

# UX e UI Design

# Por onde começar?

COMPORTAMENTO

## UX

PESQUISA

PROTÓTIPOS

PERSONAS

OBJETIVOS



APARÊNCIA

## UI


DESIGN

TIPOGRAFIA

CORES

LAYOUTS

# UX – User Experience

- Com surgiu?
- Com *Donald Norman* – cientista cognitivo da *Apple* 
- Achava que **usabilidade** e **interface** do usuário **não** condiziam com o que ele fazia
- Até que um belo dia ele disse que queria ser chamado de **Arquiteto de Experiência do Usuário**



# UX – User Experience

- Experiência do Usuário
- **UX** é o **termo** utilizado para se referir a **toda experiência** de um usuário ao utilizar um determinado **produto ou serviço** de uma empresa



# UX – User Experience

- Donald Norman ainda acha que o termo é mal utilizado hoje em dia
- “UX Designer - Faço sites, aplicativos e telas bonitas”



- “Experiência de usuário envolve pessoas, sentimentos, emoções, interações, etc.”



# UX – User Experience

- “A maioria das pessoas acredita que User Experience é somente proporcionar a melhor experiência para seus usuários, mas não é. UX trata sobre **definir o problema** que precisa ser resolvido (o motivo), **definir para quem** esse problema precisa ser resolvido (o quem) e **definir o caminho** que deve ser percorrido para resolvê-lo (o como).”

Whitney Hess



# UX – User Experience

- **Quero comprar um celular.**
- *Começa do momento que você entra na loja*
- *Escolhe o celular*
- *Paga*
- *Chega em casa*
- *Abre a caixa*
- *Configura o telefone*



# UX – User Experience

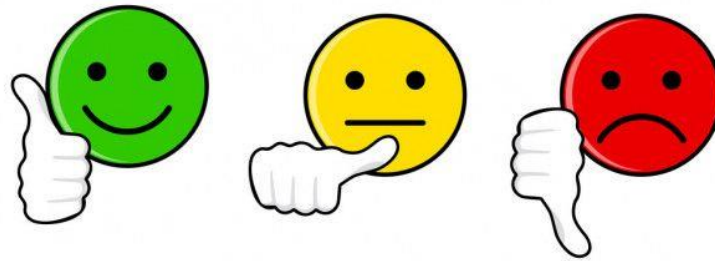
- **Objetivo:** garantir que o usuário tenha a melhor **experiência** de uso com relação a algum **produto ou serviço**.





