CICLO DE PALESTRAS
New Business Concepts:
Economia Compartilhada & Inteligência Colectiva, User Experience & Transformação Digital.

INOVA CONSULTING

cubo coworking Itaú

CUBO NETWORK
SÃO PAULO – 6 de Julho – 19h00

WELCOME

cubo coworking Itaú

New Business Concepts: Economia Compartilhada & Inteligência Coletiva, User Experience & Transformação Digital.

LUÍS RASQUILHA

+55 (11) 98560 7271 | Skype: lrasquilha | luis@inovaconsulting.com.br | www.inovaconsulting.com.br

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA | Av. Paulista 1765 7. andar, conj 72CV: 7833 | 01311-200, São Paulo – Brasil
Tel.: +55 (11) 3075-2866 | www.inovaconsulting.com.br

INOVA CONSULTING

Ciclo de Palestras 2016
LUIS RASQUILHA | 6 JULHO 2016

© 2016 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Troiano Branding | INOVA CONSULTING

Marcas nas plataformas de inovação

10 ANOS DE MERCADO

PRESENÇA EM 3 CONTINENTES
(HQ BRZ)

CLIENTES E PARCEIROS GLOBAIS

REFERÊNCIA EM FUTURO, TENDÊNCIAS E INOVAÇÃO
(TRENDSINNOVATION)

PESQUISA EM FUTURO & TENDÊNCIAS
(PROSPECTIVA, FORESIGHT, COOLHUNTING)

CONSULTORIA EM INOVAÇÃO ESTRATÉGICA

EDUCAÇÃO EM FUTURO, TENDÊNCIAS E INOVAÇÃO
(EXECUTIVA, GRADUADA & PÓS GRADUADA)

INOVA CONSULTING

INOVA BUSINESS SCHOOL

QUEM SOMOS?

© 2016 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Troiano Branding

INOVA CONSULTING

Marcas nas plataformas de inovação

CARREIRA PROFISSIONAL

@lrasquilha

CARREIRA ACADÊMICA

FORMAÇÃO

Lic. 93/97: RPP

PG 00 Marketing

MBA 03/04

PG 08 Gestão

Master 09 Emprendedorismo e Gestão da Inovação

Crash Course on Creativity & Design Thinking Action Lab 13

Pós-MBA 14/15

Adv. Program 16 Strategic Management

LUIS RASQUILHA

CEO | INOVA CONSULTING + BUSINESS SCHOOL + RWEAR

PROFESSOR | FIA | COLUNISTA DA RÁDIO CBN | CBN PROFISSIONAL DO FUTURO

(11) 98560 7271 | LUIS@INOVACONSULTING.COM.BR

CICLO DE PALESTRAS 2016

1. Os drivers de mudança do trabalho; O futuro do trabalho e das empresas; 14/3 ✔

2. As 5 MegaTendências e as 18 Timelines de Predições de Negócio 2020-2050; 25/4 ✔

4. Construir, Implementar e Disseminar uma Cultura de Inovação. Modelos, ferramentas e processos; 4/5 ✔

3. As 12 Business Trends 2020; 13/6 ✔

4. New Business Concepts: Economia Compartilhada, Inteligência Colectiva, User Experience, Transformação Digital; 6/7

5. Design Thinking Action Lab; 10/8

6. As Competências de um Profissional Inovador; 12/9

7. Ideation Empresarial. Estímulo e pensamento criativo; 3/10

8. Storytelling: O Poder de Contar Histórias que Emocionam e Vendem; 14/11

CICLO DE PALESTRAS 2016

1. Os drivers de mudança do trabalho; O futuro do trabalho e das empresas; 14/3 ✔

2. As 5 MegaTendências e as 18 Timelines de Predições de Negócio 2020-2050; 25/4 ✔

4. Construir, Implementar e Disseminar uma Cultura de Inovação. Modelos, ferramentas e processos; 4/5 ✔

3. As 12 Business Trends 2020; 13/6 ✔

4. New Business Concepts: Economia Compartilhada, Inteligência Colectiva, User Experience, Transformação Digital; 6/7

5. Design Thinking Action Lab; 10/8

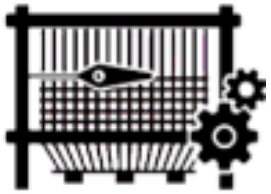
6. As Competências de um Profissional Inovador; 12/9

7. Ideation Empresarial. Estímulo e pensamento criativo; 3/10

8. Storytelling: O Poder de Contar Histórias que Emocionam e Vendem; 14/11

REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS

PRIMEIRA



Baseada na introdução de equipamentos de produção mecânicos impulsionados por água e energia do vapor.

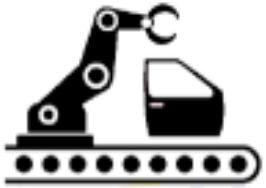
Primeiro tear mecânico, 1784.

SEGUNDA

Baseada na produção em massa que se alcança graças ao conceito de divisão de tarefas e ao uso da energia elétrica.

Primeira correia transportadora em um matadouro em Cincinnati, 1870.

TERCEIRA



Baseada na utilização de eletrónica e informática (TI) para promover a produção automatizada.

Primeiro controlador lógico programável (CLP) Modicon 084, 1969.

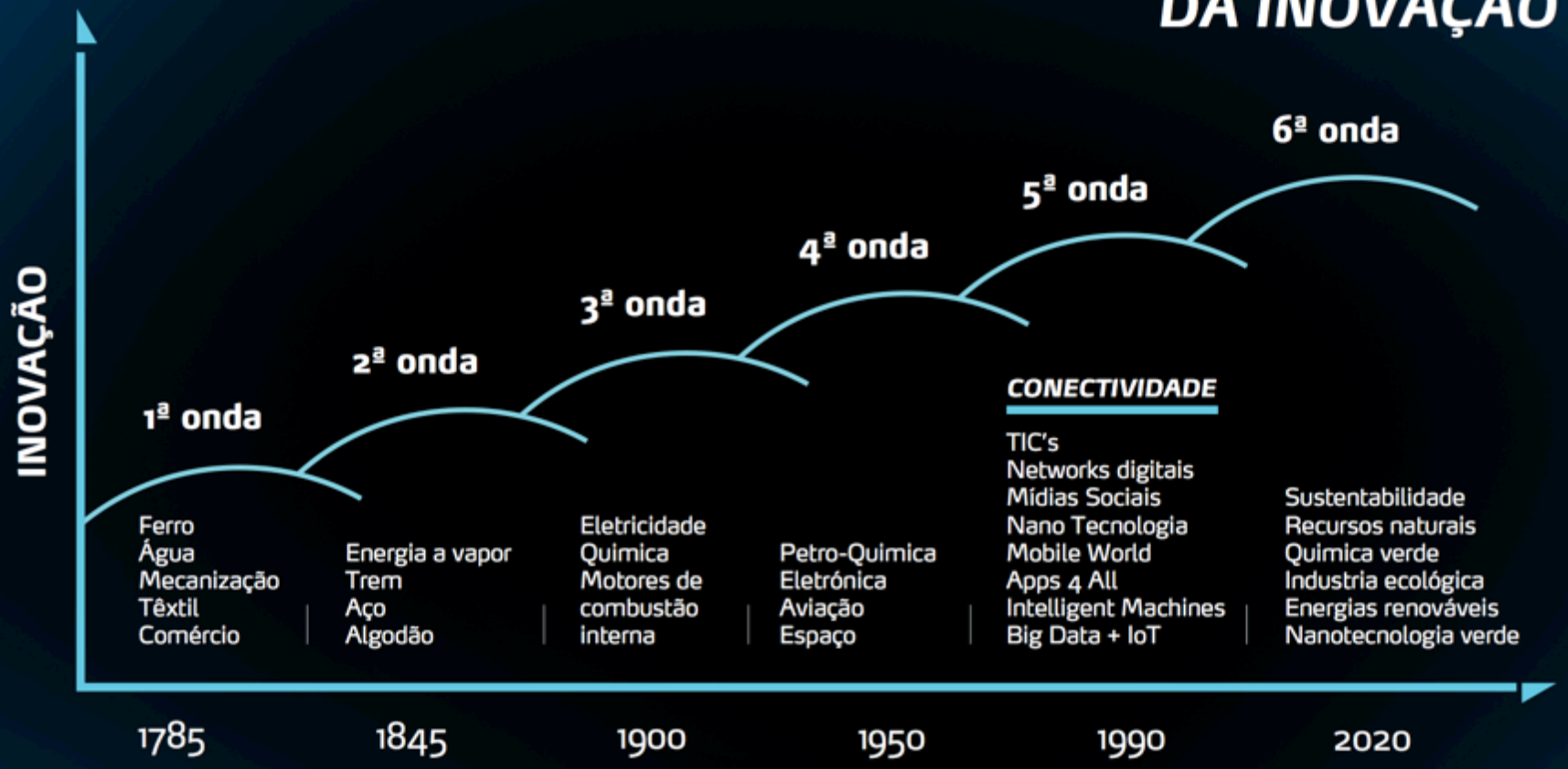
QUARTA

Baseada no uso de sistemas físicos cibernéticos (cyber physical systems – CPS).

Indústria conectada, fábricas inteligentes (smart factories).

O Poder da Tecnologia e da Conectividade

AS ONDAS DA INOVAÇÃO



Fonte: © The Natural Edge Project
Adaptação: INOVA CONSULTING + BUSINESS SCHOOL

A GRANDE TRANSFORMAÇÃO
4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

2018
- Cloud & storage massificados

2021
- Robótica
- Inteligência artificial IA

2022
- Internet das coisas IoT
- Wearables
- Impressão 3D na indústria

2023
- Tecnologias implantáveis
- Big data nas decisões
- Realidade aumentada
- Presença digital
- Supercomputador portátil
- Regulamentação crescente do digital

2024
- Computação quântica
- Casas e carros conectados
- Impressão 3D na medicina
- Materiais transformáveis
- Visão: o novo interface de conexão

2025
- Economia do compartilhamento
- Impressão 3D no varejo
- Humanos nos serviços vs robots na indústria

2026
- Carros autônomos
- Cidades inteligentes

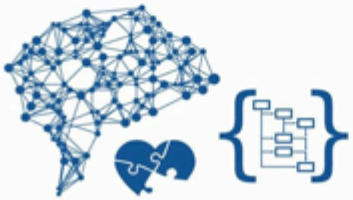
2027
- Moedas digitais, bitcoins e blockchains
- Singularidade: fusão homem-máquina

WORLD ECONOMIC FORUM
COMMITTED TO IMPROVING THE STATE OF THE WORLD

Adapt: Inova Consulting

10 top habilidades

em 2020	em 2015
1. Solução de Problemas Complexos	1. Solução de Problemas Complexos
2. Pensamento Crítico	2. Relacionamento com os Outros
3. Criatividade	3. Gestão de Pessoas
4. Gestão de Pessoas	4. Pensamento Crítico
5. Empatia com os Outros	5. Negociação
6. Inteligência Emocional	6. Controle de Qualidade
7. Bom senso e Tomada de Decisão	7. Orientação para Serviços
8. Orientação para Serviços	8. Bom senso e Tomada de Decisão
9. Negociação	9. Escuta Ativa
10. Flexibilidade Cognitiva	10. Criatividade



Fonte: Relatório "Future of Jobs", World Economic Forum

ultrad.com.br

PREVÊ-SE QUE, NOS PRÓXIMOS 10 ANOS, 40% DAS EMPRESAS NA LISTA DA '*FUTURE 500 COMPANIES*' NÃO EXISTIRÃO MAIS

** BABSON OLIN SCHOOL OF BUSINESS, FAST COMPANY APRIL 2011, PAGE 121*

OS INIMIGOS ESTÃO NA SOMBRA
E SÃO, APARENTEMENTE,
INVISIVEIS

BARSA	x	WIKIPEDIA
BLOCKBUSTER	x	NETFLIX
HILTON	x	AIRBNB
COOPER.TAXI	x	UBER
TOM TOM	x	WAZE
VIVO	x	WPP
FAST SHOP	x	ALIBABA
LEROY MERLIN	x	LIGHT IN THE BOX
GLOBO	x	YOUTUBE
HIGH SCHOOL	x	KHAN ACADEMY

