

PRO3582: Projeto Integrado de Sistemas de Produção

Aula 05 - 2023

Prof. Dr. André Leme Fleury

Prof. Dr. Artur Vilas Boas

Objetivos

Viabilizar aos participantes uma experiência de desenvolvimento de produtos, serviços e experiências “centradas no usuário”:

- Compreender e caracterizar o público alvo
- Identificar necessidades e oportunidades de criação
- Desenvolver integradamente protótipos de produtos e serviços utilizando metodologias ativas

Estabelecer e implementar uma nova abordagem para desenvolvimento de soluções, capaz de resultar em experiências que superam as expectativas dos participantes



Problemas



Fácil definição;
Solução única;
Métodos da qualidade;
Racionais e lineares;
Algoritmos

PROBLEMAS COMPLEXOS



Difícil definição;
Solução múltipla;
Stakeholders;
Tentativa e erro;
Não terminam;

Design

“Design é um processo estratégico de resolução de problemas, que direciona a inovação, contribui para o sucesso do negócio e conduz a uma maior qualidade por todo o ciclo de vida dos produtos, dos serviços, dos sistemas e das experiências.”

(World Design Organization)

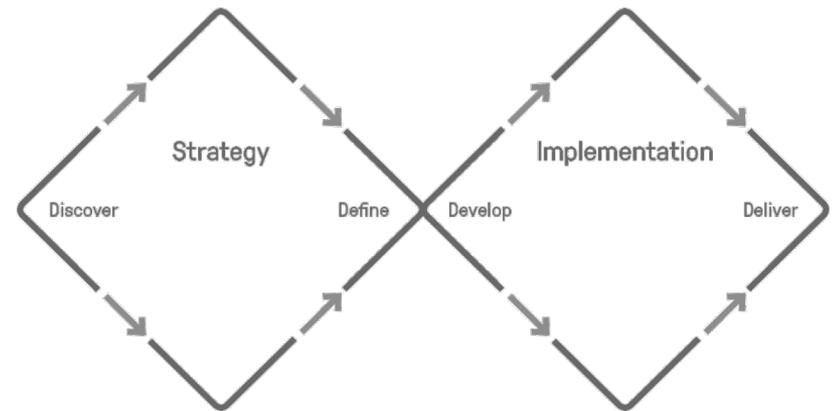


Resolução de Problemas

Engenharia



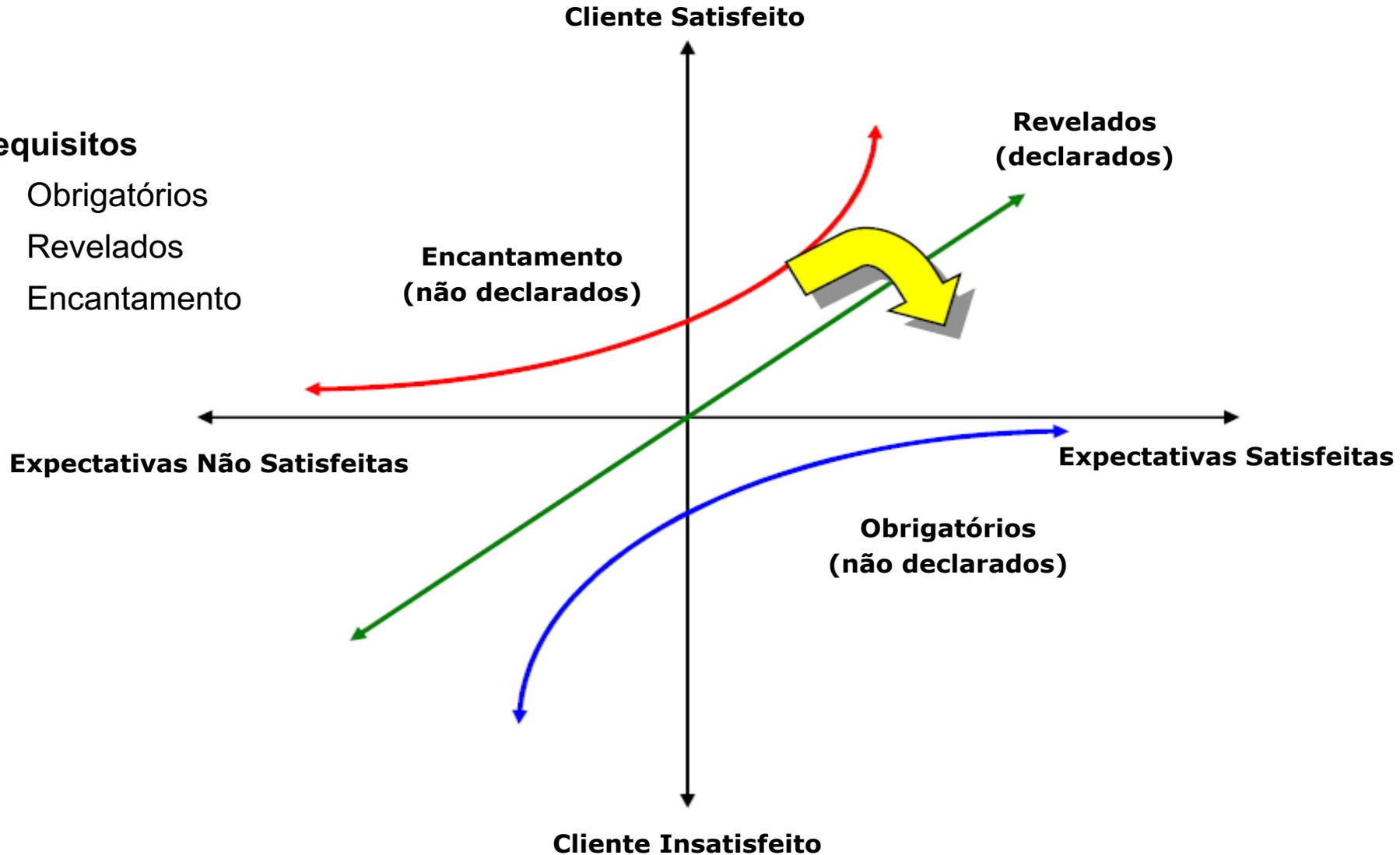
Design



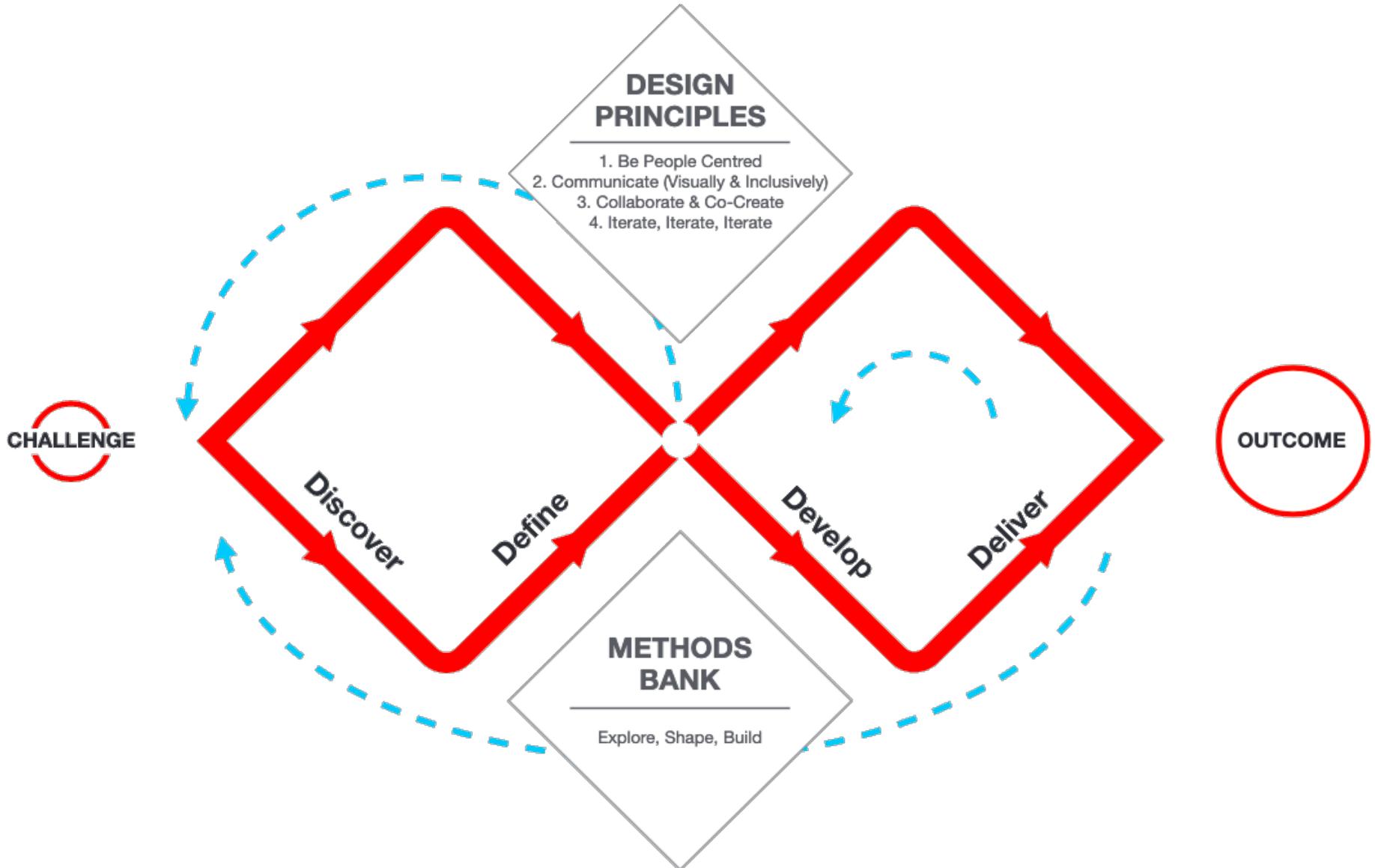
Modelo de Kano

Requisitos

- Obrigatórios
- Revelados
- Encantamento



Método



ABSTRATO

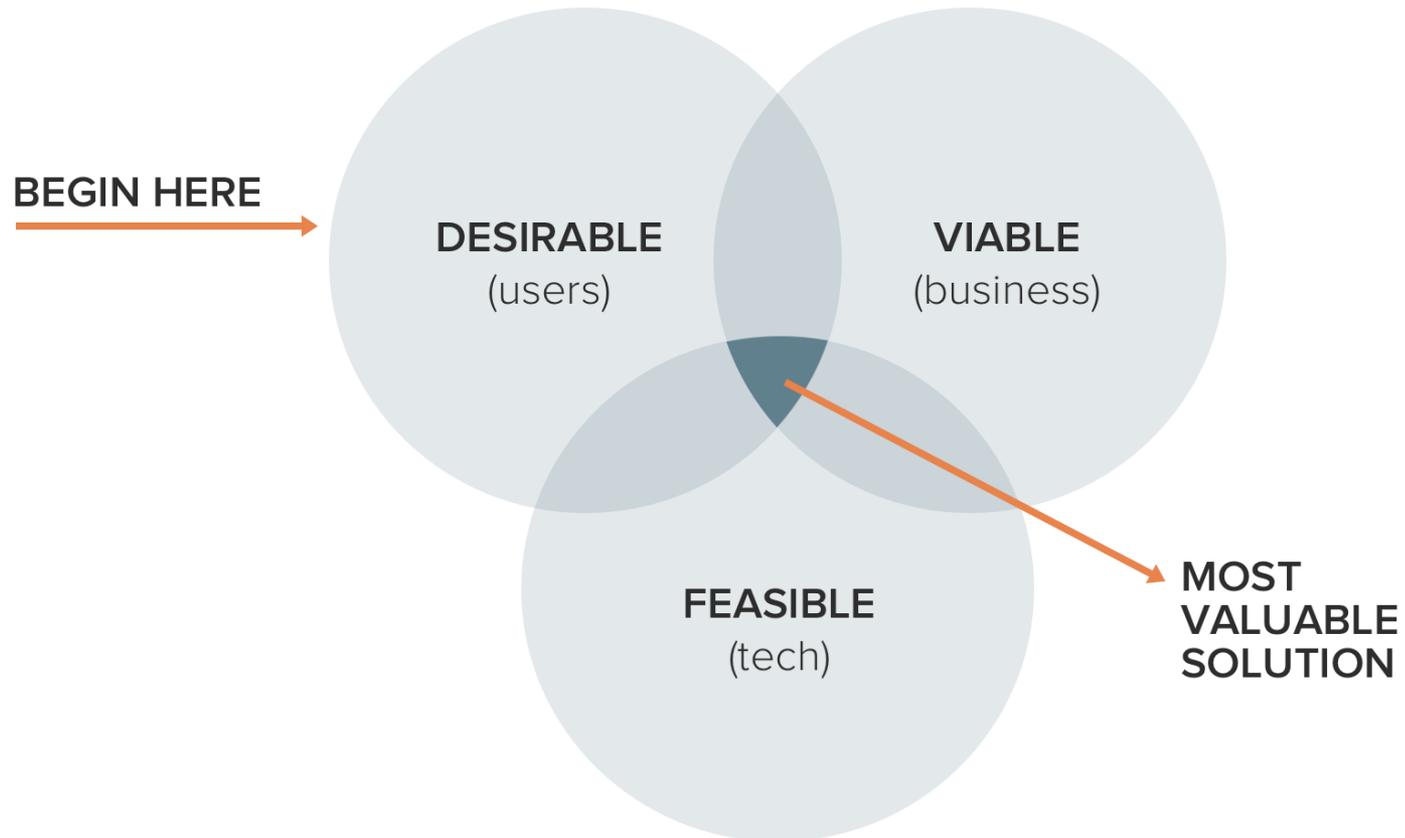


Método



Design Thinking

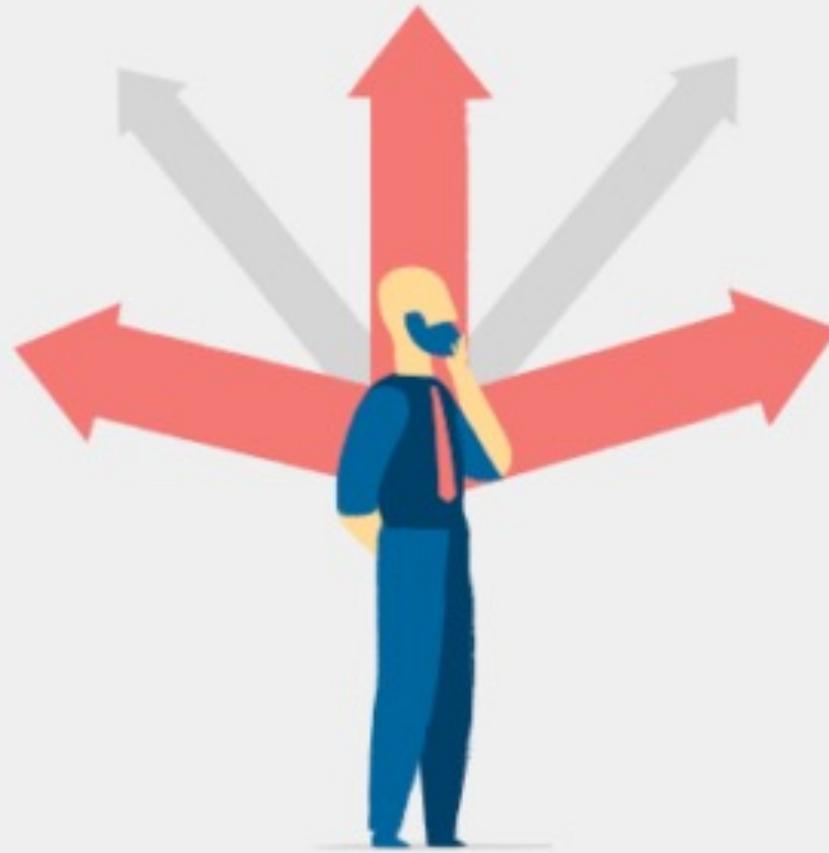
Combinar habilidades e técnicas do designer para identificar soluções que correspondem aos desejos e necessidades dos usuários, viáveis tecnicamente e capazes de gerar valor para a empresa.



