

EBOOK

DESIGN THINKING & DESENVOLVIMENTO ÁGIL

Entenda como mesclar essas duas abordagens para potencializar o desenvolvimento de aplicações digitais.



SUMÁRIO

- 3** INTRODUÇÃO
- 4** NÃO CONFUNDA INOVAÇÃO COM TECNOLOGIA
- 6** O QUE É DESIGN THINKING
 - 7** Imersão
 - 7** Análise
 - 8** Ideação
 - 8** Prototipagem
- 9** O QUE É DESENVOLVIMENTO ÁGIL
 - 9** O Manifesto Ágil
 - 11** O UX Design
 - 11** Mudança de mindset - com colaboração e empirismo
- 12** CASE DE SUCESSO - PLATAFORMA DE VENDAS
 - 12** O desafio
 - 12** O desenrolar do projeto
 - 13** Resultado
- 14** CONCLUSÃO
- 15** SOBRE A MJV

INTRODUÇÃO

O grande desafio das empresas hoje é se alinhar ou colocar-se à frente das inovações do mercado. É aí que métodos e práticas inovadoras deixam de ser um luxo e passam a ser uma necessidade no dia a dia operacional.

Dentro disso, as organizações que mais inovam em desenvolvimento de produtos e serviços digitais têm unido as práticas de Design Thinking e Desenvolvimento Ágil para ganhar velocidade, melhorar os processos e entregar de forma contínua e eficaz soluções diferenciadas e com alto valor de mercado. Ou seja, elas estão entendendo a importância de centrar esforços na experiência do usuário e, ao mesmo tempo, aproveitar a facilidade de adoção e utilização da tecnologia cada vez mais acessível e disponível.

É justamente sobre isso que vamos refletir ao longo deste e-book!

Nos capítulos que seguem, você vai entender o conceito de inovação contínua, o que é Design Thinking, Desenvolvimento Ágil e experiência do usuário (ou UX Design). Você vai ver como é possível simplificar e humanizar os produtos digitais, além de ter dicas para desenvolver o *mindset* de colaboração e empirismo na sua equipe. Ao final, confira um case de sucesso em plataforma de vendas.

Boa leitura!

NÃO CONFUNDA INOVAÇÃO COM TECNOLOGIA

Para início de conversa, é importante sairmos um pouco do senso comum para entendermos que inovação é algo muito mais profundo do que utilizar ferramentas tecnológicas.

Veja o que disse Bruce Nussbaum, um renomado professor de inovação e inovação e design da Parsons The New School of Design, de Nova Iorque:

“INOVAÇÃO NÃO É MAIS SOBRE TECNOLOGIA POR SI SÓ. É SOBRE NOVOS MODELOS DE ORGANIZAÇÃO. DESIGN NÃO MAIS SOMENTE SOBRE FORMAS, É UM MÉTODO DE PENSAMENTO QUE PODE LEVAR A VER ALÉM DA CURVA. E AS MAIORES DISRUPÇÕES TECNOLÓGICAS QUE CONTAM HOJE NÃO SÃO SOBRE VELOCIDADE E PERFORMANCE, MAS SOBRE COLABORAÇÃO, DIÁLOGO E COLABORAÇÃO”.

Vivemos atualmente em um mundo comandado pela volatilidade, pela incerteza, pela complexidade e pela ambiguidade. E neste contexto em que tudo está sendo constantemente desafiado e vemos diariamente novidades principalmente — mas não somente — em produtos digitais. Elas surgem e perdem popularidade com uma rapidez incrível, fazendo com que as empresas precisem se esforçar para aprender a tirar proveito dessa dinamicidade. É preciso traçar constantemente novas estratégias para lidar com um alto nível de incertezas, propondo inovações realmente relevantes.

As startups, por seu tipo peculiar de empreendimento, estão se beneficiando deste bastante deste novo modelo por já nascerem adaptadas para trabalhar assim. Mas este movimento pode ser aproveitado de maneira muito produtiva por qualquer organização, esteja ela em qual estágio de maturidade estiver.

É aí que o Design Thinking e o Desenvolvimento Ágil (Agile) surgem com a proposta de serem mais aderentes a esta nova maneira de fazer negócios. São, em suma, métodos que facilitam o aumento da assertividade dos investimentos, e tornam mais fácil lidar com a realidade de que problemas e soluções desconhecidos podem revelar oportunidades incríveis. unidos, eles ajudam a aprender com os usuários, testar e melhorar continuamente.

