

E D I T.

# Web Fundamentals

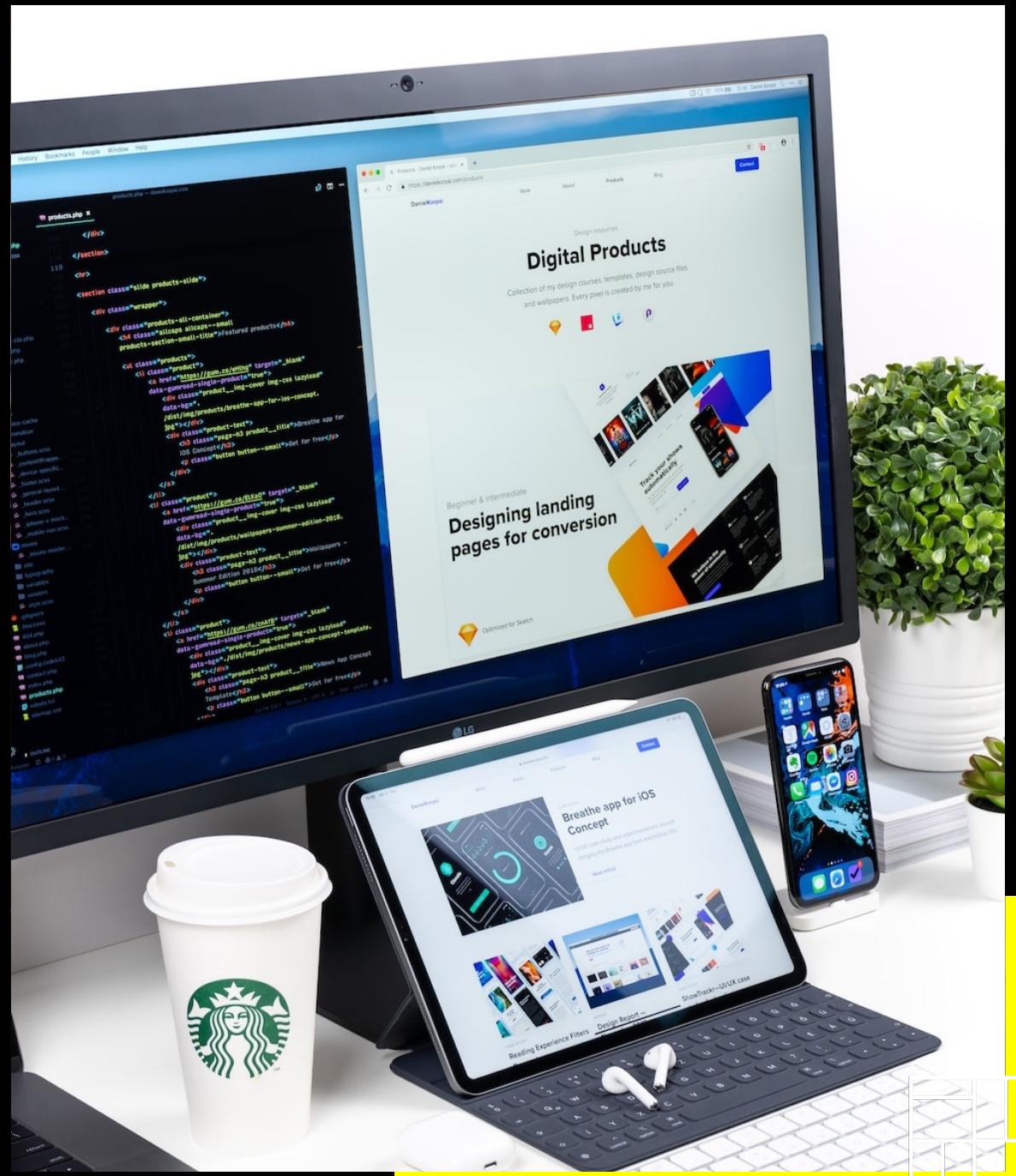
TUTOR

André Martins  
UX Consultant, Hyphen

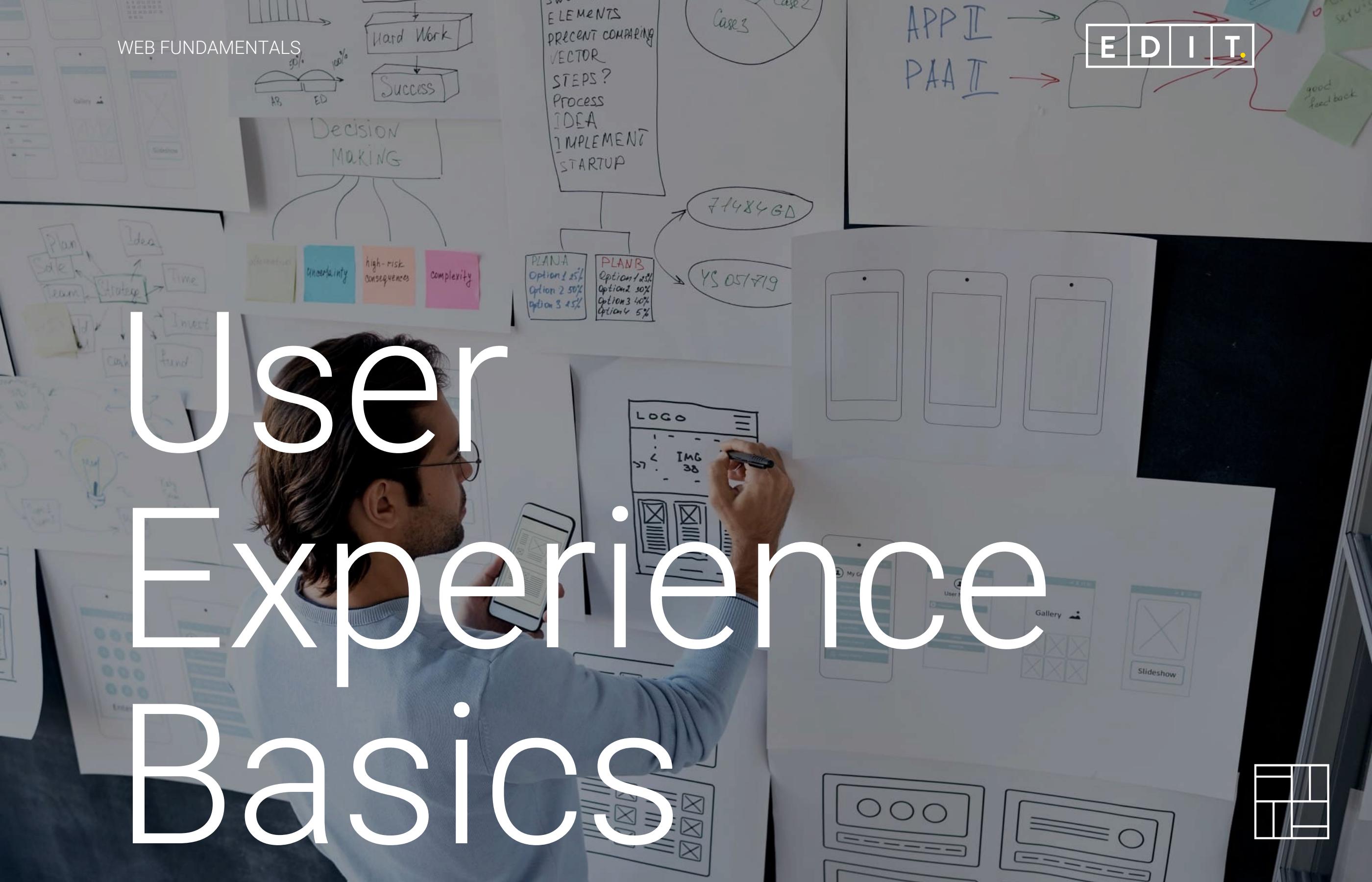


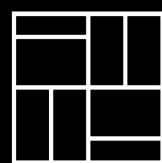
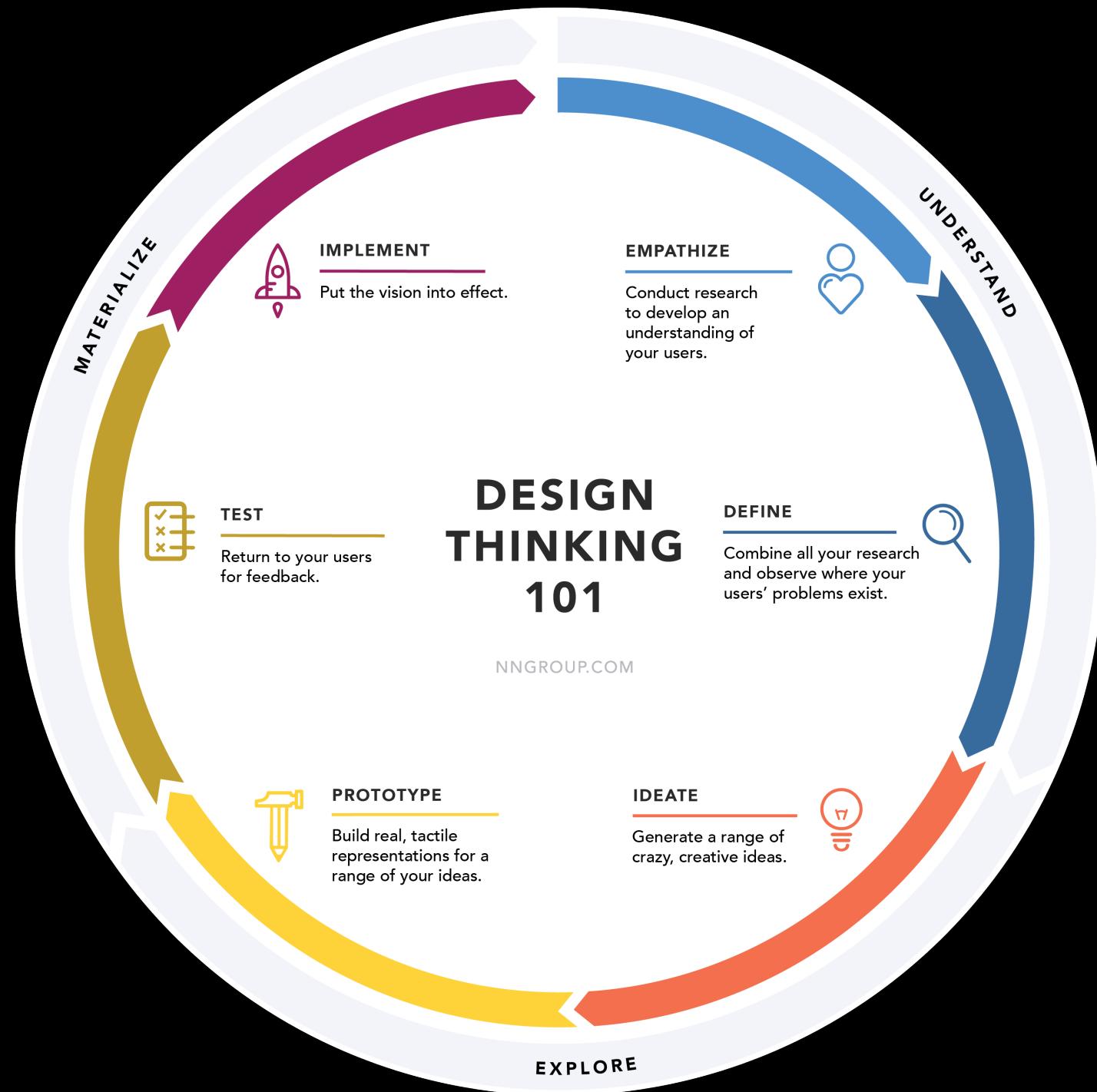
## Conteúdo

- Um pouco de história
- User Experience (UX) Basics
- User Interface (UI) Basics
- Cor, Tipografia
- Inspiração
- Criar protótipo



# User Experience Basics



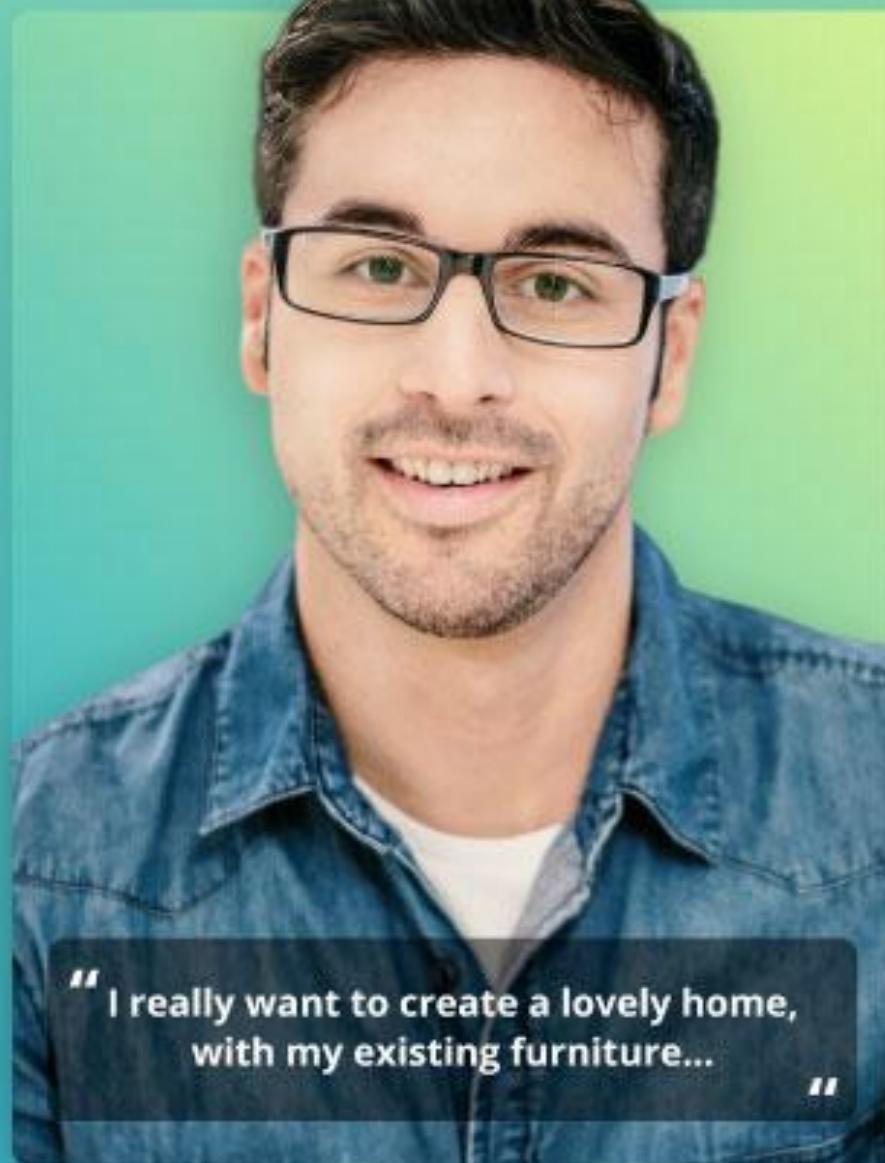


Define

# Personas

- São personagens fictícias que representam os diferentes tipos de utilizador que vão usar o nosso produto, serviço, site ou marca
- ajudam a entender as necessidades, experiências, comportamentos e objetivos dos nossos utilizadores
- tornam a tarefa de design menos genérica, orientando o processo de ideação
- As personas têm um rosto e uma personalidade





" I really want to create a lovely home, with my existing furniture... "

## David Miller

28  
 New-York  
 Product Designer  
 Living with his girlfriend

### Bio

Lives in a rented apartment, 2.5 rooms, with his student girlfriend, works in a high-tech job. Likes hosting people. After a long day at work, he likes to throw on the couch with his girlfriend in front of the TV.