ELE(S) X VOCÊ

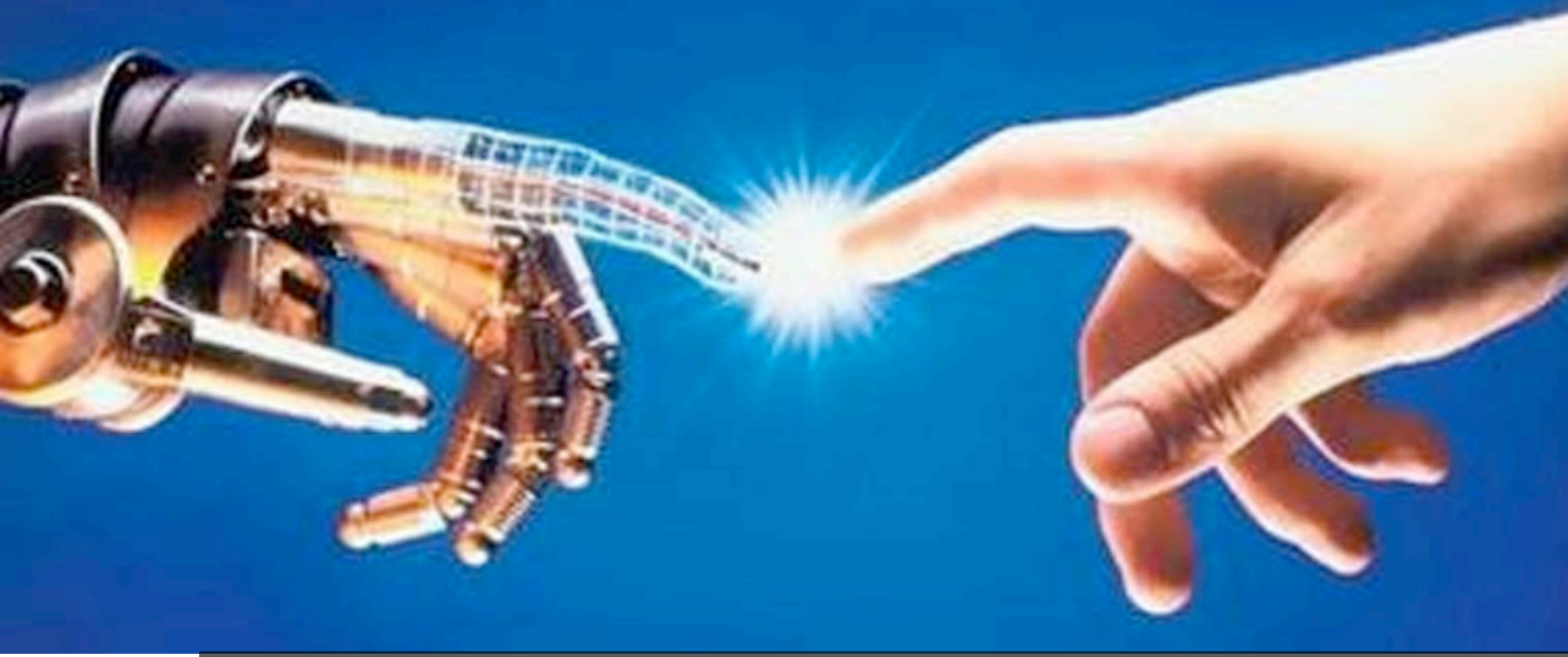
OS DRIVERS DA 4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

BIG DATA

IoT / IoE
Internet of of things
(everything)

IA
Inteligência Artificial

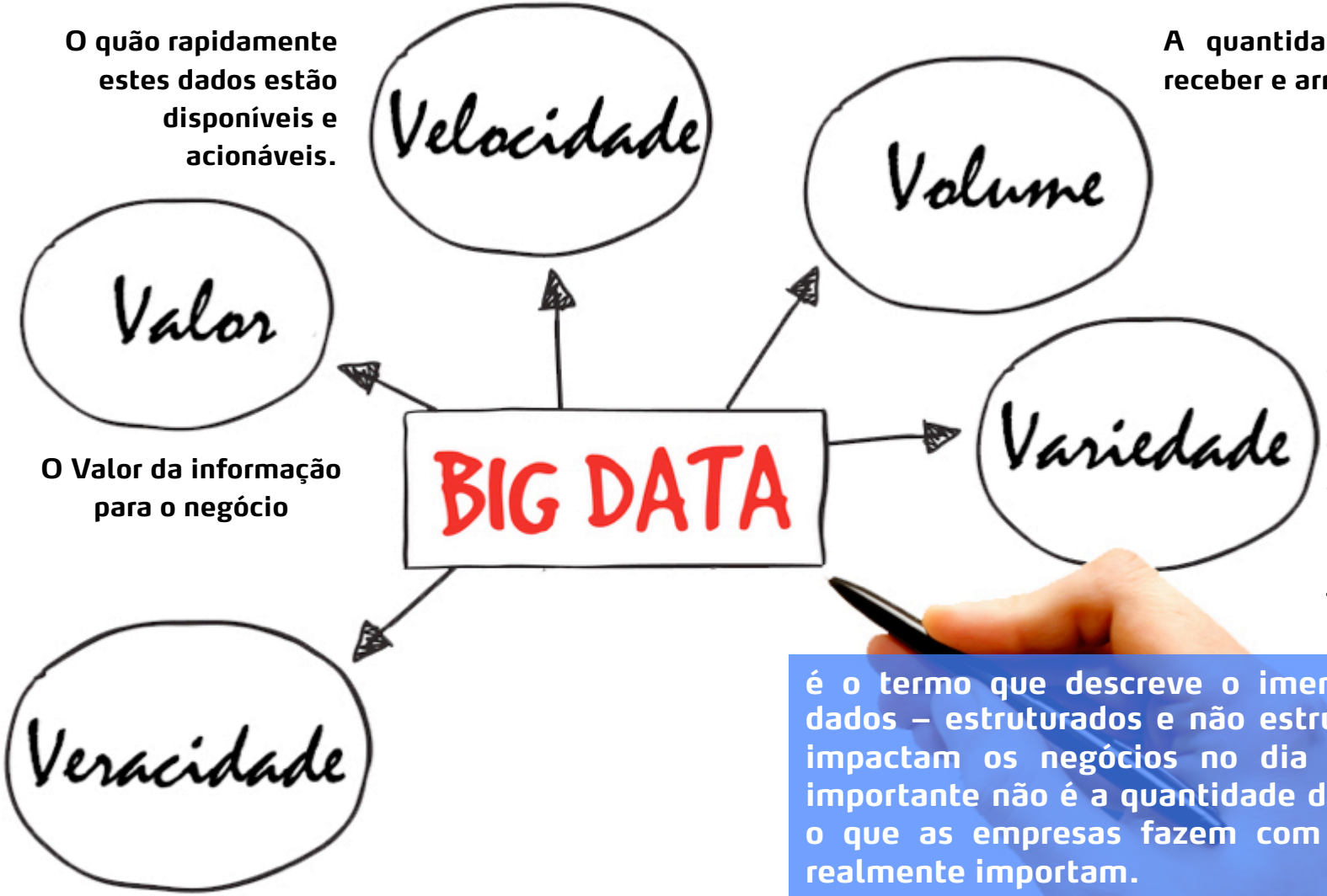
Impressão 3D



OS DRIVERS DA 4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

O quão rapidamente estes dados estão disponíveis e acionáveis.

A quantidade de dados a receber e armazenar



O Valor da informação para o negócio

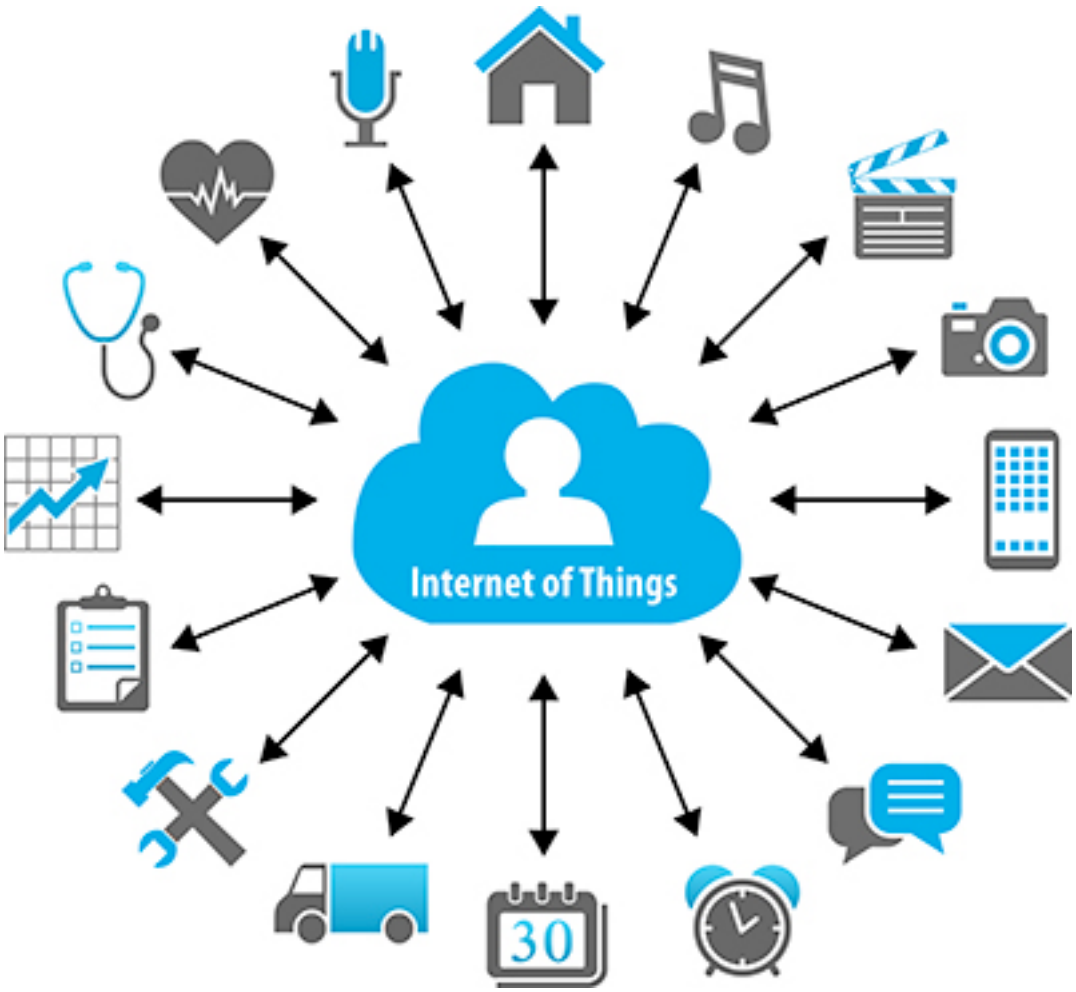
Os tipos de dados a recolher e selecionar, para que a sua armazenagem interpretação e uso sejam mais fáceis e rápidos

é o termo que descreve o imenso volume de dados – estruturados e não estruturados – que impactam os negócios no dia a dia. Mas o importante não é a quantidade de dados. E sim o que as empresas fazem com os dados que realmente importam.

se a informação é correta e vem de fonte segura.... *Isto é cada vez mais importante – as fontes e o volume de informação só tendem a aumentar.*

