

INOVAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIOS

CRIANDO NOVAS
PROPOSTAS DE VALOR
USANDO O DESIGN THINKING

O QUE VEREMOS HOJE

COMO UTILIZAR A ABORDAGEM DO DESIGN THINKING (A FORMA DE PENSAR E ALGUMAS FERRAMENTAS) PARA CRIAR UM NOVO NEGÓCIO E ELABORAR O MODELO DE NEGÓCIO

O QUE VEREMOS HOJE

- CONCEITO DE DESIGN THINKING
- CONCEITO DE MODELO DE NEGÓCIO
- FERRAMENTAS DO DESIGN THINKING
- COMO O DESIGN THINKING PODE AJUDAR NA CRIAÇÃO DE UM NOVO MODELO DE NEGÓCIO.

QUEM SOU

FABIO CALZAVARA



MBA Estratégia Empresarial
(Business School São Paulo)

Bacharel Design de Produto
(Universidade Federal do Paraná)

Design Conceitual
(Köln International School of Design)



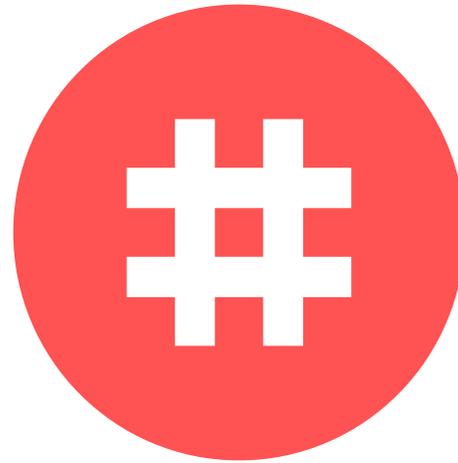
Consultor de inovação
(MJV Tecnologia & Inovação)

Designer de Produto
(Komm Design Strategy, Inove
Branding + Design)

