**SEMANA 5**

## BRAINSTORM DE IDEIAS DE DESIGN POR ESBOÇOS

**Aluno:** *Leonardo Cunha da Silva*

# Práticas recomendadas para perguntas “Como podemos”

Pensar em possíveis soluções para seus problemas de design é uma oportunidade para praticar a criatividade e se divertir! O exercício “Como podemos” é uma das práticas mais comuns do processo de idealização.

**“Como podemos” (do inglês “How might we”, HMW)** é uma atividade de design thinking usada para transformar problemas em oportunidades de design. A HMW faz sua criatividade fluir e incentiva você a pensar sobre o problema de diferentes perspectivas. Esse novo ponto de vista ajuda a pensar em várias soluções para o problema do usuário que você está tentando resolver. Durante um exercício de HMW, você cria uma lista de perguntas que começam com “Como podemos” para pensar em soluções.

## ****Elaborar perguntas “Como podemos” (HMW)****

Para criar boas perguntas “Como podemos”, você precisa de uma declaração de problema bem definida. Assim, é possível reformular essa declaração de problema para criar perguntas que ajudarão a desenvolver ideais para resolver o problema.

Considere o problema que Darren, um usuário, está enfrentando: Darren frequenta shows e quer organizar os ingressos porque precisa apresentá-los quando passar pelos seguranças.

Vamos rever as dicas úteis da escola de design da Universidade de Stanford que você aprendeu no vídeo. Elas ajudarão você a rever o problema de diferentes ângulos.



**Destaque os pontos positivos**

Pense em como usar os pontos positivos como soluções para o problema.

Como podemos tornar o controle dos ingressos uma competição divertida entre amigos?



**Explore o oposto**

Pense em como resolver o oposto do problema.

Como podemos criar uma maneira de perder ingressos?



**Altere um status quo**

Pense em como mudar completamente o processo.

Como podemos criar um ingresso de show que não seja de papel?



**Divida o ponto de vista em partes**

Isso é especialmente útil para problemas longos e complexos.

Como podemos evitar que o ingresso do cliente seja perdido? Como podemos ajudar a equipe de segurança a lidar com um ingresso perdido?



**Remova a parte negativa**

Pense em como remover completamente a parte negativa do problema.

Como podemos desenvolver uma maneira de entrar em um show sem precisar de um ingresso?



**Encontre o adjetivo**

Encontre qualquer adjetivo negativo e tente transformá-lo em positivo.

Como podemos tornar o processo de entrar em um show menos estressante para pessoas que têm ingressos?



**Questione uma suposição**

Remova ou altere todos os processos que você presume que precisem existir.

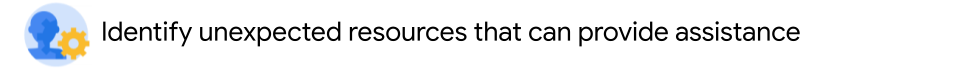
Como podemos remover o processo de controle de segurança para entrar em um show?



**Crie uma analogia usando a necessidade ou contexto estabelecido**

Pense em como comparar essa experiência de usuário com outra.

Como podemos tornar o processo de passar pelos seguranças mais parecido com um videogame?



**Identifique recursos inesperados que possam ajudar**

Pense em como o problema pode ser resolvido por um recurso que não é mencionado na declaração do problema.

Como um software de reconhecimento facial poderia ajudar a gerenciar a entrada em shows?

Se quiser mais inspiração, veja [a folha sobre perguntas “Como podemos”](https://static1.squarespace.com/static/57c6b79629687fde090a0fdd/t/589cc8b8d2b85721b37d3efe/1486670008488/HMW-Worksheet.pdf) da Universidade de Stanford.

## ****Práticas recomendas para pensar em perguntas “Como podemos” (HMW)****

Criar boas perguntas HMW requer um pouco de prática, mas você logo vai pegar o jeito! Para iniciar seu processo de idealização com o pé direito, aqui estão algumas práticas recomendadas:

* **Seja abrangente**. Uma boa pergunta HMW deve ter várias soluções. Por exemplo, uma das perguntas anteriores, Como podemos tornar o controle dos ingressos divertido e competitivo?, pode ser respondida de inúmeras maneiras.
* **Mas não abrangente demais**. As perguntas HMW precisam ser abrangentes, mas específicas o bastante para que as soluções sejam focadas. Um exemplo de pergunta HMW ampla demais é: Como podemos melhorar os ingressos? Essa pergunta HMW não fornece instruções claras o suficiente para pensar em soluções.
* **Faça vários rascunhos**. Tudo bem mudar as perguntas HMW depois de escrevê-las. Caso você descubra que a pergunta não ajuda a pensar em soluções úteis, mude!
* **Use a criatividade**. Perguntas HMW devem ser criativas e até mesmo divertidas. Use a lista de dicas de Stanford acima para pensar em maneiras novas e criativas de formular as perguntas.
* **Escreva quantas perguntas HMW você conseguir.** Quanto mais perguntas HMW você tiver, mais soluções pode criar. Se conseguir fazer mais de uma pergunta fora das estruturas que você aprendeu, vá em frente!

Agora, está tudo pronto para criar suas próprias perguntas HMW sobre o aplicativo que você vai projetar. Perguntas HMW são ótimas para começar a pensar em possíveis soluções durante a etapa de idealização do processo de design. Boa sorte e use a criatividade!

