

# Análise dos Dados

- O objetivo é encontrar padrões de comportamento
- Quais usuários sentem mais dor?
- Qual a frequência do problema com esse público?
- Qual o impacto do problema? (tempo e dinheiro)
- Quais usuários não vamos focar agora?
- Quais dúvidas e suposições viraram certezas?
- Quais são as novas dúvidas e suposições?

# Atualiza sua CSD

- É importante manter a matriz atualizada, pois ela ajuda a ter uma visão geral dos conhecimentos.



# Jornada do Usuário

- Levantar e organizar alguns pontos:
- O que o usuário fez?
- O que ele sentiu?
- O que mais incomodou?
- O que funcionou?

Existem vários templates, escolha um que você goste.

# Jornada do Usuário

- Difícil atualizar
- Mais usado no início do projeto
- Faça a jornada que você precisa no período que você faz
- Não perca muito tempo atualizando constantemente a jornada

# Jornada do Usuário

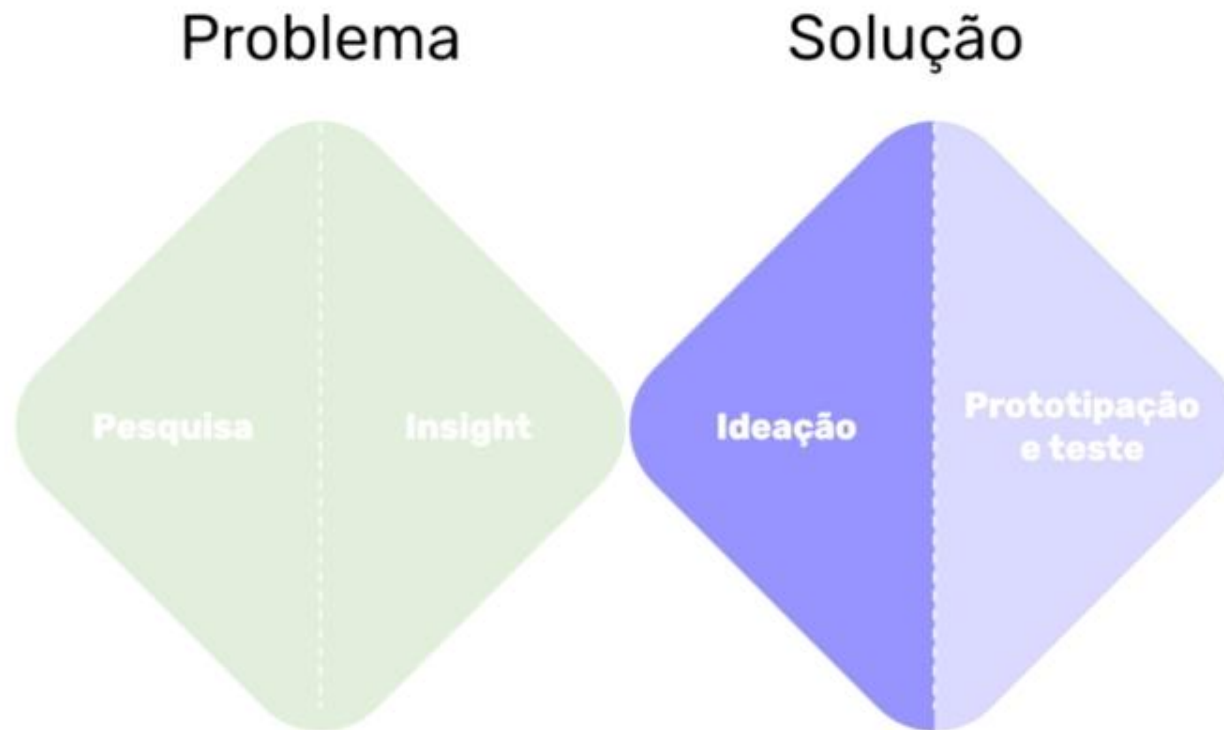
## Jornada do Usuário

<b>Pontos de contato</b> evidências físicas do serviço ou processo				
<b>Ações do usuário</b>				
<b>Necessidades do usuário</b>				
<b>Como o usuário se sente?</b>				

# Ideação e Cocriação

# Ideação e Cocriação

- Como você faz para ter boas ideias?