QUEM SOMOS



CONSULTORIA
EM TECNOLOGIA



INTEGRADORA
MOBILE



CONSULTORIA
DE INOVAÇÃO

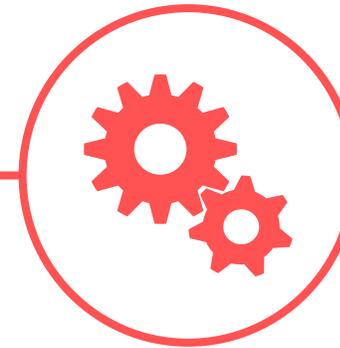
COMO FAZEMOS



CONSULTORIA
DE INOVAÇÃO



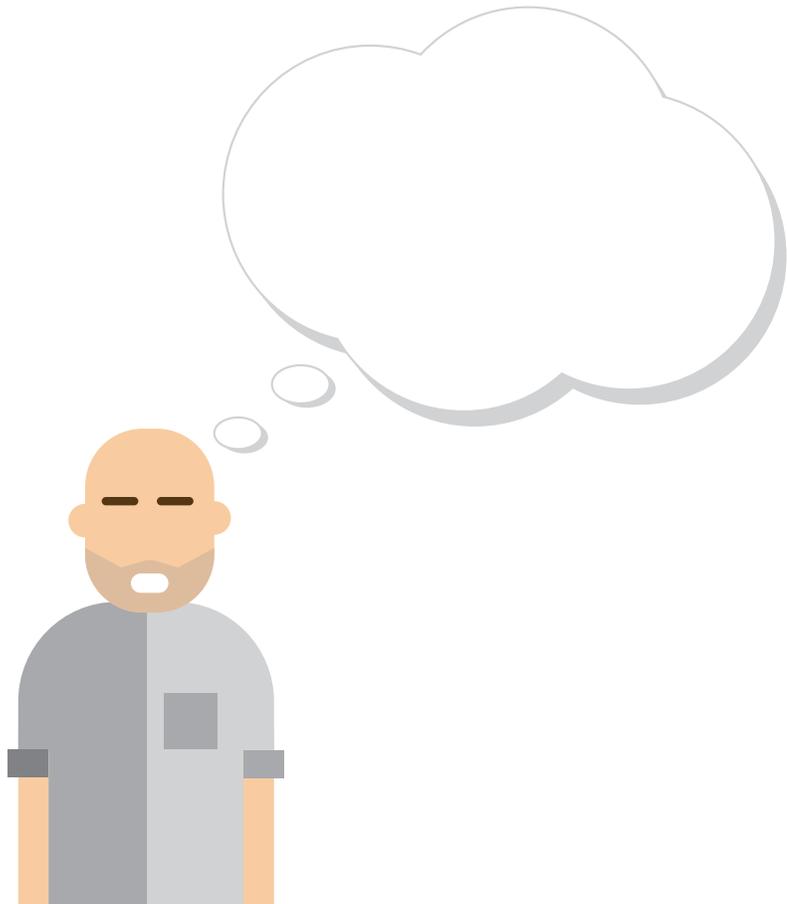
GAMIFICAÇÃO



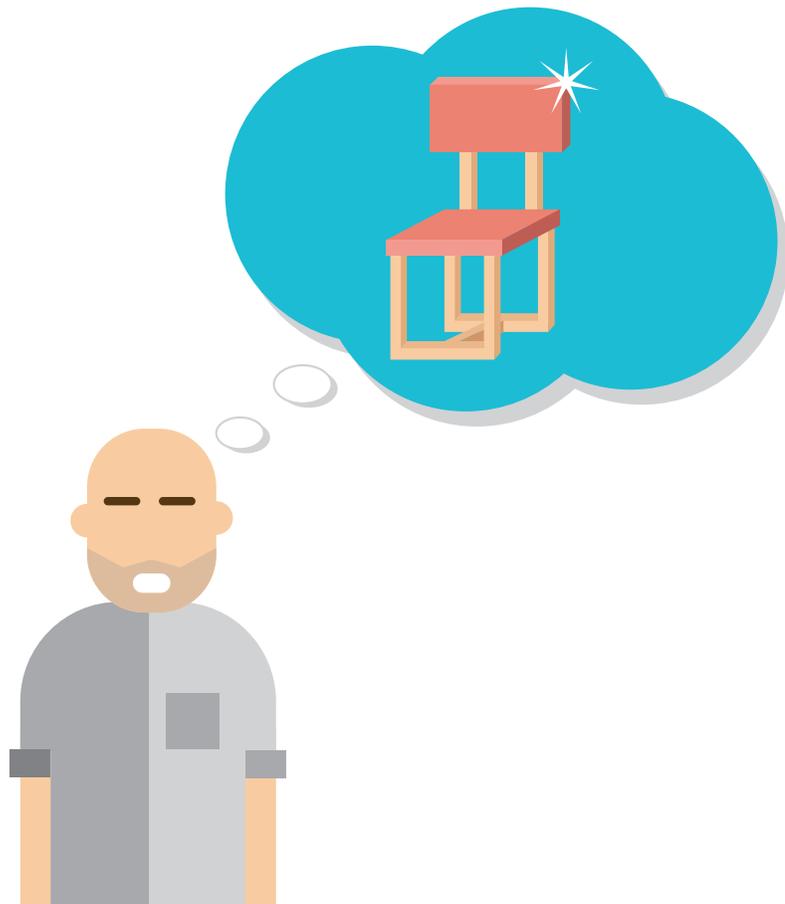
DESIGN
THINKING

DESIGN THINKING

DESIGN



DESIGN

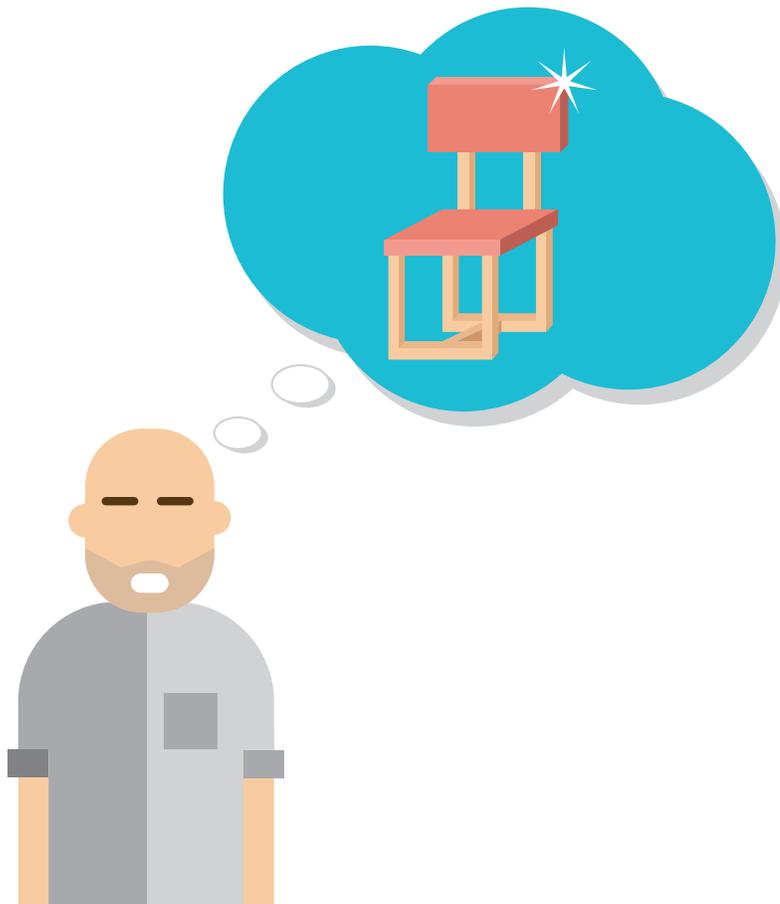


DESIGN



NECESSIDADES DO USUÁRIO

- Público-alvo
- Dimensões
- Situações de uso



DESIGN



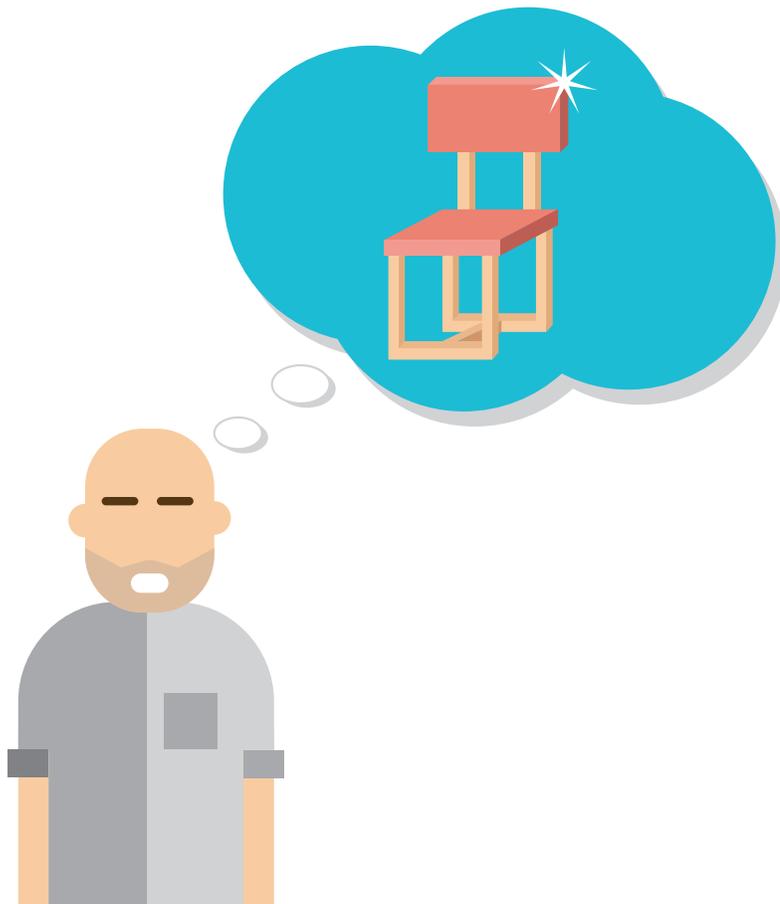
NECESSIDADES DO USUÁRIO

- Público-alvo
- Dimensões
- Situações de uso



VALOR PARA O NEGÓCIO

- Valor agregado
- Ciclo de vida do produto
- Embalagem



DESIGN



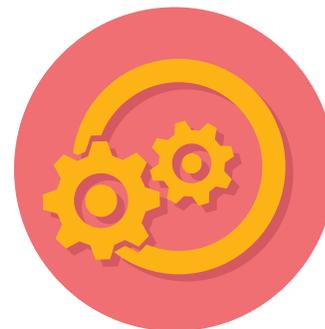
NECESSIDADES DO USUÁRIO

- Público-alvo
- Dimensões
- Situações de uso



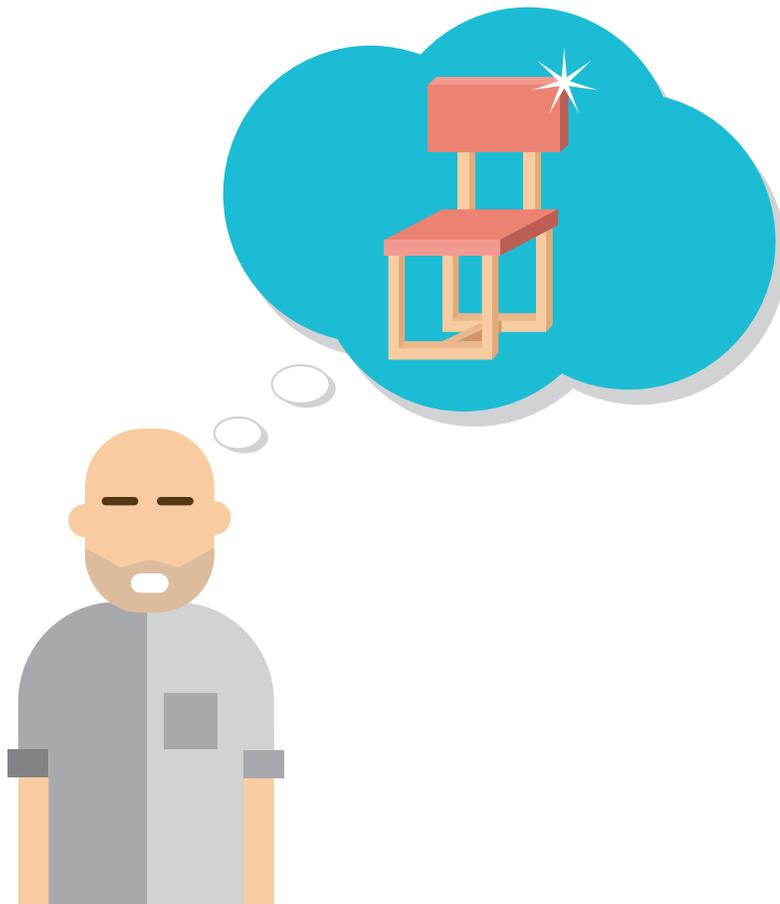
VALOR PARA O NEGÓCIO

- Valor agregado
- Ciclo de vida do produto
- Embalagem



VIABILIDADE DE EXECUÇÃO

- Materiais
- Processos de fabricação



DESIGN THINKING



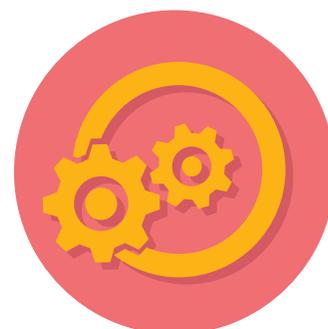
NECESSIDADES DO USUÁRIO

- Anúncio da vaga
- Canais de divulgação
- Recepção no 1o dia



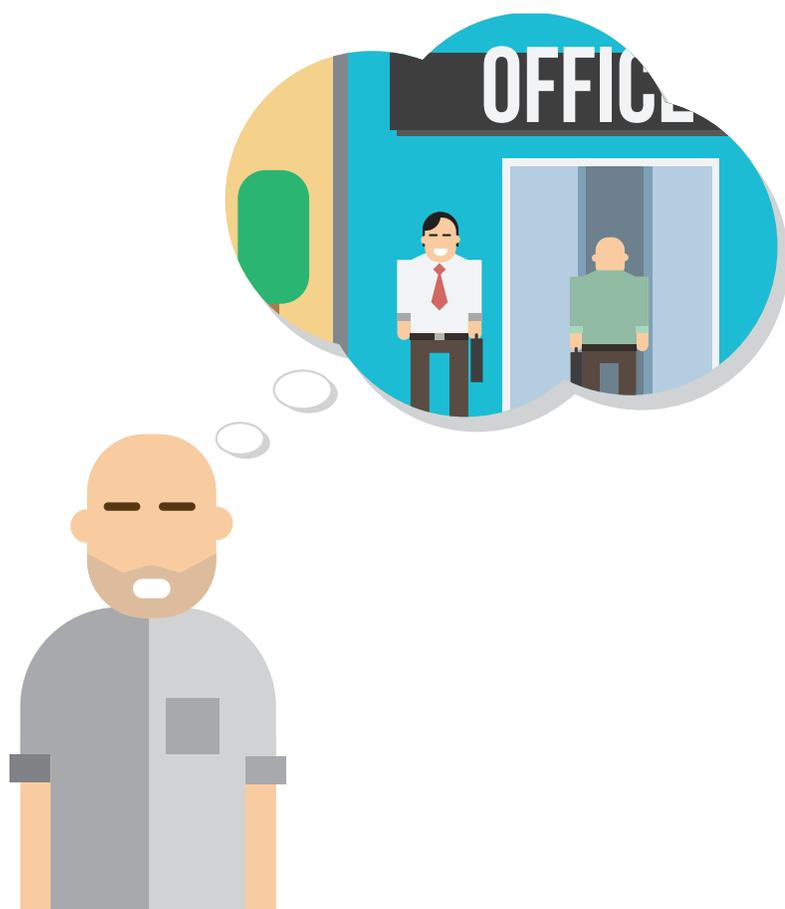
VALOR PARA O NEGÓCIO

- Processo Seletivo
- Treinamento
- Atividades de integração



VIABILIDADE DE EXECUÇÃO

- Presencial ou digital
- Questões legais
- Tecnologias empregadas



COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?



EMPATIA
para o entendimento do
problema

COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?

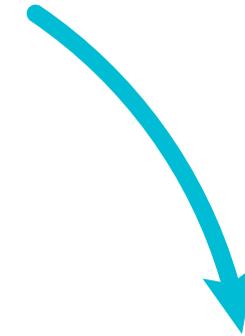


IMERSÃO
para o entendimento do
problema

COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?



IMERSÃO
para o entendimento do
problema

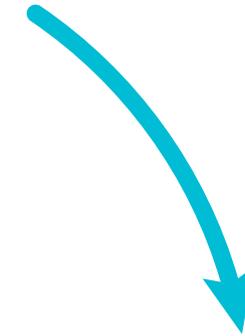


CRIATIVIDADE
para a geração de ideias

COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?



IMERSÃO
para o entendimento do
problema

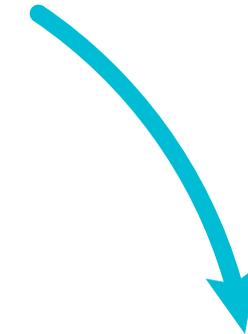


IDEAÇÃO
para a geração de ideias

COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?



IMERSÃO
para o entendimento do
problema



IDEAÇÃO
para a geração de ideias

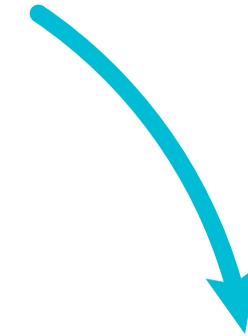


RACIONALIDADE
para analisar e adaptar
as soluções propostas

COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?