Continue lendo para entender esses conceitos e compreender melhor o quanto eles podem facilitar a inovação em todos os âmbitos!

O QUE É DESIGN THINKING

Basicamente, podemos definir o Design Thinking como:

“UMA ABORDAGEM ESTRUTURADA DE INOVAÇÃO QUE TEM O SER HUMANO COMO FOCO E BUSCA GERAR SOLUÇÕES QUE ALINHAM O DESEJO E AS NECESSIDADES DO USUÁRIO CONSUMIDOR À GERAÇÃO DE VALOR PARA O NEGÓCIO”.

Para ficar ainda mais simples, é correto afirmar que o Design Thinking é uma abordagem de inovação pautada na forma de pensar do designer. Isso porque o designer alia a criatividade e a empatia para criar soluções inovadoras.

O Design Thinking, portanto, complementa a visão mercadológica de que para inovar é preciso focar no desenvolvimento e na integração de novas tecnologias e na abertura de novos mercados. Além disso, o Design Thinking inova principalmente ao introduzir novos significados aos produtos, serviços e relacionamentos a partir do foco no ser humano (todos os stakeholders envolvidos).

Mas como isso funciona na prática?

Funciona através de alguns princípios que são aplicados em projetos de inovação para as mais diversas finalidades:

- 1_ Foco nas pessoas;
- 2_ Colaboração multidisciplinar;
- 3_ Tangibilização das ideias e conceitos.

Logo, o Design Thinking é utilizado para gerar inovações que atendem as necessidades humanas, sem perder de vista a viabilidade tecnológica e o valor gerado ao negócio.

É importante saber também que cada profissional ou gestor de projeto aplica o Design Thinking de uma maneira diferente. E, de fato, cada projeto e cada contexto exigem uma avaliação de quais são as melhores técnicas e ferramentas para serem empregadas. No entanto, de maneira geral, trabalha-se da seguinte forma:

Imersão ⇨ **Análise** ⇨ **Ideação** ⇨ **Prototipagem**

Entenda em detalhes cada uma dessas etapas:

Imersão

Nesta fase, que é caracterizada pela aproximação do problema, a equipe mergulha nas implicações do desafio através do ponto de vista dos diversos *stakeholders*.

Para isso acontecer, são feitas pesquisas de diversos tipos (entrevistas, buscas de tendências, ou *cool hunting*, observação direta etc.).

O objetivo é criar o entendimento global de tudo que cerca o desafio entendendo as necessidades e desejos de todas as partes envolvidas, com especial atenção para os usuários finais. A palavra-chave aqui é **EMPATIA!**

A imersão pode ser dividida em *Preliminar*, quando há um primeiro contato com o problema e em *Profundidade*, quando se inicia o levantamento das necessidades e oportunidades que irão nortear a geração de soluções posteriormente.

Análise

Em seguida, passa-se para a fase de análise. Aqui a equipe busca sintetizar as informações coletadas na imersão e todo o material bruto levantado serve de base para essa etapa.

Faz-se então o cruzamento das informações para encontrar padrões e consolidar os *insights* através de materiais que ajudem a entender e a explicar as descobertas. Esses materiais podem ser diversos: personas, jornadas, critérios norteadores etc.

É nessa hora que se evidenciam os pontos e momentos mais críticos que tangenciam o desafio. E é também o momento de, muitas vezes, reenquadrar o problema; perceber que a pergunta inicial talvez tenha mudado um pouco — o que é natural depois de tudo o que se descobriu.

Ideação

Em seguida, vem a etapa da ideação, quando o brainstorming, a tempestade cerebral, é realizada. O objetivo é que o maior número de ideias seja apresentado sem nenhum julgamento. Os participantes do projeto propõem alternativas e soluções para o contexto identificados na análise.

É o momento de efetivamente começar a “pensar fora da caixa”, propondo soluções para o problema. Para isso, utilizam-se práticas de estímulo à criatividade, o que ajuda as pessoas a gerar soluções que estejam de acordo com o contexto do assunto trabalhado.

Não há limite de ideias nesta fase. Também é aconselhável que haja variedade de perfis de pessoas envolvidas, inclusive incluindo quem será beneficiado com as soluções propostas.

Prototipagem

O último passo é o da prototipagem, ou prototipação.

De acordo com os autores do livro Design Thinking - Inovação em Negócios, “prototipar é tangibilizar uma ideia, é a passagem do abstrato para o físico de forma a representar a realidade — mesmo que simplificada — e propiciar validações”.

