

DISRUPTIVE
.MBA

ATIVIDADE PRÁTICA



Fazer um
brainstorming
buscando
identificar ideias
para o
infoproduto

4) Prototipação

Tem a função de auxiliar a validação das ideias geradas.

Desenvolver:

- Escolher entre as ideias quais são as mais viáveis
- Criar modelo, esboço ou projeto piloto
- Validação junto aos usuários e demandantes

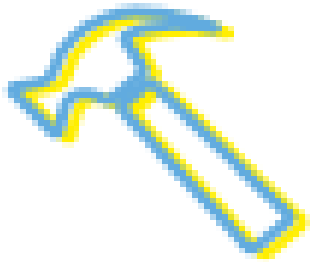
PRODUTO DA ETAPA: Uma primeira versão do projeto, de maneira “visual”, a fim de buscar melhorias, novas ideias e validação

Prototipando...

- Etapa de validação da ideia, colocar em prática de maneira rápida e barata, quanto mais rápido e barato for o protótipo mais rápido o grupo vai aprender e desenvolver a melhor solução.
- O protótipo pode ser um desenho, uma maquete, uma dramatização ou qualquer outra ideia para dar “vida” a solução.
- Deixe que pessoas diferentes opinem sobre o protótipo e colha as informações para melhorias ou ajustes.

DESIGN THINKING

Na prática



PROTOTIPAGEM

4ª etapa

- Escolha as melhores ideias, combine-as e aprimore-as;
- Crie a primeira versão do protótipo

PROTÓTIPO DE PAPEL:

- Interfaces gráficas;
- Fluxo de informações;
- Executado a mão com detalhes do produto ou interface.

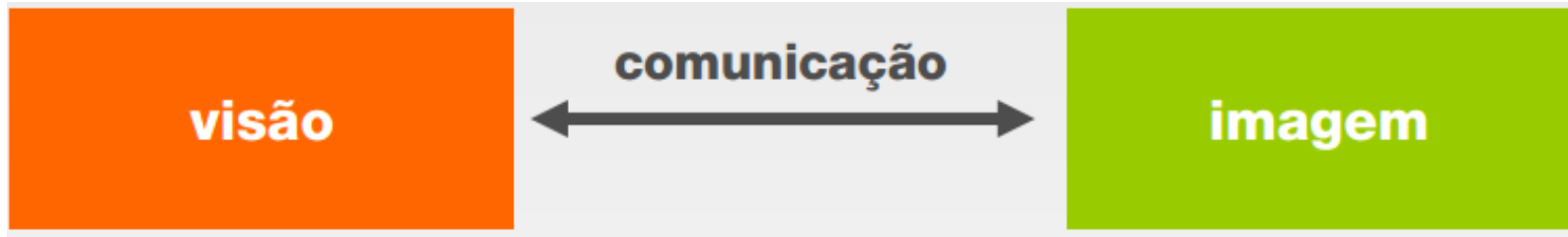
MODELO DE VOLUME:

- Permitir a visualização tridimensional;
- Construído com materiais simples.

ENCENAÇÃO:

- Permitir a experiência.

PROTOTIPAÇÃO

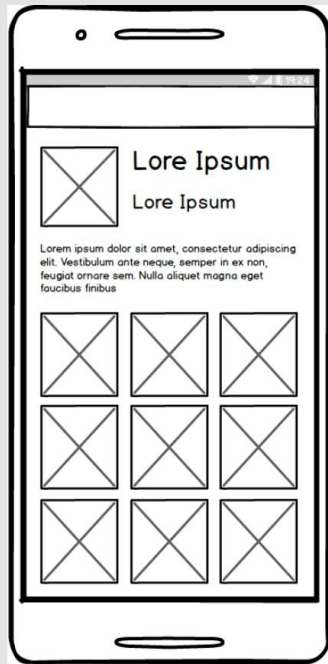


Comunicar como?

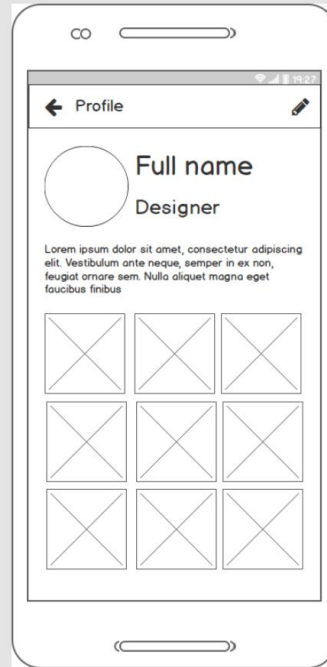
Através da prototipação

- Sketch (esboço)
- Protótipo
 - Baixa precisão
 - Alta precisão
 - rápida
 - lenta