# Práticas recomendadas do Crazy Eights

Que tal colocar suas ideias no papel? Seus esboços são o ponto de partida para criar um novo produto. Neste texto, você aprenderá mais sobre o **Crazy Eights**, um exercício famoso de idealização de designs que ajuda a pensar em várias ideias em tempo recorde.

O exercício Crazy Eights é uma ótima maneira de fazer as ideias fluírem para qualquer problema de design que você precisa resolver. No Crazy Eights, você desenha oito designs diferentes, cada um com uma nova ideia para resolver o problema do usuário. A melhor parte? Leva só oito minutos! Aqui está um lembrete de como ele funciona:

* **Comece com uma folha de papel grande.** Dobre o papel ao meio, dobre ao meio novamente e ao meio mais uma vez. Quando desdobrar o papel, você terá oito quadrados para desenhar.
* **Pegue algo para desenhar.** Muitos designers preferem desenhar usando canetinhas, mas um lápis ou caneta também funcionará. Use qualquer material disponível que você já utiliza.
* **Marque oito minutos no cronômetro.** Você terá um minuto para esboçar cada ideia de design.
* **Deixe as ideias fluírem.** Desenhe toda e qualquer solução que vier à sua mente. Se você tiver mais de oito ideias, repita o exercício.



Assim, você terá oito soluções de design em potencial! Lembre que este exercício geralmente é feito em grupo. Cada pessoa desenha oito esboços por conta própria e, depois, o grupo se reúne para definir as ideias favoritas. Cada pessoa compartilha as duas ou três melhores ideias com o grupo, ou cada pessoa vê todos os esboços e vota nos favoritos. Geralmente, as melhores ideias escolhidas são transformadas em esboços mais detalhados**.**

## ****Práticas recomendadas****

Agora que você sabe como fazer um exercício “Crazy Eights”, veja algumas dicas para fazer sua criatividade fluir livremente enquanto você esboça.

* **Faça um exercício de aquecimento criativo.** Faça uma atividade em que você desenha a pessoa ao seu lado sem olhar para o papel ou peça para todos desenharem uma interpretação pessoal de uma palavra ou frase. Coloque a caneta no papel para entrar no clima de esboçar.
* **Certifique-se de que o problema está bem definido.** O exercício Crazy Eights deve ser feito com base em uma pergunta “Como podemos” ou uma declaração de problema por vez.
* **Não julgue suas ideias.** Idealizar é criar muitas ideias, não criar ideias perfeitas! Esboce toda e qualquer ideia que você tiver até que seu papel esteja cheio, não importa ele ficar uma loucura.
* **Não julgue as ideias de outras pessoas.** Mantenha a mente aberta quando outras pessoas estiverem apresentando os esboços.
* **Inclua um grupo diverso.** Como o exercício Crazy Eights geralmente é realizado em grupo, é melhor que ele inclua pessoas com diversas funções, experiências, habilidades, gêneros e histórias. Assim, a equipe terá uma ampla variedade de ideias para escolher.
* **Idealize em um ambiente confortável.** Faça este exercício em um local calmo e que incentive o pensamento criativo. É sempre bom sair do seu espaço de trabalho habitual para realizar exercícios criativos.
* **Não tenha medo de esboçar.** Você não precisa ser artista para ser designer de UX, e seus esboços do Crazy Eights não precisam ser perfeitos. Basta comunicar suas ideias claramente. Bonecos-palito funcionam bem!

## ****Benefícios do Crazy Eights****



O Crazy Eights é um exercício de idealização de design empolgante que **gera várias ideias em um período curto**. Se cinco pessoas fizerem o exercício ao mesmo tempo, você terá 40 possíveis soluções em apenas oito minutos. São muitas ideias!

O Crazy Eights também força você a **pensar fora da caixa** porque é necessário ter muitas ideias em pouco tempo, sem julgá-las. Isso significa que você terá muitas soluções únicas e inusitadas para considerar.

Este exercício deve ser divertido e rápido, então, aproveite. Deixe sua criatividade fluir sem julgamento e tenha ideias incríveis!

Para saber mais sobre como uma empresa chamada Switch usa o exercício Crazy Eights, consulte este artigo, [Crazy Concept Ideation with Crazy Eights](https://www.switchit.com/blog/design/crazy-concept-ideation-with-crazy-8s.aspx).

# Atividade: Idealizar o projeto da CoffeeHouse usando o Crazy Eights

### 1.

Pergunta 1



Nesta atividade opcional, você identificará lacunas e oportunidades descobertas durante a auditoria competitiva. Depois, você fará um exercício chamado Crazy Eights para chegar a soluções baseadas nessa lacuna ou oportunidade. Se você preferir pular esta atividade, fique à vontade para passar para o próximo item do curso. Esta tarefa não é necessária para concluir o curso ou o projeto da CoffeeHouse, mas é uma boa prática.

