

Empreendedorismo



DESIGN THINKING - VISÃO GERAL

Prof. Marco Antonio Carvalho Pereira

marcopereira@usp.br

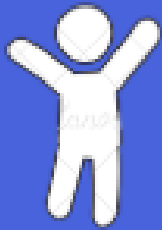


Comece pequeno

...mas **SONHE**
GRANDE



DESIGN THINKING



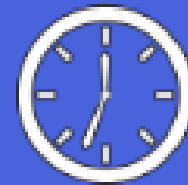
COMPREENDER

O ser humano de
forma profunda



COCRIAR

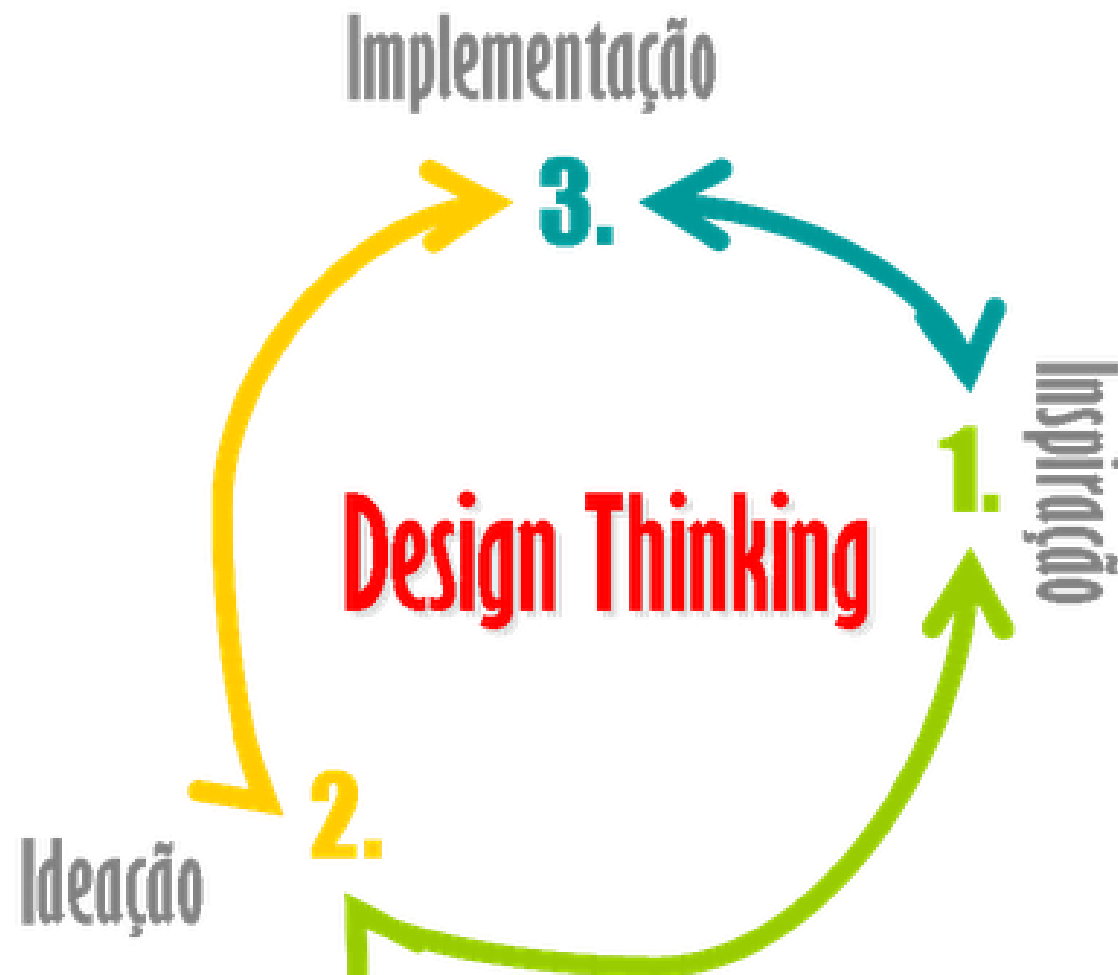
Soluções com o ser
humano



EXPERIMENTAR

Soluções rapidamente,

DESIGN THINKING



FASES DO DESIGN THINKING