1



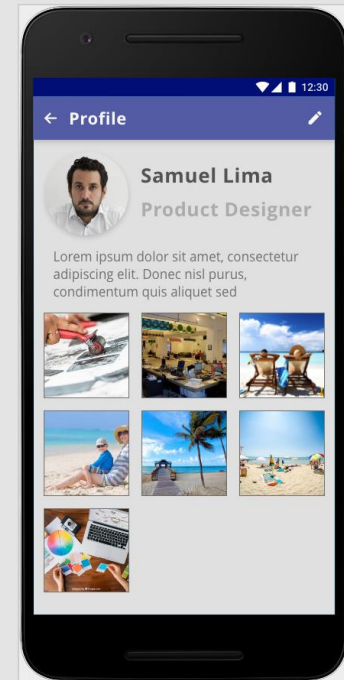
2

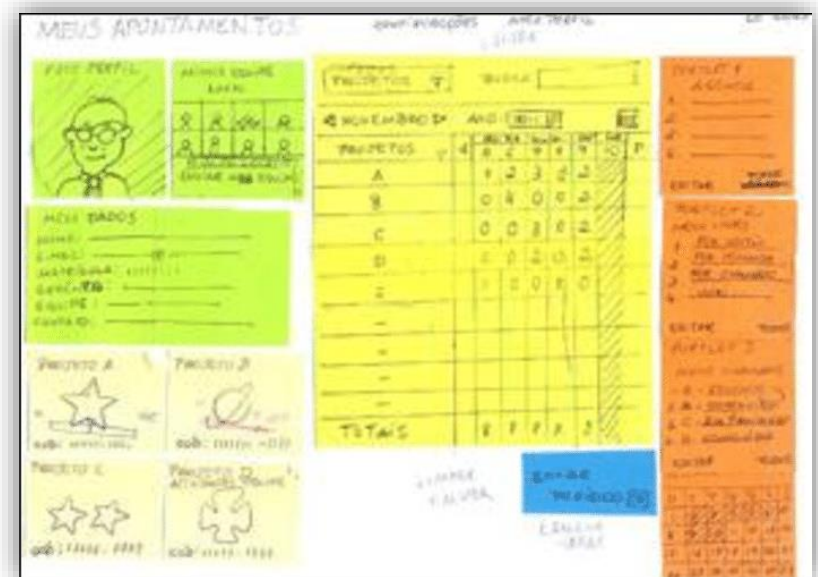
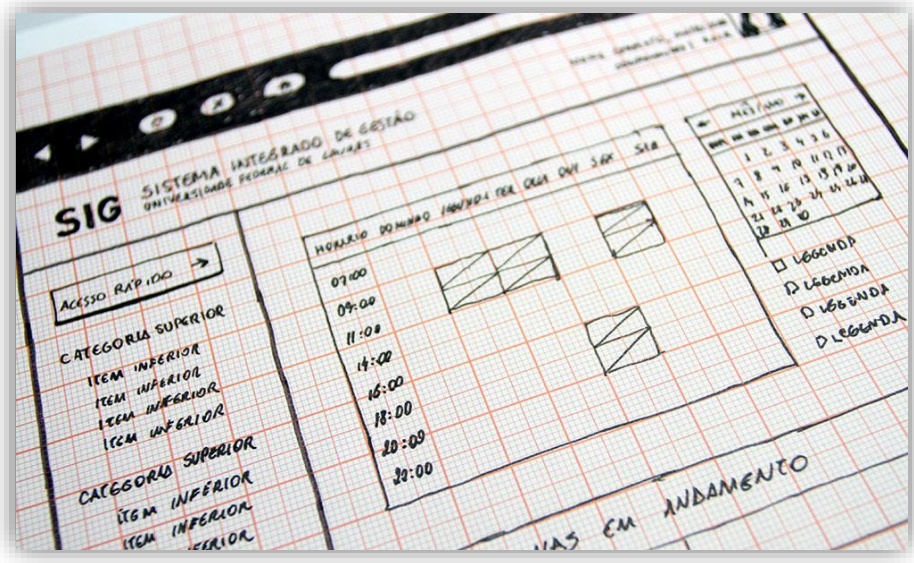
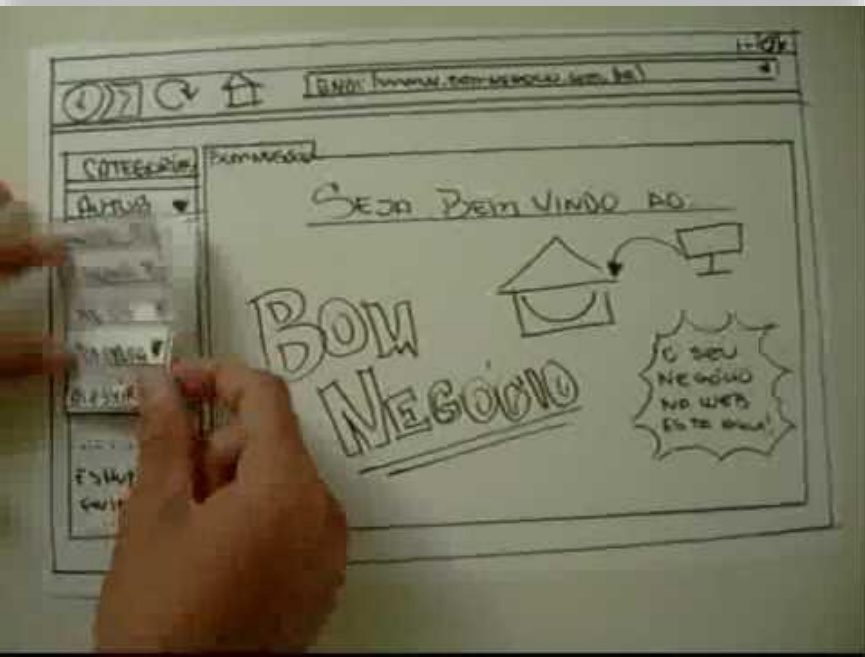