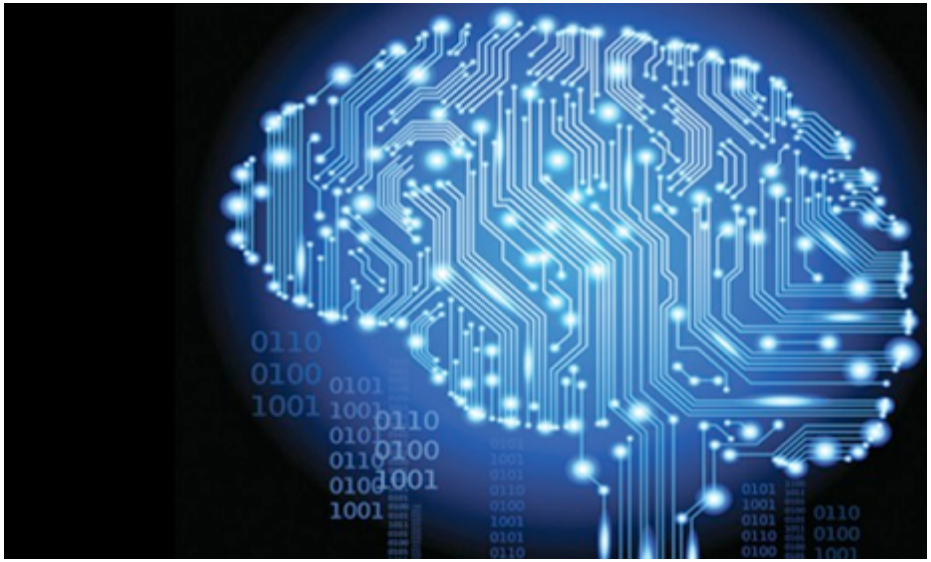
OS DRIVERS DA 4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

A Internet das Coisas (do inglês, Internet of Things) é uma revolução tecnológica a fim de conectar aparelhos eletrônicos do dia-a-dia, como aparelhos eletrodomésticos à máquinas industriais e meios de transporte à Internet, cujo desenvolvimento depende da inovação técnica dinâmica em campos tão importantes como os sensores wireless e a nanotecnologia.



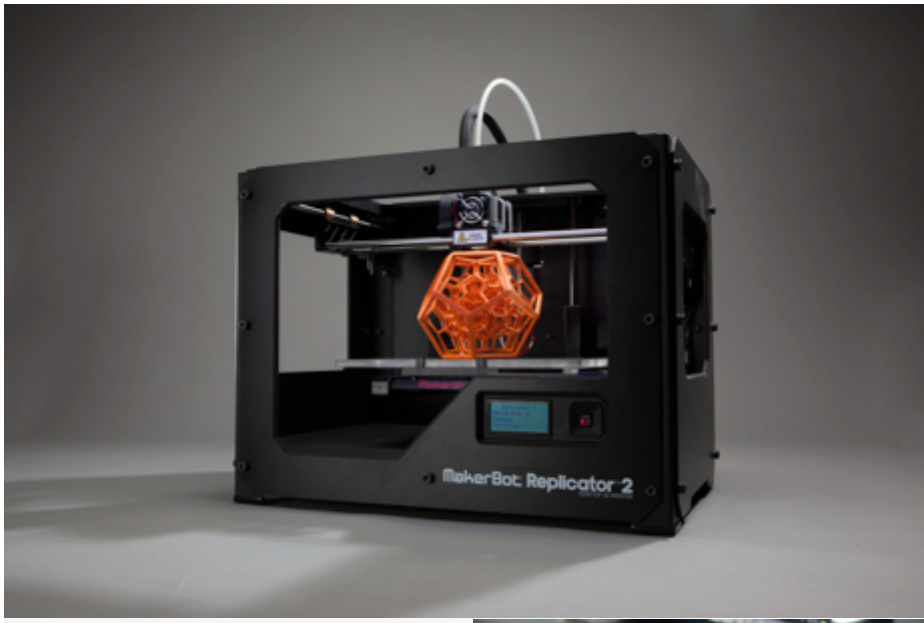
OS DRIVERS DA 4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Inteligência Artificial (IA) é um ramo da ciência da computação que se propõe a elaborar dispositivos que simulem a capacidade humana de raciocinar, perceber, tomar decisões e resolver problemas, enfim, a capacidade de ser inteligente.



OS DRIVERS DA 4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

A Impressão 3D também conhecida como prototipagem rápida, é uma forma de tecnologia de fabricação aditiva onde um modelo tridimensional é criado por sucessivas camadas de material. São geralmente mais rápidas, mais poderosas e mais fáceis de se usar do que outras tecnologias de fabricação aditiva. Oferecem aos desenvolvedores de produtos a habilidade de num simples processo imprimirem partes de alguns materiais com diferentes propriedades físicas e mecânicas.



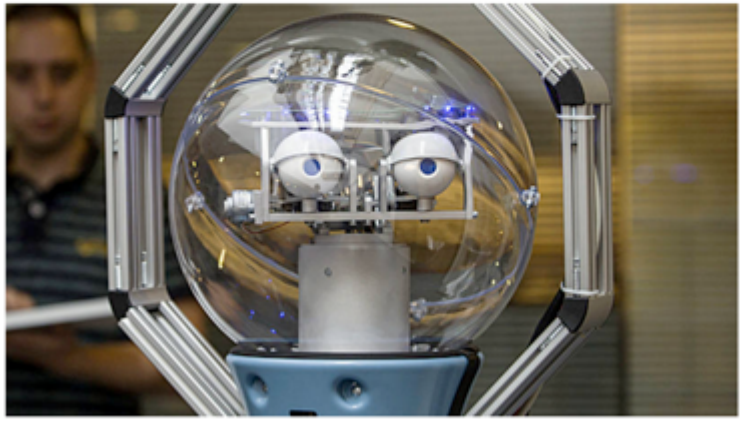
EXAME.COM NEGÓCIOS MERCADOS ECONOMIA BRASIL MUNDO TECNOLOGIA CARREIRA SEU DINHEIRO

TECNOLOGIA 11/11/2014 21:16

10 milhões perderão vagas para robôs em 20 anos, diz estudo

Recomende 1.234 views 0 Salvar notícia

Divulgação



Robô-segurança faz estágio: funções que pagam menos são as que mais devem ser substituídas

Primeiro robô-advogado do mundo é "contratado" por um escritório

O computador, feito pela Ross Inteligences, é mais uma prova de como a inovação startups está mudando o panorama mundial

POR FELIPE MORENO EM 16 DE MAIO DE 2016

Que a inovação vai mudar os próximos anos, ninguém dúvida. Agora, o primeiro robô advogado acaba de ser "contratado" por um escritório de advocacia. É a inteligência artificial ROSS, que usa o supercomputador Watson, da IBM, para analisar milhares de dados e correlacionar.

O computador, feito pela Ross Inteligences, é mais uma prova de como a inovação das start está mudando o panorama mundial: cada vez mais, trabalhos mecânicos serão feitos por máquinas inteligentes. Para entender mais de inovação, dê uma olhada no hangout promo pelo StartSe com Gustavo Caetano, o "Mark Zuckerberg" do Brasil.

Tecnologia

McCann japonesa anuncia primeiro diretor de criação robô do mundo

29 de Março de 2016 11h - Atualizado às 11:17

Por Redação Adnews

Não é segredo para ninguém que a automatização de processos tem tornado a vida da indústria cada vez mais produtiva e inteligente. Um robô bem programado é totalmente capaz de fazer coisas mecânicas e, alguns deles, já detêm certa inteligência artificial para lidar com reações e respostas durante o processo.

Isso parece "mecanizar" bastante uma série de atividades antes realizadas por seres humanos, mas será que algum dia um robô será capaz de criar grandes peças e campanhas para um cliente, fazendo o trabalho dos criativos publicitários?

GALILEU Home Tecnologia Ciência Sociedade Cultura Blogs Vídeos Notícias Revista ASSINE JÁ

Robôs já conseguem escrever artigos como jornalistas de verdade

Ameaça ao jornalismo? Máquinas criam textos muito parecidos com os de profissionais, diz pesquisa

07/03/2014 - 17H00/ ATUALIZADO 17H03/03 / POR EDSON GALDAS

Curtir Compartilhar 708 Tweet G+1 106 Pin it Share 1 TAMANHO DO TEXTO

JORNALISTAS SERÃO SUBSTITUÍDOS? MÁQUINAS JÁ ESCREVEM MATÉRIAS (FOTO: STANJOURDAN/FLICKR/CREATIVE COMMONS)

jornalismo

Workshop sobre o futuro do jornalismo acontece neste sábado, em São Paulo

Como os algoritmos dominaram o mundo

Âncoras de telejornal são surpreendidos por terremoto

+ NOTÍCIAS RELACIONADAS

Robô

Estudo

≡ NEXO ASSINE CONTA

EXPRESSO

'Sunspring' é o primeiro filme com roteiro escrito por um robô

Ana Freitas 13 Jun 2016 (atualizado 13/Jun 19h22)

Inteligência artificial foi programada para escrever roteiros de filmes e criou roteiro de ficção científica que resultou em um curta-metragem

H. tira um livro de uma prateleira, olha algumas páginas enquanto fala e o coloca de volta.

H.: Em um futuro com desemprego em massa, os jovens são obrigados a vender sangue. Essa é a primeira coisa que eu posso fazer.

H2.: Você deveria olhar os meninos e ficar quieto. Eu deveria ser a pessoa que chegaria aos 100 anos de idade.

Esse é um trecho de 'Sunspring', um curta-metragem de 9 minutos escrito por uma inteligência artificial que se autodenominou Benjamin - ou seja, um robô.

Lançado no dia 9 de junho pelo site Ars Technica, o filme é uma

MAIS RECENTES

EXPRESSO **Por que Abbas Kiarostami se tornou um dos grandes nomes do cinema contemporâneo** Juliana Domingos de Lima

EXPRESSO **Como os prejuízos acumulados desde 2014 põem a perder o esforço de governos anteriores** José Roberto Castro

EXPRESSO **Por que uma roteirista da Turma da Mônica está sofrendo ameaças na internet** Ana Freitas

EXPRESSO **Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP aprova o acesso por cotas. O que isso significa** Beatriz Montesanti

EXPRESSO **Quantas mortes os EUA causaram com drones em países que não estão em guerra** João Paulo Charleaux

A GRANDE TRANSFORMAÇÃO
4A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

NEW BUSINESS CONCEPTS

Economia Compartilhada & Inteligência Coletiva

User Experience & Transformação Digital

Economia Compartilhada ou Colaborativa & Inteligência Coletiva

CONTEXTO:

CRISE DE 2008 – MÃE NATUREZA E O MERCADO CHEGARAM A UM LIMITE E DECLARARAM QUE O MODELO HIPER CONSUMISTA EM VIGÊNCIA NÃO ERA MAIS SUSTENTÁVEL.

FATORES CHAVE QUE CONDUZIRAM A ESSE NOVO MODELO ECONÔMICO:

- **AS PREOCUPAÇÕES AMBIENTAIS,**
- **A RECESSÃO GLOBAL,**
- **AS TECNOLOGIAS E REDES SOCIAIS E**
- **A REDEFINIÇÃO DO SENTIDO DE COMUNIDADE.**

A economia compartilhada contempla 3 possíveis tipos de sistemas:

(Rachel Botsman)

1. **Mercados de redistribuição:** ocorre quando um item usado passa de um local onde ele não é mais necessário para onde ele é. Baseia-se no princípio do "reduza, re-use, recicle, repare e redistribua".

2. **Lifestyles colaborativos:** baseia-se no compartilhamento de recursos, tais como dinheiro, habilidades e tempo.

