



Design Empático com foco do cliente

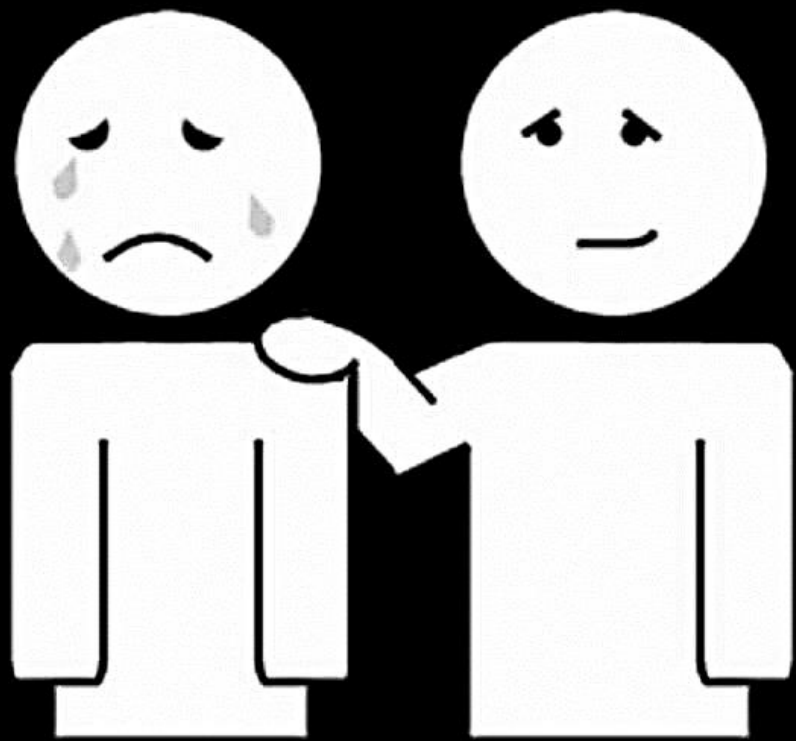












EMPATHIC
DESIGN



“Pensar como um designer
pode transformar a forma
como você desenvolve
produtos, serviços e
processos – e até mesmo a
estratégia.”

Tim Brown – IDEO





Vandré H. Sales

- Professor Licenciado em Física Unicamp
- Engenheiro de Computação UFG
- Extension Course Design Thinking Berkeley University

