A

**Auditoria competitiva:** Uma visão geral dos pontos fortes e fracos de seus concorrentes.

C

**Caminho feliz:** Uma história de usuários com um final positivo

**Casos extremos:** O que acontece quando as coisas dão errado que fogem do controle do usuário

**Chamado à ação (CTA):** Um prompt visual que convoca o usuário para realizar uma ação, como clicar em um botão

**Ciclo de vida do desenvolvimento do produto:** O processo usado para levar um produto de uma ideia à realidade

**Ciclos de feedback:** O resultado que um usuário obtém ao final de um processo

**Concorrentes diretos:** Têm ofertas semelhantes ao seu produto e focam no mesmo público.

**Concorrentes indiretos:** Têm um conjunto semelhante de ofertas, mas se focam em um público diferente ou têm um conjunto diferente de ofertas e se concentram no mesmo público.

D

**Declaração de hipótese:** Nosso melhor palpite sobre o que pensamos poder ser a solução de um problema de design

**Declaração de problema:** Uma descrição clara da necessidade do usuário a ser abordada

E

**Efeito da posição em série:** Ao receber uma lista de itens, é mais provável que as pessoas se lembrem dos primeiros e dos últimos, enquanto os itens intermediários tendem a diluir-se.

**Efeito Von Restorff ou efeito de isolamento:**: Quando vários objetos semelhantes estão presentes, o que difere dos demais é o mais provavelmente será lembrado

**Empatia:** A capacidade de entender os sentimentos ou pensamentos de outra pessoa em dada situação

**Entrevistas:** Método de pesquisa usado para coletar informações detalhadas sobre opiniões, pensamentos, experiências e sentimentos das pessoas

**Estudo de usabilidade:** É uma técnica usada para avaliar um produto ao testá-lo nos usuários.

F

**Falácia do custo irrecuperável:** A ideia de que quanto mais adentramos em um projeto no qual investimos, mais difícil é mudar de rumo

**O fator humano:** Descreve a gama de variáveis humanas que afetam a maneira como as pessoas interagem com seus produtos

G

**Grupo de usuários:** É um conjunto de pessoas que apresentam interesses, metas ou preocupações semelhantes.

H

**História do usuário:** Uma história fictícia de uma frase contada do ponto de vista da personagem que inspira e informa as decisões do design

I

**Ideação:** O processo de gerar um amplo conjunto de ideias sobre um determinado tópico, sem tentar julgá-las ou avaliá-las

L

**Lei de Hick:** Quanto mais opções um usuário tiver, mais tempo levará para tomar uma decisão

M

**Mapa da empatia:** Gráfico fácil de entender que explica tudo que os designers descobriram sobre um tipo de usuário

**Modelos mentais:** Os mapas internos que permitem que humanos prevejam como algo funcionará.

P

**Personas:** usuários fictícios com objetivos e características que representam as necessidades de um amplo grupo de usuários

**Pesquisa de base:** Responde à pergunta: O que precisamos criar? Quais são os problemas do usuário? Como podemos resolvê-los?

**Pesquisa de design:** Responde à pergunta: Como criaremos isso?

**Pesquisa de pós-lançamento:** Responde à pergunta: Conseguimos?

**Pesquisa de UX:** É focada na compreensão dos comportamentos, necessidades e motivações dos usuários por meio de observação e feedback.

**Pesquisa primária:** Pesquisa realizada por você mesmo

**Pesquisa qualitativa:** Focar as observações no porquê e como as coisas acontecem

**Pesquisa quantitativa:** Focar em dados que podem ser coletados por contagem ou medição

**Pesquisa secundária:** A pesquisa secundária é aquela que usa informações que outra pessoa reuniu

**Pesquisas**: Uma atividade em que muitas pessoas respondem às mesmas perguntas para compreender o que a maioria pensa sobre um produto

**Pontos problemáticos:** Quaisquer problemas de UX que frustrem o usuário e impeçam que ele obtenha o que precisa.

**Os principais indicadores de desempenho (KPI) são** Medidas imprescindíveis do progresso em direção a uma meta final

V

**Viés de confirmação:** Ocorre quando se começa a procurar evidências para provar um pressuposto seu

**Viés de experiência recente:** Considerar mais facilmente a última coisa que ouviu

**Viés de falso consenso:** A suposição de que os outros pensarão da mesma maneira que você

**Viés de primazia:** Considerar o primeiro usuário mais do que os outros

**Viés:** O favorecimento ou preconceito contra algo com base em informações limitadas

**Vieses implícitos:** O conjunto de atitudes e estereótipos que associamos a pessoas sem perceber isso conscientemente