

Design Thinking, UX e Metodologias Ágeis Atividade Prática

Descomplica

Brena Silva

Introdução

O Design Thinking tem como objetivo estruturar uma inovação que tem como o foco o ser humano, e busca gerar soluções que alinham o desejo e as necessidades do usuário consumidor à geração de valor para o negócio, aliando a criatividade e a empatia para criar soluções inovadoras. Além disso, é uma metodologia que inova, principalmente, ao introduzir novos significados aos produtos, serviços e relacionamentos a partir do foco no ser humano.

Essa estrutura funciona através de alguns princípios que são aplicados em projetos de inovação para as mais diversas finalidades:

1. Foco nas pessoas;
2. Colaboração multidisciplinar;
3. Tangibilização das ideias e conceitos.

O Design Thinking possui fases bem definidas e é composto por um processo sistemático, em que cada fase é importante e contribui para o resultado final.

Respeitando as fases fiz um levantamento das informações e realizei toda a trilha para que projeto tivesse êxito com os usuários e atingisse a expectativa do nosso cliente.

1 – Imersão

O nosso cliente João Gustavo Mendez nos procurou afim de abrir uma empresa no ramo fitness. É uma academia de nome Body Action e será seu primeiro investimento.

A Body Action vai ser inaugurada em seis meses, está localizada na cidade de São José dos Campos, interior de São Paulo, onde nasceu e viveu e que acredita que será um excelente investimento na região .

Ele nos passou todas as ideias que ele gostaria de ver no site, e também nos entregou o problema:

Que a academia seja frequentada por um público diversificado, onde todos possam se beneficiar da estrutura do local.

Problema: Local com o público diversificado.



2 - Entrevistas

Com o problema central em mãos eu e minha equipe nos organizamos para a fase inicial do projeto que é ouvir pessoas.

Entrevistamos um total de 10 pessoas, pessoas que frequentam e que não frequentam academia.

- 1- Você faz academia? Se não, por quê? Se sim responda as demais questões.
- 2- Quantas vezes por semana você vai á academia?
- 3- Quanto tempo você fica na academia?
- 4- Para qual finalidade é seu treino?
- 5- Qual a sua idade?
- 6- Qual o ponto positivo da sua academia?
- 7- O que você mudaria na sua academia?

Respostas:

- 45 % das pessoas que não fazem academia se queixam de ser algo monótono.
- 87,5 % vão á academia de segunda á sábado.
- 53% ficam até 2 horas na academia.
- 20% Hipertrofia, 31% Saúde e bem-estar, 49% Emagrecimento.
- 30% são de 15 – 20 anos, 60% são de 20 – 50 anos, 10% de 50 – 70 anos.
- 74% acham que o ponto positivo são os aparelhos de musculação e aeróbico.
- 82% acham que o ponto negativo das academias são as poucas modalidades de atividade física.

Com os dados em mãos começamos a entender e a criar as Personas do nosso projeto.

3 – Personas

Persona 1



Joana Medeiros

Esteticista

" Gostaria de ter mais liberdade em escolher o que treinar no dia."

- 25 ANOS
- ACABOU DE SE MUDAR
- SOLTEIRA E MORA SOZINHA

NECESSIDADES

- GOSTARIA DE MAIS MODALIDADES DE TREINO.
- FINALIDADE: EMAGRECIMENTO
- GOSTARIA DE SE DIVERTIR ENQUANTO TREINA

POTENCIAIS SOLUÇÕES

- DIVERSIFICAÇÃO NOS TREINOS.
- AULAS DIVERTIDAS

Persona 2



- 35 ANOS
- SOLTEIRO
- GOIANO

Evandro Silva

Arquiteto

"Gostaria de olhar no espelho e me sentir satisfeito".