O exercício **Crazy Eights** permite comparar ideias, examinar diferentes soluções e reduzir a lista de opções possíveis antes de levar as melhores adiante. Para esta atividade, você precisará de:

* Uma folha de papel simples A4
* Algo para desenhar, como uma caneta ou lápis
* Um cronômetro



**Como conduzir o exercício Crazy Eights**

Você já deve ter identificado várias lacunas e oportunidades para o cenário da CoffeeHouse na atividade [Criar uma auditoria competitiva para o projeto da CoffeeHouse](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/quiz/FHm7k/atividade-crie-uma-auditoria-competitiva-para-o-projeto-da-coffeehouse). Qualquer uma das lacunas e oportunidades identificadas pode ser usada nesta atividade.

Se você ainda não completou a atividade de auditoria competitiva, temos um exemplo da CoffeeHouse que pode ser usado:

Para ver o exemplo completo para este item do curso, clique no link abaixo e selecione "Usar modelo".

Link para o exemplo: [**Auditoria competitiva da CoffeeHouse**](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OoIrE_H-rS7girFJpopQ0CBSuM98stuBFPNa-vMP5ls/template/preview#gid=2073884517)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do exemplo pelo anexo abaixo.

Para ver o exemplo completo para este item do curso, clique no link abaixo e selecione "Usar modelo".

Link para o exemplo: [**Relatório de auditoria competitiva da CoffeeHouse**](https://docs.google.com/document/d/1lExH--Wky12432L7lUCkd6M7JOCLU7QTrlUgrOafnCg/template/preview#heading=h.ro6simovwtk5)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do exemplo pelo anexo abaixo.

Para acessar o cenário de negócios da CoffeeHouse, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**Cenário de negócios da CoffeeHouse**](https://docs.google.com/document/d/1Ln-ycFqSyOeAKFhVAlKuBVjG6ER6GluJ2JwNwZVwvfU/template/preview)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do exemplo pelo anexo abaixo.

**Etapa 1: Reunir os materiais**

* Uma folha de papel simples A4
* Algo para desenhar, como uma caneta ou lápis
* Um cronômetro

**Etapa 2: Identificar uma lacuna ou oportunidade para abordar**

Leia a planilha e o relatório de auditoria competitiva para identificar uma lacuna ou oportunidade no modelo de negócios da CoffeeHouse. Anote no papel qual lacuna ou oportunidade você está abordando.

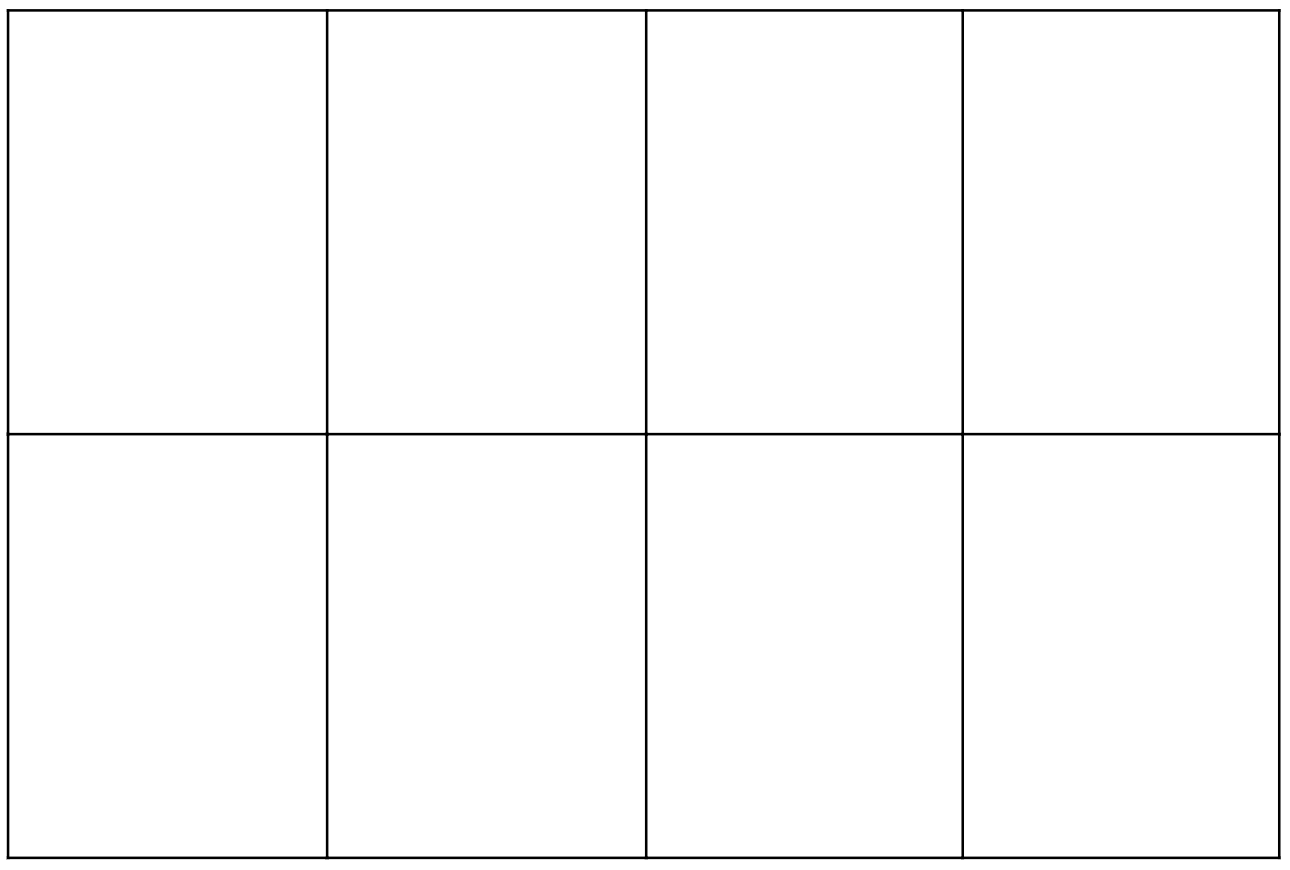
Um exemplo de lacuna pode ser: você está conduzindo uma auditoria competitiva da CoffeeHouse. Você nota que, na loja de um concorrente, os clientes usam um aplicativo para acessar vários serviços. Os clientes da CoffeeHouse costumam pedir na loja em vez de em dispositivos. A participação no programa de fidelidade da CoffeeHouse é baixa, o tempo de espera é longo e muitas pessoas saem assim que recebem o pedido. O problema que você identificou seria:

“O aplicativo da CoffeeHouse não está sendo aproveitado ao máximo. A CoffeeHouse não está usando o aplicativo de forma eficaz para fidelizar os clientes.”

Neste exercício, seu objetivo é pensar em possíveis soluções para a lacuna ou oportunidade identificada para a CoffeeHouse. Lembre-se disso durante as etapas a seguir.

**Etapa 3: Preparar o papel em branco**

Dobre o papel ao meio, dobre ao meio novamente e ao meio mais uma vez. Em seguida, desdobre o papel para ver os oito retângulos entre as dobras. Cada um dos oito espaços será para uma ideia diferente. Por isso o nome, Crazy Eights, “oito loucos”, em inglês. O papel deve ser dobrado nestas linhas:



**Etapa 4: Pegar algo para desenhar**

Muitos designers preferem canetinhas pretas ou canetas de ponta porque com elas é mais fácil desenhar linhas firmes. Também é possível usar um lápis para sombrear determinadas áreas.

**Etapa 5: Pegar o cronômetro**

Use um cronômetro físico ou o aplicativo de um dispositivo. O exercício Crazy Eights demora oito minutos: um minuto para cada ideia.

**Etapa 6: Realizar o exercício Crazy Eights**

Esboce oito ideias diferentes de soluções para a lacuna ou oportunidade identificada na etapa 2. Use um espaço por solução e pare de trabalhar em cada espaço após um minuto. Use o cronômetro para controlar o tempo e seguir o plano.

Lembre-se, não julgue suas ideias ainda! Nesta fase, o objetivo é pensar no maior número possível de soluções. Vale a pena registrar todas elas.

**Etapa 7: Descrever pelo menos três das ideias que você propôs**

Em outro pedaço de papel ou em um documento digital, escreva uma breve explicação sobre pelo menos três das soluções que você propôs. Isso serve para contextualizar melhor e apresentar as justificativas por trás das suas ideias, para que as partes interessadas entendam seu processo de pensamento. Escreva duas a três frases ou pontos sobre cada ideia.

Se esta etapa for feita em papel, tire uma foto do seu trabalho.

**Etapa 8: Tirar uma foto da sua atividade completa do Crazy Eights**

Você compartilhará o trabalho no próximo ponto de discussão.

**Etapa 9: Refletir sobre a conclusão desta atividade**

No exercício Crazy Eights, você:

* Identificou uma lacuna ou oportunidade com base na comparação e no relatório de auditoria competitiva da CoffeeHouse?
* Esboçou oito soluções para a lacuna ou oportunidade identificada?
* Passou um minuto ou menos desenhando cada em cada espaço do papel?
* Explicou pelo menos três das soluções que você propôs?
* Tirou fotos do seu trabalho?

# Exemplo de atividade: Idealizar o projeto da CoffeeHouse usando o Crazy Eights



## ****Aqui está um exemplo de desenhos do Crazy Eights para o aplicativo da CoffeeHouse.****

**1. Identifique seu cenário de problemas.** O aplicativo da CoffeeHouse não está sendo aproveitado ao máximo. Ele não tem servido para fidelizar clientes.

**2. Envie uma imagem do seu desenho do Crazy Eights abaixo**

**3. Descreva pelo menos três das ideias que você criou no exercício Crazy Eights.**

* Opções fáceis para fazer repetir pedidos pelo aplicativo. Armazenar os favoritos, clicar para fazer seu último pedido novamente ou abrir uma "guia" se você estiver no local usando o Wi-Fi da CoffeeHouse e quiser continuar fazendo o pedido sem passar pelo processo completo de finalização de compra todas as vezes.
* Programa Bean Bag Bonus para aumentar a fidelidade de clientes que compram sacos de café em grão ou moído.
* Opção para reservar um assento para incentivar mais clientes a ficar no local trabalhando ou socializando. Um pequeno subconjunto de mesas é disponibilizado para reserva de 2 horas todos os dias.



**Avaliação do exemplo**

Aqui está uma explicação de como o exercício Crazy Eights foi concluído.

**1. Identificar lacunas e oportunidades**

Foram identificadas lacunas e oportunidades com base na auditoria competitiva feita para a CoffeeHouse:

O aplicativo da CoffeeHouse não está sendo aproveitado ao máximo. A CoffeeHouse não está usando o aplicativo de forma eficaz para fidelizar os clientes.