3. **Sistemas de produtos e serviços:** ocorre quando o consumidor paga pelo benefício do produto e não pelo produto em si. Tem como base o princípio de que aquilo que precisamos não é um CD e sim a música que toca nele, o que precisamos é um buraco na parede e não uma furadeira, e se aplica a praticamente qualquer bem.

POSSE vs ACESSO

EXEMPLOS	O Problema	A Solução
Sistemas de produtos e serviços	Metade das casas nos EUA possuem furadoras, mas a maioria só as usou entre 6 e 13 minutos ao longo da vida	Zilok.com disponibiliza aluguel diário de ferramentas, gravadoras e outros produtos
Mercados de redistribuição	Americanos descartam 7 milhões de toneladas de caixas de papelão anualmente	UsedCardBoardBoxes.com resgata e reutiliza as caixas de papelão usadas
Lifestyles colaborativos	Milhões de casas no mundo têm pelo menos 1 quarto vazio e estão abaixo da sua capacidade de ocupação	AirBnB.com permite a qualquer um (com residência privada ou espaço comercial) alugar o seu espaço livre

Viagens e Estadias:

- Viaje e se hospede na casa de alguém. Ou hospede alguém na sua casa: AirBNB, Couch, Surfing, Coliving
- Compartilhe seu espaço de trabalho e troque experiências com pessoas de diversas áreas: EspaçosdeCoworking
- Plante e colha em comunidade: GardenSharing

Transportes:

- Use seu carro para ser motorista particular de outras pessoas: Uber
- Alugue seu carro parado para outras pessoas: Fleety
- Alugue sua garagem ociosa para outras pessoas: Ezpark
- Compartilhe caronas em viagens: BlaBlaCar
- Alugue sua bicicleta para outras pessoas: Citybike

Games:

- Enjoou dos seus jogos? Troque com outros usuários: Trocajogo

Documentos e arquivos:

- Compartilhe seus documentos digitais com outras pessoas: Dropbox, Box e Google Drive
- Disponibilize espaços para armazenar documentos físicos de outras pessoas: Self Storage
- Espaço para guardar seus documentos, móveis, etc.: SenhorBox

Finanças e projetos:

- Apoie projetos para que se tornem realidade: Crowdfunding (KickStarter, Catarse)
- Invista junto com outros investidores-anjo em startups: Broota, Eqseed, Eusocio
- Use mão-de-obra coletiva para viabilizar projetos: Crowdsourcing
- Vários designers criando a sua identidade visual: WeDoLogos

Refeições e gastronomia:

- Encontre uma companhia para suas refeições: CrushingTable
- Ofereça refeições para outras pessoas em sua casa: Dineer

App te ajuda a ganhar dinheiro no caminho para o trabalho

Startup criou plataforma de serviço de entregas colaborativas

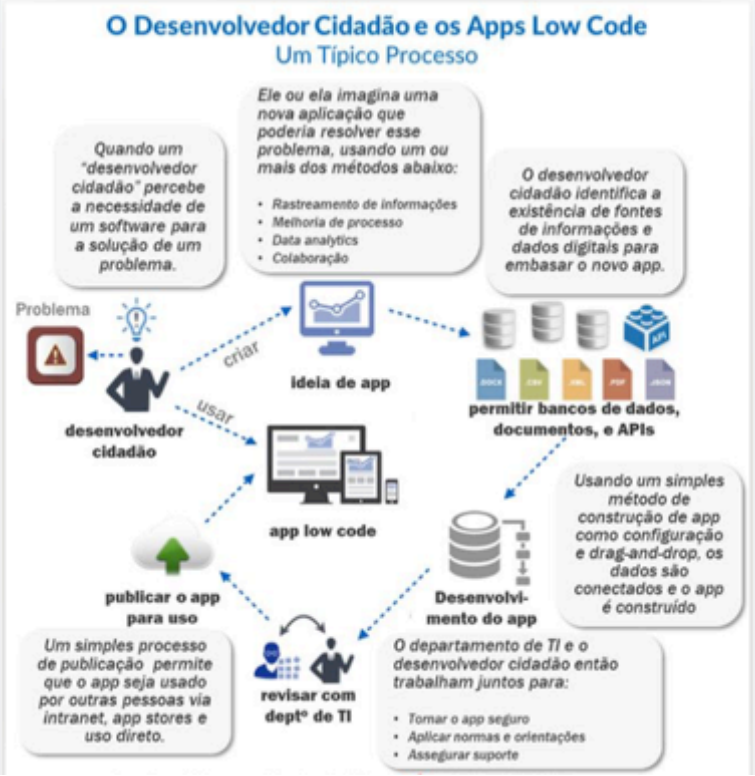
REVISTAPEGN.GLOBO.COM

BEM VINDO À ERA DO DESENVOLVEDOR CIDADÃO

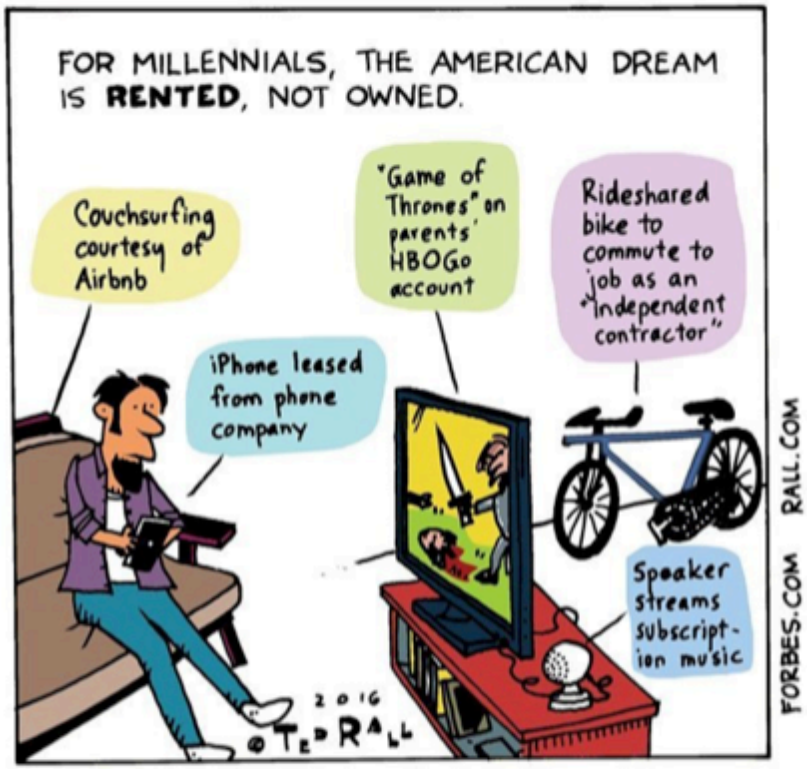
Como o "desenvolvedor cidadão" com pequeno know-how técnico e usando ferramentas low code, pode criar apps para solucionar problemas das empresas .

Joy Fab Lab
Ontem às 19:29 ·

BEM VINDO À ERA DO DESENVOLVEDOR CIDADÃO
... Continuar a ler



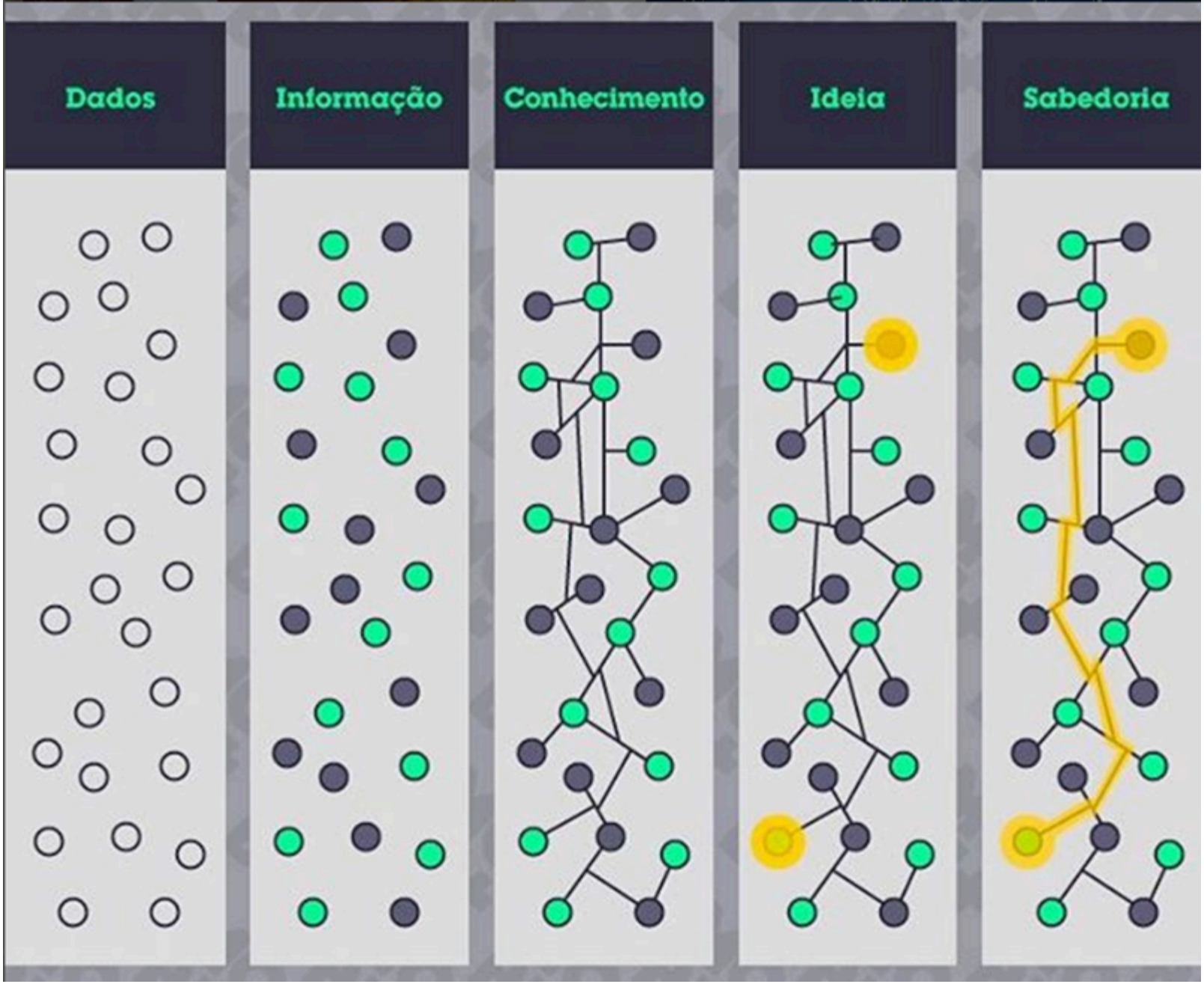
forbes ...



♥ 841 gostos

forbes From the sharing economy of Airbnb, Uber and Citibike to leased iPhones and shared HBOGo accounts, millennials rent the American Dream. Whether they prefer the freedom and flexibility, or simply can't afford to buy, there it is. Cartoon by Ted Rall.

Rede Centralizada | Rede Descentralizada | Rede Distribuída


Dados
Informação
Conhecimento
Ideia
Sabedoria

User Experience & Transformação Digital (Digital Vortex)

Benjamin Franklin
1706 - 1790

Diga-me e eu esquecerei, ensina-me e eu poderei lembrar, envolva-me e eu aprenderei.