NECESSIDADES

- MELHORAR O MEU CONDICIONAMENTO FÍSICO.
- FINALIDADE: GANHO DE MASSA MUSCULAR.
- GOSTARIA DE FOCAR SOMENTE NA SUA ATIVIDADE

POTENCIAIS SOLUÇÕES

- ATIVIDADES DE CARDIO.
- APARELHOS DE MUSCULAÇÃO.
- ATIVIDADE INDIVIDUAL

Persona 3



- 57 ANOS
- CASADA
- JOSEENSE

Teresa Amaral

Professora

" Buscando saúde e bem-estar para enfrentar o dia-a-dia corrido".

NECESSIDADES

- GOSTARIA DE MODALIDADE DE BAIXO IMPACTO.
- FINALIDADE: MELHORAR SEUS EXAMES CLÍNICOS.
- GOSTARIA DE FAZER AMIZADES.

POTENCIAIS SOLUÇÕES

- AULAS AQUÁTICAS
- MODERADA INTENSIDADE
- EM GRUPO

4- Mapas de empatia

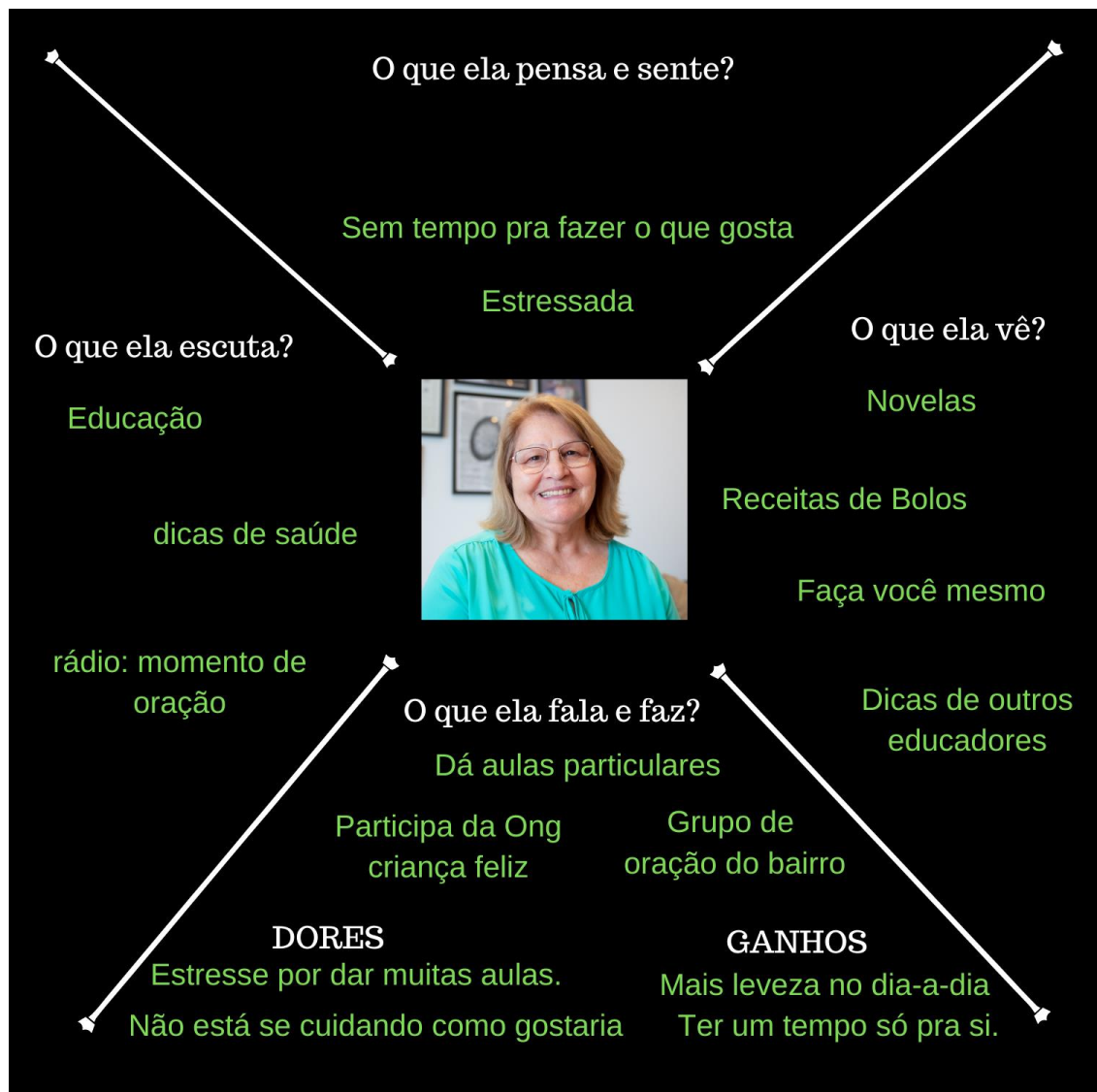
Joana Medeiros – Esteticista, 21 anos.