Fundador e CEO da PontoGet Inovação

Diretor Executivo no Instituto Gyntec

Sócio-fundador na MidWest Venture Capital S/A

Co-Fundador da Startup Tippz Mobile

Professor de MBA em negócios inovadores

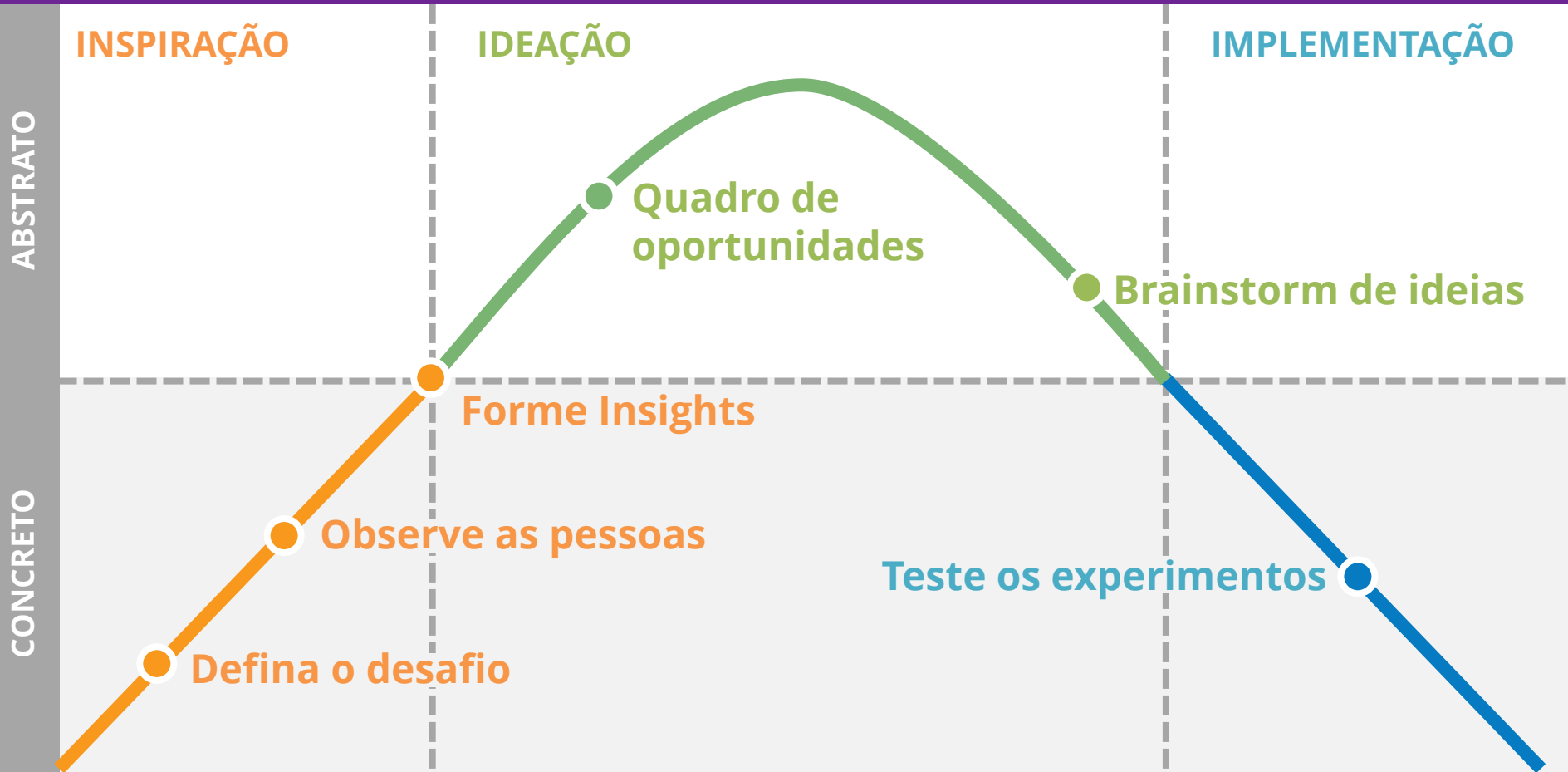


Vandré H. Sales

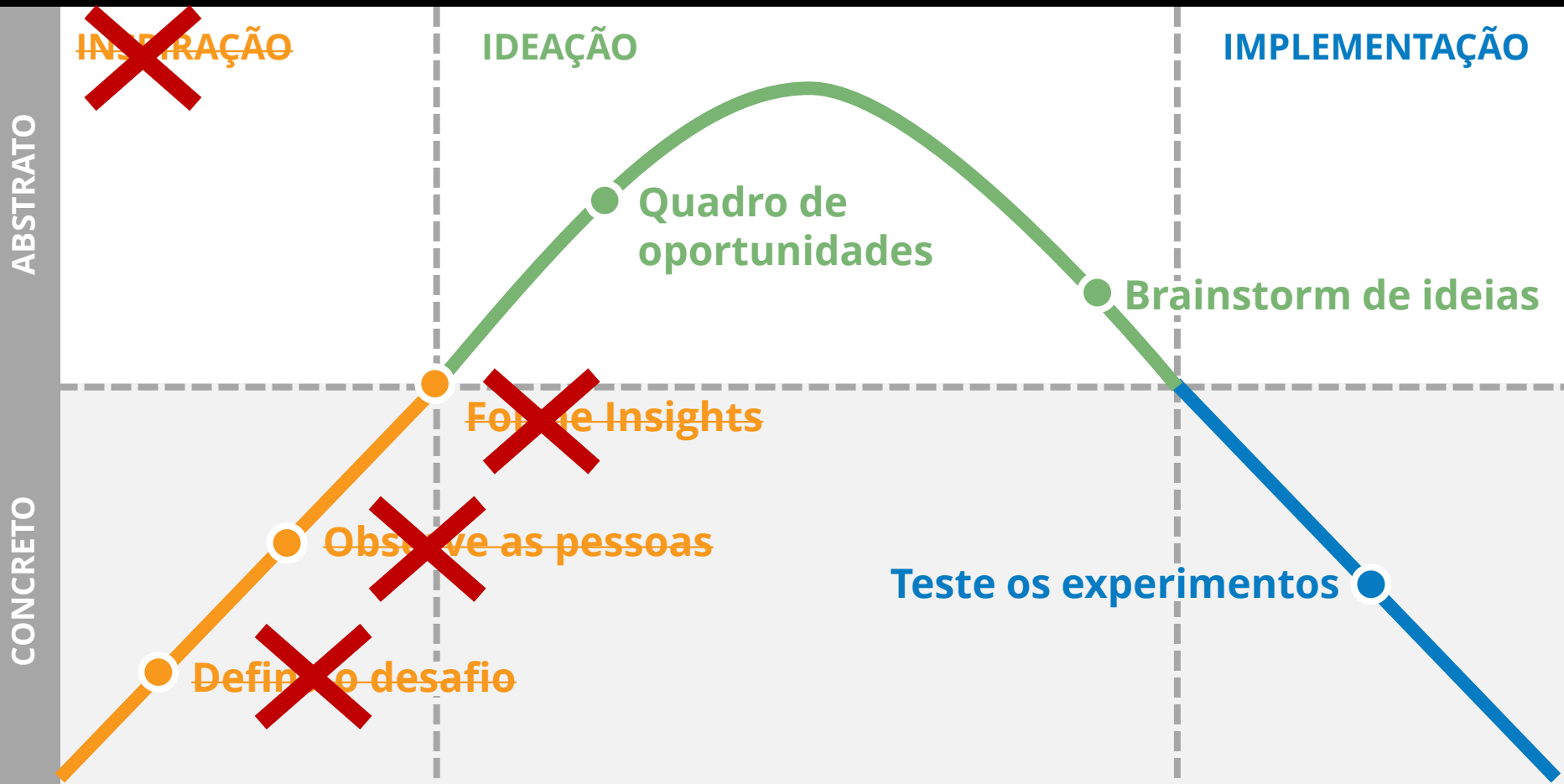
Diretor Executivo no Gyntec | CEO
na PontoGet Inovação | Professor...