IMERSÃO
para o entendimento do
problema

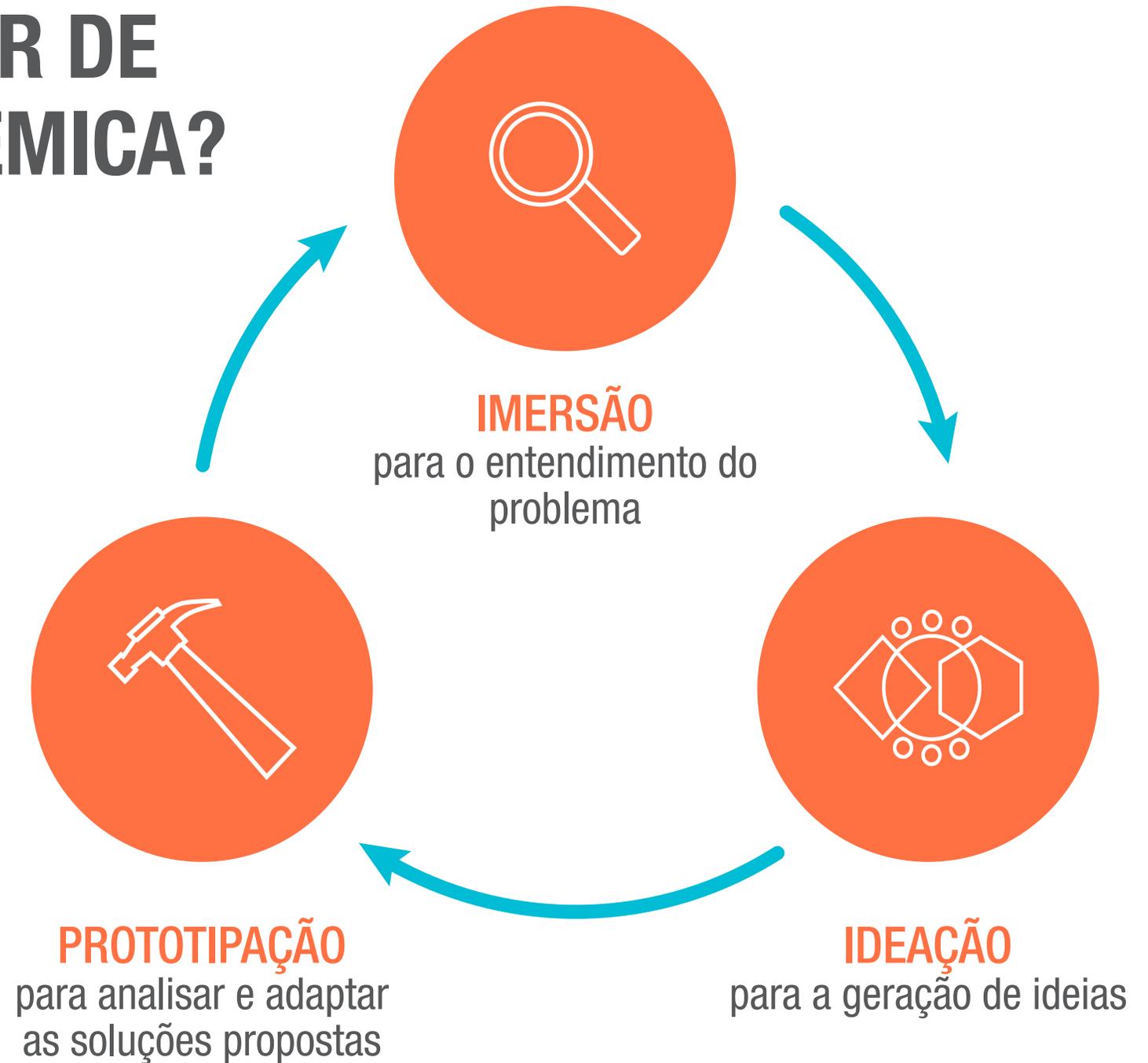


IDEAÇÃO
para a geração de ideias



PROTOTIPAÇÃO
para analisar e adaptar
as soluções propostas

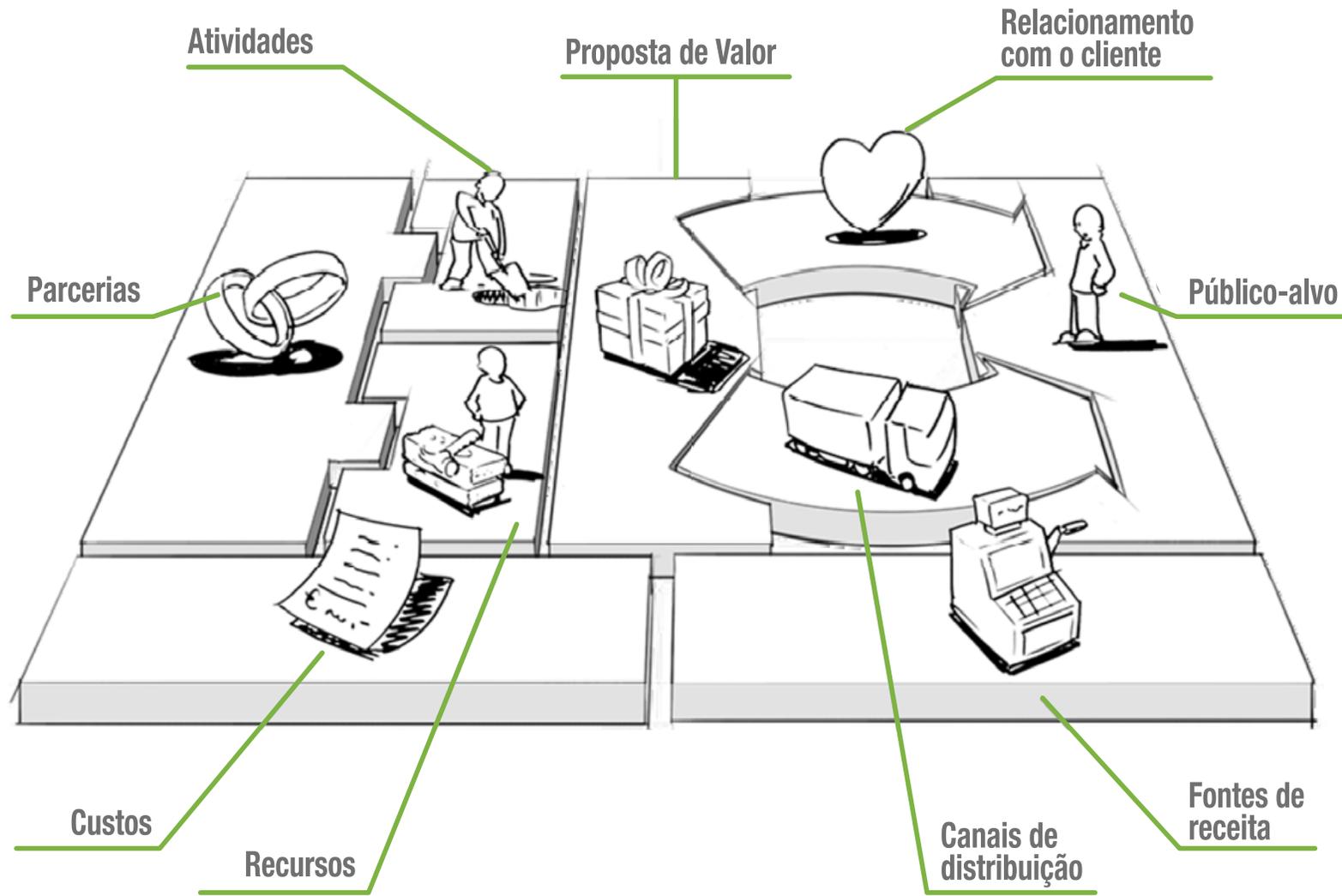
COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?



COMO PENSAR DE FORMA SISTÊMICA?



MODELO DE NEGÓCIO



www.businessmodelgeneration.com

MODELO DE NEGÓCIO



MODELO DE NEGÓCIO NESPRESSO



MODELO DE NEGÓCIO NESPRESSO



MODELO DE NEGÓCIO NESPRESSO



MODELO DE NEGÓCIO NESPRESSO



MODELO DE NEGÓCIO NESPRESSO



MODELO DE NEGÓCIO NESPRESSO



MODELO DE NEGÓCIO NESPRESSO



DESIGN THINKING E MODELOS DE NEGÓCIO



DESIGN THINKING E MODELOS DE NEGÓCIO

EMPATIA PARA

ENTENDER: **IMERSÃO**



DESIGN THINKING E MODELOS DE NEGÓCIO

EMPATIA PARA

ENTENDER: **IMERSÃO**



DESIGN THINKING E MODELOS DE NEGÓCIO

EMPATIA PARA
ENTENDER: **IMERSÃO**

RACIONALIDADE ANALISAR E
ADAPTAR: **PROTOTIPAÇÃO**



APLICAÇÃO DE DESIGN THINKING A UM MODELO DE NEGÓCIO

CONCORRÊNCIA E PÚBLICO-ALVO: IMERSÃO

POR QUÊ ESTUDAR CONCORRENTES?

- 1 Validação da originalidade da ideia**
- 2 Observar os aprendizados acumulados**
- 3 Encontrar oportunidades de negócio**

POR QUÊ ESTUDAR CONCORRENTES?

- 1 Validação da originalidade da ideia
- 2 Observar os aprendizados acumulados
- 3 Encontrar oportunidades de negócio

Como estudá-los?



