

Matriz de Alinhamento CSD

Dúvidas

O que anda não sabemos sobre o problema

Qual o nosso tema principal (nicho) dentro do tema de idosos geral?

Fazer um site com roupas que estão a venda ou catalogo de imagens?

Filtrar por coloração? Ou ira ficar maçante?

Como faremos o aplicativo chegar ate o público-alvo?

Certezas

O que já sabemos

Aplicativo para escolher e organizar os looks -Guarda roupa digital -Organização de looks por psicologia das cores e teoria das cores - Coloração pessoal

Colorimetria, psicologia das cores, etc

Site para idosos +65 anos. Colocar data de nascimento no cadastro

Não ter menus muito complexos, já aparecer vários quadrados grandes com os eventos possíveis (aniversario, casamento, passeio no parque, viagem, etc

Colocar categorias de filtros, ex: estilo mais jovem, estilo chique, estilo boho, mais conservador, orçamento

Suposições

O que achamos, mas não temos certezas

A partir de certa idade eles provavelmente não terão a intuição de passar o mouse em cima dos botões, ter menus complexos (submenus, etc)

Deve-se colocar o link das roupas, uma vez que não se sabe se eles conseguirão encontrar as roupas que desejam em outros sites apenas por meio das imagens

Mapa de Stakeholders



Pessoas Fundamentais

Principais envolvidos no problema e representam os potenciais usuários de uma possível solução.
Ex do Uber: motoristas e passageiros

Pessoas Importantes

Pessoas que ajudam ou dificultam o desenvolvimento e uso da solução e que devem ser consideradas
Ex do Uber: taxistas, gov. locais, loja AppStore

Pessoas Influenciadoras

Pessoas ou entidades que devem ser consultadas para avaliar aspectos relevantes no ciclo de vida da solução.
Ex do Uber: Reguladores setor de transporte, opinião pública

Entrevista Qualitativa

Pergunta Idosos gostam de roupas apenas confortáveis

Resposta

- Na realidade, o estilo é muito mais importante no quesito de roupas, logo, escolhem pela "beleza" da peça
- Já em calçados o conforto é importante mas o estilo também é considerado (as mulheres gostam de usar salto, mesmo que menores)

Pergunta Idosos tendem a se atualizar na moda por meio de revistas e vitrines de lojas

Resposta

- Realmente há um deficit de acompanhamento da moda pela internet, como por redes sociais, blogs, lojas virtuais.
- Embora não usem mais revistas e jornais, eles tendem a se atualizar na maioria das vezes por lojas físicas, em vitrines e catálogos de lojas.

Pergunta Idosos preferem algo acessível

Resposta

- A acessibilidade da plataforma a qual irão frequentar é importante para seu conforto e para incentivar a usa-la
- Não tem muitas coisas na tela e ser intuitivo é primordial para que os incentive a usar a plataforma, como por exemplo o uso de pesquisa por voz

Pergunta Preferem um ambiente acolhedor e atendimento atencioso

Resposta

- De fato idosos preferem um ambiente acolhedor e que estejam em sua zona de conforto, com atendentes atenciosos
- Mulheres tendem a comprar na hora que gostam de uma peça de roupa
- Homens tendem a pensar por mais dias antes de comprar uma roupa

Pergunta Idosos gostam de algo mais discreto e introvertido

Resposta

- Errado, a maioria gosta de ser percebido e de chamar atenção aos lugares que vão, principalmente se forem eventos formais como um casamento ou uma formatura
- Por conta da idade, muitos acham que eles devem ser mais discreto, e isso os incomoda.

Pergunta Idosos gostam de independência na hora da compra

Resposta

- De fato eles preferem uma independência na hora de realizar a compra, uma vez que devido ao avanço tecnológico eles dependem de seus filhos ou netos para comprar, o que os faz se sentirem incapaz
- Por isso, a importância de uma interface simplificada com um tutorial

Highlights de Pesquisa

Nome **Arlindo, Mirian, Rosa Maria**

Data **02/04/2023**

Local **Belo Horizonte**

O que os participantes falaram ou fizeram que surpreendeu, ou falas mais significativas.