### Wants & Needs

- Create a cozy atmosphere at home with innovative design.
- Design the house at low investment and without much effort.

### Tech

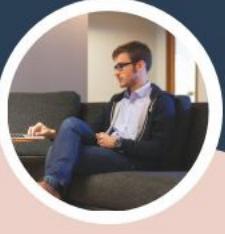


### Favorite Brands



### Frustrations

- Don't want to spend money on interior designer and he doesn't have much time to deal with the design planning.
- He designs his apartment, but he thinks that she can look much better.



## ERIC

"Here is a quote from our interview with Eric. Something he said that summarizes his main motivations."

Here is where we'd explain what job Eric hired Piktochart for.

Here is the second job Eric hired us for.

### + GOALS & CHALLENGES

Here we would include a short sentence about Eric's main challenges before finding Piktochart.

-  [Progress Bar]
-  [Progress Bar]
-  [Progress Bar]

This space can be used for conclusions about Eric's main challenge and a summary of what we can do to address this pain point.

### + MOTIVATIONS: WHY IS ERIC USING US?

- 
- 
- 
- 

These reasons are best explained in quotes directly from Eric.

They will help your team understand why he chose us.

And what he really wants to achieve.

Replace these icons above with the ones related to your topic.

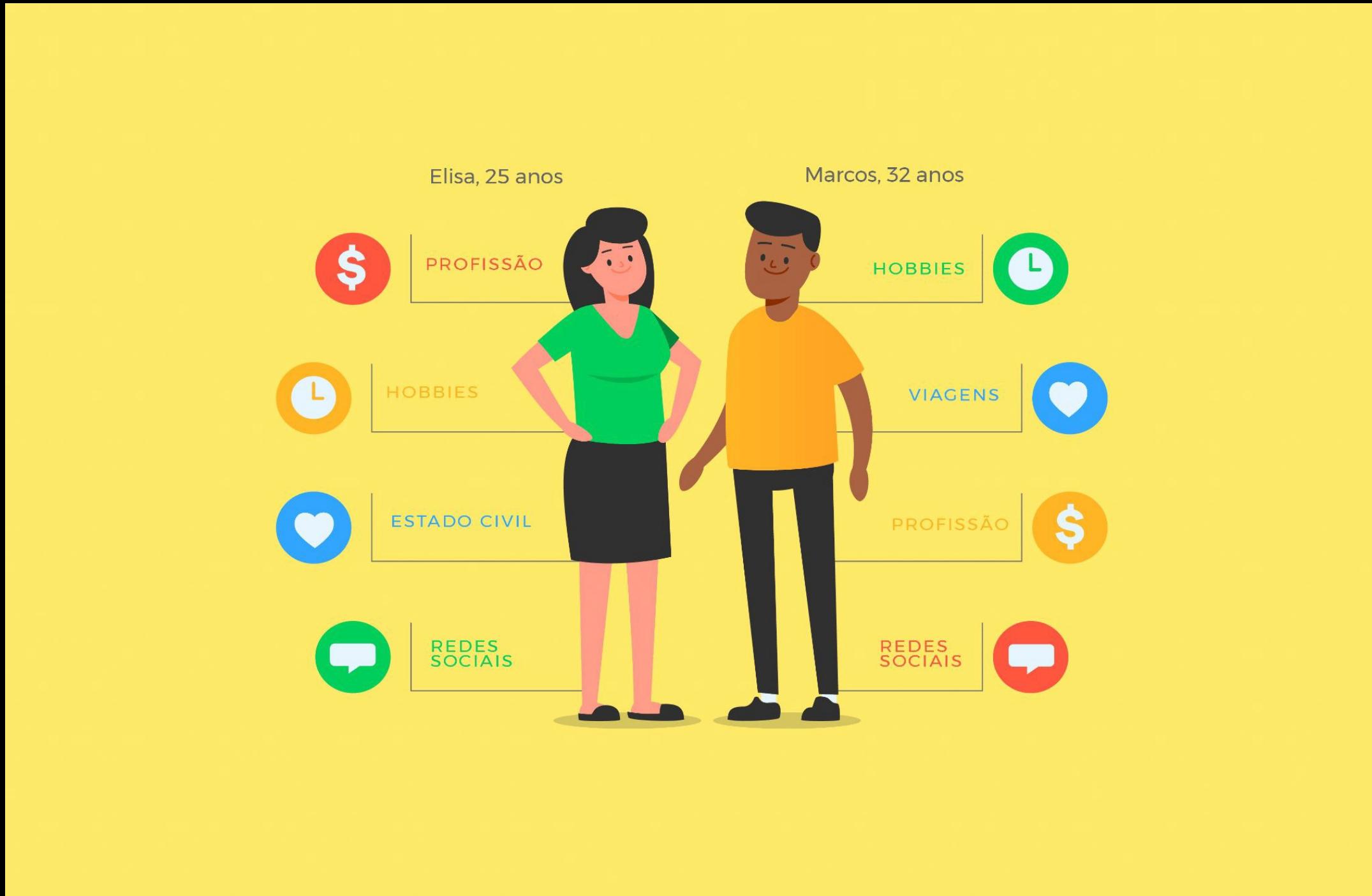
### + ERIC'S JOB TITLE

- **Eric's background**  
Here we'd explain what Eric does
- **Eric's demographics**  
Here we'd provide more detail on his location, age, etc
- **Anything else?**  
Here we'd list anything else worth noting about Eric.

Source:  
Here we'd link to a document with more info about Eric.

### + ERIC'S USER STORY

- MONTH** • We would use this timeline to tell Eric's journey of finding Piktochart.
- MONTH** • What was he searching for? How did he hear about us? What were his first impressions?
- MONTH** • Did he upgrade to a paying account? What led him to that decision?





## Fernando

O Empreendedor

### JORNADA

Teve uma ascensão rápida na carreira e conquistou uma posição elevada em uma empresa grande muito jovem. Decidiu largar o emprego para buscar mais qualidade de vida e trabalhar com projetos em que acredita. Mergulhou no cenário de startups, passou a ir em todos os eventos possíveis e fazer pitch da sua ideia. Nesses eventos, ele se sente um analfabeto tecnológico. Quer aprender a programar para conversar com desenvolvedores e encontrar um CTO. Procura no google um curso que fale sua língua e dê uma visão geral sobre tecnologia. Encontra o Mastertech e sente que é pra ele. O bootcamp imersivo é a solução perfeita para aprender rápido, já que ele está sem o trabalho fixo. Vem no dia zero e fica louco pelo curso. "Se é tudo isso mesmo, eu tenho que fazer!"

### TRIGGER

Fica esbarrando na programação para sua startup

### HABIT

Procura no google um curso de tecnologia

### REWARD

Se empoderou e pode fazer se for preciso.

### DESAFIOS

Se sente um analfabeto tecnológico. Precisa falar com desenvolvedores e não sabe o que exigir. Dar o próximo passo para sua startup sempre esbarra na programação.

### OBJETIVO

Entender mais sobre tecnologia para usar nos seus projetos.

Multitasker  
Overachiever  
Enjoythejourney

### DADOS GERAIS

**Idade** 24 anos

**Cidade** São Paulo, SP

**Profissão** Empreendedor, ex-economista

### INTERESSES

- Evento Startup
- Notícias
- Séries
- Silicon Valley
- Desenvolvimento Pessoal
- Tutoriais no Youtube

### INFLUENCIADORES

Hypeness, nômades digitais, buzzfeed, estadão, valor econômico, antagonista, startse, infomoney.

### TECH

Código

Celular \*\*\*\*\*

E-learn \*\*\*\*\*

### O QUE CHAMA A ATENÇÃO

Depoimentos de ex-alunos, eventos presenciais - dia zero, projetos legais e linguagem leve/humana.

Define

# User Stories

- Breve afirmação que identifica o utilizador e a sua necessidade
- Quem é o utilizador, o **que** precisa, **porque** precisa

Exemplo

“Como corredor ocasional,  
o Gil precisa de umas  
sapatilhas para correr ao  
fim-de-semana”

Define

# User Scenarios

- User story + contexto + possíveis falhas de conhecimento que levem a problemas de interação

Exemplo

“Após o jantar o Gil decide limpar as sapatilhas de treino. Enquanto as limpa, pensa que a dor no joelho quando corre poderá estar relacionada com o facto de as sapatilhas já estarem gastas e decide comprar umas novas, apesar de ter dúvidas sobre o seu perfil de corrida.”

Define

# Use Cases

- descrição de como os utilizadores realizarão tarefas no nosso produto

Deve incluir:

- Quem está a usar o produto
- O que o utilizador quer fazer
- O objetivo do utilizador
- Os passos que o utilizador toma para atingir o objetivo
- Resposta do produto a uma ação

Exemplo

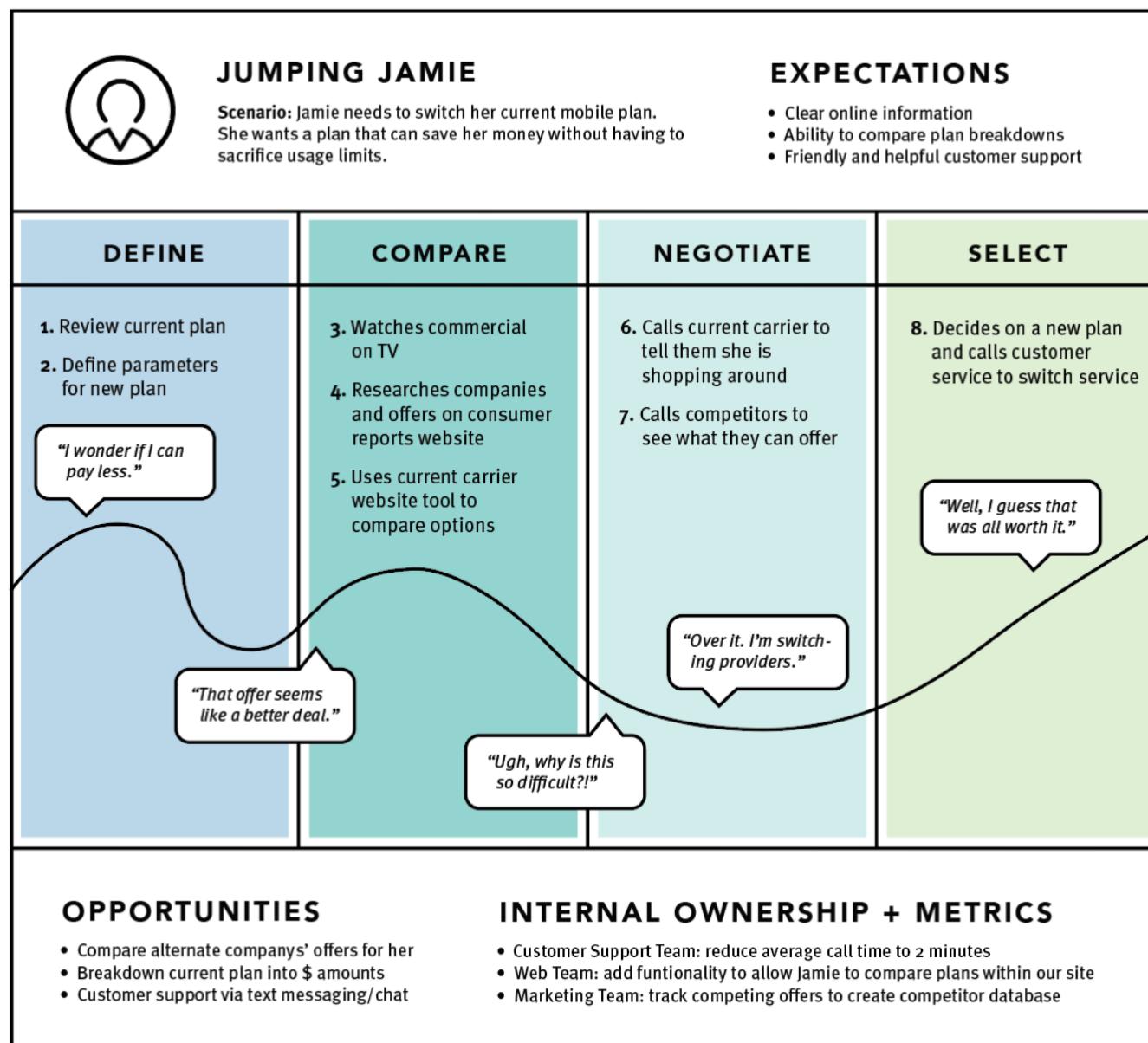
“O Gil ficou com fome e:

1. *No browser, pesquisou por “entrega ao domicílio”*
2. *Premiu ‘Enter’*
3. *Analisou os resultados*
4. ...”