Evandro Silva – Arquiteto, 35 anos.



Teresa Amaral – Professora, 57anos.



5- Jornada do Usuário

O principal objetivo do mapeamento da jornada é a melhoria da prestação de serviços e a satisfação do cliente final. Mas para além desses existem diversos outros benefícios para você, seu cliente, empresa e funcionários, como:

- Tornar a empresa mais competitiva;
- Fidelizar e atrair mais clientes;
- Aumentar o lucro e obter novas oportunidades de negócio;
- Humanizar os serviços;
- Ampliar a colaboração dos departamentos, tornando a comunicação mais clara;
- Definir estratégias e prioridades para ações de marketing;
- Impulsionar a inovação nos serviços e no atendimento ao cliente e muito mais.

Eu juntamente com a minha equipe nos reunimos para descrever melhor cada etapa desse processo importante para a criação do site, primeiramente anotamos as ideias que surgiram durante as fases anteriores e depois tornamos essas informações visuais para que seja de fácil entendimento e verificação de todos.



Criação de insights

Como vamos atrair os clientes para nosso serviço?

Entrada do usuário no site

1. **Atrativo visual:** A interface será agradável, coerente e atrativa. Ela deve estimular o usuário a permanecer no site. Produtos com um design atrativo passam ao consumidor a impressão de serem mais fáceis de utilizar. As cores predominantes serão o preto trazendo elegância, verde que está associada ao crescimento, à renovação e à plenitude, o verde acalma e traz equilíbrio ao corpo e ao espírito e a cor roxa trazendo sucesso, nobreza.
- 2.
3. **Utilidade:** O site será funcional, ou seja, vai ajudar o usuário a resolver o seu problema, que é encontrar uma academia que se encaixe no seu perfil e que ele encontrará explicado no site.
4. **Acessibilidade:** O site vai ser acessível aos usuários com restrições.
5. **Credibilidade:** O site terá será sem erros e cumprirá com tudo o que for descrito
6. **Caráter intuitivo:** A interface do usuário terá que garantir usabilidade e ser intuitivo. A pessoa precisa entender como usar o produto e tirar o máximo dele sem necessitar do suporte.
7. **Desempenho técnico:** o usuário não deve experimentar aborrecimentos ao usar o produto. O site deve carregar rapidamente e não ter links quebrados em suas páginas.

8. **Proximidade e cumplicidade:** ferramentas e serviços devem ser humanizados para criar proximidade com o usuário e, assim, estabelecer um vínculo emocional com ele.
9. **Inovação e originalidade:** O site deve oferecer uma experiência única ao usuário. Ela precisa ser principalmente gratificante.

Saída desse usuário do site

A equipe me trouxe um dado relevante, que pessoas gastam 15 segundos de permanência em sites que não tem nenhum interesse e que não possuem atrativos, vamos elaborar um projeto de site simples, para que todas as pessoas entendam o propósito dele, com layout atrativo, bem claro e direto afim de no final ser uma experiência que trará satisfação e sentimento de pertencimento e acolhimento da empresa. Era exatamente a academia que o usuário estava procurando para sua mudança de vida.

