Agora precisamos entender a pesquisa e criar soluções

A síntese é um processo colaborativo de criação de insights, que leva a criar um resumo coerente de todos os dados reunidos durante a pesquisa de design

É recomendado ter post-its, adesivos redondos, canetas coloridas e uma parede

Affinity Mapping

Anote observações individuais em post-its na parede;

Agrupe itens semelhantes; Filtre os grupos e crie um titulo para esses grupos

Para garantis que seu mapeamento de afinidade seja um sucesso, codifique seus post-its com cores.

Aqui a coisa fica interessante: As cores podem ser por usuário ou por categoria.

Amarelo para observações, vermelhos para problemas encontrados, azul para o titulo do grupo/categoria.

Inclua apenas informações que você observou e que chamaram atenção; como uma frase que o usuário falou sobre o produto, ou um comportamento do usuário.

Não comece a pensar em soluções agora e não assuma que você sabe o que as pessoas precisam. Agrupe de acordo com tendências, mas não por possíveis soluções.

Discuta e reflita sobre a organização dos post-its. Traga outro designer, se possível para trocar ideias e perguntar o que ele vê. Quando você sintetiza sua pesquisa, é provável que encontre varias metas e, portanto várias personas.

Dot Voting

Votar nas features e grupos de similaridade.

Usar adesivos redondos:

Esse exercício é simples e rápido. Pode ser usado em varias etapas do processo, onde a decisão é feita em time.

Usando os adesivos redondos coloridos, cada um tem 6 adesivos verdes e 6 vermelhos.

Adesivos verdes para ideias positivas que podem ajudar os usuários e fáceis de serem solucionadas

Adesivos vermelhos para problemas que o usuário encontrou usando o produto; que podem atrasar o projeto; ou simples reclamações.

3 verdes na melhor observação, 2 na mais oumenos, 1 para ultima escolha. O mesmo serve para os adesivos vermelhos, porém em cima dos problemas.

Empathy Map

Mapa de empatia:

Mapa de empatia ajudará você a entender as necessidades reais dos seus usuários enquanto você desenvolve um entendimento mais profundo da pessoa para qual esta projetando

Um mapa de empatia consiste em quatro partes, refletindo quatro características-chave que o usuário apresentou durante o estagio de pesquisa

As quatro partes referem-se ao que o usuário disse, fez, pensou e sentiu. E colocar as metas e objetivos desse usuário.

O quadrante “DISSE” contem o que o usuário diz em voz alta em uma entrevista, ou algum outro estudo de usabilidade. Idealmente ele contem citações verbais e diretas da pesquisa.

O quadrante “PENSOU” capta o que o usuário está pensando em toda a experiência. Pergunte a si mesmo: o que ocupa os pensamentos do usuário? O que importa para o usuário?

O quadrante do “FAZ” envolve as ações que o usuário executa. A partir da pesquisa, o que o usuário faz fisicamente? Como o usuario faz isso?

O quadrante “SENTIMENTO” é o estado emocional do usuário, frequentemente representado como um adjetivo mais uma frase curta para o contexto. Pergunte a si mesmo: O que preocupa o usuário? Com que o usuário se empolga ou se frustra? Como o usuário se sente sobre a experiência?