



Dinâmicas de Design

Jeancarlo Cerasoli

Senior Experience Manager
jeancarlof@ciandt.com

Mauro Radomile

Business Director at CI&T
mscatena@ciandt.com



O PROBLEMA

- **Clientes** mais exigentes
- **Concorrência** acirrada
- **Ineficiência** operacional
- **Margens** menores



POR QUE AGORA?

- Consumidores **conectados**
- Velocidade do **digital**
- Incertezas da **"inovação"**



ONDE O **DESIGN** PODE TE LEVAR?

- Clientes **satisfeitos**
(e até surpreendidos)
- Equipes **empoderadas**
e com foco comum
- Soluções diferentes,
eficientes e simples



MAS

COMO FAZER?

COMO

Design: intenção, direção

1. Entender **contexto**
2. Gerar **consenso**
3. Prototipar **ideias**
4. Analisar **feedbacks**



COMO

Design

1. Entender **contexto**

COMO SEU DESAFIO É PERCEBIDO?

- **Pesquisas** de mercado
- **Entrevistas**
- **Mapeamento** dos consumidores, seus pontos de contato e jornada
- **Ecossistema** atual e futuro de tecnologia
- Service **Blueprint**
- Abordagem **A3**
- Etc.

A3



COMO

Design

1. Entender **contexto**
2. Gerar **consenso**

COMO CONSTRUIR FOCO E CONVICÇÃO EMOCIONAL?

- Workshop de **cocriação**
- Fatos, Barreiras e **Oportunidades** (Matriz **CSD** - Certezas, Suposições e Dúvidas)
- Mapa de **calor**
- Critérios de **Sucesso**
- **Five Bold Steps**
- Perfil ideal de **Consumidor**
- Etc.

5 BOLD STEPS VISION®



©THE GROVE CONSULTANTS
INTERNATIONAL
This version by
designabetterbusiness.com

SUPPORTS

What are the supports that **strengthen** you while reaching your vision?

BOLD STEPS

The big steps towards your vision

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

CHALLENGES

What are the challenges that **hinder** you while reaching your vision?

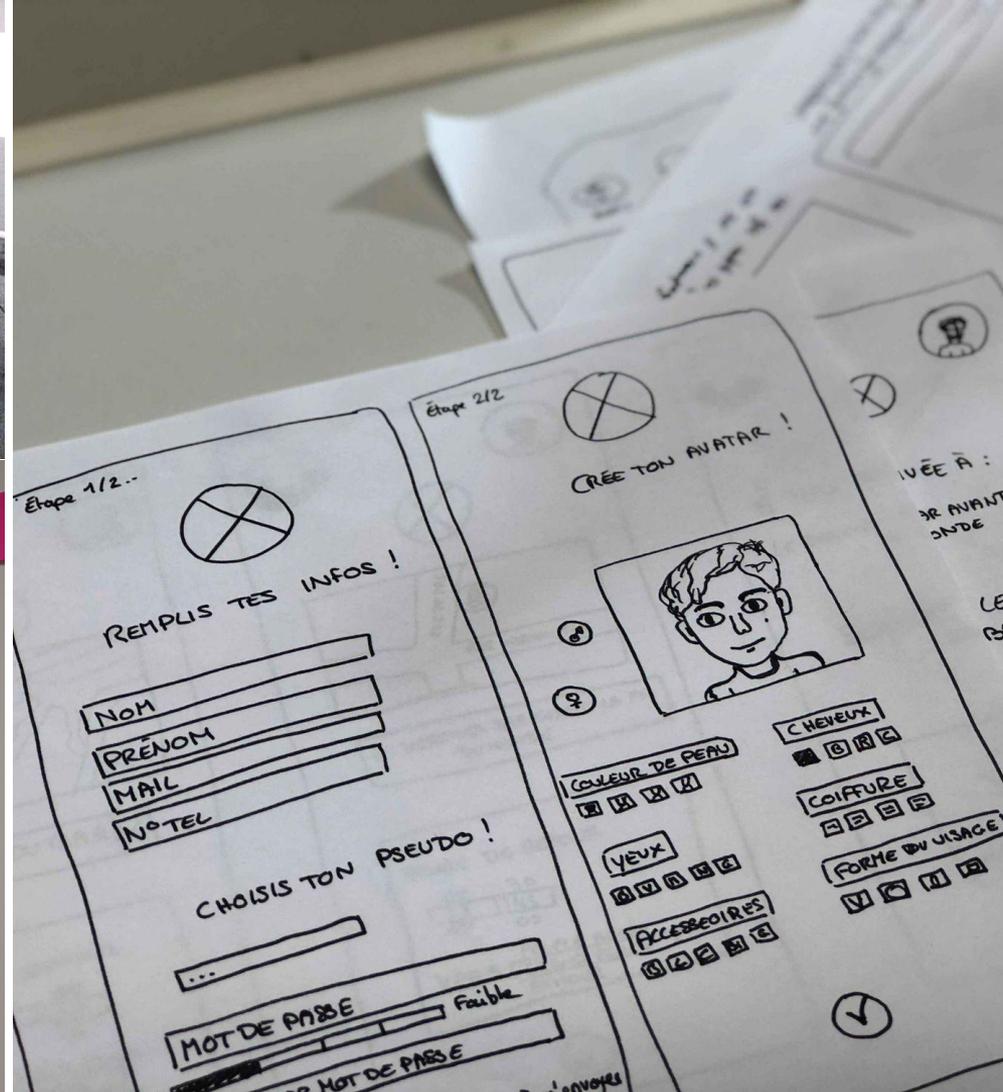
IDEIAS

Design

1. Entender **contexto**
2. Gerar **consenso**
3. Prototipar **ideias**

COMO AVALIAR SOLUÇÕES CANDIDATAS COM RAPIDEZ?