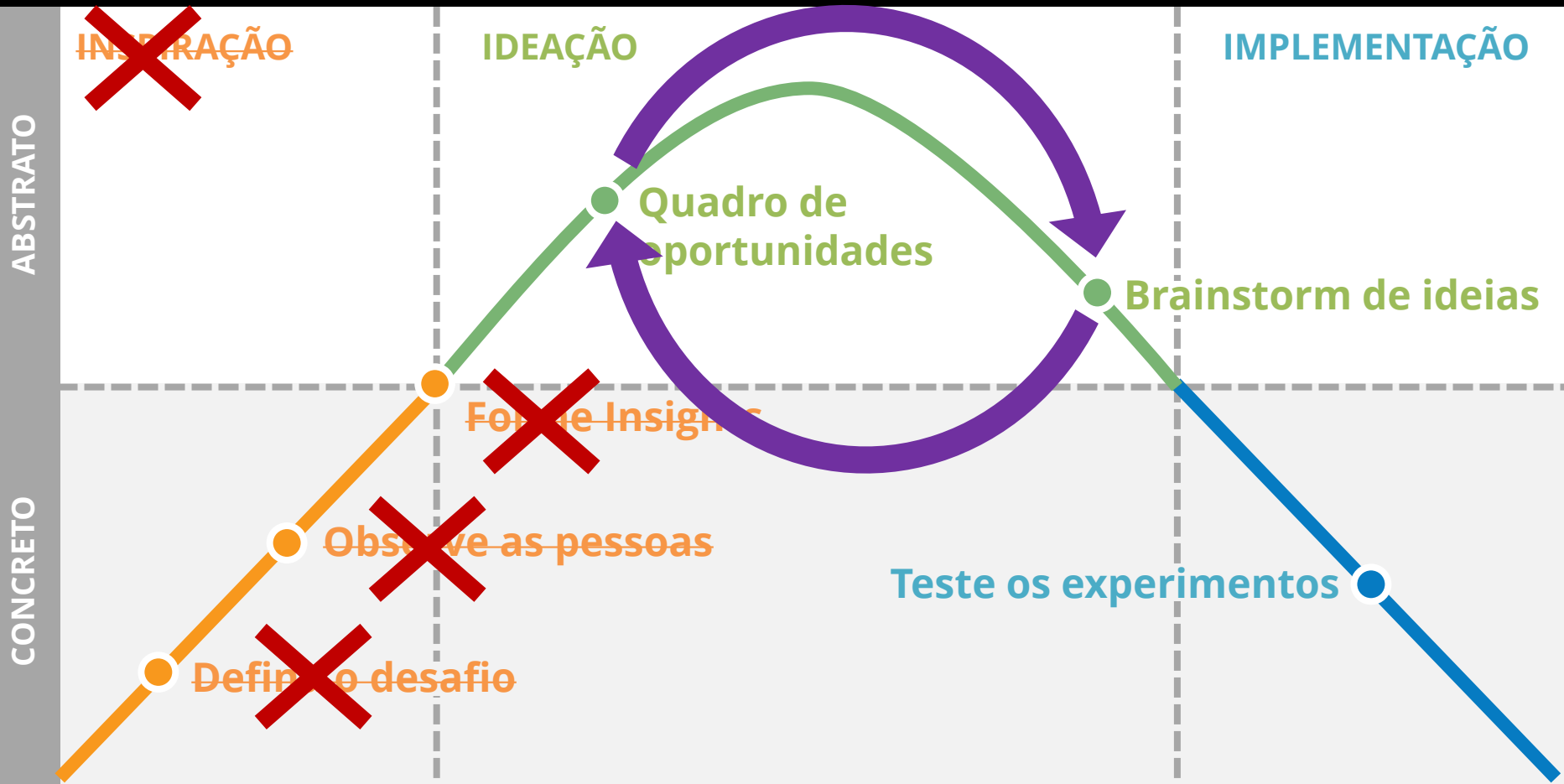
PROCESSO DE INOVAÇÃO DO DESIGN THINKING



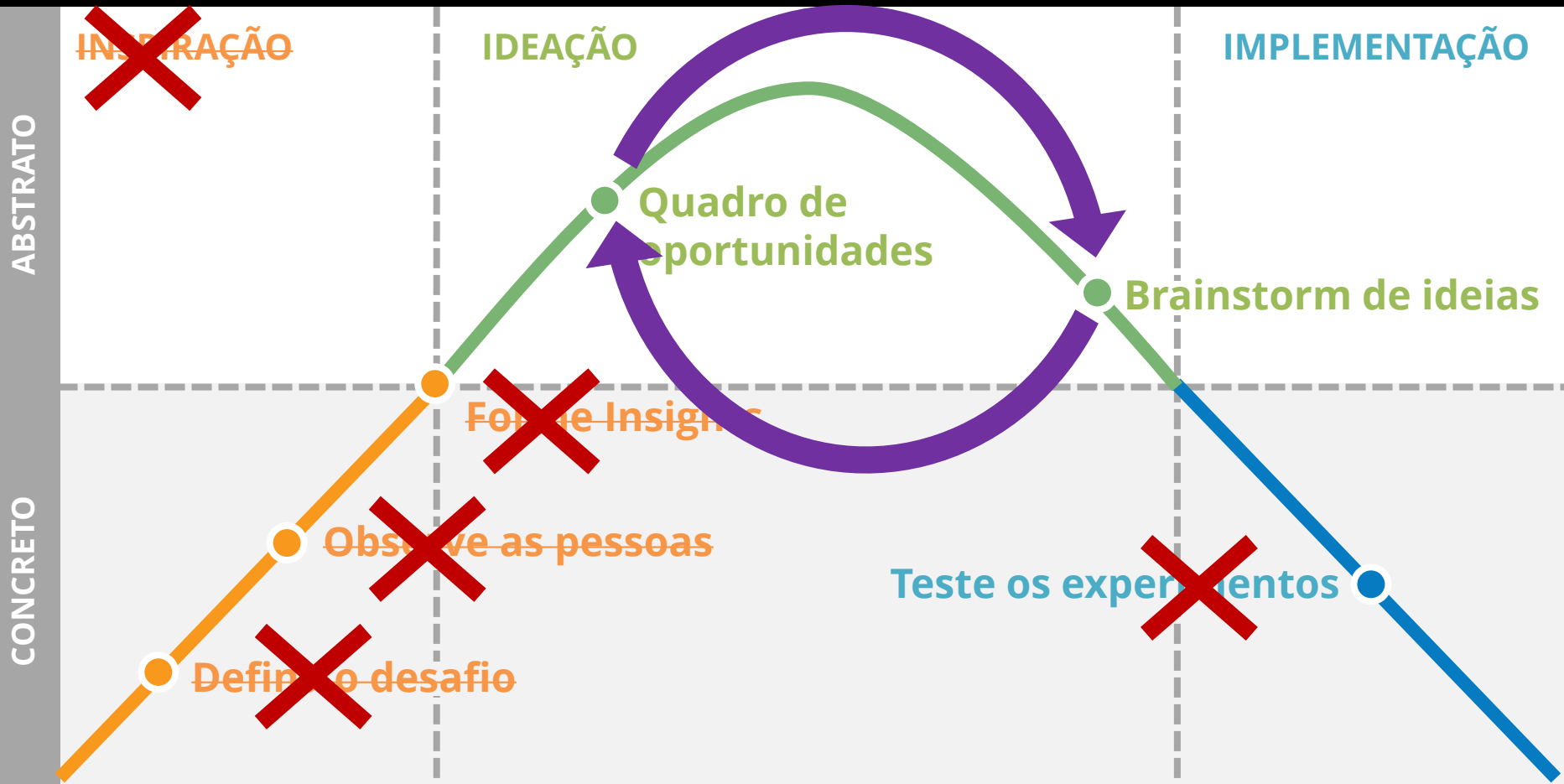
PROCESSO DE INOVAÇÃO TRADICIONAL



PROCESSO DE INOVAÇÃO TRADICIONAL



PROCESSO DE INOVAÇÃO TRADICIONAL



PROCESSO DE INOVAÇÃO TRADICIONAL

ABSTRATO

CONCRETO

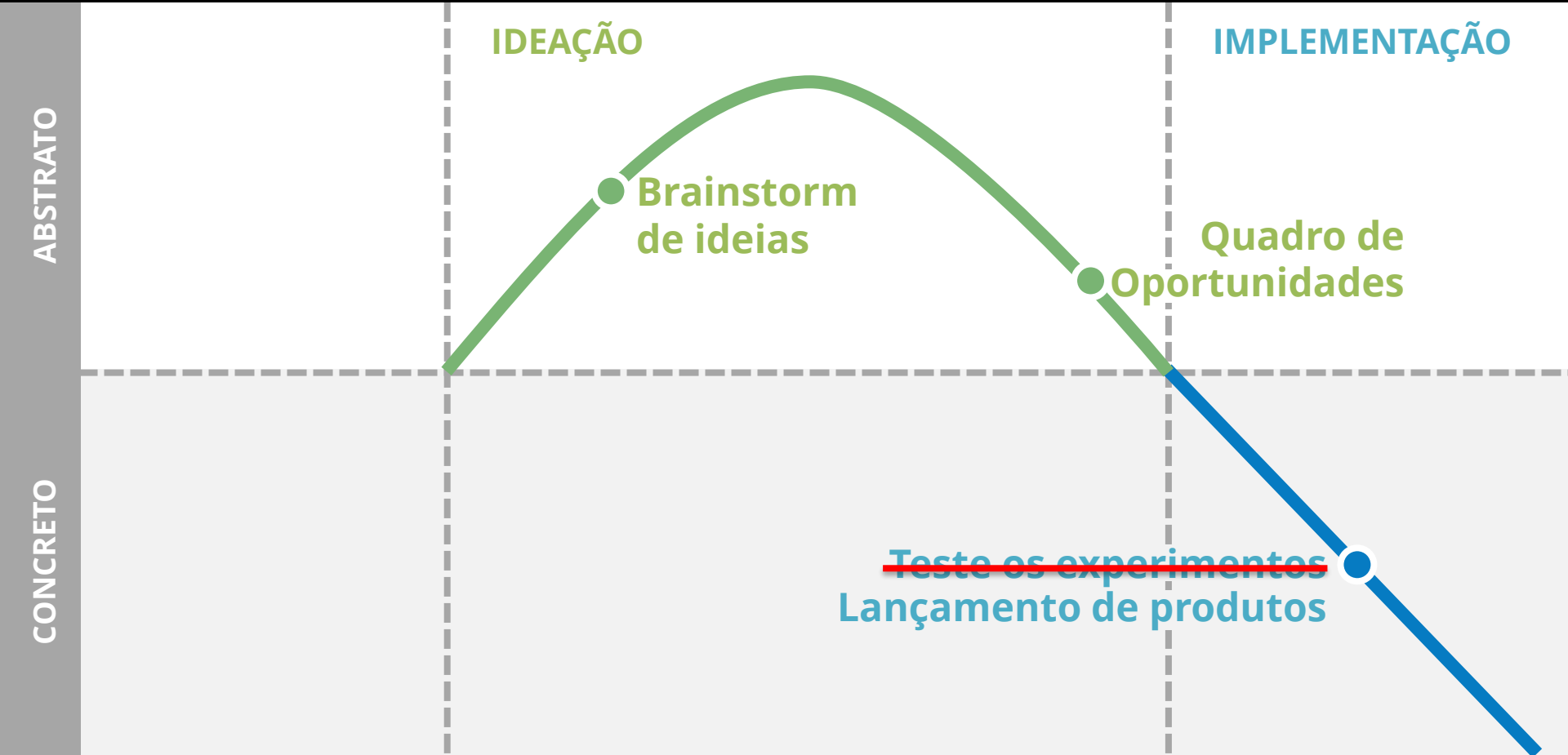
IDEAÇÃO

IMPLEMENTAÇÃO

Brainstorm
de ideias

Quadro de
Oportunidades

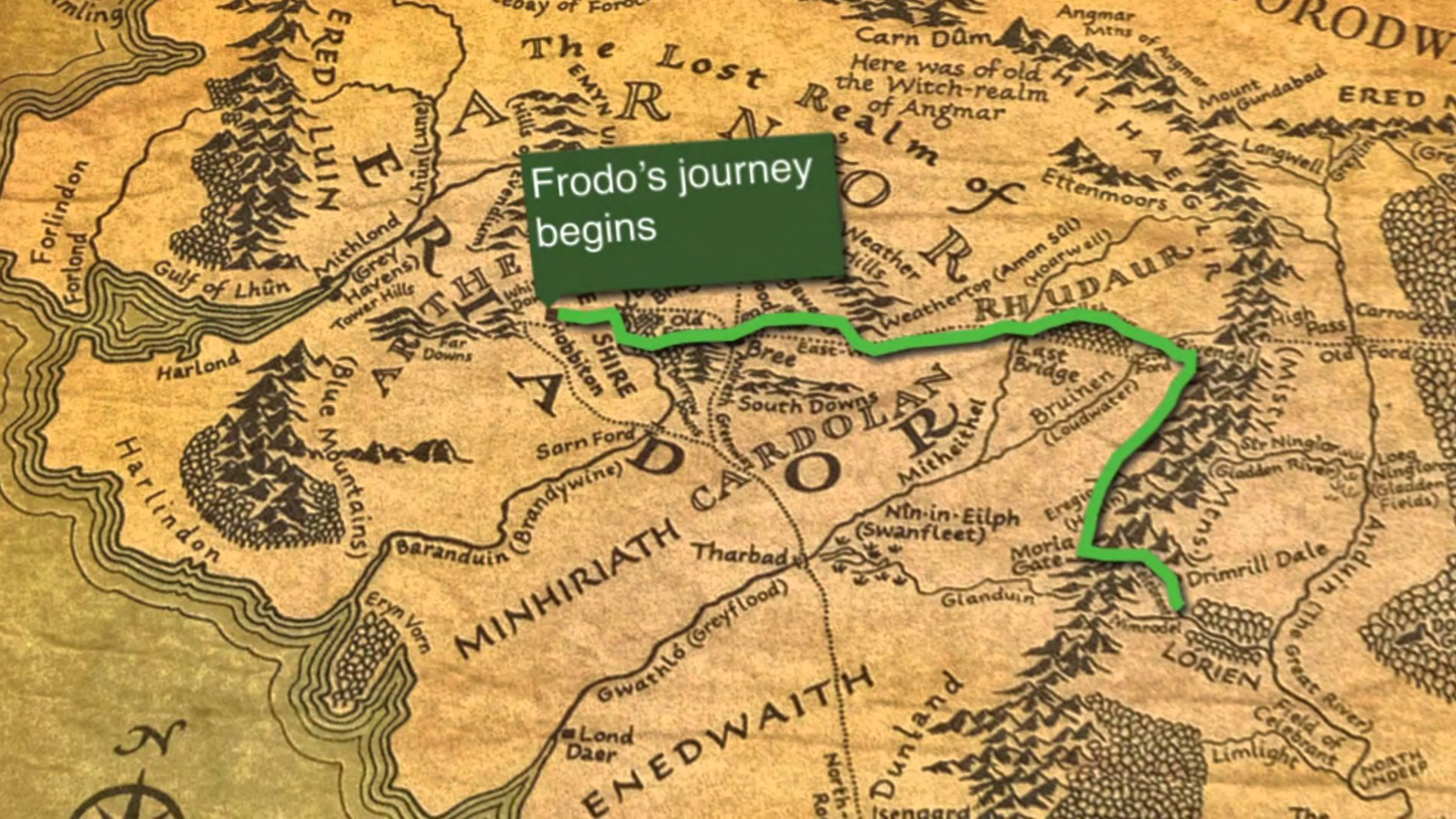
~~Teste os experimentos~~
Lançamento de produtos



PROCESSO DE INOVAÇÃO DO DESIGN THINKING



Frodo's journey begins













As pessoas
não compram
O QUÊ você faz.
Elas compram
