

DESIGN THINKING

EAD - Fase I - Imersão - JourneyMap



Análise e Desenvolvimento de Sistemas

Prof. Ms. Renato Leite
renato@sectras.edu.br

OBJETIVOS

- Conceito de imersão
- Jornada
- Ferramentas para Definição de Jornada
- Exemplos
- Exercícios

DESIGN THINKING

AS FASES DO DESIGN THINKING

IMERSÃO

Conheça melhor
o seu público alvo
Mude a sua perspectiva
através da empatia

IDEAÇÃO

Imagine um novo futuro
e crie diferenciais
competitivos. Crie novos
mecanismos de geração
de valor e receita

PROTOTIPAGEM

Nada fica perfeito da noite
para o dia. Crie algo rápido,
mostrando a intenção
e não a perfeição

VALIDAÇÃO

Aumente sua experiência,
validando sua idéia. Seja
rápido, aprimore com os
feedbacks e tenha
sucesso mais cedo

IMERSÃO

- Primeira etapa do design thinking;
- Busca mergulhar no contexto do problema e entendê-lo;
- Identifica-se necessidades, desejos e principalmente a experiência de usuário (como?!)
- "Há dor de cabeça? Por quê há dor de cabeça?"

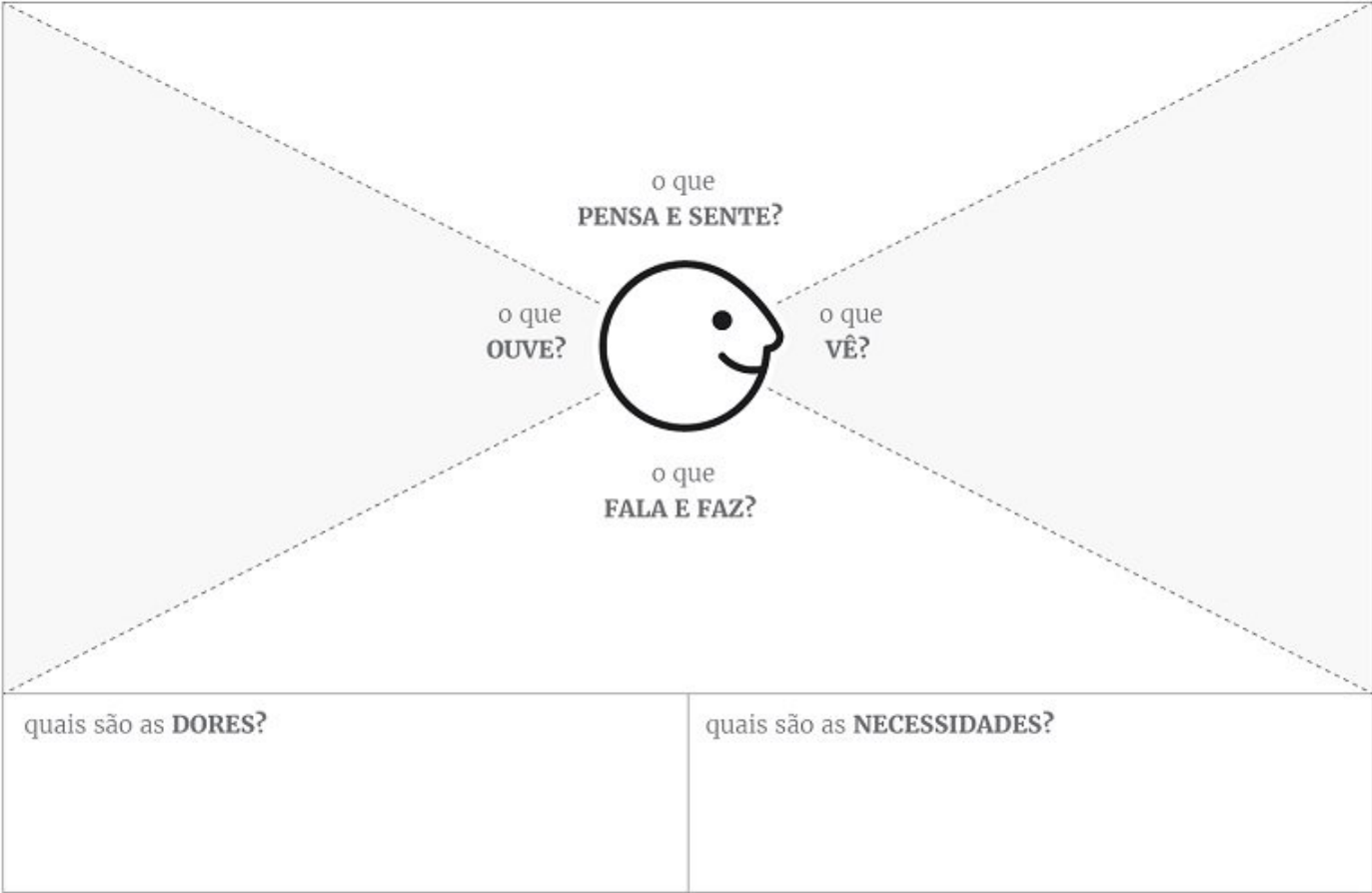
TIPOS DE IMERSÃO

- “Uma compreensão robusta do desafio **combina** informações de **fontes secundárias** e **primárias**.” (STICKDORN et al., 2018)
- Imersão primária: sempre envolve interação com pessoas **em campo**
 - Entrevistas com potenciais usuários
 - **Observação e mapeamento de jornada atual**
 - **Experiências práticas comparativas controladas**
- Imersão secundária: envolve coleta de dados em documentos
 - Relatórios, artigos, estatísticas e **curva de valor**

ENTREGÁVEIS

- **Personas:** Perfis fictícios que representam os usuários reais.
- **Mapa de Empatia:**