- **MVP** de Guardanapo
- Protótipos **em papel**
- Protótipos **navegáveis**
- **Encenação** (visita guiada)
- *"Fake" landing pages*
- **Piloto** temporário
- Etc.



FEEDBACKS

Design

1. Entender **contexto**
2. Gerar **consenso**
3. Prototipar **ideias**
4. Analisar **feedbacks**

COMO APRENDER E PIVOTAR COM AGILIDADE?

- **Ciclos curtos** de experimentação
- Testes **A/B**
- **Soft** launch
- Testes de **Usabilidade**
- **Entrevistas**
- Indicadores de **Impacto**
- Etc.

EXPERIMENTO QUE
DECOLOU E AGORA
ESTÁ ACELERANDO



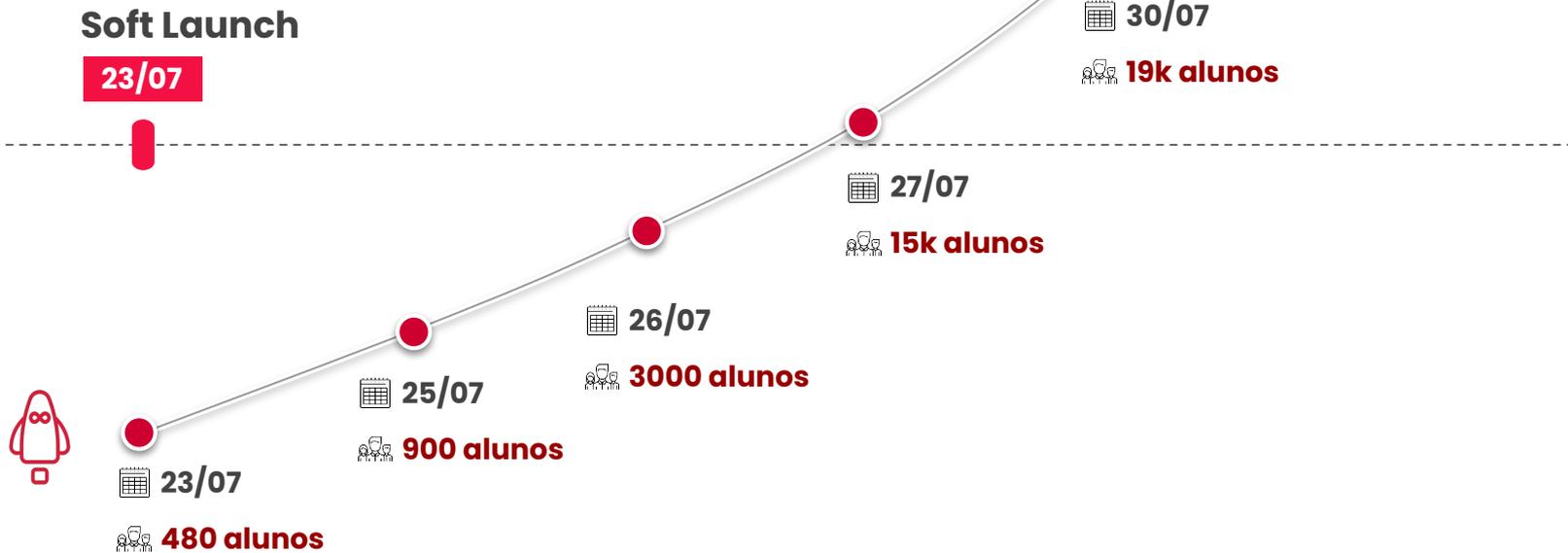
Coca-Cola



- RECEITA
- MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO
- VOLUME
- ITENS POR LOJA
- TAXA DE GREVE
- SATISFAÇÃO DO CLIENTE

SOFT LAUNCH

Lançamento de produtos e serviços para um **público pré-definido** e de maneira controlada..



ãnima
EDUCAÇÃO

cielo

Panasonic

ABInBev



astellas

GrupoBoticário

Telefonica
vivo

Coca-Cola

Invesco

VISA

ALPARGATAS



É ASSIM QUE DESTRAVAMOS
O POTENCIAL DE ALGUMAS
DAS **MAIORES MARCAS**
DO BRASIL E DO MUNDO

BLACKROCK

Itaú

raízen

bradesco

motorola
a Rockwell company

Google

iHeart MEDIA

PORTO SEGURO

Johnson & Johnson

Nestlé



Ingredion

Carrefour

BANK OF THE WEST
BNP PARIBAS

SulAmérica

MITSUI
SUMITOMO

KOHL'S

CI&T

ciandt.com

OBRIGADO

Jeancarlo Cerasoli

Senior Experience Manager
jeancarlof@ciandt.com

Mauro Radomile

Business Director at CI&T
mscatena@ciandt.com

CI&T Driven by **Impact**

Q&A

Perguntas
e Respostas

