

Inovação e Design Thinking

Unimed

Adriana Garcia

Olá, quem é você?

Apresente-se rapidamente a uma pessoa que você não conhece. Sente-se em outro lugar.

Por que estamos aqui?

Para pensar inovação em Comunicação

Para pensar no cliente

Para exercitar a criatividade

Para... **cuidar!**

Nosso desafio hoje

“Como podemos inserir o cuidado em todos os processos e relações na Unimed, para atender cada vez melhor nossos clientes, funcionários, fornecedores, parceiros e a sociedade em geral?”

Cuidar

Significado de Cuidar

v.t.

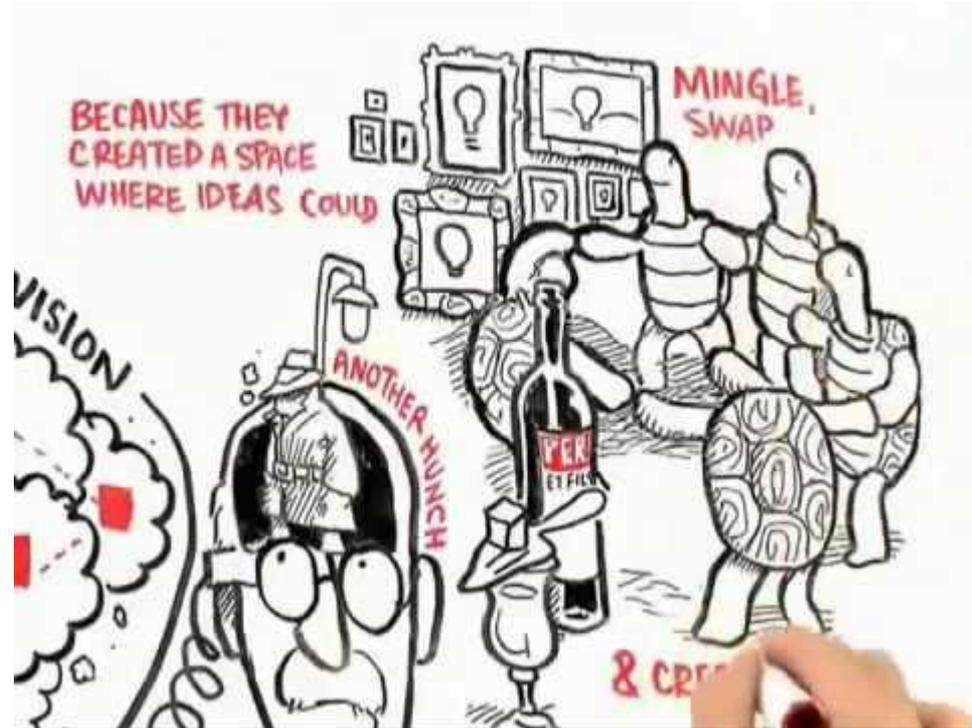
1. Ação de tratar de algo ou alguém; zelar ou tomar conta de algo ou alguém;
2. Preocupar-se com ou assumir a responsabilidade de;
3. Dar atenção a; reparar ou notar;
4. Cogitar ou discorrer; deduzir ou refletir; pensar ou imaginar;
5. Manifestar interesse ou atração por;

Mas o que é inovação?

Radical

X

Incremental



Ok, e o Design Thinking?