Define

# Journey Maps

- visualização do processo pelo qual uma pessoa passa para atingir um objetivo
- série de ações do utilizador numa linha de tempo
- adição de pensamentos e emoções do utilizador, criando uma narrativa

**CUSTOMER JOURNEY MAP** Example (Switching Mobile Plans)

Define

# Storyboards

- comunica uma história por intermédio de imagens exibidas numa sequência de painéis que mapeia cronologicamente os principais momentos da história
- fornece contexto adicional para as equipas e *stakeholders*
- frequentemente usado para representar um fragmento preciso da *user journey*

## STORYBOARD



- MAKES NOTE OF SUPPLIES NEEDED ON CLIPBOARD
- PHYSICAL INVENTORY

PERSONA:  
CORPORATE BUYER,  
JAMES



- SELECTS ITEMS FROM FAVORITES LIST
- USES DESKTOP & SUPPLY LIST AS TOOL

SCENARIO:  
REPLENISH OFFICE SUPPLIES



- RECEIVES SHIPMENT WINDOW W/ ORDER SUBMISSION
- SETS PLAN FOR RESTOCK

Ideate

# Problem statement

- uma frase ou pergunta concisa e açãoável que define o propósito e a direção da *User Experience*
- identifica a lacuna entre o que o produto tem e o que os utilizadores precisam

Exemplo

Muitos utilizadores abandonam o processo de registo sem o completar:

“Novos clientes (users) precisam de uma forma mais fácil de completar o processo de registo (outcome) porque ficam frustrados durante o setup de uma conta (driver).”

Ideate

# Hypothesis

- uma frase que resume a solução para o problema identificado
- deverá referir a solução, o utilizador/persona para a qual se dirige e o resultado expectável

Exemplo

“Acreditamos que fazer/construir/criar [ isto ] para [ este utilizador ] resultará em [ neste resultado ].

Saberemos que estamos certos quando virmos [ esta métrica/sinal ].

Ideate

# Brainstorming & Ideation

- fase criativa de expor todas as ideias de funcionalidades que possam resolver o problema do utilizador
- no final deveremos ter um vasto leque de ideias com ligações entre elas para encontrar possíveis soluções



Ideate

# MVP / Feature definition

- definir o estado mínimo ideal para um produto ser lançado, que procure minimizar os riscos para os investidores enquanto garante o sucesso no mercado
- lançar um produto com o mínimo de funcionalidades e lançá-lo o mais rápido possível



Minimum  
Viable  
Product



Test

# Usability test

- um *researcher* (chamado de “facilitador” ou “moderador”) observa um participante enquanto este executa determinadas tarefas, utilizando uma ou mais interfaces de utilizador específicas
- enquanto o participante completa cada tarefa, o *researcher* não só observa o comportamento do participante como também ouve o seu feedback a cada passo

# Why Usability Test?



**Uncover Problems**  
in the design



**Discover Opportunities**  
to improve the design



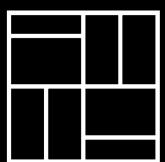
**Learn About Users**  
behavior and preferences

# User Interface Basics



# O que é User Interface?

Interfaces de utilizador (UI's) são os pontos de acesso onde os utilizadores interagem com um produto ou serviço.



# Podem ter 3 formatos:

Interfaces de utilizador gráficos (GUI's)

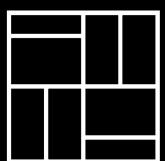
Os utilizadores interagem com representações visuais, analógicas ou digitais

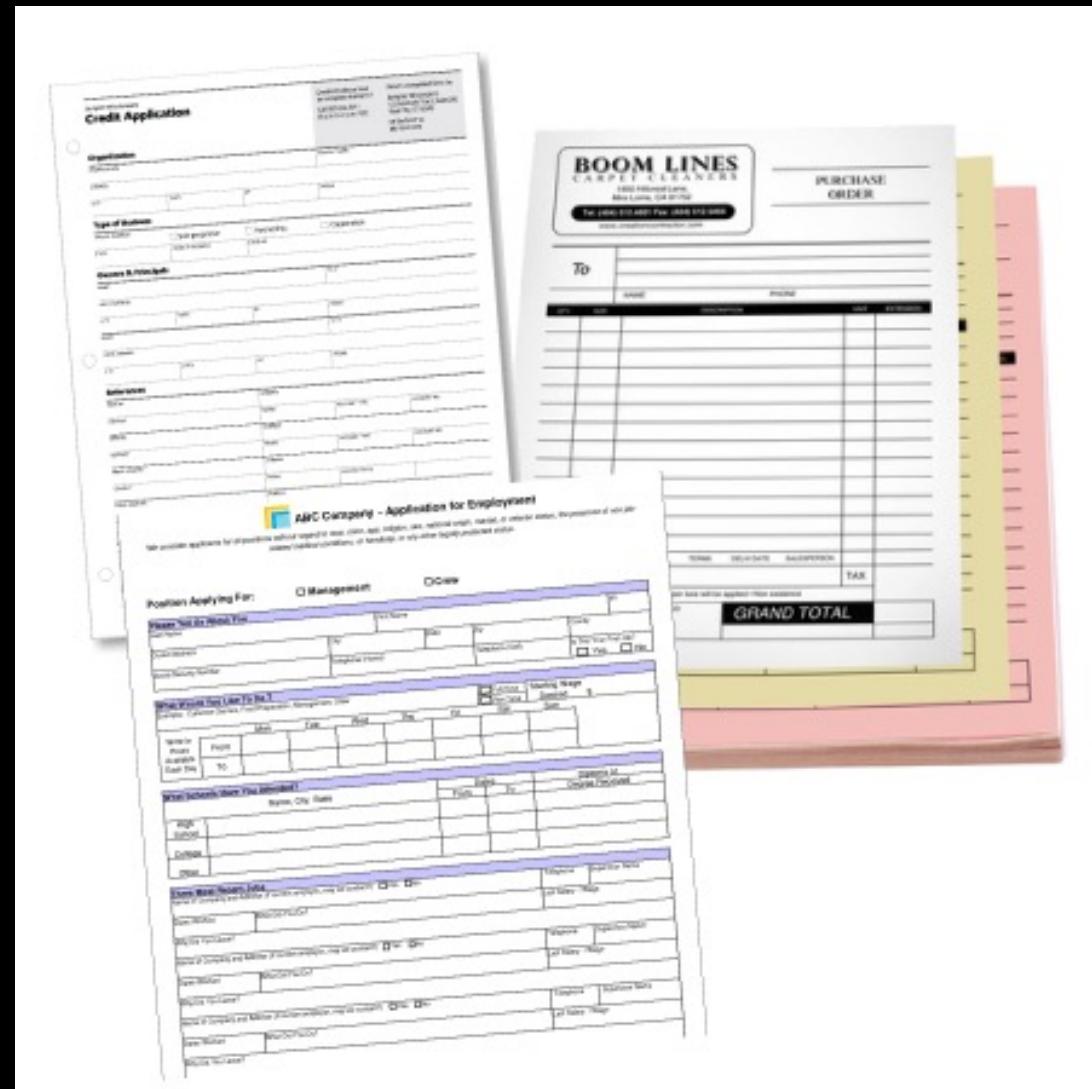
Interfaces controladas por voz (VUI's)

Os utilizadores interagem com recurso a comandos de voz

Interfaces controladas por gestos

Os utilizadores interagem com espaços 3D recorrendo a movimentos corporais





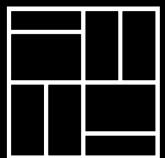




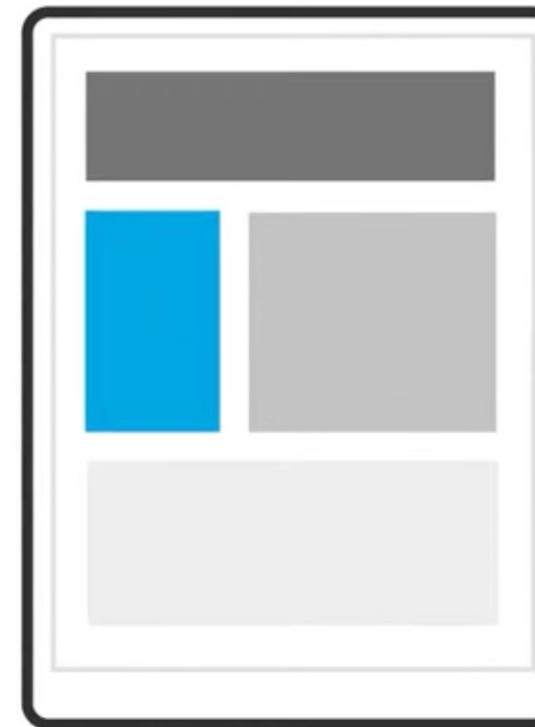
# O que é User Interface **Design** ?

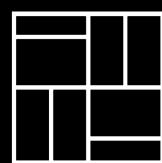
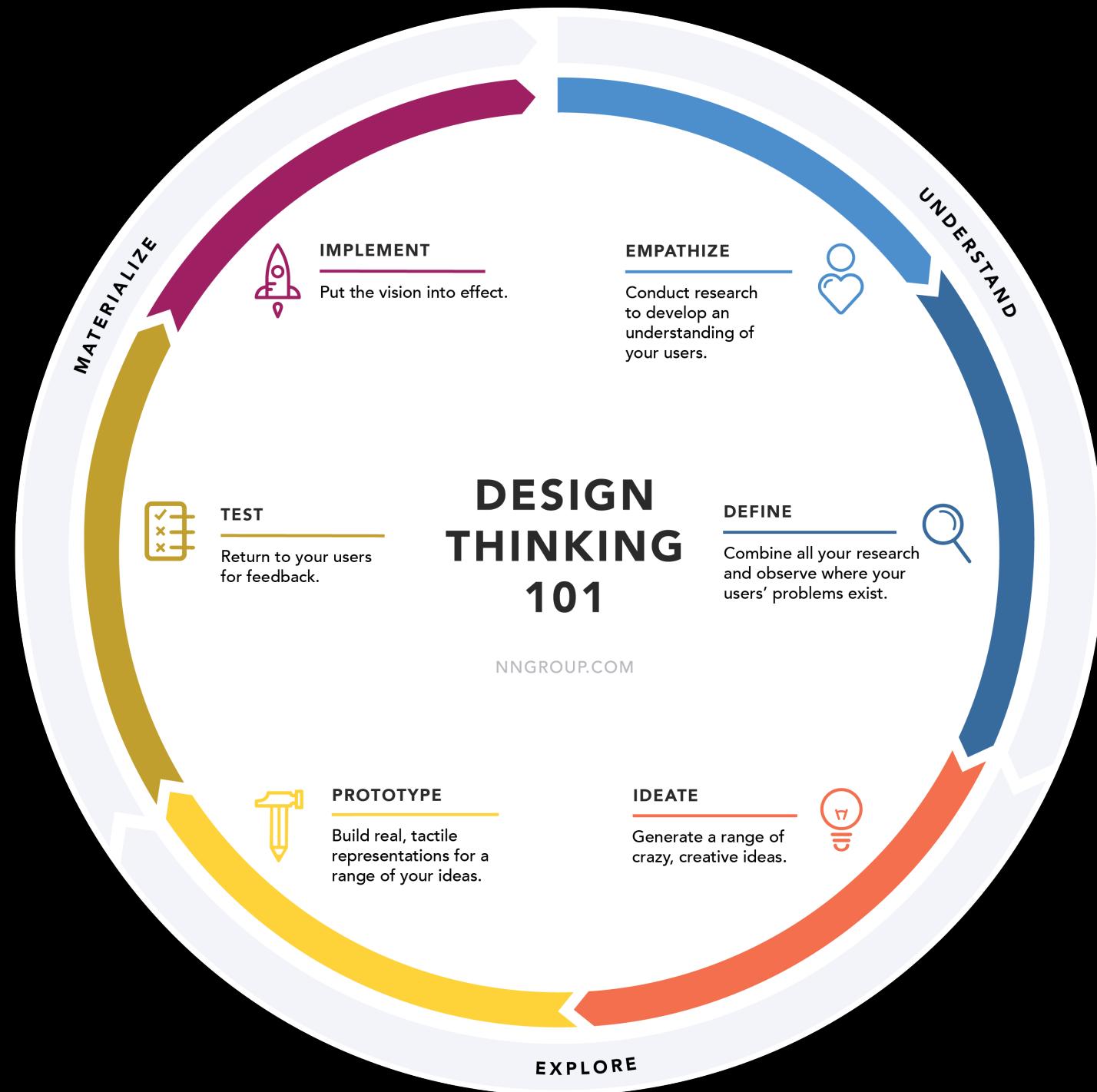
Processo usado pelos designers para construir interfaces em softwares e aparelhos computORIZados.

Os designers devem focar-se em criar interfaces que os utilizadores considerem fáceis de usar e prazerosas.