**2. Realizar o exercício Crazy Eights**

Oito soluções foram traçadas para o problema. Depois disso, as três melhores ideias foram descritas.

# Tarefa avaliada por colega: Desafio semanal 5: Criar uma auditoria competitiva e um relatório para o projeto do portfólio

PrazoNov 12, 11:59 PM -03

**Pronto para a tarefa?**

Abaixo, você encontrará as instruções de envio.

1. [**Instruções**](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/peer/I3qsE/desafio-semanal-5-criar-uma-auditoria-competitiva-e-um-relatorio-para-o-projeto)
2. [**Meus envios**](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/peer/I3qsE/desafio-semanal-5-criar-uma-auditoria-competitiva-e-um-relatorio-para-o-projeto/submit)
3. [**Discussões**](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/peer/I3qsE/desafio-semanal-5-criar-uma-auditoria-competitiva-e-um-relatorio-para-o-projeto/discussions)

# **Introdução de atividades**

Nesta atividade, você criará uma auditoria competitiva e um relatório para o projeto que vem desenvolvendo ao longo do curso!

Esse projeto tem duas partes:

* **Parte 1:** Realizar uma auditoria competitiva
* **Parte 2:** Criar um relatório de auditoria competitiva

Além de concluir sua própria auditoria competitiva e elaborar um relatório, você também avaliará os itens enviados por dois colegas. Revisar a auditoria competitiva de outro aluno é uma excelente oportunidade para identificar o nível de detalhes e os elementos-chave necessários para as auditorias competitivas que você realizar no futuro.

## ****Parte 1: Realizar uma auditoria competitiva****

Como lembrete, uma auditoria competitiva é uma visão geral dos pontos fortes e fracos dos concorrentes.

**Uma auditoria competitiva eficaz deve:**

* Identificar os principais concorrentes do produto
* Analisar as ofertas de produtos dos concorrentes
* Examinar o que os concorrentes fazem bem e o que poderiam melhorar
* Considerar como os concorrentes se descrevem e se posicionam no mercado

**Uma auditoria competitiva eficaz pode ajudar a:**

* Informar seu processo de design
* Resolver problemas de usabilidade e acessibilidade
* Encontrar lacunas no mercado
* Apresentar evidências confiáveis sobre o funcionamento dos designs
* Economizar tempo, dinheiro e energia

## ****Parte 2: Criar um relatório de auditoria competitiva****

Os insights encontrados durante a análise de uma auditoria competitiva podem ser compilados e compartilhados com a equipe de design e partes interessadas. Esses insights podem ajudar a decidir qual será o foco dos seus designs.

Posteriormente, os insights da auditoria competitiva podem ser usados em um brainstorm de ideias como parte de um exercício “Como podemos” ou Crazy Eights.

## Review criteria

**menos**

## ****Parte 1: Auditoria competitiva****

A nota da auditoria competitiva que você fez será definida usando os seguintes critérios:

* **2 pontos:** a planilha da auditoria competitiva identifica de três a seis concorrentes, classificando-os como “diretos” e “indiretos”.
* **2 pontos:** a planilha da auditoria competitiva apresenta classificações claras para cada um dos recursos comparados.

## ****Parte 2: Relatório de auditoria competitiva****

A nota do relatório de auditoria competitiva que você fez será definida usando os seguintes critérios:

* **1 ponto:** o relatório de auditoria competitiva analisa as ofertas de produto dos concorrentes.
* **1 ponto:** o relatório de auditoria competitiva tem um objetivo claro listado no topo.
* **1 ponto:** o relatório de auditoria competitiva tem uma análise de tendências comuns entre os concorrentes.
* **1 ponto:** o relatório de auditoria competitiva comenta como os concorrentes se posicionam no mercado.
* **1 ponto:** o relatório de auditoria competitiva examina o que os concorrentes fazem bem e o que poderiam melhorar.

**1 ponto:** o relatório de auditoria competitiva considera como os concorrentes se descrevem.

## Step-By-Step Assignment Instructions

**menos**

Esta atividade tem duas partes: realizar uma auditoria competitiva e criar um relatório dessa auditoria competitiva. Abaixo você encontra instruções sobre como realizar cada parte da atividade.

## ****Parte 1: Realizar uma auditoria competitiva****

## ****Etapa 1: Acessar o modelo****

Para usar o modelo deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para modelo: [**modelo de comparação de auditoria competitiva**](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LVg_P5m-BkbHq_bc6_chsXOjpCgHicccRrvBwnau5y0/template/preview?resourcekey=0-JvbWRktWTVmeAPI2Mx2q9Q).

OU

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do modelo pelo anexo abaixo.