EXPERÊNCIA: do Lat. Experientia

s. f., ato ou efeito de experimentar; observação; experimentação; ensaio; prova; tentativa; a prática, por oposição à teoria; habilidade e perícia adquiridas com o exercício de uma arte ou ofício; conhecimentos resultantes de vivências subjetivas; soma de conhecimentos;

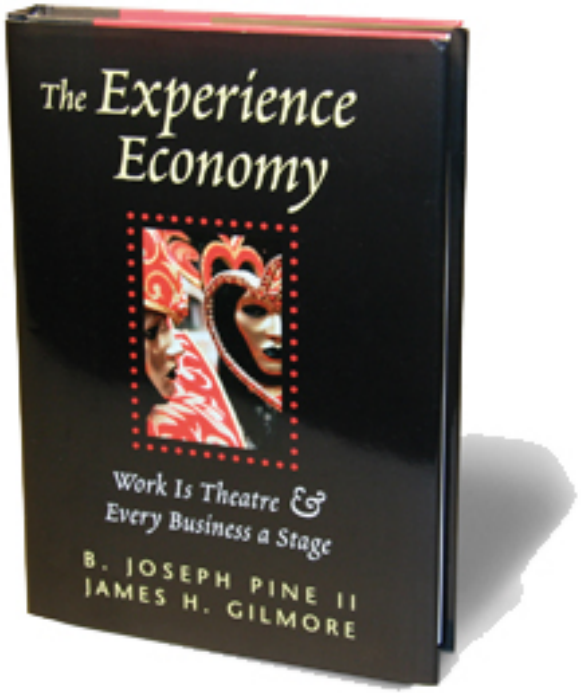
In http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx

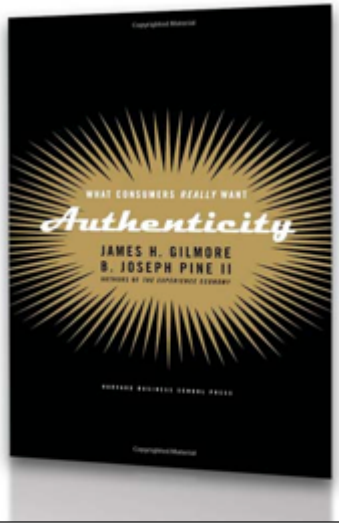
CONHECIMENTO TRANSMITIDO PELOS SENTIDOS

34

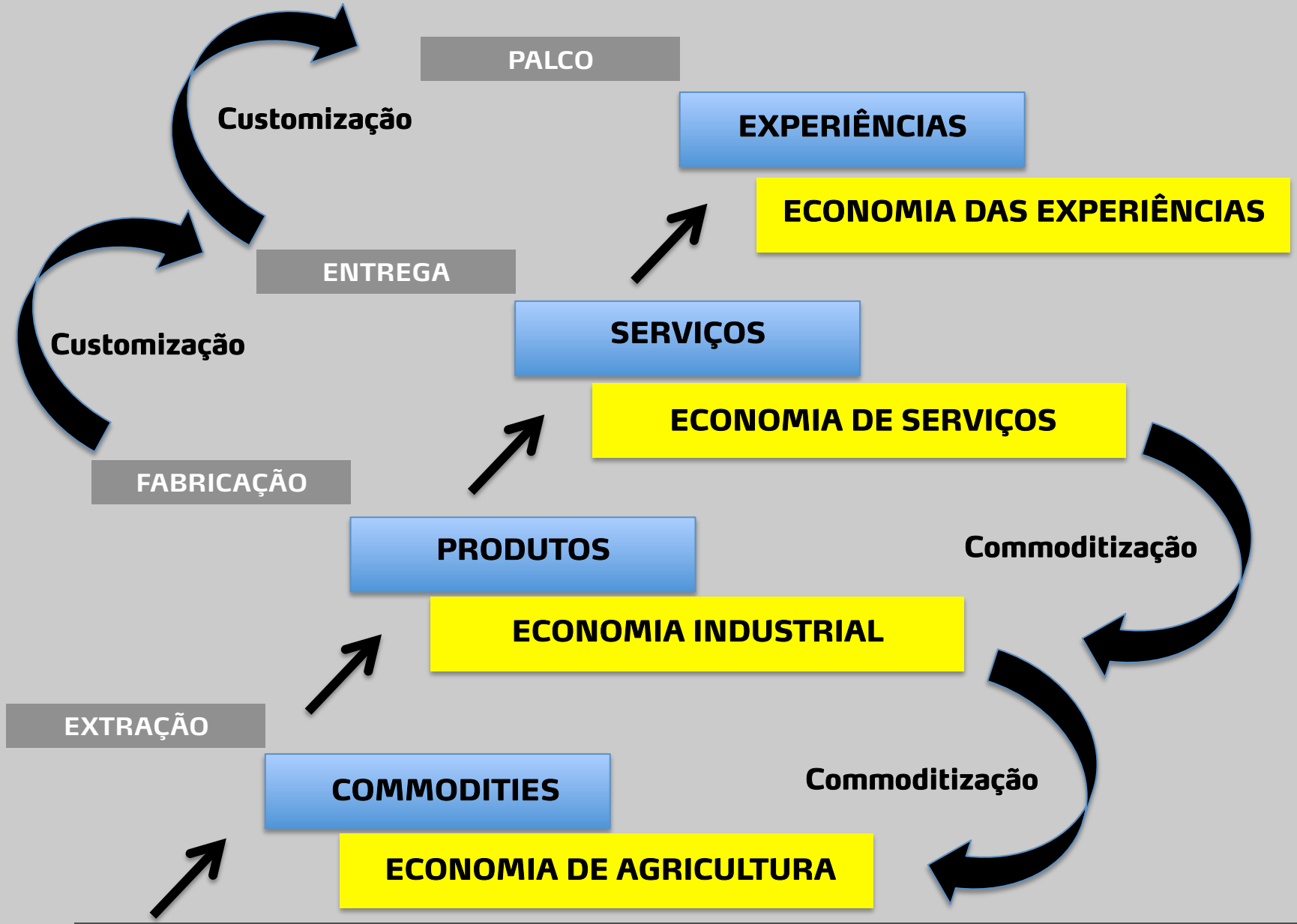
ONDE TUDO COMEÇOU – 1999

JOE PINE

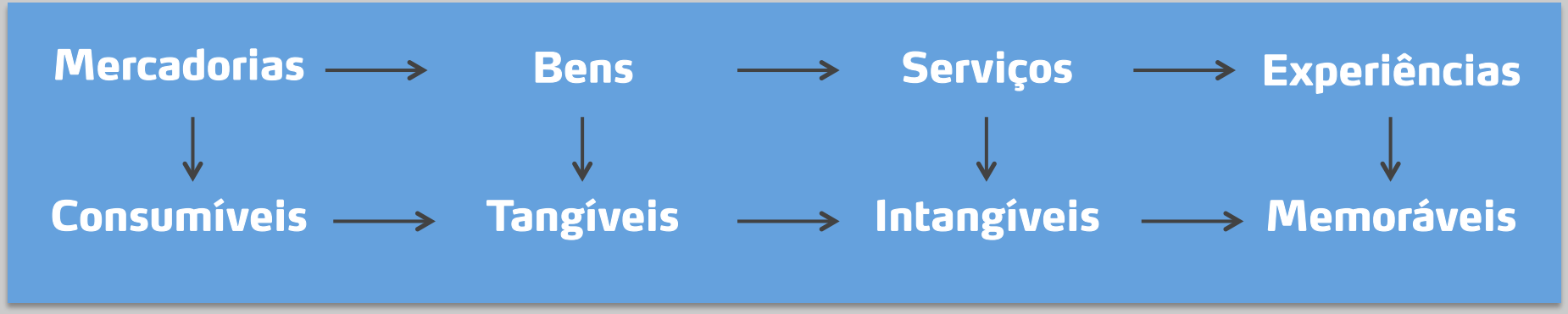




PROGRESSÃO ECONÔMICA DO VALOR AGREGADO



PROGRESSÃO ECONÔMICA DO VALOR AGREGADO



DIFERENCIAÇÃO

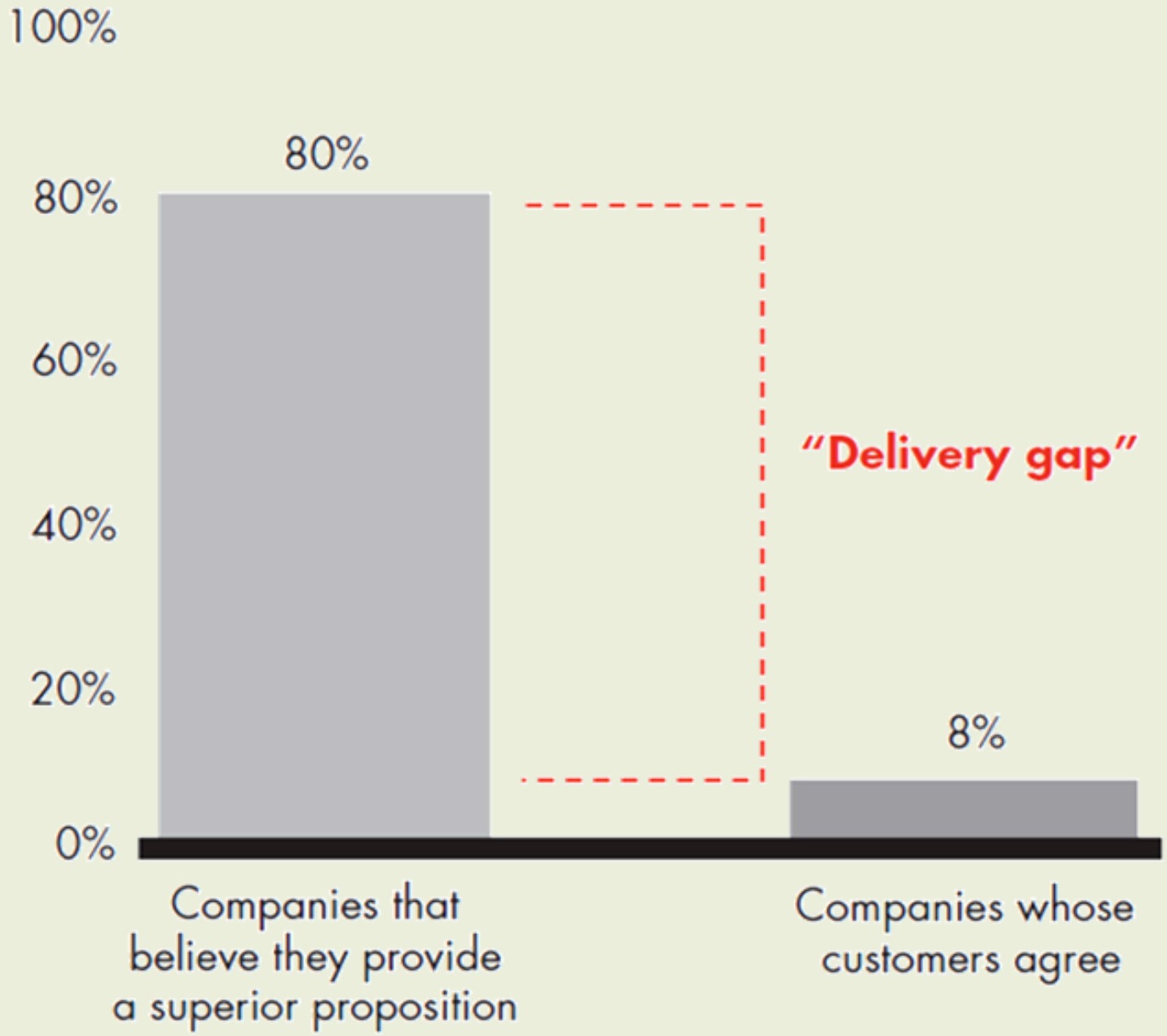
MERCADO **PREÇO** **PREMIUM**

O GAP ATUAL

Empresas

vs

Clientes



Source: Bain Customer-Led Growth diagnostic questionnaire, n = 362; Satmetrix Net Promoter database, n = 375

Experiência do usuário (EU), do inglês user experience (UX), envolve os sentimentos de uma pessoa em relação à utilização de um determinado produto, sistema ou serviço. A experiência do usuário destaca os aspectos afetivos, experienciais, significativos e valiosos de interação humano – computador e propriedade do produto.

