Change By Design

Change By Design
Ano de publicação: 2019
Autor: Tim Brown
224 páginas
Link para compra: https://amzn.to/34AmbCK

O livro "*Charge by Design*", lançado em 2019 pelo escritor Tim Brown, cita o papel do *design* na criação e desenvolvimento de organizações nas empresas, comunidades e governos.
Essa obra é composta por uma abordagem discreta e empolgante, relacionado à inovação que inspira designers. Esse processo é chamado de *design thinking*.

Principais ideias do livro

Avaliação geral

8

8 Aplicabilidade
8 Inspiração
8 Inovação
9 Impacto no resultado
8 Estrutura

- "*Design thinking*" se move através de inspiração, problema e concepção para execução;
- Observe o que as pessoas fazem, o que não fazem e o que não podem explicar;
- "*Design thinking*" funciona através de quatro estados mentais;
- Crie protótipos rapidamente;
- Histórias são essenciais para projetar o pensamento;
- A distinção entre produtos e serviços é cada vez mais difusa;
- Inove e projete para um propósito.

Esse livro é indicado para quem?

A metodologia *design thinking* é útil tanto para indústria criativa quanto para as demais que desejam criar e desenvolver suas empresas.
Além do mais, o *design thinking* pode ser aplicado em organizações com objetivo de solucionar problemas. Caso tenha interesse, os ensinamentos de Brown vão lhe dar suporte. Então, vamos lá!

Visão geral do livro

Overview: O processo de "*design thinking*"

Muitas vezes, a inovação é vista apenas como um processo de criação de uma nova tecnologia, no entanto, ela é mais complexa do que isso. Definir a inovação dessa forma é simples demais.
Por outro lado, o "*design thinking*" fornece uma maneira de abordar o processo de inovação e, assim, obter uma compreensão mais sofisticada da própria inovação.
Ele nos incentiva a usar um método mais integrado. Esse método contempla três "espaços" através deles um projeto pode circular várias vezes, ou seja, não é um método de direção única.
Em primeiro lugar, temos a **inspiração**. Ela consiste em considerar o problema ou oportunidade com o propósito de resolvê-lo ou aproveitá-la.
Em segundo, temos a **concepção**. Nesse ponto, aperfeiçoamos as ideias e teorias e as colocamos em teste. Por último, tem-se a **execução**, que consiste em expormos a ideia ao mercado.
Tim Brown diz que a maioria das inovações passa por cada passo várias vezes, pois isso faz parte do processo de "*design thinking*". É claro que, na etapa de concepção, por exemplo, o produto que você está desenvolvendo poderia ganhar recursos que supera a resolução inicial do problema.

> *O otimismo requer confiança, e a confiança se baseia na confiança. E a confiança, como sabemos, flui em ambas as direções.*

Por esse motivo, é conveniente repassar pelo processo de inspiração, pois, fazendo isso, seu produto será capaz de solucionar outros tipos de problema.
Portanto, uma solução integrada possui três aspectos equilibrados: praticabilidade, viabilidade e conveniência. No desenvolver de seus projetos, você deve utilizar essa ideia de integração como a base do seu pensamento.

Overview: Observe o que as pessoas fazem, dizem e o que podem explicar

Tim Brown deixa claro que, através da observação, você pode obter *insights* sobre como as pessoas realmente realizam suas atividades, o que elas fazem ou não, o que elas dizem ou não e o que podem explicar ou não. Entretanto é preciso prática.
Ainda segundo o autor, "não é simples escolher quem será observado, quais técnicas de pesquisa empregar, como extrair inferências úteis das informações coletadas, ou quando iniciar o processo de síntese que começa a nos apontar para uma solução". Contudo, a observação depende da qualidade, não da quantidade.
Outro ponto importante é que os hábitos de compra das pessoas que habitam o centro de seu mercado merecem destaque, pois são eles que nos dirão se uma ideia é válida em larga escala.
Entretanto, para desenvolvermos algo novo é necessário focarmos nas bordas do mercado, porque é lá que existem os consumidores que vivem de maneira diferente, pensam diferente e consomem diferente.