[Google UX Design Certificate - Competitive audit [Template]](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/XzCYQdr5QjywmEHa-SI8CQ_02fb0b532249470a864bc54e1134c4f1_Google-UX-Design-Certificate---Competitive-audit-Template-.xlsx?Expires=1697932800&Signature=E6IJgVUiuSSz2e1SLD30ioc6Uer-rnb82-WeT3xTnaT0UDOnGrcRhF0oEG7rSD~rLVCV-CGTiON6t3m7GcpTMCNhfFVm7TLJZEMCDpIVB5ytFR0sILY8JUEYSRhA-Y05Kp85x1-eaTJeZfxYFCIh30gwzZ9SLF8DtM5EKVm50TY_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

[XLSX File](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/XzCYQdr5QjywmEHa-SI8CQ_02fb0b532249470a864bc54e1134c4f1_Google-UX-Design-Certificate---Competitive-audit-Template-.xlsx?Expires=1697932800&Signature=E6IJgVUiuSSz2e1SLD30ioc6Uer-rnb82-WeT3xTnaT0UDOnGrcRhF0oEG7rSD~rLVCV-CGTiON6t3m7GcpTMCNhfFVm7TLJZEMCDpIVB5ytFR0sILY8JUEYSRhA-Y05Kp85x1-eaTJeZfxYFCIh30gwzZ9SLF8DtM5EKVm50TY_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

## ****Etapa 2: Definir os objetivos da auditoria competitiva****

Confirme se você definiu os objetivos da auditoria competitiva. Depois de escolher o(s) objetivo(s), escreva na célula da primeira linha, “Objetivo da auditoria competitiva”.

## ****Etapa 3: Adicionar concorrentes****

Sua lista deve conter análises de pelo menos três a cinco concorrentes. Pesquise produtos como o seu on-line para identificar concorrentes. Coloque os nomes deles nas células **[Inserir concorrente]** da coluna A, no lado esquerdo da tabela. Alguns concorrentes devem ser diretos e outros indiretos. Registre no modelo se o concorrente é direto ou indireto. Isso deve ser feito na célula à direita do nome do concorrente.

Lembrete:

* **Concorrentes diretos** têm ofertas semelhantes ao seu produto e focam no mesmo público. Essencialmente, vocês dois estão tentando resolver o mesmo problema.
* **Concorrentes indiretos** têm um conjunto semelhante de ofertas, mas se concentram em um público diferente ou têm um conjunto diferente de ofertas e se concentram no mesmo público.

Para ter uma visão melhor do cenário competitivo, inclua concorrentes diretos e indiretos na auditoria.

## ****Etapa 4: Adicionar informações do concorrente ao modelo****

Os nomes dos concorrentes são listados no lado esquerdo da planilha, na coluna A, e o tipo de concorrente (direto ou indireto) é identificado ao lado do nome do concorrente, na coluna B. Outras informações gerais, como localização, oferta de produtos, preço, site, tamanho da empresa, público-alvo e proposta de valor exclusiva estão listadas nas colunas C a I.

## ****Etapa 5: Adicionar os resultados da pesquisa ao modelo****

Analise o site e o aplicativo de cada concorrente e insira suas descobertas na planilha. Inclua detalhes como o que funciona bem, o que pode ser melhorado e se o concorrente atende às necessidades do público-alvo. Ao longo da investigação, avalie aspectos positivos e negativos de cada categoria, **Primeira impressão, Interação, Design visual** e **Conteúdo** para cada concorrente e registre suas descobertas nos campos fornecidos.

Os recursos comuns a serem comparados são pré-preenchidos na quarta linha da planilha, abaixo de cada categoria. É possível adicionar ou remover recursos com base no objetivo da sua auditoria competitiva.

Também recomendamos fazer capturas de tela e incluir um link para elas na planilha. Elas serão úteis para apresentar suas descobertas mais tarde.

## ****Etapa 6: Analisar as descobertas****

Depois que a planilha estiver cheia de anotações, tente identificar temas e tendências. Neste caso, um **tema** é uma ideia geral, como uma empresa que valoriza a colaboração ou acredita em disponibilizar o produto em muitos dispositivos. Uma **tendência** abrange como diferentes empresas colocam isso em prática, por exemplo, se expandiram o armazenamento em nuvem para uso colaborativo, se oferecem entrega dos produtos no mesmo dia, entre outras práticas. **Pergunte a si:** O que você e os concorrentes têm em comum? Seus concorrentes tem alguma abordagem em comum para um recurso específico?

Anote pelo menos dois a três temas e duas a três tendências.

## Partes 2 passo a passo

**menos**

## ****Parte 2: Criar um relatório de auditoria competitiva****

## ****Etapa 1: Resumir os resultados em um relatório****

Para usar o modelo deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para modelo: [**modelo de relatório de auditoria competitiva**](https://docs.google.com/document/u/3/d/1PR1TfbyJLiBaYDkDpuKY9IR6OeSMmwLGll0XhPxN0Q4/template/preview).

OU

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do modelo pelo anexo abaixo.

[Google UX Design Certificate - Competitive Audit Report [Template]](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/jAZ4eDkZQNmGeHg5GTDZwA_1d5c2cb43e7d40a6a81f4d9d7b05a4f1_Google-UX-Design-Certificate---Competitive-Audit-Report-Template-.docx?Expires=1697932800&Signature=Ui0OrU5LM1-Od9r72Ha3z7jjlg0Fh6FWQLwCL0fMlDFeQtadktS7cRCef~GUvUOWMVxTtidBRngb4R~8IhXjPgZgDYBkAw7nBEhIAtFEOW9JLaUkci7Y25~e6z1xRsLCooBVt1ST77wvdLUFN4ZfXkZFkWHRq583eGM-nn3sSZs_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

