



AULA 2

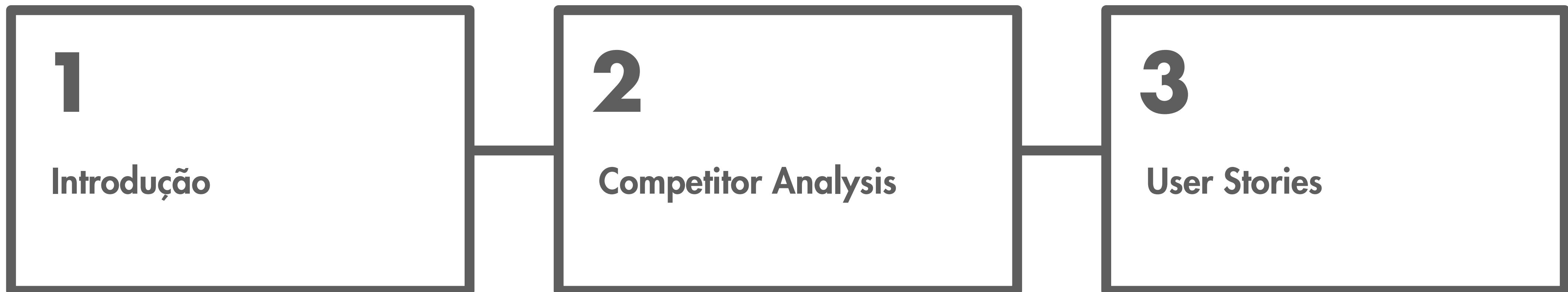
USER RESEARCH

FORMADOR: JOÃO PINHEIRO



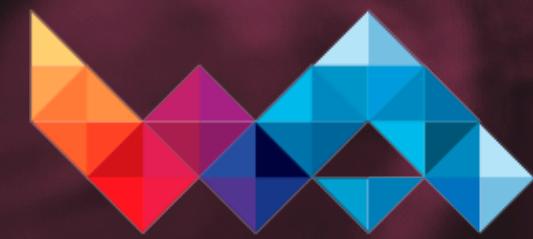
WORLD
ACADEMY
PORTUGAL

USER INTERFACE E USER EXPERIENCE
FRONT-END DEVELOPMENT





INTRODUÇÃO



WORLD
ACADEMY
PORTUGAL

USER INTERFACE E USER EXPERIENCE
FRONT-END DEVELOPMENT

O QUE É USER RESEARCH?

STUDOS
GRÁFICOS

ENTREVISTAS

PERSONAS

USER STORIES

CUSTOMER
EXPERIENCE MAPS

CARD SOR

User research são um **conjunto de técnicas** usadas pelas equipas de UX de modo a conhecerem melhor os utilizadores de um determinado produto digital.

O QUE É USER RESEARCH?

Estas técnicas ajudam a **compreender os utilizadores**, colocar as suas **necessidades e frustrações** num contexto e perceber a **performance do produto ou serviço atual** (caso exista) de modo a se saber o que tem de ser melhorado.



PORQUE SE DEVE FAZER USER RESEARCH?

- ✓ Permite conhecer os utilizadores e as suas necessidades básicas a fim de criar designs que são realmente **relevantes, fáceis e prazerosos** para os utilizadores;
- ✓ Permite tomar **decisões mais informadas em pontos críticos** ao longo do ciclo de desenvolvimento do produto.
- ✓ Evita ajustes **pós-lançamento caros** e, mais importante, previne uma **má experiência do utilizador**, que pode prejudicar a imagem da marca e reputação.
- ✓ Compreender o **retorno do investimento** (ROI = Return on Investment) de todo o projeto de user experience feito.





"Empathy is at the heart of design. Without the understanding of what others see, feel, and experience, design is a pointless task."

—Tim Brown, CEO of the innovation and design firm IDEO

QUE TÉCNICAS DE USER RESEARCH EXISTEM?

ENTREVISTAS

CARD SORTING

QUESTIONÁRIOS

PERSONAS

CONTEXTUAL
INQUIRY

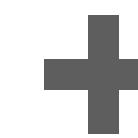
TESTES DE
USABILIDADE

COMPETITOR
ANALYSIS

USER STORIES

FOCUS GROUPS

CUSTOMER
EXPERIENCE MAPS



QUE TÉCNICAS DE USER RESEARCH EXISTEM?

ENTREVISTAS

CARD SORTING

QUESTIONÁRIOS

PERSONAS

CONTEXTUAL
INQUIRY

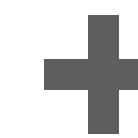
TESTES DE
USABILIDADE

COMPETITOR
ANALYSIS

USER STORIES

FOCUS GROUPS

CUSTOMER
EXPERIENCE MAPS



TIPOS DE PESQUISA

QUALITATIVA

QUANTITATIVA

QUALITATIVA

A pesquisa qualitativa refere-se a todas as descobertas que são feitas por meio de observação, emoções e comportamentos humanos;

Exemplos de pesquisa qualitativa:

- ✓ Entrevistas
- ✓ Contextual Inquiries
- ✓ Dicas para o Entrevistador
- ✓ Diary Studies
- ✓ Focus Group



TIPOS DE PESQUISA

Exemplo de discurso na análise da equipa de UX:

"Foi observado que os participantes tiveram de ler mais do que uma vez o texto da página Sobre Nós para compreender a mensagem."





