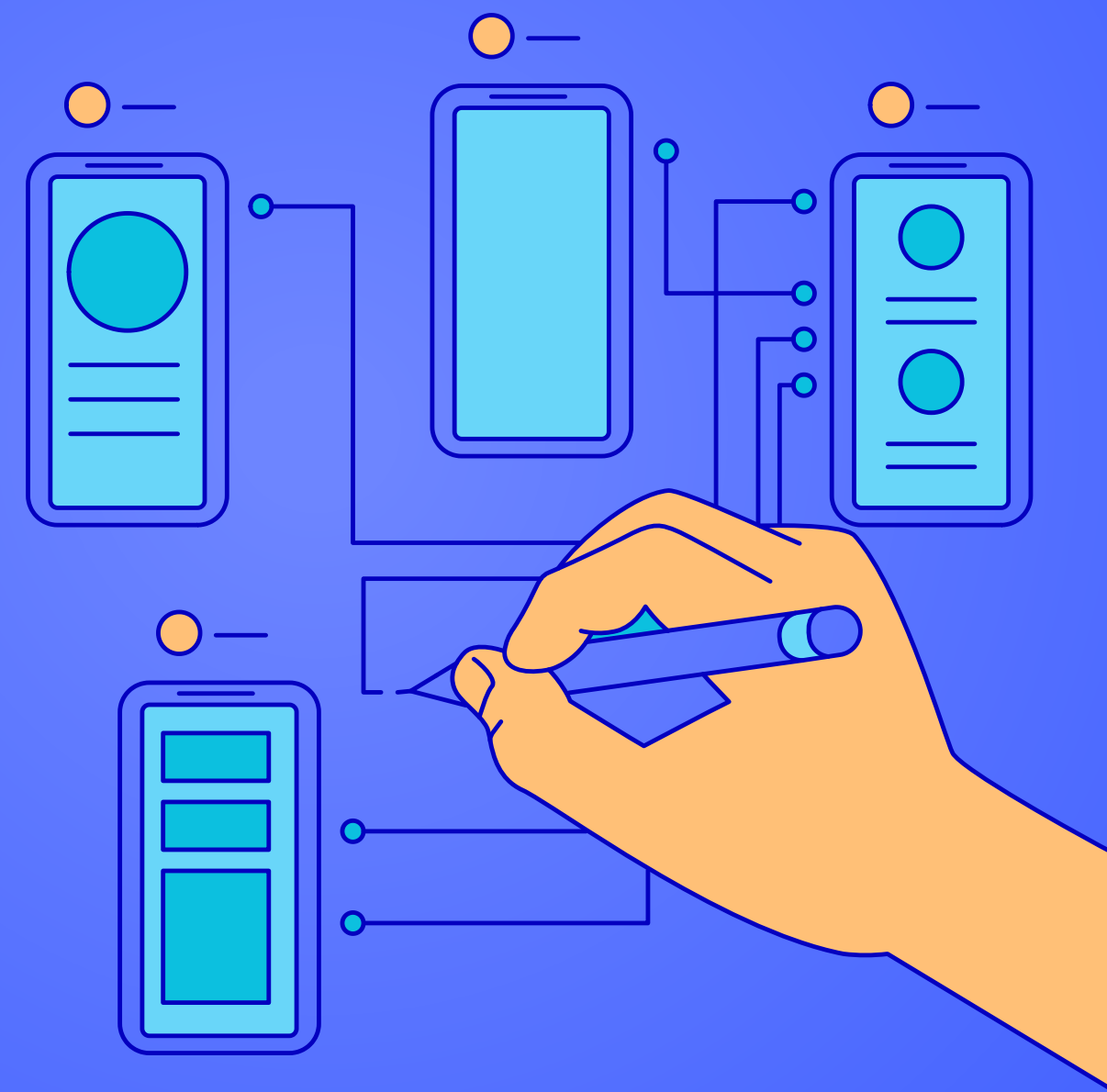


# Decifrando o Design Orientado a Dados

COMO TOMAR DECISÕES DE DESIGN MAIS INTELIGENTES E CRIAR PRODUTOS QUE AS PESSOAS REALMENTE USAM.

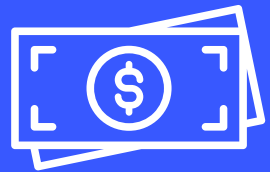
ALINE SAORES



# SEM DADOS, DECISÕES VIRAM SUPOSIÇÕES. VOCÊ PROJETA NO ESCURO?



- Decisões baseadas em "eu acho que...": Leva a produtos que não atendem às necessidades reais do usuário.



- Recursos desperdiçados: Tempo e dinheiro gastos em funcionalidades que ninguém usa.



- Baixo engajamento e conversão: Usuários abandonam o produto por não entenderem ou não gostarem da experiência.