USER EXPERIENCE

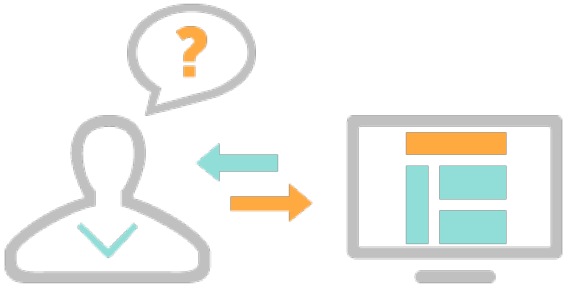
VISÃO CLIENTOCÊNTRICA

CRUZA DIVERSAS VERTENTES DA EMPRESA EM FAVOR DO CLIENTE E DO NEGÓCIO DA EMPRESA

INSPIRADA NOS PRINCIPIOS DE LEAN STARTUP

A experiência pertence ao usuário, Designers não criam experiências, criam produtos que geram experiências. Isso faz toda a diferença.

No entanto, isso não significa que não podemos projetar a maneira como as pessoas vão experimentar o nosso produto ou serviço. Se projetamos algo consistente, então as boas experiências serão uma ocorrência comum.



O User Experience Design (UX DESIGN), é uma área da comunicação que abrange todos os aspectos da interação do usuário com a empresa, marca, seus serviços e produtos.

O Intuito do UX Design é tornar a experiência do usuário com a marca ou empresa, algo realmente inesquecível e efetivo.

1. Times Multifuncionais; Pequenos; Dedicados; Ágeis
2. Foco: Time focado no problema
3. Descobertas contínuas
4. Compartilhar entendimentos e anti-padrões
5. Remoção de desperdicios
6. Desenvolver pequenos pacotes
7. Evitar documentação extensa
8. Permissão para falhar
9. Conhecer antes de decidir
10. Fazer protótipos rápidos
11. Progresso = Resultados (e não saídas)
12. Externalize o trabalho
13. GOOB – going out of the building
14. Colocar-se a posição do cliente

Principios de User eXperience (Gothelf, 2013)
Adap INOVA Consulting

Aplicação de User Experience

Um exemplo prático de User experience na indústria dos games é na evolução e adaptação dos joysticks.

Como por exemplo os controladores do Playstation da empresa Sony que ao longo do tempo vem sendo modificado. Para melhor conforto e praticidade do usuário.

Na década de 90 todos os produtores de consoles de mesa utilizavam em seus joysticks botões numerados ou com indicação de letras alfabéticas.

Já os joysticks da empresa Sony utilizam desde aquela época usam formas geométricas em seus botões de ação principal.

Que normalmente se aprendem antes do alfabeto.

Esse designer foi aprimorado e sua nova versão (a Dual Shock), que fornece vibração de acordo com o que é exibido pelo jogo. Além de dois direcionais. Assim trazendo ao usuário mais realismo em jogos com explosões ou quedas. devido a experiências cinematografia.

O Modelo (Dual Shock 2 e Dual Shock 3), trouxe melhorias no peso, designer na função vibratória e opção remota sem fio (no Dual Shock 3).

O Modelo (Dual Shock 4), trouxe uma inovação em joysticks de mesa. A função de um controle de movimento que usa um novo sensor de seis eixos altamente sensível (Touch).

Os botões L2/R2 na parte de baixo do controle têm um design curvado para uma interação mais fácil e suave para games de ação.

The Evolution of Music Playing Formats

1877

Phonographic Cylinder

Phonograph cylinders were the earliest commercial medium for recording and reproducing sound. These cylinder shaped objects had an audio recording engraved on the outside surface which could then be reproduced when it was played on a phonograph.

1883

Piano (Music) Roll

A music storage medium used to operate the player piano, pianola or a reproducing piano that consist of a roll of paper with perforations (holes) punched into it. The position and length of holes determine the notes that are played. The roll moves over a device known as a 'tracker bar.'

1895

Gramophone Record

Commonly known as a phonograph or vinyl record, the gramophone record is an analog sound storage medium consisting of a flat disc with an inscribed, modulated spiral groove. The groove starts near the periphery and ends near the center of the disc.

1930s

Reel-to-Reel

A form of magnetic tape recording which is held on an open reel. The reel is mounted on a spindle while the tape is pulled through mechanical guides and a tape head assembly. A second takeup reel collects the played tape.

1962

4-Track (Stereo-Pak)

The Muntz Stereo-Pak, commonly known as the 4-track cartridge, is a magnetic tape sound recording medium. In-car players that played these devices were called Autostereo.

1963

Compact Cassette

The Compact Cassette, often referred to as audio cassette or cassette tape, is a magnetic tape sound recording format originally designed for dictation, but eventually supplanted the stereo 8-track and reel-to-reel in most non-professional applications.

1965

8-Track

Stereo 8, commonly known as the eight-track cartridge, is a magnetic tape sound recording technology that was popular in the U.S. from the mid-1960s through the late 1970s.

1982

Compact Disc

The Compact Disc (also known as a CD) is an optical disc used to store digital data. It was originally designed to store sound recordings exclusively, but later allowed the preservation of other types of data.

1993

MP3

MPEG-1 or MPEG-2 Audio Layer 3 (a.k.a MP3) is a digital audio encoding format using a form of lossy data compression. It has become the common audio format for consumer audio storage.

1997

DVD

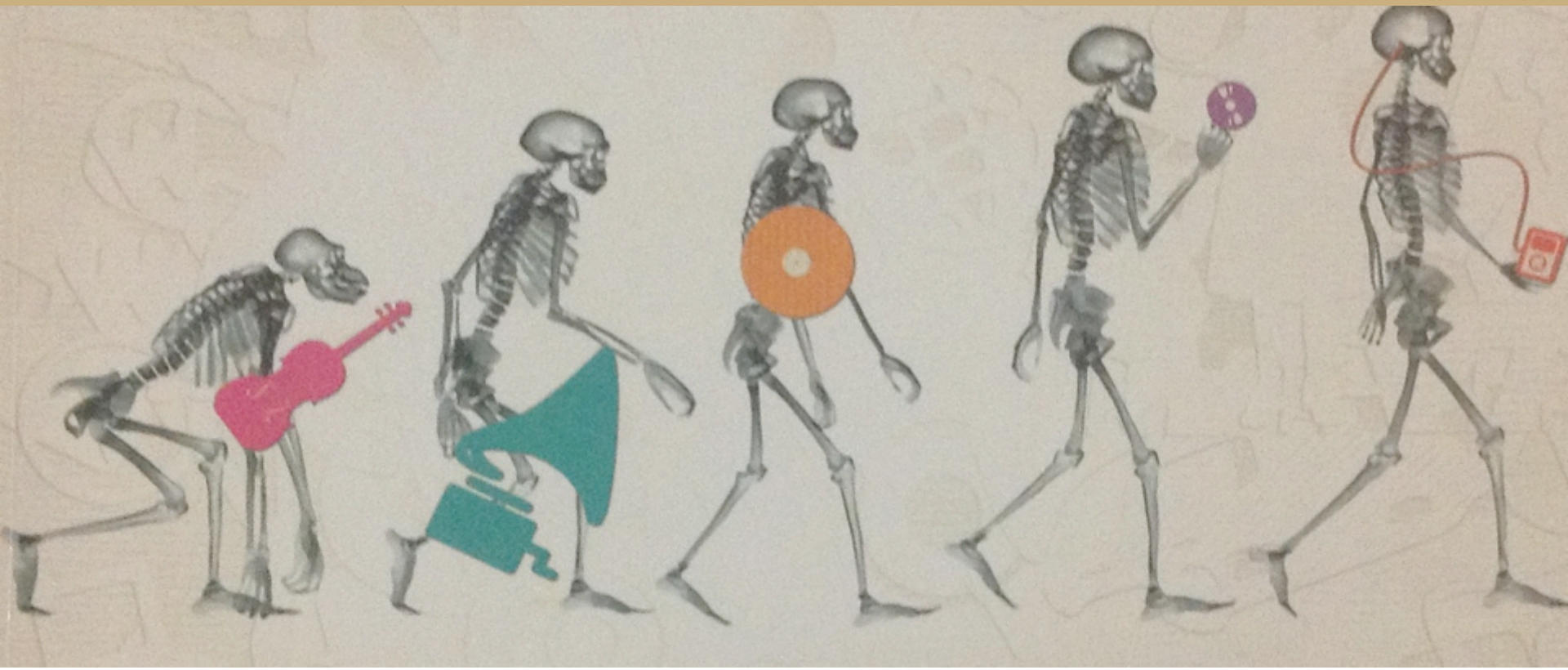
DVD, also known as Digital Video Disc or Digital Versatile Disc, is an optical disc storage media format. It's main uses are video storage and is capable of storing just under seven times as much data as the CD.

2006

Blu-ray Disc

Blu-ray Disc is an optical disc storage medium designed to supersede the DVD format. The discs hold 25 GB per layer, being dual layer discs (50 GB) and the addition of more layers left open as a future possibility.

Copyright 2010 DavidWallace.com. All rights reserved.



iPhone 1st Generation
iPhone 3G
iPhone 3GS
iPhone 4
iPhone 4S
iPhone 5
iPhone 5C
iPhone 5S
iPhone 6
iPhone 6 Plus

iPod Photo
iPod Touch
iPod / iPod Classic
iPod Mini
iPod Nano
iPad
iPod Shuffle
evolution of the iPod
kproductions.deviantart.com