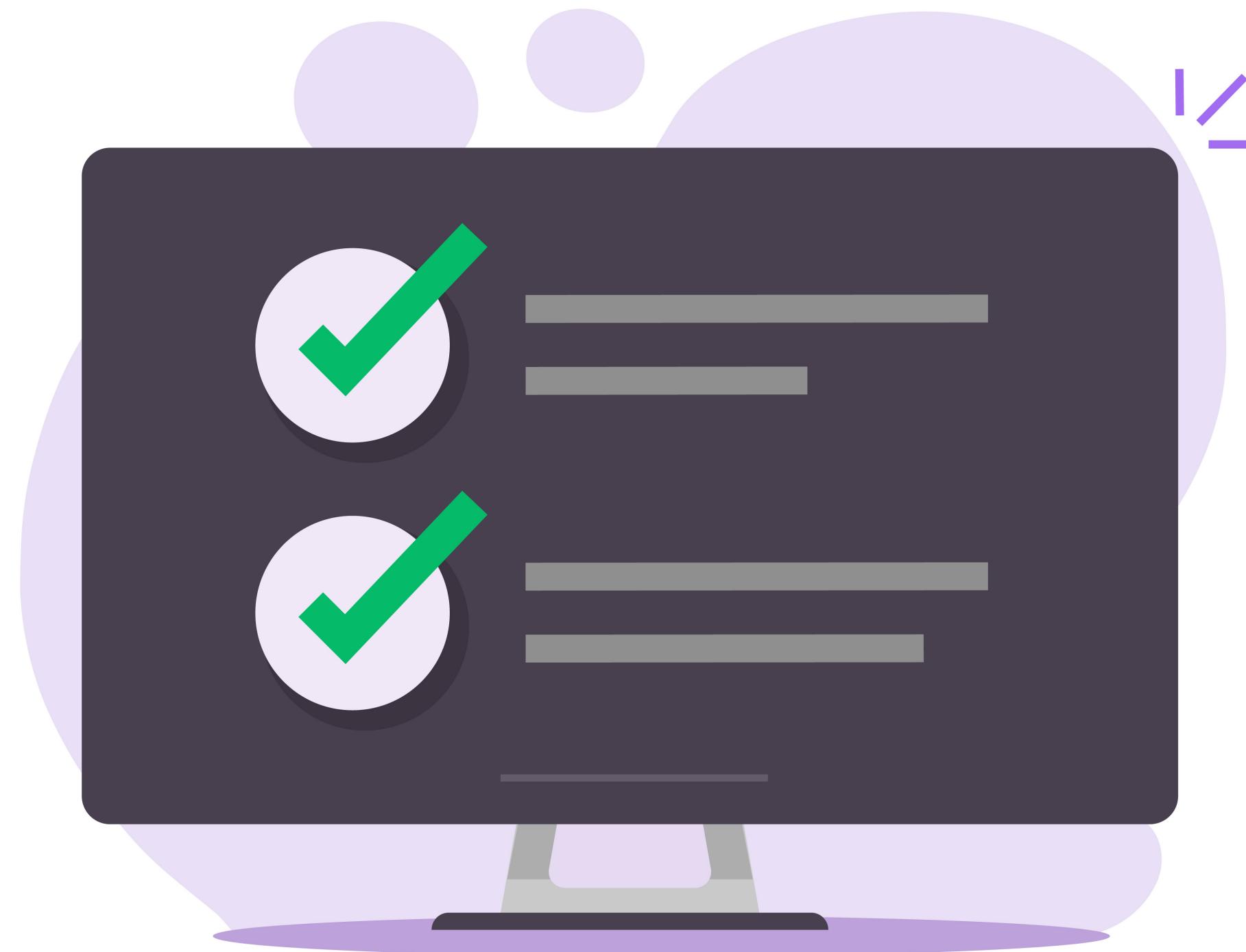
QUANTITATIVA

A pesquisa quantitativa refere-se a todos os dados que são possíveis de medir (métricas) e aos dados atuais;

Exemplos de pesquisa quantitativa:

- ✓ Online Surveys
- ✓ Web Analytics

TIPOS DE PESQUISA



Exemplo de discurso na análise da equipa de UX:

"Foi observado que o tempo médio que os utilizadores estão na homepage é de 12,4 segundos."

QUAIS SÃO AS TÉCNICAS QUE DEVEM DE SER USADAS?

O tipo de técnicas a usar **dependem** do processo de trabalho assim como das razões que **levam** a fazer o user research.

Cabe à equipa de UX compreender quais são as técnicas que **melhor se ajustam** a cada projeto.





COMPETITOR ANALYSIS



WORLD
ACADEMY
PORTUGAL

USER INTERFACE E USER EXPERIENCE
FRONT-END DEVELOPMENT

O QUE É UMA COMPETITOR ANALYSIS?

Conforama



amazon



Competitor Analysis é uma técnica onde se investiga, compara e analisa os produtos ou serviços de um determinado número de empresas concorrentes.

O QUE É UMA COMPETITOR ANALYSIS?

A comparação tem de ser sempre feita em relação ao **produto ou serviço que se está a desenvolver**.

Por norma, a comparação é feita numa **tabela**.

O objetivo é perceber que **elementos de usabilidade e funcionalidades** se podem adicionar ou melhorar.

Ao se fazer uma competitor analysis, torna-se mais fácil fazer **escolhas mais acertadas**.

	Bank of America	Simple	Paypal	Venmo	Mint	Level	You Need A Budget	Learnvest
Usability*								
EFFICIENT NAVIGATION		✓	✓	✓		✓	✓	✓
ORGANIZATIONAL CLARITY		✓	✓	✓		✓	✓	✓
EFFECTIVE VISUAL DESIGN		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
MATCHES EXPECTATIONS	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
READABILITY	✓	✓	✓	✓			✓	
FACILITATES USER TASKS	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
PROVIDES HELP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Features								
MANAGE ACCOUNT	✓	✓	✓					
TRANSFER MONEY	✓	✓	✓	✓	✓			
DEPOSIT CHECKS	✓	✓	✓	✓				
PAY BILLS	✓	✓	✓	✓				
CREATE BUDGET		✓	✓	✓		✓	✓	✓
MANAGE BUDGET		✓			✓	✓	✓	✓
TRACK EXPENSES		✓			✓	✓	✓	✓
AUTOPAY	✓	✓	✓	✓				
AUTO TRANSFER		✓						
TWO POINT SECURITY	✓	✓						

PORQUE SE DEVE FAZER UMA COMPETITOR ANALYSIS?