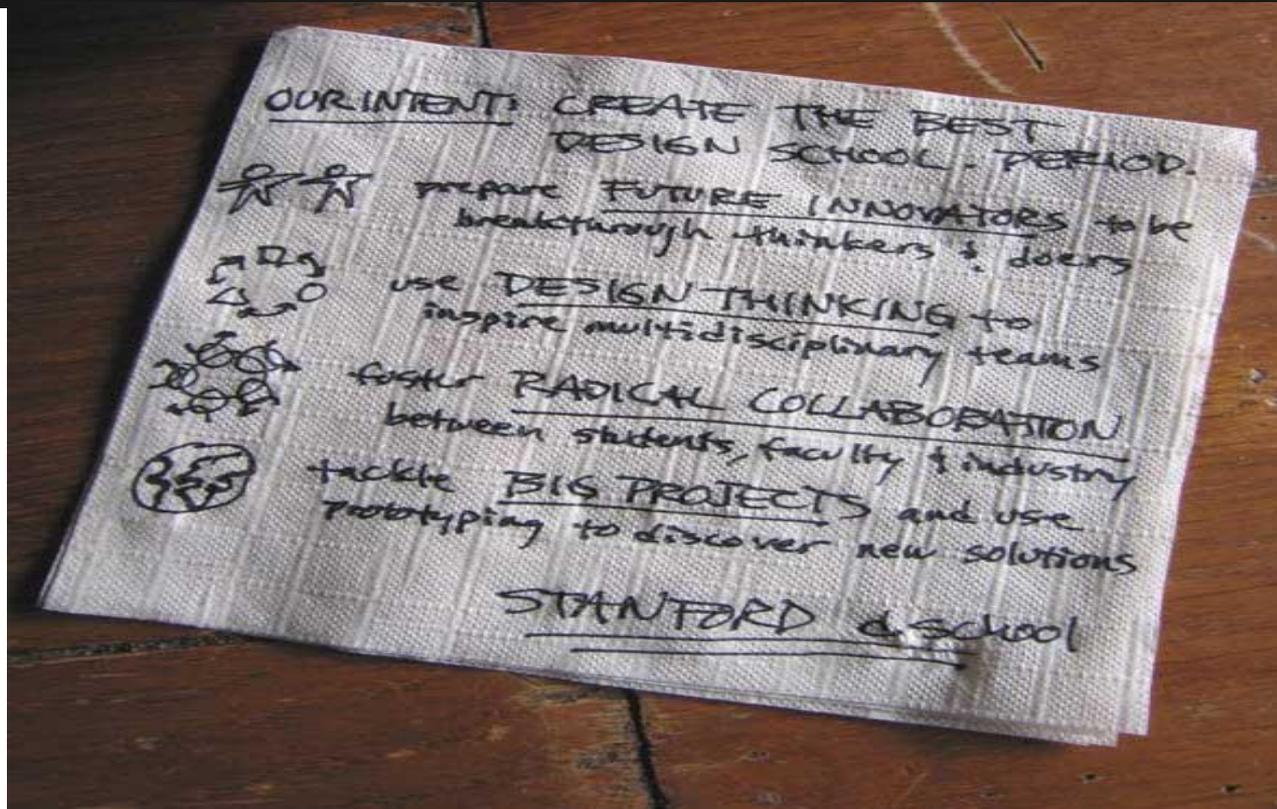
É um método usado por startups e pelas empresas de tecnologia mais inovadoras do mundo para solucionar problemas e criar produtos e serviços que atendam a necessidades humanas...

... de forma **colaborativa e criativa.**

Attitude Stanford #failfast



A missão da d.school



Em Resumo...

Mentalidade Startup:

Colaborar, Fazer Rápido,

Falhar Rápido,

Testar como o **USUÁRIO (cliente)**,

Recomeçar (e gastar pouco)

2 exemplos

- bebês
- hospital

Prontos?

