O que é UX Research?

Pesquisa com usuários ou pesquisa em geral, é um termo muito abrangente em inglês que representa o processo de pesquisa

UCD

User Centered Design, ou design centrado ao usuário, é a forma que descrevemos quando o design tem envolvimento dos usuários no processo de criação do produto.

Best practices

Melhores praticas, termo usado para quando o design é baseado em praticas comuns ou princípios básicos para desenvolver um produto.

Heuristicas

Jakob Nielsen criou um guia de 10 heuristicas, essas servem como um guia para resolver problemas de usabilidade.

Jakob Nielsen

Um dos fundadores do grupo NN/g, considerao o pai da usabilidade, ele escreveu diversos livros e artigos sobre o comportamento humano e produto. Inventor de incontáveis métodos de usabilidade

Insights

Vamos tentar traduzir, são ideias ou conceitos. Que podem virar uma solução.

Objeções comuns à Pesquisa

É muito caro

Não é estatisticamente significativo

Eu não posso vender isso para um cliente

Vai levar muito tempo

Não podemos mostrar informações proprietárias

Preciso de usuários ou confio em heurísticas?

Melhores praticas, heurísticas e princípios de design são um ponto de partida para bom design, mas não podemos otimizar nossas metas sem um teste real com usuários

As revisões heurísticas geralmente revelam apenas 40% dos principais problemas de usabilidade(30% para problemas menores de usabilidade), Esses números vem de um estudo da NN/g.

Sendo assim, você precisa de UX Research, certo. Porem talvez você ainda tenha que vender os benefícios dessa abordagem para seus clientes e colegas.

Como?

Melhores produtos

Um processo que envolva usuários e negócios ao mesmo tempo criam resultados com proposito e com objetivos alcançáveis

Mais barato para resolver problemas

Ao envolver os usuários no processo de design, você aprende o que não funciona no inicio do projeto e não no final. Uma alteração a um wireframe ou protótipo é muitas vezes mais barata do que uma correção técnica quando o produto é lançado.

Menos risco

Um produto digital pode nunca ser verdadeiramente acabado, mas uma abordagem de User Centered Design resultará em produtos com menos risco de falha.

UX Research traz insights

Pesquisando você descobre oportunidades de diferenciar produtos e obter vantagens competitivas. As decisões de design, afinal devem ser baseadas em evidencias e não em opiniões. Evidencia do usuário que utiliza o produto.

Produtos fáceis de usar ganham mais dinheiro

Muitas vezes esta é a principal razão comercial por trás da adoção de uma abordagem centrada ao usuário. O processo UCD fornece o rigor que garante que os objetivos comerciais sejam atendidos e, ao mesmo tempo, proporcione a melhor experiência ao usuário – para que todos ganhem. Eles provaram que o produto é mais fácil, portanto vao suar mais o produto, não é como um produto em que tudo é difícil, imaginando um app que você baixou e que não conseguiu usar por exemplo

UCD leva o produto ao mercado mais rapidamente

Usuários ajudam a reduzir o tempo em que o produto é lançado, já que decisão interna e politica empresarial podem atrasar o projeto. Quando você atinge um ponto de vista conflitante que paralisa um projeto, o envolvimento dos usuários pode ser uma ótima maneira de ajudar a tomar decisões e fazer com que o projeto se mova novamente.

Facilidade de uso é um requisito comum do cliente]

Em pesquisa com usuários, frequentemente ouvimos clientes usando termos como usabilidade e até experiência do usuário ao descrever qualidades que eles buscam em produtos. Isso geralmente é o resultado de os produtos serem anunciados como fáceis de usar e como tal é um ponto de venda que os clientes procuram produtos e compram.

Vamos entender um pouco mais sobre pesquisa

Muitas pessoas definem UX como se fosse a facilidade do uso da tela que o usuário esta interagindo. Resumindo, toda pesquisa é na facilidade de finalizar jornadas na tela.

O que muitos esquecem é que pesquisa tem que abranger coisas muito maiores do que a própria tela.

Onde o usuário esta, se encontra, qual ambiente ele se encontra?

O que ele sente quando usa o produto? De prazer ou frustração

Qual conhecimento o usuário precisa para usar o produto?

O que o usuário esta pensando enquanto usa o produto?

Sentidos

O que a pessoa ve?

O que a pessoa pensa? Por que?

O que ela esta escutando? Por que?

O que ela esta sentindo? Por que?

O que ela esta fazendo? Por que?

O que você tem como tempo para usar o produto?

Como é suas relações com as outras pessoas, em casa e etc e ao mesmo tempo frustrando com o produto?

Onde você se encontra?

Behavioural

O método de pesquisa comportamental, tem como objetivo medir o que os usuários realmente fazem, fornecendo dados sobre como os usuários realmente interagem com o seu produto. Em resumo. “O que o usuário faz”

Attitudinal

Os métodos atitudinais reúnem informações sobre os pensamentos, sentimentos, necessidades, atitudes e motivações do usuário. EM resumo “O QUE O USUARIO DIZ”

Qualitative

Pesquisa qualitativa é principalmente pesquisa exploratória. É usado para entender as razoes, opiniões, motivações e tenta responder perguntas do PORQUE e COMO CONSERTAR UM PROBLEMA, tendências de pensamentos, opiniões e aprofundar no problema. Usam técnicas não estruturadas e semi estruturadas. Grupos focais, entrevistas individuais, pesquisa de observação, usuários pra cumprir cenários e testes. – 5 usuarios

Quantitative

A pesquisa quantitativa é usada para quantificar o problema por meio da geração de dados numéricos ou dados que podem ser transformados em estatísticas utilizáveis. Tenta mostrar o QUANTO em números das respostas. Dados mensuráveis para formular fatos e descobrir padrões na pesquisa. Os métodos são: Pesquisas online, em papel, de guerrilha e interceptadores de website