

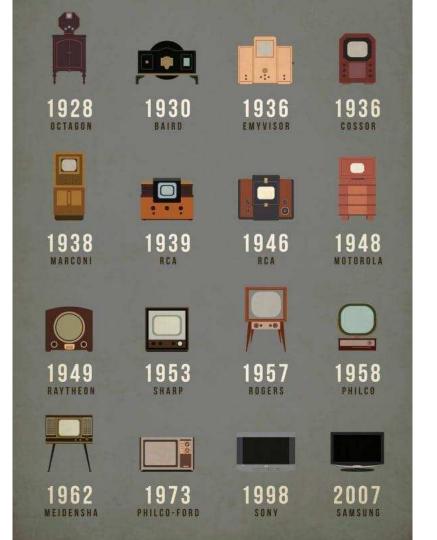
QUEBRANDO PARADIGMAS

O PRIMEIRO PROJETO DE INOVAÇÃO EM TV NA AMÉRICA LATINA QUE IMPULSIONOU A SAMSUNG A PENSAR FORA DA CAIXA





Quais a principais mudanças nos aparelho de TV nos últimos 100 anos?



MUDANÇA 1

Nos últimos 10 anos...











) INTELIGÊNCIA MERCADO 1000/2014

MUDANÇA 2

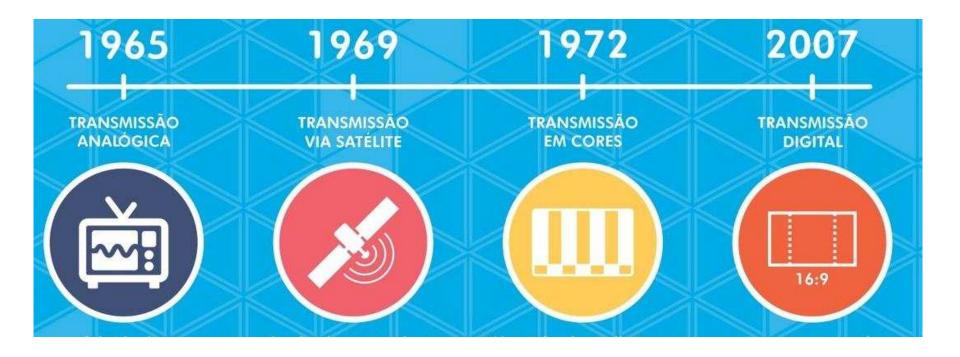
Nos últimos 20 anos...



) INTELIGÊNCIA MERCADO

MUDANÇA 3

Nos últimos 50 anos...



Mas, olhando para os hábitos do consumidor, o que continua sendo feito da mesma maneira?







"Muitas vezes, na hora de pensar no desenvolvimento de um produto de massa, é importante pensar na atividade que ele vai exercer"

Don Norman



"Quando um consumidor compra um produto, na verdade eles estão contratando um serviço que ele realiza" Clayton Christensen

E qual o impacto disso para um projeto de desenvolvimento de novas ideias para TV?



