



CRIA [TÉGIA]

inovação | design | branding

TRANSFORMAÇÕES A EVOLUÇÃO DO DESIGN THINKING

por MARCOS BATISTA

TRANSFORMAÇÕES A EVOLUÇÃO DO DESIGN THINKING



by | marcosbatista

TRANSFORMAÇÕES, A EVOLUÇÃO DO DESIGN THINKING

A abordagem do design, antes restrita a estética (forma e função) e utilizada principalmente no desenho de produtos, agora desperta nas organizações a curiosidade e interesse de entender como o design pode proporcionar inovação na cultura organizacional por meio do design thinking, uma nova abordagem aos problemas complexos da mudança de era e das rápidas transformações, uma estratégia essencial para produzir inovação e revolução na educação executiva e empreendedora e principalmente na mudança do mindset, onde as perguntas são mais importantes que as respostas.

No Brasil a evolução do design começou a ficar aparente e evidente após grandes empresas, marcas e mídias especializadas em negócios declararem que o pensamento em design estava por trás da cultura, estratégia e sucesso das marcas, produtos e serviços que eram percebidos e relevantes para seus usuários e que dirigiam experiências de uso e relacionamento que proporcionavam diferenciação e valor agregado.

E assim diversas organizações começaram a empregar a cultura do design cada vez mais em setores e contextos diversos. O progresso da inteligência no design se deu pela maturidade atingida do Design Thinking e sua maneira própria de lidar e se adaptar com problemas diversos. Podemos listar uma infinidade de situações complexas vividas pelas organizações, mas um problema em evidência e comum entre elas é dar sentido e valor aos seus produtos e serviços. Especificamente em solucionar dores e atender as necessidades dos usuários e seus elementos de valor (funcionais, emocionais, mudança de vida e de impacto social). Quanto mais elementos são fornecidos, maior a lealdade dos clientes e maior o crescimento sustentado da receita da empresa.

Outro ponto importante na inserção do design thinking nas organizações é o de conectar pessoas aos negócios. Uma empresa com a cultura centrada no design vai muito além de uma função, pois trata-se de um instrumento essencial para ajudar a simplificar e humanizar processos.

A cultura do design aplicada aos negócios, fornece diretrizes importantes para a formatação de um modelo de negócio que a partir do entendimento em profundidade dos desejos, anseios e dores extraídas dos usuários, identifica evidências simbolizadas por códigos (racionais e emocionais), essa interpretação mais assertiva proporciona propostas de valores mais autênticas que assim estabelecem as promessas racionais e emocionais de utilidades e afetivas. Os pilares do Design Thinking são: empatia, colaboração e prototipação. Pautados por um processo de Imersão, análise e interpretação, ideation, desenvolvimento, teste e experimentação.

“Precisamos reavaliar nossas crenças e metodologias utilizadas, afim de desafiar a lógica dominante de fazer as coisas certas para fazer coisas melhores”

Sempre utilizando o usuário no centro do desafio para a solução de problemas e seguido dos seguintes princípios:

FOCAR NAS EXPERIÊNCIAS DOS USUÁRIOS, principalmente nas emocionais. Para uma ação bem sucedida do processo de empatia (a arte de conhecer as pessoas) com os clientes, devemos mobilizar e capacitar nossos colaboradores a identificar os códigos emocionais (comportamentos e palavras relacionadas com desejos, aspirações, compromisso e experiências) vivenciando e observando comportamentos sobre o que as pessoas precisam, querem e desejam para que possamos descrever os produtos e serviços.