# Don't just think about individual screens.

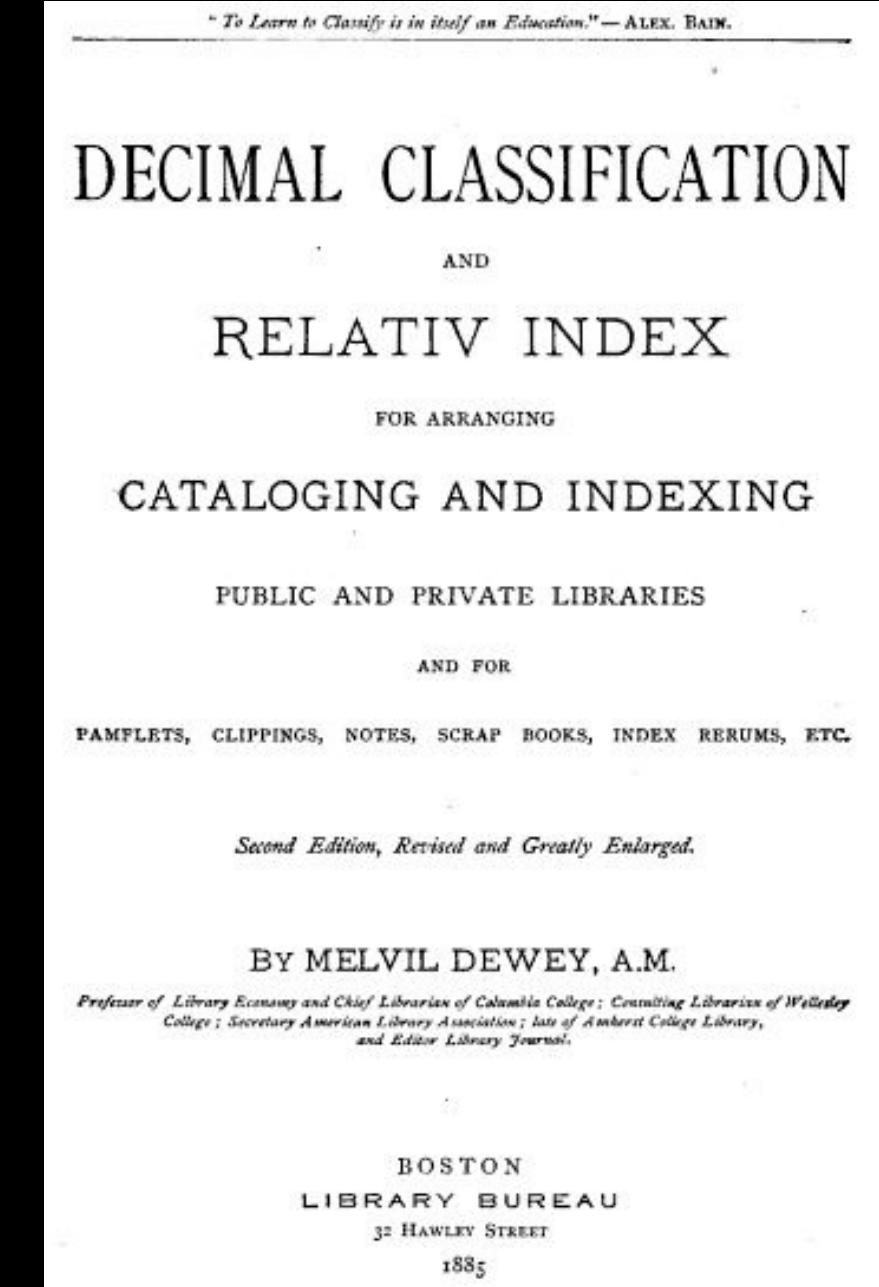




Ideate

# Arquitetura de informação

- Interpretação e categorização de informação, dando-lhe uma estrutura coerente que a audiência possa receber rapidamente e facilmente aceder ao que procura

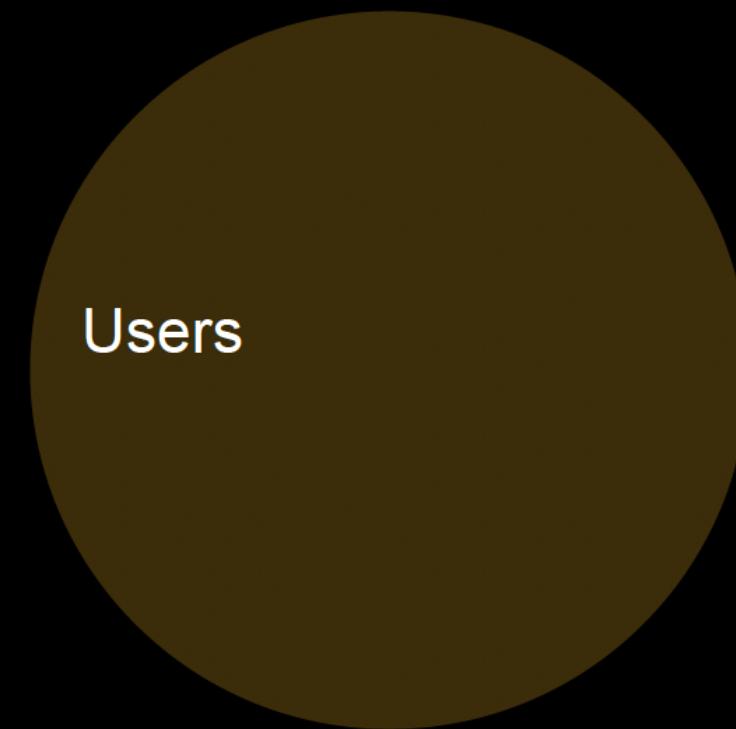


Ideate

# Arquitetura de informação

Users

- Quem são
- Tarefas a cumprir
- Comportamento
- Experiência

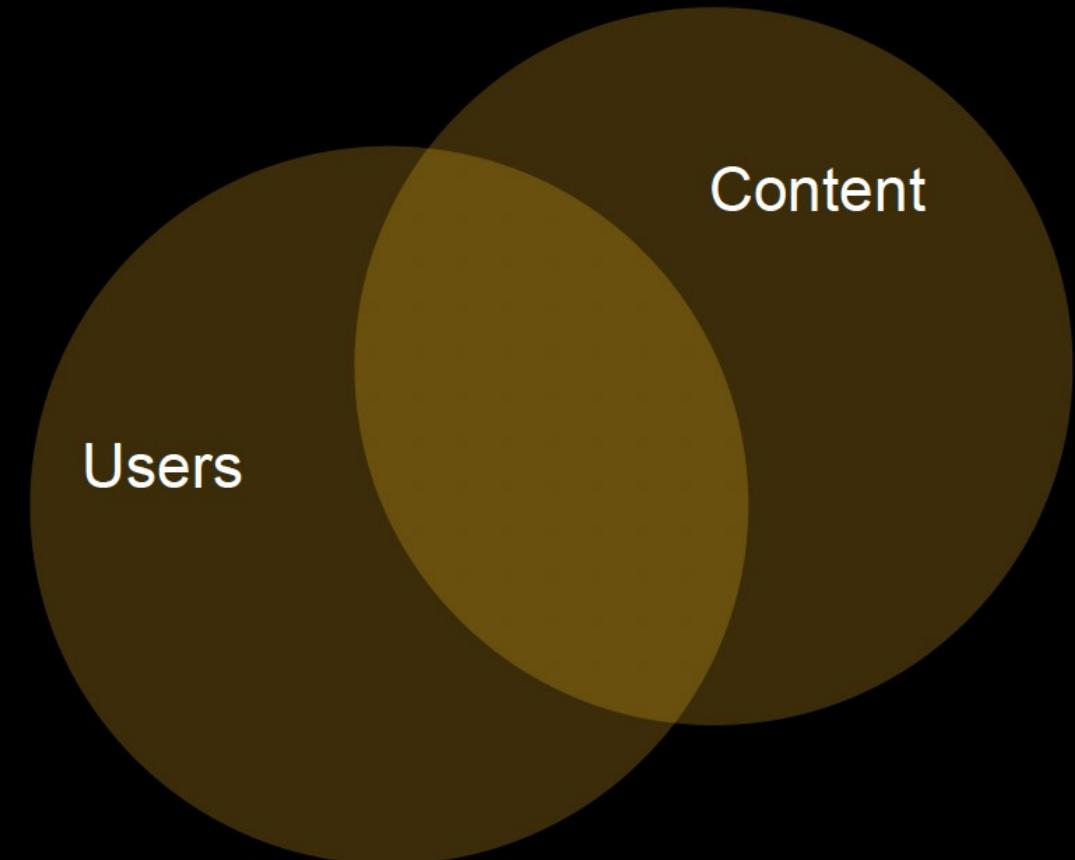


Ideate

# Arquitetura de informação

Conteúdo

- Objetivo
- Tipo
- Volume
- Estrutura
- Governança/administração

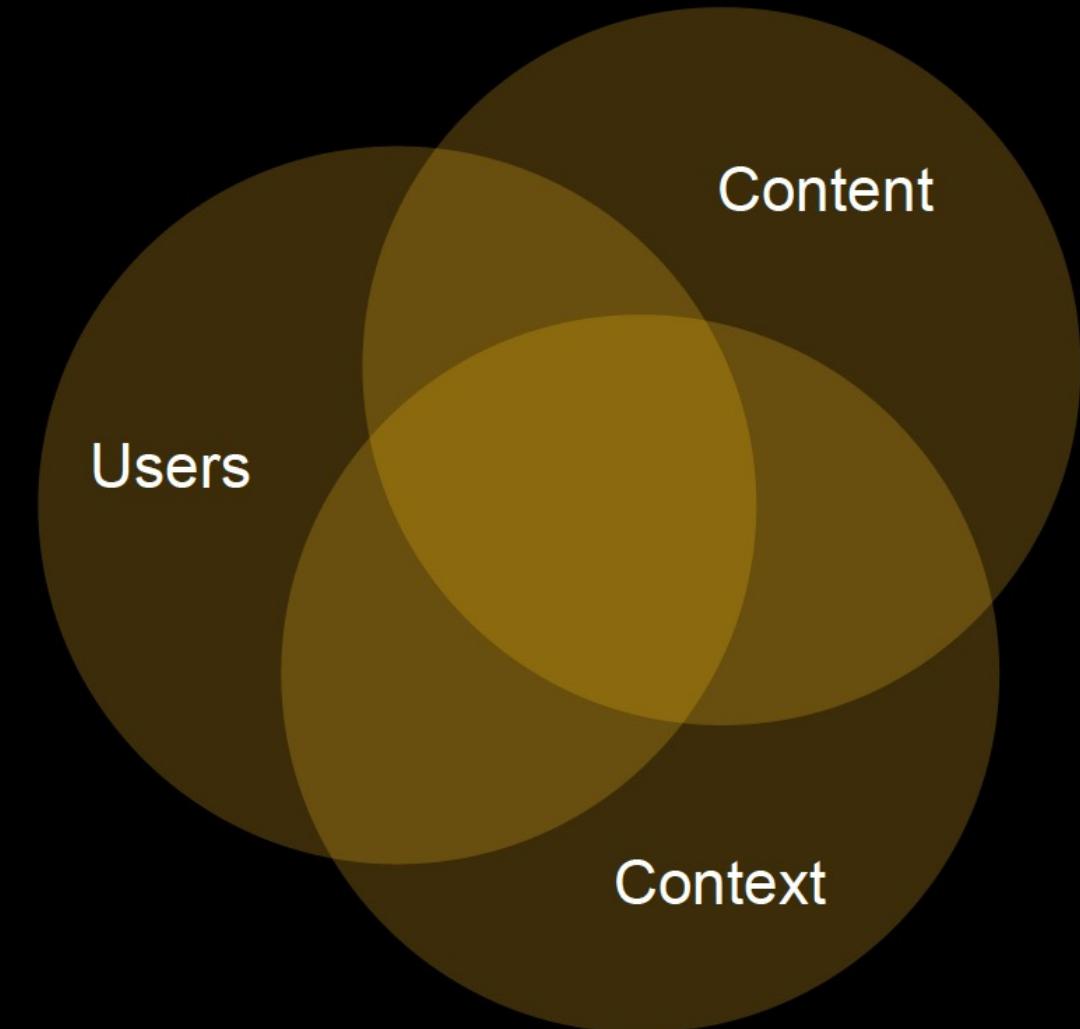


Ideate

# Arquitetura de informação

Contexto

- Objetivos do negócio
- Orçamento
- Política
- Cultura
- Recursos
- Limitações

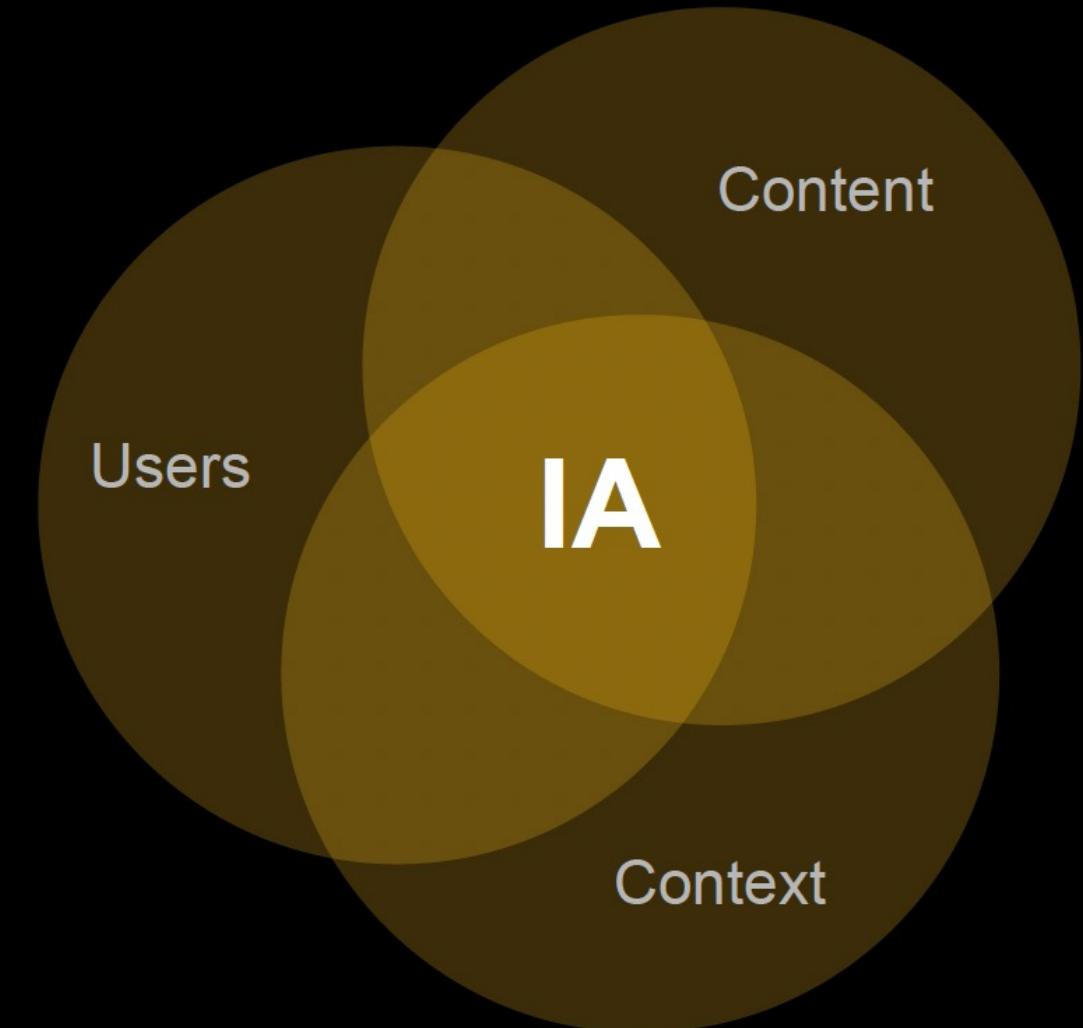


Ideate

# Arquitetura de informação

Benefícios

- Organização
- Navegação / Acessibilidade
- Discoverabilidade (metadata / tags)
- Facilidade de pesquisa