- Eles preferem estilo do que conforto na decisão da compra.
- As duas mulheres usam saltos baixos com frequência.
- A maioria planeja o que vai usar nos finais de semana.

Aspectos que importaram mais para os participantes

- Gosto para roupas (o gosto estar de acordo com as roupas).
- Se sentir bem nas roupas escolhidas.
- Combinar com a personalidade deles.

Principais temas ou aprendizados que surgiram desta entrevista

- Conforto não é tudo para os idosos.
- Percebemos que mulheres idosas gostam de misturas de cores vivas e alegres com muitos acessórios, enquanto homens preferem estilos esportivos com cores básicas, como branco, preto e vermelho.
- O site pode ser de grande ajuda para eles, principalmente se partir da iniciativa deles mesmos.

Novos tópicos ou questões para explorar no futuro

- Duvida se eles terão a intuição de conseguir preencher o quiz de personalidade online no site, e, se não, como conseguiremos encaixar essa questão no site.
- Qual plataforma é mais interessante para divulgar o site (whatsapp por meio de grupos é uma boa ideia).

Brainstorming / Brainwriting

Brenda

Breno

Sophia

Pesquisa por voz

Guia intuitivo

Tipificação de personalidade para os filtros

Interface simplificada

Algoritmo que identifica os gostos do cliente

Adicionar coloração pessoal/teoria das cores

Separar por eventos/ocasiões

Barra de recomendados

Simular um chat de conversa com o usuário

Newsletter

Sistema de pesquisa rápida

Página de ajuda com tutoriais

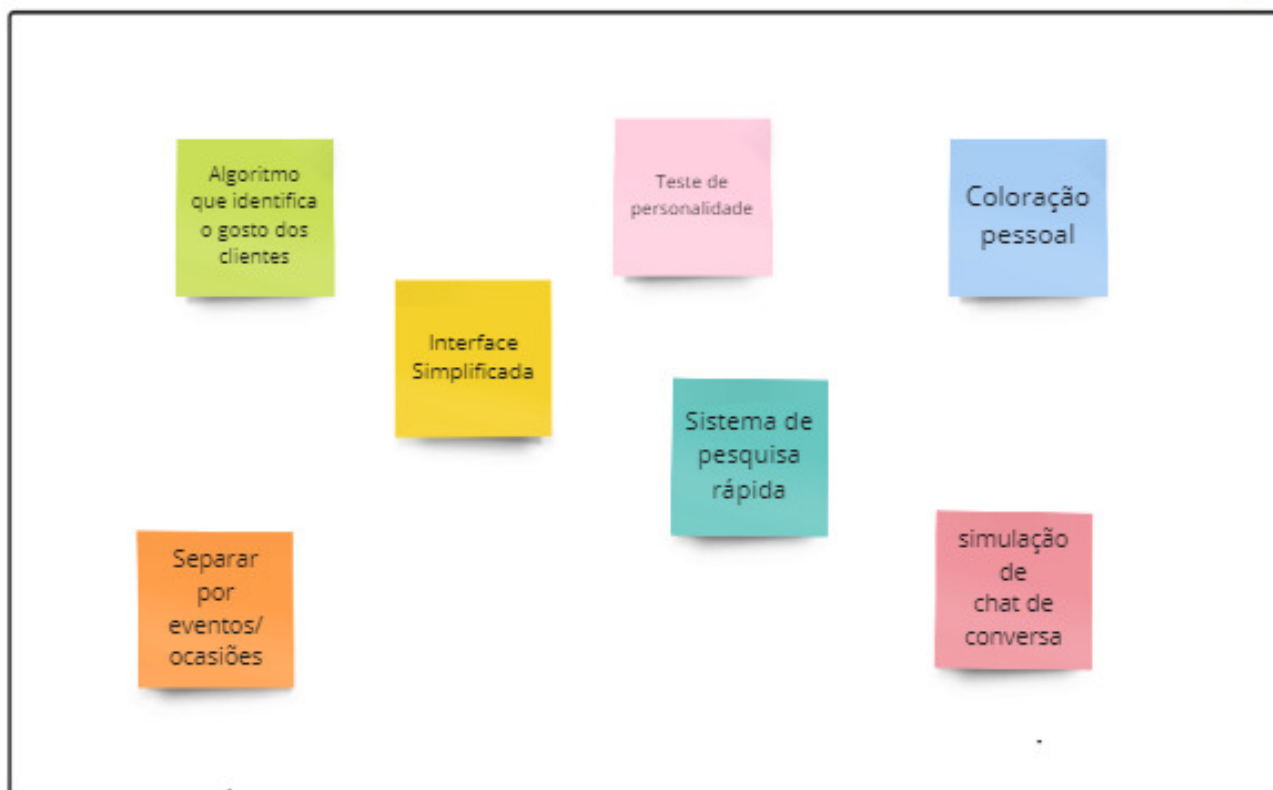
Recomendação por idade

Suporte direcionado

Interface com letras grandes

Mural de Possibilidades

MURAL DE POSSIBILIDADES



IDEIA 1

Algoritmo
que identifica
o gosto dos
clientes

Mecanismo que utiliza o
resultado das pesquisas dos
clientes para recomendar
itens semelhantes com seu
gosto.

IDEIA 2

Interface
Simplificada

Interface simplificada de
maneira que o usuário
tenha facilidade em achar
oque procura.

IDEIA 3

Teste
de
personalidade

Teste que identifica os
gostos da pessoas para
roupas, como roupas
mais coloridas, mais
conservadoras, etc.

IDEIA 4

Coloração
pessoal

Ferramenta adicional
dentro do teste para saber
quais cores se encaixam
melhor para o usuário.

IDEIA 5

Separar
por
eventos/
ocasiões

Interface que separa
as roupas por
eventos/ocasiões,
como casamentos,
formatura, festa, etc.