Em resumo, a prototipagem é a fase de validação das ideias geradas. É a hora de aparar as arestas, ver o que se encaixa no projeto, juntar propostas e colocar a mão na massa.

Apesar de ser apresentada como fase final, a prototipação pode acontecer em paralelo às outras fases. Conforme as ideias forem surgindo elas podem ser prototipadas, testadas e, em alguns casos, até implementadas.

Nos projetos de produtos tecnológicos digitais, que vão culminar no desenvolvimento ágil, o foco dessa fase é desenvolver um protótipo de baixa fidelidade com o objetivo de tangibilizar as principais soluções complementando e validando com os usuários a visão conceitual e funcional que buscamos.

E é aí que a gente pode dizer que ela está no ponto ser desenvolvida. Isso porque está claro para todos:

- _ **O problema que estamos buscando solucionar;**
- _ **Os pessoas envolvidas** *(para quem queremos solucionar o problema);*
- _ **A visão do futuro da solução.**

O QUE É DESENVOLVIMENTO ÁGIL

Agora, para entendermos como o Design Thinking e o Desenvolvimento Ágil são duas abordagens que podem ser combinadas, temos que nos debruçar sobre esse conceito!

Desenvolvimento Ágil nada mais é do que uma metodologia para o processo criativo que antecipa a necessidade de flexibilidade e na qual aplica-se um nível de pragmatismo para a entrega do produto acabado.

As metodologias ágeis se concentram em manter um código simples, testando muitas vezes e entregando porções funcionais da aplicação. O objetivo é construir em cima de pequenas peças aprovadas pelo cliente no decorrer do projeto, ao invés de entregar uma aplicação grande no final.

Em suma, a ideia geral é maximizar a criação de valor diminuindo cada vez mais a ênfase na especificação do software para garantir agilidade e frequência nas entregas.

O Manifesto Ágil

Nesse contexto, é importante saber que o uso da palavra ágil deriva do Manifesto ágil. Em 2001, um pequeno grupo de pessoas se reuniu para discutir os seus sentimentos com relação à abordagem tradicional de gerenciamento de projetos de desenvolvimento de software. Eles discutiam as falhas que ocorriam com frequência e buscavam mudanças para melhor. Dessa reunião surgiu o Manifesto ágil, que descreve quatro valores importantes que são tão relevantes hoje.

Basicamente, o que eles colocaram no papel foi:

"Nós valorizamos:

- _ Indivíduos e interações mais do que processos e ferramentas;**
- _ Softwares que trabalham com documentação mais abrangente;**
- _ Colaboração do cliente mais do que negociação de contratos;**
- _ Respostas rápidas, mudanças ao longo do projeto seguindo um plano."**

Na verdade, os desenvolvedores que trabalham com métodos ágeis já perceberam o valor de entender os objetivos de negócio e os aspectos contextuais do produto e do seus usuários há um bom tempo.

Dessa necessidade surgiu o conceito de Inception, que é, em poucas palavras, uma cerimônia realizada antes de começar o desenvolvimento de um novo produto tecnológico. Ela tem a duração variável de acordo com a complexidade do assunto e o tempo disponível, podendo ter de quatro horas a uma semana de engajamento e colaboração da equipe. Nessa cerimônia, são descritos a visão do produto e os diferentes perfis dos usuários, priorizando os objetivos de negócio e buscando compreender as principais funcionalidades em alto nível, definir um roteiro de lançamento incremental e por aí vai.

Mas o que falta para que o Inception reflita o que tanto prezamos tanto quando optamos pelo Design Thinking? Falta investir tempo em de fato compreender a fundo o ponto de vista dos usuários e do contexto, gerar empatia e testar ideias e soluções formuladas não só pela área de negócio, mas por uma equipe multidisciplinar, garantindo que a proposta seja aderente a uma real necessidade.

O resultado de um produto, ou de um software, que tem a sua base no design centrado no usuário não pode ser diferente do que a humanização deste produto. E a coerência com os desejos e anseios de um grupo de pessoas reais, com características que são muitas vezes desconhecidas pelas empresas deve vir de um processo de empatia.

Por outro lado, o uso do Design Thinking também pode ajudar a simplificar o produto, trazer o foco para funcionalidades específicas que as pessoas realmente precisam.

O UX Design

Mas e o UX Design, o que ele tem a ver com isso tudo? Em geral, o design não é usado nas empresas para fazer decisões sobre os produtos; seu papel é muito mais o de definir como uma funcionalidade vai ser colocada em prática e qual é a funcionalidade que vai ser colocada em prática. Mas a proposta aqui é antecipar o pensamento do designer e torná-lo mais presente nas decisões de negócio.