iPod mini

iPod nano

2G iPod nano

3G iPod nano

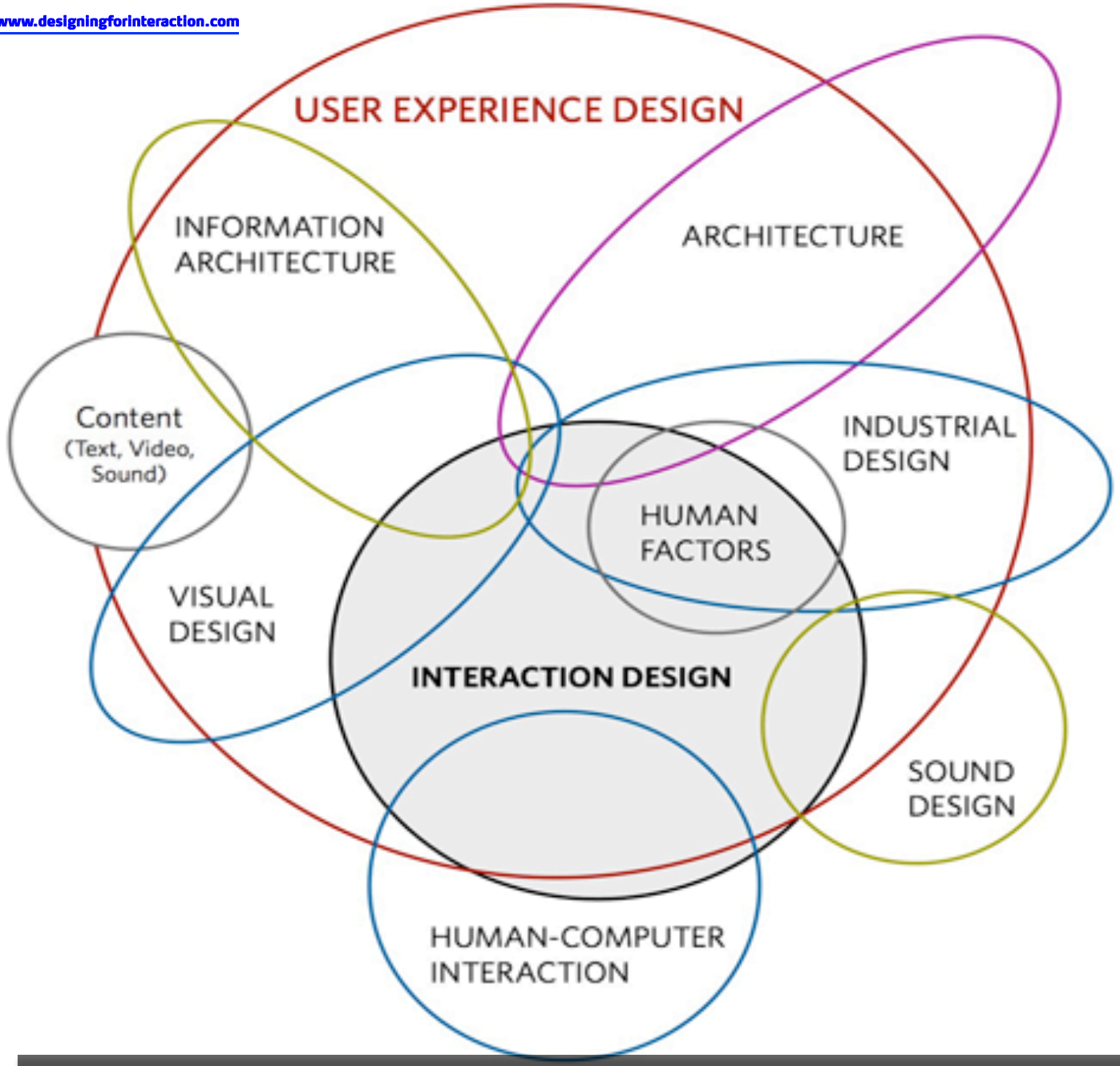
4G iPod nano

5G iPod nano

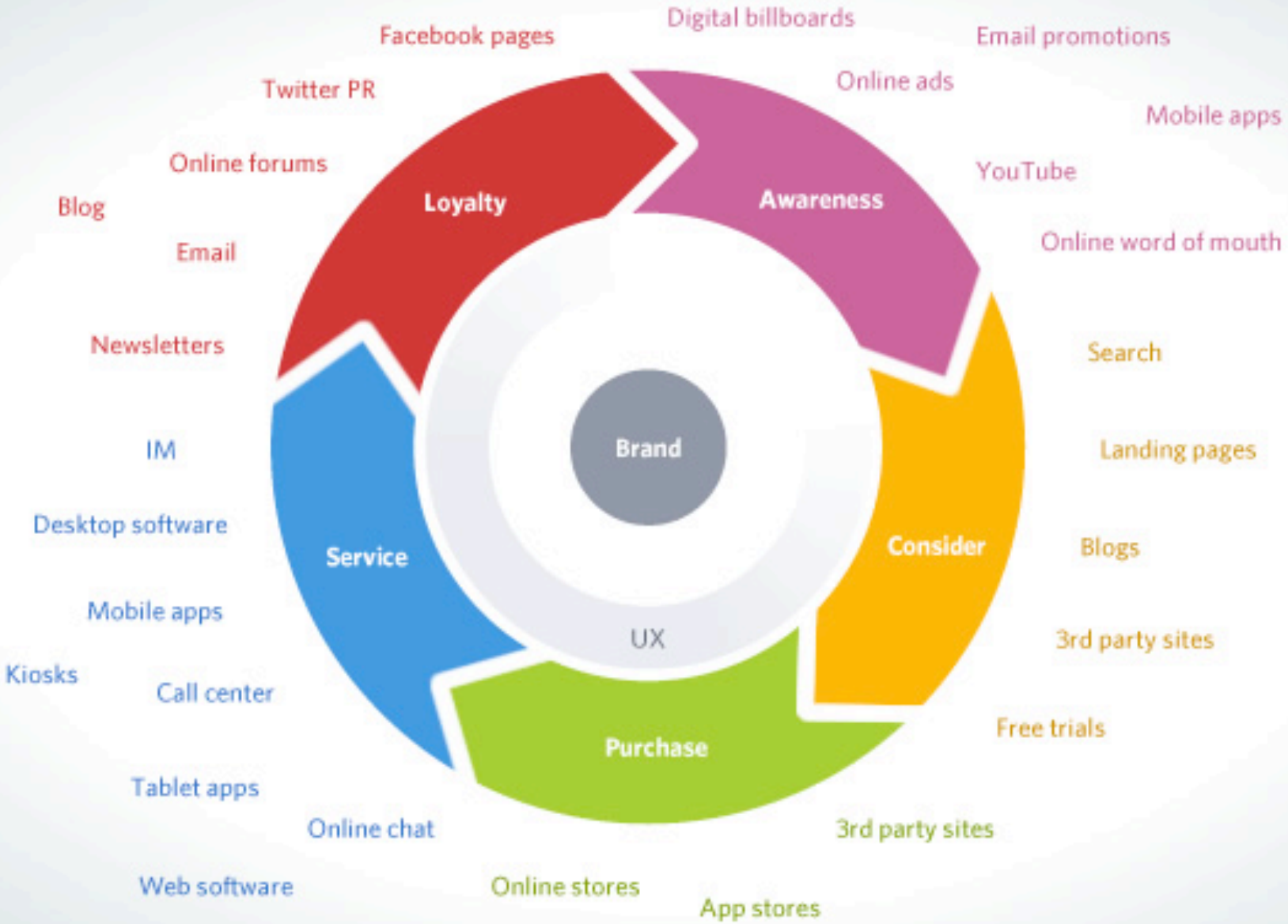
6G iPod nano

New iPod nano

Dan Saffer: http://www.designingforinteraction.com



http://www.cooper.com/journal/2011/08/what_marketers_should_know_abo



10 steps to Personas

Based on the method "Engaging Personas and Narrative Scenarios" (2004) by Ph.D. Lene Nielsen

Enhance your process from analysis to requirement specification. Employ a narrative approach and engage in personas.

1. Finding the Users

Questions asked
Who are the users?
How many are they?
What do they do with the system?

Methods used
Quantitative data collection

Documents produced
Reports

2. Building a Hypothesis

Questions asked
What are the differences between the users?

Methods used
Looking at the material
Labeling groups of people

Documents produced
A draft description of the target groups

3. Verifications

Questions asked
Data for Personas:
• likes/dislikes • inner needs • values
Data for Situations:
• area of work • work conditions
Data for Scenarios:
• work strategies and goals
• information strategies and goals

Methods used
Quantitative data collection

Documents produced
Reports

4. Finding Patterns

Questions asked
Does the initial labeling hold?
Are there other groups to consider?
Are all equally important?

Methods used
Categorization

Documents produced
Descriptions of categories

5. Constructing Personas

Questions asked
• body (name, age, picture)
• psyche (extrovert/introvert)
• background (occupation)
• emotions and attitude towards technology, the company (service) or the information that they need
• personal traits

Methods used
Categorization

Documents produced
Descriptions of categories

6. Defining Situations

Questions asked
What is the need of this persona?
What is the situation?

Methods used
Looking for situations and needs in the data

Documents produced
Catalogue of needs and situations

7. Validation and Buy-In

Questions asked
Do you know someone like this?

Methods used
People who know (of) the personas read and comment on the persona descriptions

8. Dissemination of Knowledge

Questions asked
How can we share the personas with the organization?

Methods used
Posters, meetings, e-mails, campaigns of every sort, events

9. Creating Scenarios

Questions asked
In a given situation, with a given goal, what happens when the persona uses the technology?

Methods used
The narrative scenario - using personas descriptions and situations to form scenarios

Documents produced
Scenarios, use cases, requirement specifications

10. On-going Development

Questions asked
Does new information alter the personas?

Methods used
Usability tests, new data

Documents produced
A person responsible for the persona input from everybody who meet the users

To engage in Personas contact Lene Nielsen, ln@snitker.com

© Snitker & Co. 2007 • Fotos by Sanja Gjenero

How To Use Personas

	The researcher	The Sysadmin	The OSS developer	The CS student
Name	Alexander Weiß	Donald M. Berry	Kristian Larsson	Eric Neville
Age	30	30	26	24
Location	Germany	US	Sweden	France
Social Life	Alexander lives with his girl-friend in a flat in Hamburg.	Donald lives with his wife and 1-year old daughter in a house in Portland.	Kristian shares an apartment with two friends in Stockholm. His girl-friend lives in Uppsala. They see each other every weekend.	Eric lives with his parents in a small city close to Lyon. He visits the university there. Often, he stays at his friend's apartment for playing PC games and programming.
Work Life	He works at centre for environmental systems research and designs plans for replacable energies in a EU-funded project.	He is a lead system administrator in a huge network solutions company in Portland.	A software developer with a dayjob in a medium-sized software company. Works on KDE in his spare time.	He is a student of computer science. Besides university, he performs small programming jobs for people in his neighbourhood.

In User Experience Design Research

openmoko

The Greenhorn

JOHN

Profile

- Probably the single biggest segment of mobile users.
- Want simple: turn on their mobile, dial a number and talk to their intended party.
- Don't care about anything other than the mobile being able to be used as a phone, and possibly contacts.

Scenario

I didn't get my first phone until 2001. My daughter bought it for me. I didn't feel it was necessary but since then, I have it with my all the time and use it more than my home phone.

The Casual User

EMILY

Profile

- Take advantage of most phones features, but not all.
- Use the phone to make calls, use the contacts, send text messages, and take pictures.
- Their mobile is always with them.

Scenario

My phone has to look cool. I personalize it with decals, charms, and ring tones. I talk on it everywhere, so my phone style is everything. Of course, it has to work too. I usually talk on the phone, but recently started taking pictures and recording video. My phone is my favorite accessory.

The Texter

AKIKO

Profile

- Texting is far more popular than calling.
- Will send and receive thousands of text messages per month.
- Rarely use their phones for calling.
- Want a clean texting interface with the fastest possible input.

Scenario

I prefer texting than calling because it's more fun and creative. My friends and I probably text each other around 40 times a day. We'll even text to order food. It's far more interesting and less intrusive. I don't have to worry about disturbing people on the train with my talking. I love it.

The Business User

STEPHAN

Profile

- Wants a phone that is simple, but functions as an integrated smart device.
- Want to read email and call back the sender with the least amount of effort.
- Needs "Popular" mail server integration, including Blackberry and Exchange.

Scenario

My mobi is my life. Without it my business would suffer. I take conference calls while driving down the M25. If someone text me, I need to ring them without taking my eyes off the road. And since I use my mobi everywhere, it needs to be durable. The last thing I need is for it to break after one drop.

The Power User

ROBERTO

Profile

- Will use almost all of the built-in functionality.
- Will also extend their phones functionality with additional software.
- Will flip through every menu options and changing settings.

Scenario

I'm addicted to new toys. I get the latest gadgets as soon as they arrive on the market. I upgrade my phone every 6 months. I guess you can say this is almost a sport for me. Or an addiction? I just love to explore the latest and how it can make life fun.

The Hacker

RICKY

Profile

- Care more about customization.
- Want to make changes to every aspect of the phone.
- Belong to mailing lists and forums about hacking the phone.
- Contribute to the open source community.

Scenario

As soon as I found out about an open source phone, I jumped on it. I created two apps for the phone and am working on the texting solution. I probably should spend more time at my day job, but this is far more fun. Of course, I use my phone for calls and texting too.

