

DISRUPTIVE
.MBA

Refinando o problema

- Refine o problema, construindo uma frase que apresente aspectos significativos do problema analisado.
- **Modelo que pode ser seguido:**
 - (descrição da parte interessada)
PRECISA (verbos explicando suas necessidades) PORQUE (ideias capturadas do contexto)

REFINANDO O PROBLEMA

stakeholder

necessidades

insights

1

Quem é a parte interessada?

Verbos explicando as necessidades

Ideias capturadas do contexto

2

Quem é a parte interessada?

PRECISA

Verbos explicando as necessidades

PORQUE

Ideias capturadas do contexto

3

Quem é a parte interessada?

Verbos explicando as necessidades

Ideias capturadas do contexto

CRITÉRIOS DE SUCESSO DO PROJETO:

Refinando o problema

Exemplo:

O cliente que compra o curso online sobre liderança PRECISA de um conjunto de treinamentos rápidos e práticos voltados para os assuntos das empresas PORQUE ele não pode dedicar muito tempo em formações demoradas, além de que se for muito teórico ele terá dificuldade de se concentrar e de compreender.

A empresa PRECISA que seus líderes sejam capazes de influenciar positivamente as pessoas, sendo exemplos e alcançando excelentes resultados nos negócios PORQUE os funcionários podem ser mais produtivos com uma liderança mais motivadora e engajada.

CRITÉRIOS DE SUCESSO DO PROJETO: Velocidade na capacitação, treinamento prático, formato interessante e dinâmico, que ensine sobre motivação e engajamento, ser o exemplo e resultados nos negócios.

ATIVIDADE PRÁTICA



Fazer a atividade
“refinando o
problema”

3) Ideação

Essa fase tem como intuito gerar ideias inovadoras para o tema do projeto ou ação. Estimular a criatividade e gerar soluções que estejam de acordo com o contexto do assunto trabalhado.

Identificar:

- Ideias que vão ajudar na solução do problema, sem julgamento.

PRODUTO DA ETAPA: Várias ideias com potencial de resolver o problema definido

DESIGN THINKING

Na prática



IDEAÇÃO

3ª etapa

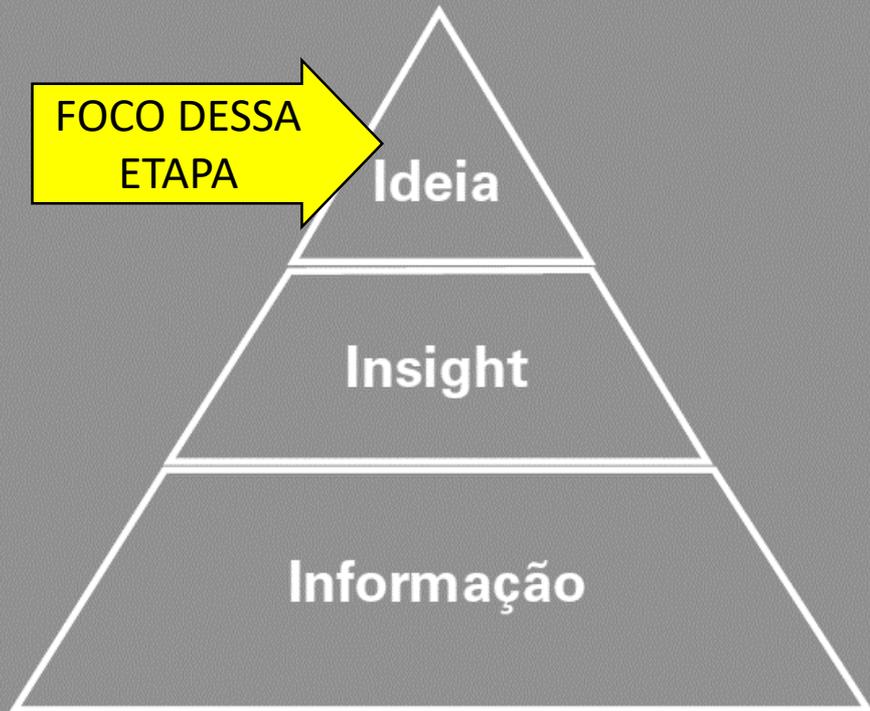
- Brainstorming;
- Ideias ousadas são bem vindas;
- Combinar e aprimorar ideias;
- Não julgar as ideias;
- Falar (e registrar) o que vier na cabeça;
- Quanto mais ideias melhor;
- Não pensar em viabilidade, dinheiro, aprovação ou custo;
- Registre TODAS as ideias (preferencialmente em post-its)