Ferramenta que resume o que o usuário pensa, sente, fala e faz.
- **Jornada do Usuário:**
Representação visual do caminho percorrido pelo usuário ao interagir com o problema.
- **Pontos chaves:** Descobertas que servirão de base para a ideação de soluções.

Nome: _____ Idade: _____



The diagram is a large rectangle divided into four quadrants by two dashed diagonal lines that intersect at a central point. In the center of this intersection is a simple line drawing of a person's head in profile, facing right. Each quadrant contains a question in Portuguese, all in uppercase letters. The top-left quadrant asks 'o que PENSA E SENTE?'. The top-right quadrant asks 'o que VÊ?'. The bottom-right quadrant asks 'o que FALA E FAZ?'. The bottom-left quadrant asks 'quais são as DORES?'. The bottom-right quadrant, which is separated from the others by a solid line, asks 'quais são as NECESSIDADES?'.

o que
PENSA E SENTE?

o que
OUVE?

o que
VÊ?

o que
FALA E FAZ?

quais são as DORES?

quais são as NECESSIDADES?

JORNADA



jornada

n. f.

1. Caminho que se anda num dia.
 2. Viagem (por terra).
 3. Expedição ou empresa militar.
 4. Trabalho correspondente a um dia.
 5. Salário de um dia.
- [...]

MAPEAMENTO DE JORNADA

- Essa atividade é em complemento ao mapeamento de personas a parte mais importante da fase de imersão;
- Nessa etapa a persona é percebida em suas possibilidades de uso das soluções que serão mapeadas na próxima fase, de Ideação;
- Essa etapa envolve a observação e principalmente a escuta ativa, com perguntas chave para que sejam mapeados os pontos que veremos a seguir.