3



4





Olá, Fulano.
[Visualizar Perfil](#) ([Sair](#))

projetoAmadeus



[Ajuda](#)

[O Projeto](#)

[Grupo CCTE](#)

Usuário

Senha

ou

[Lembrar senha](#)

Informações sobre cursos

☐ Cursos com inscrições abertas

☐ Área do curso

☐ Listar cursos

☐ Cursos concluídos

☐ Área do curso

☐ Listar cursos

[Notícias](#)

[Comunicado](#)

[Institucional](#)

[Tour no Amadeus](#)

16/09/2010 11:15 descrição da notícia

[Assista ao vídeo](#)

16/09/2010 11:15 descrição da notícia

[Escute o áudio](#)

11/09/2010 11:15 descrição da notícia

[Veja as imagens](#)





COMUNETIZZE

buscar



6

João Guilherme



Crie uma **comunidade**
e acesse seus grupos
rapidamente



Meus Afiliados

Todos meus afiliados

Entrar no Grupo



Afiliados Monetizze

Grupo Afiliados Monetizze

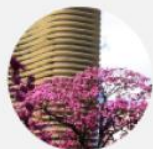
Entrar no Grupo



Infomarketing

Marketing Digital para
Infoprodutores

Entrar no Grupo



Afiliados BH

Afiliados de Belo Horizonte

Entrar no Grupo



Growth Product

Grupo de Growth Hacker

Entrar no Grupo



Gama Academy

Produtora & Afiliada

Entrar no Grupo



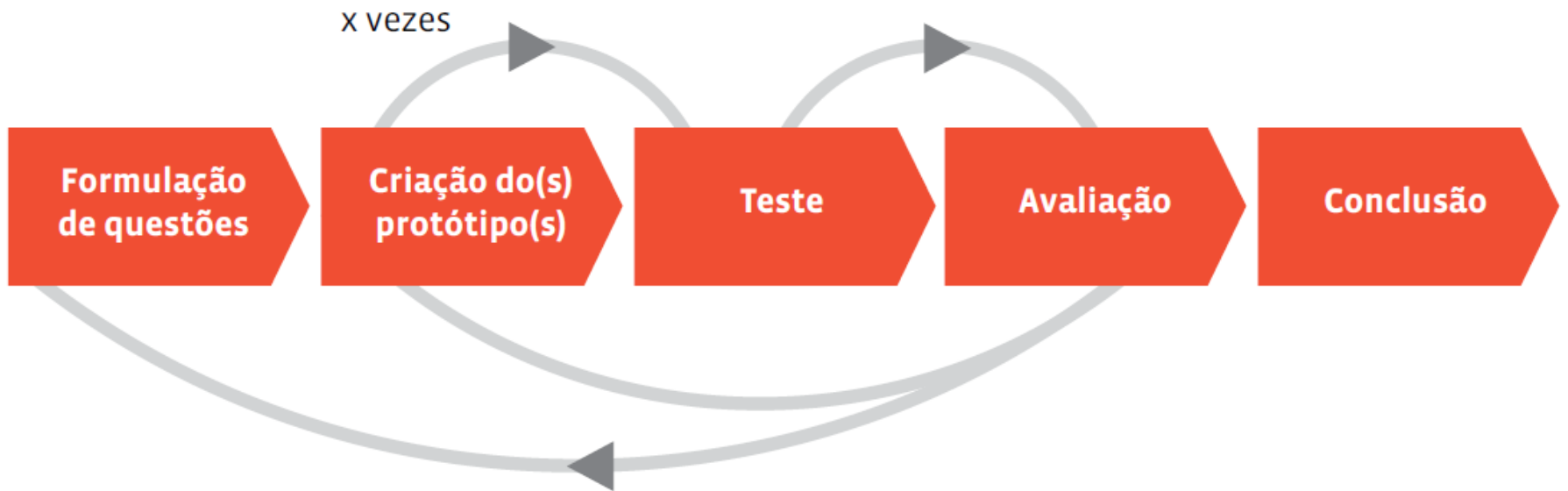
Prototipação

DICA:

- Não se apegue ao protótipo, ele só existe para que as pessoas o avaliem e o melhorem!!!!
- Protótipo tem que ser “quick, dirty and cheap” (rápido, simples e barato).



Fluxo da Prototipação





DESIGN THINKING Na prática

Parte 1:

VAMOS ESCOLHER A MELHOR SOLUÇÃO?

Crie um projeto único, à partir da melhor ideia ou “juntando” as melhores ideias.



DESIGN THINKING Na prática

Parte 2:

CRIE O PROTÓTIPO

- Pense em uma forma de apresentar sua ideia;
- Pode ser um fluxograma, desenho, mapa, maquete, quadro visual, planilha com conteúdos, etc...



DESIGN THINKING Na prática

Parte 3:

TESTANDO O PROTÓTIPO

- Faça o teste
- Não apenas fale... mostre!
- Peça a avaliação e sugestões de melhorias.
- Público principal: Os “usuários” do projeto e as partes interessadas

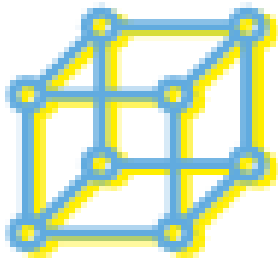
ATIVIDADE PRÁTICA



Elabore um
protótipo e
apresente para
todos.

DESIGN THINKING

Na prática