Empatia



Pensamento Integrativo



Otimismo



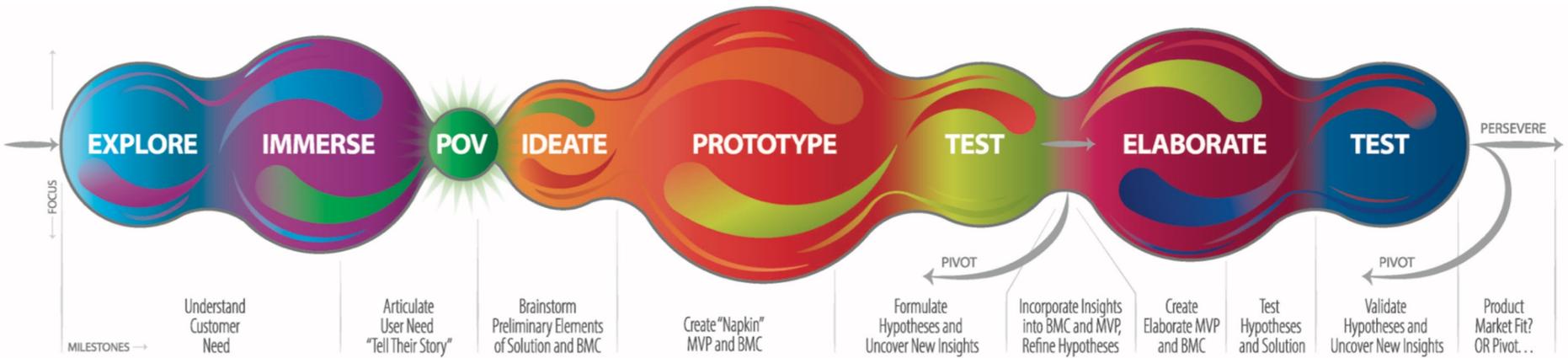
Experimentação



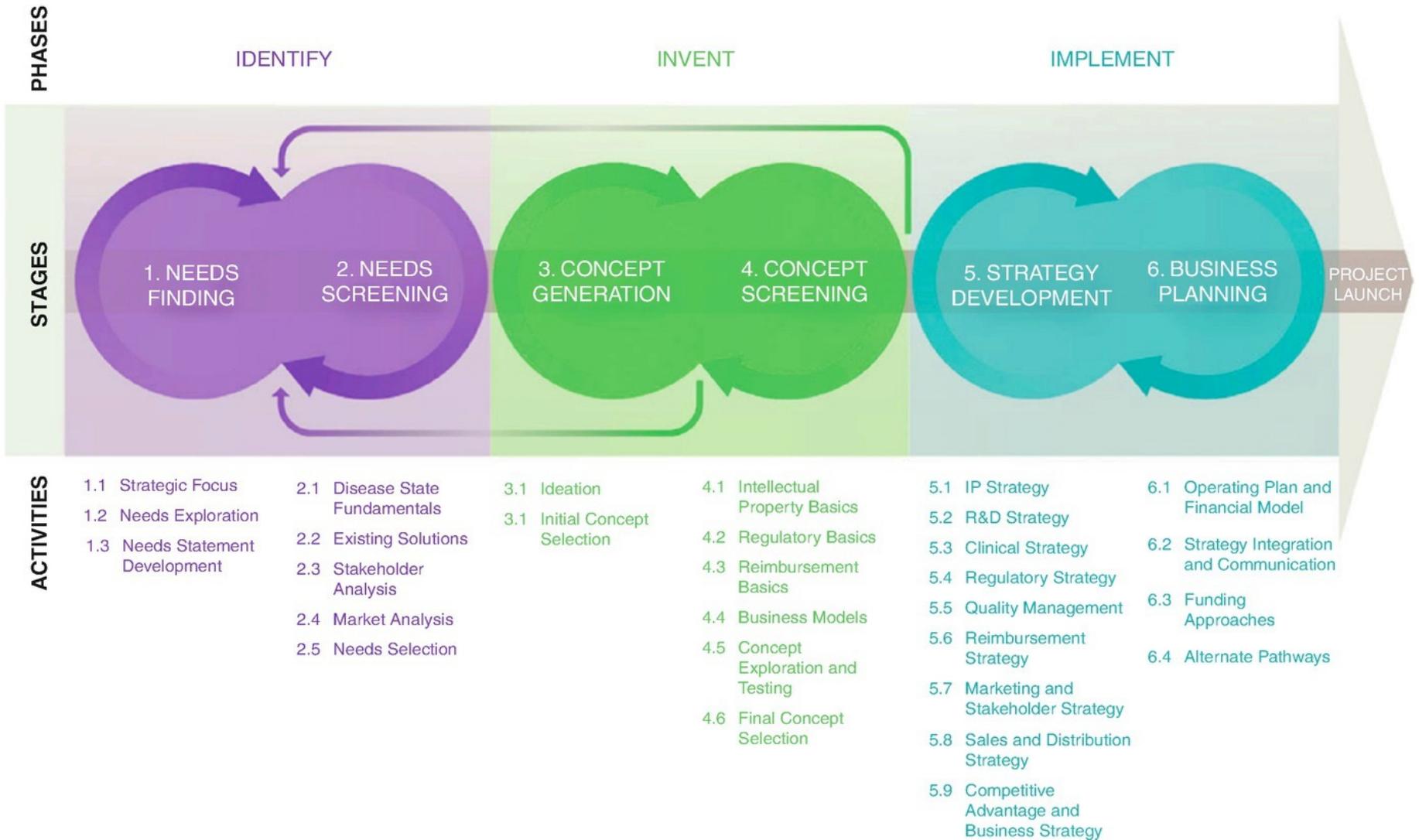
Colaboração



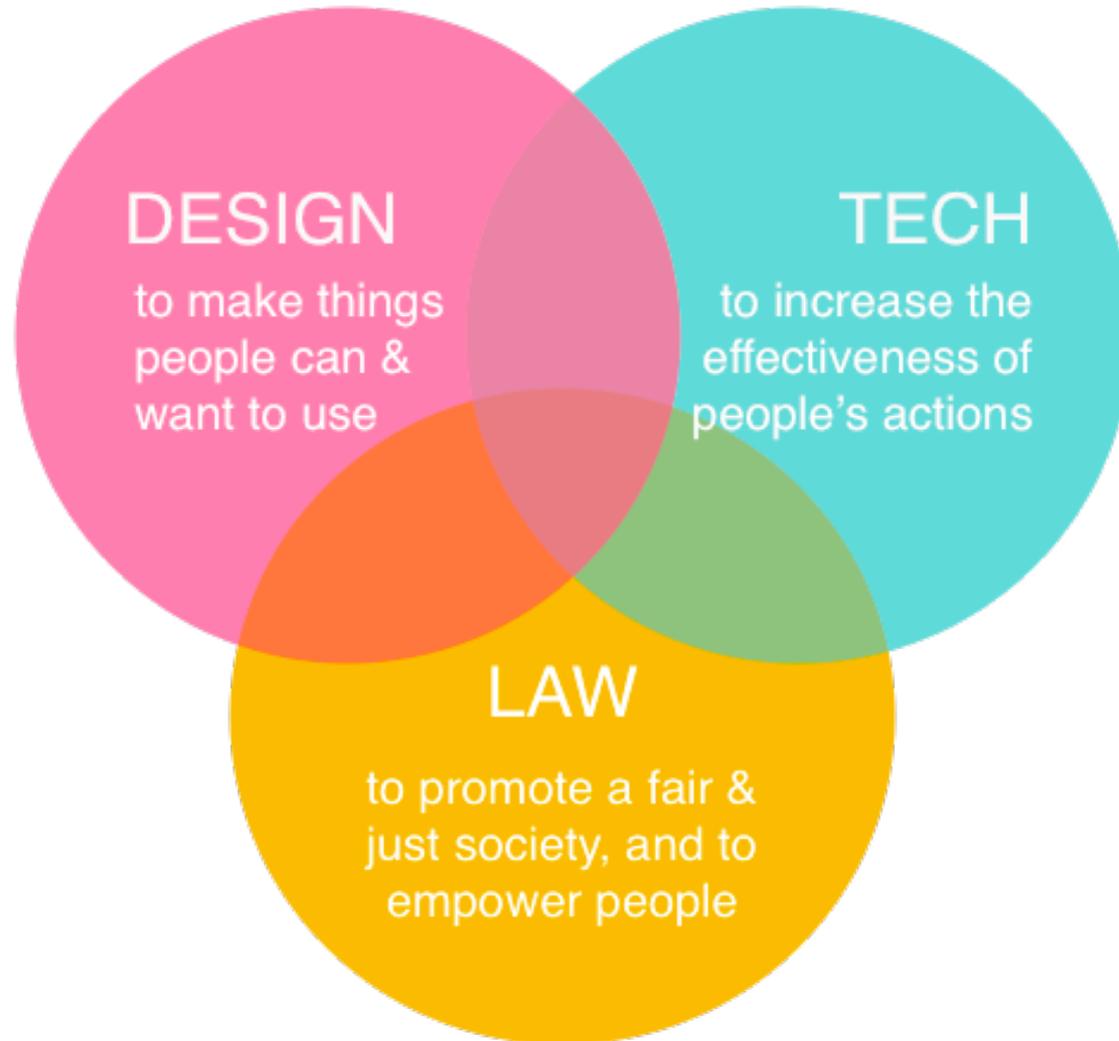
Startup Garage Process



Biodesign



Legal Design



IDEO



Design
Thinking
Síntese

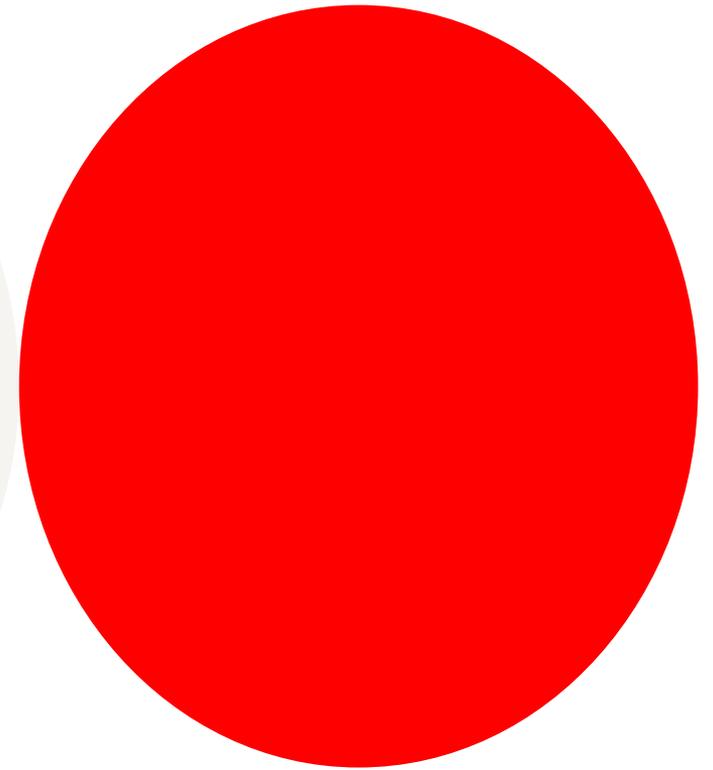


Diagrama de Afinidades

Citações importantes dos usuários

Surpresas e contradições percebidas

Padrões e temas notados

Aspectos que queremos explorar