Cliente oculto

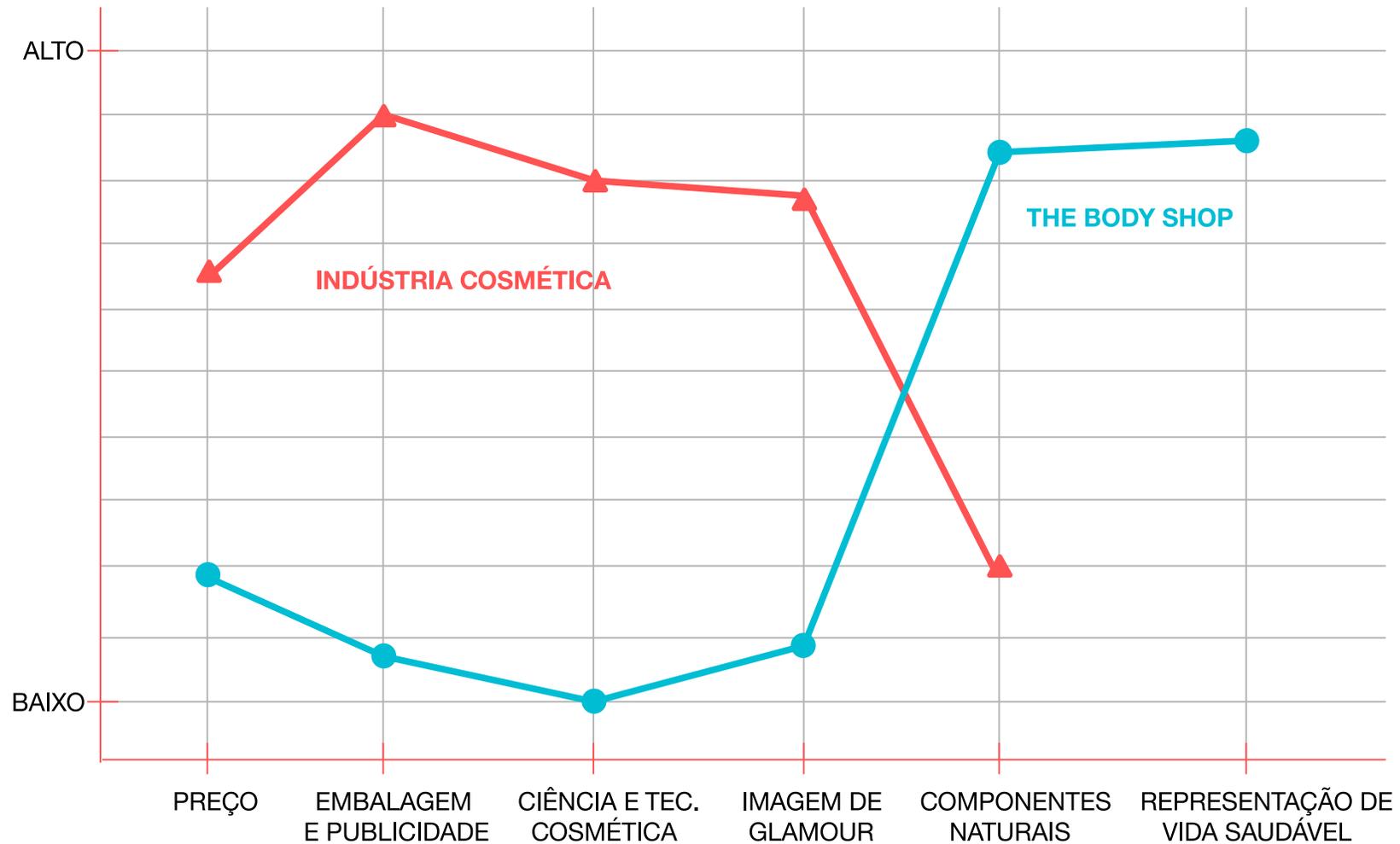


Sombra

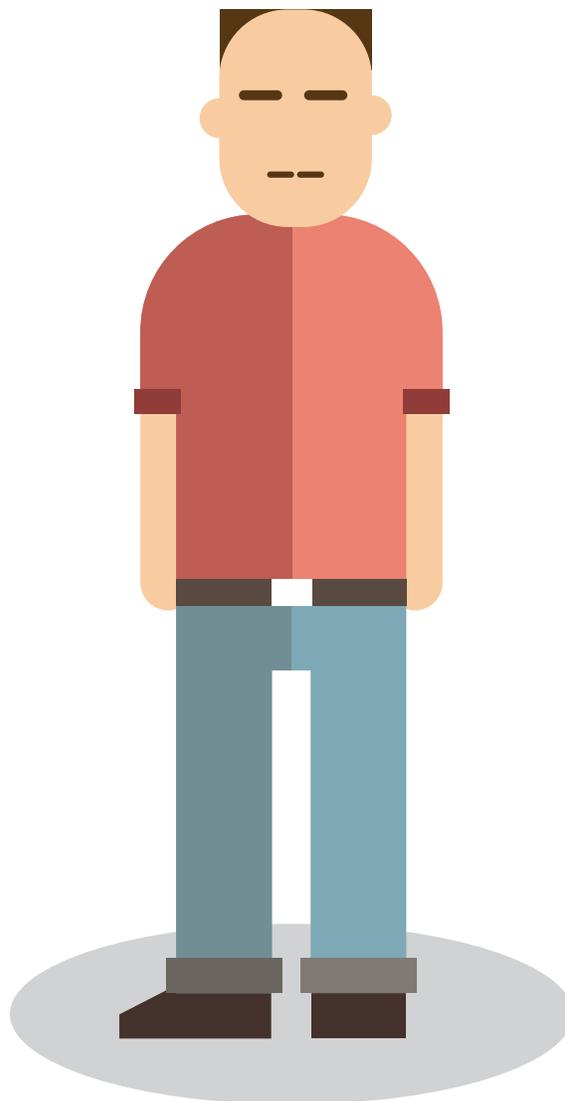


Curva de valor

CURVA DE VALOR BODYSHOP



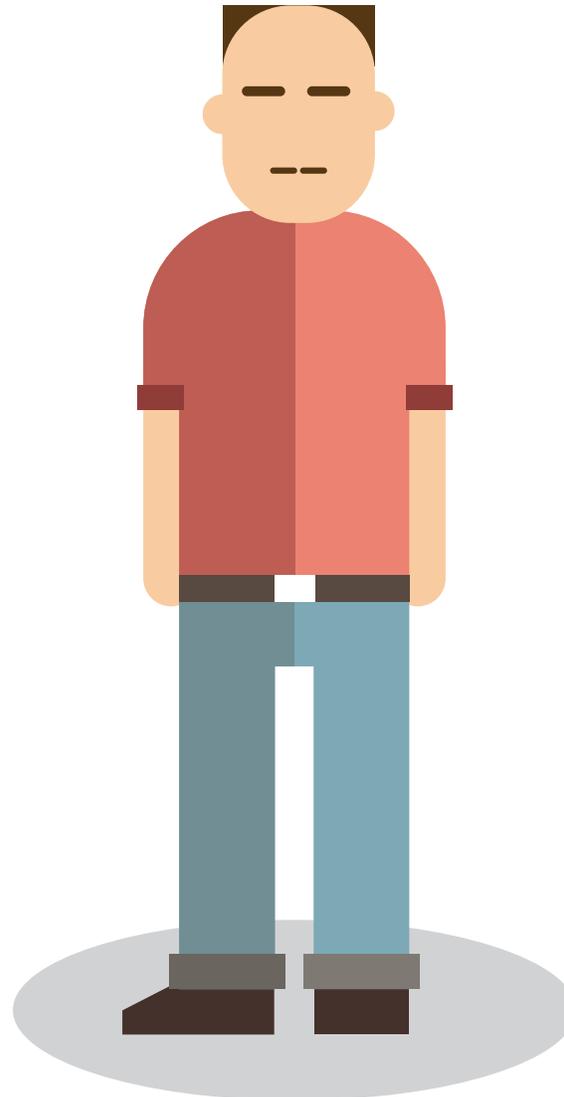
PÚBLICO-ALVO



PÚBLICO-ALVO

RESISTÊNCIA

“Tive uma boa ideia”

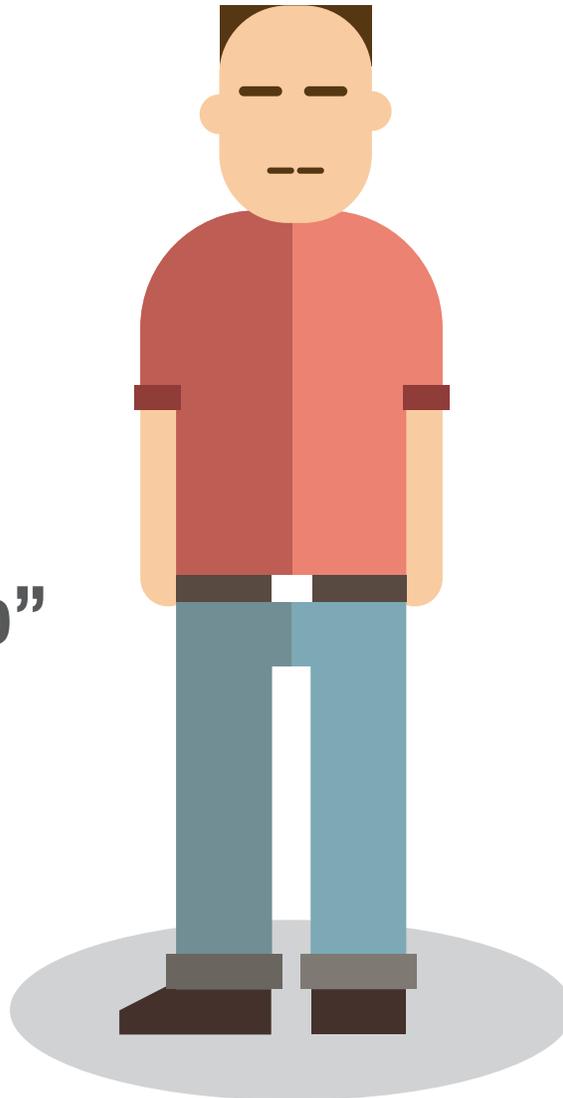


PÚBLICO-ALVO

RESISTÊNCIA

“Tive uma boa ideia”

“Não tenho esse tempo”



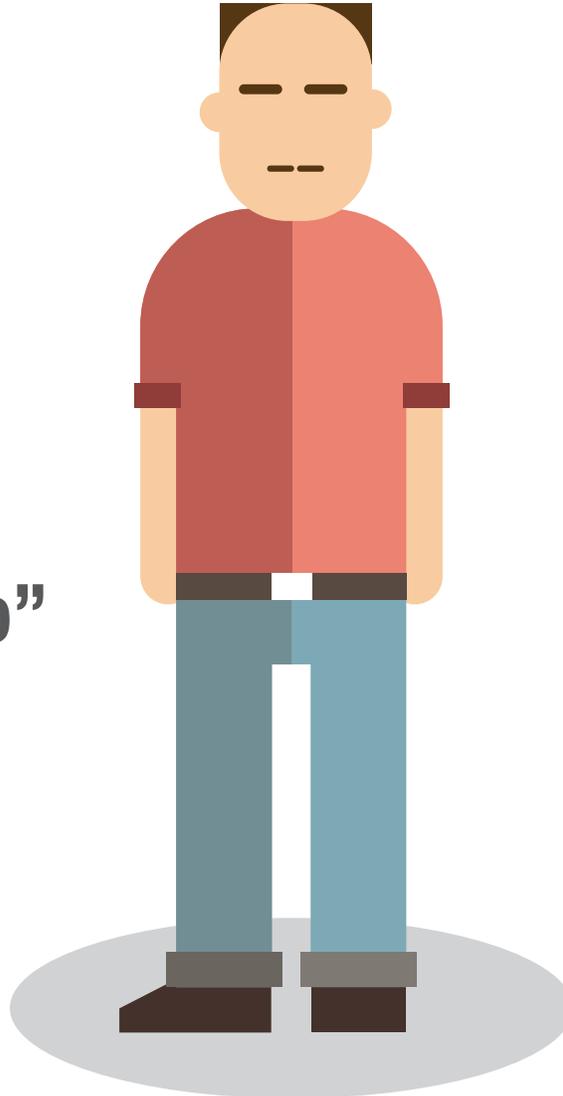
PÚBLICO-ALVO

RESISTÊNCIA

“Tive uma boa ideia”

“Não tenho esse tempo”

“Já conhecemos
nosso cliente”



PÚBLICO-ALVO

OBJETIVOS

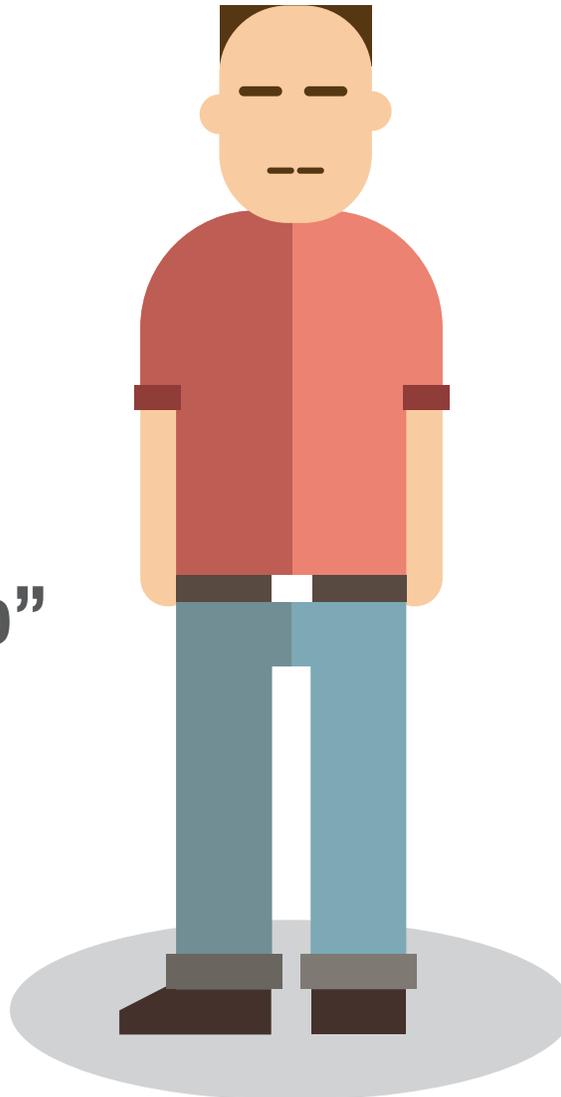
1. Validação da Ideia

RESISTÊNCIA

“Tive uma boa ideia”

“Não tenho esse tempo”

