

Design Thinking

Centrar a inovação no cliente

 Online

 14 horas

Preço : 950,00 € + IVA

Intra empresa : (desde) 3.900,00 € + IVA

Referência: 8865

O Design Thinking é uma abordagem inovadora com origem na Califórnia que se inspira na mentalidade dos designers, colocando as necessidades do cliente e a experimentação no centro do processo. Esta formação permite aos participantes descobrir e praticar a abordagem de cinco passos do Design Thinking.

O processo de Design Thinking baseia-se em três pilares:

- Empatia: colocar o cliente no centro da inovação, compreender as suas motivações profundas e antecipar as suas necessidades.
- Criatividade: procurar ideias originais que satisfaçam verdadeiramente as necessidades do cliente.
- Prototipagem: acelerar a curva de aprendizagem, expor rapidamente o cliente às soluções propostas e reduzir os riscos.

Destinatários



Para quem?

- Qualquer pessoa responsável por um projeto de inovação.
- Gestores responsáveis pela implementação e liderança da inovação.
- Gestores de projetos de desenvolvimento de novos produtos/serviços.
- Gestores de R&D, gestores de marketing. Gestores de produtos de marketing, gestores de vendas, diretores comerciais.



Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percorso de aprendizagem

Compreender o Mindset e os princípios fundamentais da abordagem

- Compreender a mudança de paradigma trazida pelo Design Thinking
- Posicionar o Design Thinking entre outras abordagens de inovação (Lean Startup, Agilidade)
- Explorar o processo de Design Thinking

Explorar a perspetiva do utilizador: criar empatia

- Criar empatia genuína com o cliente através de quatro ferramentas:
- Personas: perfis de utilizadores representativos
- Mapa de experiência do cliente
- Questionamento estruturado WHW (What, How, Why)
- Mapa de empatia: visualizar necessidades e motivações

Definir a necessidade real

- Utilizar três ferramentas para a definição precisa da necessidade:
- Saturação e agrupamento de insights
- Ângulo de abordagem ao problema
- Técnica da questão paradoxal
- Estruturar o desafio concreto a resolver para satisfazer as necessidades do cliente

Ideação criativa

- Dinamizar sessões de criatividade eficazes
- Utilizar quatro ferramentas de criatividade: exercícios de aquecimento, brainstorming, Ciclos criativos iterativos e metodologias de seleção e priorização de ideias

Prototipar e testar a solução

- Desenvolver protótipos tangíveis da solução
- Construir um pitch convincente para a sua inovação
- Desenvolver um protótipo da solução
- Colocar o cliente no centro do processo de validação através de duas ferramentas:
 - Técnica das três frases de apreciação
 - Grelha de síntese de opiniões



Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Implementar a abordagem do Design Thinking para inovar em produtos e serviços.
- Utilizar ferramentas de Design Thinking em cada fase do processo



Métodos pedagógicos

Através de diversas atividades e desafios propostos na sessão síncrona e durante a aprendizagem online, este percurso provoca e estimula o envolvimento ativo e constante de todos os participantes. A sua forte componente prática (autodiagnósticos, simulações com feedback personalizado, etc.), visa recriar o quotidiano profissional de forma a potenciar a performance e a transferência das aprendizagens para o contexto de trabalho.



Pontos fortes

- Esta formação centra-se na aplicação de competências em contexto de trabalho. Para garantir uma maior eficácia conjuga os benefícios da formação em grupo a atividades individuais digitais para consolidação da aprendizagem e sua transferência para o local de trabalho.
- É apresentado um estudo de caso que permite praticar a aplicação da abordagem e das suas ferramentas.
- Um best-seller de formação elogiado por milhares de formandos.



Datas 2026 - Référence 8865



Últimas inscrições



Realização garantida

De 16 mar a 17 mar

De 19 out a 20 out