

GUIA SOBRE O QUE É DESIGN THINKING E COMO APLICÁ-LO!

SEBRAE

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 3 |
| ENTENDA O QUE É DESIGN THINKING | 5 |
| VEJA COMO IMPLANTAR O DESIGN THINKING EM SEU NEGÓCIO..... | 14 |
| DESCUBRA QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS FERRAMENTAS DE DESIGN THINKING..... | 18 |
| CONCLUSÃO | 21 |
| SOBRE O SEBRAE PE | 23 |

Introdução





Promover inovação e gerar um clima propício para a criatividade e o desenvolvimento de soluções são algumas das propostas do Design Thinking. Essa abordagem foi desenvolvida nos anos de 1990, por David Kelley e Tim Brown, que trabalhavam em uma empresa de consultoria em inovação.

A essência dessa estratégia é antiga, pois vem da aplicação do design no processo criativo e produtivo. Ele proporciona oportunidades para a criação de um fluxo de processos **dinâmico, construtivo e colaborativo**. Saber o que é Design Thinking vai contribuir para o alcance de melhores resultados e uma mudança positiva no mindset da corporação.

Contando com princípios e diversas ferramentas para facilitar a construção de propostas e a criação de uma conjuntura de cooperação, o Design Thinking se destaca por despertar o potencial dos colaboradores por meio da maior abertura à discussão de ideias e da prototipagem das propostas. Preparamos este e-book especial com diversas informações sobre essa abordagem. Venha com a gente para aprender mais sobre o assunto!

Entenda o que é Design Thinking





O Design Thinking traz verdadeiras oportunidades para os negócios e para melhorar o trabalho criativo. Aprenda mais sobre o tema, a seguir!

O QUE É DESIGN THINKING?

É importante destacar que o Design Thinking não é um método, ou um conjunto de procedimentos estruturados e rígidos em passo a passo. Na verdade, **ele é uma abordagem, uma forma de tratar e pensar as ideias e o contexto**, uma orientação para a construção de soluções para questões complexas, sendo que há um enfoque nas experiências das pessoas. O processo é colaborativo, trabalhado a partir de perspectivas distintas, e há um ideal constante de fortalecimento do pensamento crítico e da criatividade na promoção de soluções.

Assim, podemos dizer que Design Thinking é uma mentalidade e uma dinâmica orientada por princípios para conduzir o fluxo de trabalho criativo. Ele funciona a partir de diversas etapas, mas pode ser estabelecido de outras maneiras, desde que respeite a essência do processo.

ENTENDA O QUE É DESIGN THINKING



COMO O DESIGN THINKING FUNCIONA?

O Design Thinking busca a remoção de obstáculos, como a competição, a necessidade de reconhecimento, as disputas de ego, o comodismo e as resistências. Para isso, ele se apoia em princípios. Essas propostas norteiam o fluxo produtivo e auxiliam em uma dinâmica de trabalho consistente e criativa.

O primeiro princípio que vamos citar é a **empatia**, que significa ver a situação ou o contexto com os olhos do outro. Para isso, é necessário abrir mão de pré-julgamentos e realizar certo afastamento das convicções pessoais, para enxergar como o cliente vê. A proposta é aplicar essa postura na imersão com o público, para criar soluções que são direcionadas para a perspectiva do consumidor.

A **colaboração** é outro princípio que deve ser mencionado. A proposta é montar equipes com profissionais de múltiplas áreas, incentivando a discussão de ideias e a variedade de perspectivas. Isso auxilia no aprofundamento e cria um processo criativo robusto e rico em alternativas.

O princípio da **experimentação** consiste na submissão das ideias elencadas à prototipagem e aos testes. As tentativas, as testagens e os aperfeiçoamentos são essenciais para garantir melhores resultados. O objetivo é errar o quanto antes, para aprender e fazer as correções necessárias.



QUAL É O PRINCIPAL OBJETIVO DO DESIGN THINKING?

O Design Thinking tem o objetivo principal de **criar algo funcional e eficiente**, sendo aplicado para resolver problemas ou para criar novos produtos e serviços. **Mais do que agradar ao cliente, o objetivo é encantar, entregando valor** por meio do fortalecimento do potencial criativo e do desenvolvimento de soluções da equipe. Isso envolve um olhar do todo a 360 graus e a promoção de uma experiência positiva e construtiva para os envolvidos.

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS EXEMPLOS DE DESIGN THINKING?

Há várias empresas que se beneficiaram muito com o investimento em Design Thinking. A **Natura**, por exemplo, estava passando por um momento de redução de influência sobre o público. Ela realizou uma reforma na gestão de marca, a partir de entrevistas realizadas com clientes e colaboradores.