IMERSÃO

- Aprender sobre os clientes da startup

ANÁLISE E SÍNTESE

- Construir um ponto de vista com base nas necessidades dos clientes e insights

IDEAÇÃO

- Realizar brainstorming e aparecer com ideias criativas

PROTOTIPAÇÃO

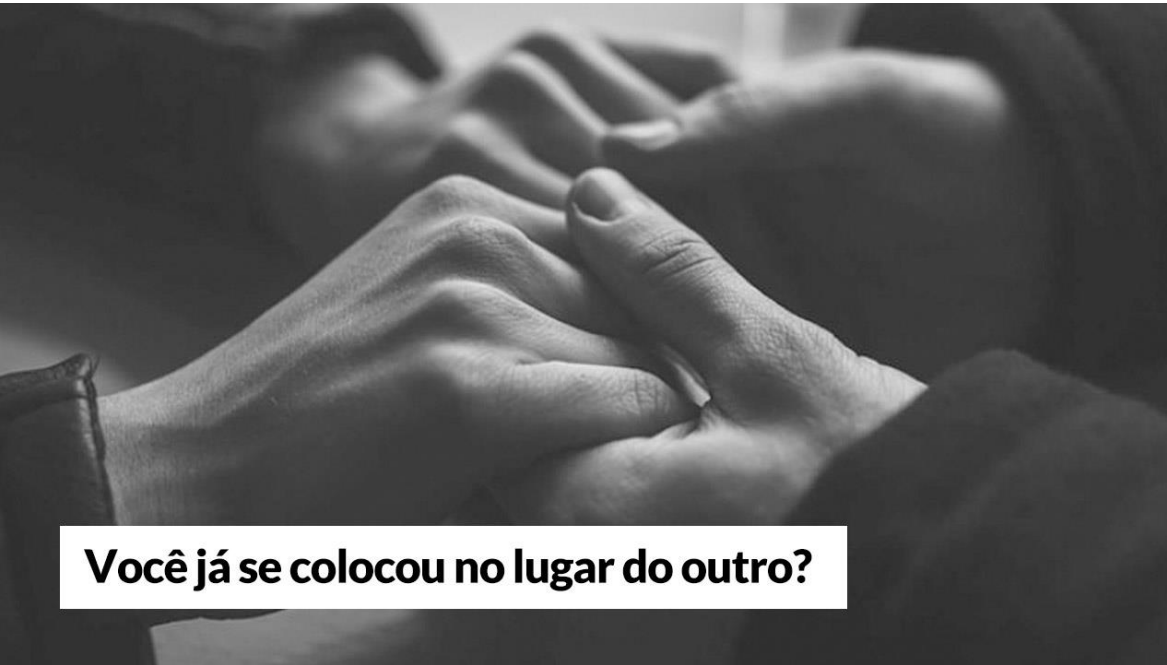
- Construir uma representação da ideia

TESTE

- Validar e obter feedback

FASE 1: IMERSÃO

OBJETIVO: Compreender a dor do cliente



Você já se colocou no lugar do outro?