# O que um UX Designer faz

- O UX Designer não projeta a experiência, pois ela é única de cada pessoa



- O UX Designer projeta o ambiente onde você vai viver aquela experiência



# Exemplos de Experiências Ruins

- A experiência do usuário sempre existe, sendo boa ou ruim



# Exemplos de Experiências Ruins



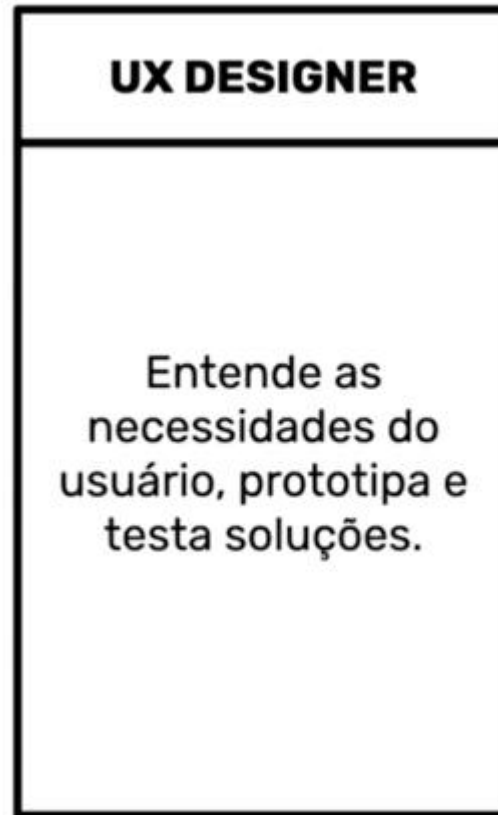
# Exemplos de Experiências Ruins



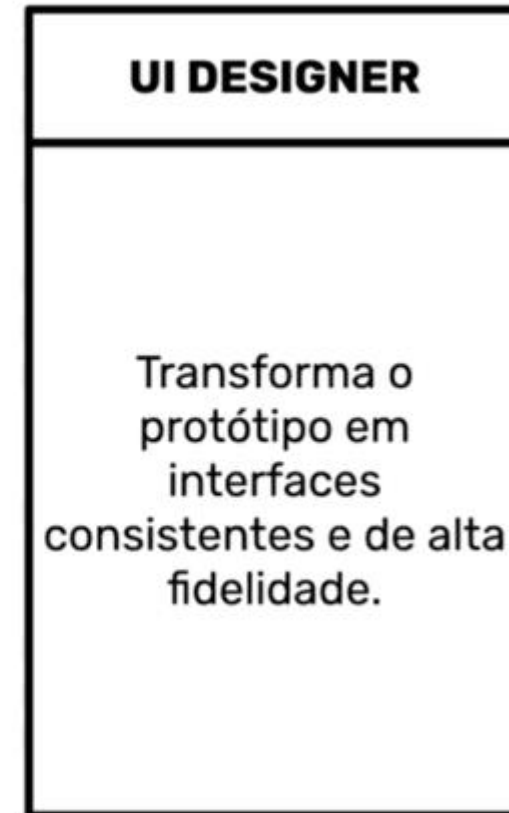
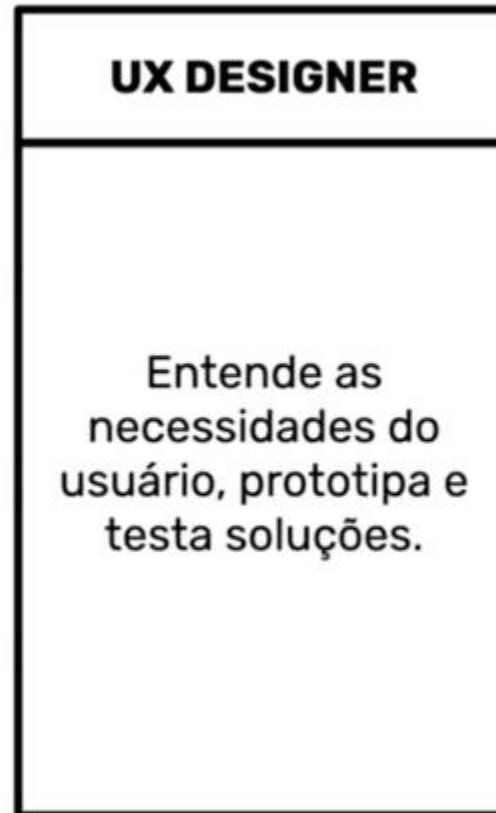
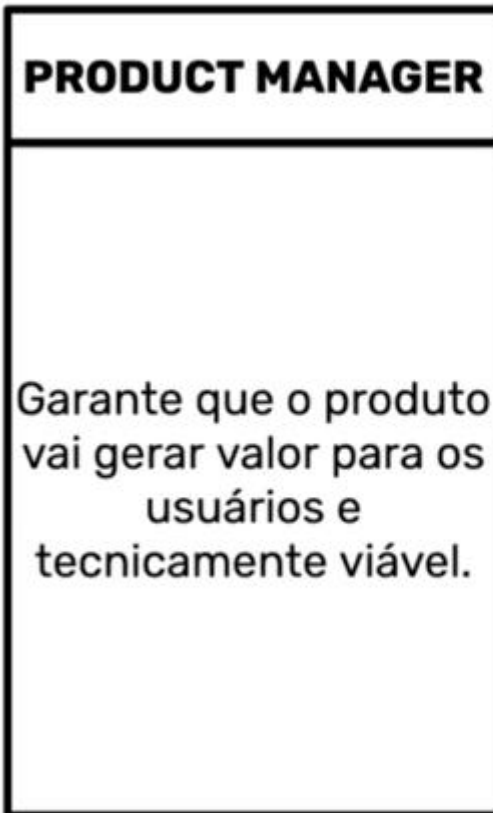
# UX Bem feito