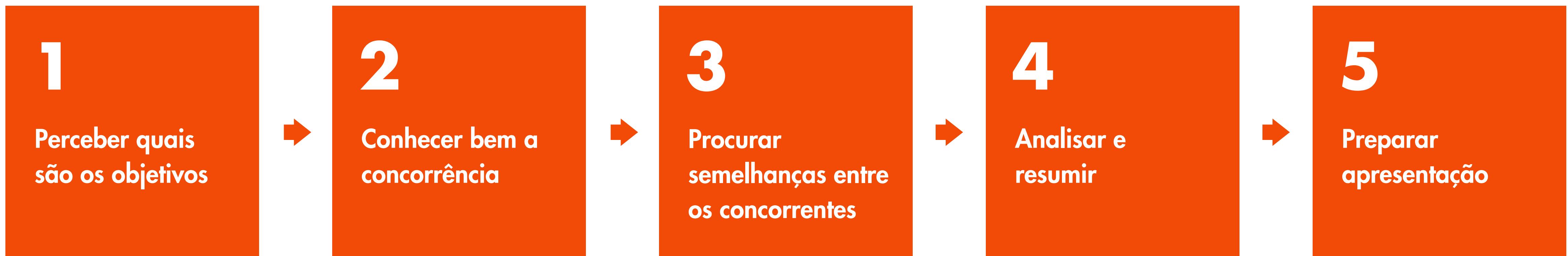


Alguns dos motivos que levam a equipa de UX a fazer uma competitor analysis são:

- ▶ Ajudar a resolver **problemas de usabilidade**;
- ▶ Compreender onde o produto ou serviço se encontra no **mercado**;
- ▶ Perceber quais são os **pontos fortes e fracos** da concorrência;
- ▶ Ter **evidências comprovadas** quando se for fazer alterações no produto;
- ▶ Focar todos os esforços num determinado **mercado alvo**.

PROCESSO

O processo de desenvolvimento de uma competitor analysis passa por **5 fases**:



As seguintes **perguntas** ajudam-nos a compreender quais são os nossos **objetivos**:

- ▶ *Porque razão se está a fazer uma análise aos concorrentes?*
- ▶ *O que se pretende alcançar?*

Os objetivos têm de ser os mais específicos possíveis e com possibilidade de serem **analisados e avaliados** (exemplo: melhor usabilidade).

É importante manter os **objetivos presentes** em mente quando se está a desenvolver uma competitor analysis para se saber sempre para o que se está a trabalhar.



ConforamaamazonRocaCONTINENTE

PARFOIS

Criar uma tabela de comparação com cerca de **6 a 10 concorrentes diretos e indiretos**. Este tipo de informação é organizado numa tabela por ser mais fácil e rápido de analisar.

CONCORRÊNCIA DIRETA

São todas as empresas e pessoas que oferecem os mesmos produtos ou serviços em relação à empresa que se está a analisar sendo que esses produtos ou serviços são os **elementos principais de venda.**

CONCORRÊNCIA INDIRETA

São todas as empresas e pessoas que também oferecem os mesmos produtos ou serviços em relação à empresa que se está a analisar mas, neste caso, esses produtos ou serviços **não são considerados os elementos principais de venda.**

		FUNCIONALIDADES			USABILIDADE	
		SUBSCREVER NEWSLETTER	CROSS-SELL	FAZER ZOOM NAS FOTOS	LEITURA CLARA	BOA NAVEGAÇÃO
DIRETA		✓				
		✓	✓	✓	✓	
			✓	✓	✓	✓
		✓		✓		
INDIRETA						✓
		✓	✓			✓
		✓		✓		

	FUNCIONALIDADES					USABILIDADE	
	SUBSCREVER NEWSLETTER	CROSS-SELL	FAZER ZOOM NAS FOTOS	LEITURA CLARA	BOA NAVEGAÇÃO		
	ColchaoNet.com	✓					
DIRETA	FEIRA DOS colchões®	✓	✓	✓	✓		
	koalarest		✓	✓	✓		✓
	MAX COLCHON	✓		✓			
INDIRETA	IKEA						✓
	Conforama	✓	✓				✓
	amazon	✓		✓			

		FUNCIONALIDADES			USABILIDADE	
		SUBSCREVER NEWSLETTER	CROSS-SELL	FAZER ZOOM NAS FOTOS	LEITURA CLARA	BOA NAVEGAÇÃO
DIRETA	ColchaoNet.com Cuidamos do Seu Descanso	✓				
	FEIRA DOS colchões®	✓	✓	✓	✓	
	koalarest		✓	✓	✓	✓
	MAX COLCHON	✓		✓	✓	
	IKEA			✓		✓
	Conforama	✓	✓			✓
INDIRETA	amazon	✓		✓		✓

	FUNCIONALIDADES			USABILIDADE	
	SUBSCREVER NEWSLETTER	CROSS-SELL	FAZER ZOOM NAS FOTOS	LEITURA CLARA	BOA NAVEGAÇÃO
DIRETA		✓			
		✓	✓	✓	
INDIRETA			✓	✓	✓
		✓		✓	
					✓
		✓	✓		✓
		✓		✓	

		FUNCIONALIDADES				USABILIDADE	
		SUBSCREVER NEWSLETTER	CROSS-SELL	FAZER ZOOM NAS FOTOS	LEITURA CLARA	BOA NAVEGAÇÃO	
		✓					
DIRETA		✓	✓	✓	✓	✓	
			✓	✓	✓	✓	✓
		✓		✓			
INDIRETA							✓
		✓	✓				✓
		✓		✓			