- Desenvolva o projeto após as sugestões de melhorias;
- Planeje a execução (plano de ação);
- Execute
- Avalie após a execução

IMPLEMENTAÇÃO

5ª etapa

5) Implementação

Quando a ideia tiver se desenvolvido em um projeto sólido é hora de planejar os próximos passos.

Desenvolver:

- Cronograma de implantação
- Indicadores de acompanhamento
- MVP
- Business Model Canvas

PRODUTO DA ETAPA: Projeto definido com plano de ação apto a ser implementado.

A tela de modelo de negócios

Parcerias Chave



Quem são nossos parceiros chave?
Quem são nossos provedores chave?
Que recursos chave adquirimos de nossos parceiros?
Que atividades chave realizamos nossos parceiros?

MOTIVAÇÕES PARA A PARCERIA
Otimização de recursos
Redução de risco e incertezas
Aquisição de recursos e atividades particulares

Atividades Chave



Que atividades chave requerem nossas propostas de valor?
Nossos canais de distribuição?
Relações com clientes?
Fontes de renda?

CATEGORIAS
Produção
Solução de problemas
Plataformas/Network

Proposta de valor



Que valor proporcionamos aos nossos clientes?
Que problema de nossos clientes ajudamos a solucionar?
Que pacotes de produtos ou serviços oferecemos a cada segmento de mercado?
Que necessidade dos clientes satisfazemos?

CARACTERÍSTICAS
Novidade
Desempenho
Customização
"Oblivir o trabalho feio"
Design
Marca/Estética
Preço
Redução de custos
Redução de risco
Acessibilidade
Conveniência/Usabilidade

Relações com clientes



Que tipo de relação esperamos os diferentes segmentos de mercado?
Que tipo de relações temos estabelecido?
Qual é o custo destas relações?
Como estão integradas em nosso modelo de negócio?

EXEMPLOS
Assistência pessoal
Assistência pessoal dedicada
Auto-venda
Serviços automatizados
Comunidade
Co-criação

Segmentos de mercado



Para quem criamos valor?
Quais são os nossos clientes mais importantes?

Minúcio de massa
Minúcio nicho
Superminúcio
Diversificado
Plataforma multi-lado

Recursos Chave



Que recursos chave requerem nossas propostas de valor?
Nossos canais de distribuição? Relações com clientes?
Fontes de renda?