# O que faz um UX Designer?



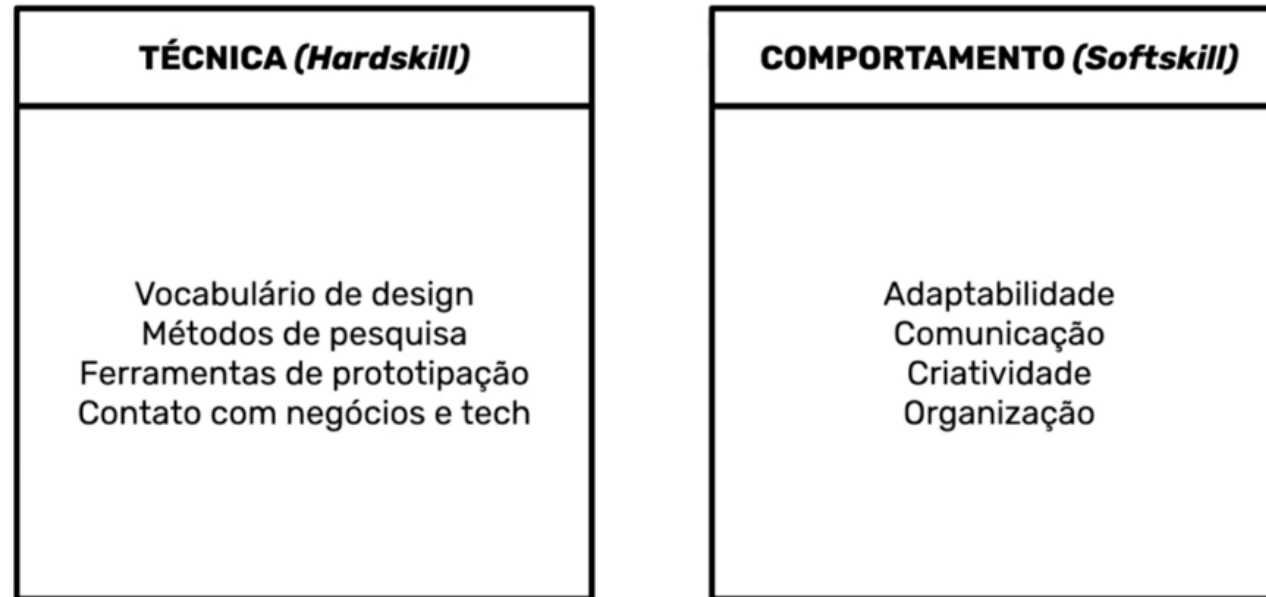
# O que faz um UX Designer?