		FUNCIONALIDADES				USABILIDADE	
		SUBSCREVER NEWSLETTER	CROSS-SELL	FAZER ZOOM NAS FOTOS	LEITURA CLARA	BOA NAVEGAÇÃO	
DIRETA		✓					
		✓	✓	✓	✓	✓	
			✓	✓	✓	✓	✓
		✓		✓			
INDIRETA							✓
		✓	✓				✓
		✓		✓			

		FUNCIONALIDADES			USABILIDADE	
		SUBSCREVER NEWSLETTER	CROSS-SELL	FAZER ZOOM NAS FOTOS	LEITURA CLARA	BOA NAVEGAÇÃO
DIRETA		✓				
		✓	✓	✓	✓	
			✓	✓	✓	✓
		✓		✓		
INDIRETA						✓
		✓	✓			✓
		✓		✓		

No processo de análise da tabela, deve-se criar uma **lista** com as **funcionalidades** e fazer uma descrição da **usabilidade** dos concorrentes.

Deve-se também considerar:

- ▶ Tom de linguagem e o copy usado pela concorrência;
- ▶ Tempo de espera (loading time);
- ▶ Serviço ao cliente;
- ▶ Design.





Ao analisar a informação recolhida, criar um **resumo** de todas as **conclusões** obtidas e qual será o **impacto** destas no projeto que se está a desenvolver.

Esta é a fase ideal para se identificar todas as **novas oportunidades** que existam para melhorar o produto ou serviço.

A última etapa é a criação de uma **apresentação** com todos os elementos principais obtidos na análise de modo a **convencer o cliente** a realizar as alterações.

Não esquecer de **referenciar** todos os aspetos encontrados na investigação através do uso de links, imagens, vídeos, etc..

Na apresentação ao cliente, mostrar o **impacto** que as novas oportunidades destacadas na investigação terão no **negócio da empresa**.



EXERCÍCIO

EXERCÍCIO: COMPETITOR ANALYSIS

Objetivo do exercício: Fazer uma competitor analysis

Clientes (sugestões):

Grupo A: PCDiga (www.pcdiga.com)

Grupo B: Ericeira Surf & Skate (www.ericeirasurfshop.pt)

Briefing:

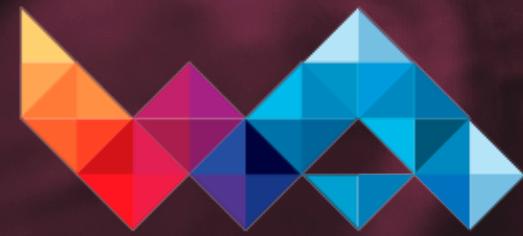
Objetivo da CA: Melhorar a usabilidade e funcionalidades;

1. Identificar um concorrente direto e indireto;
2. Definir três categorias nas funcionalidades e usabilidade;
3. Criar uma tabela de análise da concorrência;
4. Fazer uma análise por tópicos;





USER STORIES



WORLD
ACADEMY
PORTUGAL

USER INTERFACE E USER EXPERIENCE
FRONT-END DEVELOPMENT

O QUE SÃO USER STORIES?

Um user story descreve algo que um **utilizador quer alcançar** através do uso de um produto ou serviço.

O objetivo é colocar o utilizador no centro do processo de design e desenvolvimento focando-se sempre nas funcionalidades ou nas características de um produto ou serviço.

Esta técnica permite à equipa de UX visualizar de um modo rápido todas as funcionalidades e características necessárias para o desenvolvimento de um produto ou serviço.



O QUE SÃO USER STORIES?

	A	B	C	D
1	Ref ID	Title	User story	Priority
2	2	Inbound exchange eligibility	As a prospective inbound exchange student I can find out if my university has an exchange arrangement with BU to see if I'm eligible to come on exchange to BU	SHOULD
3	3	Find outbound exchange institutions	As a prospective outbound exchange student I can find out which universities BU has an exchange arrangement with so I can see where I could go on exchange	SHOULD
4	5	Degree courses	As a prospective international student I can find out if BU offer the degree courses I want to study so I know if BU is an option for me	SHOULD
5	6	Academic requirements	As a prospective international student I can find out what academic entry requirements I must meet for my preferred course so I know if I am / will be eligible to apply	SHOULD
6	1	Find public events	As a prospective international student I can find upcoming opportunities to meet with BU reps so I can get answers to my questions about BU	MUST
7	4	Find contact details	As a higher education agent I can find contact details in the BU International Office so I can ask questions on behalf of my (prospective student) clients	MUST
8	7	Student visas	As a prospective international student I can find out what student visa I need so I can arrange one and come to BU	MUST
9	10	Ranking	As a prospective international student I can see how well BU ranks so I am encouraged to apply	MUST
10	8	Find agent	As a prospective international student I can find BU accredited education agents in my country so I can contact them to help me apply to BU	COULD
11	9	Multilingual benefits	As the non-English speaking parent of a prospective student I can learn about the benefits of studying at BU so I am encouraged to send my child	COULD

Por norma, os user stories são criados numa **folha de cálculo**.

O nome técnico que se atribui ao documento que tem um user story é **Product Backlog**.