TIPOS DE RECURSOS
Físicos
Intelectuais (patentes de marcas, direitos autorais, dados)
Humanos
Financeiros

Canais



Que canais preferem nossos segmentos de mercado?
Como estabelecemos atualmente o contato com os clientes?
Como se conjugam nossos canais?
Quais têm melhores resultados?
Quais são mais rentáveis?
Como se integram nas atividades diárias dos clientes?

FAZES DOS CANAIS
1. Penetração
Como chegamos com que o nosso produto seja percebido?
2. Avaliação
Como ajudamos os clientes a avaliar nossa proposta de valor?
3. Compra
Como persuadimos que o cliente compre produtos e/ou serviços essenciais?
4. Entrega
Como entregamos nossa proposta de valor ao cliente?
5. Pós-venda
Como formosmos ao cliente depois de o comprar?

Estrutura de custos

Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio?
Quais são os recursos chave mais caros?
Quais são as atividades chave mais caras?

É O SEU MINÚCIO MAIN
Dirigido por custos (estrutura de custos mais simples, proposta de valor de preço baixo, automação máxima, transação extensiva)
Dirigido por valor (focado em criação de valor, proposta de valor premium)

CARACTERÍSTICAS DE EXEMPLO:
Custos fixos (salários, rendas, utilidades)
Custos variáveis
Custos de escala
Economias de escala
Economias de escopo



Fontes de renda

Por que valor estão dispostos a pagar nossos clientes?
Por que pagam atualmente?
Como pagam atualmente?
Como eles gostariam de pagar?
Quanto geram as diferentes fontes de renda ao total da renda?

TIPOS
Venda de ativos
Taxes de uso
Taxes de assinatura
Licensing/Renting/Leasing
Licenciamento
Taxes de broker
Anúncio

PREÇOS FIXOS
Preço por item
Dependente de características do produto
Dependente do segmento de cliente
Dependente do volume

PREÇOS DINÂMICOS
Negociação (Bargaining)
Bids management
Minúcio em tempo real



MVP

MVP é a sigla de Minimum Viable Product e significa produto mínimo viável. Consiste em lançar um novo produto ou serviço com o menor investimento possível, para testar o negócio antes de aportar grandes investimentos.

COMO CONSTRUIR UM MVP

NÃO É ASSIM



É ASSIM





1



2



3



4

ALSO HOW **NOT TO BUILD** A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

HOW **TO BUILD** A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



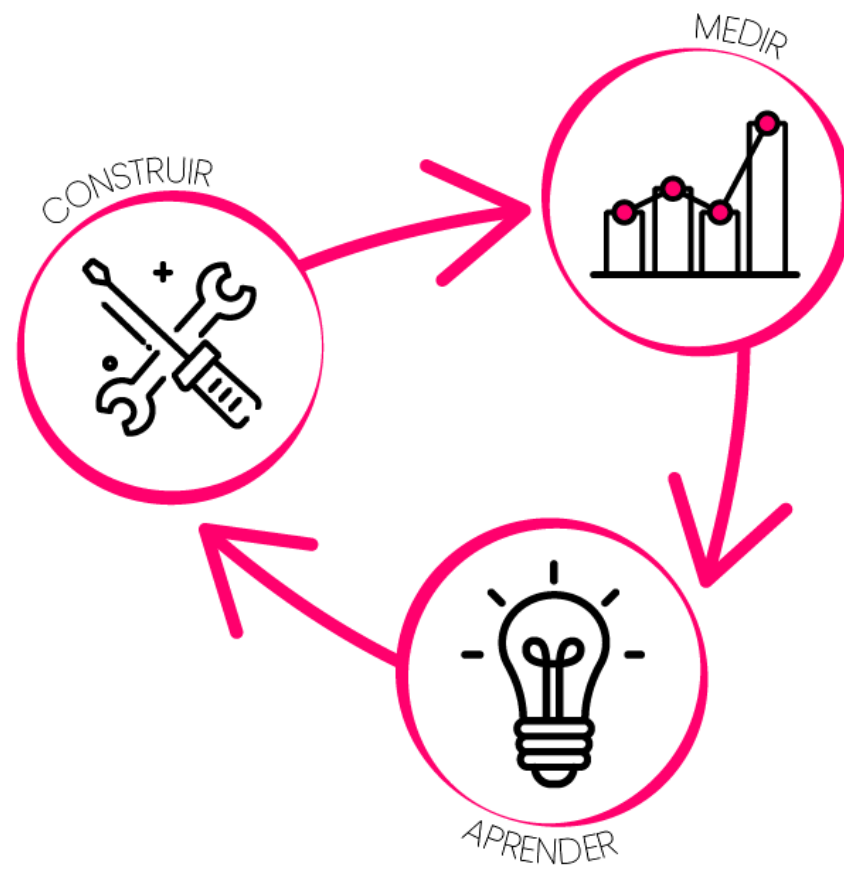
2



3



4



san francisco

Check in

08/18/2008

Check out

08/20/2008

Guests

1

[Search](#)

[Sorting Options](#)

1–10 out of 16 listings.