[DOCX File](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/jAZ4eDkZQNmGeHg5GTDZwA_1d5c2cb43e7d40a6a81f4d9d7b05a4f1_Google-UX-Design-Certificate---Competitive-Audit-Report-Template-.docx?Expires=1697932800&Signature=Ui0OrU5LM1-Od9r72Ha3z7jjlg0Fh6FWQLwCL0fMlDFeQtadktS7cRCef~GUvUOWMVxTtidBRngb4R~8IhXjPgZgDYBkAw7nBEhIAtFEOW9JLaUkci7Y25~e6z1xRsLCooBVt1ST77wvdLUFN4ZfXkZFkWHRq583eGM-nn3sSZs_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

Neste relatório, você vai:

* Identificar os principais concorrentes.
* Analisar as ofertas de produtos dos concorrentes.
* Entender como os concorrentes se posicionam no mercado.
* Examinar o que os concorrentes fazem bem e o que poderiam melhorar.
* Considerar como os concorrentes se descrevem.
* Examinar pontos fortes e fracos dos concorrentes.
* Encontrar lacunas nos produtos dos concorrentes.
* Identificar oportunidades para seu produto se destacar.

## ****Etapa 2: Enviar e revisar o trabalho dos colegas****

Quando tiver concluído a auditoria competitiva e o relatório, faça download deles no formato PDF e envie os arquivos pela guia “Meu envio”, na parte superior da página.

Depois de enviar o seu, analise o trabalho de dois dos seus colegas.

## Example Submissions

**menos**

## ****Exemplo de auditoria competitiva****

O cenário do exemplo inclui uma auditoria competitiva para uma empresa chamada Zia’s Pizza.

* Aqui está um exemplo usando o cenário de negócios da Zia’s Pizzaque temos seguido neste curso:

Para ver o cenário deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link do cenário: [cenário da Zia’s Pizza](https://docs.google.com/document/d/1B-Zw-68SAV3UKEsbygzsykU3-Mp1u2fWp0HawsLqwrU/template/preview).

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download do cenário diretamente pelo anexo abaixo.

[UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT3\_POR](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/NOpSlgbQT5KqUpYG0O-Sww_6480460b583c4c018ed713feb22ed3f1_UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT3_POR.docx?Expires=1697932800&Signature=gFEdr6HUZb0Md0djZx9ZkhbxHhpkwda6G4UTB9GmnQcGjaGSnPVZ7J3z-8~JPOAysD9zPH6Z2CGIfYsEnD548WPnczCGtf9v-lJC~Fnx-WBahnth2BgmixEu6Qqqy3O7IqougB6vhtiKRV87f-Mi6aMUAvKMrp4uda1PXlkkxdI_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

[DOCX File](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/NOpSlgbQT5KqUpYG0O-Sww_6480460b583c4c018ed713feb22ed3f1_UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT3_POR.docx?Expires=1697932800&Signature=gFEdr6HUZb0Md0djZx9ZkhbxHhpkwda6G4UTB9GmnQcGjaGSnPVZ7J3z-8~JPOAysD9zPH6Z2CGIfYsEnD548WPnczCGtf9v-lJC~Fnx-WBahnth2BgmixEu6Qqqy3O7IqougB6vhtiKRV87f-Mi6aMUAvKMrp4uda1PXlkkxdI_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

* Aqui é possível examinar a auditoria competitiva completa da Zia’s Pizza:

Para ver o cenário deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link do cenário: [auditoria competitiva da Zia’s Pizza](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1z2dDZrT8GtWU7kQD9RPZKgbZXxmlS-yXKkD-BHkrLaY/template/preview#gid=2069237634).

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download do cenário diretamente pelo anexo abaixo.

[UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT4\_POR](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/FPODUrwiSXWzg1K8Iil1jA_3be489095aa747eabc9516b2c338b1f1_UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT4_POR.xlsx?Expires=1697932800&Signature=OBau-e1dPJPhb5LORejjJ5oXiUcAZZqfFrrE2VZPsBsw~cExm5h1OxbHc5WlirGT80LhUCs-~-Xy-299Zcq5jX4J-MdCQwTVIX3DM1e6fqO5NPd~E0w7xa1qKmk9XMDvD8~W6Elqy-hylVVWvhKouEnak7XdYVQaN5h0cRVvN74_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

[XLSX File](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/FPODUrwiSXWzg1K8Iil1jA_3be489095aa747eabc9516b2c338b1f1_UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT4_POR.xlsx?Expires=1697932800&Signature=OBau-e1dPJPhb5LORejjJ5oXiUcAZZqfFrrE2VZPsBsw~cExm5h1OxbHc5WlirGT80LhUCs-~-Xy-299Zcq5jX4J-MdCQwTVIX3DM1e6fqO5NPd~E0w7xa1qKmk9XMDvD8~W6Elqy-hylVVWvhKouEnak7XdYVQaN5h0cRVvN74_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

* Aqui você encontrará o relatório de auditoria competitiva da Zia’s Pizza:

Para ver o cenário deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link do cenário: [relatório de auditoria competitiva da Zia’s Pizza](https://docs.google.com/document/d/1VXTTPij-dIncw09Ew8QX9VnO2iseIzZsToQcRTn0B84/template/preview)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download do cenário diretamente pelo anexo abaixo.

[UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT5\_POR](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/bHLo1yl9RSWy6NcpfSUlNw_f97e38615bd64000a74475493a3781f1_UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT5_POR.docx?Expires=1697932800&Signature=ZIxbnRqCvRlJoPwJu1UrFX8Ov8-FMUTy9PesQ5nvdIpnq7HOSq-HvDkkux1ts0DCOQMw3PSBY7T77HB8n9dS88ZO5Fxug1kmnlGmDhjHBUUx7vnci5krVLxZtlEEqzZmHl4q9zi6F~8MrlpZQ8Ylt7hny6d9NV1iwiQNB9KMojo_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

[DOCX File](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/bHLo1yl9RSWy6NcpfSUlNw_f97e38615bd64000a74475493a3781f1_UXC2M5L4PR1ATTACHEMNT5_POR.docx?Expires=1697932800&Signature=ZIxbnRqCvRlJoPwJu1UrFX8Ov8-FMUTy9PesQ5nvdIpnq7HOSq-HvDkkux1ts0DCOQMw3PSBY7T77HB8n9dS88ZO5Fxug1kmnlGmDhjHBUUx7vnci5krVLxZtlEEqzZmHl4q9zi6F~8MrlpZQ8Ylt7hny6d9NV1iwiQNB9KMojo_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

## ****Parte 1: Planilha de comparação da auditoria competitiva****

Veja como completamos as etapas da auditoria competitiva da Zia’s Pizza:

1. **Definir os objetivos da auditoria competitiva**

Para a Zia's Pizza, o objetivo da auditoria competitiva é comparar a experiência de fazer pedidos nos aplicativos de cada concorrente.

2. **Criar uma planilha com uma lista de concorrentes** Primeiro, foi feita uma pesquisa on-line do produto da empresa, pizza, para determinar quem são os concorrentes. Em seguida, os concorrentes foram adicionados à planilha do início da auditoria. Para este exemplo, foram criados dois concorrentes que poderiam ter sido encontrados durante uma pesquisa on-line para a Zia’s Pizza.

* **Pizza King**, uma rede de pizzarias um pouco mais barata que a Zia’s Pizza e com mais lojas. A Pizza King usa ingredientes de baixa qualidade, mas é famosa pelas “ofertas relâmpago” e serviço de entrega acima da média. A Pizza King é um concorrente direto da Zia’s Pizza.
* **Pesto Palace**, um restaurante italiano de baixo custo com um cardápio amplo, mas famoso pelo pão de alho. O Pesto Palace é um concorrente indireto da Zia’s Pizza.

3. **Adicionar informações do concorrente ao modelo** Na auditoria do exemplo, os concorrentes Pizza King e Pesto Palace foram listados na coluna A e as informações gerais sobre os concorrentes foram adicionadas nas colunas C a I.

4. **Adicionar os resultados da pesquisa ao modelo** A pesquisa começou com a visita ao site de cada concorrente. Em seguida, foram adicionados detalhes sobre cada categoria (Primeira impressão, Interação, Design visual e Conteúdo) nos campos fornecidos.

5. **Analisar as descobertas**

As descobertas foram analisadas para identificar tendências e temas, além de se preparar para preencher o relatório de auditoria competitiva.

## ****Parte 2: Relatório de auditoria competitiva****

O modelo de relatório de auditoria competitiva disponibilizado nas instruções foi usado para criar o relatório de auditoria competitiva da Zia’s Pizza. No relatório, foram abordados os seguintes pontos:

* Principais concorrentes da Zia's Pizza
* Oferta de produtos dos concorrentes da Zia's Pizza
* Como os concorrentes da Zia's Pizza se posicionam no mercado
* O que os concorrentes da Zia's Pizza fazem bem e o que poderiam melhorar
* Como os concorrentes da Zia's Pizza se descrevem
* Pontos fortes e fracos dos concorrentes da Zia's Pizza
* Lacunas nos produtos dos concorrentes da Zia’s Pizza
* Oportunidades para o produto da Zia's Pizza se destacar

Tenha em mente que este é um relatório muito simples, com apenas duas empresas concorrentes. Seu relatório pode ser mais longo e detalhado do que este exemplo.

## Examples of Good Feedback

**menos**

Depois de enviar sua planilha de comparação da auditoria competitiva e as respostas do relatório de auditoria competitiva, você revisará e dará feedback sobre o trabalho dos colegas. Abaixo há algumas orientações e exemplos de bons feedbacks para ajudar a deixar comentários construtivos para seus colegas.

Ao dar feedback, considere:

* Começar com um feedback positivo
* Manter um equilíbrio entre feedback positivo e negativo
* Ater-se a comentários com informações específicas, com foco em problemas e com base em observação

Exemplos de bons feedbacks:

* Seu relatório de auditoria competitiva está bem escrito! Você fez um ótimo trabalho encontrando uma mistura de concorrentes diretos e indiretos.
* Sua análise de tendências está ótima! Você notou o que os concorrentes têm em comum, mas talvez poderia adicionar uma ou duas coisas que eles têm de diferente.
* Você entendeu bem o escopo do projeto. No entanto, os recursos do relatório de auditoria competitiva não são específicos o suficiente para comparar as empresas.
* Seria bom voltar e reavaliar o objetivo da auditoria competitiva e pensar em novos recursos para comparar as empresas.