Retorno do usuário ao site

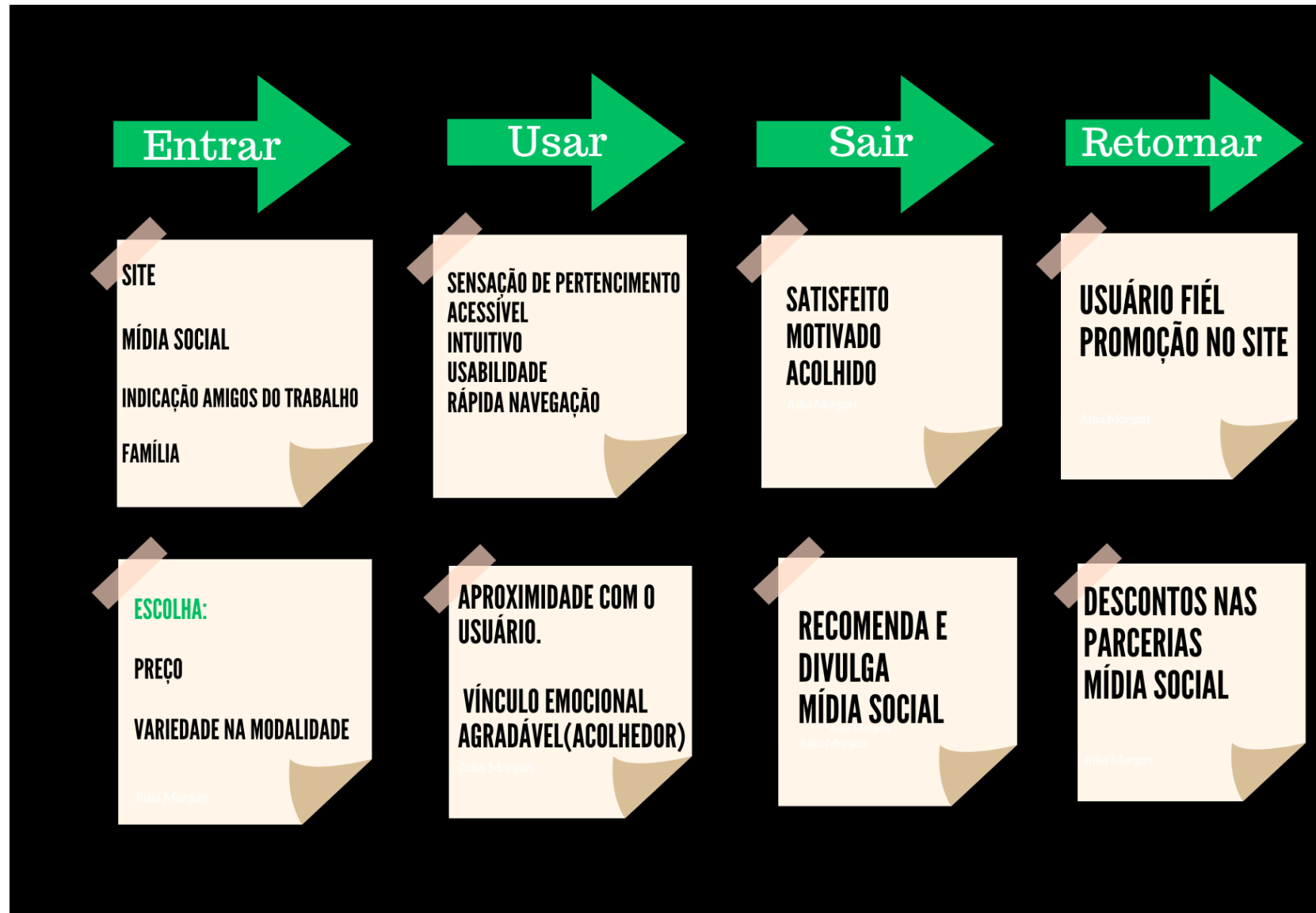
Promoção

A compra da mensalidade poderá ser feita no próprio site, a cada compra de mensalidade a mais, podendo ser em conjunto com os familiares ou amigos, terá descontos nessas mensalidades adicionais.