Ideate

# Content strategy

- Planeamento, criação, distribuição e administração de conteúdo (texto / imagens / multimédia)
- garantir que o conteúdo é tanto útil como usável, que está bem estruturado e que é facilmente pesquisável
- essencial para uma boa experiência



Ideate

# Content strategy

Substância / Tema

- A mensagem que passamos
- Tom de voz
- Tipo de conteúdo



Substância

Ideate

# Content strategy

Estrutura

- Vertente técnica
- Plataformas disponíveis
- Qual a tecnologia adequada

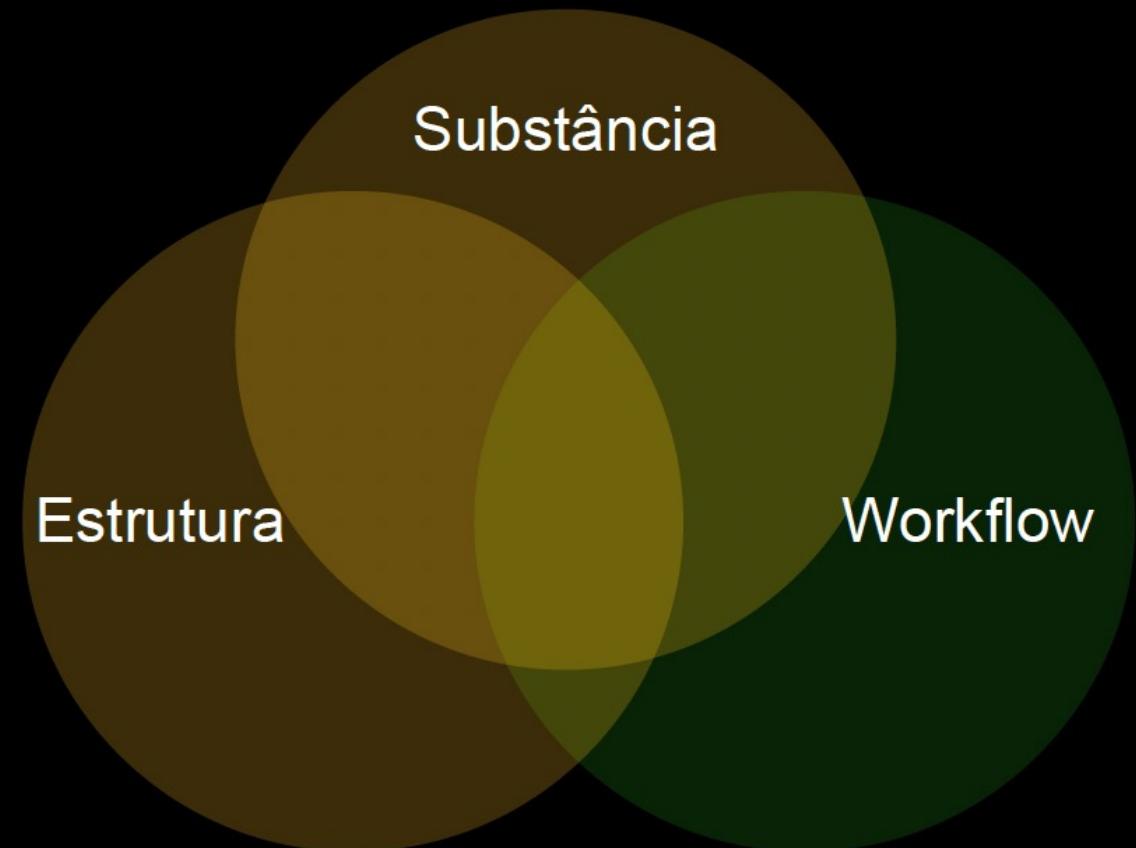


Ideate

# Content strategy

Workflow

- Processos para gestão do conteúdo
- Sistemas para o conteúdo
- Atribuição de papéis a equipas
- Edição e arquivo