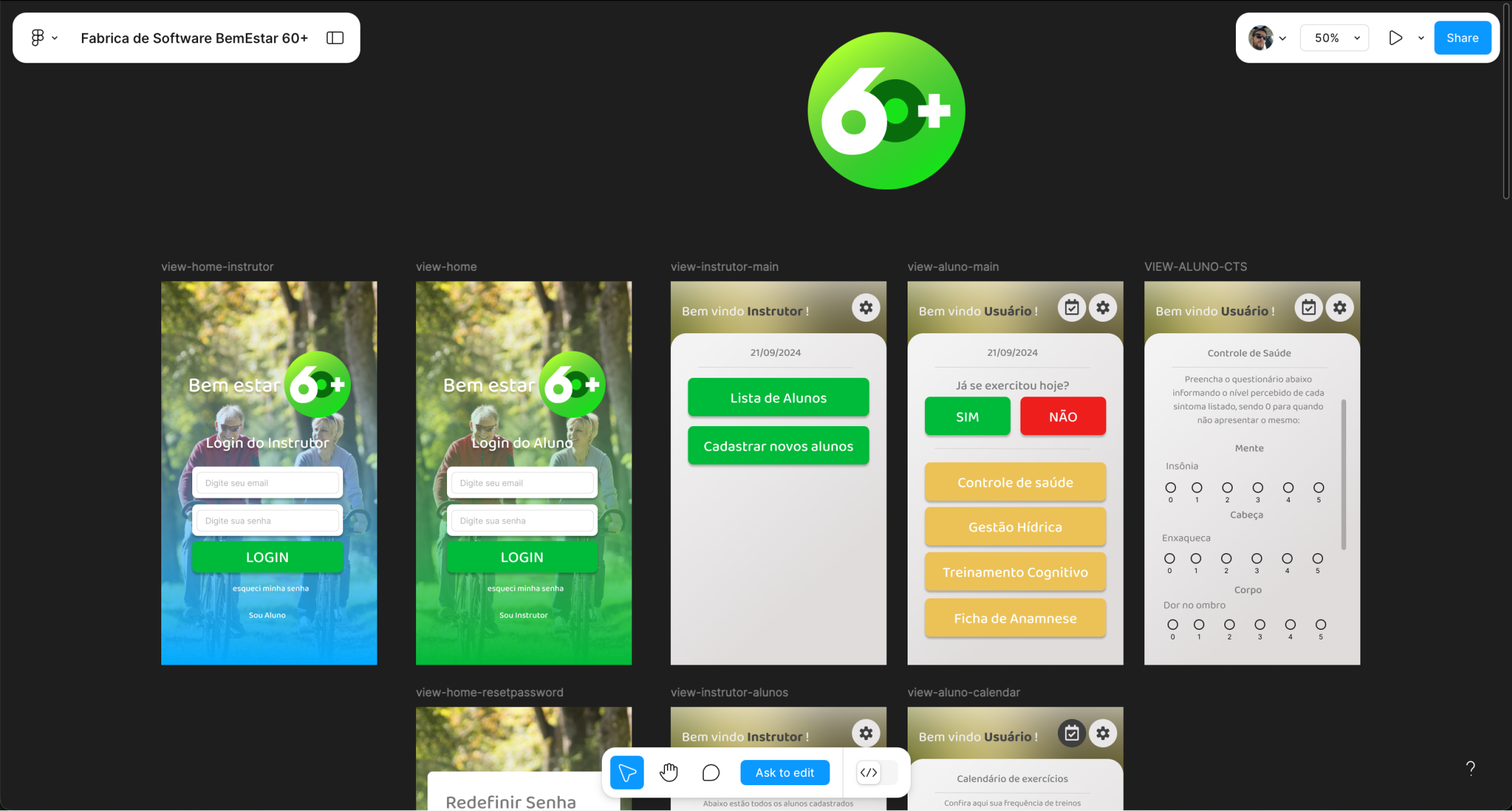
MAPEAMENTO DE JORNADA

1. Persona: Quem é o usuário? Quais são suas características e necessidades?
2. Cenário: Em que situação a jornada acontece? (Exemplo: “Paciente acessando um aplicativo de telemedicina”).
3. Fases da jornada: Quais são as etapas pelas quais o usuário passa? (Exemplo: Pesquisa, Cadastro, Uso, Suporte).
4. Canais/Pontos de Contato: Onde e como o usuário interage com a solução? (Exemplo: Site, App, Atendimento humano).
5. Dores e Frustrações: O que causa dificuldades ou insatisfação ao usuário?
6. Oportunidades: Onde podemos melhorar a experiência e inovar?