O pagamento também poderá ser feito na própria academia, porém essa **promoção** só será **válida**, se a compra for feita no **site** da **Body Action**.



JORNADA DO USUÁRIO



Stakeholders

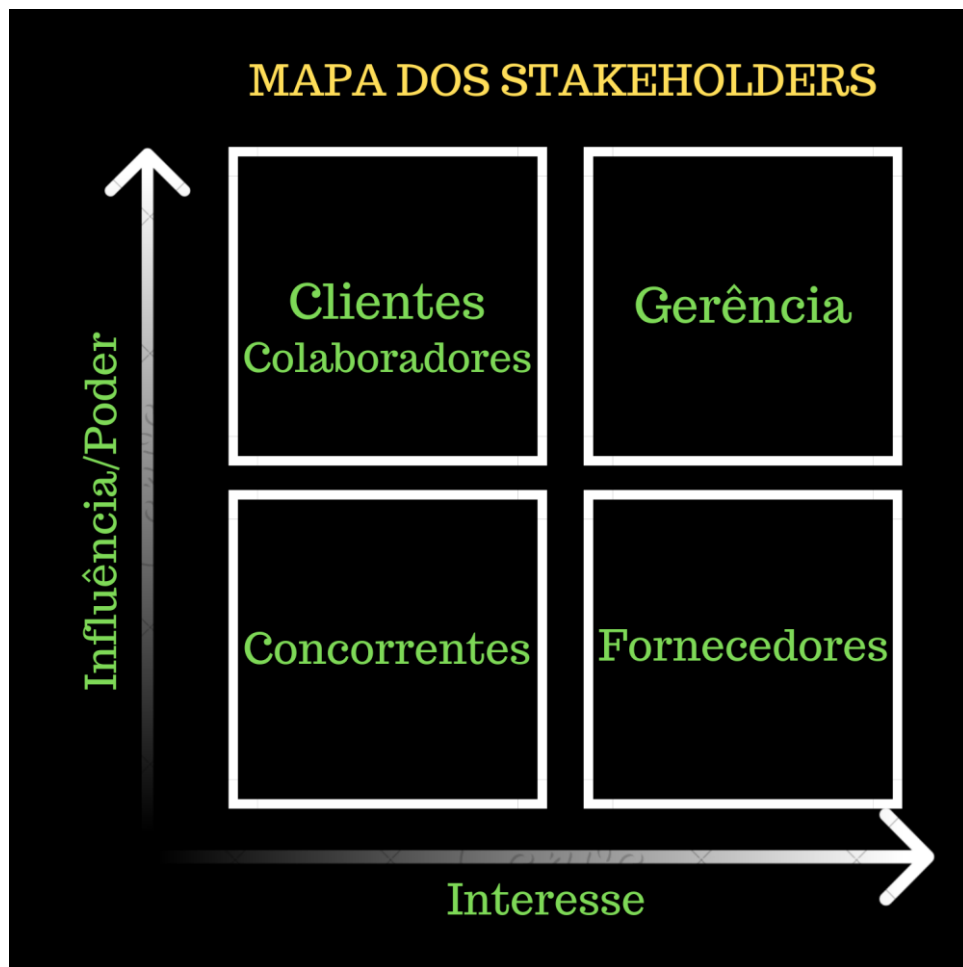
Fizemos uma reunião para dar uma devida atenção aos stakeholders e chegamos á conclusão que temos stakeholders internos e externos, vamos entender a importância de cada um dentro do projeto e também fazer o mapa para melhor visualização.