# O que um UX precisa?

## O QUE É PRECISO PARA SER UX?





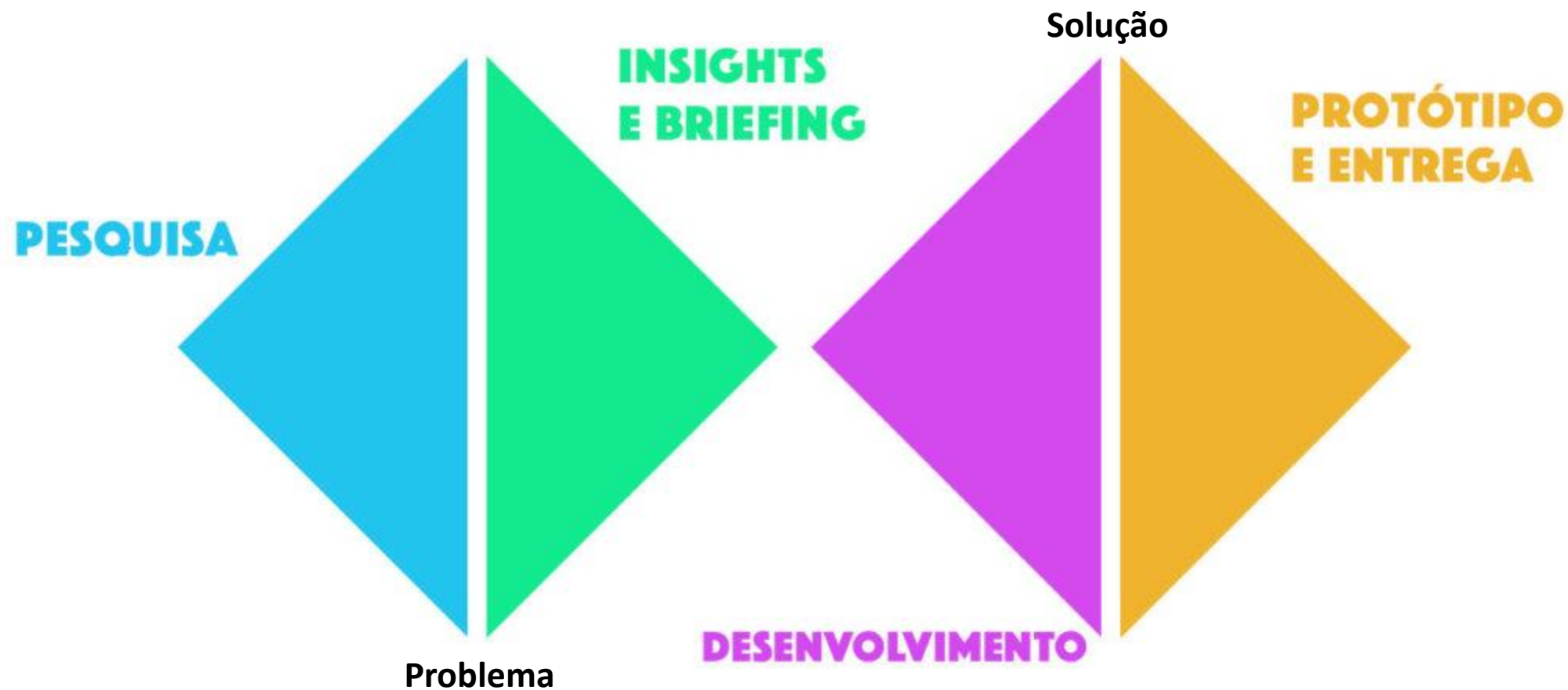
Definindo um problema

# Existe um jeito certo de fazer UX?

- **Não**, existem várias metodologias criadas por vários autores.
- Temos que tomar cuidado, pois uma metodologia criada no vale do silício pode não se adaptar muito bem ao Brasil.



# Diamante Duplo (2004)



# Diamante Duplo

- Como enxergar o trabalho de um UX Designer?
- Duas etapas: Problema e Solução
- Problema: Pesquisa (divergir – abrir) e Insights (convergir – fechar)
- Solução: Desenvolvimento (divergir – abrir) e Prototipação (convergir – fechar)



# Pesquisa

- O primeiro passo é identificar o problema a ser solucionado, e aqui o importante é saber se colocar no lugar do seu cliente para entender quais são as suas necessidades.
- Esse é um ponto de pensamento de divergência, em que são levantados diversos insights para discussão em grupo, como um brainstorming.
- Para que haja questões relevantes para serem debatidas, é preciso fazer um levantamento de dados. Isso pode ser realizado através de pesquisas com clientes, grupos focais, pesquisas de mercado etc.

# Insights e Briefing

- No segundo passo do método Duplo Diamante, é preciso analisar todas as ideias que surgirem no passo anterior, a descoberta, para analisá-las e filtrá-las.
- O objetivo desse passo é convergir os insights em ideias executáveis, interpretando-os e deixando-os alinhados aos objetivos da empresa. Além disso, é nessa etapa que é determinado oficialmente o problema a ser solucionado pelo processo.

# Desenvolvimento

- Essa etapa marca o início do segundo diamante, e aqui começam a aparecer respostas à questão definida na etapa anterior.
- Esse também é um ponto de divergência, mas com caráter de levantar soluções para o problema proposto, pois aqui já deve-se iniciar o desenvolvimento e os testes dessas soluções.
- O que não se deve perder é a noção de que o processo e as soluções devem ser voltados às necessidades do cliente.