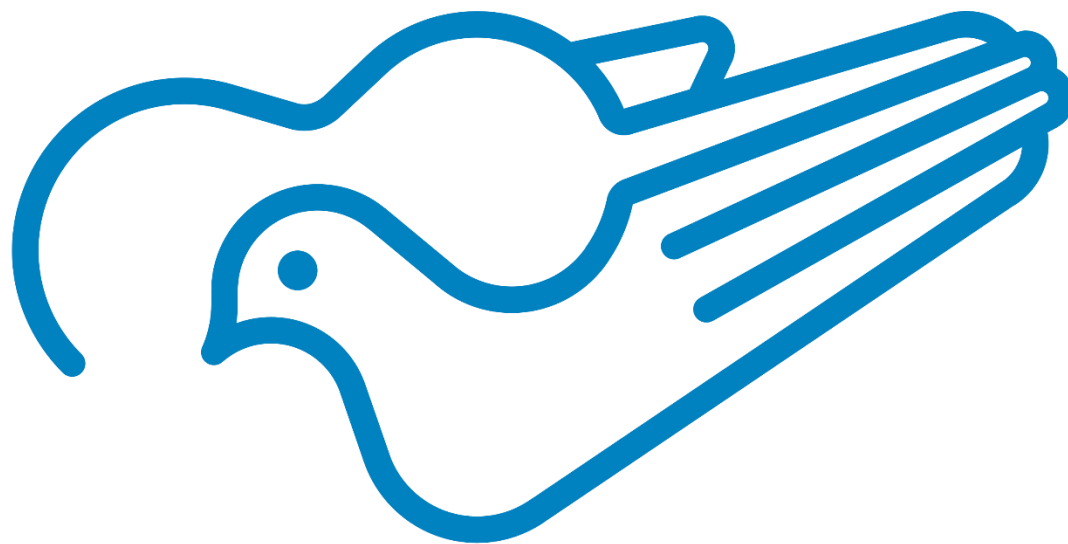
	"tikitastic"	\$10
	"Cute!"	\$25
	"Simple"	\$50
	"AwesomeRoom"	\$50
	"happy"	\$50
	"Victorian"	\$50
	"Get Fit!"	\$80
	"Sunny"	\$85
	"Cute"	\$90
	"Modern"	\$99

1 2 [Next](#)





ESEMPIO



Canção Nova

Identificação do desafio



ESTABELEÇA O DESAFIO

1) Discuta

- Liste temas possíveis;
- Delimite o problema;
- Estabeleça limites;
- Esboce objetivos finais.

2) Encontre o foco

Qual é o projeto a ser desenvolvido (tema escolhido)?

Festa de final de ano

3) Defina o desafio

Formule a pergunta

Como promover uma festa de final de ano que seja agradável e evangelizadora, que gere a satisfação dos colaboradores e promova a participação de mais de 60% das pessoas, nos ajudando a melhorar o clima organizacional, celebrar o engajamento e motivar para o próximo ano.

4) Pense em indicadores (KPIs)

Quais indicadores podem ser impactados pelo projeto?

- **Índice de participação**
- **Pesquisa de satisfação**

5) Defina os Stakeholders

Quais as partes interessadas no projeto?

Colaboradores/ diretoria/ diocese/ fornecedores

SUGESTÃO:

Como... (resolver, criar, desenvolver, elaborar, estruturar, aumentar, diminuir, etc...)

...definir o problema...

...que seja... (de baixo custo, rápido, inédito, envolvente, de alta qualidade, etc...)

...nos ajudando a... (aumentar a participação das pessoas, melhorar os resultados, diminuir o absenteísmo, reduzir acidentes, etc...)

...?

0) Identificação do “desafio”

Como promover uma festa de final de ano que seja agradável e evangelizadora, que gere a satisfação dos colaboradores e promova a participação de mais de 60% das pessoas, nos ajudando a melhorar o clima organizacional, celebrar o engajamento e motivar para o próximo ano.