Stakeholders internos:

- **Colaboradores:** Temos que mantê-los satisfeitos e sem grandes interesses.
- **Gerentes:** São envolvidos diretamente no projeto e de maior relevância e interesse.

Stakeholders externos:

- **Clientes:** Temos que mantê-los satisfeitos, mas não tem grandes interesses.
- **Fornecedores:** Temos sempre que mantê-los informados.
- **Concorrentes:** Importante monitorá-los.



SCRUM

Com todas as etapas realizadas no design thinking onde aprofundamos o entendimento do ser humano em relação à aquisição de um produto pelo site, podemos reunir as ideias e formar um planejamento de execução desse projeto.

O scrum é uma excelente ferramenta que objetiva entregar resoluções aos gestores para administrar e conduzir as tarefas de seus colaboradores. É uma das principais metodologias ágeis utilizadas atualmente.

Dentro dessa estrutura, as equipes de cada setor se reúnem para solucionar os desafios, sempre de modo bastante inovador, ajustável e com conclusões eficazes e positivas.

A ferramenta é utilizada através de uma divisão das atividades, feitas por etapas. Cada etapa diz respeito à conclusão de uma demanda.

Cada demanda é direcionada a um colaborador específico, que conclui os objetivos almejados e pontua os prazos de conclusão de modo sistematizado e ordenado.



Etapas do Scrum

Backlog do produto: É a nossa lista de tarefas que tem um determinado prazo para ser entregue. É possível acompanhar de perto o andamento de cada projeto, fazendo com que o trabalho seja organizado por etapas, como um fluxograma de processo. Com uma divisão categorizada entre: corrigindo, testando, documentando e entregando. Essa lista é feita pelo Jonas, nosso dono do Produto.

Sprints: No total foram três sprints de duração média de 2 semanas, o time estava engajado e animado e deu pra seguir o projeto sem nenhum problema preocupante, apenas ajustes.

Reuniões diárias: As reuniões diárias são de no máximo 15 minutos apenas para a equipe falar do seu desenvolvimento no projeto e se precisa de alguma atenção naquela fase específica.

Scrum Master e Time de Desenvolvedores: A chave da boa relação de ambos é a comunicação, os dois lados devem estar alinhados a mesma expectativa para que os riscos e erros sejam os menores possíveis. A comunicação é clara e direta. A Cláudia é a nossa Scrum Master e faz esse importante papel no projeto.