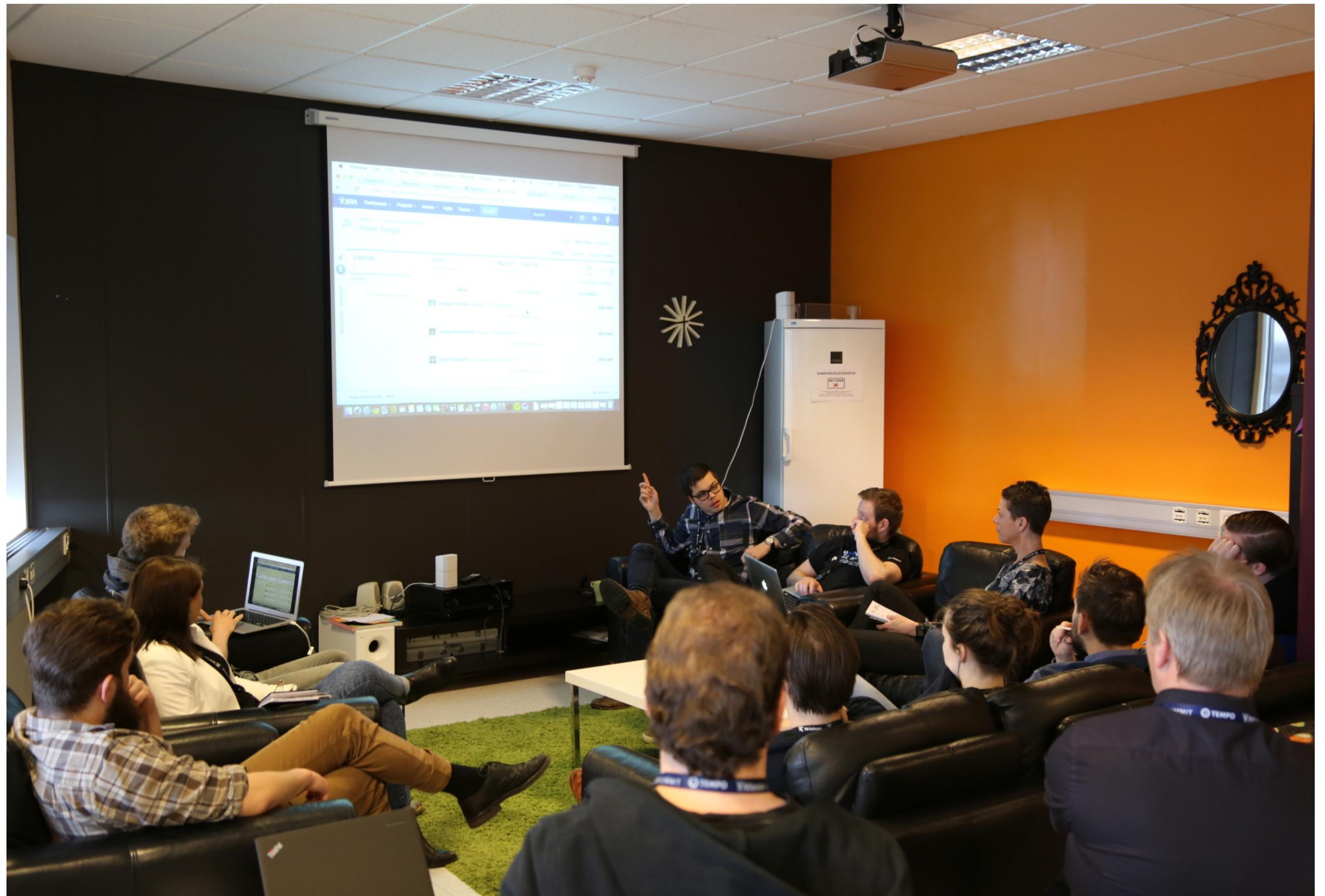
Google Sheets

METODOLOGIA AGILE

Uma boa técnica para implementar os user stories é usando a metodologia **agile**.

Esta metodologia tem como objetivo **acelerar os processos de trabalho** de um projeto sendo que se foca mais numa **rápida colaboração** entre as várias equipas (ux, design, desenvolvimento, etc.) e se foca menos em informações detalhadas e sign-off formais.

Neste processo, as equipas reunem-se numa sala e constroem as diferentes user stories.



CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS

Cada user story inclui estas três características:

- ▶ Explica o **problema ou necessidade** que o utilizador irá resolver através de uma nova funcionalidade que irá ser implementada;
- ▶ A listagem de problemas ou necessidades podem ser **atualizadas e modificadas** à medida que o projeto vai evoluindo;
- ▶ Cada user story providencia informação suficiente para os designers e developers compreenderem a parte **funcional** mas não vão ao detalhe de explicar **como** estes problemas tem de ser resolvidos num perspectiva **técnica ou de design**.



COMO CRIAR UM USER STORY?

Cada user story é composto por três elementos principais:

**PROBLEMA OU
NECESSIDADE**

**EXPLICAÇÃO
DETALHADA**

**NÍVEL DE
PRIORIDADE**

COMO CRIAR UM USER STORY: EXEMPLO

	A	B	C	D
1	Ref ID	Title	User story	Priority
2	2	Inbound exchange eligibility	As a prospective inbound exchange student I can find out if my university has an exchange arrangement with BU to see if I'm eligible to come on exchange to BU	SHOULD
3	3	Find outbound exchange institutions	As a prospective outbound exchange student I can find out which universities BU has an exchange arrangement with so I can see where I could go on exchange	SHOULD
4	5	Degree courses	As a prospective international student I can find out if BU offer the degree courses I want to study so I know if BU is an option for me	SHOULD
5	6	Academic requirements	As a prospective international student I can find out what academic entry requirements I must meet for my preferred course so I know if I am / will be eligible to apply	SHOULD
6	1	Find public events	As a prospective international student I can find upcoming opportunities to meet with BU reps so I can get answers to my questions about BU	MUST
7	4	Find contact details	As a higher education agent I can find contact details in the BU International Office so I can ask questions on behalf of my (prospective student) clients	MUST
8	7	Student visas	As a prospective international student I can find out what student visa I need so I can arrange one and come to BU	MUST
9	10	Ranking	As a prospective international student I can see how well BU ranks so I am encouraged to apply	MUST
10	8	Find agent	As a prospective international student I can find BU accredited education agents in my country so I can contact them to help me apply to BU	COULD
11	9	Multilingual benefits	As the non-English speaking parent of a prospective student I can learn about the benefits of studying at BU so I am encouraged to send my child	COULD