As múltiplas perspectivas e a participação do consumidor final no processo são dois traços muito característicos do Design Thinking. O resultado dessa proposta foi todo um processo criativo que reformulou a identidade visual da Natura e promoveu modificações, até mesmo, na estética das embalagens.

A **Havaianas** também passou por uma mudança via Design Thinking para a ampliação da cartela de produtos. A marca, que era reconhecida apenas pelos chinelos, passou a investir em acessórios, bolsas, toalhas e outros itens. Esse resultado só foi alcançado após diversas entrevistas realizadas com consumidores, pela criação de modelos e pela testagem dos protótipos, para, então, a estratégia ser lançada em uma das edições da São Paulo Fashion Week.

QUAIS SÃO AS VANTAGENS DA APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING?

A aplicação do Design Thinking proporciona transformações positivas em toda a dinâmica do processo. Ela dá **abertura para a criatividade e para a curiosidade e proporciona condições para o investimento em tentativas e na capacidade de aprender com os erros**. Vamos explicar mais sobre esses benefícios a seguir. Acompanhe!

ENGAJAMENTO

O Design Thinking incentiva o compartilhamento de ideias e o trabalho colaborativo, com a construção de soluções em conjunto. Todos os envolvidos participam mais ativamente, em uma dinâmica de abertura a novas ideias e de **aceitação dos erros como uma fonte constante de aprendizagem**. A experiência é muito rica, transformadora, gerando motivação e criando um clima muito favorável, que estimula a dedicação e o engajamento no processo.





ADAPTABILIDADE

O Design Thinking é um convite a uma postura mais flexível e disposta a tentar novas possibilidades. Isso permite orientar a equipe na perda da rigidez e na substituição do engessamento por maleabilidade e leveza.

É bom destacar que o colaborador continua mantendo o senso crítico na avaliação do que tem melhor resultado ou não, principalmente com a prototipagem e testagem. A diferença é que há uma disposição para apostar em alternativas diferentes e inovadoras, com a experimentação sendo o parâmetro para adesão ou descarte de propostas.

COMUNICAÇÃO

O colaborador é incentivado a falar e compartilhar, o que estabelece um clima mais saudável e motivador na equipe. Isso promove uma comunicação mais clara, fluída e flexível, um espaço aberto de aprendizagem que proporciona crescimento para todas as partes. **É a oportunidade de construir junto, de agregar várias perspectivas,** tornando a comunicação mais enriquecedora e construtiva.

AMBIENTE DE TRABALHO FAVORÁVEL

É bastante visível que **a criatividade é atravessada pelas variedades emocionais.** Diferentemente de uma dinâmica corporativa comum, o Design Thinking não exclui o emocional da dinâmica. Na verdade, essa abordagem trabalha na criação de condições favoráveis no grupo de trabalho, **para que o emocional esteja em um lugar construtivo e seja aplicado como um dos motores para a produtividade.** Todo o ambiente de trabalho é muito agradável, rico em diálogo, promovendo aprendizagem e autoconhecimento.





SATISFAÇÃO DO CLIENTE E FIDELIZAÇÃO


Ao invés de tentar prever uma estratégia de forma unilateral, o Design Thinking aposta em **escutar o consumidor** diante de demandas e necessidades de reforma. A ideia é que, se você deseja fornecer a solução que se encaixa perfeitamente, é preciso que o cliente tenha a oportunidade de ser escutado. Com isso, vai ser possível conhecer opiniões, necessidades e preferências, construindo uma solução precisa, efetiva e satisfatória.

VISÃO SISTÊMICA

A proposta do design Thinking é **visualizar as situações e variáveis em rede**, com atenção às conexões e influências dos elementos entre si. Não é um olhar ao ponto unitário, mas uma análise do contexto e do encadeamento de processos.

Veja como implantar o Design Thinking em seu negócio





O Design Thinking é aplicado em fases distintas, que vamos detalhar a seguir. Referências diferentes podem apontar um número divergente de etapas, o que não é um problema. Isso se deve ao fato de que determinados conjuntos de tarefas podem ser agrupados em uma fase só. O importante é que os princípios e a essência do processo permaneçam. Saiba mais sobre o tema a seguir!



IMERSÃO

Na fase de imersão, acontecem diversos processos. O início do trabalho envolve uma organização, os combinados e as regras de convivência. Além disso, **há um aprofundamento sobre o problema ou ponto a ser trabalhado**. Para isso, os colaboradores fazem idas a campo, entrevistas e observações. Eles também realizam discussões e análises sobre o cenário do negócio e o contexto, com o compartilhamento de pontos de vista e diálogos sobre a situação.