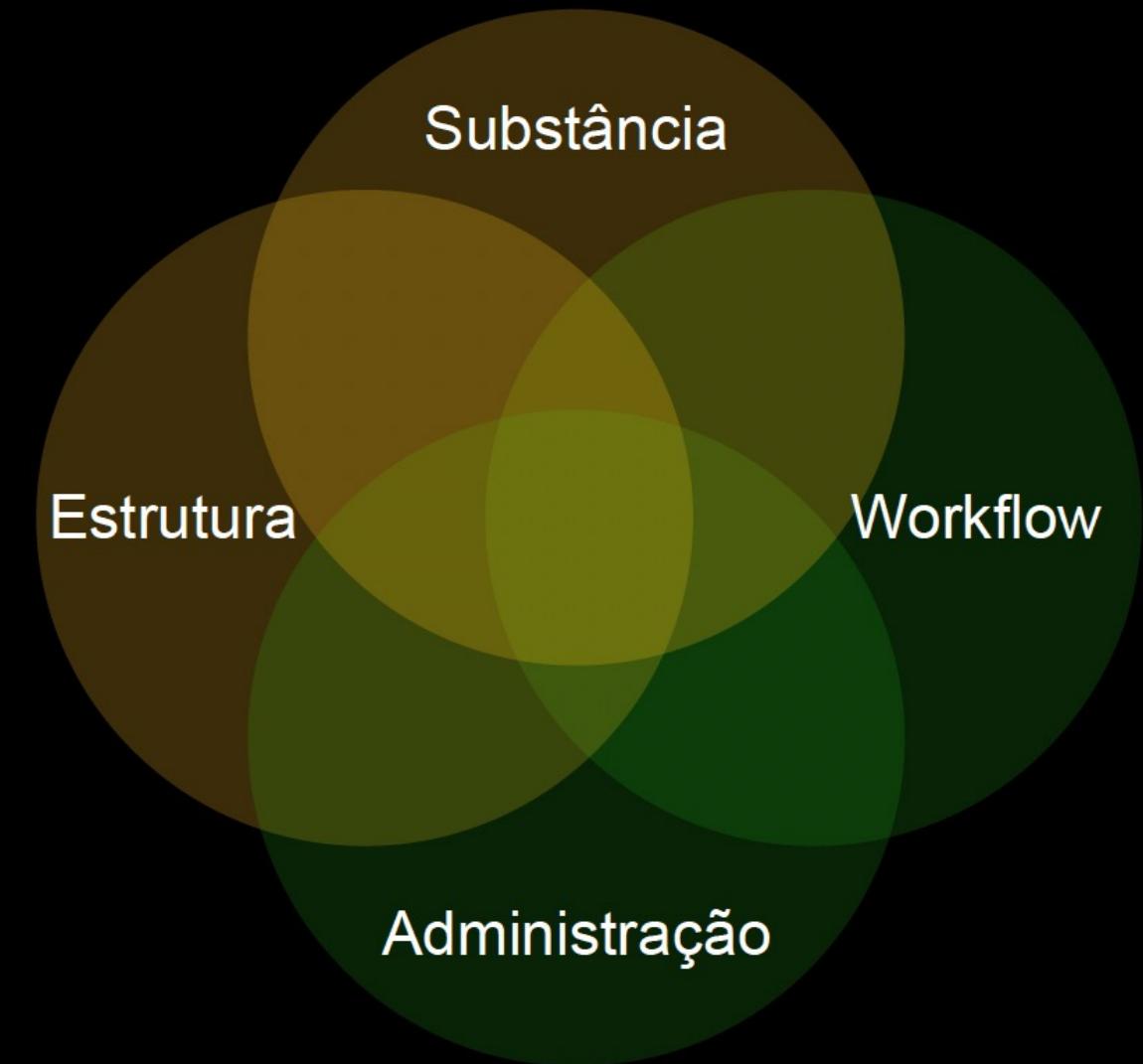


Ideate

# Content strategy

Administração

- Como está a equipa organizada
- Gestão da qualidade do conteúdo



Ideate

# Content strategy

Conteúdo

Substância

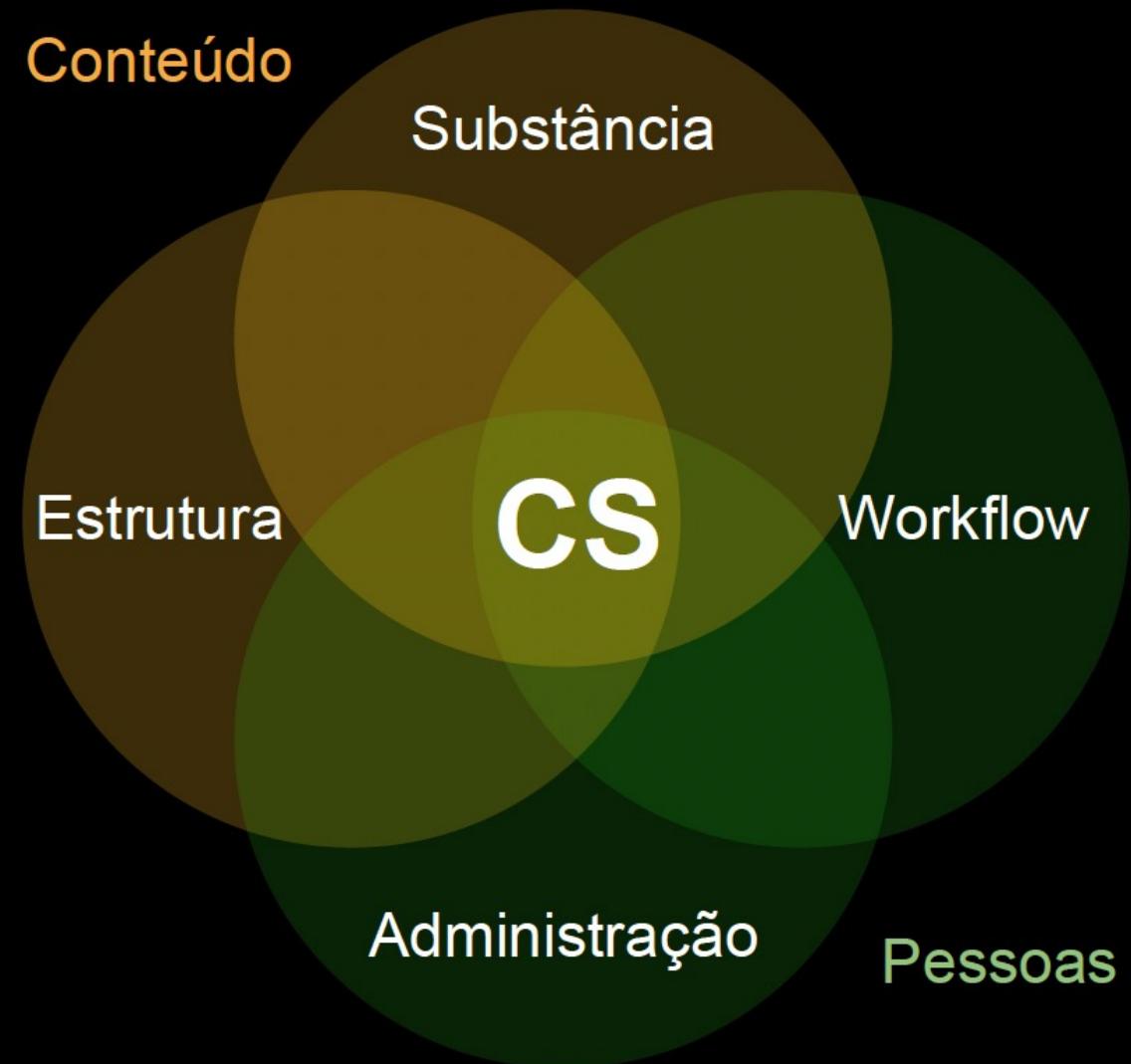
Estrutura

**CS**

Workflow

Administração

Pessoas



Ideate

Arquitetura de  
informação

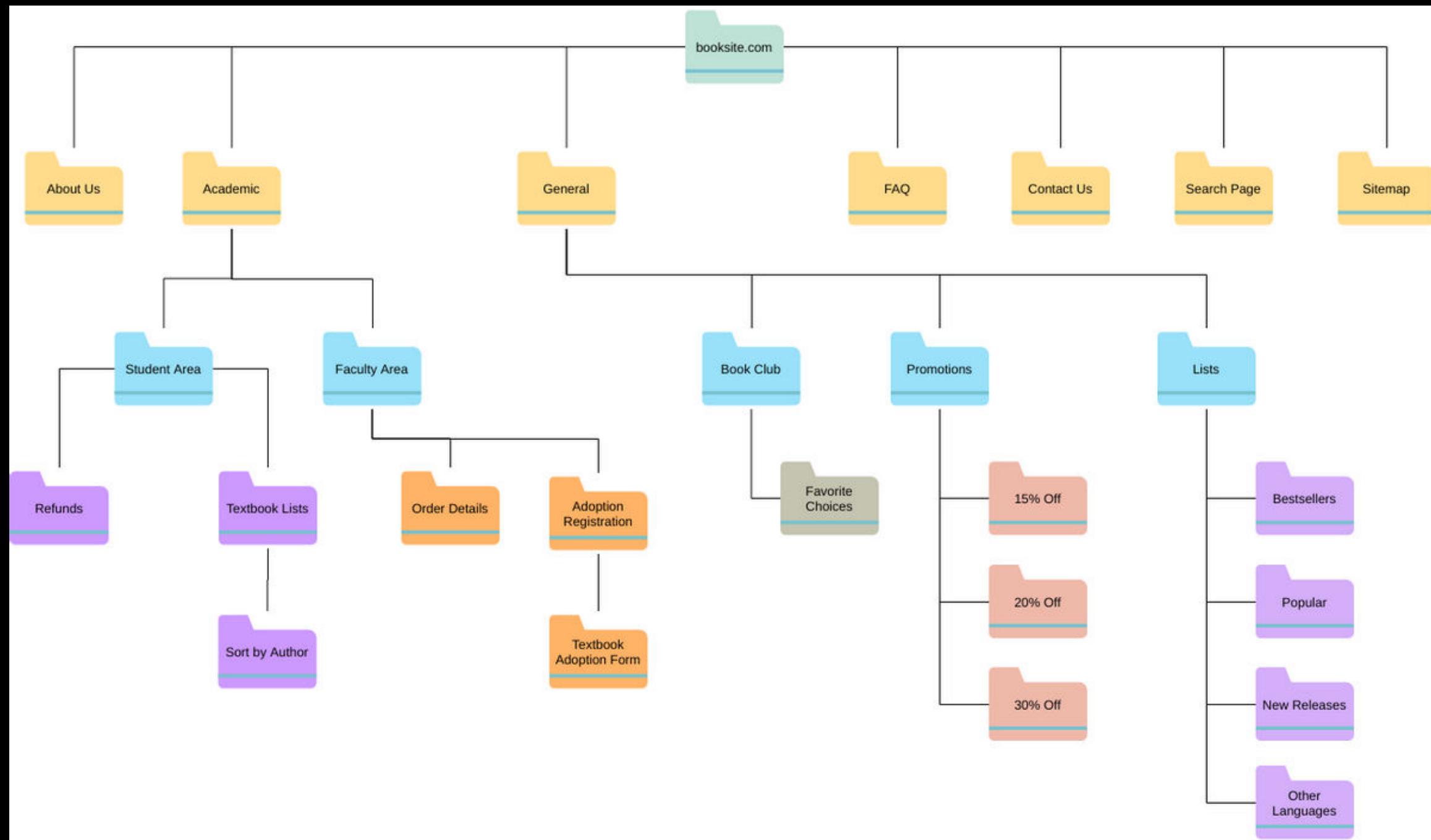
+

Content strategy

*Card Sorting*

*UX Sitemap*

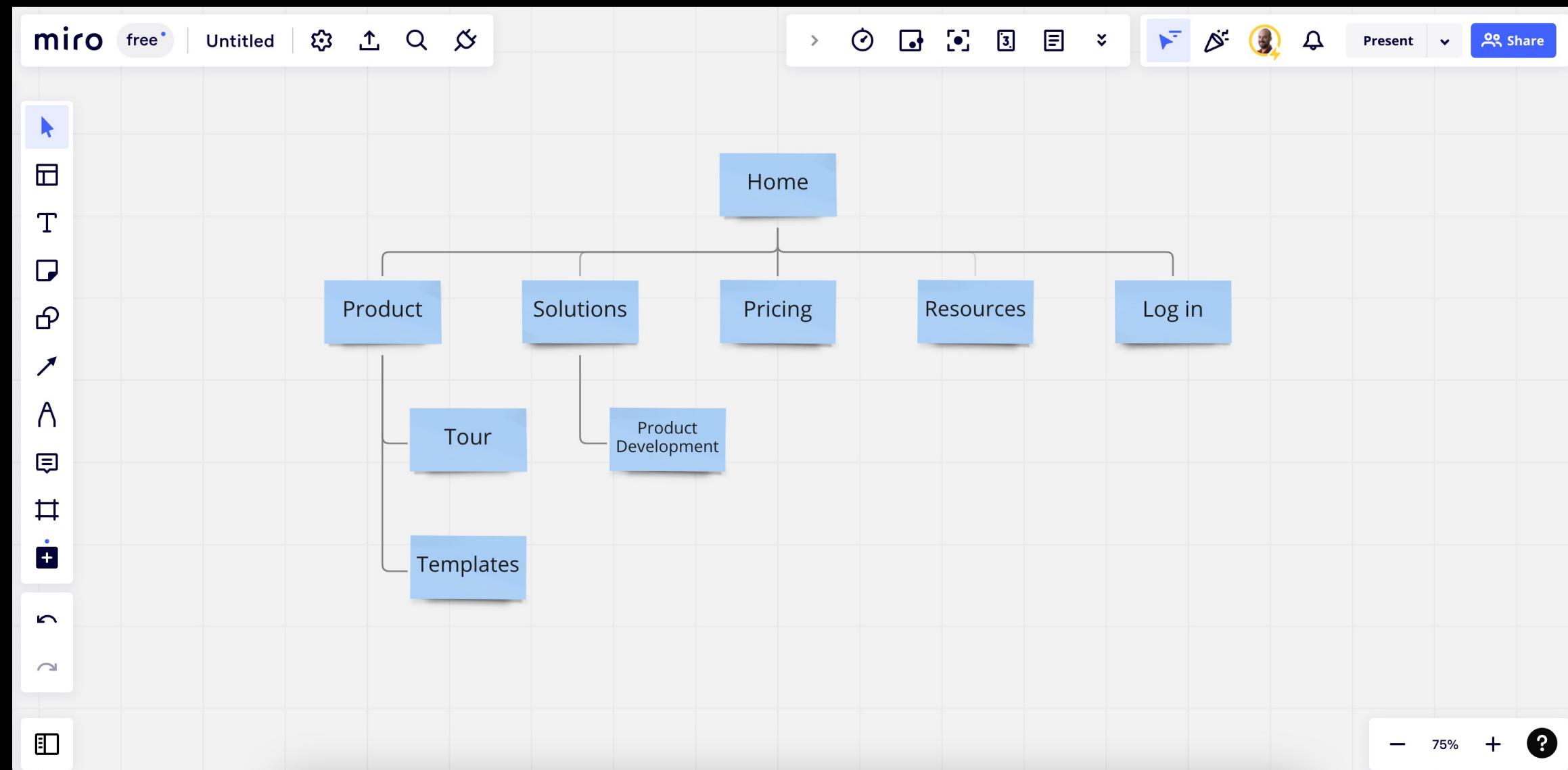




Exercício

# Information architecture

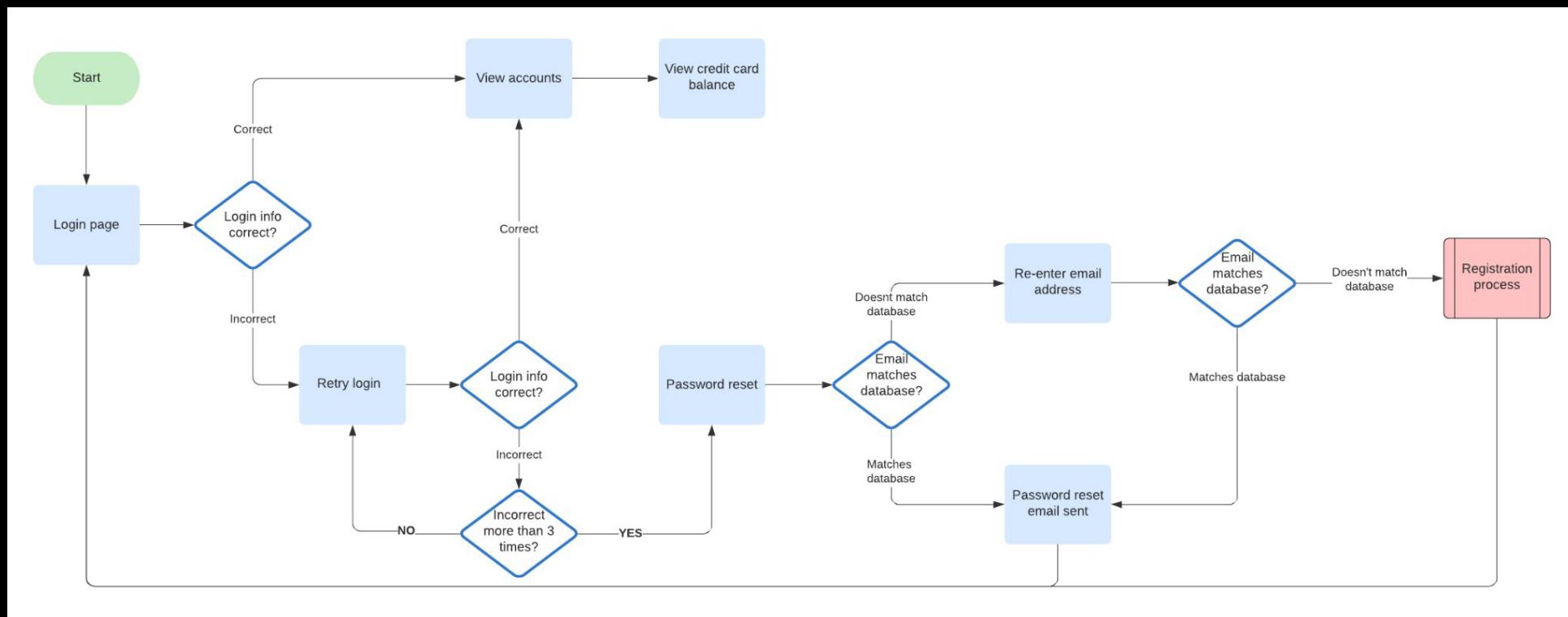
- Pega em 1 das plataformas de e-commerce, da última aula
- Explora a navegação e estrutura do site
- Usa o Miro para estruturar o site map