“Já conhecemos
nosso cliente”



PÚBLICO-ALVO

OBJETIVOS

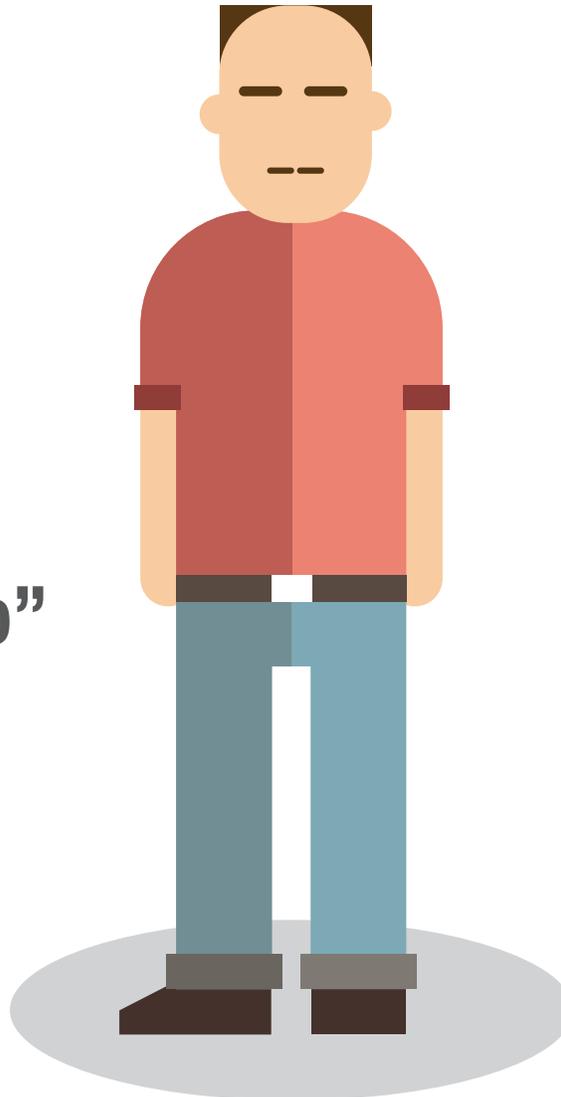
1. Validação da Ideia
2. Necessidade de criação

RESISTÊNCIA

“Tive uma boa ideia”

“Não tenho esse tempo”

“Já conhecemos
nosso cliente”



PÚBLICO-ALVO

RESISTÊNCIA

“Tive uma boa ideia”

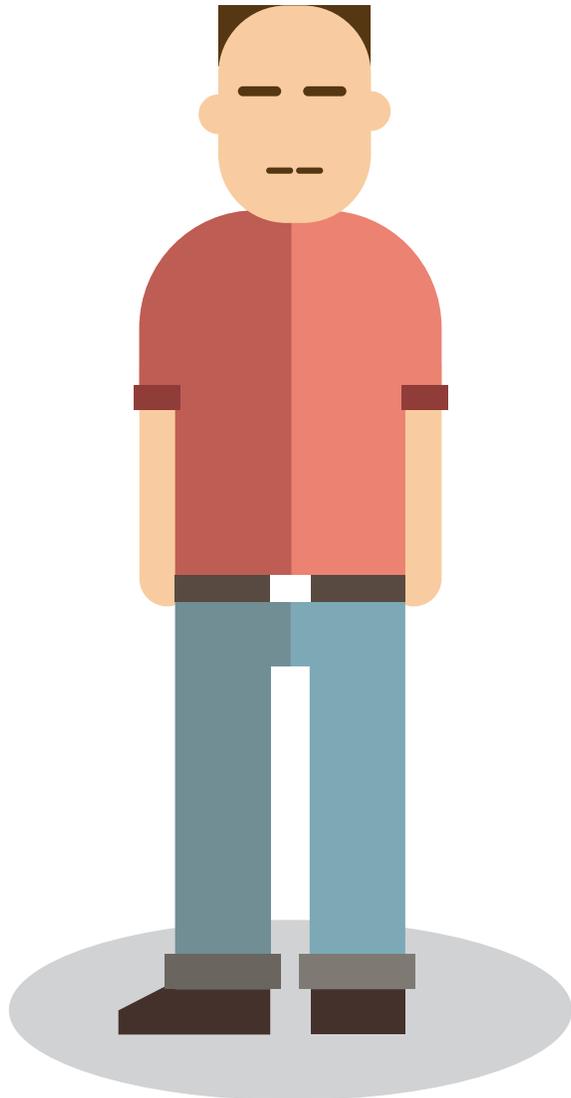
“Não tenho esse tempo”

“Já conhecemos
nosso cliente”



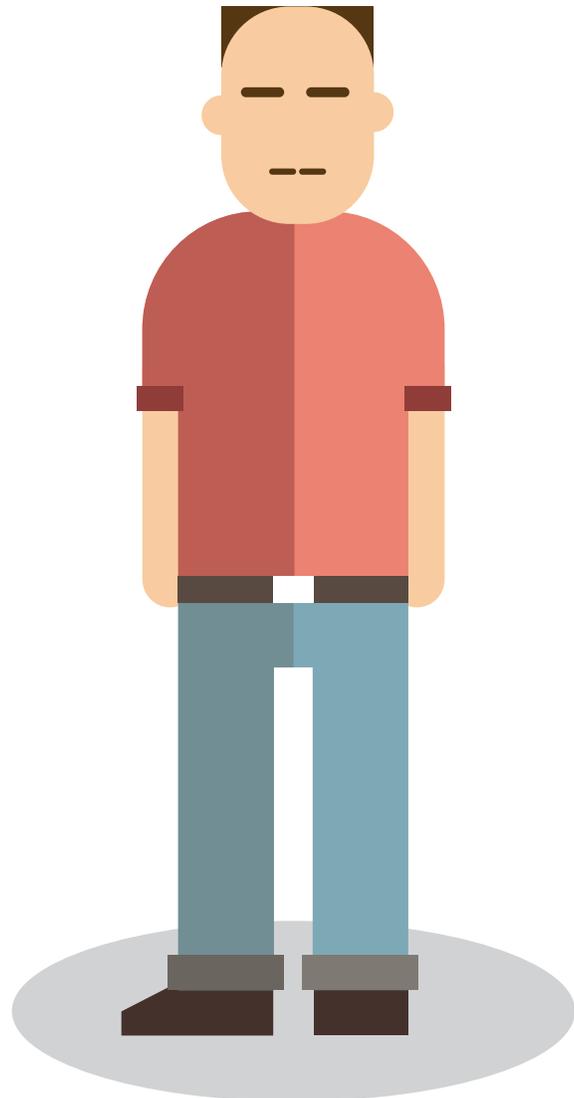
OBJETIVOS

1. Validação da Ideia
2. Necessidade de criação
3. Estabelecer critérios



OBJETIVOS

- 1. Validação da Ideia**
- 2. Necessidade de criação**
- 3. Estabelecer critérios**



OBJETIVOS

1. Validação da Ideia
2. Necessidade de criação
3. Estabelecer critérios

FERRAMENTAS



Entrevistas



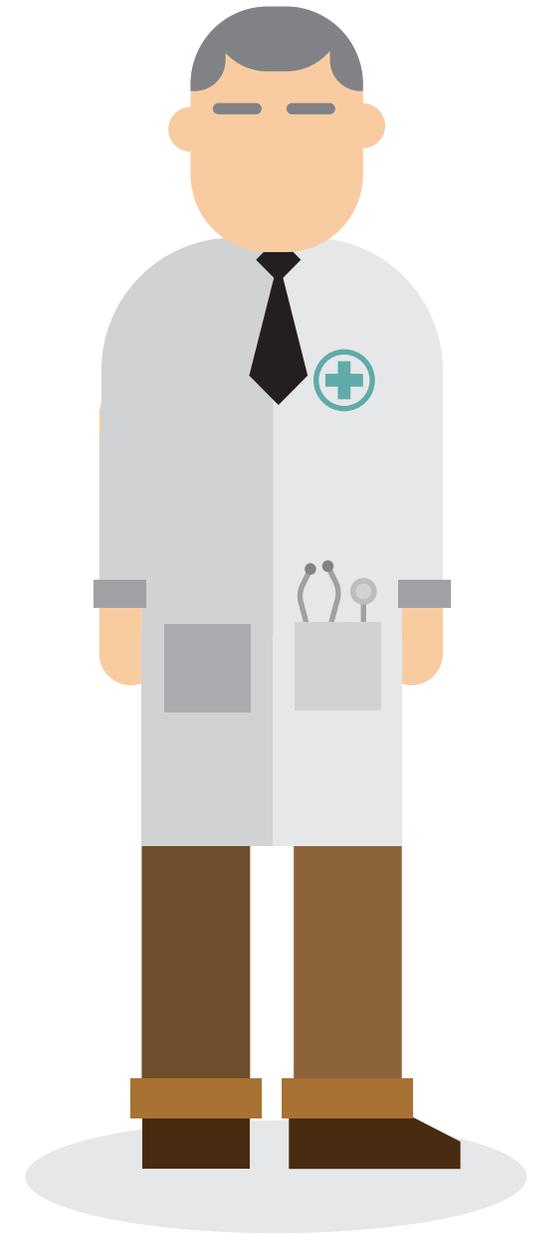
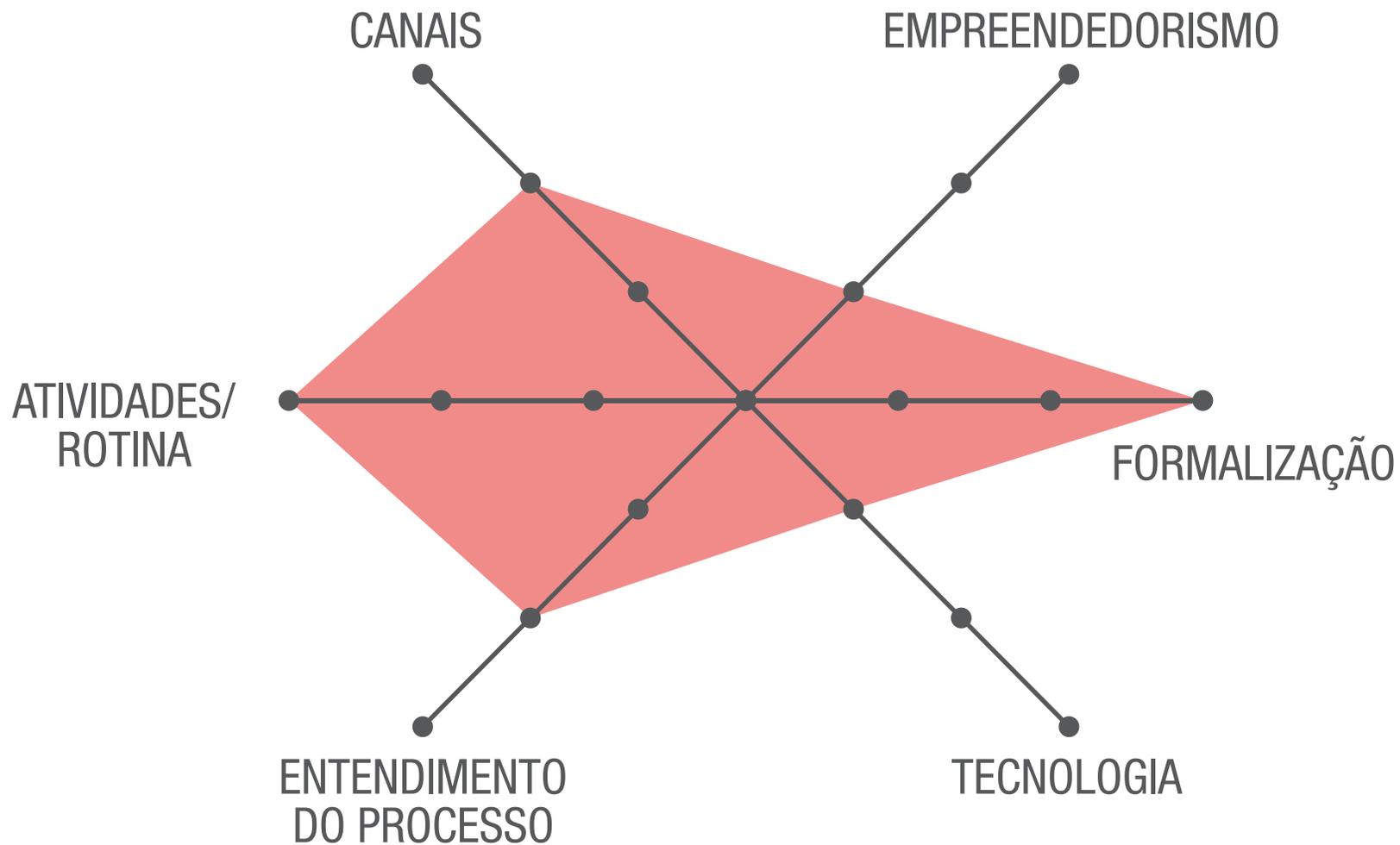
Observação