# Objetivo

- Chegar de forma colaborativa em uma ideia que:
- Atenda as necessidades do usuário
- Gere resultados para a empresa
- Seja viável tecnicamente



# Quantidade vs Qualidade



# História

- Professor de cerâmica dividiu a turma
  - Metade seria avaliada pela qualidade e a outra pela quantidade
  - Primeira turma focada na qualidade, refinando, refazendo
  - Segunda turma produzindo ao máximo: 10, 20, 30 potes
- 
- Resultado: a turma que focou na quantidade entregou também os melhores potes no quesito qualidade

## **POR QUE OS ESTUDANTES FOCARAM EM VOLUME CRIARAM OS MELHORES POTES?**

Não estavam preocupados com perfeição.

Foco em entregar rápido.

Aprenderam com os erros.

# Desapegue

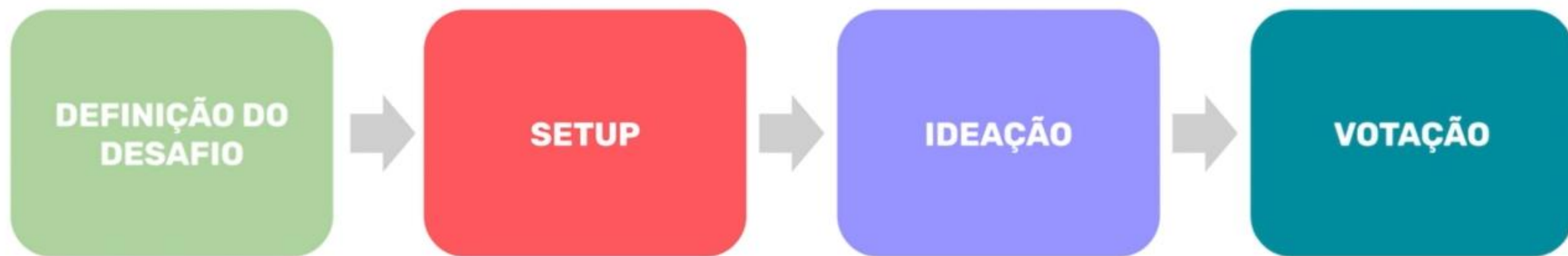
- Pelo menos 2/3 das suas ideias serão muito ruins (Marty Cagan)
- Não se apegue à sua primeira ideia
- Explore ideias novas



# Brainstorming



# Processo de Ideação



# Definição do Desafio

- O que é desafio? Sair da persona, compilação de resultados para um entregável que gere valor
- Em uma frase, precisamos direcionar as pessoas que vão participar do processo de ideação para solucionar o problema do usuário.
- UX deve caprichar na redação do desafio, não limitando o escopo de solução e focando nas dores do usuário.

# Exemplo

- Criar uma pergunta no formato: Como podemos...
- Como podemos criar novas fontes de receita aproveitando a quarentena do corona?
- Foi um bom exemplo?



# Exemplo

- Criar uma pergunta no formato: Como podemos...
  - Como podemos criar novas fontes de receita aproveitando a quarentena do corona?
  - Foi um bom exemplo?
- 
- Ponto de vista na empresa (devemos fazer design centrado no usuário e não na empresa)
  - Focado na solução (limita o escopo)
  - Muito aberto (novas fontes limita, mas deixa muito aberto)

# Exemplo

- Como podemos ajudar a Amanda a proteger sua família contra o corona, sem que isso pareça mais um trabalho?
- Foi um bom exemplo?

# Exemplo

- Como podemos ajudar a Amanda a proteger sua família contra o corona, sem que isso pareça mais um trabalho?
  - Foi um bom exemplo?
- 
- Ponto de vista do usuário (Amanda)
  - Focado no problema (proteger a família contra o corona)
  - Recortando o problema (sem que isso pareça um trabalho)

# Desafio

- O desafio pode ser durante ou antes do processo de ideação.
- Preferível criar antes, dar mais tempo de pensar
- Realizar somente o refinamento na dinâmica de ideação

# Setup de Ideação

- Uma opção é o Design Sprint. Um processo muito bom para ideação que dura 5 dias.
- Desafio: dificilmente uma empresa conseguirá parar um time inteiro durante 5 dias
- Solução: Condensar dinâmicas para realizar em um tempo menor

# Setup de Ideação

- **Preparar a logística**
- 2 à 4 horas de atividade
- Envolvimento de outras áreas da empresa
- Sala com mesa, uma TV ou projetor, papel, post-it
- Entre 5 à 10 participantes + 1 facilitador
- Estruturar agenda e dinâmicas