1) Imersão

- Matriz CSD
- Pesquisa com questionário online (obteve 70% de respostas)
- Entrevista com alguns funcionários operacionais
- Pesquisa na internet sobre festas de final de ano cristãs
- Conversa com colegas de RH sobre boas práticas

2) Análise e Síntese

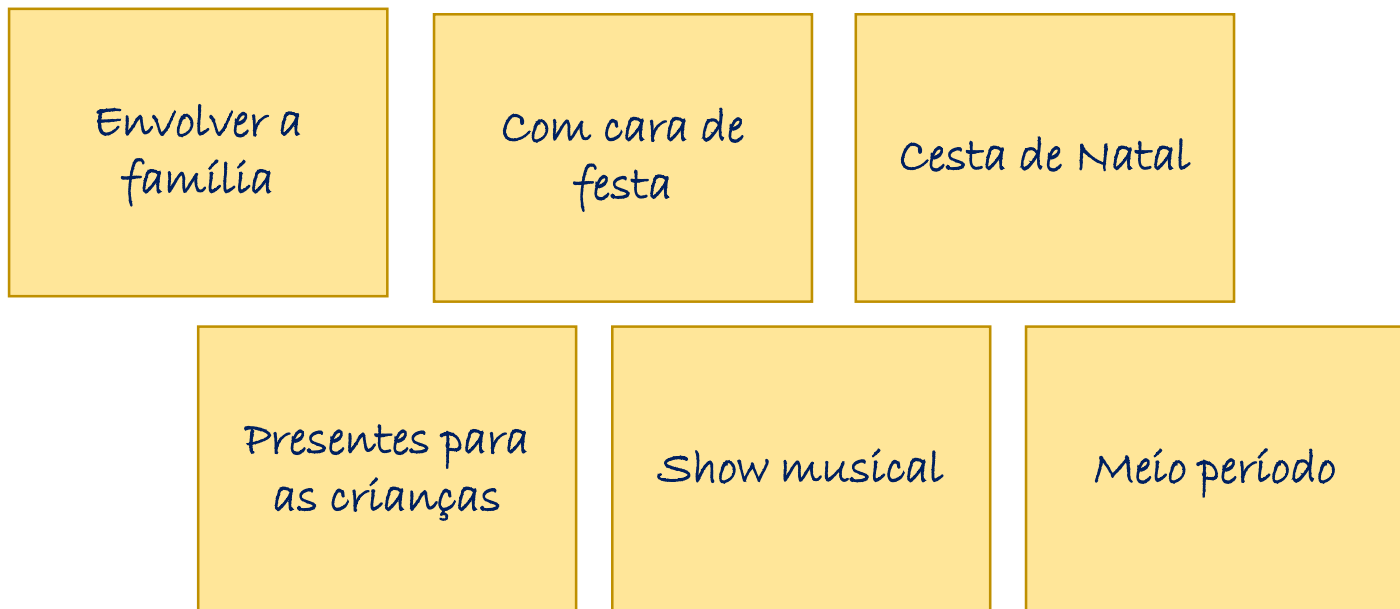
- Mapa da Empatia
- Refinando o problema





2) Análise e Síntese

- Mapa da Empatia
- Refinando o problema



3) Ideação

- Definição de personas
- Brainstorming



4) Prototipação

- a) Criaram uma “jornada do usuário” com o fluxo da experiência do colaborador e um “roteiro” de como seria a agenda do evento;
- b) Mostraram para algumas pessoas da diretoria e colaboradores;
- c) Ouviram opiniões e revisaram;
- d) Fizeram a programação final.

CRONOGRAMA:

8:00: Missa de abertura
(homenagem da Diocese e Pe. Jonas)