O POR QUÊ você faz.

Simon Sinek





ORGANIZAR
TODAS AS
INFORMAÇÕES
DO MUNDO

A black and white photograph showing two young children in the foreground, looking directly at the camera. They are surrounded by other people, mostly seen from the back or side, suggesting a crowded outdoor setting. The text 'ELIMINAR A DESIGUALDADE SOCIAL' is overlaid in white, bold, sans-serif font, with a vertical line to the left of the words 'DESIGUALDADE' and 'SOCIAL'.

ELIMINAR A
DESIGUALDADE
SOCIAL



SALVAR A
HUMANIDADE
DA EXTINÇÃO

Google



Pesquisa Google

Estou com sorte

Disponibilizado pelo Google em: [English](#)

Brasil

[Publicidade](#) [Negócios](#) [Sobre](#)

[Privacidade](#) [Termos](#) [Configurações](#)



Nossa missão é **organizar** as **informações** do mundo para que sejam **universalmente acessíveis** e **úteis para todos**.





ALL LIVES HAVE EQUAL VALUE

we are impatient optimists working to reduce inequity





Qual o **PROPÓSITO** do seu negócio?
Qual causa você acredita?
Por que ele existe?



A PontoGet acredita que a inovação é principal característica das empresas do futuro

Agora é a sua vez!

Qual o **PROPÓSITO** do seu negócio?
Qual causa você acredita?
Por que ele existe?

Dicas para apresentar seu propósito

Acreditamos que ...