# Protótipo e Entrega

- Na última etapa do Duplo Diamante, temos o segundo ponto de convergência, em que as soluções definidas na etapa do desenvolvimento são, novamente, filtradas para selecionar apenas uma.
- Nessa fase, cria-se também o protótipo da solução e inicia-se uma preparação para o seu lançamento, em pequena escala, ao mercado. Isso é um teste final para o projeto.



# Etapa 1: Pesquisa

# Pesquisa

- Entender como o usuário resolve o problema
- Identificar qual tipo de usuário sente mais dor com o problema.
- Conseguir quantificar o impacto (tempo e dinheiro)

# Matriz CSD

- É um exercício que o time faz para organizar quais são as certezas, suposições e dúvidas que o time tem com relação ao assunto
- Suposições e dúvidas serão respondidas com pesquisa.

## O QUE É MATRIZ CSD?



# Matriz CSD

## Certezas

*30% das geladeiras da Coca-Cola apresentam problemas técnicos*

*O share da Coca-cola caiu de 15% para 3%*



histórico



dados de  
negócio

Tudo que houver dados e  
comprovações

## Suposições

*Vendedores não estão recomendando a geladeira Coca-cola por más experiências*

*Donos de bares não sabem que podem entrar em contato com técnicos da marca*



aquilo que é quase certeza, mas  
não temos dados para comprovar.  
"feeling"