# Design Orientado a Dados

"É uma abordagem que usa dados e evidências para guiar as decisões durante todo o processo de criação. Em vez de adivinhar, você entende o comportamento do seu usuário.

## O Ciclo do DDD(Design Orientado a Dados)



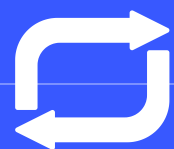
COLETAR: Reunir dados(quantitativos e qualitativos.)



ANALISAR: Transformar números em insights.



DECIDIR: Usar os insights para tomar decisões de design.



ITERAR: Testar, medir os resultados e começar de novo



[Voltar ao índice](#)



COMO FUNCIONA A PRÁTICA

# Mãos a obra

FERRAMENTAS E METÓDOS

A/B

## Teste A/B

Crie duas versões (A e B) de uma mesma página para ver qual funciona melhor.

"Qual cor de botão gera mais cliques: o verde ou o azul?"



## Mapas de Calor

Um mapa visual que mostra onde os usuários mais clicam, movem o mouse e rolam a página.

"Descobrimos que ninguém clica no menu superior, mas todos clicam no banner principal."



## Análise de Funil

Mapear os passos do usuário para completar uma tarefa e ver onde eles desistem.

"Estamos perdendo 70% dos usuários na etapa de cadastro do endereço."

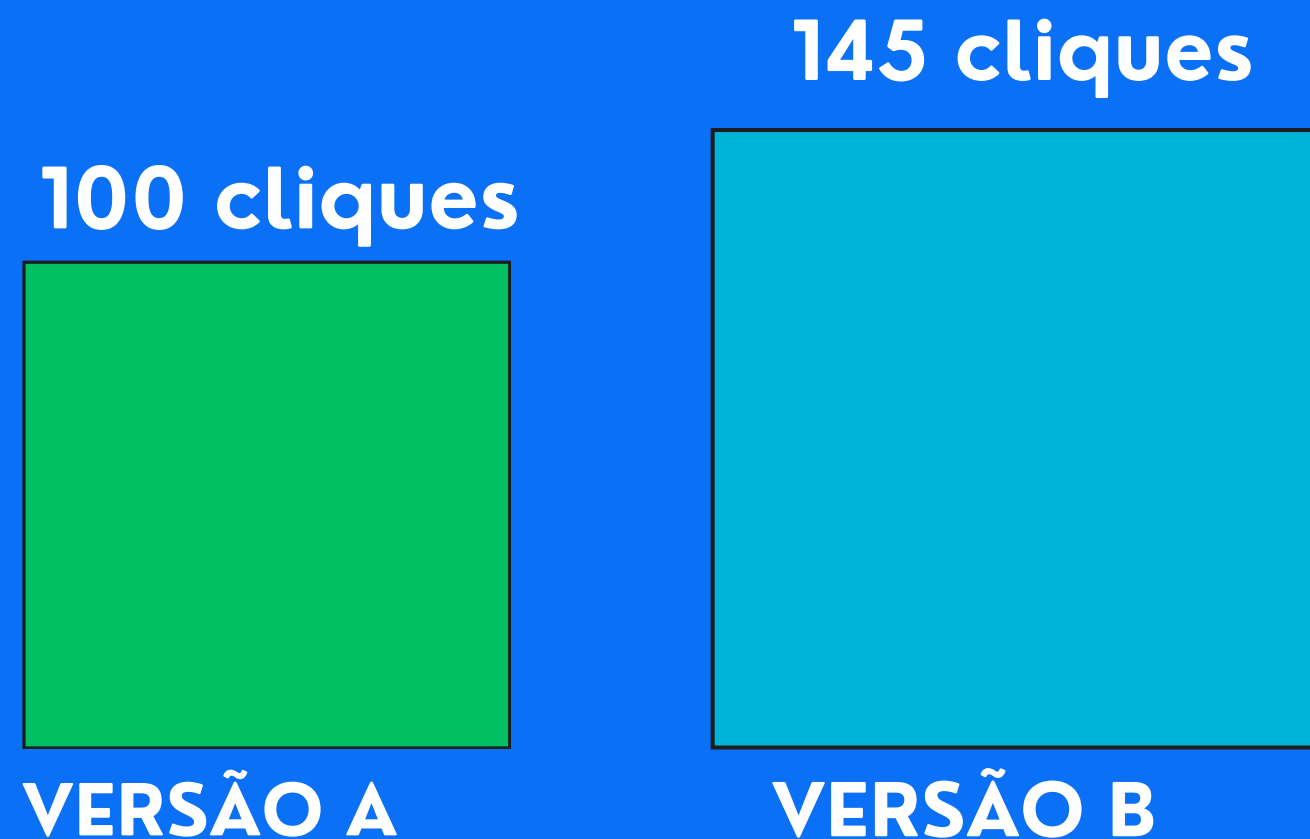


## PRÁTICA 1

# Visualizando o Teste A/B

O gráfico de barras compara diretamente o desempenho das duas versões do botão. O resultado é claro: a Versão B (Azul) foi a vencedora, com 45% mais cliques.