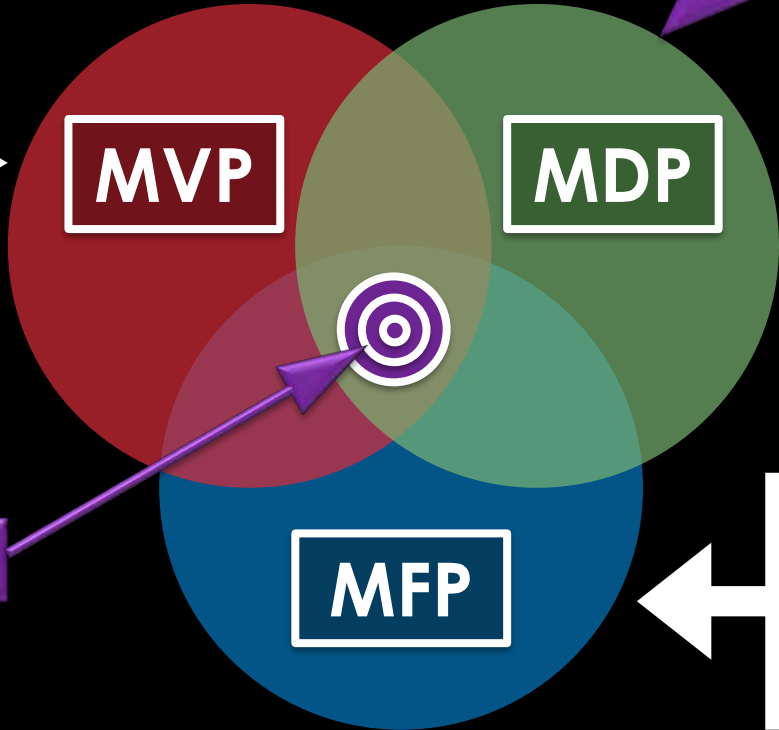
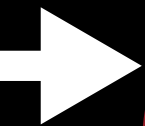
Vivemos para ...

Existimos pelo propósito de ...

Vimos para ...

Para nós, ...

Minimum
Viable
Product
NEGÓCIOS



MVP

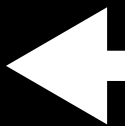
MDP

MFP

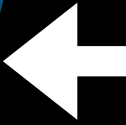
OBJETIVO

Comece
por aqui

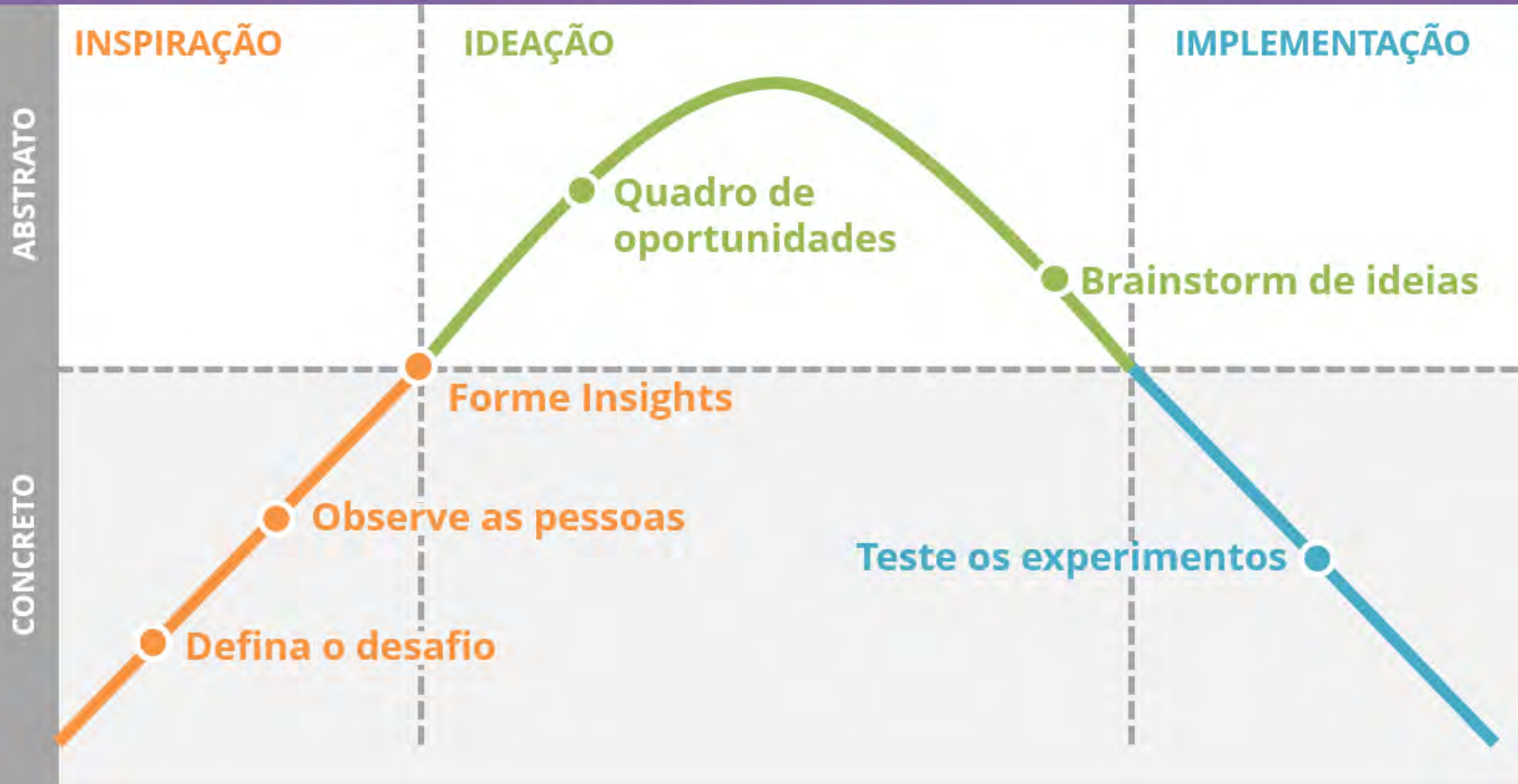
Minimum
Desirable
Product
CLIENTE



Minimum
Feasible
Product
TECNOLOGIA



PROCESSO DE INOVAÇÃO DO DESIGN THINKING



PROCESSO DE INOVAÇÃO DO DESIGN THINKING

INSPIRAÇÃO

IDEAÇÃO

IMPLEMENTAÇÃO

ABSTRATO

CONCRETO

DEFINA O DESAFIO

“Sempre projete algo considerando isto no próximo contexto maior – uma cadeira no quarto, um quarto na casa, uma casa no bairro, um bairro na cidade.

