uma solução.

É a partir de um desafio pautado em necessidades e problemas referente ao tema que o pensamento em design nos incentiva a imaginar soluções que sejam desejáveis (valor agregado) para a sociedade. Uma vez compreendidas as reais necessidades dos usuários e seus problemas, são colocadas na balança as limitações de mercado, o fator financeiro e técnico disponíveis. Na compreensão de uma proposta de valor, está associada a habilidade de realmente resolver um PROBLEMA ou suprir uma necessidade. Como poderíamos identificá-lo?

Para detectar um problema é preciso entender o tamanho da dor, ou seja, em qual estágio e momento ele se encontra. Saber qual é o nível de consciência do seu cliente ou usuário e como ele interage com o problema fará com que você consiga desenvolver soluções muito mais assertivas e de fato desenhada para as pessoas.



NÍVEIS DE PROBLEMAS:

- **PROBLEMA LATENTE** é aquele problema que existe, mas o seu cliente e usuário não têm consciência da sua existência.
- **PROBLEMA PASSIVO** é aquele problema que existe, o seu cliente tem consciência da sua existência, mas não está motivado a consumir a solução.
- **PROBLEMA ATIVO** é aquele problema que existe, o seu cliente tem consciência da sua existência, está motivado a consumir uma solução, mas ainda não teve nenhuma atitude para procurar uma maneira de resolvê-lo.
- **PROBLEMA DE ENGAJAMENTO** é aquele problema que existe, o seu cliente tem consciência da sua existência, está motivado a consumir uma solução e já tomou uma atitude para procurar uma maneira de resolvê-lo, mas não obteve sucesso.

Utilizando o processo do Design Thinking na validação de uma ideia, a partir das necessidades que não eram atendidas e problemas não resolvidos, tangibilizados em características e atributos constituídos de fatores emocionais e racionais em um protótipo que chamamos M.V.P. (Mínimo Produto Viável), podemos dizer agora que temos as promessas e propostas de valores para modelagem de um negócio como argumento para a próxima geração de empreendedores com propósito. Esse caminho de enquadrar os problemas e interpretá-los abre a possibilidade de empreender e reenquadrar soluções para o seu negócio detectando oportunidades a partir de alguns pilares:

1- MATRIZ DE ALINHAMENTO: Enquadrar e reenquadrar problemas em soluções a partir de um alinhamento realizado pelo grupo, do que ainda tem dúvidas, certezas ou suposições sobre o desafio, abrem a possibilidade de definir formas alternativas de interpretar situações com pontos de vista diferentes.

2- SITUAÇÕES ANALÓGAS: Novas oportunidades podem surgir de locais e situações observadas por associações entre coisas que já existem e que podem inspirar o desenvolvimento de soluções futuras. Você pode fazer analogias em setores semelhantes ou em áreas totalmente diferentes.

3- RACIOCÍNIO ABDUTIVO: Geralmente utilizamos os raciocínios indutivos ou dedutivos para explorar situações lógicas que nos levam a conclusões empiricamente verdadeiras, enquanto o raciocínio abduutivo explora hipóteses sobre as observações vivenciadas e essas incertezas que ainda são teses fracas nos levam a experimentar novas possibilidades.

4- MAPA MENTAL: A simulação mental do design thinking envolve reavaliar fatos passados e presentes, conectando com o campo cognitivo do design estratégico de simular futuros possíveis, prováveis e desejáveis, isso envolve a prática de imaginar e criar cenários visuais que ajudam os empreendedores a iniciarem o processo de aprender da forma mais rápida possível, conectando o que é desejável, possível e viável para seu negócio. Auxilia os empreendedores e colaboradores a sintetizar suas ideias e a importância da proposta de valor, gerar oportunidades no mercado com um modelo de negócio disruptivo, simular a escalabilidade e crescimento e inclusive identificar quem pode frustrar ou matar seu novo empreendimento.

