

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



PROFISSÃO DESIGN: A IMPORTÂNCIA DA CRIATIVIDADE NA RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS E NO PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

Pesquisador(es): SERAFINI, Suélen; SCHWENGBER, Eduardo Cipriani.

Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc),
Curso de Design.

Área: Área das Ciências Sociais.

Introdução: Um designer pode atuar em diversas áreas, porém independente da área de atuação, seu papel é auxiliar na resolução de um problema do cliente. Um problema é em suma uma necessidade do cliente. A qual se deve conhecer profundamente para desenvolver uma solução assertiva, bem como instigar o convencimento do cliente durante a negociação. **Objetivo:** Portanto, o objetivo com este estudo é demonstrar aspectos da criatividade na resolução de problemas e no convencimento do cliente durante o processo de negociação. **Método:** Para tanto, foram realizadas pesquisas em bibliografias científicas e literárias com enfoque nas temáticas: processo criativo, mindset, design thinking, resolução de problemas e negociação. **Resultados:** Cada necessidade apresenta um grau determinado de complexidade, o qual eleva linearmente o grau de responsabilidade do designer. Porém, o grau de complexidade de uma solução proposta não é definido por tais. Uma necessidade complexa pode ter uma solução simples e vice-versa. Conhecer com propriedade o problema/necessidade torna o processo criativo de um designer mais eficiente, visto que o detalhamento da necessidade reduz o tempo na pesquisa e desenvolvimento da solução final com maior chance de acerto. Além disto, o domínio sobre os principais aspectos de uma necessidade do cliente agrega valor sobre o processo de negociação. Conhecer uma necessidade permite ter argumentos para embasar e elaborar uma proposta com linhas ou exemplos de soluções a serem alcançadas. Bem como, a exploração de reflexos das soluções sobre âmbitos que o cliente não espera e que podem ser diferenciais. Em uma negociação criativa, o designer deve trabalhar a

II CIRCUITO REGIONAL

DE PESQUISA, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Megatendências, Perspectivas e Desafios na Formação Profissional

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



necessidade do cliente ao ponto de criar o desejo sobre a solução a ser gerada. Uma solução que apenas aquele profissional poderá criar e que garantirá o customer success. Portanto, a percepção do cliente de que o designer compreende a dimensão da sua necessidade no campo dos desejos é fundamental. Isto permite o envolvimento do cliente em níveis visceral, comportamental e reflexivo não apenas no processo de design, mas na negociação. **Conclusão:** O diferencial criativo é, portanto, desejável não apenas no processo pós venda, mas antes e durante a negociação. Vender design é trabalhar o desenvolvimento de soluções reais no campo dos desejos humanos. Para tal profissional, percebe-se a necessidade de entender sobre criatividade, negociação e psicologia comportamental, de modo holístico.

Palavras-chave: Criatividade. Design. Necessidade. Negociação.

E-mails: eduardo.schwengber@unoesc.edu.br; suelen_serafini@hotmail.com.