Mercados e Segmentos



Nichos de Mercados



Personas

Representa um grupo de pessoas que tem comportamentos e preferências similares;

Ajuda a projetar para um pequeno grupo de pessoas;

Verifica padrões de comportamento;





“Coloque uma citação que represente essa persona em uma frase”

Nome:

Idade:

Ocupação:

Personalidade:

Motivações:

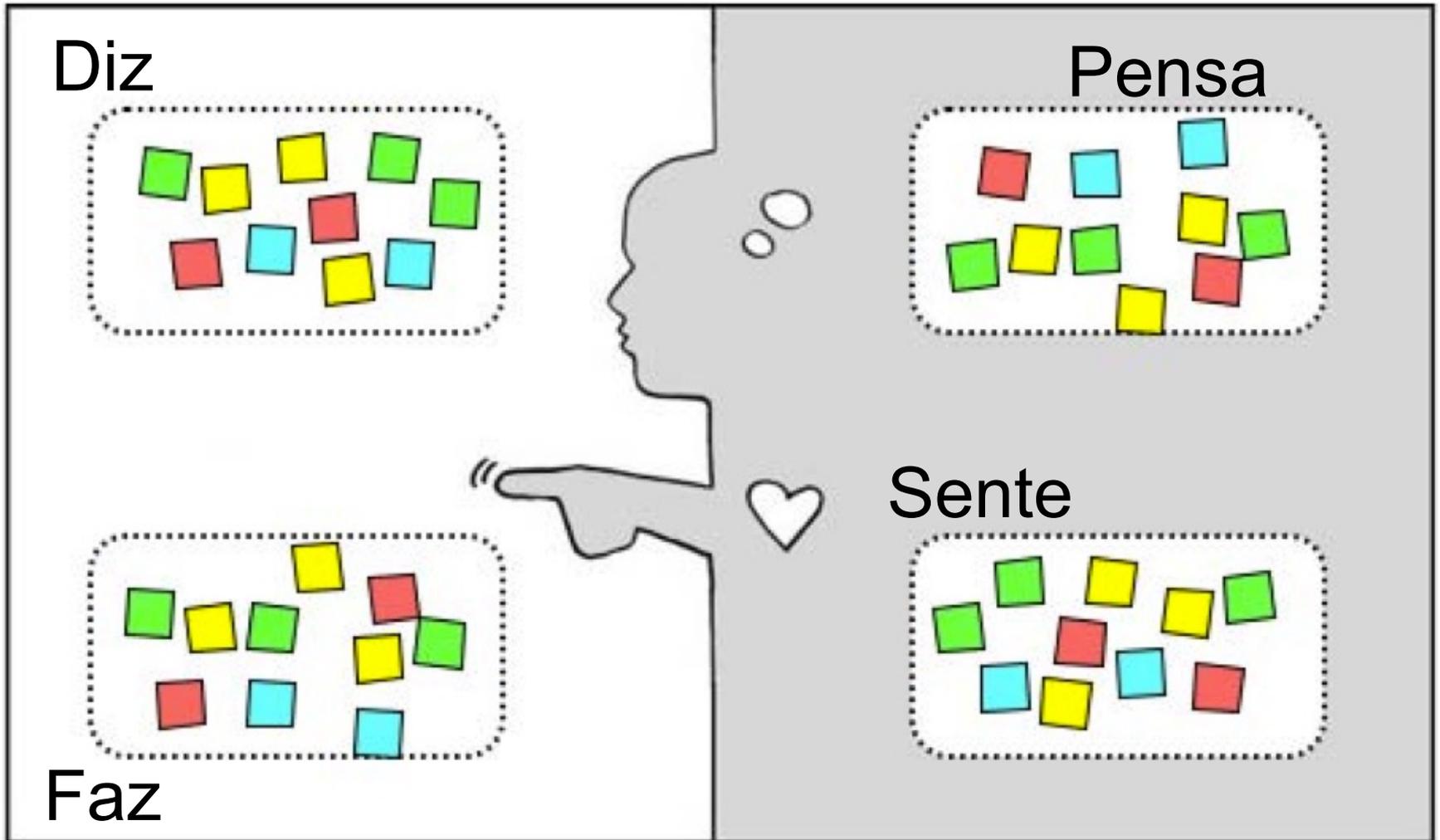
Objetivos:

Problemas e frustrações:

Particularidades (histórias):

Comportamentos:

Mapa de Empatia



Mapa de Empatia

O que as pessoas dizem

O que as pessoas pensam

O que as pessoas fazem

O que as pessoas sentem

Jornadas & Experiências

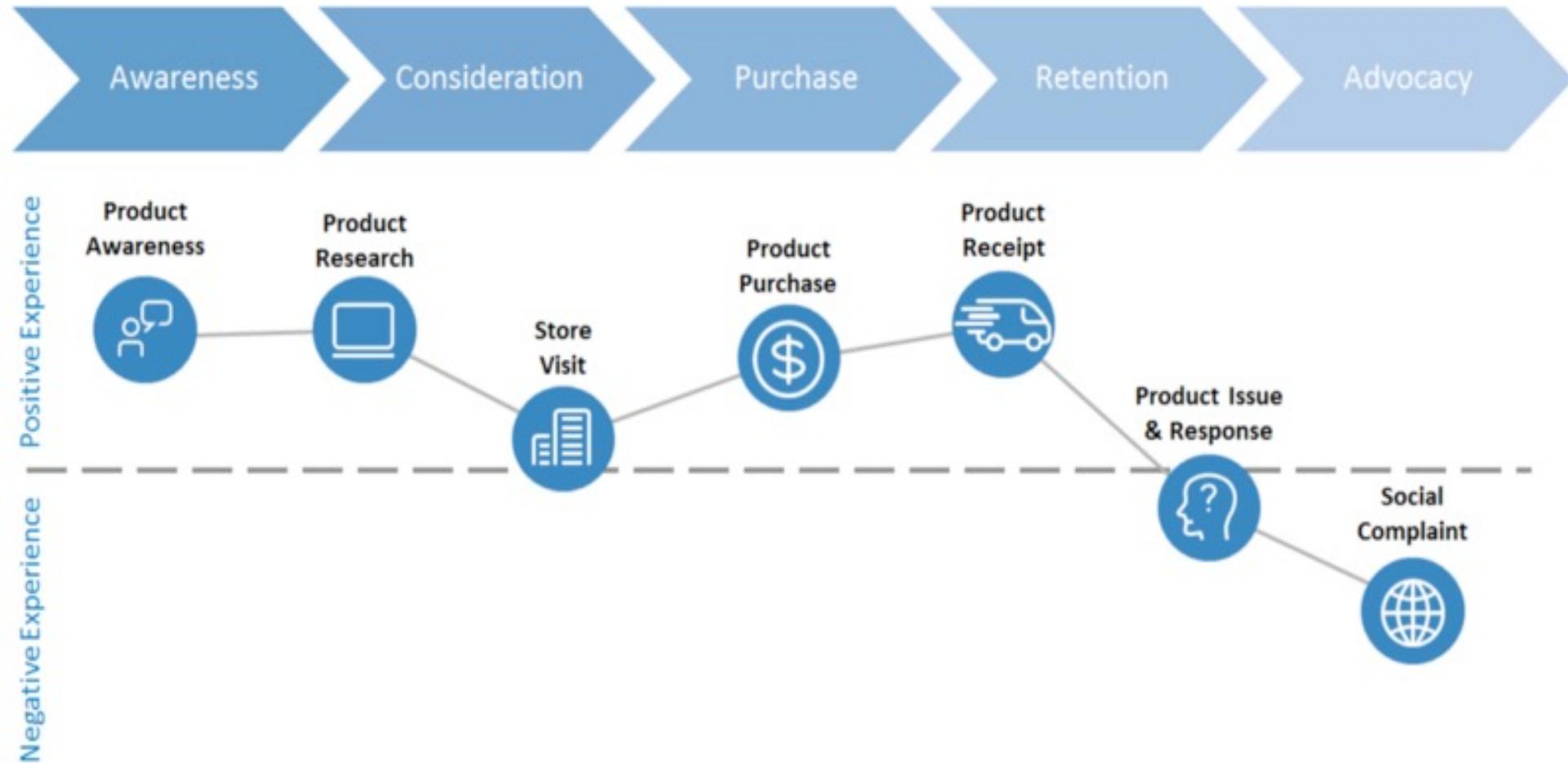


Storytelling

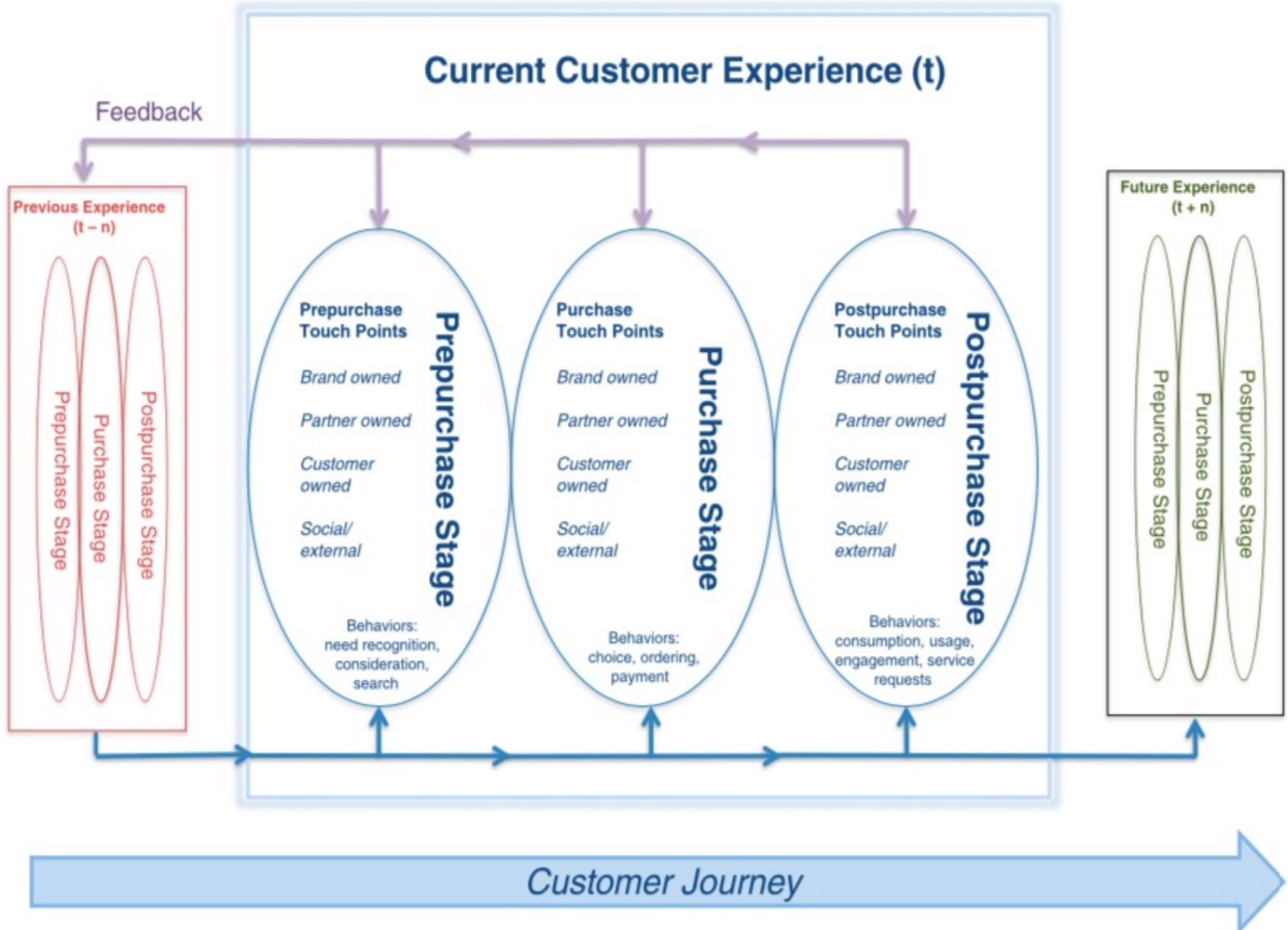
- Processo de elaboração de histórias, que tem como objetivo principal relatar experiências e atribuir significados às mesmas
- Têm início com a identificação das diferentes personas que participam das narrativas
- Após sua elaboração, narrativas obtidas são validadas com a aplicação de entrevistas, questionários abertos, questionários fechados, testes e observações