Personas

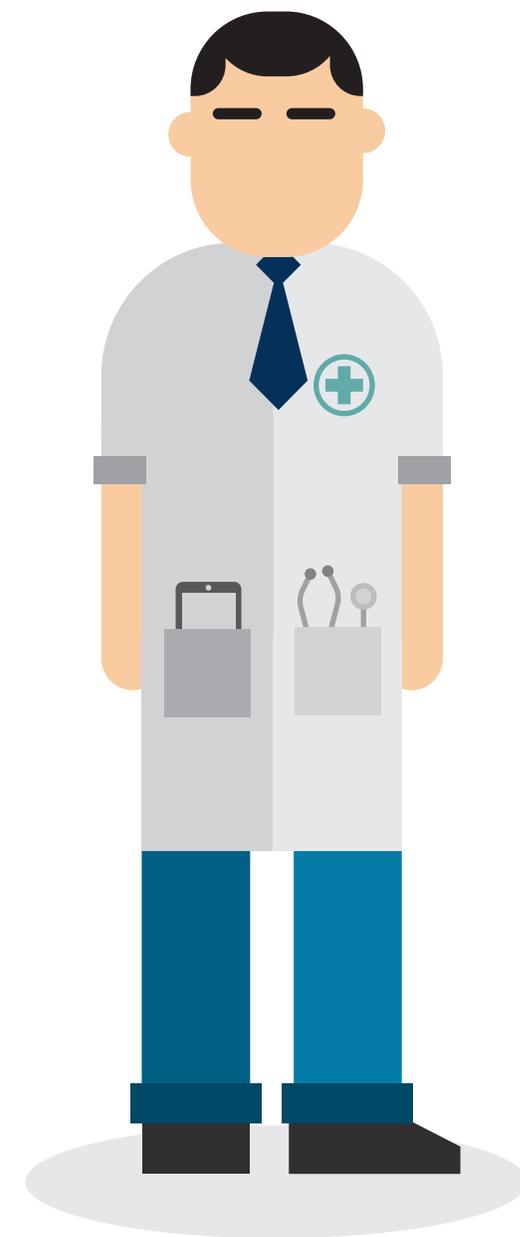
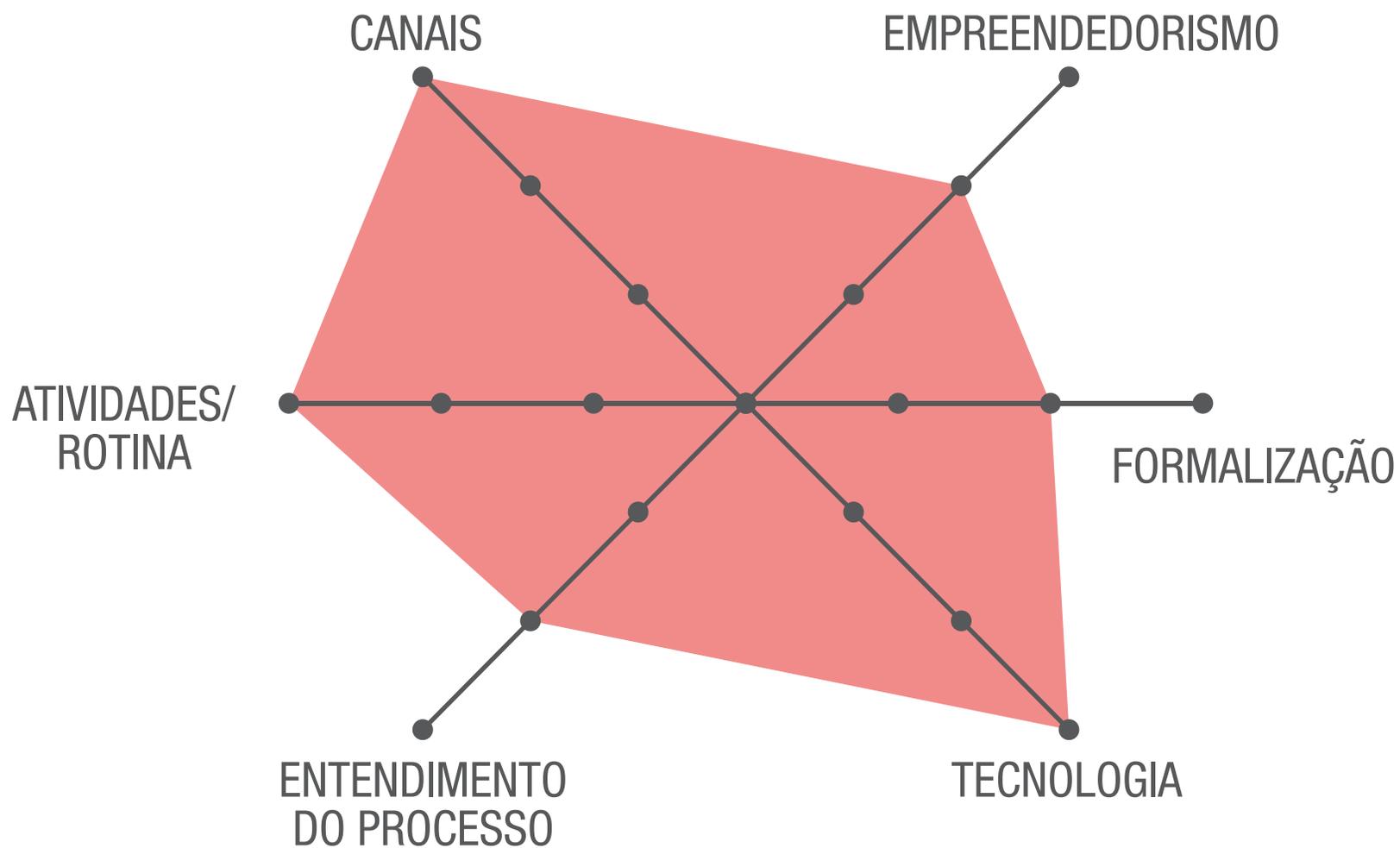
PERSONAS

