



New

Design Thinking para a inovação na empresa

A criatividade sistematizada como catalisador de inovação e da transformação do capital humano das organizações

 Presencial

Duração : 2 dias (14 horas)

Referência : 1140

Preço : 1.100,00 € + IVA

Intra empresa : Sob consulta

⇒ Disponível em formato presencial e 100% digital

A criatividade, talento e engenho das pessoas e das organizações é, por vezes, visto como um campo pouco analítico e sistematizado e, deste modo, com pouca utilidade estratégica. Porém, estes 3 elementos, muitas vezes de forma fortuita e ocasional, têm o poder de abrir novos ciclos de negócio às empresas, com alto contributo na durabilidade e prosperidade das mesmas.

A necessidade do uso do engenho, criatividade, talentos únicos e conhecimento acumulado do capital humano das organizações tem vindo a aumentar pelo seu potencial competitivo e inovador. O Design Thinking (DT) é uma abordagem que permite explorar de forma aberta e participativa, porém estruturada e bem enquadrada, o potencial humano, para encontrar oportunidades, resolver problemas e/ou explorar soluções válidas e singulares (tecnologicamente viáveis e financeiramente sustentáveis), que satisfaçam as necessidades dos utilizadores).

Este curso tem o intuito de, num equilíbrio entre teoria e prática, capacitar os participantes, as suas equipas, departamentos e as organizações com uma abordagem sistémica, com novos processos e ferramentas que apoiam e fomentam o talento individual e de grupo de forma colaborativa e estratégica.

Objetivos

Através desta formação os participantes podem:

- Aplicar a abordagem do Design Thinking para capitalizar o talento, criatividade, engenho e conhecimento do capital humano das organizações;
- Implementar ferramentas criativas e analíticas com maior uso nas abordagens Design Thinking para o entendimento de problemas e exploração de soluções;
- Criar, desenvolver, estruturar, planificar e implementar processos participativos e colaborativos de Design Thinking.

Destinatários

- Profissionais que desejam experimentar a abordagem imersiva do Design Thinking: responsáveis pelo desenvolvimento de novos produtos e serviços, responsáveis pela inovação, responsáveis de marketing, product managers, etc.

Percurso de aprendizagem

Conhecer os conceitos e o processo base do Design Thinking

- Design Thinking: o que é e como se distingue de entre outras abordagens de inovação.
- A utilidade e aplicabilidade do Design Thinking em diferentes áreas de negócio.
- Processo e objetivos associados à abordagem do Design Thinking: As 5 fases do Design Thinking.
- Ferramentas associadas ao Design Thinking.

Desenvolver a Empatia com o cliente/utilizador

- Ferramentas chave para trabalhar a empatia:
 - A persona ou utilizador;
 - O mapa da experiência do cliente;
 - O mapa de empatia.
- Exercícios de aplicação prática.

Definir a necessidade

- Ferramentas práticas para definir a necessidade:
 - Separar e agrupar;
 - Os ângulos de ataque;
 - O pensamento convergente e divergente.
- Definir o desafio a superar para satisfazer as necessidades do cliente/utilizador.
- Exercícios de aplicação prática.

Idealizar

- Ferramentas da criatividade: desenvolver a *criatividade*, colaboração e trabalho em equipa.
- Exercícios de aplicação prática.

Prototipar e testar a solução

- A etapa da prototipagem e as ferramentas operacionais a considerar.
- Comunicar e lançar da sua nova solução: a utilidade do storytelling.
- Testar e avaliar a solução junto do cliente / utilizador final para garantir a sua satisfação.
- Exercícios de aplicação prática.

Métodos pedagógicos

- Será simulado um processo sistémico de Design Thinking com aplicação direta de ferramentas criativas e de análise para a identificação de novas oportunidades, resolução de problemas e/ou criação de soluções estratégicas e inovadoras.

Pontos fortes

- Compreender as vantagens competitivas e os desafios culturais que advêm da abordagem Design Thinking;
- Forte componente prática que permitem ilustrar a implementação da metodologia do Design Thinking e aumentar a sua capacidade de inovação ao nível de produtos ou serviços.