9:00: Sorteio de Brindes

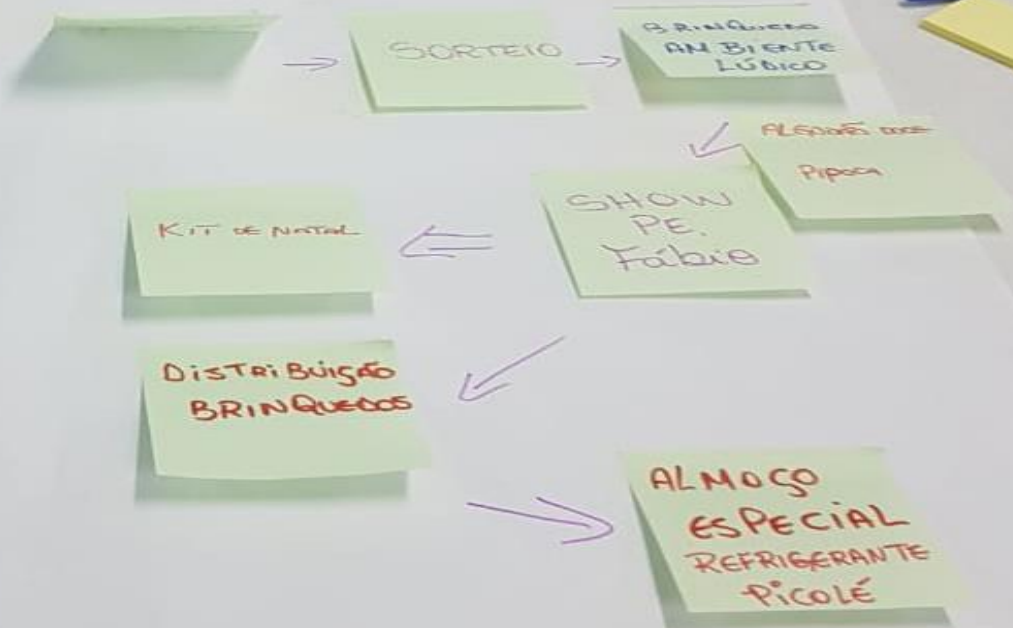
9:00 às 14:00: Brinquedos e ambiente
lúdico para as crianças

9:30 às 10:30: Show do Pe. Fabio de Melo

10:30 às 13:00: Entrega dos kits de Natal
e entrega de brinquedos para os felizes

00 às 14:00: Almoço especial

FESTA DE CONFRATERNIZAÇÃO

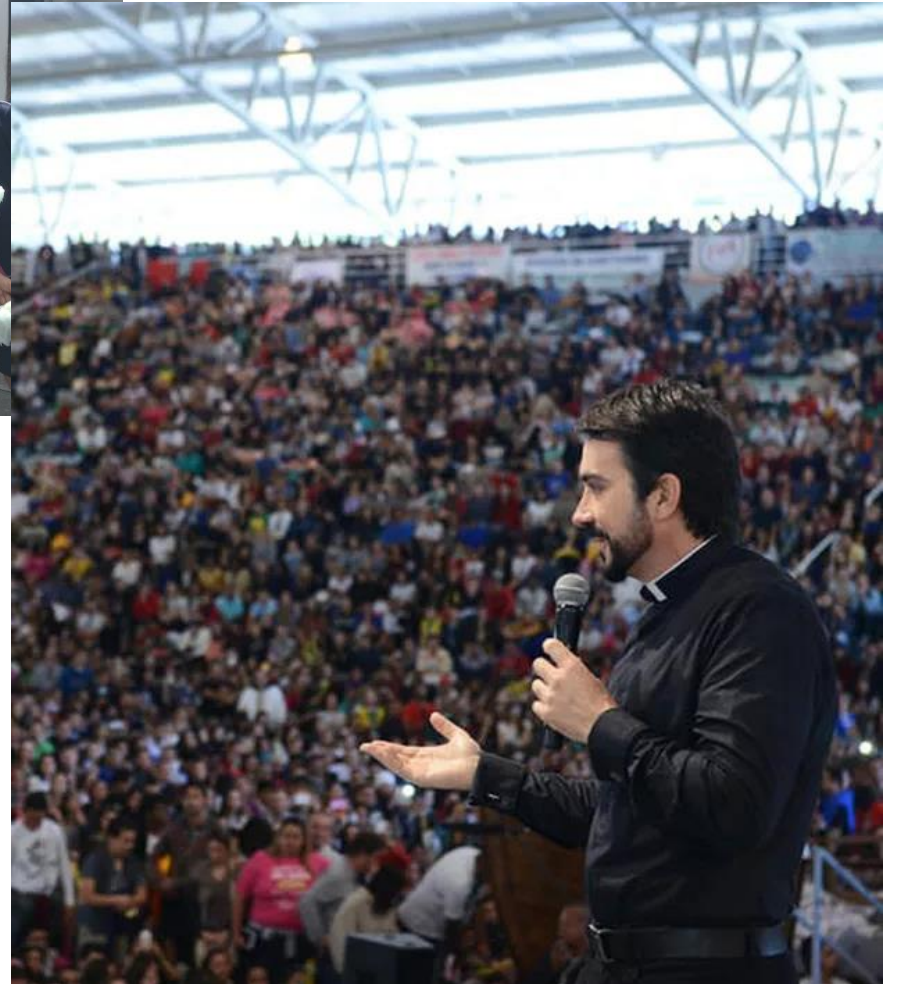


5) Implementação

Promoveram a festa e avaliaram a participação e satisfação

Participação: 92%

Satisfação: 99,5% (NPS)



Design Sprint