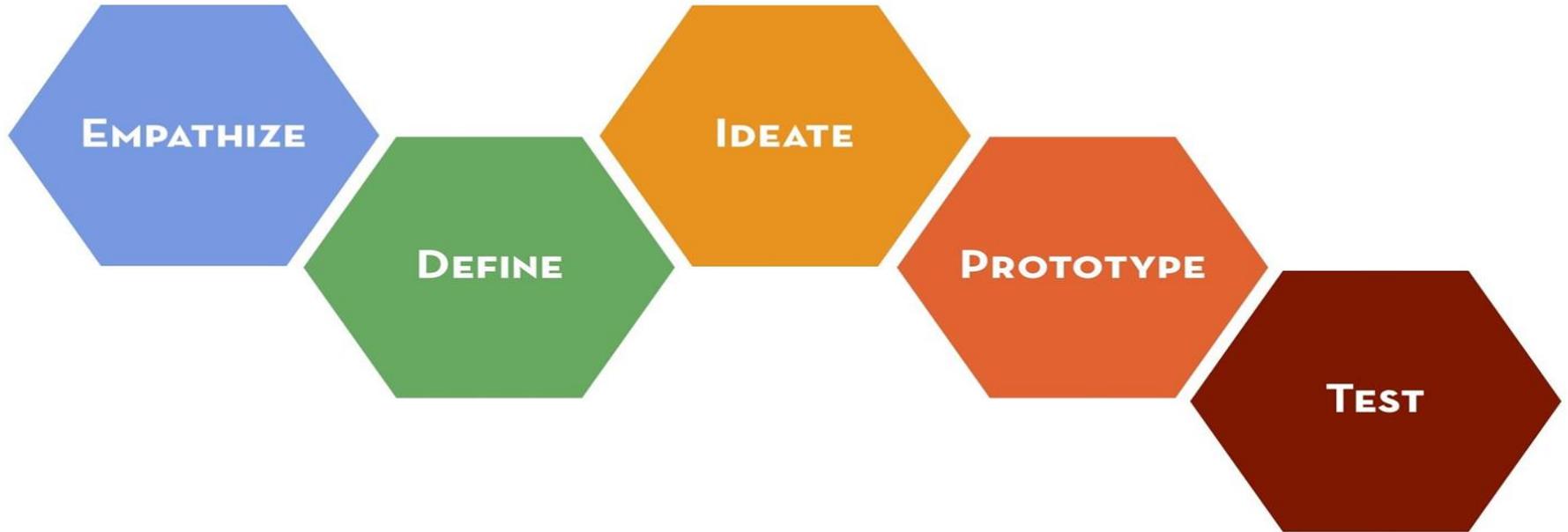
O processo é formado por cinco etapas

Empatia, Definição, Ideação,

Prototipação e Teste

(A proposta é tirar ideias da cabeça e sair com algo concreto na mão)

O processo



1. Empatia

Colocando-se no lugar do outro. Observação.
Entrevista. Interpretação.

Agora...Junte-se num trio. Defina papéis.

O quê? Como? Por quê?

- O que as pessoas estão fazendo?
- Como elas estão fazendo?
- Por que elas estão fazendo isso dessa forma? Tente interpretar.

O que anotar

- **declarações**
- **gestos**
- **emoções**

A entrevista

- Fazer uma lista de perguntas no seu time ligadas ao desafio **CUIDAR UNIMED** e ao **USUÁRIO** escolhido em sua realidade.
- Identificar uma ordem ou temas comuns, definir como as perguntas serão feitas

O trajeto da entrevista

- Apresentação pessoal
- Introdução do projeto
- Construção da confiança
- Em busca de histórias
- Explorar as emoções
- Captar o conteúdo (entrevistar em duplas)

É como uma curva...



Dicas...

- Sempre perguntar o por quê.
- Procurar por histórias (exemplos reais)
- Observar pistas não-verbais
- Não ter medo do silêncio
- Fazer perguntas neutras (sem opinião)
- Usar um gravador se estiver sozinho

O superusuário



O que buscar no usuário

- Entender suas necessidades e obter *insights* sobre sua vida
- Escolher que aspecto do desafio de design que você quer levar até o limite. Pense em pessoas que vão até os extremos dentro do seu campo de exploração.

2. Definição

Definir significa organizar toda a informação que você encontrou na pesquisa de campo: necessidades, *insights*, e um ângulo específico para seu desafio de Design.

Atenção! O entrevistado troca de grupo.

A palavra aqui é FOCO!!



Em busca do PDV

- A definição nos permite encontrar um Ponto- De-Vista (PDV)
- Ele define o problema a ser solucionado, inspira o time, captura corações e mentes das pessoas que você entrevistou e gera um caminho para avaliação de ideias e a inovação

A pergunta

A etapa de definição nos proporciona o caminho para responder à pergunta:

“Como podemos....?”

Ela nos guia para a próxima etapa do processo.

Defina

- Tente retirar o essencial dessa entrevista. O que a pessoa disse, o que ela sentiu e qual é a sua percepção como *designer* das necessidades desse usuário.
- Faça um breve resumo dessa entrevista para você mesmo.

A próxima etapa

É hora de organizar as informações e definir qual é o problema que queremos solucionar. Use o quadrante **FALA, FAZ, PENSA, SENTE.**

Destrinchando o sentido...