Jornada do Usuário



Pontos de Contato



Mapa da Jornada do Usuário

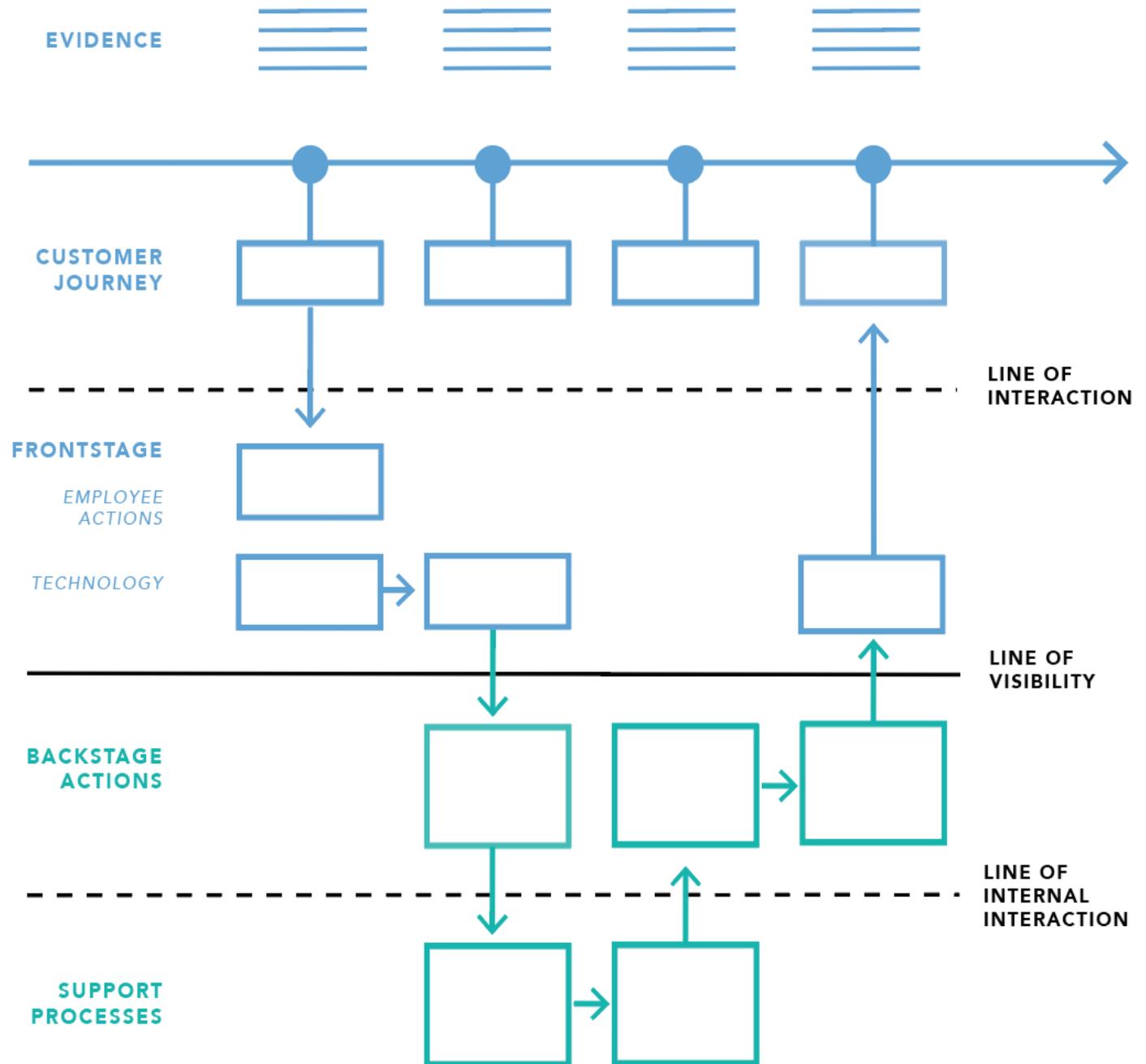


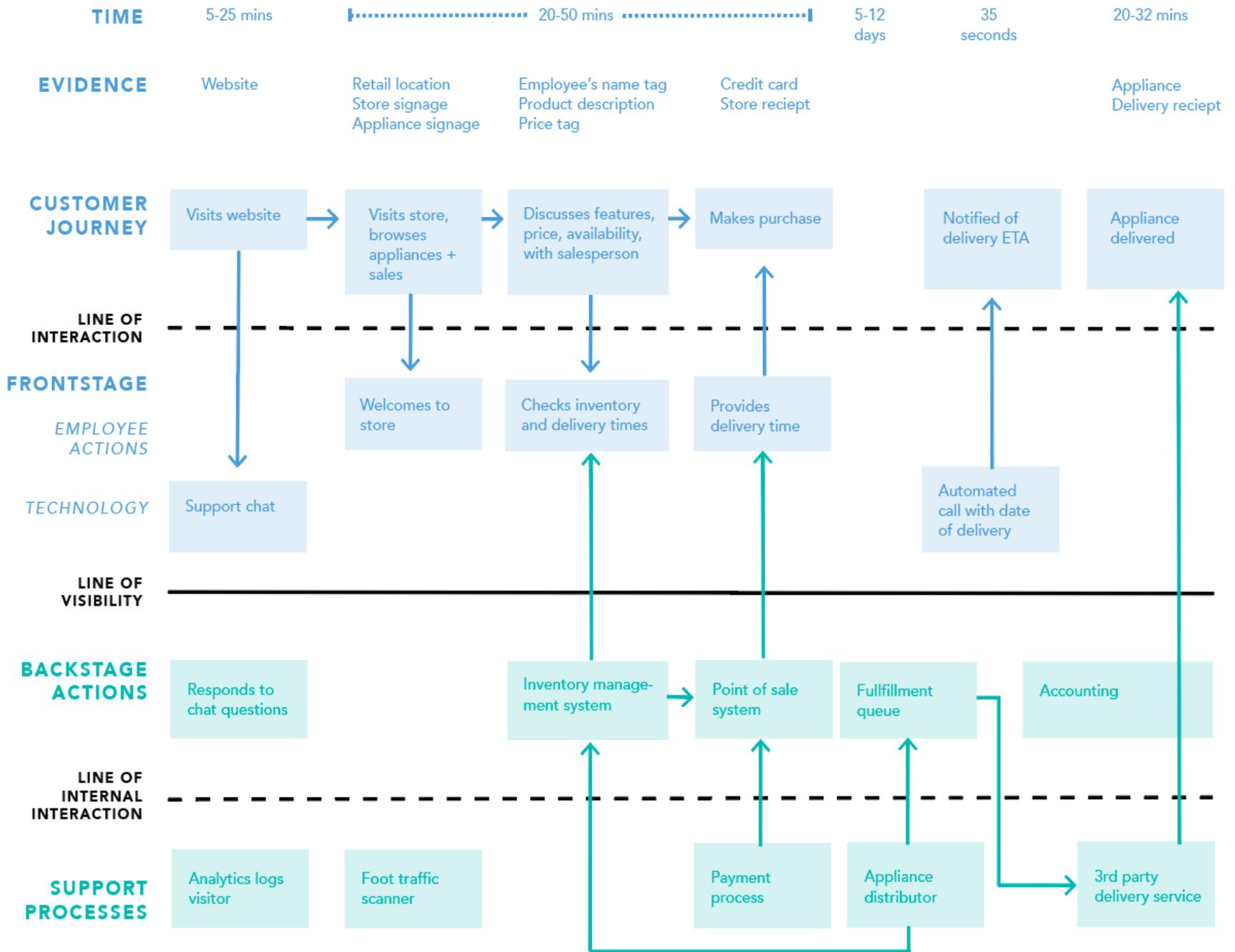
Customer Journey Map

Example of an online grocery store

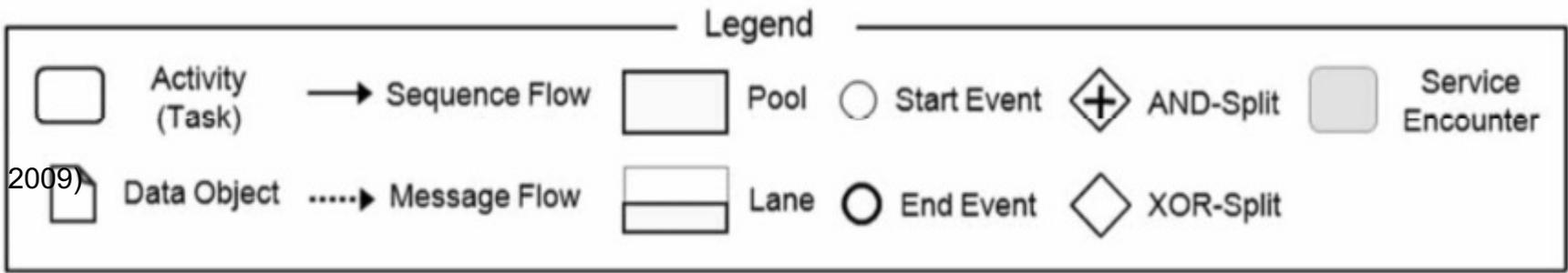
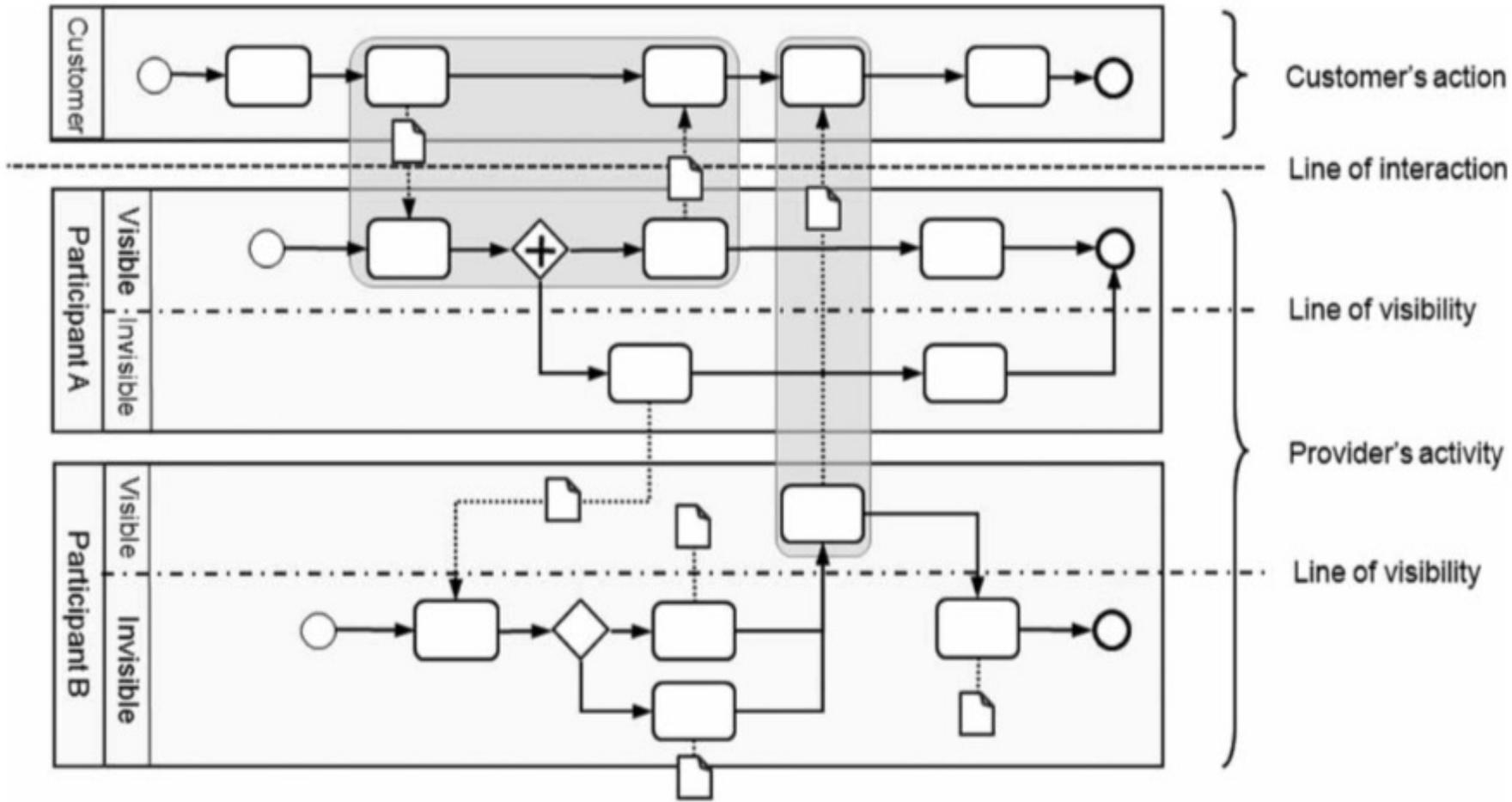
Stage	Awareness	Consideration	Decision		Delivery & Use		Loyalty & Advocacy		
CUSTOMER ACTIVITIES	Hear from friends, see offline or online ad, read from newspapers	Compare & evaluate alternatives	Add groceries to a shopping cart	Make an order	Receive or pick up on order	Contact customer service	Enjoy groceries	Order again / order more	Share experience
CUSTOMER GOALS	No goals at this point	Find the best solution to buy food	Find and select products easily, get inspired	Order effortlessly	Receive / pick up an order effortlessly and when needed	Get help if problems appear, request for refund	Have right and good quality ingredients	Repeat good customer experience	Share feelings, give feedback
TOUCHPOINTS	Word of mouth, traditional media, social media	Word of mouth, website, brick & mortar store, social media	Website, app, order confirmation email	Website, app, order confirmation email	Delivery service, packing, messages (email, SMS, phone)	Phone, email, chat	Food products, packages, other materials	Word of mouth, social media	Word of mouth, social media
EXPERIENCE	Interested, curious	Requires effort but excited	Excited	"Payment is painful"	Requires effort, happy when received	Frustrated	Satisfied	"This is easy"	"I have to share this"
BUSINESS GOAL	Increase awareness and interest	Increase number of website visitors	Increase shopping cart value & conversion rate	Increase online sales and conversion rate	Deliver on time and minimize a delivery window	Increase customer service satisfaction, minimize waiting	Make products to match expectations	Increase retention rate and order value / frequency	Turn customers to advocates, turn negative experiences to positive
KPI	Number of people reached	New website visitors	Shopping cart value, conversion rate	Online sales, conversion rate	On time delivery rate, average delivery window	Customer service success rate, waiting time	Product reviews	Retention rate, order value & frequency	Viral coefficient, customer satisfaction
ORGANISATIONAL ACTIVITIES	Create marketing campaigns and content both offline and online, PR	Create marketing campaigns and content both offline and online	Optimize grocery shopping experience	Optimize online purchase funnel, order handling	Picking & delivery	Organize customer service	Develop products & product range	Target marketing, make re-ordering easy, upselling / cross-selling	Manage feedback and social media, develop sharing / inviting chances
RESPONSIBLE	Marketing & Communications	Marketing & Communications	Online development, Customer service	Online development, Warehouse, Logistics	Warehouse, Logistics	Customer service	Product development, Purchasing	Marketing, Online development	Customer service, Online development