- EERO SAARINEN - ARQUITETO

Agora é a sua vez!

Alinhado com o **propósito** do seu negócio, qual o **grande desafio** que você decidiu enfrentar?

PROPÓSITO

A PontoGet acredita que a inovação é principal característica das empresas do futuro

PROPÓSITO

A PontoGet acredita que a inovação é principal característica das empresas do futuro

DESAFIO

Tornar a inovação um hábito diário das pessoas que fazem parte de 500 empresas de médio e grande porte até 2025

PROCESSO DE INOVAÇÃO DO DESIGN THINKING

INSPIRAÇÃO

IDEAÇÃO

IMPLEMENTAÇÃO

ABSTRATO

CONCRETO

OBSERVE AS PESSOAS

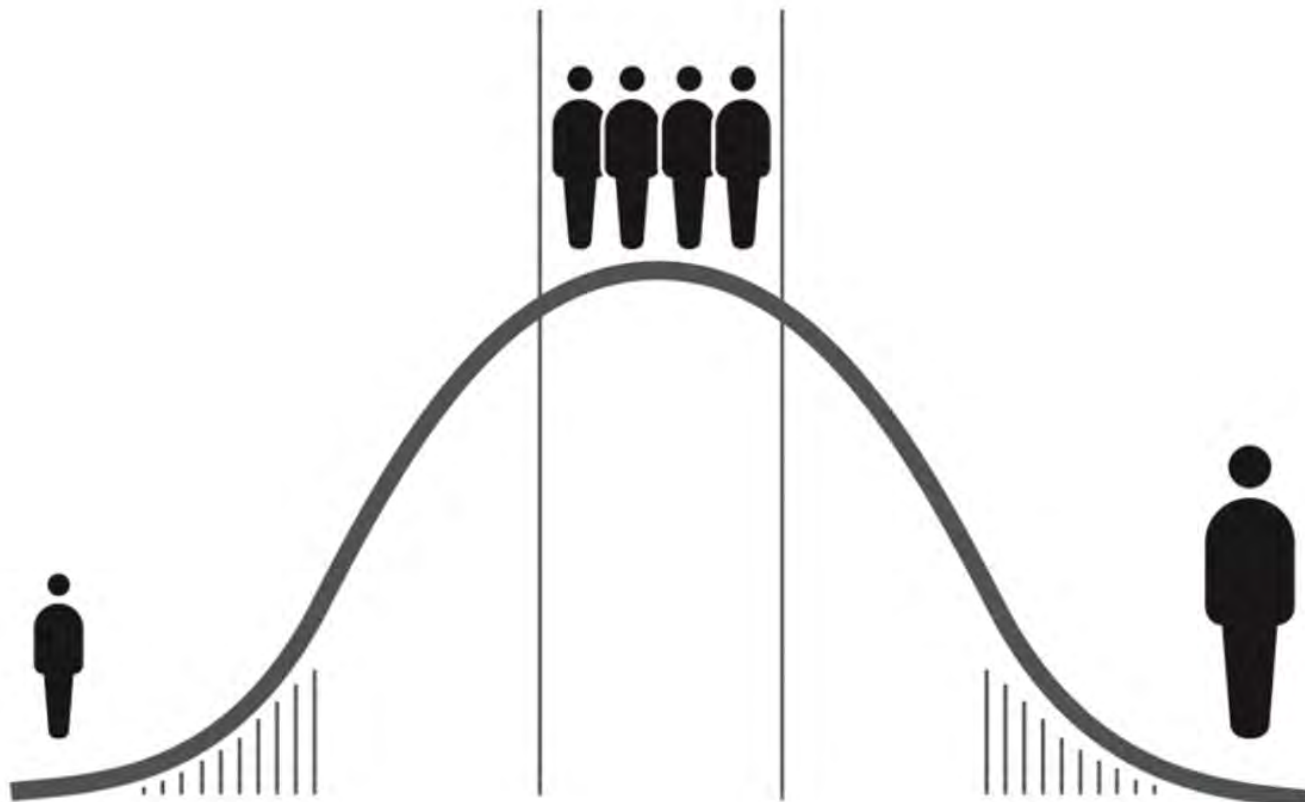
“Muitas pessoas não sabem o que querem, até você mostrar a elas”

- STEVE JOBS

Defina o desafio

For

Comece pelos usuários extremos



O QUE
PENSA E SENTE?

O que realmente importa,
principais preocupações e aspirações

O QUE
ESCUTA?

o que amigos dizem, o que o chefe fala,
o que influenciadores dizem

O QUE
VÊ?

ambiente, amigos,
o que o mercado oferece

O QUE
FALA E FAZ?