Ideia

é uma solução gerada para atender a um ou mais insights.

Insight

é o achado proveniente da Imersão, a identificação de uma oportunidade.



What's your idea?

Solve client problems, set buying criteria, answer common questions, **build trust!**





CATEGORY NAME



CATEGORY NAME



CATEGORY NAME



CATEGORY NAME



CATEGORY NAME



CATEGORY NAME



CATEGORY NAME



PROD

Unresponsive
Support

OWN WITH
NEW SERVICE
RATHER THAN
SELF SERVICE

WHY OWN
SELL SIDE
BE "GOOD"
REVENUE
AND BETTER
METRICS

Feedback
from the
users helps
for usability
improvements

Customers
understanding, the
more personal
Risk: creates
more transparency

Sell side
tools
not updated
next new tools

Messaging
Risk: People
take wrong
advice

Marketing need
cell - trade
leads
especially

Product
not being
used
feature confusion

Own side of
accountant
Risk: confusion
and of roles

Data

Existing
Data

How quickly
can we
analyze /
report on
data
data

New
Data
of the customer
experience

STRATEGY

Buyer side
fill
with
[unclear]
not necessary

What might
be achieved
APP
STRATEGY

Brand

We are in
B2B space
positioning of
brand - can
form our own
brand

We want
especially
explain our
B2B model

Self Service

Cost control
independent
advisors

All self
service
advisors
support users
of
self service

ISA (early)
advisors not
controlling
leads with
lead building

Size of team
chat support
advisors need
B2B experience
is critical

Internal and
external
advisors
need self
service

Advisors
not handling
lead - get leads
into us early
- for them

Effective lead
assignments
leading to SS
and flow

Demand Gen

What channels
can we track
performance
and optimize
advertising
at the end of funnel

Direct
mail doesn't
work

VOLUME

Automation
leading to
increased
lead volume
advertising

How much will
lead volume
decrease w/
personalized
content

Large short-
term dip
in lead flow

We think
demand gen
can bring us
more volume
cost

Can we
use personalization
to increase
CTR and
conversion

SEO/PPC
enough to
drive content
growth

Can't just
buy a job
making

Process

How quickly
can we
track /
report on
advertising
campaigns

How production
can we do with
our data and
TCP's

Selling advisor
acquisition
strategy into
1:1 demands

We think we
want someone
that can see
TCP's

Manual
Outbound

Support for
all advisors /
banks / TCP's
Risk: drop off
in lead volume
support

Support
for TCP's
and support
advisors

Business/Pricing

Customer
experience
with
advisors

Price
advisor
costs
B2B can
cost more
advisors

Detail of
pricing all
side advisor

Cherry banks
due to lack
of CEOs

How much
production will
we require
to get lead
volume

We can't
provide a job
to get lead
volume - we
provide a
return on
advisors

Target Customers

Selling time
and support
for larger
banks

Advisors who
are using their
self-service
are not getting
too volume

John's
speaking in
regarding other
quality banks

From more
smaller CEO's
Public bank and
on 1-3m per
revenue

Para um bom brainstorming

- Comece a discussão revistando os CRITÉRIOS DE SUCESSO DO PROJETO
 - O líder do brainstorming faz a pergunta que contemple as necessidades
 - (Ex: Como construir um programa de capacitação que seja veloz, prático, interessante... Etc.?)
 - Registre TODAS as ideias, completas ou parciais em post-its e deixe visível a todos.
- 