### CLIQUEs RECEBIDOS



# Interpretando o Mapa de Calor

Os dados de um mapa de calor podem ser quantificados.

Aqui, vemos o engajamento por elemento da página, confirmando que o Banner Principal recebe quase toda a atenção.

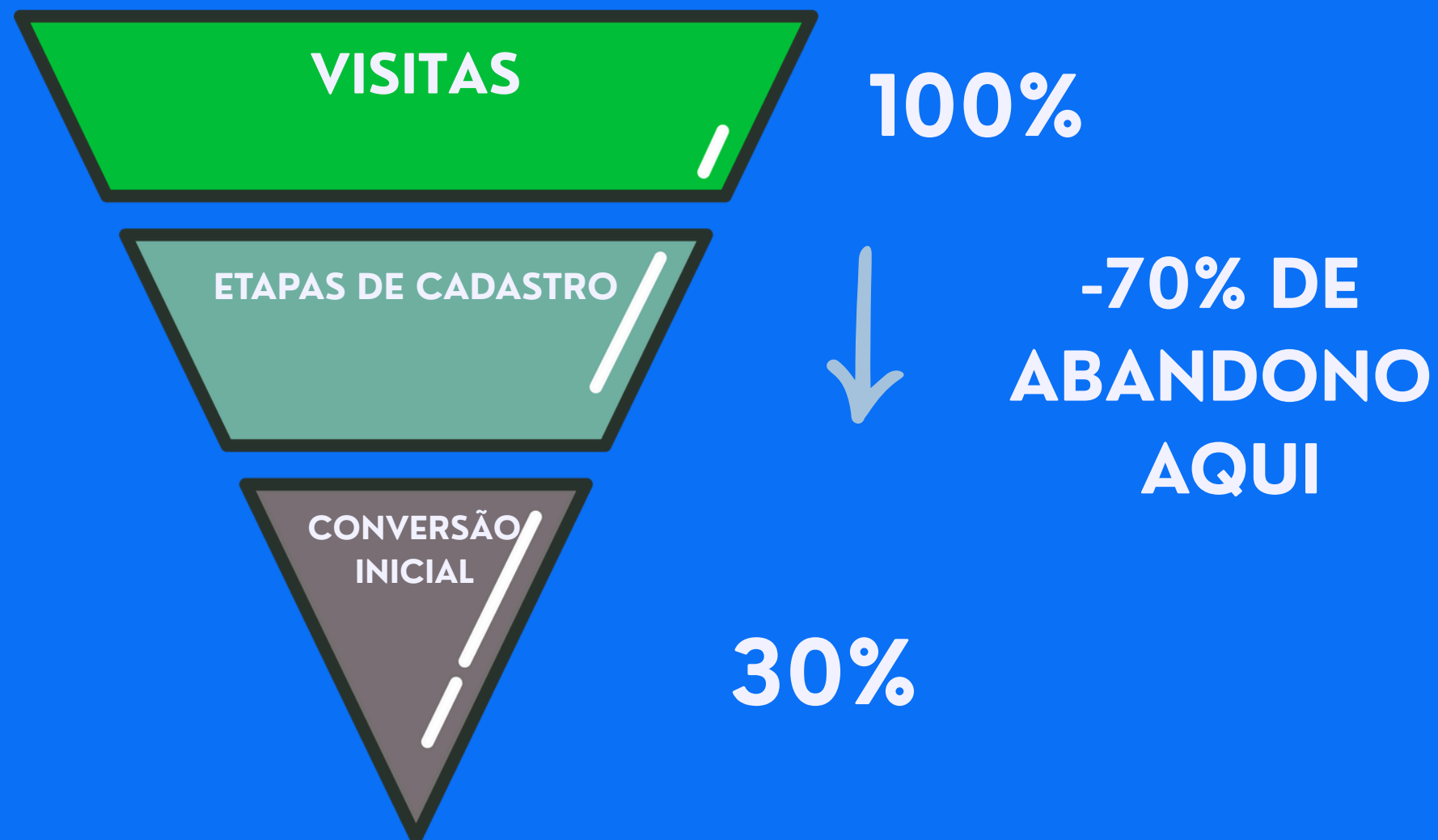
- Vermelho(banner) = alta atenção
- Laranja (menu)= média atenção
- Azul( rodapé)= baixa atenção



# Analizando o Funil de Conversão

Este gráfico de funil mostra a jornada do usuário.

A queda mais acentuada ocorre na "Etapa de Cadastro", onde 70% dos usuários restantes abandonam o processo, indicando um ponto crítico a ser otimizado.