Blueprint do Serviço





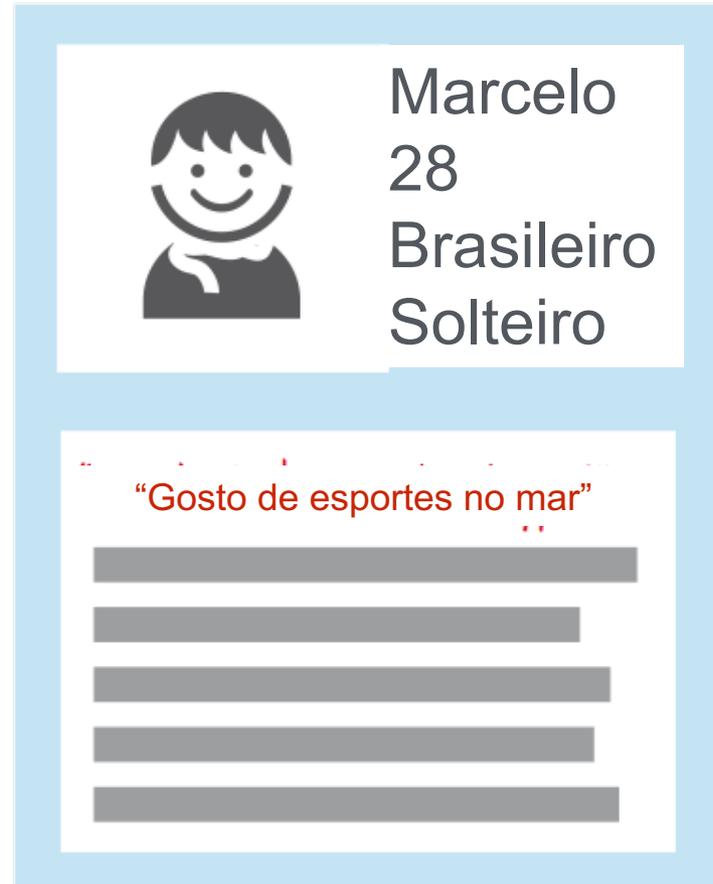
BPMN



(Hara et al., 2009)

Jornada do Usuário

Persona



A user persona card for Marcelo, presented in a light blue frame. The card is divided into two sections. The top section features a simple black and white icon of a person's head and shoulders on the left. To the right of the icon, the text reads: "Marcelo", "28", "Brasileiro", and "Solteiro" stacked vertically. The bottom section contains a quote in red text: "Gosto de esportes no mar". Below the quote are five horizontal grey bars of varying lengths, representing redacted text or a list of interests.

Marcelo
28
Brasileiro
Solteiro

"Gosto de esportes no mar"