Para isso, aqui na MJV a gente propõe o uso do Design Thinking que, como vimos, é uma abordagem focada na geração dessas soluções. Na prática, o que a gente vê é que o Design Thinking em geral começa com o problema (por exemplo, a pessoa quer ler mais e a partir daí chega na conclusão de que é melhor comprar audio books), já o UX Design geralmente começa a partir de uma solução e se encarrega de fazê-la funcionar no contexto real do usuário (por exemplo, desenvolver um aplicativo Androide que se entregue ao Google Home para ler os audio books).

Mudança de *mindset* — com colaboração e empirismo

Tudo que falamos até aqui sobre a união dessas duas abordagens depende de algo muito importante: a cultura, ou *mindset*, da empresa que opta por adotar o Design Thinking aliado ao Desenvolvimento Ágil.

Não adianta escolher trabalhar dessa forma e não entender ou não assumir para o dia a dia da empresa que as duas abordagens se baseiam na prática de dois princípios fundamentais: a colaboração e o empirismo.

Não é possível ter bons resultados trabalhando dessa forma se a empresa não entende os benefícios de errar rápido para aprender rápido, de não saber qual será o resultado desde o início do processo, de aprender a evoluir junto com as pessoas (sejam elas usuários ou os próprios desenvolvedores). Muitas empresas, inclusive, separam os designers dos desenvolvedores, quando na verdade existem muitos ganhos na colaboração.

CASE DE SUCESSO: **PLATAFORMA DE VENDAS**

Para fecharmos com chave de ouro, vamos ver agora um case de como aqui na MJV nós aplicamos tudo que foi discutido até aqui. Você vai ver como criamos uma plataforma de vendas usando Design Thinking e Desenvolvimento Ágil.

Em 2015, uma empresa do setor financeiro identificou a necessidade de uma plataforma digital para sua equipe comercial. O objetivo era reunir todas as informações e ferramentas necessária para o dia a dia operacional em um só ambiente.

Para reduzir os riscos e aumentar sucesso da plataforma entre os usuários, já que embora fossem clientes internos havia o temor de dificuldades na adesão, a empresa decidiu focar a concepção desse produto nas reais necessidades dos usuários. Foi aí que eles entraram em contato com o conceito de Design Thinking e chamaram a MJV para tomar frente do projeto.

O desafio

Desenhar os fundamentos de uma plataforma digital capaz de empoderar a equipe de vendas aumentando volume, valor e qualidade das operações e garantindo: cobertura transacional, flexibilidade, usabilidade, disponibilidade de informação, inteligência do sistema e adesão dos usuários!

O desenrolar do projeto

Com base em quase quarenta entrevistas stakeholders envolvidos nesse desafio, foi possível desenhar a jornada dos usuários em suas operações. Por meio de imersão e análise, foi possível identificar problemas, padrões e insights em cada etapa.

Na fase de ideação, a equipe da MJV organizou dois workshops de co-criação, reunindo 28 pessoas. E por meio de uma série de atividades colaborativas, buscamos explorar, desenhar e

priorizar as funcionalidades do portal. Também incentivamos o foco nos pontos mais críticos da jornada.

A tangibilização das ideias surgidas desses workshops, na fase de prototipagem, culminou no desenho de web frames navegáveis pela equipe da MJV. A solução foi então submetida a avaliações com clientes e usuários e refinada em ciclos até que as hipóteses que geraram os primeiros esboços foram validadas e ajustadas para as reais necessidades.

A entrega desse projeto foi um protótipo navegável em HTML, registrado através de fluxos, site maps, glossários e notas de funcionamento, além do desenho da jornada dos usuários com os principais insights em cada etapa. Juntos, esses materiais empoderaram o time desenvolvedor a tomar decisões mais assertivas durante o desenvolvimento.

Resultado

O resultado foi a concepção de uma estrutura base que fornece uma visão e ao mesmo tempo a flexibilidade necessária para o planejamento do projeto — hoje em fase de desenvolvimento em modelo ágil.

Essa estrutura, sabemos com certeza, vai atender as necessidades de operação dos mais de quatro mil produtos que serão implantados pouco a pouco, gerando valor à medida que são disponibilizados.

Os impactos desse projeto podem ser resumidos em:

- _ Aderência da plataforma às necessidades dos usuários;
- _ Alinhamento entre negócios e TI desde o início;
- _ Assertividade em recursos e tempo alocado no estágio de desenvolvimento.