IDEIA 6

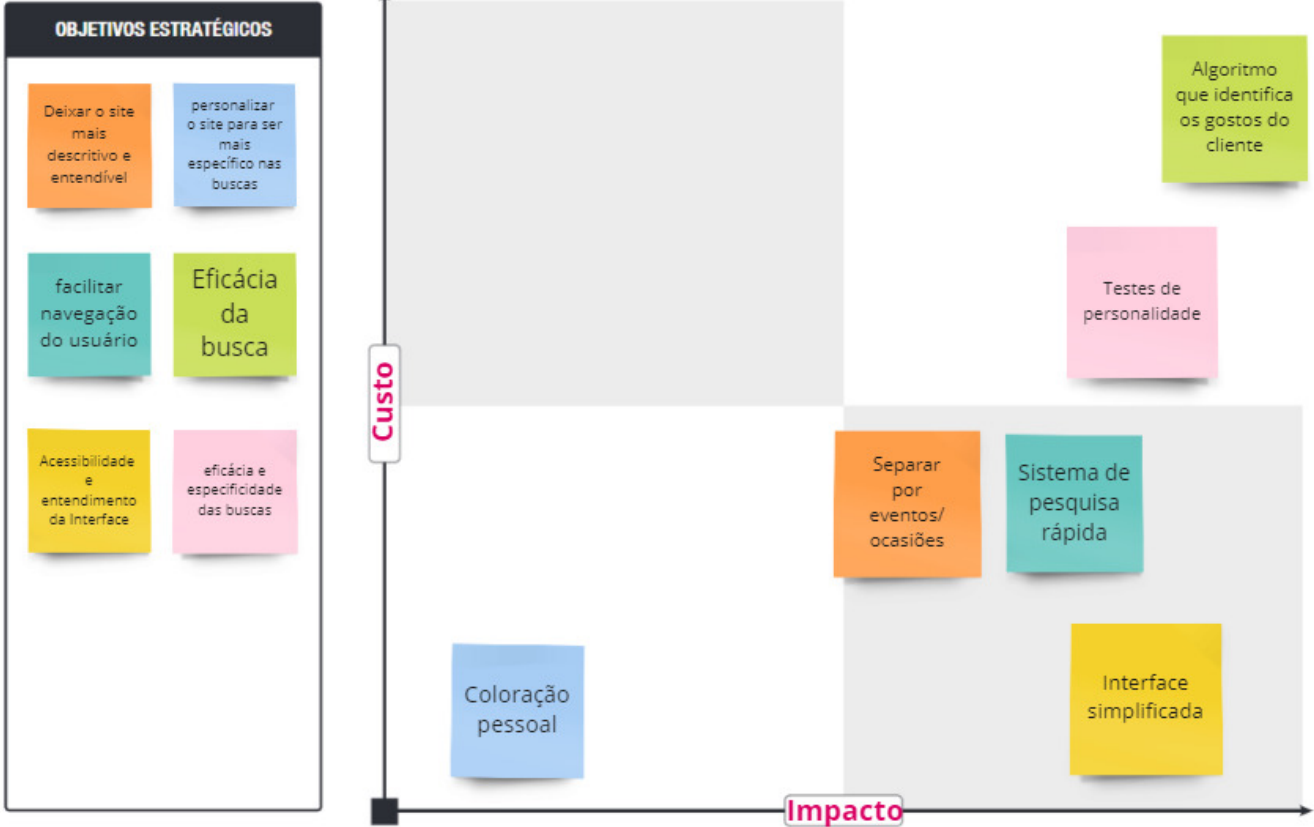
Sistema de
pesquisa
rápida

Filtro por cor, ocasião,
menor preço, maior
preço, mais vendido.