Who: Make a Persona

"Mary"

Behaviors

- Has a housecleaner
- Buys take-away 3 nights/wk
- Frequently feels overwhelmed when she "forgets" something

Demographics

- Working mom
- 34 years old
- Lives in Reading, works in London
- Married, 2 kids
- Household 125k/yr

Needs & Goals

- Help! Running errands, managing kids, keeping things running
- Time for her girlfriends
- To feel like she "has it sorted"
- "To clone herself"

Excerpt from Luxr.co: http://www.slideshare.net/clevergirl/luxr-oneday-workshop

touchpoints

Um Touchpoint (ponto de contato, contato com consumidor, momento de verdade, ponto de contato) descreve o interface de um produto, serviço ou marca com os seus clientes e connsumidores/usuários, colaboradores ou outros stakeholders, antes, durante e depois de uma transação. Aplica-se tanto no ambiente b2b como no b2c.

BRAND TOUCHPOINTS

grafikavision 604.837.3255 | 604.568.6848 | info@grafikavision.com | www.grafikavision.com | 4539 Hastings St., Burnaby, BC V5C 2K3

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL COMEÇOU

A MAIOR EMPRESA DE MOTORISTAS NÃO TEM TÁXIS *(UBER)*

O MAIOR SERVIÇO DE ACOMODAÇÃO NÃO TEM HOTEIS *(AIRBNB)*

AS MAIORES EMPRESAS DE TELECOM NÃO TEM INFRA-ESTRUTURA *(SKYPE, WE CHAT)*

O MAIOR VAREJISTA DO MUNDO NÃO TEM ESTOQUE *(ALIBABA)*

O MAIS POPULAR GRUPO DE MÍDIA NÃO PRODUZ CONTEÚDOS *(FACEBOOK)*

O BANCO DE MAIOR CRESCIMENTO NAO USA DINHEIRO *(SOCIETY ONE)*

A MAIOR EMPRESA DE FILMES NÃO TEM CINEMAS *(NETFLIX)*

O MAIOR VENDEDOR DE SOFTWARE NÃO PRODUZ NENHUMA APP *(APPLE & GOOGLE)*

OS 4 PILARES DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

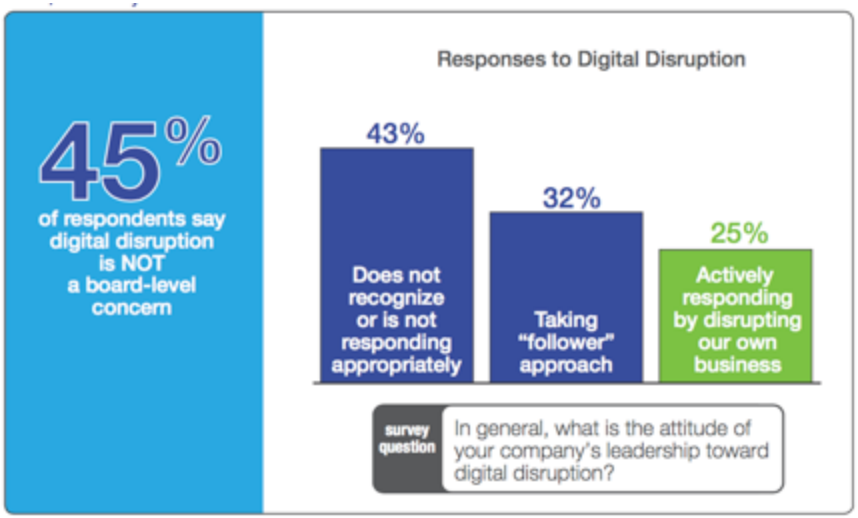
GESTÃO DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS:
Implementar mecanismos robustos para gerenciar os processos de negócio da empresa. Centra-se sobre a forma de documento, definir, implementar e melhorar os processos de negócios com uma abordagem prática.

GESTÃO DE VALOR:
Aplicar técnicas qualitativas, incluindo indicadores quantitativos para planejar, no contexto de um caso de negócio, o valor econômico que a empresa obteria se pudesse melhorar estrategicamente os processos.

GESTÃO DE PESSOAS E MUDANÇAS:
Uma gestão eficaz da mudança garante que as pessoas envolvidas no processo de transformação ou afetadas pelos seus resultados preparem-se para enfrentar os novos desafios nas áreas onde trabalham.

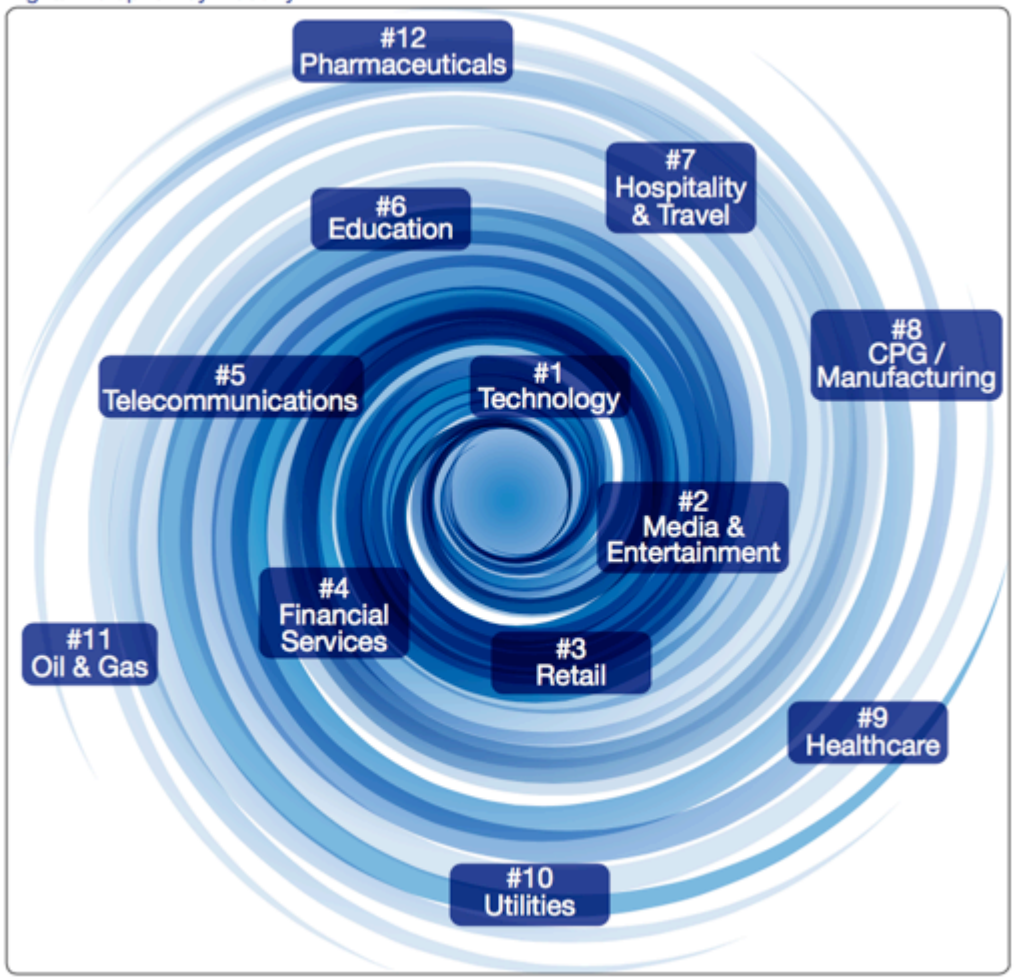
GESTÃO DE TECNOLOGIA:
Para adotar tecnologias tais como mobilidade, redes sociais, infraestrutura em nuvem, análise de dados e Internet das coisas, deve-se levar em conta a maneira como a empresa define seu modelo de negócios, gerencia suas operações e entrega seus produtos e serviços aos clientes. Portanto, eles devem ser alinhados.

O VORTEX DIGITAL



Source: Global Center for Digital Business Transformation, 2015

Digital Disruption by Industry



Source: Global Center for Digital Business Transformation, 2015

WTF?!

June 2015

McKinsey Quarterly

THE EVOLUTION OF SOCIAL TECHNOLOGIES

Leading companies have passed through three distinct phases of organizational usage. What should we learn from them?

by Martin Harryson, Detlef Schoder, and Asin Tavakoli

Since the dawn of the social-technology era, executives have recognized the potential of blogs, wikis, and social networks to strengthen lines of company communication and collaboration, and to invigorate knowledge sharing. Many leaders have understood that by harnessing the creativity and capabilities of internal and external stakeholders, they can boost organizational effectiveness and potentially improve strategic direction setting. But they have also found that spreading the use of these new technologies across the organization requires time to overcome cultural resistance and to absorb the lessons of early successes and failures. Social technologies, after all, raise new sensitivities, seeking to breach

McKinsey's long-running research into enterprise use of social technologies provides a unique vantage point for examining the nature and pace of this evolution. Surveys of more than 2,700 global executives over each of the last ten years have probed technology diffusion within organizations and the patterns of technology adoption.[1]

Our review of survey data spanning the years 2005 to 2015 suggests three distinct, progressively more sophisticated phases of usage. Companies in our sample began with trial-and-error applications—for example, using social platforms such as YouTube to expand their marketing mix to attract younger consumers. They then switched their

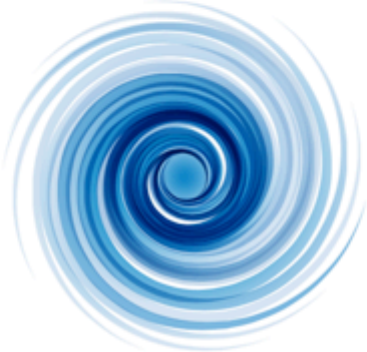
The Internet of Everything

BI INTELLIGENCE

Providing in-depth insight, data, and analysis of everything digital.

Digital Vortex

How Digital Disruption Is Redefining Industries



GLOBAL CENTER FOR DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

An IMD and Cisco Initiative

June 2015

Joseph Bradley
Jeff Loucks
James Macaulay
Andy Noronha
Michael Wade

PESQUISA

Permanente mapeamento e identificação das Mega Tendências, Tendências Comportamentais e Tendências de Negócio que influenciam mercados, empresas e consumidores

TREINAMENTO

Cursos de Executivos e In Company para atualizar e preparar profissionais e empresas para o futuro

CONSULTORIA

Programas e projetos de Inovação estratégica e cultura de inovação para a obtenção de resultados efetivos

www.inovaconsulting.com.br/downloads

CICLO DE PALESTRAS 2016

1. Os drivers de mudança do trabalho; O futuro do trabalho e das empresas; 14/3 ✔

2. As 5 MegaTendências e as 18 Timelines de Predições de Negócio 2020-2050; 25/4 ✔

4. Construir, Implementar e Disseminar uma Cultura de Inovação. Modelos, ferramentas e processos; 4/5 ✔

3. As 12 Business Trends 2020; 13/6 ✔

4. New Business Concepts: Economia Compartilhada, Inteligência Colectiva, User Experience, Transformação Digital; 6/7

5. Design Thinking Action Lab; 10/8

6. As Competências de um Profissional Inovador; 12/9

7. Ideation Empresarial. Estímulo e pensamento criativo; 3/10

8. Storytelling: O Poder de Contar Histórias que Emocionam e Vendem; 14/11

cubo coworking Itaú

New Business Concepts:
Economia Compartilhada & Inteligência Coletiva,
User Experience & Transformação Digital.

OBRIGADO

LUÍS RASQUILHA

+55 (11) 98560 7271 | Skype: lrasquilha | luis@inovaconsulting.com.br | www.inovaconsulting.com.br

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA | Av. Paulista 1765 7. andar, conj 72CV: 7833 | 01311-200, São Paulo – Brasil
Tel.: +55 (11) 3075-2866 | www.inovaconsulting.com.br

INOVA CONSULTING

Ciclo de Palestras 2016
LUIS RASQUILHA | 6 JULHO 2016

© 2016 TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Troiano Branding | INOVA CONSULTING

Marcas nas plataformas de inovação