E o mais legal é que o protótipo criado não engessa o projeto. Ele funciona, na verdade, como um guia para as ações do time de desenvolvimento. E toda vez que surge uma nova necessidade ainda não endereçada, o UX designer do time consegue ajudar com o apoio das ferramentas da jornada do usuário e do entendimento que se criou a priorizar as novas demandas. Assim, fica muito mais fácil desenhar novas funcionalidades idealizadas pelos desenvolvedores, inclusive aplicando técnicas de Design Thinking para extrair a raiz das necessidades das novas demandas dos usuários.

CONCLUSÃO

Como vimos ao longo deste e-book, unir Design Thinking com métodos ágeis é uma forma de garantir inovação que realmente relevantes nos projetos de desenvolvimento de produtos tecnológicos.

Essas duas abordagens compartilham de um mesmo pensamento que tem muito potencial. Ambas focam na empatia de ouvir e tentar entender as reais necessidades dos usuários, que são as únicas razões para que uma nova aplicação surja ou que novas funcionalidades sejam implementadas em softwares já existentes.

Mas, é sempre bom reforçar, elas não funcionam por si sós. É a cultura da empresa que permite que as pessoas consigam entregar todo seu potencial. E novas práticas e metodologias só têm chance de sucesso no longo prazo se a cultura suporta isso. A cultura pode ser muitas vezes o principal ingrediente para o sucesso do negócio!

Você e seu time estão preparados para unir Design Thinking e Desenvolvimento Ágil para obter resultados realmente surpreendentes?

SOBRE A MJV

TRANSFORMANDO NEGÓCIOS COM DESIGN THINKING E ESTRATÉGIAS DIGITAIS

Desde 1997, a MJV Technology & Innovation trabalha com algumas das maiores empresas do mundo em seus desafios de negócio. Com escritórios na Europa, Estados Unidos e América Latina, a consultoria conta hoje com uma equipe multidisciplinar de mais de 300 profissionais.

A MJV é composta por três pilares, estruturados em completa sinergia:

INOVAÇÃO EM NEGÓCIOS: desenvolvimento e implementação de soluções inovadoras para reduzir custos, aumentar lucros e gerar novos modelos de negócio.

CONSULTORIA EM TECNOLOGIA: desenvolvimento e implementação de serviços personalizados de *Business Intelligence* (B.I.), TI e Internet das Coisas (*Internet of Things*).

ESTRATÉGIA DIGITAL: Desenvolvimento e implementação de estratégia corporativa e experiência do usuário de forma que o “ser digital” e o “pensar digital” se tornem intrínsecos ao modelo de negócio.

Acreditamos que a inovação resulta da combinação entre princípios de design e tecnologia. Para nós, empatia, criatividade e processos centrados no usuário levam a soluções relevantes e de impacto, que geram real valor para o negócio.

Desafios distintos demandam abordagens distintas. Por isso, combinamos diferentes expertises – *Design Thinking*, Design de serviços, Gamificação, *User Experience*, *Big Data*, Metodologia Lean, Internet das Coisas, entre outras – com o intuito de transformar desafios complexos em soluções inovadoras.

MAURÍCIO VIANNA

CEO

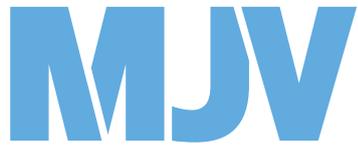
mvianna@mjv.com.br

YSMAR VIANNA

Presidente

yvianna@mjv.com.br

MJV



technology&innovation

LONDRES

35 Corbridge Crescent,
Containerville, London E2 9EZ
United Kingdom
+44 20 3586 1233

ATLANTA

715 Peachtree Street N.E.
Suite 100
Atlanta, Georgia 30308
+1 404 771 7187

HOUSTON

Texas Medical Center
Innovation Institute
2450 Holcombe Blvd
Suite x+131
Houston, TX 77021
+1 (832) 272-5272

RIO DE JANEIRO

Av. Marechal Câmara, 160
Gr. 206 – Centro – Rio de Janeiro
20020-080 – Brasil
+55 21 2532 6423

SÃO PAULO

Rua Helena, 280 – Gr. 306
Vila Olímpia – São Paulo
04552-050 – Brasil
+55 11 3045 0536

BARUERI

Av. Sagitário, 138 – Gr. 2205
Alphaville Conde II – Barueri
06473-073 – Brasil
+55 11 2898 4731

WWW.MJV.COM.BR