“Se você não está fazendo diferença na vida de outra pessoa, você não deveria estar nesse negócio”

O PROCESSO



DESCOBERTAS constroem uma base sólida para suas ideias. Criar soluções significativas para os usuários começa com um profundo entendimento de suas necessidades, isso significa estar aberto a novas oportunidades, inspirar-se e criar novas ideias. Com a preparação correta, essa fase pode ser um abrir de olhos e vai proporcionar um bom entendimento do desafio.



INTERPRETAÇÃO transforma suas histórias em *insights* valiosos. Observações, visitas de campo ou até uma simples conversa podem ser ótimas inspirações – mas encontrar nisto significados e transformá-los em oportunidades de ação para o design não é tarefa simples. Envolve tanto a contação de histórias quanto a seleção e a condensação de pensamentos, até que você tenha encontrado um ponto de vista convincente e uma direção clara para o próximo passo, a ideação.



IDEAÇÃO é a geração de várias ideias. O *brainstorming* encoraja a pensar de forma expansiva e sem amarras. Muitas vezes, as ideias mais ousadas são as que desencadeiam pensamentos visionários. Com uma preparação cuidadosa e um conjunto de regras claras uma sessão de *brainstorming* pode render centenas de ideias novas.



EXPERIMENTAÇÃO dá vida às suas ideias. Construir protótipos significa tornar as ideias tangíveis, aprender enquanto as constrói e dividi-las com outras pessoas. Mesmo com protótipos iniciais e rústicos você consegue uma resposta direta e aprende como melhorar e refinar uma ideia.



EVOLUÇÃO ajuda os empreendedores a iniciarem o processo de aprender da forma mais rápida possível, conectando o que é desejável, possível e viável para seu negócio. Auxilia os colaboradores a sintetizar suas ideias e a importância da proposta de valor no formato de *pitch*. Ajuda-los a compreender a importância de objetivamente expressar suas ideias, vender um conceito ou ainda convencer um cliente ou investidor.





INOVAÇÃO



DESIGN



BRANDING



Ressignifique sua marca, produtos e serviços, esse é o momento! Entre em contato.



Baixe nossos e-books dos projetos que realizamos e artigos, estão disponíveis no site.



Consulte e contrate nossos serviços online: Mentorias e treinamentos.



Acompanhe e participe dos nossos grupos, no whatsapp, instagram, telegram e linkedin.

PROJETOS | TREINAMENTOS | MENTORIAS

www.criategia.com.br

MARCOS BATISTA



Empreendedor, palestrante, designer, professor e um mensageiro da inovação, tal qual um paladino, busca incessantemente a mudança na mentalidade de empresas e organizações, com mais de 400 palestras em território nacional. Especialista convidado no programa INOVA360 na Record News e colunista Revista Empreenda. É graduado em Design com pós-graduação em Economia Criativa e Cidades Criativas pela FGV e Engenharia de Produto na USJT, possui mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de produtos e serviços. Sócio proprietário das empresas CRIATÉGIA e Palestras & Conteúdo. Atuou como gestor em design para a América Latina na Bosch and Siemens Home Appliances para as marcas Bosch, Siemens, Continental e GE. Ganhador de diversos prêmios de design nacionais e internacionais, homenageado e premiado como Líder em Inovação de 2019 (ABC da Comunicação). Consultor credenciado do SEBRAE NA em Design, Empreendedorismo, Inovação e Startup e Diretor de Inovação no ITESCS (Instituto de Tecnologia de São Caetano do Sul). Na academia possui 20 anos de experiência, atuou como coordenador de pós graduação e graduação do IED (Istituto Europeo di Design). Idealizador e professor de cursos de MBA para o curso de Marketing e Negócios Digitais da Be.Academy, Liderança para a Inovação das Faculdades IEL e Creative Design Business do IMT (Instituto Mauá de Tecnologia). Mentor da web série “Alta performance”, curador do Prêmio de Design MóvelPar, participação no livro “10 cases do design brasileiro” (2012) e no livro “Design Brasileiro: uma mudança no olhar”.



studiomarcosbatista



criategia.com.br



felipe@criategia.com.br
marcos@criategia.com.br



55 11 98303-0605 (Felipe)
55 11 98434-9717 (Marcos)

PRÊMIOS