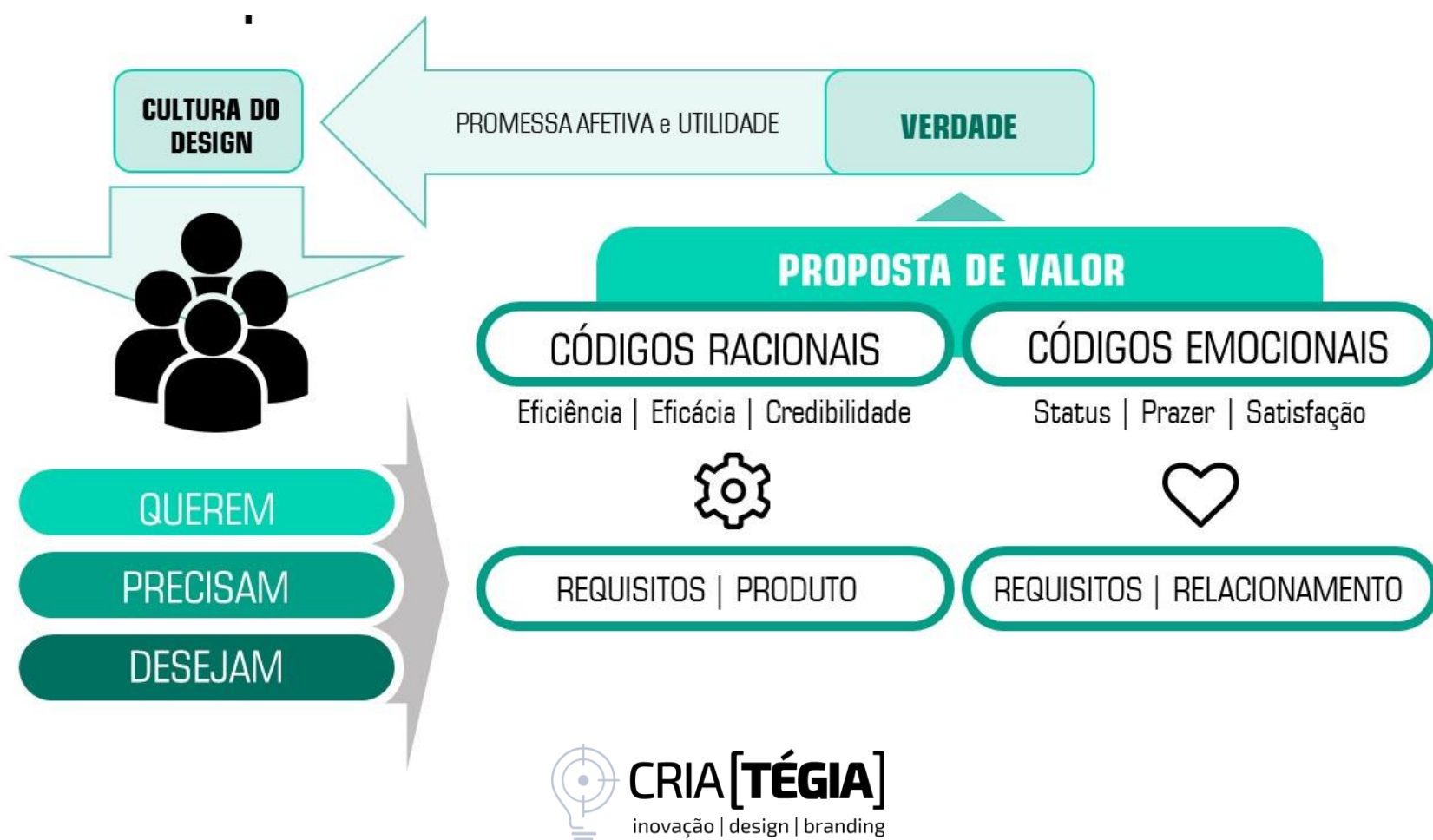
Uma proposta de valor tradicional se utiliza de promessas de utilidade e uma proposta de valor emocional é uma promessa afetiva. **CRIAR MAPAS MENTAIS PARA ANALISAR OS PROBLEMAS.** Para a construção de uma compreensão mais profunda sobre a relação usuário com o produto/serviço, é fundamental uma ação colaborativa e complementar na utilização de ferramentas de aprendizagem visual e de transmissão ordenada de dados e informações para gerar conhecimento do tema abordado, pois permite pensar de forma criativa e favorece a sistematização e a visualização das conexões e inter-relações entre ideias e conceito (a arte de criar coletivamente). Esses mapas/modelos podem substituir planilhas, especificações e outros documentos que costumam compor o ambiente organizacional tradicional. Os mapas mentais (diagrama de afinidades, jornada do usuário, mapa de empatia, etc...) ajudam a desenvolver uma habilidosa forma alternativa de pensar e olhar para um problema.

CONSTRUIR PROTÓTIPOS PARA EXPLORAR SOLUÇÕES RELEVANTES. Enquanto os mapas mentais centrado na jornada do usuário exploram o âmbito do problema e auxiliam na ideação, a prototipação se dedica as soluções. Prototipação em design thinking é uma ferramenta rápida de observar os erros e proporcionar acertos antes do seu lançamento e pode ser em forma digital, físico ou mesmo diagramático, e em todos os casos são formas de comunicar e expressar ideias. A prototipação é provavelmente o comportamento mais pragmático que uma empresa inovadora deve ter. Devemos valorizar mais a exploração e experimentação em detrimento do cumprimento de regras.

CONVIVER COM AS FALHAS. A inserção da cultura do design nos processos da empresa, não é incentivar os erros, mas reconhecer que raramente as coisas acontecem da maneira que gostaríamos, e esses equívocos fazem parte do desenvolvimento de qualquer ideia em produto ou serviço.

O importante é remover atributos que não são relevantes e percebidos, e evidenciar características que oferecem experiências emocionais e compartilham sentimentos. Não há mais distinção entre estratégias de negócios e experiência do usuário, e nessa mudança de era, talvez a mais impactante da nossa história são muitos os desafios e obstáculos.

Colocar as pessoas no centro das decisões, as organizações se posicionam a de fato ter o propósito de impactar vidas. Proporcionar conceitos e ferramentas de como o design interage e se posiciona frente ao mundo cheio de dilemas, complexo, volátil, incerto e ambíguo.





INOVAÇÃO



DESIGN



BRANDING



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



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



Consulte e contrate também nossos serviços online: Mentorias e treinamentos.



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



PROJETOS | TREINAMENTOS | MENTORIAS



CRIA [TÉGIA]

inovação | design | branding



criategia.com.br



felipe@ffdesignstudio.com.br
marcos@marcosbatista.com.br



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

MARCOS BATISTA

Designer, professor e um mensageiro da inovação, que busca incessantemente a mudança na mentalidade de pessoas e organizações. Especialista convidado do programa INOVA360 na Record News, colunista da Revista Empreenda e mentor de diversas startups. Eleito e homenageado personalidade líder em inovação do prêmio ABC da comunicação 2019. É graduado em Design com pós-graduação em Economia Criativa e Cidades Criativas pela FGV e Engenharia de Produto na USJT, com mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de produtos e serviços, ganhador de diversos prêmios de design. Atuou como gestor em design para a América Latina na Bosch and Siemens Home Appliances. Idealizador de cursos de MBA e professor da be.academy, IMT e IEL.



[studiomarcosbatista](https://www.instagram.com/studiomarcosbatista)

PRÊMIOS