Priorização de Ideias

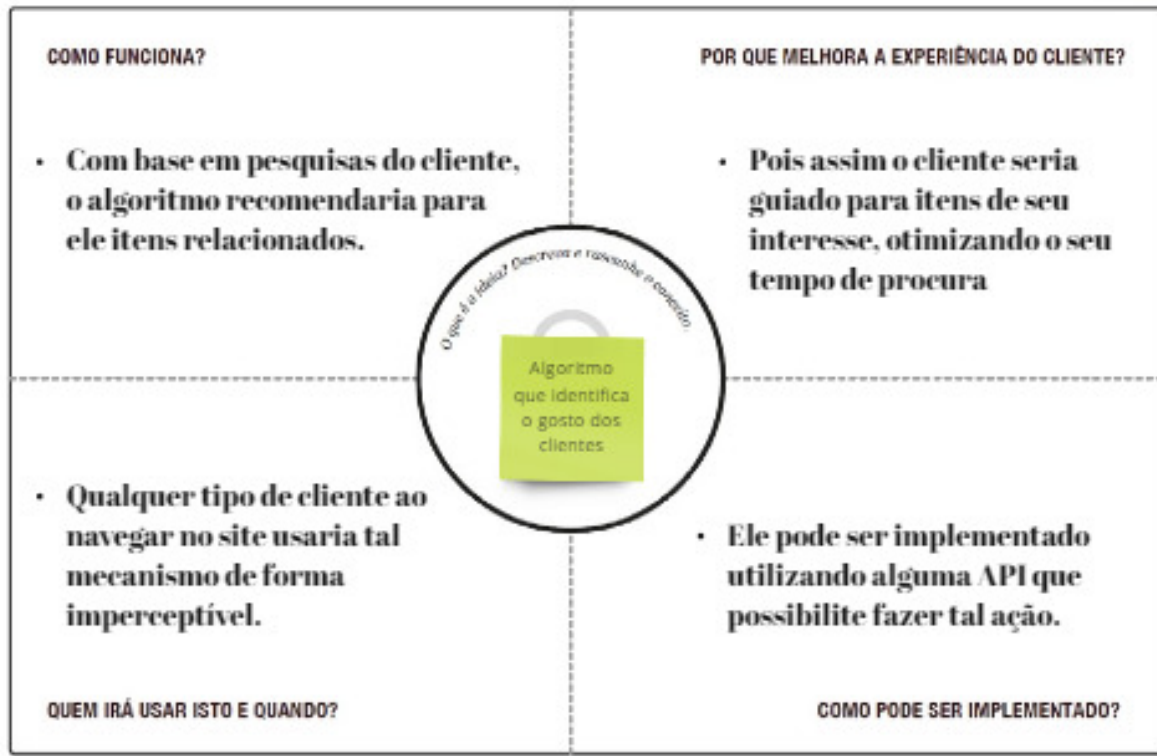


MAPA DE PRIORIZAÇÃO



Detalhamento das Ideias

MAPA CONCEITUAL



MAPA CONCEITUAL

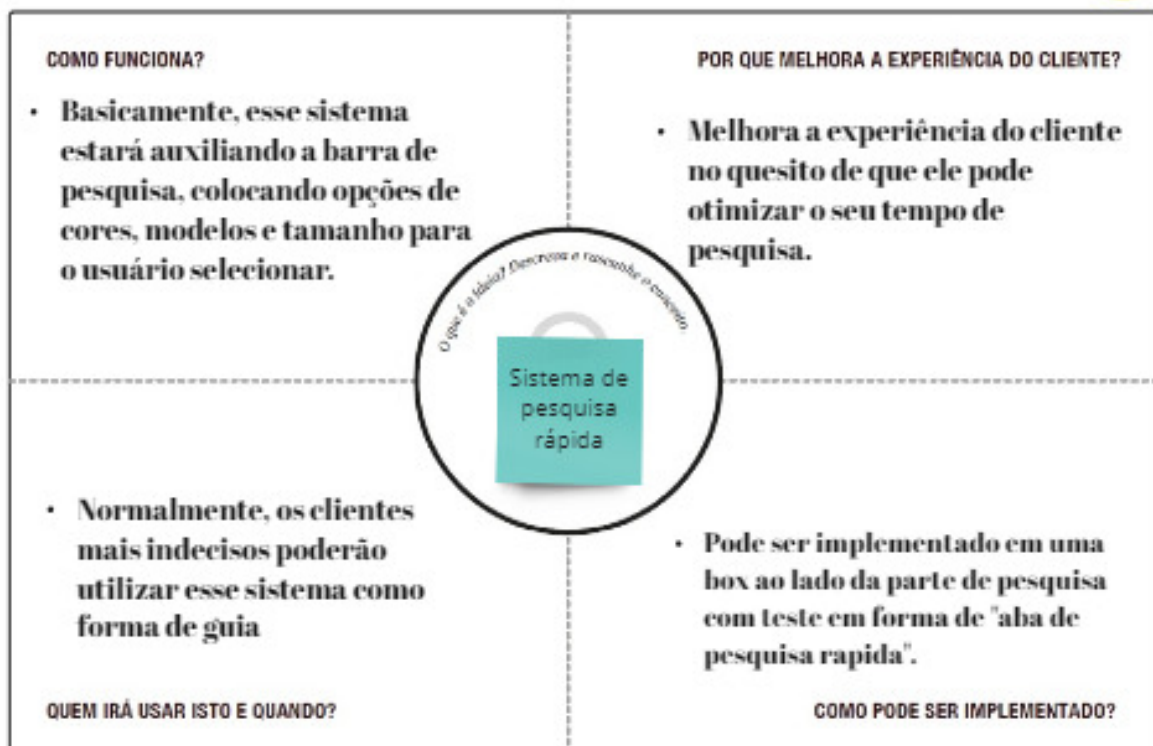


Detalhamento das Ideias

MAPA CONCEITUAL

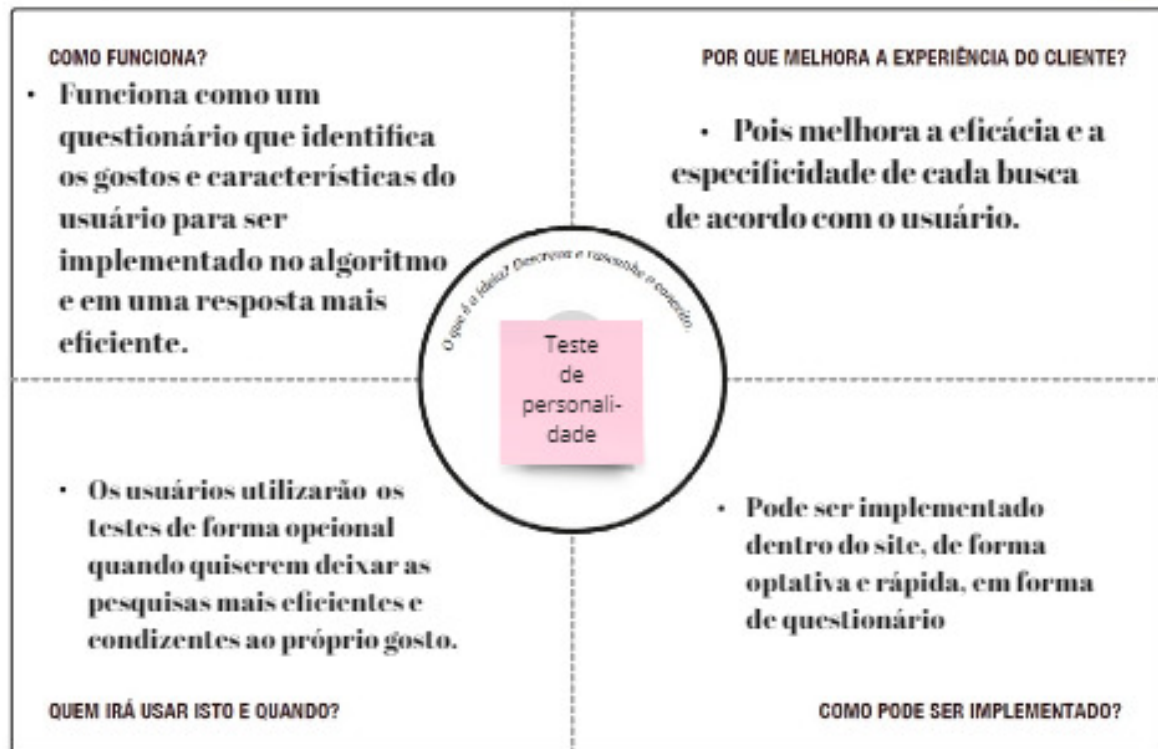


MAPA CONCEITUAL

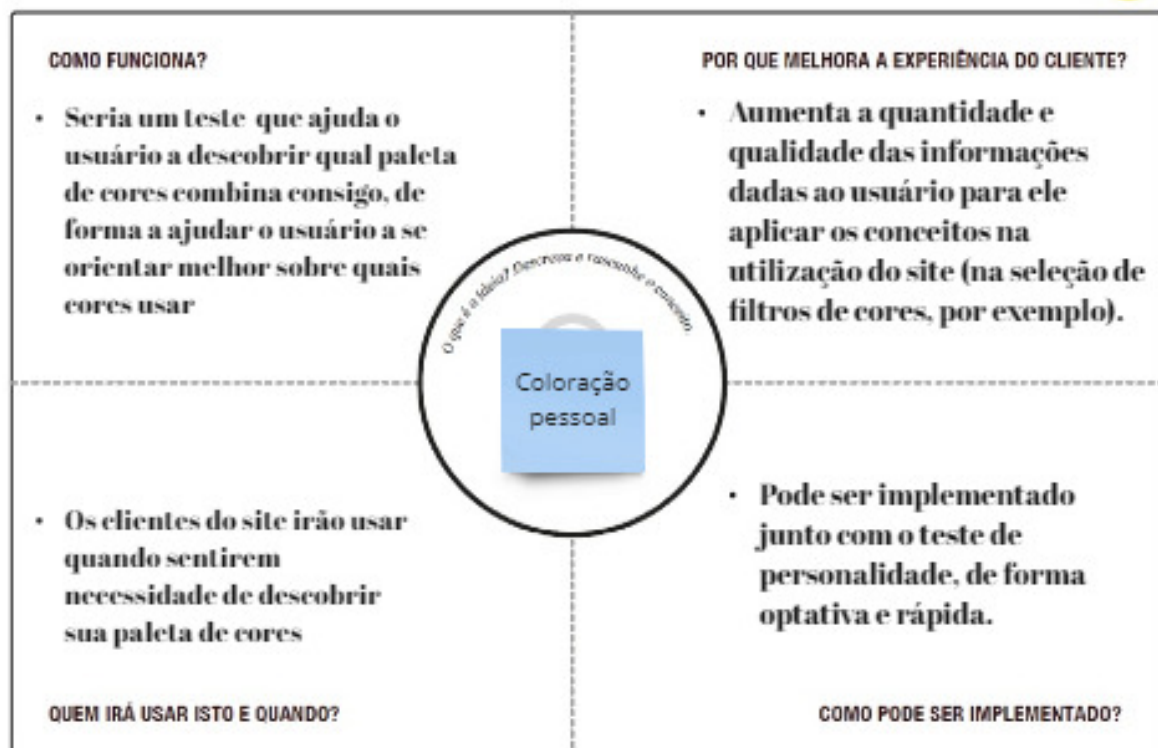


Detalhamento das Ideias

MAPA CONCEITUAL



MAPA CONCEITUAL



PERSONA



NOME **Antônio**

IDADE **69, M**

HOBBY **Assistir futebol**

TRABALHO **Aposentado**

PERSONALIDADE

- Gosta de esportes
- Extrovertido