IDEAÇÃO

Nesse momento, são realizadas discussões e proposições de propostas de solução. O objetivo é a criação de ideias, **sem julgamentos** ou filtros. O crivo crítico será aplicado nos momentos seguintes, após avaliações e análises. Aqui, o lançamento de ideias é mais livre, com incentivo à criatividade e à aposta na inovação.



PROTOTIPAGEM

Nessa etapa, são criados **protótipos**, versões mais próximas à realidade que serão submetidas à testagem. Além disso, o processo avaliativo é planejado, com a demarcação de objetivos, a delimitação dos critérios e o estabelecimento de um método.

TESTE

A fase de testagem **coloca a solução construída à prova**. É o momento de ver os pontos de melhoria, entender aspectos com boa avaliação, coletar feedbacks e conhecer os elementos que necessitam de aperfeiçoamento.

ITERAÇÃO

A iteração é o momento de reflexão após a coleta de feedbacks e resultados. Há uma **reformulação de estratégia onde é necessário**. Alguns elementos são mantidos, outros removidos ou aperfeiçoados. A equipe pode retornar a outras fases do processo, até que o resultado seja alcançado. Mesmo com a verificação de sucesso da estratégia, é importante destacar que é fundamental que sempre haja avaliações recorrentes e revisões para aprimoramento.

Isso porque uma das bases do Design Thinking é o aprendizado contínuo.

[VEJA COMO IMPLANTAR O DESIGN THINKING EM SEU NEGÓCIO](#)



Descubra quais são as principais ferramentas de Design Thinking





Todo o processo de trabalho é realizado com o apoio de diversas ferramentas que contribuem na organização do fluxo de ideias e na estruturação de propostas. Conheça alguns desses recursos a seguir!

MAPA DE EMPATIA

O **mapa da empatia** foi criado por Dave Gray e Alex Osterwalder. É um conjunto de perguntas a serem respondidas, que refletem sobre a realidade do público ao qual se destina a solução. Algumas das perguntas formuladas são:

- o que ele (ou ela) pensa e sente;
- o que ele (ou ela) vê;
- o que ele (ou ela) fala e faz;
- quais são suas dores;
- quais são os seus desejos?

STORYBOARD

O **storyboard** consiste em uma narrativa que é representada visualmente por meio de quadros estáticos. É possível usar colagens, fotos, desenhos e diversos recursos gráficos.

GAMIFICAÇÃO

A **gamificação** é uma forma lúdica de introduzir o problema a ser resolvido e criar propostas. A temática dos jogos é inserida em dinâmicas e discussões, o que gera incentivo e promove engajamento.

TESTES DE PREMISSA

Os **testes de premissa** contribuem para a validade do conceito que é aplicado no projeto. A ideia é testar as premissas-chave e ver quais delas alcançam resultados afirmativos.

DIAGRAMA DE AFINIDADE

Essa ferramenta possibilita a **visão em diagrama** das questões e dos desafios a serem enfrentados. A proposta é criar cartões de insight com os elementos envolvidos e ordená-los com base em afinidade, dependência ou proximidade.

A man and a woman are smiling and looking at a tablet together in an office setting. The woman is on the left, wearing glasses and a light-colored top. The man is on the right, wearing glasses, a beard, and a dark sweater. They are both looking at a tablet held by the woman. The background shows office blinds and a window. The image has a purple tint and a dark diamond shape in the upper right corner.

Conclusão

O Design Thinking é uma abordagem de **acolhimento do pensamento criativo**, promovendo uma dinâmica de trabalho baseada na cooperação, na aposta na inovação e na testagem de propostas. A ideia é criar um momento de livre abertura para ideias, para depois testar as possibilidades e extrair soluções viáveis e coerentes com as demandas e necessidades do público-alvo. O processo todo é enraizado em princípios de empatia, experimentação e colaboração.

Outra questão essencial sobre o Design Thinking é a **colocação de um ambiente de trabalho favorável e propício para a criatividade e produtividade**. Para isso, há investimento em humanização, em discussões construtivas e na diminuição dos pré-julgamentos, contando com pensamento crítico e ampla capacidade de reflexão.

Essa abordagem proporciona oportunidades de crescimento dos colaboradores e de entrega de valor para clientes. As soluções propostas são prototipadas e submetidas à prova, passando por **recebimento de feedback e aperfeiçoamento**, até estarem cem por cento alinhadas com os objetivos preestabelecidos.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada que possui o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é a construção de oportunidades em conjunto, disponibilizando formações, processos educacionais, oficinas, consultorias e vários serviços para auxiliar empresários no alcance de resultados positivos no empreendimento. Atuamos nas frentes de estímulo e desenvolvimento do empreendedorismo e no incentivo à formalização dos negócios, com a criação de oportunidades e soluções de maneira criativa.