COMO CRIAR UM USER STORY: EXEMPLO

Problema ou Necessidade



	A	B	C	D
1	Ref ID	Title	User story	Priority
2	2	Inbound exchange eligibility	As a prospective inbound exchange student I can I find out if my university has an exchange arrangement with BU to see if I'm eligible to come on exchange to BU	SHOULD
3	3	Find outbound exchange institutions	As a prospective outbound exchange student I can find out which universities BU has an exchange arrangement with so I can see where I could go on exchange	SHOULD
4	5	Degree courses	As a prospective international student I can find out if BU offer the degree courses I want to study so I know if BU is an option for me	SHOULD
5	6	Academic requirements	As a prospective international student I can find out what academic entry requirements I must meet for my preferred course so I know if I am / will be eligible to apply	SHOULD
6	1	Find public events	As a prospective international student I can find upcoming opportunities to meet with BU reps so I can get answers to my questions about BU	MUST
7	4	Find contact details	As a higher education agent I can find contact details in the BU International Office so I can ask questions on behalf of my (prospective student) clients	MUST
8	7	Student visas	As a prospective international student I can find out what student visa I need so I can arrange one and come to BU	MUST
9	10	Ranking	As a prospective international student I can see how well BU ranks so I am encouraged to apply	MUST
10	8	Find agent	As a prospective international student I can find BU accredited education agents in my country so I can contact them to help me apply to BU	COULD
11	9	Multilingual benefits	As the non-English speaking parent of a prospective student I can learn about the benefits of studying at BU so I am encouraged to send my child	COULD

COMO CRIAR UM USER STORY: EXEMPLO

Explicação Detalhada



	A	B	C	D
1	Ref ID	Title	User story	Priority
2	2	Inbound exchange eligibility	As a prospective inbound exchange student I can find out if my university has an exchange arrangement with BU to see if I'm eligible to come on exchange to BU	SHOULD
3	3	Find outbound exchange institutions	As a prospective outbound exchange student I can find out which universities BU has an exchange arrangement with so I can see where I could go on exchange	SHOULD
4	5	Degree courses	As a prospective international student I can find out if BU offer the degree courses I want to study so I know if BU is an option for me	SHOULD
5	6	Academic requirements	As a prospective international student I can find out what academic entry requirements I must meet for my preferred course so I know if I am / will be eligible to apply	SHOULD
6	1	Find public events	As a prospective international student I can find upcoming opportunities to meet with BU reps so I can get answers to my questions about BU	MUST
7	4	Find contact details	As a higher education agent I can find contact details in the BU International Office so I can ask questions on behalf of my (prospective student) clients	MUST
8	7	Student visas	As a prospective international student I can find out what student visa I need so I can arrange one and come to BU	MUST
9	10	Ranking	As a prospective international student I can see how well BU ranks so I am encouraged to apply	MUST
10	8	Find agent	As a prospective international student I can find BU accredited education agents in my country so I can contact them to help me apply to BU	COULD
11	9	Multilingual benefits	As the non-English speaking parent of a prospective student I can learn about the benefits of studying at BU so I am encouraged to send my child	COULD

COMO CRIAR UM USER STORY: EXEMPLO

Nível de Prioridade

	A	B	C	D
1	Ref ID	Title	User story	Priority
2	2	Inbound exchange eligibility	As a prospective inbound exchange student I can I find out if my university has an exchange arrangement with BU to see if I'm eligible to come on exchange to BU	SHOULD
3	3	Find outbound exchange institutions	As a prospective outbound exchange student I can find out which universities BU has an exchange arrangement with so I can see where I could go on exchange	SHOULD
4	5	Degree courses	As a prospective international student I can find out if BU offer the degree courses I want to study so I know if BU is an option for me	SHOULD
5	6	Academic requirements	As a prospective international student I can find out what academic entry requirements I must meet for my preferred course so I know if I am / will be eligible to apply	SHOULD
6	1	Find public events	As a prospective international student I can find upcoming opportunities to meet with BU reps so I can get answers to my questions about BU	MUST
7	4	Find contact details	As a higher education agent I can find contact details in the BU International Office so I can ask questions on behalf of my (prospective student) clients	MUST
8	7	Student visas	As a prospective international student I can find out what student visa I need so I can arrange one and come to BU	MUST
9	10	Ranking	As a prospective international student I can see how well BU ranks so I am encouraged to apply	MUST
10	8	Find agent	As a prospective international student I can find BU accredited education agents in my country so I can contact them to help me apply to BU	COULD
11	9	Multilingual benefits	As the non-English speaking parent of a prospective student I can learn about the benefits of studying at BU so I am encouraged to send my child	COULD

O problema ou necessidade é uma **frase** que descreve o que o **utilizador pretende alcançar**.

Por norma usa-se como **título** para esta coluna:

Sendo um utilizador eu posso...

As a user I can...

Exemplo:

Se estiver a abrir um novo site de venda de produtos de higiene masculina, alguns exemplos de problemas e necessidades seriam:

SENDO UM UTILIZADOR EU POSSO...

...criar uma conta.

...procurar pela lâmina de barbear X.

...procurar pela loja física mais próxima.

...querer telefonar para apoio ao cliente.

A explicação detalhada é onde se **descreve** como é que uma determinada funcionalidade irá **funcionar**.