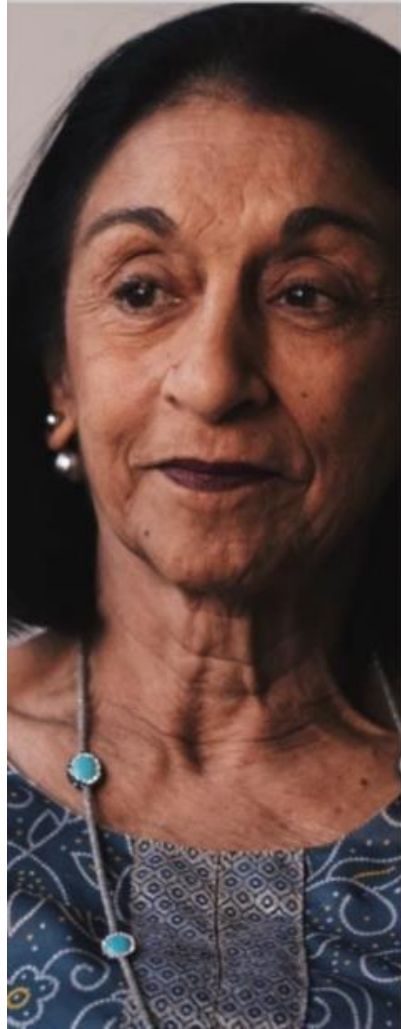
# Setup de Ideação

- **Preparar o conteúdo**
- Começar com o processo de alinhamento (personas, resultados, insights)
- Número de mercados, concorrentes e soluções análogas.
- Utilizar desenhos: Desenho é mais rápido que texto
  - Vai além do óbvio
  - Aproveitar vivências do time
  - Criar volume e variedade de ideias
  - Tirar soluções óbvias da cabeça mais rápido

# Persona

## Neusa, 65 anos

Boleira e doceira



*"Estou muito aflita, é só notícia ruim na TV e o dinheiro está apertando..."*

### DIA A DIA

- Acorda cedo e faz o café da manhã do neto
- Leva o neto pra escola
- Na volta, vê no Whatsapp se chegou algum pedido
- Passa no mercado e compra os ingredientes
- Começa a preparar o almoço
- Busca o neto na escola
- A tarde faz os bolos e doces
- No final da tarde faz as entregas
- Assiste a novela no final do dia enquanto conversa no Whatsapp

### ONDE SE INFORMA

- Whatsapp (audio e video chamada)
- TV aberta
- Instagram (vê no celular da filha)

### OBJETIVOS

- Dar conforto ao neto Júnior, de 7 anos, que mora com ela
- Continuar pagando as contas de casa
- Fazer uma poupança
- Ajudar a filha, que está estudando, a quitar o cartão de crédito

### DESAFIOS

- Com a crise econômica, número de pedidos caiu bastante
- Não tem habilidades e paciência com redes sociais
- Celular é bem antigo, sem espaço para instalar novos aplicativos



# Desafio

- Como podemos ajudar a dona Neusa a pagar as contas em dia sem contrair dívidas durante a crise econômica.

# Crazy-8s

- Essa é uma dinâmica para divergir. Teremos 8 minutos para criar 8 ideias diferentes para resolver o problema
- 1 . Dobre a folha de papel em 8 partes
- 2. Desenhe uma ideia por quadrado, não vale só escrever
- 3. Vale qualquer ideia, mas lembre-se que somos uma empresa de software.

# Crazy-8s



# Refinamento

- Dinâmica para convergir. O foco é filtrar e refinar uma ideia. Pegue uma das suas ideias e refine em uma folha.
- 1. Deixe a ideia o mais visual possível, evite escrever.
- 2. Dê um nome para sua ideia no topo (ex.: App Fantástico)
- 3. Tente deixar a ideia autoexplicativa. Quem olhar para sua folha vai entender.



# Explicando a ideia

- Mais uma dinâmica para convergir. Como você explica sua ideia em poucas palavras? Para isso, vamos usar o modelo de Visão do produto
- Para (público) que (problema), o (nome ideia) é um (tipo da solução) que (benefício).
- Diferente de (concorrentes), a ideia (diferencial)

## EXEMPLO UBER

Público	Para <u>pessoas que trabalham fora e</u>
Problema	<u>não querem depender de transporte público,</u>
Nome da ideia	o <u>Uber</u>
Tipo de solução	é um <u>aplicativo</u>
Proposta de valor	<u>que conecta motoristas freelancers com passageiros.</u>
Concorrentes	Diferente de <u>ter um carro,</u>
Diferencial	<u>o Uber é mais barato e ecologicamente mais sustentável.</u>

# Votação

- Vamos votar e ver qual das ideias mais atende os critérios abaixo:
- Mais pode gerar resultados para a empresa
- Melhor resolve o problema da dona Neusa
- É mais viável tecnicamente