Você pode tentar dividir as anotações nesses quatro grupos. O objetivo é que essa divisão ajude o designer a ter “*insights*” ou identificar necessidades. Ou seja...

... chegar a conclusões sobre qual é o problema a ser resolvido. *Agora, estamos prontos para a próxima etapa...*

3. Ideação

Ou “ideation” em inglês. É a boa e velha geração de ideias ou tormenta de ideias.

Ou, em inglês, “brainstorming”.

Juntem dois trios (grupo de 6 ou 7 pessoas)

Partindo para a ação

Com suas informações devidamente organizadas, você está pronto para pegar seu bloco de post-its e caneta hidrocor e atacar a parede mais próxima!!!

Mas... antes disso...

Os preparativos

Participar de uma sessão de “brainstorming” é algo muito especial. Ela funciona melhor em:

- grupos de no máximo 6, 7 pessoas (a teoria da duas pizzas da Tina Seelig)
- com pessoas de áreas diferentes
- quando todo mundo fica em pé

Preparativos 2

- quando a sessão de “brainstorming” não dura mais que uma hora
- quando tem música de fundo
- quando a atitude é “sim, e?”, em vez de “sim, mas...”? Ideias malucas são altamente bem-vindas!! ;-)

Preparativos 3

- quando todos conversam, cada um escreve sua ideia num post-it, lê essa ideia ao grupo e coloca o post-it na parede. Cada um escreve, fala e coloca o post-it. Todos escutam o outro e conversam animadamente ao mesmo tempo.
- finalmente, comer um pouco de açúcar antes da sessão ajuda a preparar o clima criativo...

A razão

Fazer uma pergunta central, na linha de “Como podemos...?” para solucionar o problema ou atender a necessidade ajuda a guiar a geração de ideias.

Outra pergunta importante é “por que” o usuário tem essa necessidade ou problema.

Partir para a ação

O “como podemos” nos ajuda a destrinchar a seguinte questão.

(o usuário) *precisa* (descrever a necessidade) *porque* (um insight surpreendente)

Um exemplo

Em vez de...

“A adolescente precisa de comida nutritiva para ser saudável”. *Tente...*

“A adolescente com baixa estima usa a comida saudável para ser socialmente aceita porque sente que a comida saudável oferece menos riscos a ela que o bairro onde ela mora”.

Um desafio interessante

O objetivo é chegar a uma frase que vá além de generalidades e possa nos instigar a desenhar soluções fora da caixa.

Prontos?

Definam o problema final e comecem a trabalhar com a geração de ideias (em pé)

Atenção: os trios unidos podem criar um só problema ou fundir os dois dos trios em um novo postulado.

Selecionar temas

Depois de uns 20 minutos de geração de ideias a parede deve estar cheia de post-its.

Terminada a atividade, agrupam-se os post-its por temas, e cada um vota na sua ideia favorita. A ideia vencedora vai para a prototipagem.

Três estrelas (votos) por pessoa

4. Protótipo

A prototipagem serve para criar empatia com seu usuário e testar a sua ideia.

Um protótipo pode ser um desenho, uma construção em papel, em madeira, uma encenação, qualquer técnica que ajude a transmitir o conceito de produto ou serviço

Protótipo

Você pode também pedir para o usuário desenhar ou participar da atividade, trazendo elementos lúdicos de jogo.

O importante é sempre se colocar no lugar do usuário e perceber se ele entende o conceito a ser transmitido.

O outro

Construa um protótipo pensando no outro, no **usuário**.

Construa um protótipo rápido, para testar rápido e iniciar um novo processo de design. O protótipo deve responder a uma pergunta.
#falhe rápido #falhe barato

5. TESTE

É a hora de “vender” seu produto ou serviço ao entrevistado (usuário, aquele do começo), que volta para o grupo (trio) original.

- Teste seu protótipo contando uma história.

Uma boa história tem três elementos:

- Ação + Conflito + Transformação

Gostou?

Anote o feedback do seu usuário e comece tudo de novo (mas não hoje!). ;-)

Vá ajustando sua proposta até sentir que ela está pronta para ir ao mundo... Boa sorte! ;-)

Obrigada!

Adriana Garcia
orbitalmidia@gmail.com

@drigarcia

@orbitalab