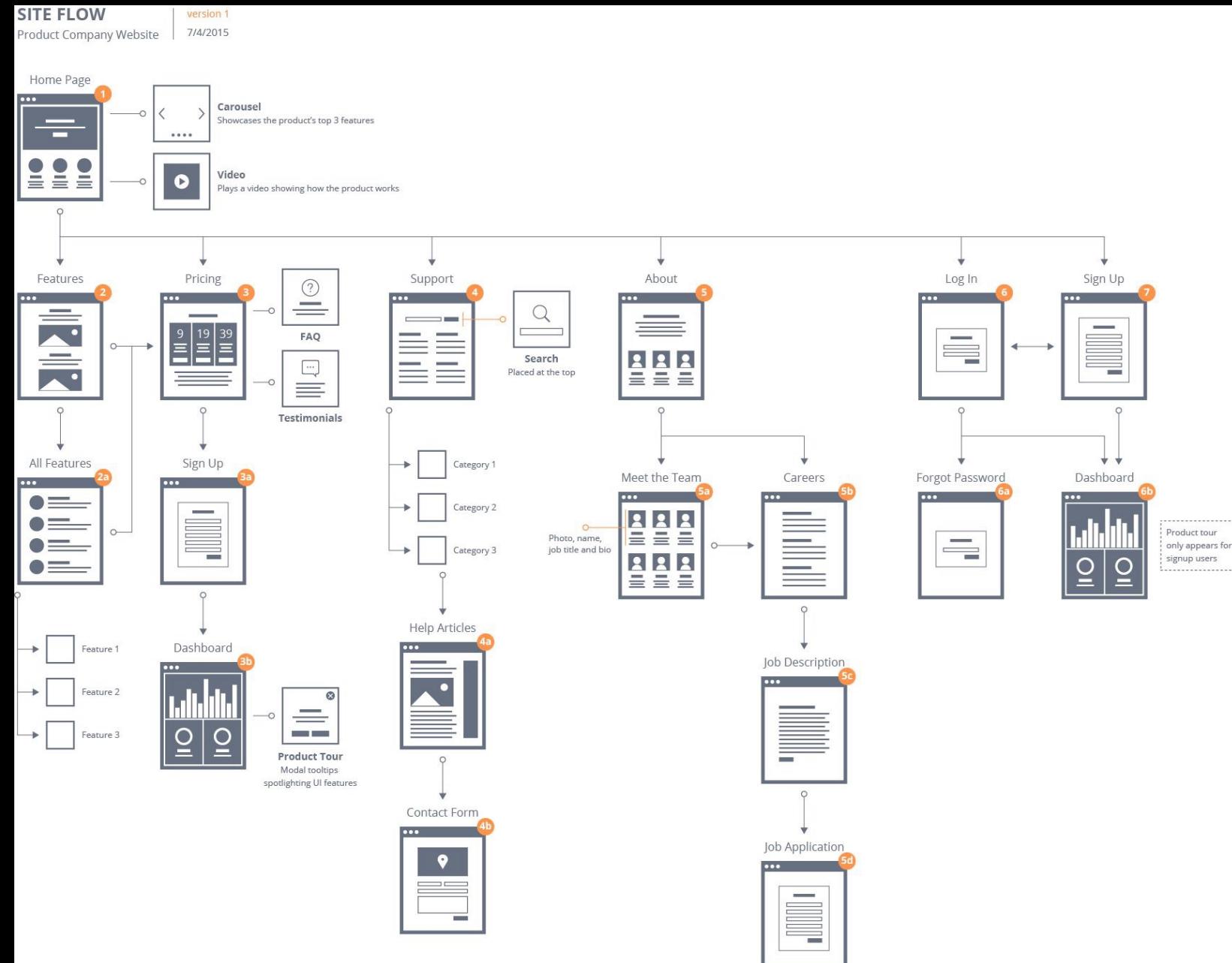


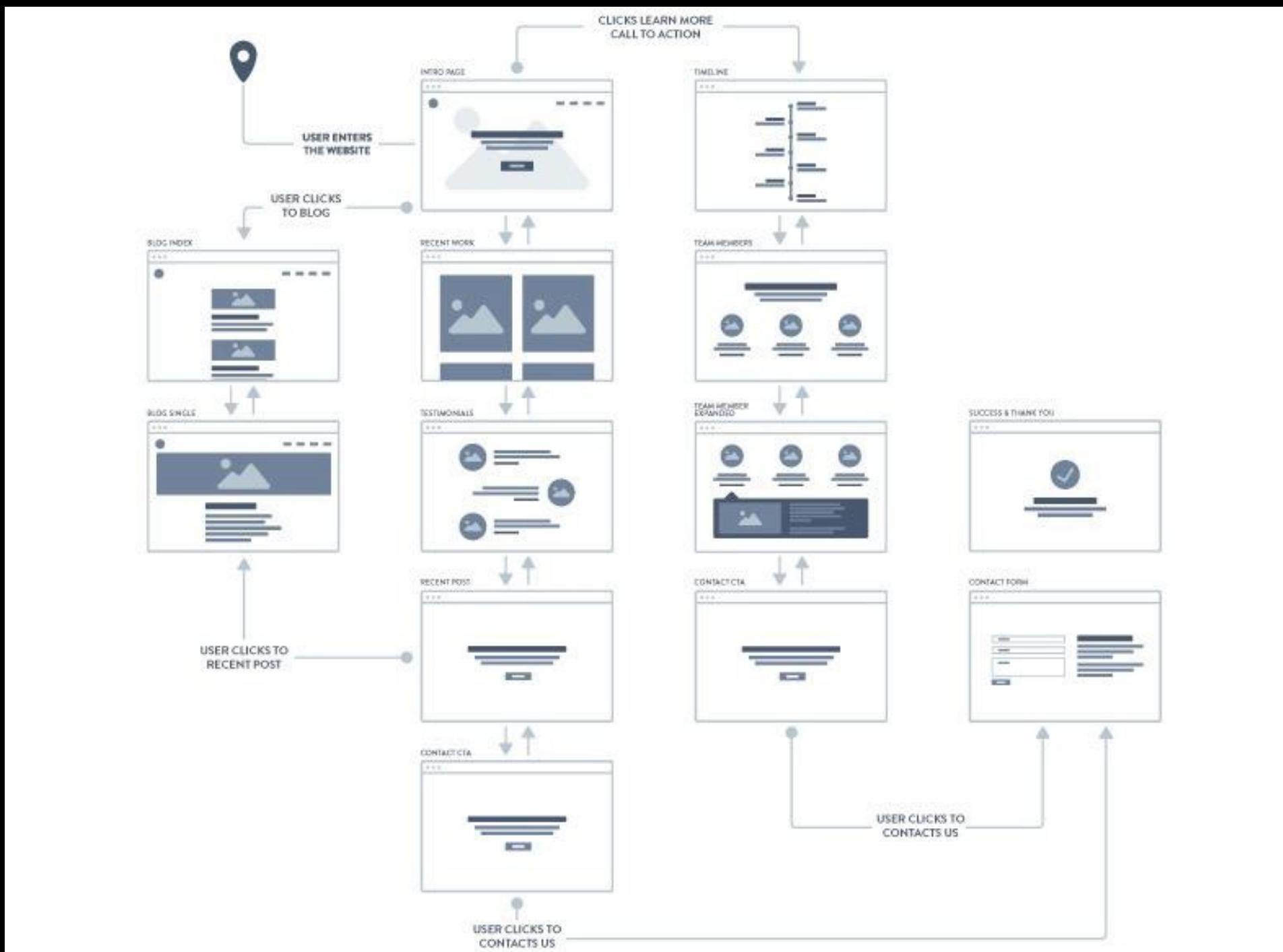
Define

# User Flows

- Utilizador + plataforma = Percurso de interação







Ideate

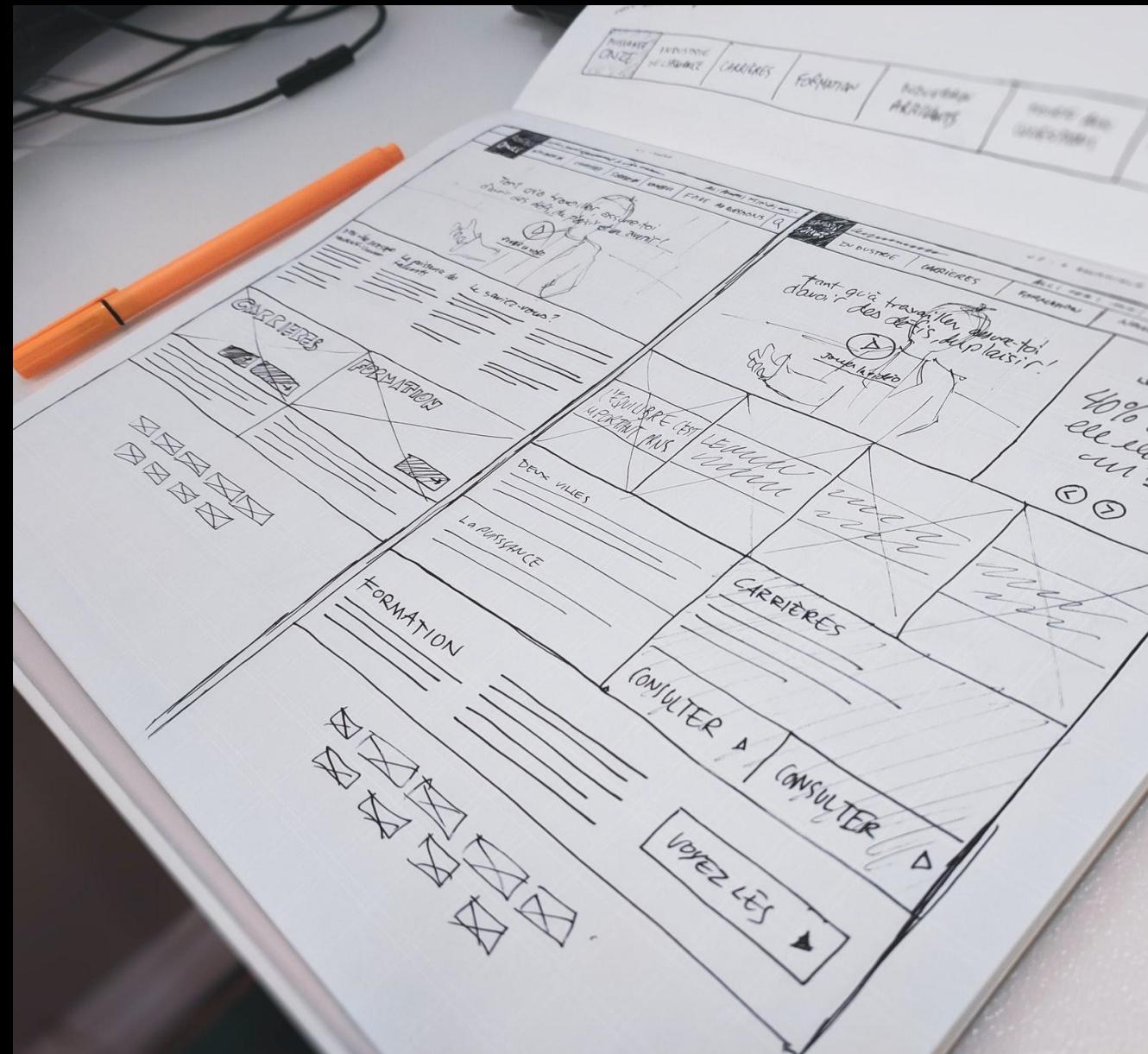
# Brainstorming

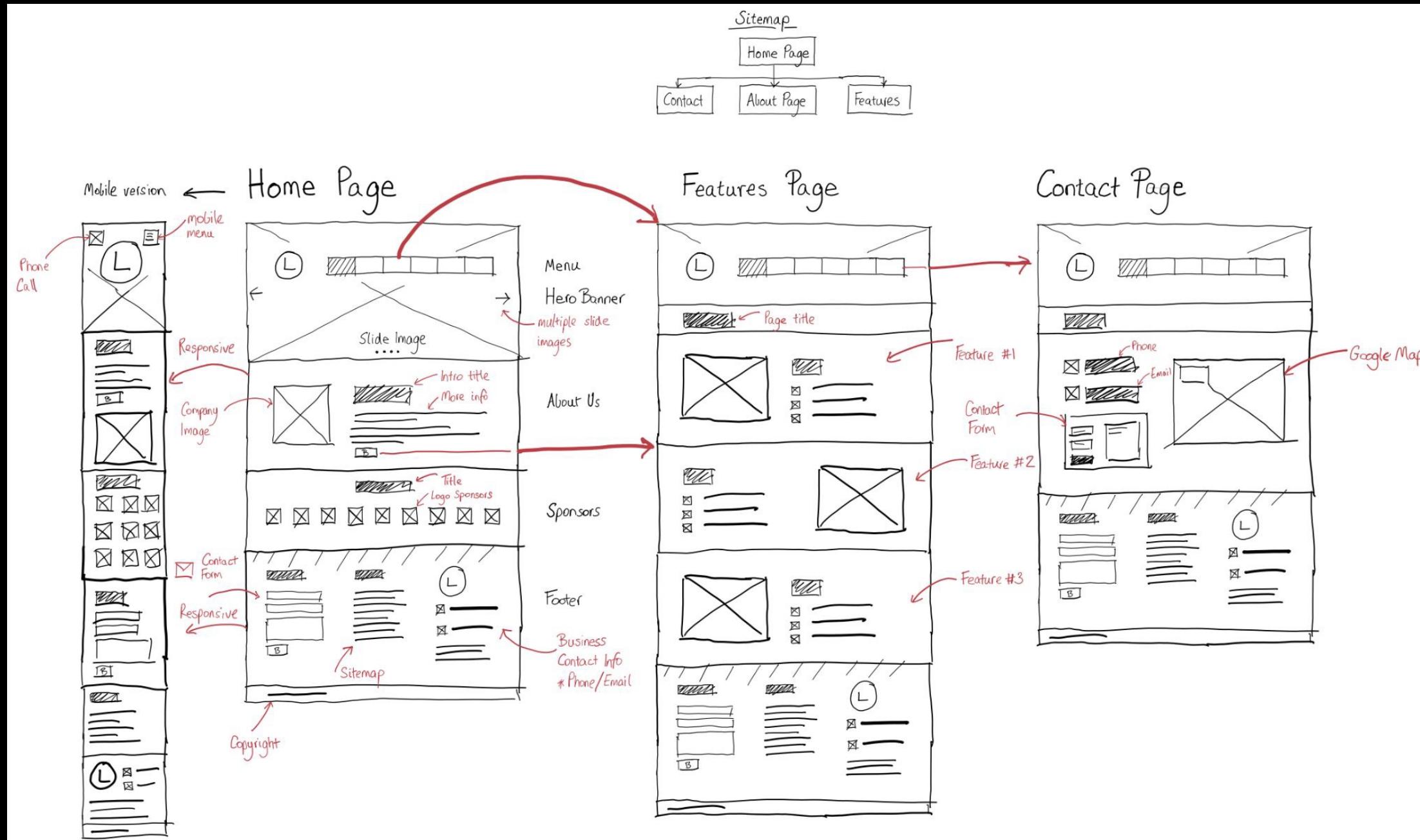


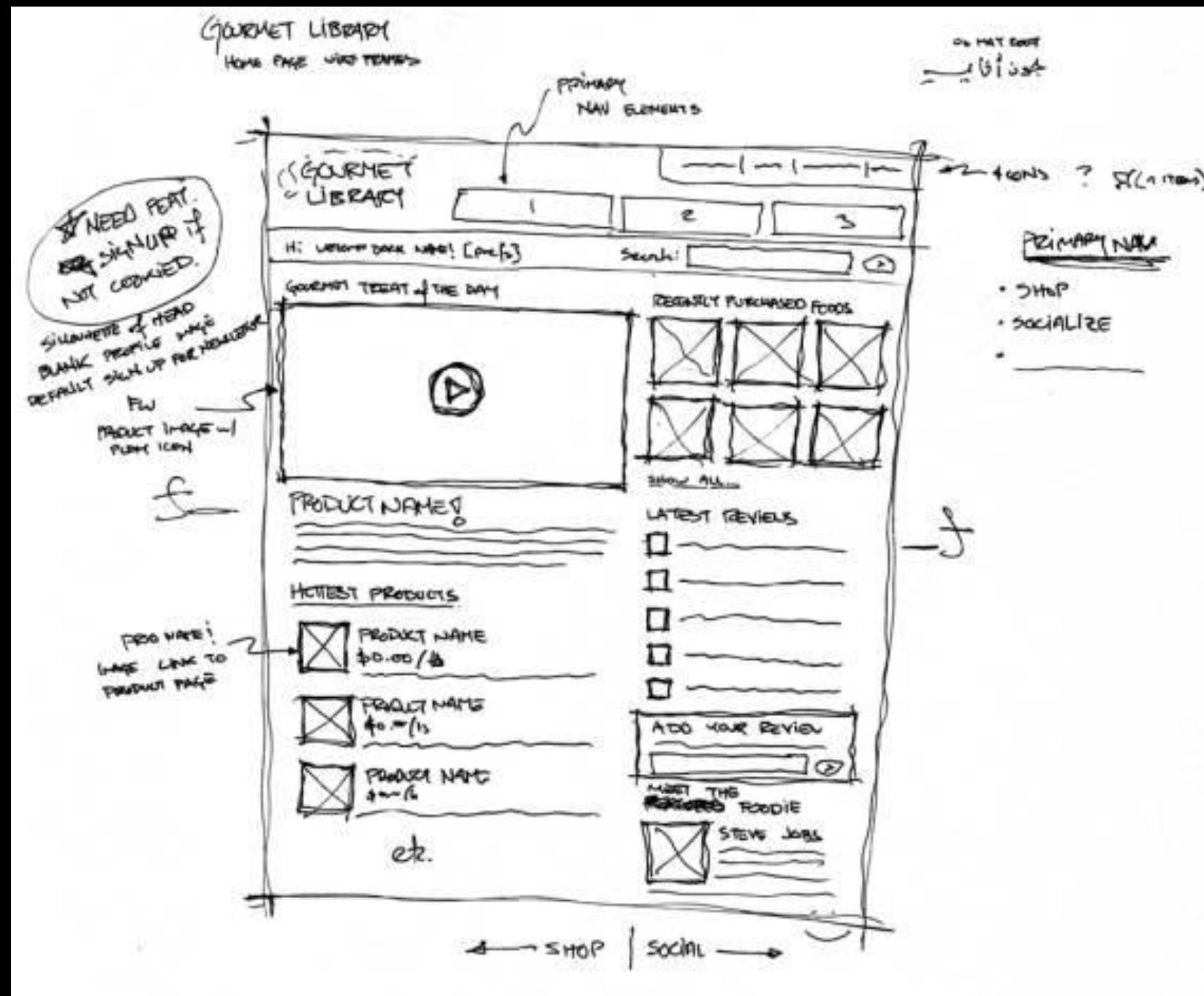
# Ideate

# Sketching & Wireframing

- processos ideais para possibilitar uma visão geral de um produto / serviço, para definir a estrutura e flow de uma possível solução de design
  - processos de baixo custo temporal e monetário que permitem desbloquear soluções criativas
  - permite o alinhamento técnico e de conteúdo numa fase inicial







*moqups*

Main Header that Matches the Link that Was Clicked

Secondary header providing additional information

"Add a customer testimonial to increase conversions to your landing page."

Florence Hughes  
Sales Manager at Moqups

Use this space to provide users with more information about your offer. Consider it a follow-up to your headline and explain the benefits of your service or product

Form Header

A short explanatory statement to clarify the purpose of this form. Mention what users can get in exchange for personal data.

Your Name:

Email Address:

What are you interested in?

SUBSCRIBE

"Add a customer testimonial to increase conversions to your landing page."