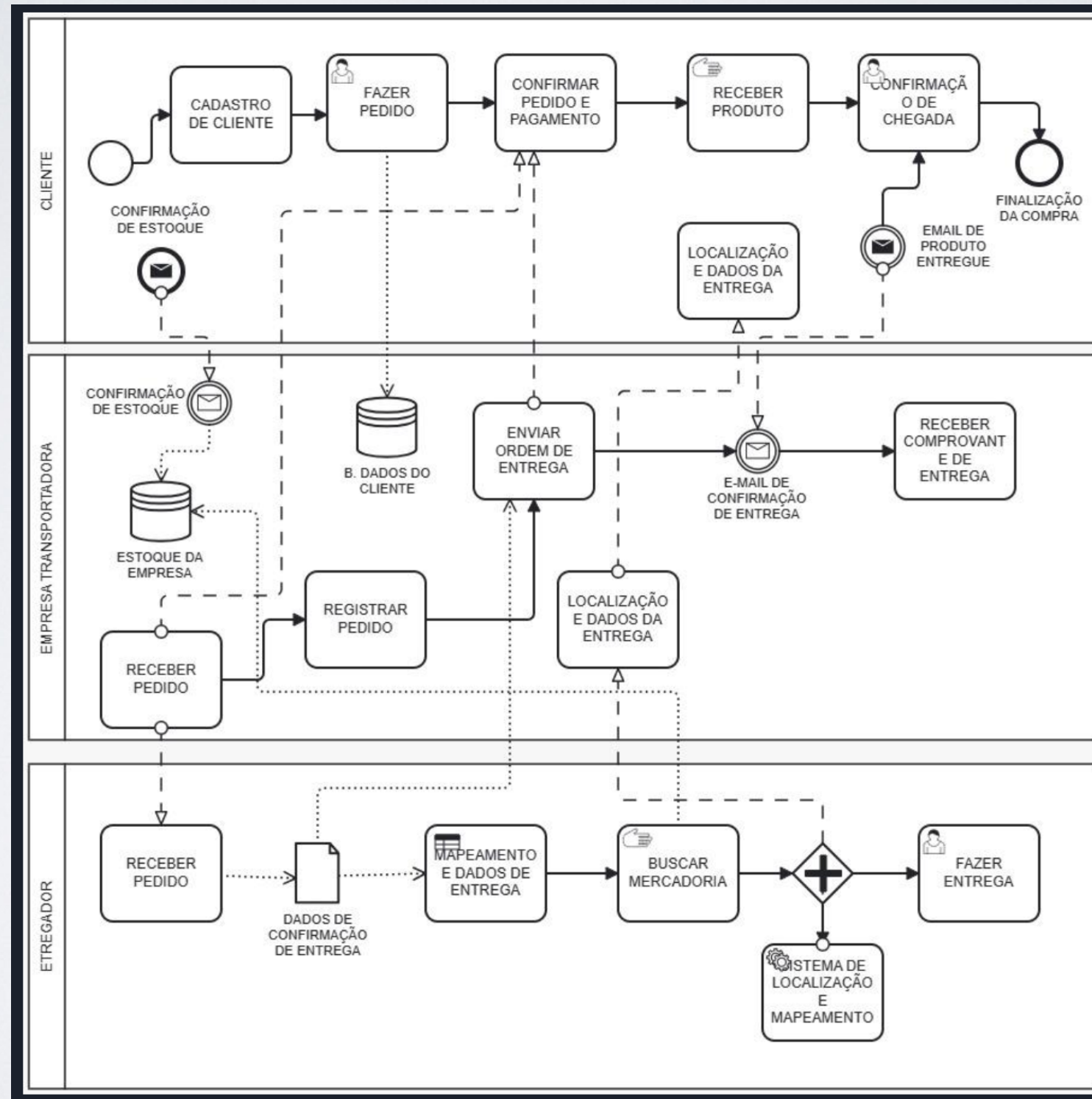
MAPEAMENTO DE JORNADA



EXEMPLOS



EXEMPLOS



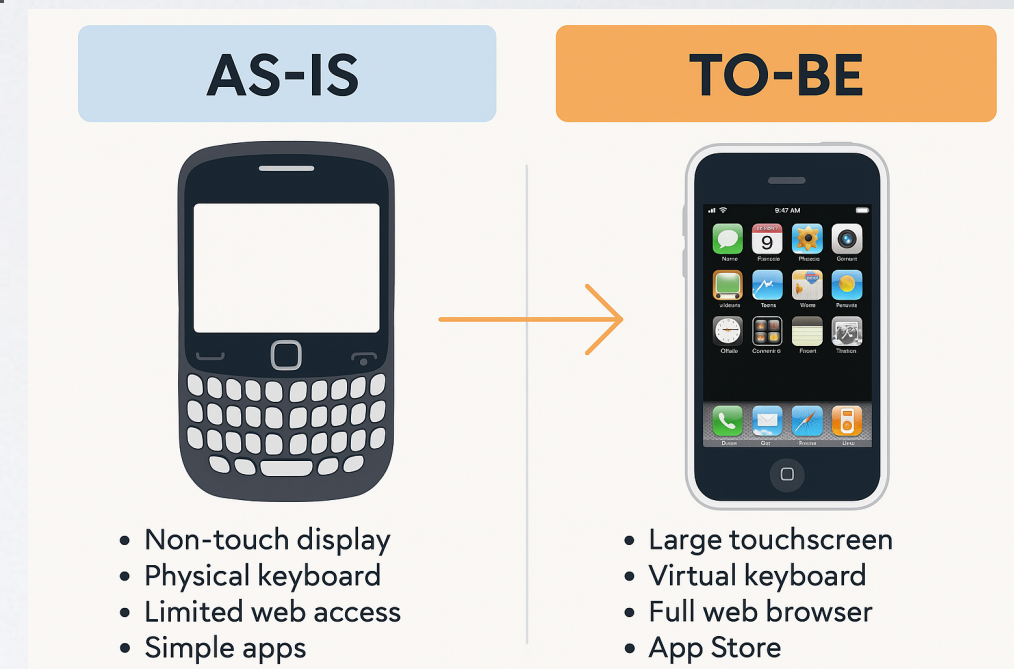
FERRAMENTAS

Ferramenta	Tipo	Usabilidade	Foco Principal	Site
Miro	Quadro online colaborativo	Intuitiva e visual	Mapas de jornada, personas, brainstorming	www.miro.com
Lucidchart	Diagramas e fluxogramas	Estruturada, com BPMN disponível	Processos, workflows e jornadas	www.lucidchart.com
Figma	Design e prototipação	Voltada para UX/UI e interação	Experiência do usuário e interface digital	www.figma.com
Notion	Organização e documentação	Estruturada, mas não visual	Anotações de jornada e insights	www.notion.com
BPMN (via Bizagi, Lucidchart, Signavio, Camunda, etc.)	Notação de processos empresariais	Estruturado e técnico	Processos formais e workflows automatizados	www.bpmn.io

- Executar rascunhos em forma de desenhos e fluxogramas também é válido

AS-IS / TO-BE

- As-is: "como é". Representa o status-quo do processo ou jornada;
 - Resultado da observação passiva de como os usuários vivenciam o problema (e sua possível solução);
 - Presente.
- To-be: "como será". Representa um processo melhorado, focando buscando o ideal.
 - Normalmente enviesado / direcionado pela visão do Designer;



EXERCÍCIO