Exemplo:

Tendo como problema ou necessidade 'Como um utilizador eu posso... criar uma conta', os conteúdos a adicionar no campo Explicação Detalhada seriam:

EXPLICAÇÃO DETALHADA

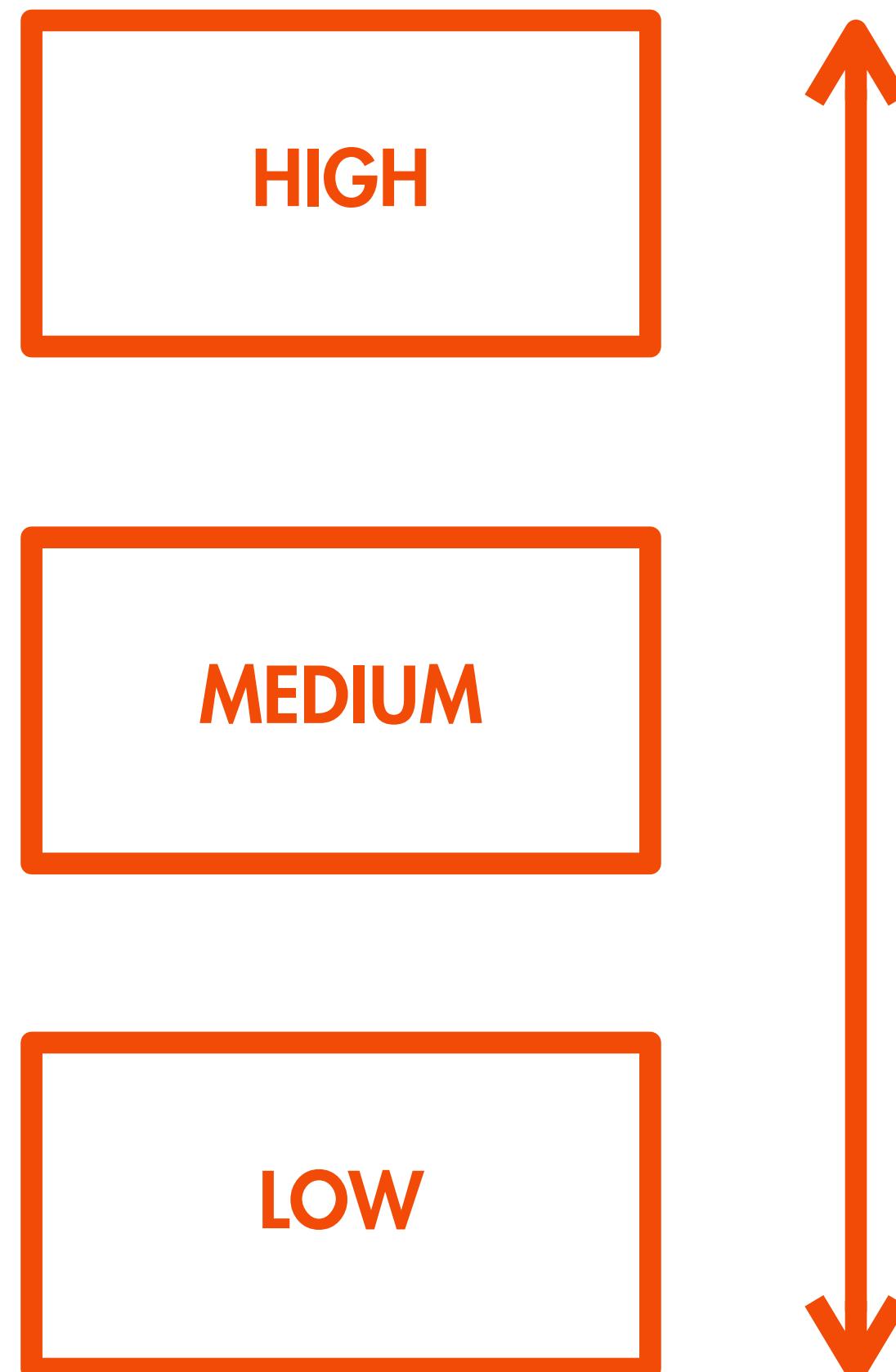
Processo:

- 1.O utilizador clica na botão criar conta;
- 2.O formulário de registo surge no ecrã com os seguintes campos:
 - Primeiro nome;
 - Último nome;
 - Nome de utilizador;
 - Palavra-passe;
- 3.O utilizador preenche o formulário e clica no botão 'Registrar';

Como o nome explica, o nível de prioridade é a atribuição de um valor que indica o **nível importância** de determinada funcionalidade em ser desenvolvida.