TÉCNICAS

Matriz CSD

Mapa da empatia

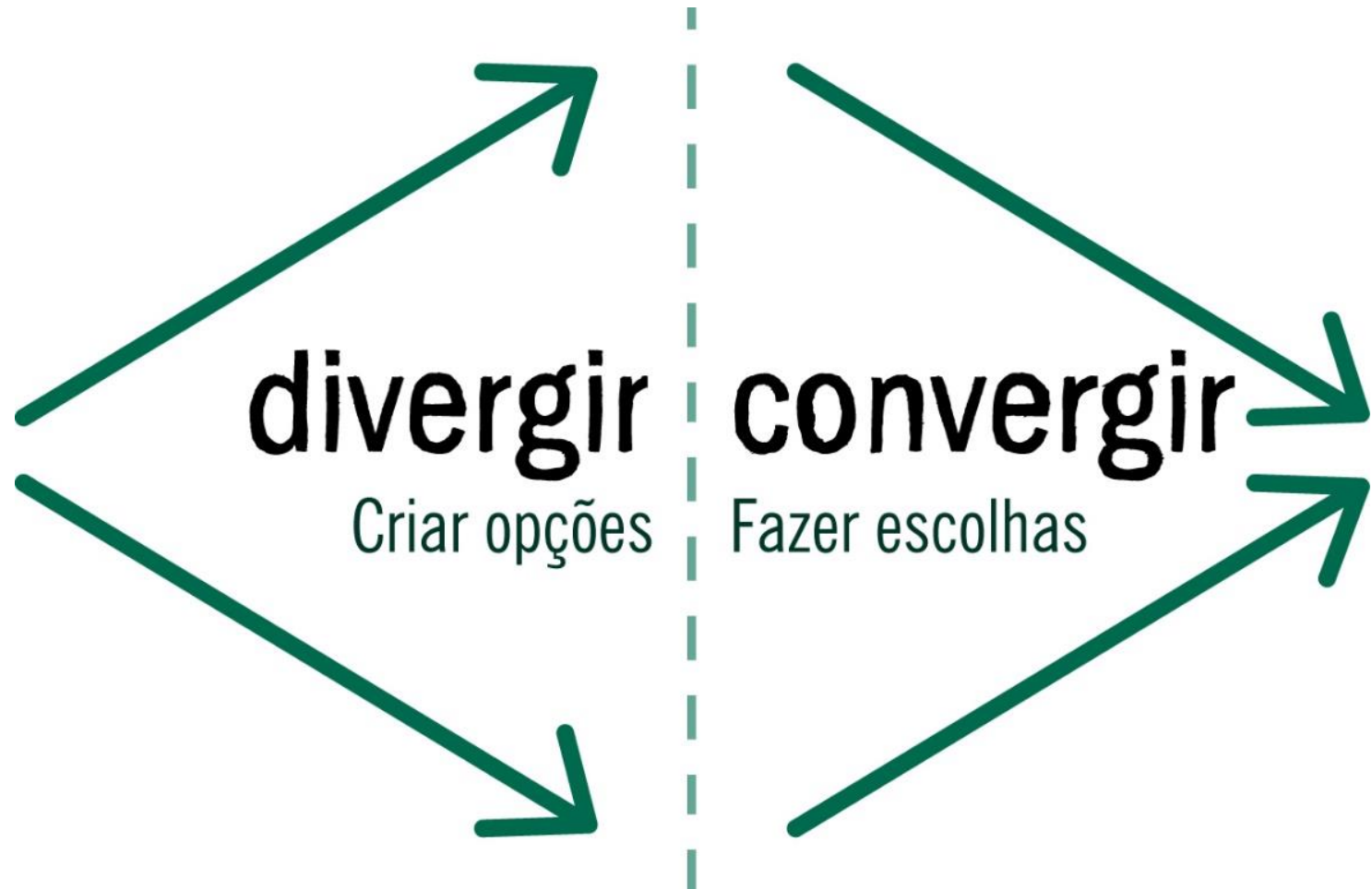
Roteiro de entrevistas do problema
(dor do cliente)