CUSTOMER

01

Experiência de assistir TV é Coletiva

02

TV tem que ser bonita

03

TV não é computador



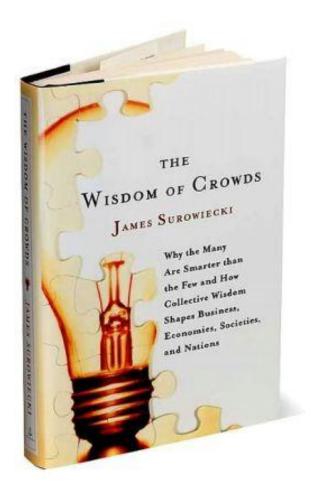












E quem são os consumidores? Uma multidão sábia, diversa e independente

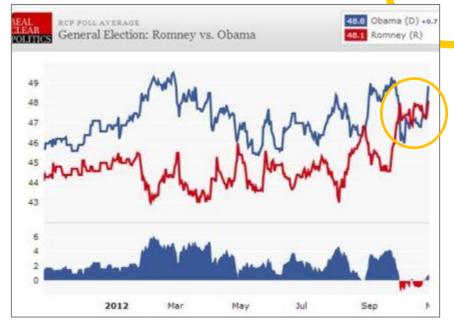


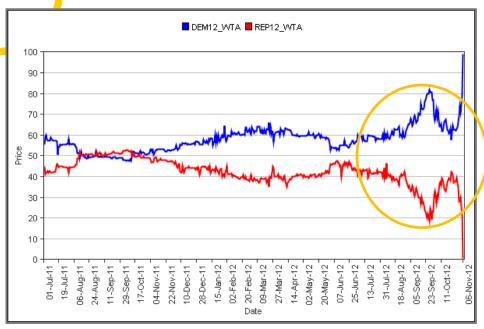




Jeito tradicional de perguntar: "Em quem você vai votar?"

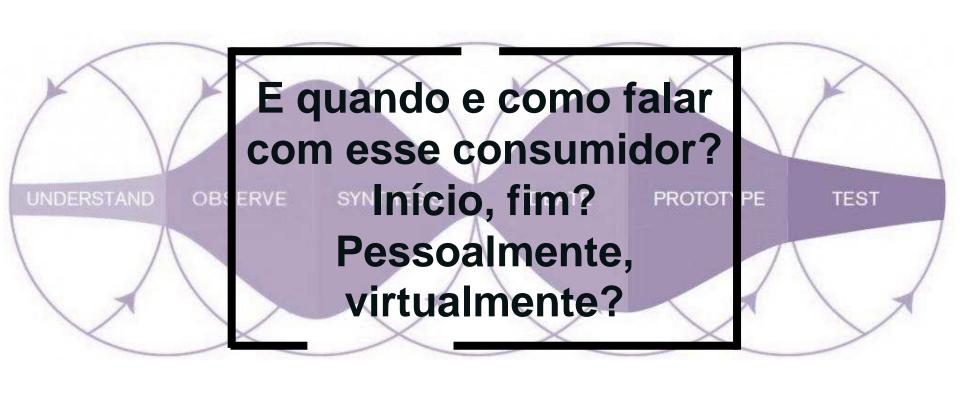
Jeito alternativo: "Quem você acha que vai ganhar a eleição?"

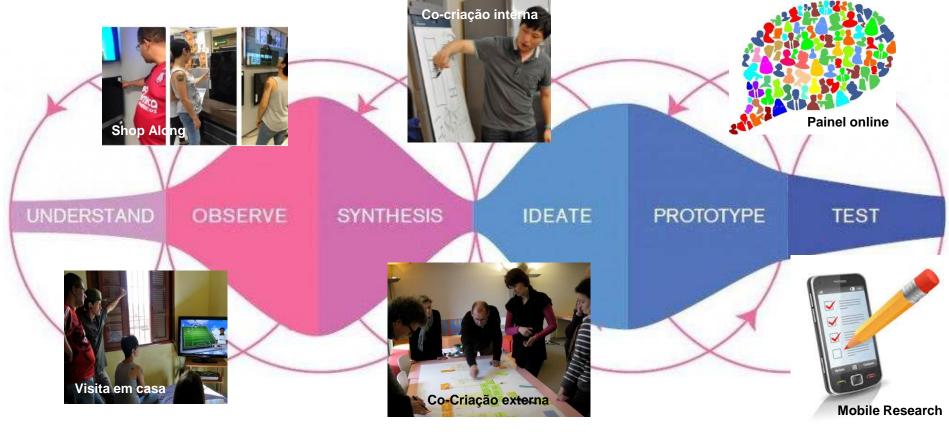






Experimente perguntar num teste de conceito qual das ideias apresentadas ele apostaria ao invés das tradicionais perguntas







Fale sempre que puder e da forma mais adequada. Toda metodologia tem seus prós e contras!



Obcideo



QUEBRANDO PARADIGMAS

Danilo Weiner

Senior Innovation Manager Samsung