- Gosta de conversar
- Gosta de passar tempo com os netos

SONHOS

- Navegar com mais facilidade pela internet
- Ir a uma final da copa do mundo
- Ir a formatura dos netos
- Renovar os votos do casamento com sua esposa

OBJETOS E LUGARES

Quais objetos físicos e digitais essa pessoa usa? Quando, onde e como ela os usa?

Radio: Usa ao acordar para ouvir jogos de futebol e as notícias atuais

Smartphone: Usa no decorrer do dia, como forma de entretenimento e para fazer compras com ajuda dos netos

Televisão: Notícias e entretenimento



OBJETIVOS CHAVE

Quais são os objetivos chave da pessoa durante a utilização do serviço? Por que eles precisam deste serviço?

Antônio tem o objetivo de comprar roupas esportivas e casuais de forma fácil e intuitiva. Ele precisa deste serviço para ter um catálogo de roupas de seu gosto na palma de sua mão.

Um comportamento mais animado e muita conversa faz com que Antônio se sinta acolhido.

COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Como devemos tratá-la para que ela se sinta bem?

Quais os tipos de comportamento que deixam essa pessoa feliz?

MAPA DE EMPATIA



Cliente:

Antonio

Ter algo para vestir

Solidão

Independência

- Os seus amigos reclamam da tecnologia atual.
- Seus amigos têm medo da segurança na internet

- Ele normalmente está em um bar.
- Gosta de sair para ver partidas de futebol com os amigos.
- O mercado lhe oferece meios ineficazes de fazer compras.

Jeito mais "despojado"

Comportamento "descolado"

DORES

Insights sobre problemas que impedem, frustram, irritam

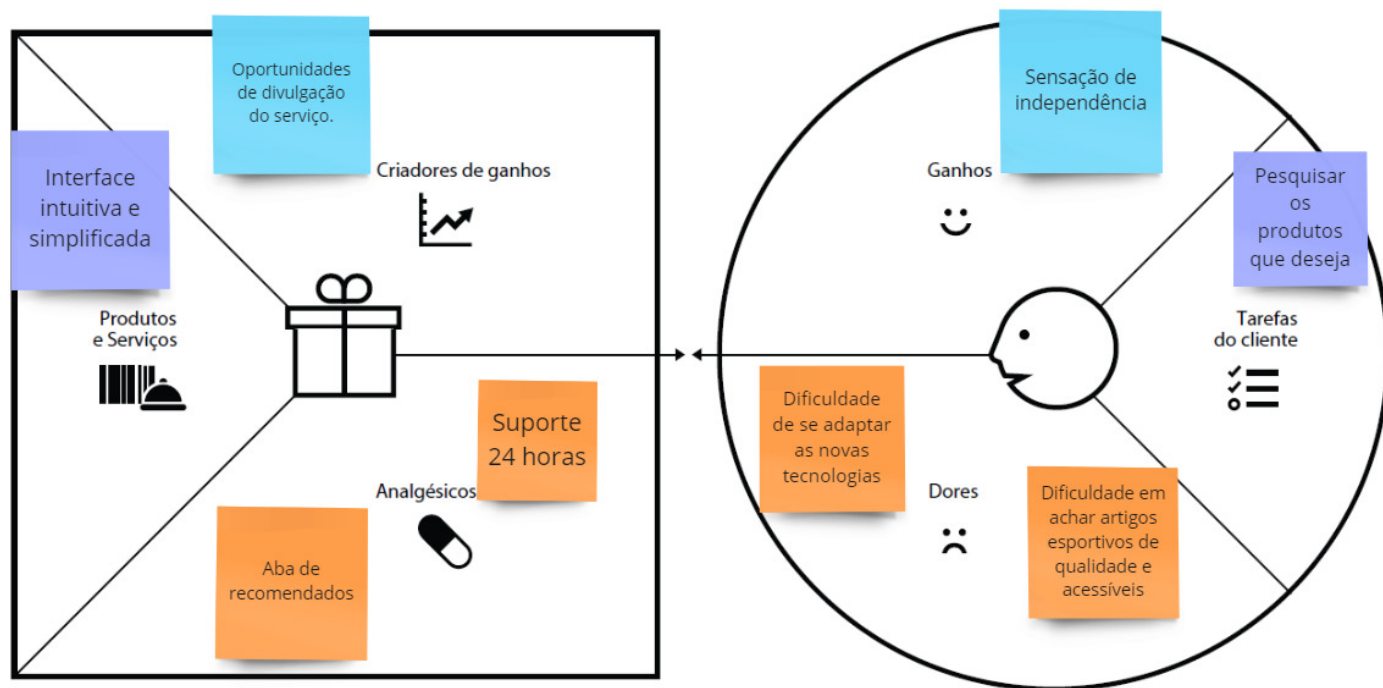
- Sensação de incapacidade.
- Dificuldade de se adaptar a novas tecnologias.