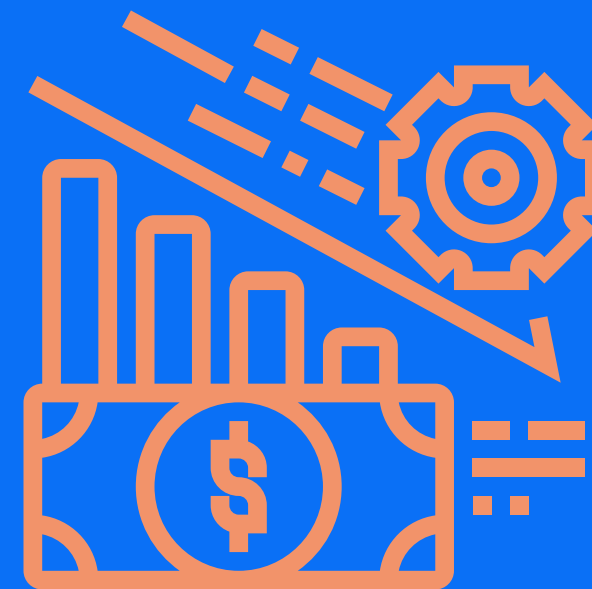
ETAPA 4

# O Impacto

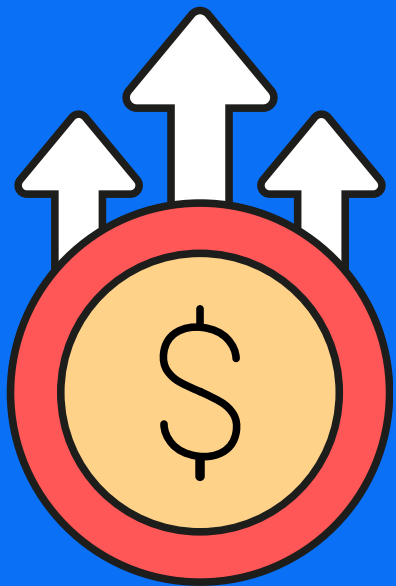
## O Poder dos Dados no Design



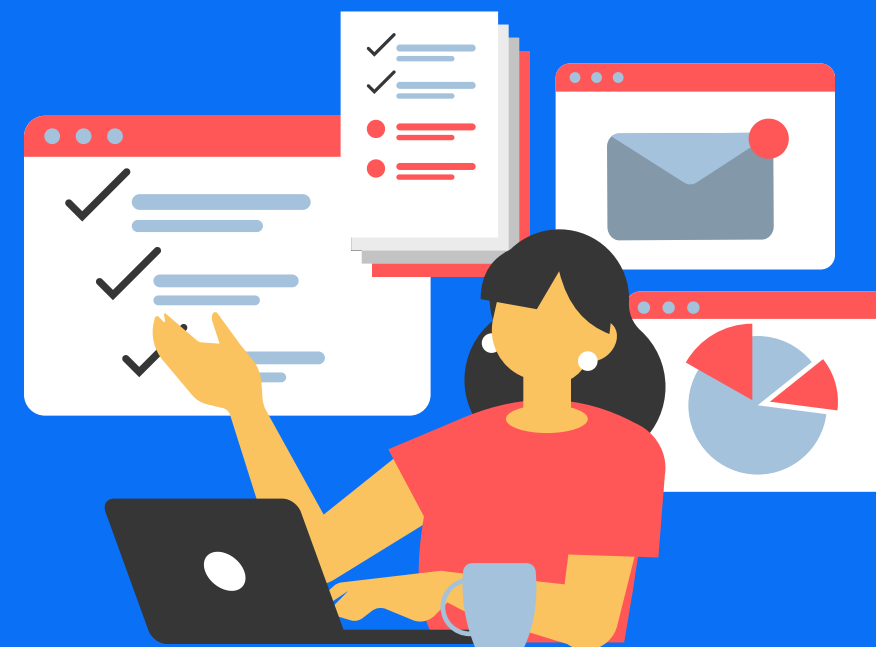
Experiências Melhores



Redução de Riscos



Aumento de Conversão



Decisões com Confiança



# A Chamada para Ação

## E agora? Vamos Conversar!

Se você acredita no poder do Design Orientado a Dados para transformar experiências e resultados, estou pronto para ajudar. Entre em contato e vamos construir soluções inteligentes juntos.



**Aline Barros**



**alinebarrosvan@gmail.com**



**(81)98813-6809 Whats**



LinkedIn



# THANKS!



Obrigado pela sua atenção. Estou à disposição para conversar sobre como o Design Orientado a Dados pode impulsionar projetos e resultados.

## Vamos nos conectar?

LinkedIn:



<https://github.com/AlineVann>