

APÊNDICE C

Figura 13 - Explicação Framework

COMO ELICITAR REQUISITOS COM DESIGN THINKING



DESIGN THINKING

É um processo de pensamento crítico e criativo que permite organizar informações e ideias, tomar decisões, aprimorar situações e adquirir conhecimento.

Pode ser utilizado para resolver muitos tipos de problema, principalmente aqueles que:



Não tem definição clara



São situações mutáveis



Muitos envolvidos

O FRAMEWORK

1 CAIXA DE PRODUTO

PASSO A PASSO

Nesta técnica equipes de stakeholder irão criar uma caixa que demonstrará o que será o produto, inserindo nome, usuários e características.



Caso queiram poderão inserir slogan e desenhos. Após fazer a caixa, as equipes irão simular a venda de seu produto para as outras equipes.

OBJETIVOS

Criar uma visão única do produto, evitando divergência de opiniões e desentendimento com o resultado esperado.

Motivar o comprometimento de cada envolvido no projeto.

2 PERSONA

PASSO A PASSO

Identificar os perfis dos envolvidos, entender o papel de cada um, o que faz e como que faz.

Criar um personagem fictício para representar os perfis identificados e descrever um contexto, cenário e situação para cada perfil

OBJETIVOS

Entender o papel de cada envolvido no projeto, para que seja elaborado soluções de software que gere resultado para cada cadeia de usuário.

	CARGO: Gerente de Suprimento
	INFORMAÇÕES: Marcelo é um workaholic, trabalha o tempo todo, não em muito tempo para estudar. Ele dedica a maior parte do dia para monitorar e controlar a equipe, composta por 20 pessoas. Ele tem um pouco de dificuldade em acompanhar os processos enquanto executa as próprias atividades, ele não utiliza ferramentas de gestão ou segue boas práticas de gestão de projeto.
NOME: Marcelo Luís	
IDADE: 27 anos	

3 CADERNO DE SENSIBILIZAÇÃO

PASSO A PASSO

Nesta técnica do caderno de sensibilização, o profissional irá escrever sobre seu dia a dia, colocar imagens, desenhos que representem determinada situação, comentários de algo inusitado que ocorreu em sua rotina, para assim auxiliar o entendimento do universo do profissional.



7:15-Acordar

7:30-Café da Manhã



9:00-Reunião

OBJETIVOS

Entender o comportamento dos usuários, suas dificuldades em determinados processos e em obter informações.

4 CANVAS DO VALOR DA PROPOSTA

PASSO A PASSO

Reunir os envolvidos e motivá-los a pensar sobre o perfil do cliente e quais valores serão entregues a eles.



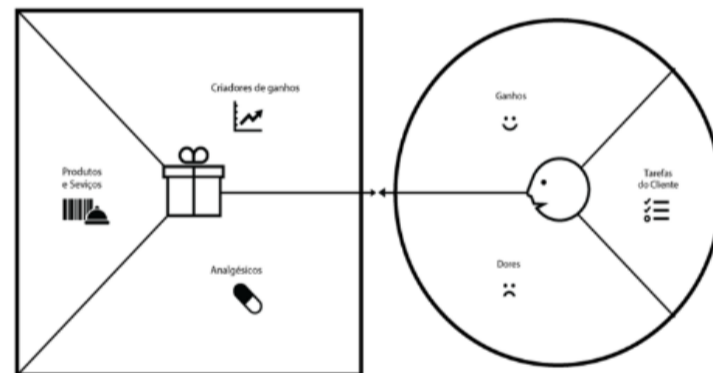
Nas tarefas deverão ser listados todas ações realizadas pelo usuário no dia a dia que envolverá o software. Nas dores será identificado os problemas que

precisam de solução e nos ganhos todos os benefícios que o cliente terá com o produto.

Listar nos analgésicos o que fará que os problemas do usuário seja resolvido. Em criadores de ganhos descrever o diferencial do produto, que trará os benefícios ao cliente. Em Produtos e serviços pontuar o que será oferecido para o usuário.

OBJETIVOS

Definir quais valores e benefícios serão entregues para o cliente.



RESULTADO ESPERADO

O analista conseguirá abstrair os principais requisitos funcionais do software, baseado na necessidade do usuário.

Para validar o resultado o analista de requisitos deverá preencher o checklist de validação de cada etapa, anexo a este material.

Referências

STICKDORN, Marck. Isto é design thinking de serviços. Porto Alegre: Bookman, 2014.

Standish Group International (2014). The Chaos Report. Disponível em: <https://www.projectsmart.co.uk/white-papers/chaos-report.pdf>. Acesso em: 7 abril. 2017

OSTERWALDER, Alex. Value Proposition Degin: Como construir propostas de valor inovadoras. São Paulo: HSM, 2016.

VIANNA, Maurício, et al. Design thinking: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

Acadêmicos:
Cristiele Josefa Conceição
Gustavo Henrique Silva

Orientadora:
Luciana Nishi