- Pare alguns minutos e façam esse exercício ainda em aula:
- “Escolha uma atividade cotidiana (fazer compras no supermercado, usar transporte público, ou acessar uma plataforma digital). Mapeie em 5 etapas principais a jornada, identifique emoções em cada ponto e marque uma oportunidade de melhoria.”

EXERCÍCIO

- Mapeie ao menos 3 jornadas para um sistema de controle de sinais vitais composto por hardware e software (app ou sistema web) - As Is
 - Utilize BPMN, Figma ou desenhos.
- Modele uma jornada ideal utilizando as mesmas ferramentas - To Be

BIBLIOGRAFIA

- CARDOSO, L. C. Design Digital. 1ª Ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. [acervo digital]
- MELLO, C. M; NETO, J. R. M. A; PETRILLO, R. P. Para compreender o Design Thinking. 1ª Ed. Rio de Janeiro, 2021. [acervo digital]
- PAZ, M. Webdesign. 1ª Ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. [acervo digital]
- BROWN, Tim. Change by Design. Harper Business, 2009.
- LIEDTKA, Jeanne; OGILVIE, Tim. Designing for Growth. Columbia University Press, 2011.
- STICKDORN, Marc et al. This is Service Design Doing. O'Reilly Media, 2018.
- DORST, Kees. The Core of 'Design Thinking' and its Application. Design Studies, 2011.
- KELLEY, Tom; KELLEY, David. Creative Confidence. Crown Business, 2013.

DÚVIDAS?