## Dúvidas

*Quais os fatores mais decisivos para compra?*

*Qual o papel dos técnicos na decisão de compra?*



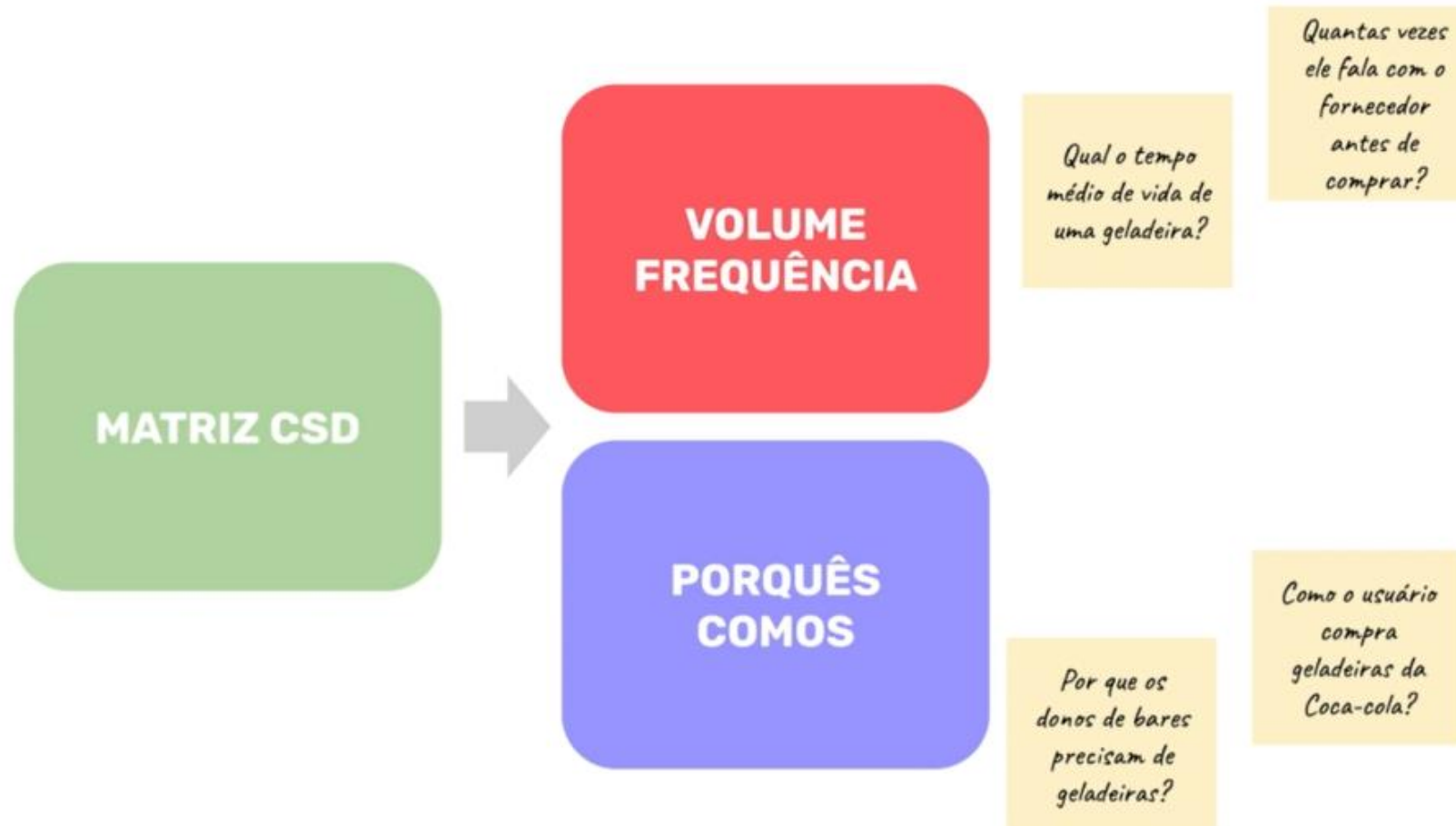
algo que precisamos descobrir

Não há dados, comprovações  
ou caminho percorridos

# MATRIZ CSD – AVALIAÇÃO SEMESTRA L – COMISSÃO PRÓPRIA DE AVALIAÇÃO (CPA)

CERTEZAS (eu já sei)	SUPOSIÇÕES (talvez seja útil)	DÚVIDAS (preciso descobrir)
<div>Avaliação é impressa c/ opções</div> <div>Um professor interrompe a aula para aplicação</div> <div>É feita ao final de todo semestre</div> <div>5 itens são avaliados:</div> <div>1. Domínio da matéria; 2. Relacionamento com alunos;</div> <div>3. Postura profissional e ética adequadas;</div> <div>4. Capacidade de transmissão de conhecimento (clareza e didática).</div> <div>5. Interesse em contribuir para a aprendizagem dos estudantes.</div>	<div>Os alunos não gostam de participar.</div> <div>Os alunos sabem que é confidencial.</div> <div>Mais engajamento c/ outro formato.</div> <div>A maioria dos alunos é da Geração Z hiperconectada</div>	<div>Gostariam de avaliar mais o quê/quem?</div> <div>Melhor formato: impresso ou digital?</div> <div>O que os alunos esperam com a avaliação?</div> <div>Os alunos têm medo de represália?</div> <div>Sugerem alguma mudança no questionário?</div> <div>Quais são as opções? 1 a 5? 1 a 10?</div> <div>É obrigatório? (presentes)</div>

# Matriz CSD -> Suposições



# Matriz CSD -> Suposições



# Entrevista com Usuário

- Bate papo de 30 a 60 minutos com público alvo
- É o principal método da etapa do problema
- Como é a jornada do usuário
- Porque ele se comporta dessa forma
- Quais as principais dores



# Dicas

- Definir bem o público alvo antes de começar
- Ideal é fazer em dupla: um entrevistador e um observador (anotando)
- Pode gravar a entrevista (autorização e retrabalho)
- Pode ser presencial ou por telefone
- Qual número ideal? Várias metodologias. 20, mas pare depois de 5 e veja se você está aprendendo algo

# Questionário Online

- Pode ser feito na sequência da entrevista com o usuário
- Funciona para quantificar melhor o problema
- Perfil demográfico
- Frequência do problema
- Satisfação com soluções atuais

# Dicas

- Não faça um questionário muito longo (não ultrapassar 15 perguntas)
- Prefira perguntas fechadas (múltipla escolha) do que perguntas abertas
- Onde está seu grupo? Use grupos de WhatsApp e Facebook do interesse deles para divulgar seu questionário
- GoogleForms