CASE MJV: APLICATIVO MÓVEL PARA AUDITORES MÉDICOS



PERSONAS

CASE MJV: APLICATIVO MÓVEL PARA AUDITORES MÉDICOS

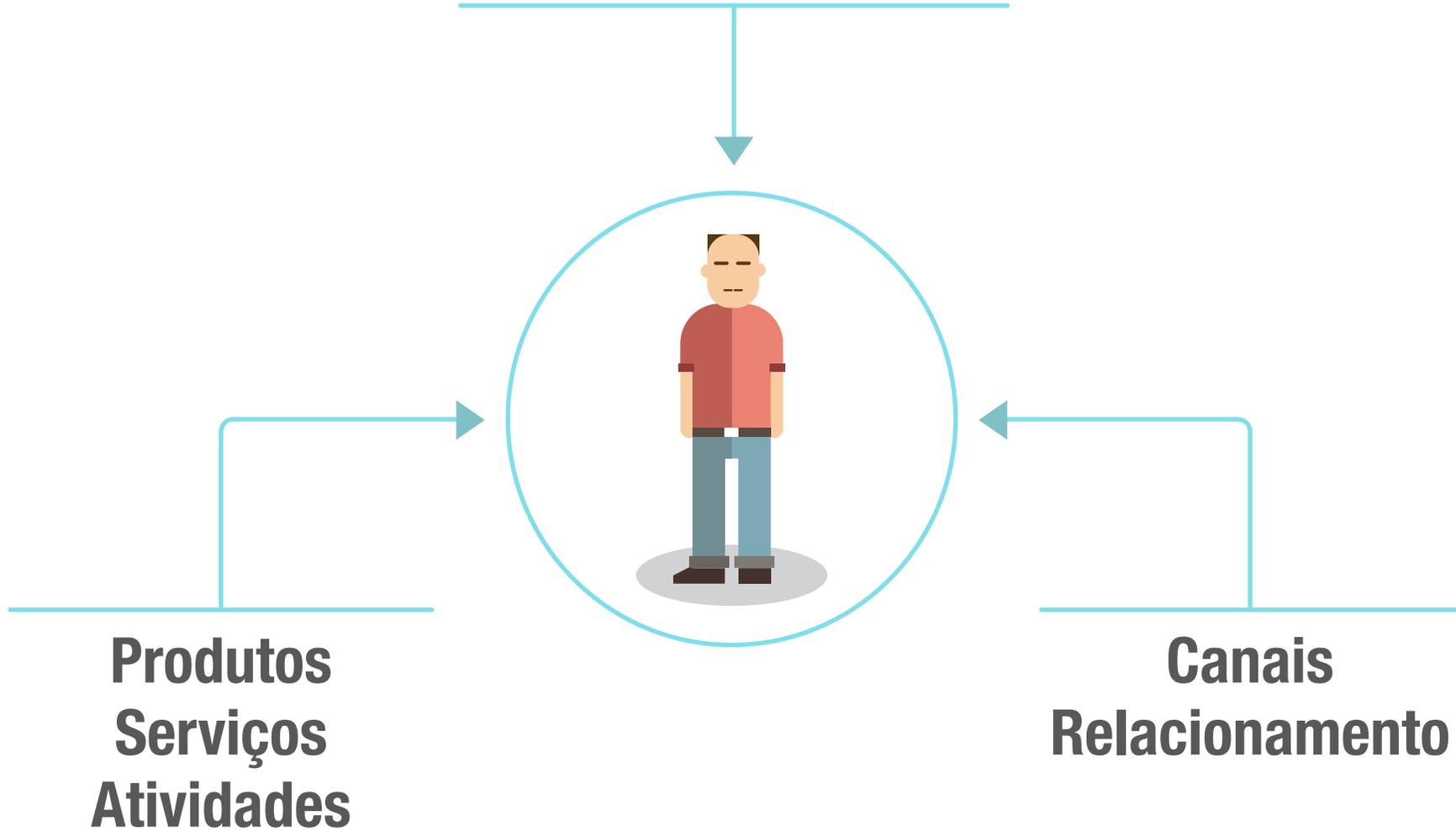


**PROPOSTA DE VALOR,
PRODUTOS, ATIVIDADES
E CANAIS:
IDEAÇÃO**

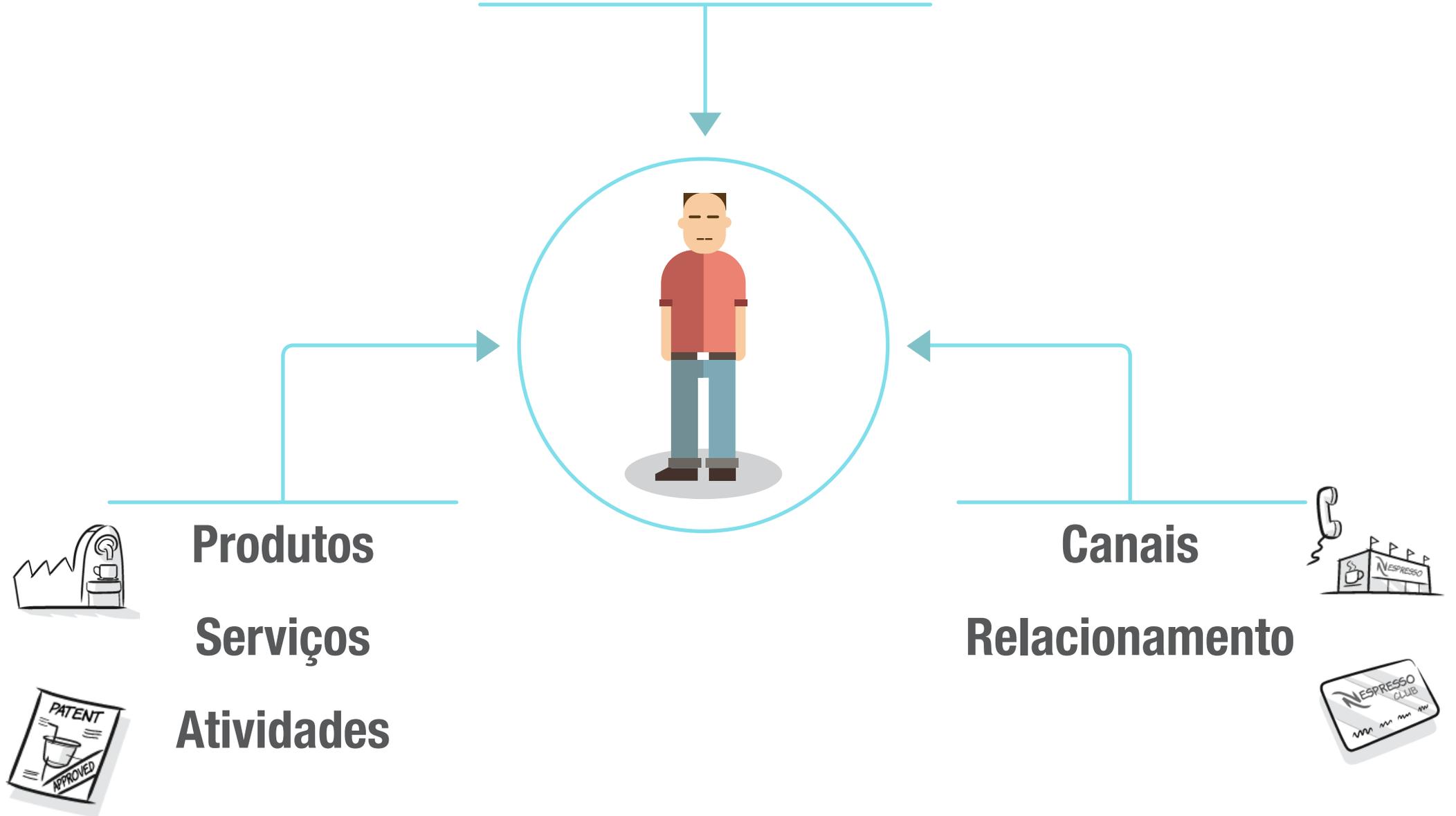
PROPOSTA DE VALOR



PROPOSTA DE VALOR

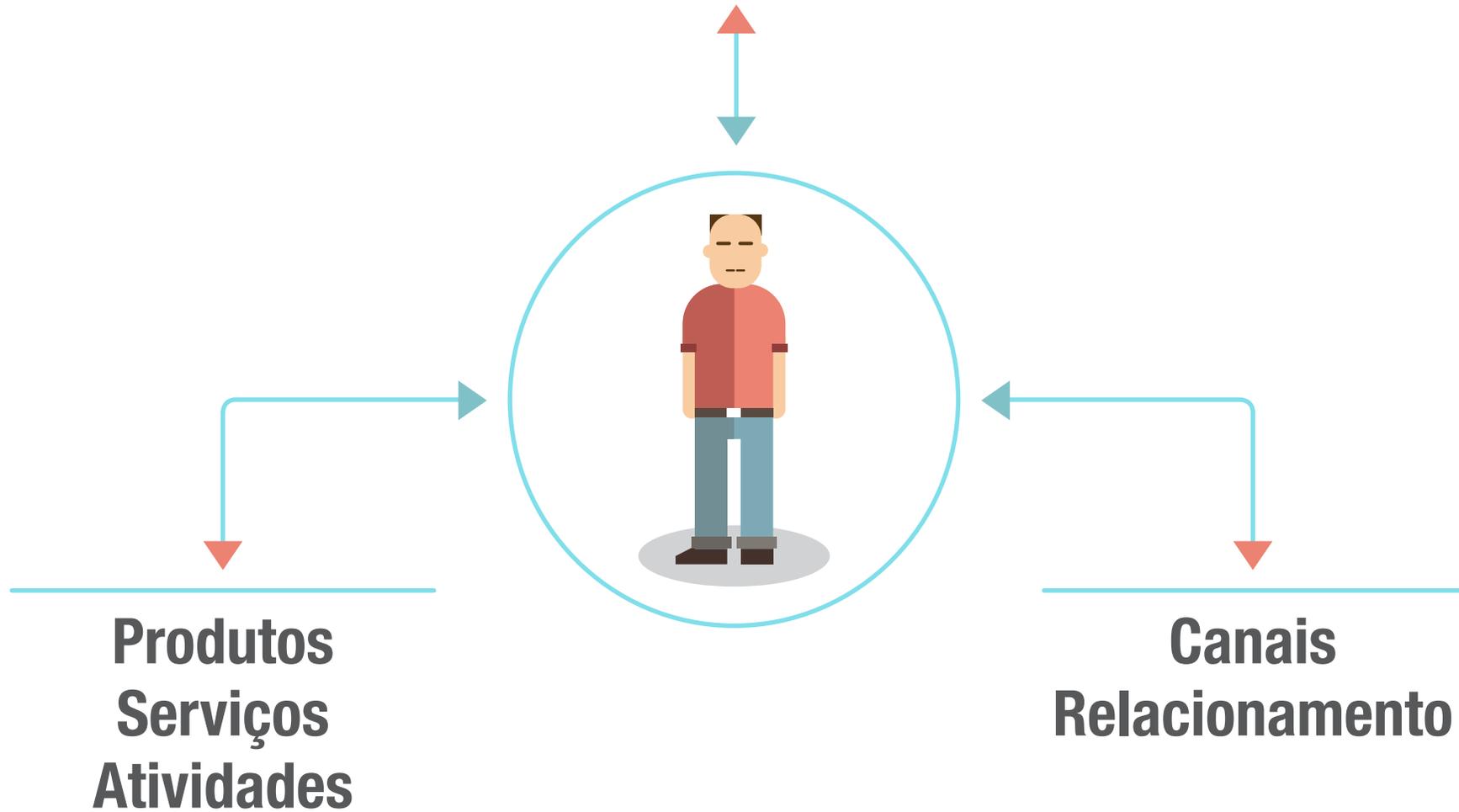


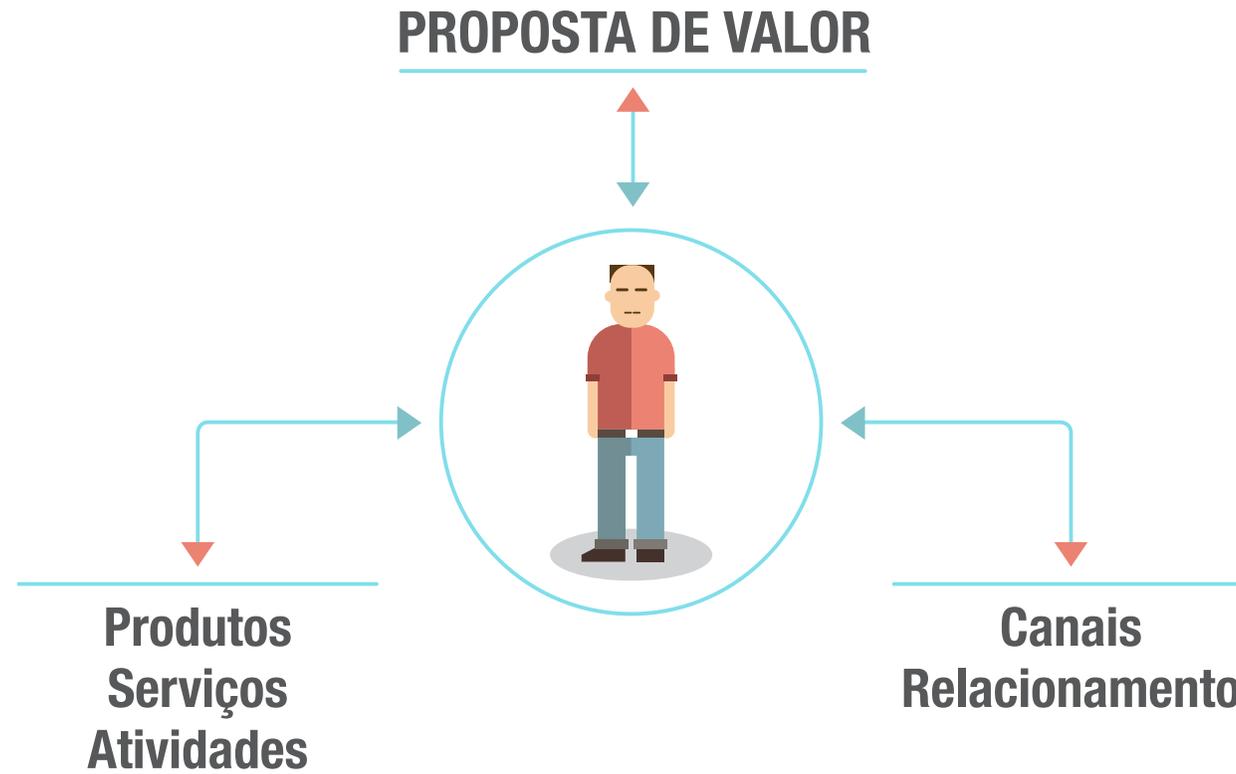
PROPOSTA DE VALOR



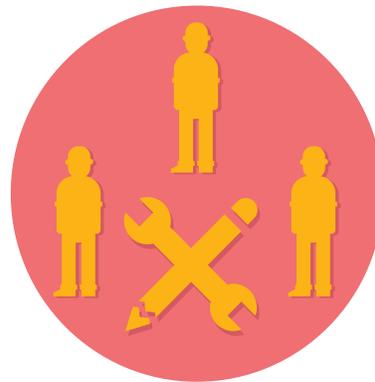
**COMO ELES CHEGARAM
A ESSES PRODUTOS? ESSAS
ATIVIDADES?**