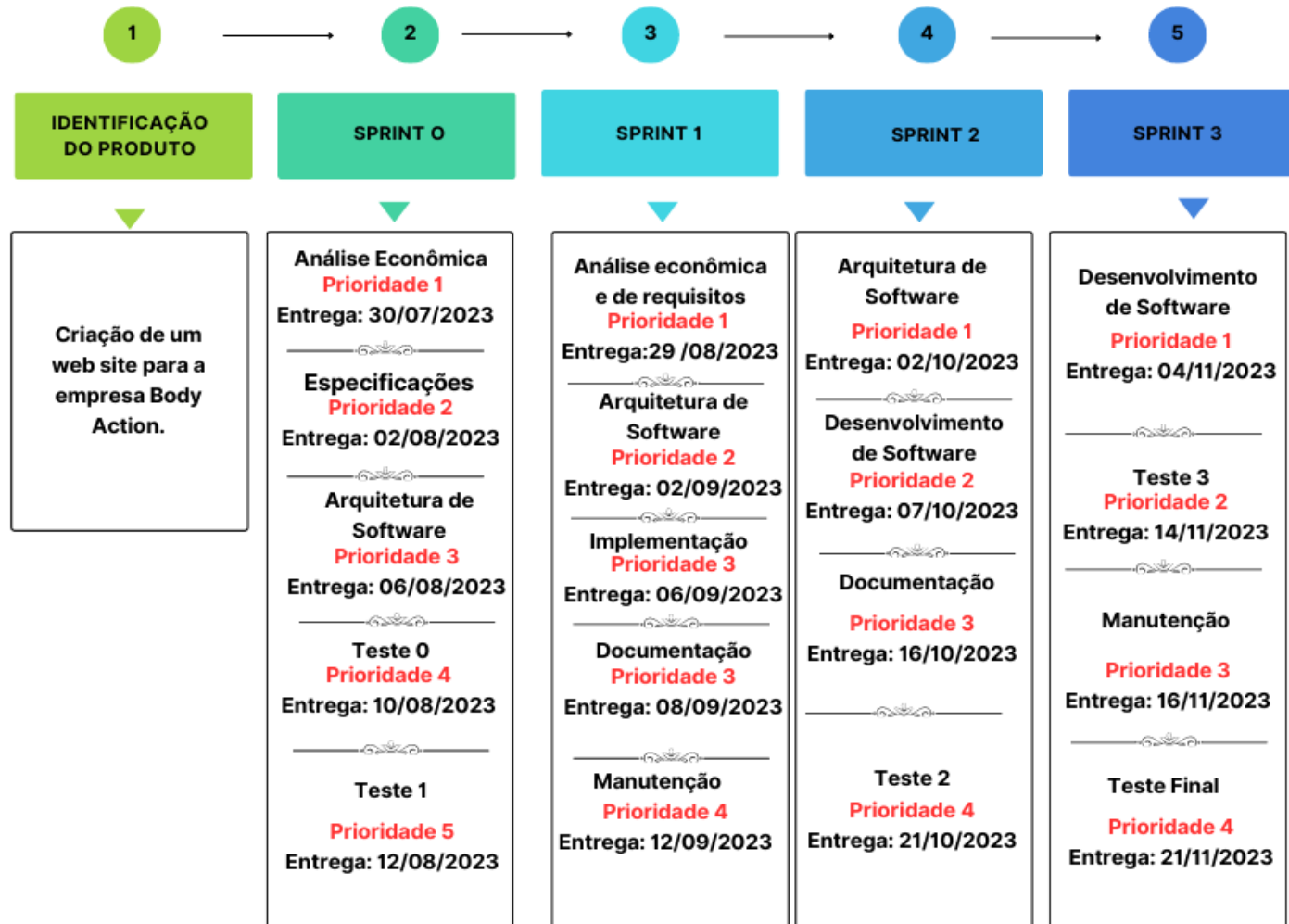
Dono do produto:

O proprietário do produto assume a liderança nas áreas de desenvolvimento de produtos. Um dia, ele cria estratégias e apresenta sua visão às partes interessadas. Eles também ajudam o time de desenvolvimento a atingir seus objetivos durante as sprints.