FASE 1 - OBJETIVO

Conhecer a dor do Cliente

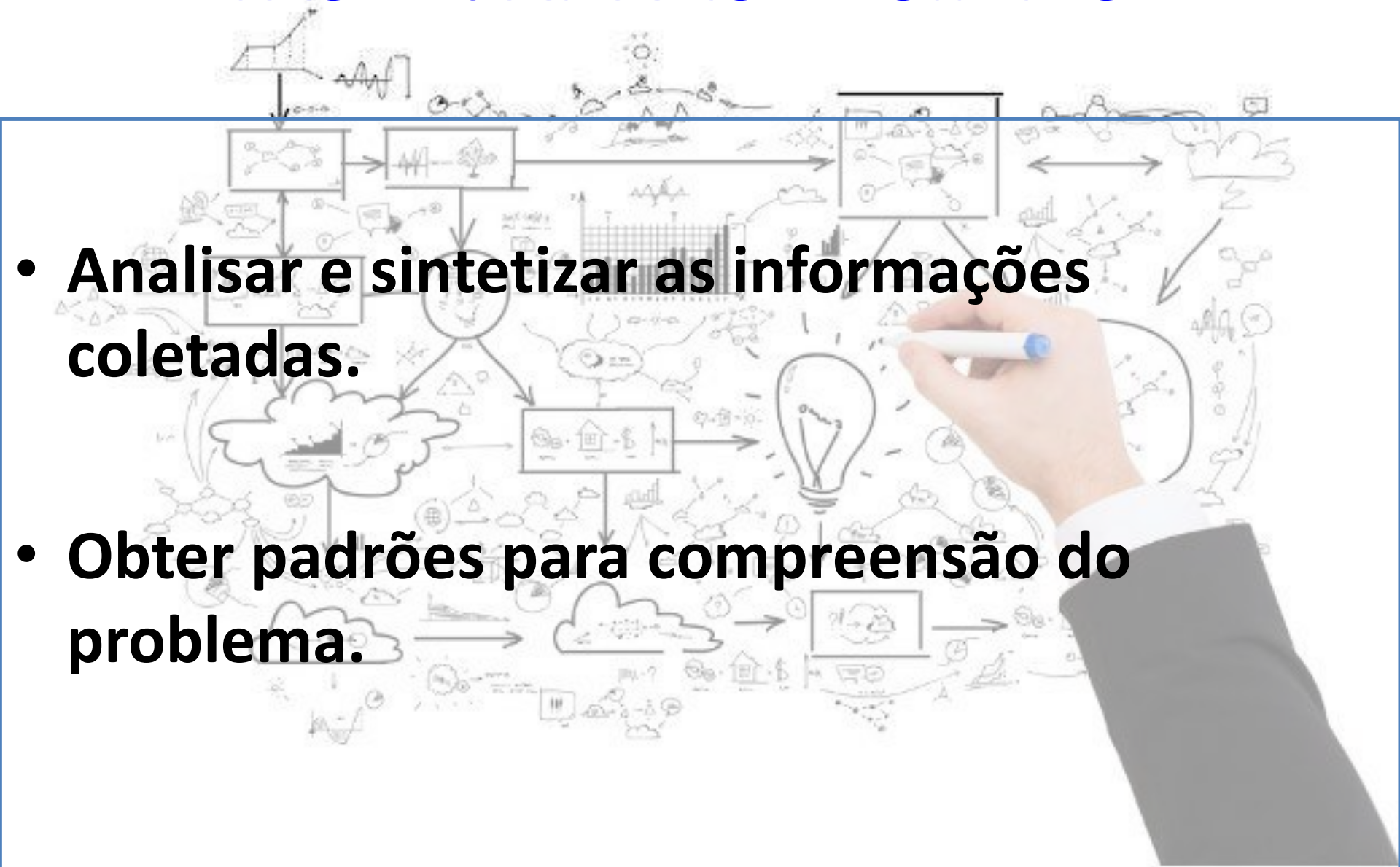


FASE 2: ANÁLISE E SÍNTESE



FASE 2: ANÁLISE E SÍNTESE

- **Analisar e sintetizar as informações coletadas.**
- **Obter padrões para compreensão do problema.**



FASE 2 - OBJETIVO

Analisar a dor do Cliente



FASE 3 IDEAÇÃO

- ▶ Pensar de forma expansiva
- ▶ Fase para geração de ideias
- ▶ Elaboração de soluções inovadoras



FASE 3: IDEAÇÃO

OBJETIVO: Propor Solução para a dor do cliente



TÉCNICAS

PERSONA

JORNADA DO USUARIO

Brainstorming

Mapa conceitual

BRAINSTORMING

- Quantidade pela qualidade
- Evite julgar ideias
- Ideias ousadas são bem vindas
- Combinar e aprimorar ideias



FASE 3 – OBJETIVO

Buscar solução para a dor do Cliente





**DESIGN THINKING:
SOLUÇÕES
INOVADORAS**