The screenshot shows a web browser window with a dark-themed sidebar menu on the left and a main content area on the right. The sidebar includes links for Dashboard, Lançamentos, Entradas, Saídas, Movimentação Financeira (which is currently selected), Conciliação/Auditoria, Transferências, Análises, Calendário financeiro, Resumo financeiro, Resumo operacional, and Relatórios. The main content area has a header 'Dashboard' and a sub-header 'Entenda a contabilidade e finanças da sua empresa, através de gráficos inteligentes!'. A yellow banner message says 'A última auditoria foi feita dia 19/05, o ideal é que ela seja feita todos os dias, para evitar inconsistências.' Below this are four summary boxes: 'Entradas R\$ 20.000,00', 'Saída R\$ 10.000,00', 'À receber R\$ 20.000,00', and 'À pagar R\$ 20.000,00'. The 'Lançamentos favoritos' section lists three entries: 19/03/2016 (Saída, Reforma, 200), 19/03/2016 (Entrada, Pratos, 200), and 19/03/2016 (Entrada, Conta corrente, 200). The 'Últimos lançamentos' section also lists these three entries. The top right of the main content area shows a user profile for 'Gabriel Farias'.

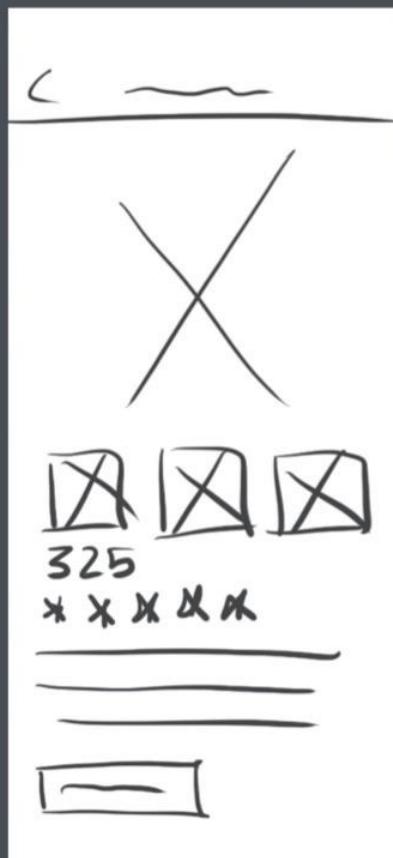
**Lançamentos favoritos**

Data	Tipo	Categoria	Valor
19/03/2016	Saída	Reforma	200
19/03/2016	Entrada	Pratos	200
19/03/2016	Entrada	Conta corrente	200

**Últimos lançamentos**

Data	Tipo	Categoria	Valor
19/03/2016	Saída	Reforma	200
19/03/2016	Entrada	Pratos	200
19/03/2016	Entrada	Conta corrente	200

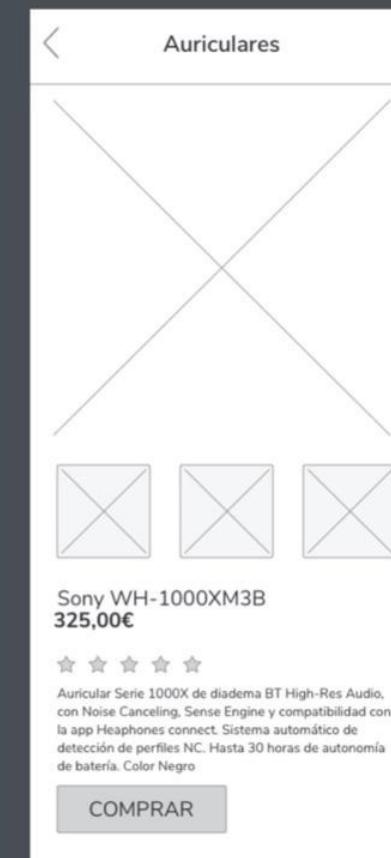
SKETCH



LOW FIDELITY WF



HIGH FIDELITY WF



MOCKUP (UI DESIGN)



Ideate

# Design patterns

- soluções recorrentes que resolvem problemas comuns de design
- são pontos de referência padrão
- fornecem uma linguagem comum
- [Link](#)



# Design patterns

## Home Link

- utilizador precisa voltar para um local inicial seguro do site



# Design patterns

## Wizard

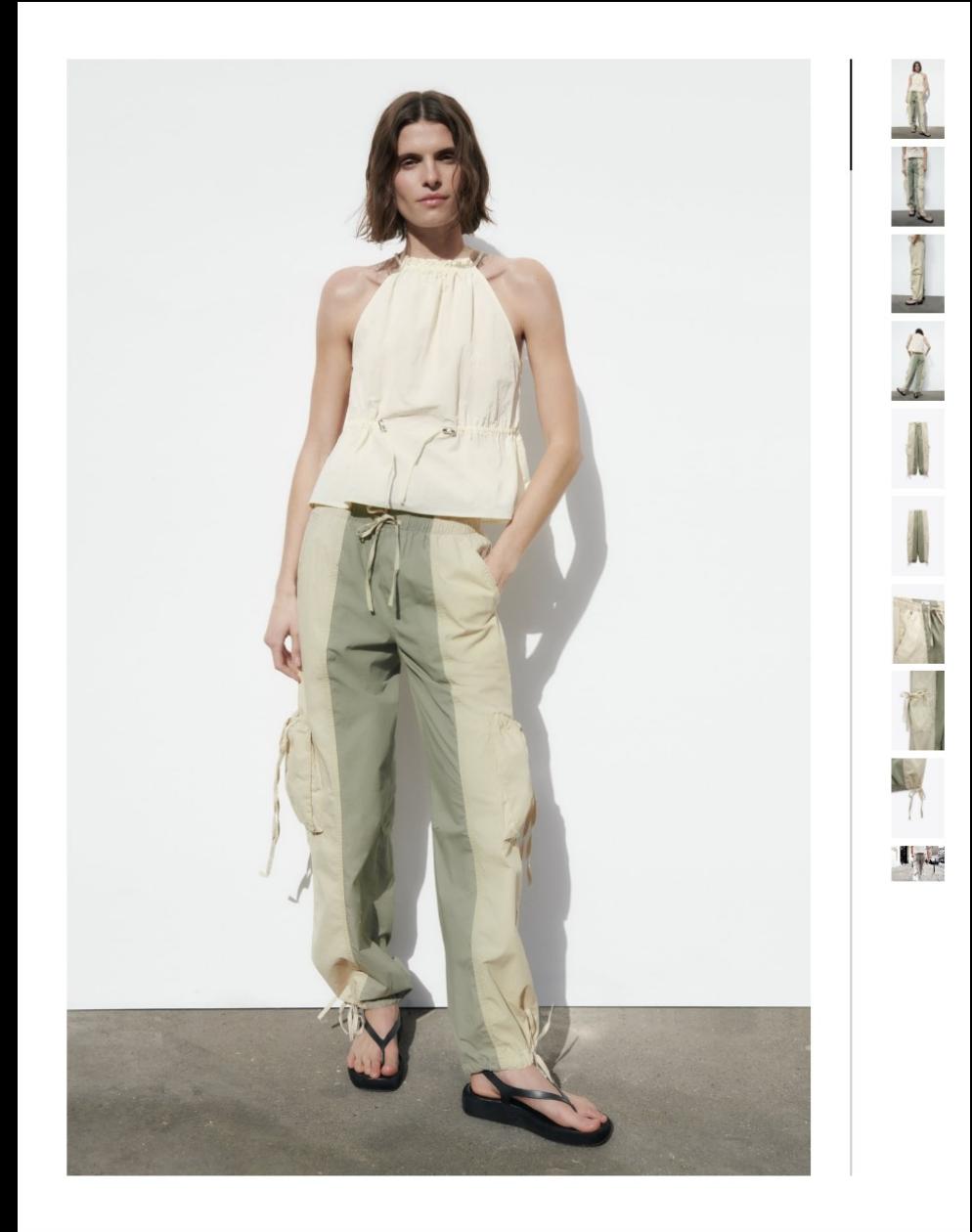
- utilizador quer atingir um único objetivo que pode ser dividido em sub-tarefas, das quais depende

The screenshot shows a web page from the Homesite Home Insurance website. At the top, there's a navigation bar with links for HOME, PRODUCTS & SERVICES, CLAIMS, GET INSURANCE (which is highlighted in blue), PLANNING & LEARNING, ABOUT HOMESITE, and QUICK LINKS. Below the navigation is a breadcrumb trail with steps: Steps, About You, Property Info (which is selected and highlighted in blue), iQuote, Additional Info, Coverage, and Purchase. To the right of the breadcrumb trail are two security seals: McAfee SECURE (TESTED DAILY 11-JAN) and VeriSign Secured. On the right side of the page, there's a "Need help?" section featuring a "Click to TALK TO AN AGENT" button with an image of a customer service representative. At the bottom of the form, there are "Go Back" and "Continue" buttons. Copyright information and links for Underwriting Companies, Important Notice, Internet Privacy Policy are at the very bottom.

# Design patterns

## Gallery

- utilizador precisa navegar por uma coleção de imagens e vídeos de alta qualidade

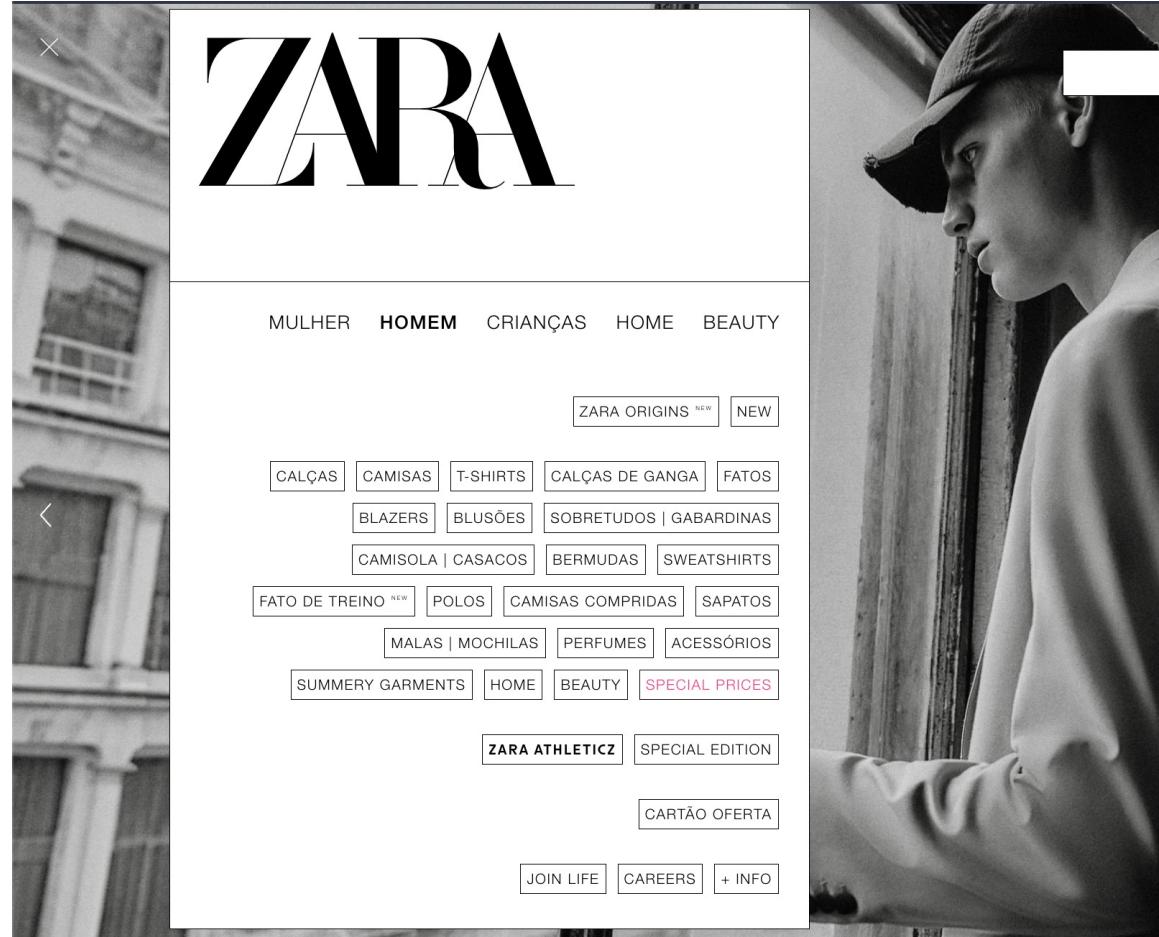


Exercício

# Design Patterns

- Usando as 3 plataformas, escolhidas anteriormente, faz um inventário de design patterns reconhecíveis
- Tira screenshot dos padrões
- Agrupa-os, por ordem, num ficheiro Google Slides e partilha o link no Slack

Dropdown menu



Envio gratuito a partir de 30 € - Devoluções durante 30 dias

Mulher Homem Teen Criança Criança Home

**Menina**  
De 5 a 14 anos

**Menino →**  
De 5 a 14 anos

**Bebé menina**  
De 9 meses a 6 anos

**Bebé menino**  
De 9 meses a 6 anos

**Recém-nascidos**  
De 0 a 24 meses

**New Now**

**Roupa →**

Sapatos e acessórios

**Promoção**

Coleções

Tendências

**ROUPA**

Sobretudo e casacos  
Camisolas e cardigans  
Sweatshirts  
T-shirts  
Camisas  
Jeans  
Calças  
Joggers  
Calções  
Pijamas  
Roupa interior e meias

**MANGO**

Pesquisar Aceder Preferidos Cesta

A young boy is sitting on a bed, smiling at the camera. He is wearing a grey sweatshirt with "TIGNES-FRANCE" and a graphic of a snowboarder, along with dark trousers.

X MULHER HOMEM

NOVO

LIMITED EDITION NEW

STUDIO

SOBRETUDOS

CASACOS

PARKAS E GABARDINAS

BLUSÃO DE PELE

CAMISAS COMPRIDAS

CAMISAS

CAMISOLAS

CARDIGANS

100% CAXEMIRA

CALÇAS

JEANS

POLOS

T-SHIRTS

FATOS

## Bibliografia

- <https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/use-cases.html>
- <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>
- <https://www.nngroup.com/articles/storyboards-visualize-ideas/>
- <https://www.hotjar.com/design-thinking/problem-statement-examples/>
- <https://methods.18f.gov/decide/design-hypothesis/>
- <https://www.interaction-design.org/literature/topics/brainstorming>
- <https://www.interaction-design.org/literature/topics/minimum-viable-product>
- <https://www.nngroup.com/articles/usability-testing-101/>
- <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ui-design>

## Links úteis

- <https://ui-patterns.com/patterns>
- <https://miro.com/>