



## Design Thinking – Processo de Inovação

### O que é Design Thinking?

Design Thinking é uma Metodologia ou **Processo de Inovação**.  
Geralmente associamos a Palavra “Design” como a Forma **Percebida** do Produto.  
O “Design **Thinking**” é o Processo de **Como** Gerar um Produto ou Serviço Inovador ou seja, com Valor **Percebido** pelo Cliente.

### Para que serve o Design Thinking? / Qual o Objetivo?

O Resultado Desejado do Processo Design Thinking é a **Satisfação** do Cliente (Interno ou Externo).  
Só conquistamos este resultado Conhecendo as suas Reais Necessidades, Desejos e **Percepções**.

### Quais as Principais Vantagens do Processo Design Thinking?

A Grande Vantagem é de Ser um Processo Rápido e Barato para Gerar Inovação de Valor.  
A Inovação é resultado da Metodologia e Trabalho em Equipe, ou seja, não depende de um Gênio.  
O Processo tem Foco na Percepção do Cliente, suas Necessidades, Desejos e Comportamento.  
O Processo leva em conta o Conhecimento Tácito das Pessoas e Experiências com Protótipos, não dependendo de extensas Pesquisas Quantitativas.

### Quais são as Principais Etapas do Design Thinking?

#### Identificar Onde Existe uma Oportunidade de Inovação.

Através de uma Reunião Multidisciplinar a Empresa Identifica uma ou mais Oportunidades de Inovação.  
Pergunta Chave: Onde Iremos Crescer?

#### Descobrir a Oportunidade de Inovação

Descobrir Oportunidades de Inovação através da Observação do Comportamento do Cliente e/ou Interação através de Conversas, Pesquisas Qualitativa, Reuniões de Focus Group, etc.  
Perguntas Chaves: Como é a Percepção de Valor do Cliente?  
Quais são as Necessidades dos Clientes? Para que, o Cliente precisa do Produto ou Serviço?

#### Desenvolver a Oportunidade de Inovação (Produto ou Serviço)

Desenvolver o Produto ou Serviço que atendam as Necessidades e Percepção de Valor do Cliente.  
Nesta etapa utilizamos o Processo Heurístico para Descobrir o Diagnóstico e o Processo Criativo para Gerar as Opções ou Idéias de Produtos ou Serviços.

#### Testar as Idéias – Protótipos:

Fazer testes monitorados para Saber se o Produto ou Serviço atendem as Necessidades e Percepção de Valor dos Clientes.  
A experiência com os Protótipos pode: Validar, Reprovar ou Gerar Novas Idéias  
Pergunta Chave: O Cliente está Satisfeito com este Produto ou Serviço?

#### Planejar e Implementar a Inovação / Solução:

Planejar as Etapas de Produção e Introdução do Produto ou Serviço no Mercado.  
Pergunta Chave: Como Multiplicar os Resultados da Inovação?

### Quais são os Diferenciais do Design Thinking?

Foco no Comportamento e Percepção de Valor do Cliente, suas Reais Necessidades e Desejos  
Desenvolver novos Produtos ou Serviços com Equipe Multidisciplinar  
Utilizar Recursos Visuais, Desenhos e Diagramas de Causa e Efeito  
Utilizar o Conhecimento Tácito e Explorar o Processo Intuitivo  
Utilizar Protótipo para Validar Idéias ou Gerar Novas Idéias  
Visão Sistêmica e de Processo

### Onde eu posso saber mais sobre Design Thinking?

Livro: The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage by Roger L. Martin  
Vídeo: <http://www.aiga.org/content.cfm/video-makethink-2009-martin> by Roger L. Martin

Artigo: [http://www.ideo.com/images/uploads/news/pdfs/IDEO\\_HBR\\_Design\\_Thinking.pdf](http://www.ideo.com/images/uploads/news/pdfs/IDEO_HBR_Design_Thinking.pdf) by Tim Brown

Livro: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations by Tim Brown  
Vídeo: <http://mitworld.mit.edu/video/357/> by Tim Brown

Eurico Gushi – Maio de 2010