Overview: O poder das histórias no "*design thinking*"

Nossa paixão pelas histórias começa cedo, e elas são, pelo menos em partes, responsáveis pelo modo como entendemos as ideias e os conceitos. Então, não é surpresa dizer que narrá-las também exerce um papel importante no "*design thinking*".
Os "*design thinkers*" fazem uso das histórias para transformar um produto em algo mais próximo dos clientes, como se fosse uma relação entre eles.
Para criar uma boa história, um "*design thinker*" deve levar em consideração qual a origem do produto e como o cliente fará uso dele. Vale ressaltar que a história deve envolver o cliente em todas as etapas, até mesmo no início da vida útil do produto.

Tim Brown diz que as histórias mais importantes são aquelas que os clientes podem escrever. Ao fazer parte, ativamente, da história de um produto, os clientes estarão mais predispostos a usá-lo.
A organização humanitária "*The American Red Cross*" enfatiza a importância de doar sangue, com isso, ao convidar as pessoas para compartilharem suas histórias e motivações, ela mostrou que uma transfusão de sangue é capaz de salvar uma vida.

O que outros autores dizem a respeito?

Na obra "A Cabeça de Steve Jobs", o autor nos mostra como as mudanças ocorreram na Apple e como se tornou uma das maiores empresas do mundo. Steve conseguiu disseminar sua paixão para seus funcionários, fazendo com que eles contribuíssem com a sua melhor versão com a ideia de revolucionar o mundo e construir algo grandioso a partir da criação dos produtos.
Temos também a obra "Elon Musk", do autor Ashlee Vance, que aborda sobre a importância de pensar grande, em não se preocupar se a ideia for loucura, pois, afinal, Musk provou que pode ser colocada em prática qualquer loucura.
O império de Musk é constituído por três grandes empresas: Tesla, SpaceX e SolarCity. Essas empresas apresentam grandes sucessos individuais. Musk sempre teve grandes planos e excelentes ideias. E o melhor: colocou essas ideias em prática, através de produtos revolucionários.
As inovações de Musk não pararam. Uma de suas próximas iniciativas é adotar um novo modelo de transporte, chamado de *Hyperloop*, com objetivo de transportar pessoas e carros por meio de cápsulas.

Certo, mas como eu posso aplicar isso na minha vida?

Criar inovações que transformam o mundo requer começar com o pensamento correto de design - um que foque na fluidez, una as pessoas e preserve seu foco nas aplicações e implicações reais de uma ideia.
Para ajudá-lo a se tornar uma pessoa mais flexível na hora de solucionar problemas, pergunte-se: Por quê? Por exemplo, "Por que o céu é azul? Por que os pássaros não caem dos galhos quando dormem?".
Segundo o autor, essas perguntas devem ser feitas uma vez por dia. Além disso, você pode até encontrar inspiração para criar outros produtos e serviços.

Se você gostou desse livro, aproveite para conhecer nosso acervo completo com centenas de Pocketbooks dos maiores sucessos nas áreas de gestão, marketing e vendas, liderança, estratégia, desenvolvimento pessoal e empreendedorismo!

Clique e acesse agora: www.pocketbook4you.com

O conteúdo apresentado acima traduz a visão e análise crítica da nossa equipe de redatores, respeitando os fundamentos de propriedade intelectual no Brasil (artigo 8, inciso I). Nenhuma parte do livro está sendo copiada. São conteúdos únicos e exclusivos, sempre dando créditos aos autores e indicando o link para aquisição da obra completa. A PocketBook4You respeita o código de direitos autorais de acordo com o estabelecido na legislação brasileira, Lei 9.610/98. Este conteúdo é de propriedade exclusiva da PocketBook4You e está protegido pela Lei de Direitos Autorais em seus artigos 46, I, (a) e em seu artigo 47, isso porque não se trata de reprodução e também não lhe implicam qualquer descrédito, pelo contrário, o direito moral é protegido e, como ressaltado anteriormente, o leitor recebe um link para adquirir a obra. É proibida a reprodução deste material sem a autorização da empresa.