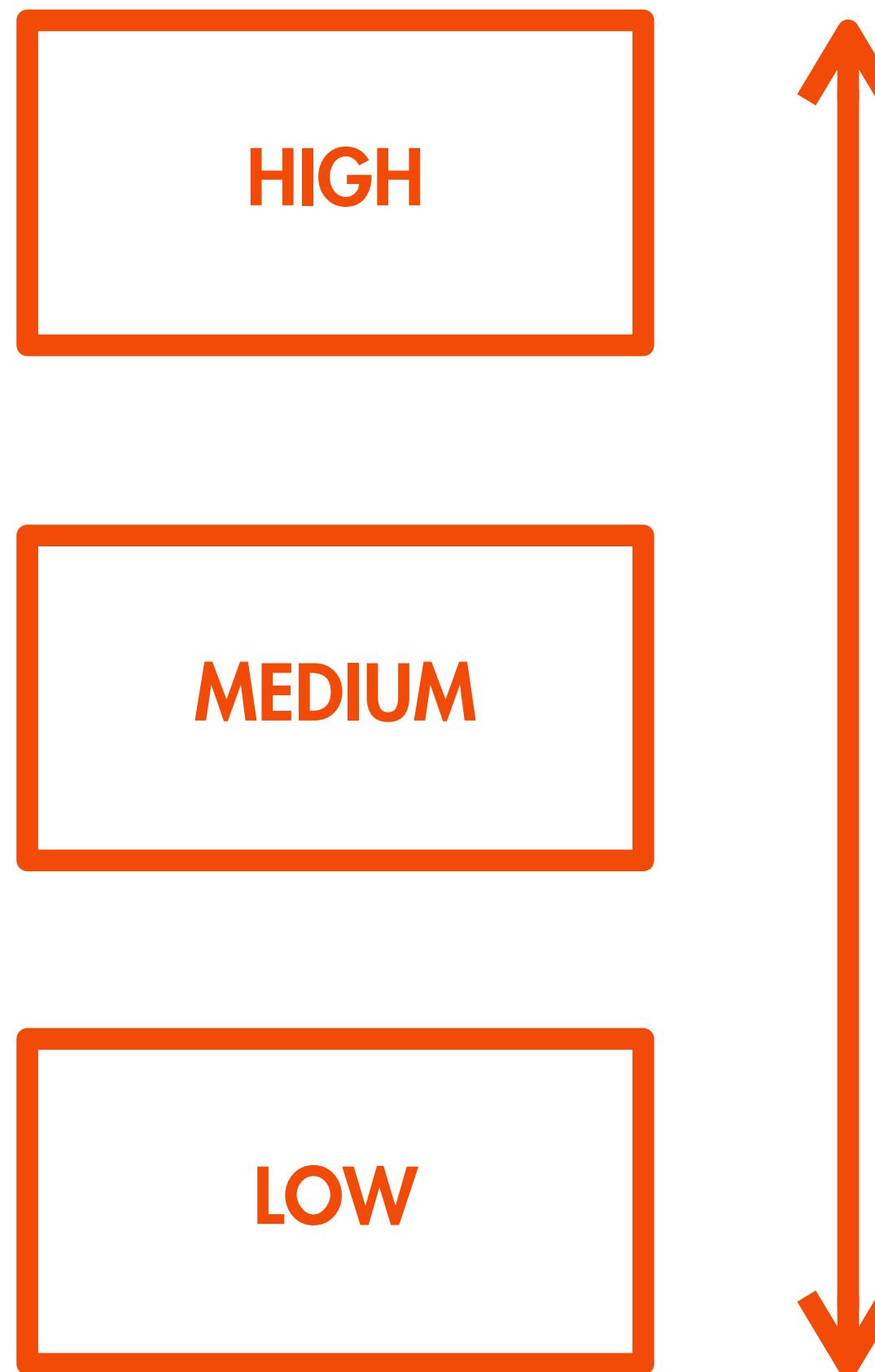
Existem diversos níveis de prioridade que podem ser atribuídos. Alguns exemplos são:

- ▶ **Tamanhos de t-shirts:** S, M e L (small, medium e large);
- ▶ **Nível de urgência:** L, M e H (low, medium e high);



Os **factores que influenciam** a escolha de uma prioridade são vários. Os três mais conhecidos são:

- ▶ **Objetivos de negócios:** diretamente ligado ao objetivo de aumentar os lucros da empresa;
- ▶ **Dependências funcionais:** se várias funcionalidades dos user stories estão dependentes do desenvolvimento de uma funcionalidade de outro user story, então este último passa a prioritário;
- ▶ **Tempo requerido para desenvolvimento:** se a equipa de desenvolvimento se aperceber que um determinado user story é rápido de ser implementado e é fundamental para alcançar os objetivos do negócio, então deverá ser atribuído a este user story um nível de prioridade mais elevado;



COMO CRIAR UM USER STORY?: EXEMPLOS

SENDO UM UTILIZADOR EU POSSO...	EXPLICAÇÃO DETALHADA	NÍVEL DE PRIORIDADE
...criar uma conta.	<p>Processo:</p> <ol style="list-style-type: none">1. O utilizador clica na botão criar conta;2. O formulário de registo surge no ecrã com os seguintes campos:<ul style="list-style-type: none">▶ Primeiro nome;▶ Último nome;▶ Nome de utilizador;▶ Palavra-passe;3. O utilizador preenche o formulário e clica no botão 'Registar'.	High
...procurar pela lâmina de barbear X.	Criar uma área com motor de busca.	High
...procurar pela loja física mais próxima.	<p>Processo:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Clicar na barra de navegação em 'Lojas';2. A página que surge no ecrã apresenta uma grelha com as 4 lojas físicas que existem:<ul style="list-style-type: none">▶ Página dividida por quatro áreas iguais;▶ Cada uma dessas áreas contém: número de telefone, e-mail e morada da loja.	Medium

OUTROS ELEMENTOS QUE SE PODEM ADICIONAR AO USER STORY



Outros elementos que podem ser adicionados ao backlog são:

- ▶ **Estado:** qual é o estado atual do user story (em progresso, a correr testes, feito, etc.);
- ▶ **Comentários:** qualquer informação adicional que seja importante para o desenvolvimento do projeto;
- ▶ **Mockup / screenshot:** links com o ficheiros finais (exemplo: sketch / photoshop);

A quantidade de elementos que constam no backlog irá sempre variar em cada projeto.

EXERCÍCIO

EXERCÍCIO: CRIAÇÃO DE USER STORIES

Objetivo: Criar um backlog com user stories

Cientes (sugestões):

Grupo A: PCDiga (www.pcdiga.com)

Grupo B: Ericeira Surf & Skate (www.ericeirasurfshop.pt)

Processo:

1. Reunir toda a investigação feita anteriormente e se for necessário recolher mais informação online;
2. Estabelecer uma tabela com 3 user stories;
3. A tabela têm de ser composta pelo 3 elementos principais. Se houver tempo poderá ser adicionado mais elementos à tabela.





USER INTERFACE E USER EXPERIENCE

FRONT-END DEVELOPMENT

FORMADOR: JOÃO PINHEIRO