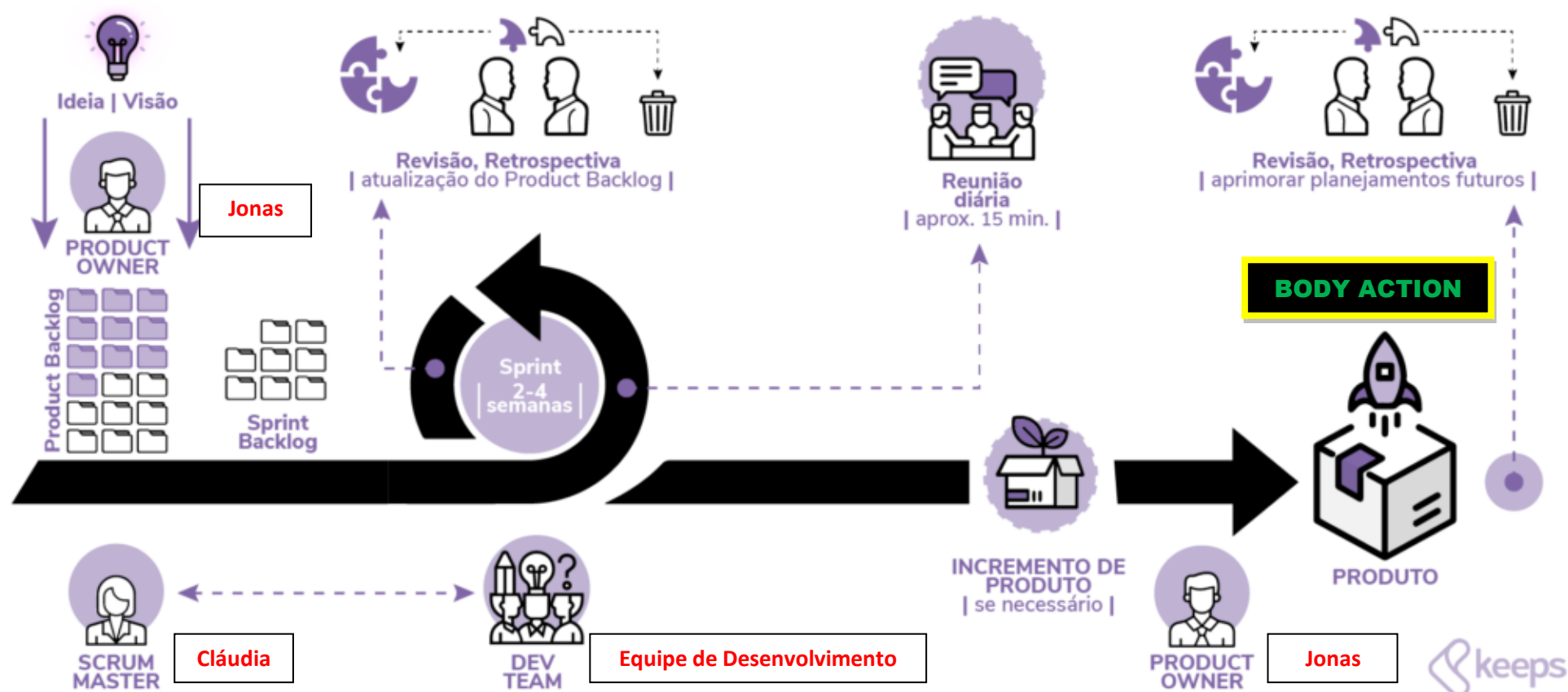
O nosso dono do produto tem a responsabilidade mais importante, que é o gerenciamento do backlog do produto, o proprietário do produto deve tornar a lista acessível e disponível para todas as partes interessadas, principalmente para o nosso time de desenvolvedores, para garantir desempenho otimizado e resultados do projeto.

BACKLOG DO PRODUTO E AS SPRINTS

Projeto Body Action



ESQUEMA DE FUNCIONAMENTO DO SCRUM



Conclusão

Com base nas pesquisas conseguimos criar nossas personas, e são através delas que vamos construir nosso site.

Pensando nessas personas vamos construir um site que fique claro a diversificação das modalidades, desde musculação que atenda as necessidades da persona Evandro, aulas de dança divertidas que atendam persona Joana a até Hidroginástica que atendam a dona Teresa e outras mais.

A liberdade de poder escolher a modalidade que quer fazer no horário que puder e pagar um preço fixo por mês de mensalidade, será um diferencial que também estará no site, fazendo com que os clientes se tornem alunos se sentindo livres para escolher o que vai fazer no dia e não sentirem monotonia conforme os entrevistados nos indicaram.

O scrum entra na fase de execução do projeto, ele faz com que concluamos cada etapa de forma ágil, dentro do prazo, como essa estrutura incentiva a equipe a trabalharem juntas, elas aprendem através de experiências, se organizam enquanto trabalham em um problema e avaliam seus ganhos e perdas, com o objetivo de melhorar continuamente.

Aceitamos o projeto da Body Action, pois sentimos que faremos um trabalho de muito bom gosto, assim como o nosso cliente João nos pediu, respeitando assim todas as etapas para a construção de um site que seja útil e agradável para todo o público usuário.



