

Inovação & Design

2

# Idéias

Lígia Fascioni  
www.ligiafascioni.com.br



## Ele sabe o que diz...

www.ligiafascioni.com.br



O Gênio é 99% transpiração e 1% inspiração.

Quem é esse cara?

[Dica: ele registrou 1.093 patentes nos EUA, entre elas o fonógrafo e o projetor de filmes]

## Invenção é o mesmo que inovação?

www.ligiafascioni.com.br



*"A invenção é uma concepção resultante do exercício da capacidade de criação do homem, que represente uma solução para um problema técnico específico, dentro de um determinado campo tecnológico e que possa ser fabricada ou utilizada industrialmente."*

Lei da Propriedade Intelectual, 1996.

## Invenção ou inovação?

www.ligiafascioni.com.br




## Invenção ou inovação?

www.ligiafascioni.com.br




## Invenção ou inovação?

www.ligiafascioni.com.br




## Invenção ou inovação?

www.ligiafascioni.com.br



## Invenção ou inovação?

www.ligiafascioni.com.br



## Exercício: por quê?

www.ligiafascioni.com.br



- Formar grupos
- Cada grupo deve apontar **três invenções/ inovações** que não deram certo e discutir os motivos.
- Tempo: 15 minutos

## Combustível para inovação

www.ligiafascioni.com.br



1. Novos conhecimentos
2. Consumidores
3. Usuários líderes
4. Design de empatia
5. Fábrica de invenções
6. Parcerias

## 1. Novos conhecimentos?

www.ligiafascioni.com.br



- Uma boa idéia é geralmente o produto de um **arranjo inusitado** de conhecimentos
- É preciso **estudar** muito!
- Pode **demorar** muito para dar resultado
- Mas vale a pena!

## Pesquisa básica

www.ligiafascioni.com.br



- Novos materiais
- Novas tecnologias
- Engenharia genética
- Catalisadores:
  - Guerras
  - Corrida espacial

## 2. Consumidores: eles sabem

www.ligiafascioni.com.br



- Identificação de problemas não resolvidos
- Cenários ideais
- Grupo focal
- Pesquisa de mercado: cuidado!
  - Os consumidores podem não entender o produto
  - Podem ficar com medo de perder o que já têm (obsolescência)

## 3. Ouça os usuários líderes

www.ligiafascioni.com.br



- Adaptam o produto para as suas necessidades
- São formadores de opinião
- Buscam soluções para problemas que o mercado ainda não percebeu
- Podem ser pilotos militares, atletas profissionais, crianças e engenheiros criativos, etc

## As 4 fases do Processo

www.ligiafascioni.com.br



1. Ouvir os *stakeholders*
2. Identificar tendências
3. Identificar usuários líderes e aprender com eles
4. Desenvolver os pontos onde os limites serão ultrapassados

## 4. Design de empatia

www.ligiafascioni.com.br



## Na pele do consumidor

www.ligiafascioni.com.br



- Engenheiros, pessoal de marketing e até antropólogos da Harley-Davidson vão aos eventos da tribo
- Desenvolvedores japoneses vão morar com famílias americanas
- IDEO, Procter & Gamble vão a campo sempre

## 5. Fábricas de invenção

www.ligiafascioni.com.br



Sede da IDEO, a maior empresa americana de design

- Menlo Park (Thomas Edison)
- Bell Labs (*Lucent Technology*): transistor, laser, fibra ótica, linguagem C, UNIX, telefone celular, satélites de comunicação
- Universidades, centros de pesquisa, incubadoras

## Empresas híbridas?

www.ligiafascioni.com.br



Debater o artigo

*"Hybrid Organizations as a Strategy for Supporting New Product Development"*

*Design Management Institute, 2005*

## Onde estão as idéias

www.ligiafascioni.com.br



- Intersecção entre novas tecnologias e necessidades dos consumidores (ex: GPS)
- Mudanças demográficas
- Mudanças de mercado
- Ocorrências inesperadas

## 6. Mercado aberto

www.ligiafascioni.com.br



- Licenciamento
- *Joint-ventures*
- Alianças estratégicas
- Parcerias

## De olho no mercado

www.ligiafascioni.com.br



- Comprar idéias pode ajudar a gerar inovações internas
- Vender idéias é um bom modo de ganhar dinheiro e manter talentos
- Vender idéias dá à empresa o real valor das suas inovações
- Vender e comprar idéias ajuda a empresa e identificar o que ela faz de melhor

*Rigby and Zook, Brain & Company*