PROPOSTA DE VALOR





Ferramentas:



Sessões de Cocriação



Brainstorming

PRODUTOS, SERVIÇOS E ATIVIDADES DA EMPRESA

MY STARBUCKS IDEA

Popular Ideas Recent Ideas Top All-Time Comments

Hi there, [Sign In](#) to make a comment. Share   
Follow us on [twitter](#)

Ideas so far 

Popular Ideas 1 2 3 Next >

PRODUCT IDEAS

- 44,137 [Coffee & Espresso Drinks](#)
- 5,842 [Frappuccino® Beverages](#)
- 12,620 [Tea & Other Drinks](#)
- 21,610 [Food](#)
- 10,780 [Merchandise & Music](#)
- 22,605 [Starbucks Card](#)
- 5,321 [New Technology](#)
- 13,837 [Other Product Ideas](#)

EXPERIENCE IDEAS

- 11,212 [Ordering, Payment, & Pick-Up](#)
- 20,457 [Atmosphere & Locations](#)
- 13,992 [Other Experience Ideas](#)

INVOLVEMENT IDEAS

- 6,376 [Building Community](#)
- 10,853 [Social Responsibility](#)

One star per drink ?

Vote  

9,590 points

Posted on 11/20/2013 8:42 PM by wavesrch

I would like to see that when I order 4 coffee drinks for my family as one transaction that I get four stars.. Instead I have to ring them up as separate transactions to get my 4 stars.

 Comments [28]

More perks/ discounts for gold card member

Vote  

8,050 points

Posted on 11/20/2013 7:18 PM by sophia333

Think you should not charge for syrups/ etc like you use to offer gold card members- these are your loyal customers- offer more bonuses/ perks please ♥♥

 Comments [25]

3 shots in a venti espresso drinks

Vote

CASE MJV: INOVAÇÃO NO ATENDIMENTO

INOVAÇÃO NO ATENDIMENTO
Script para atendente

Endereço*

Número* Complemento

Bairro* Condomínio

Referência*

Nº do atendimento/Sinistro* * Campos obrigatórios

CARRO NA VIA

Estrada Rodovia Marginal Pista expressa

SENTIDO
Para informar o sentido pergunte ao segurado a origem e o destino do trajeto que seria percorrido.

- Solicitar que o segurado identifique o veículo (capô sinal de alerta) e permaneça junto do mesmo até o atendimento da solicitação
- Gerar texto RT e ler instruções de finalização de atendimento.

CARRO NA GARAGEM

CARRO NO ESTACIONAMENTO

GERAR TEXTO RT



EMITIDOS



CRITICADOS



RECUSADOS

RECUSADOS

Fique atento e não deixe de fechar mais negócios.
Esses documentos não foram aceitos pela

Não há documentos emitidos nesta data para acompanhamento.

**Em caso de dúvidas, entre em contato com
o seu gestor de vendas**

QUERO UM SEGURO
TENHO UM SEGURO
SOU CORRETOR
SOU PRESTADOR
🔍 O que você

AUTO
SAÚDE
RESIDENCIAL
VIDA
ODONTO
PREVIDENCIA

Faça aqui a rádio

Assista a nova Campanha Rádio

Trânsito

Trânsito | Aeroporto



Conheça aqui os direitos e deveres do segurado.

- 2 Na página Para Você, entre no port Saúde, através do submenu ou na inferior da página;
- 3 No menu Rede referenciada, selec seu plano: Individual ou Familiar, Coletivo Empresarial ou Coletivo por Adesão;
- 4 Você será direcionado a um arquivo contém todos os planos.

**ÓTIMA
EXPERIÊNCIA
DE ATENDIMENTO**

Mensagens 256-26 Editar

26/03/2013 18:07

Sra. Judite, confirmamos com a oficina Dafonte o recebimento da autorizacao dos reparos do seu veiculo. Obrigado,

Mens. de Texto Enviar

Q W E R T Y U I O P

RECEITAS E DESPESAS: PROTOTIPAÇÃO

- 1- ESTIMATIVAS DE RECEITAS E DESPESAS
- 2- TESTES DE ACEITAÇÃO

RECEITAS E DESPESAS

ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO



ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO



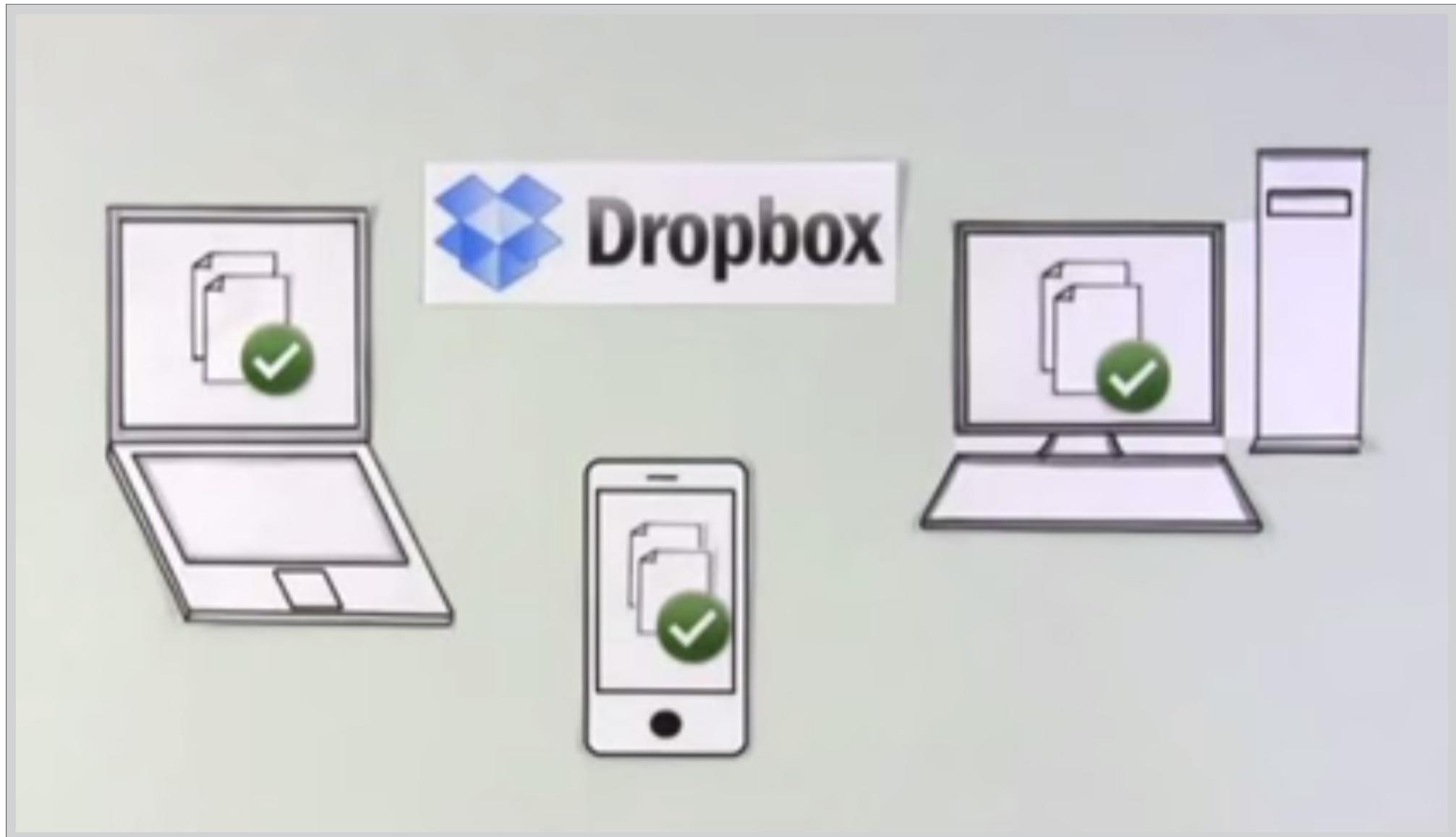
ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO



TESTES DE ACEITAÇÃO

- O NEGÓCIO VALE A PENA SER LANÇADO?
- EXISTEM AJUSTES E ADAPTAÇÕES NECESSÁRIAS? NOVAS OPORTUNIDADES?

TESTE DE ACEITAÇÃO: DROPBOX



CASE MJV: APLICATIVO PARA MONTADORES



**POR QUE AFINAL, DEVO UTILIZAR
O DESIGN THINKING EM UM
MODELO DE NEGÓCIO?**

POR QUE AFINAL, DEVO UTILIZAR O DESIGN THINKING EM UM MODELO DE NEGÓCIO?

1- CONHECER MELHOR NOSSO PÚBLICO

POR QUE AFINAL, DEVO UTILIZAR O DESIGN THINKING EM UM MODELO DE NEGÓCIO?

- 1- CONHECER MELHOR NOSSO PÚBLICO**
- 2- CRIAR DIFERENCIAIS COMPETITIVOS**

POR QUE AFINAL, DEVO UTILIZAR O DESIGN THINKING EM UM MODELO DE NEGÓCIO?

- 1- CONHECER MELHOR NOSSO PÚBLICO**
- 2- CRIAR DIFERENCIAIS COMPETITIVOS**
- 3- ESTIMAR E TESTAR NOVAS HIPÓTESES**

DESIGN THINKING E MODELOS DE NEGÓCIO

EMPATIA PARA
ENTENDER: **IMERSÃO**

RACIONALIDADE ANALISAR E
ADAPTAR: **PROTOTIPAÇÃO**



OBRIGADO!

FABIO CALZAVARA

FABIO.CALZAVARA@MJV.COM.BR

LINKEDIN.COM/IN/FABIOCALZAVARA