Jornada do Usuário

① Lendo uma revista de viagens



Jornada do Usuário

② Visitando uma agência de viagem



①

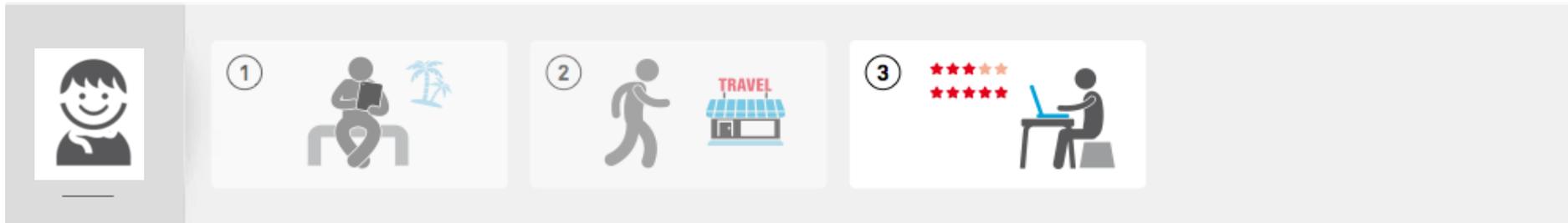


②



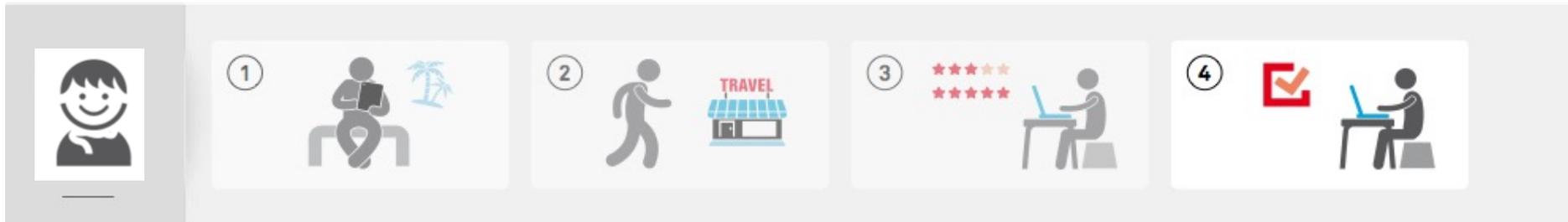
Jornada do Usuário

③ Lendo comentários online



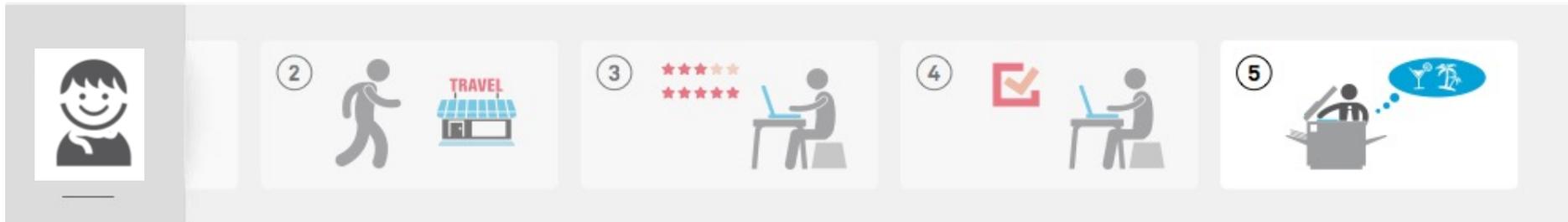
Jornada do Usuário

④ Fazendo uma reserva online



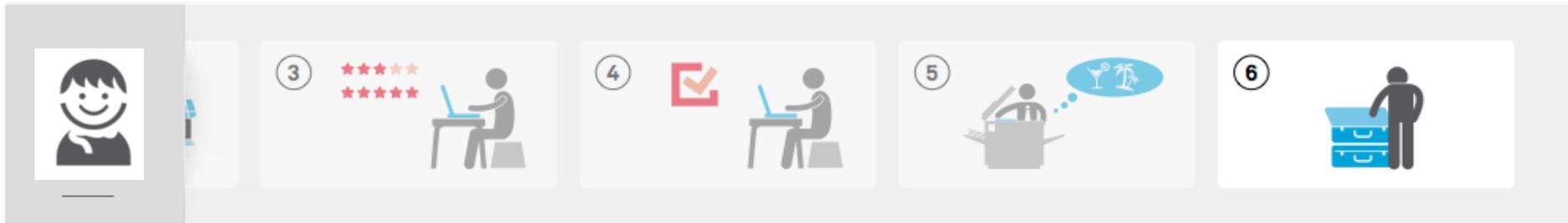
Jornada do Usuário

⑤ Sonhando como as férias



Jornada do Usuário

⑥ Arrumando as malas



Jornada do Usuário

⑦ Fazendo o check-in



PRE-SERVICE PERIOD



4



5



6



7



Jornada do Usuário

⑧ Entregando as malas



PRE-SERVICE PERIOD

SERVICE



5



6



7



8



Jornada do Usuário

⑨ Passando pela segurança



PRE-SERVICE PERIOD

SERVICE



6



7



8



9



Jornada do Usuário

⑩ Embarcando



PRE-SERVICE PERIOD

SERVICE



7



8



9



10



Jornada do Usuário

11 Experiência no voo



SERVICE



8



9



10



11



Jornada do Usuário

⑫ Chegando ao destino



SERVICE



9



10



11



12



Jornada do Usuário

⑬ Transfer para o hotel



SERVICE



⑩



⑪



⑫



⑬



Jornada do Usuário

14 Estadia no hotel



SERVICE



11



12



13

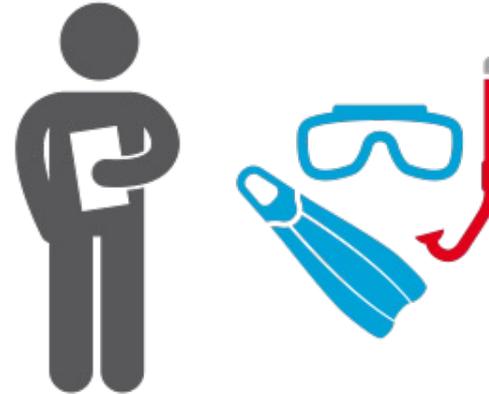


14



Jornada do Usuário

15 Participando de atividades



SERVICE



12



13



14



15



Jornada do Usuário

⑩ Jantando no restaurante local



SERVICE



⑬



⑭



⑮



⑯



Jornada do Usuário

⑰ Voltando



SERVICE



⑭



⑮



⑯

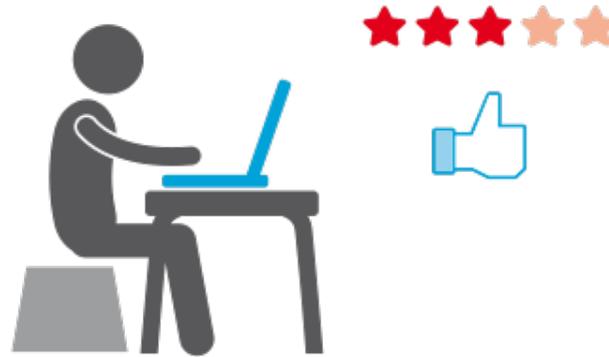


⑰



Jornada do Usuário

18 Comentando na rede



SERVICE

POST-SERVICE



15



16



17



18



Jornada do Usuário

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



Jornada do Usuário



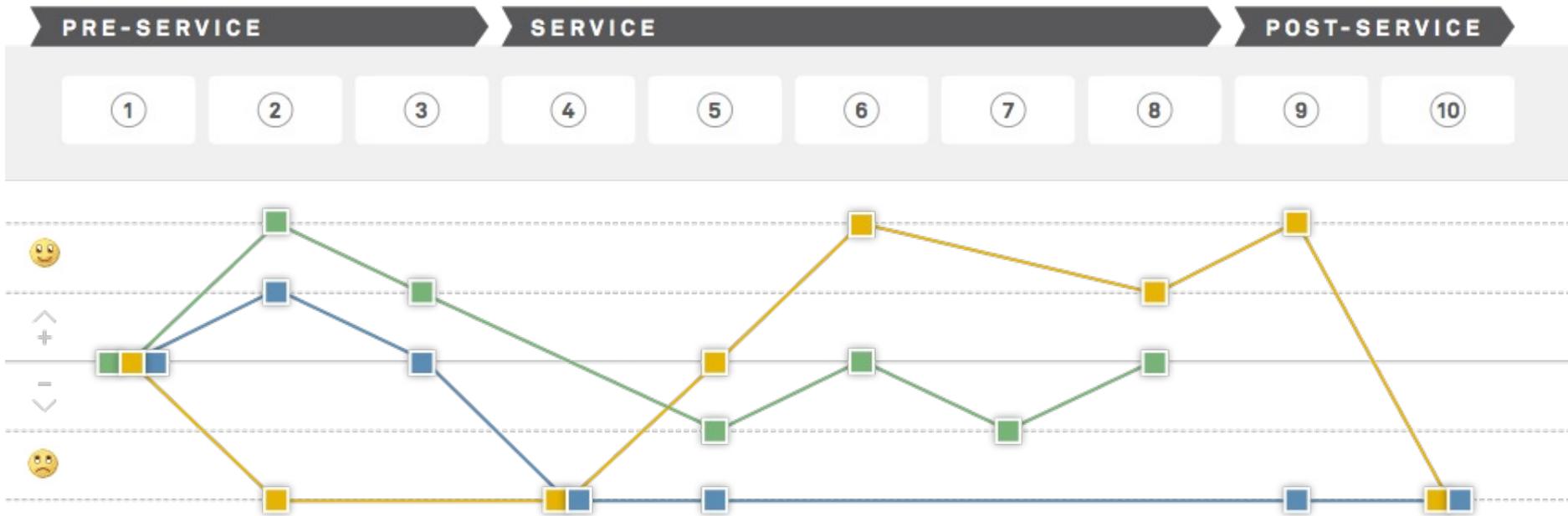
post-service period

PRE-SERVICE PERIOD

SERVICE PERIOD



Jornada Emocional do Usuário



Ponto de Vista (POV)

- Uma frase que articula muito bem o usuário e a necessidade
- Não fala NADA sobre a solução
- Cada vez que descobrir algo novo daqui pra frente, necessário voltar para entender se o POV não mudou
- Mudou o POV, muda a proposta de valor da solução

POV
POINT OF VIEW

The logo features the letters 'POV' in a large, bold, black, sans-serif font. The 'P' and 'O' are connected at the top, and the 'V' is positioned to the right of the 'O'. Below this, the words 'POINT OF VIEW' are written in a smaller, bold, black, sans-serif font.

Ponto de Vista (POV)

<PERSONA>

...PRECISA DE.....

<NECESSIDADE>

...PORQUE....

<PONTO DE DOR>

Ponto de Vista (POV)

Dr. Roberto, cirurgião plástico, que realiza cirurgias de alta complexidade

PRECISA DE

sistema capaz de sintetizar as principais informações sobre suas próximas cirurgias

PORQUE

uma boa cirurgia demanda a coordenação de diversas e diferentes iniciativas registradas em muitos sistemas distintos

Ponto de Vista (POV)

Sra. Mariana, cuidadora de idosos,

PRECISA DE

curso de capacitação em novas tecnologias para
monitoramento remoto

PORQUE

os familiares dos seus pacientes desejam
informações em tempo real

Ponto de Vista (POV)



DESIGN THINKING

Obrigado!