atitude em público, aparência,
comportamento com outros

QUAIS SÃO AS SUAS

DORES

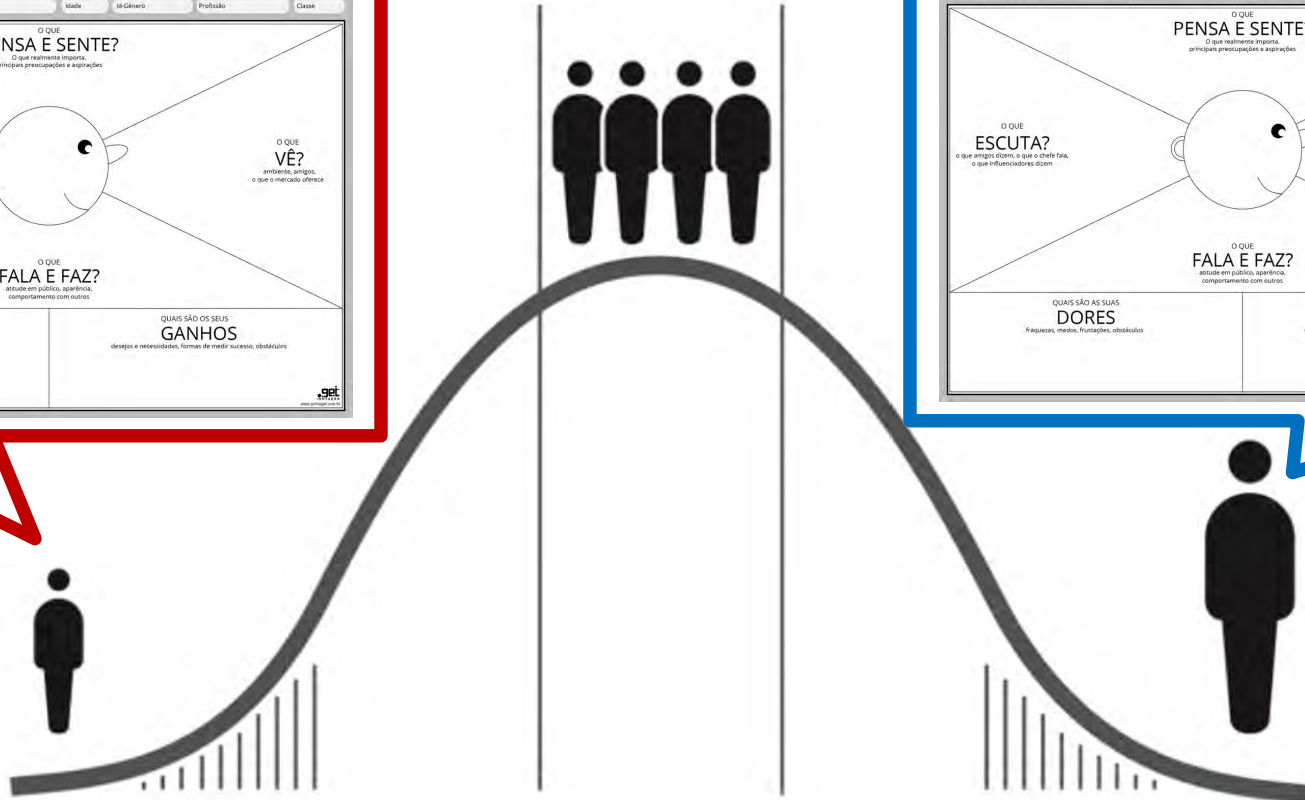
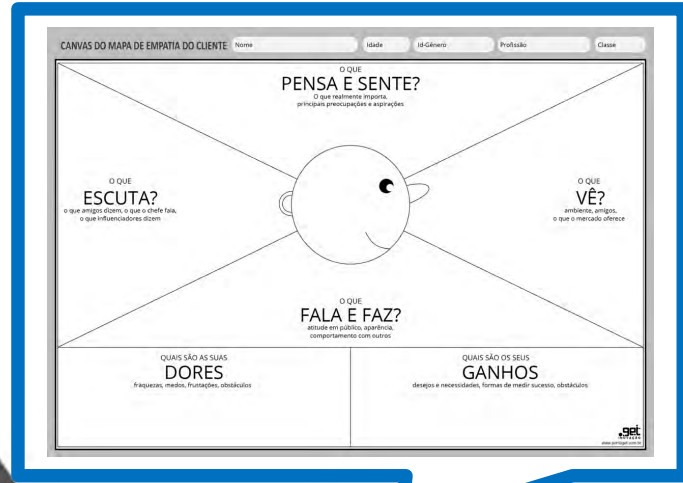
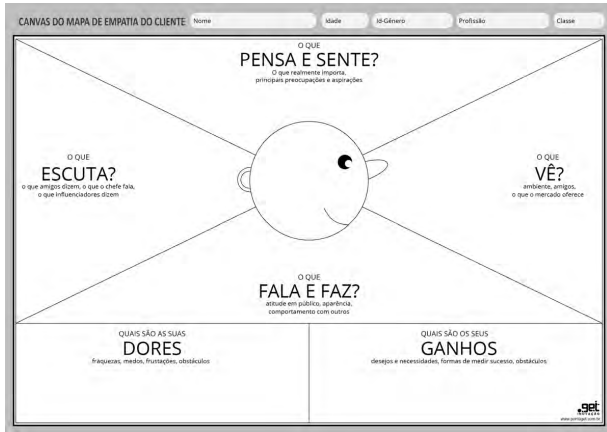
fraquezas, medos, frustrações, obstáculos

QUAIS SÃO OS SEUS

GANHOS

desejos e necessidades, formas de medir sucesso, obstáculos

Comece pelos usuários extremos



O QUE
PENSA E SENTE?

O que realmente importa,
principais preocupações e aspirações

O QUE
ESCUTA?

o que amigos dizem, o que o chefe fala,
o que influenciadores dizem

O QUE
VÊ?

ambiente, amigos,
o que o mercado oferece

O QUE
FALA E FAZ?

atitude em público, aparência,
comportamento com outros

QUAIS SÃO AS SUAS

DORES

fraquezas, medos, frustrações, obstáculos

QUAIS SÃO OS SEUS

GANHOS

desejos e necessidades, formas de medir sucesso, obstáculos

O QUE
PENSA E SENTE?

O que realmente importa,
principais preocupações e aspirações

O QUE
ESCUTA?

O que amigos dizem, o que o chefe fala,
o que influenciadores dizem

O QUE
VÊ?

ambiente, amigos,
o que o mercado oferece

ENTRADAS DE INFORMAÇÕES

O QUE
FALA E FAZ?

atitude em público, aparência,
comportamento com outros

QUAIS SÃO AS SUAS

DORES

fraquezas, medo, frustrações, obstáculos

QUAIS SÃO OS SEUS

GANHOS

dejeitos, necessidades, formas de medir sucesso, obstáculos

SAÍDAS DE INSIGHTS

E aí? Vamos inovar?



www.pontoget.com.br

VANDRÉ H. SALES

vandre.sales@pontoget.com.br