GANHOS

Insights, benefícios, oportunidades que enriquecem sua experiência

- Vontade de se vestir melhor.
- Necessidade de ter um facilitador na hora de escolher as suas roupas.

PROPOSTA DE VALOR



PERSONA



NOME Esmeralda

IDADE 78, F

HOBBY Ver filmes de comedia

TRABALHO Aposentada

PERSONALIDADE

- Personalidade forte
- Fala o que pensa
- Teimosa
- Gosta de cores

SONHOS

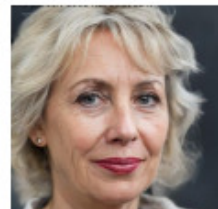
- Manter a família estável, com os netos felizes
- Quer ser bem vista por todos
- Reestabelecer sua autoestima

OBJETOS E LUGARES

Quais objetos físicos e digitais essa pessoa usa? Quando, onde e como ela os usa?

Celular: para redes sociais, socializar com familiares, ver vídeos de receitas, usa em casa, usa de forma limitada

TV: quando quer entretenimento, para ver novelas e notícias, usa em casa



OBJETIVOS CHAVE

Quais são os objetivos chave da pessoa durante a utilização do serviço? Por que eles precisam deste serviço?

- Ela está perdida na questão moda x idade, porque não tem mais orientação de moda atual, mas quer se sentir bonita e extravagante
- O site a ajudaria na tomada de decisões e na reinserção de Esmeralda na moda atual

- Trata-la com atenção e respeito
- Conversas casuais e leves que remetem a "fofocas"
- Uso de pronome de tratamento como "senhora"

COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Como devemos tratá-la para que ela se sinta bem?

Quais os tipos de comportamento que deixam essa pessoa feliz?

MAPA DE EMPATIA



Cliente:

Esmeralda

- Para Esmeralda, o que realmente importa é ter um visual exuberante.
- Esmeralda se preocupa em não estar de acordo com a moda atual.
- Esmeralda tem medo de envelhecer, pois, isso a torna mais limitada.

- Seus amigos dizem que moda é coisa de gente jovem.
- As pessoas ao redor de Esmeralda dizem que ela é muito exagerada em questão de beleza.

- O mercado oferece uma baixa assistência em relação a os idosos mais vaidosos.
- O ambiente que Esmeralda vive é propenso a fortalecer a sua personalidade forte, pois ela quer manter a sua família estável e ser bem vista por todos.

- Esmeralda gosta de utilizar um visual bem extravagante, com cores fortes.
- Em frente aos outros, Esmeralda é um tanto quanto teimosa, pois ela sempre gostou de ser a "líder" e de falar o que pensa.

DORES

ansiedade, problemas com correntes, pedregalho, cantadas

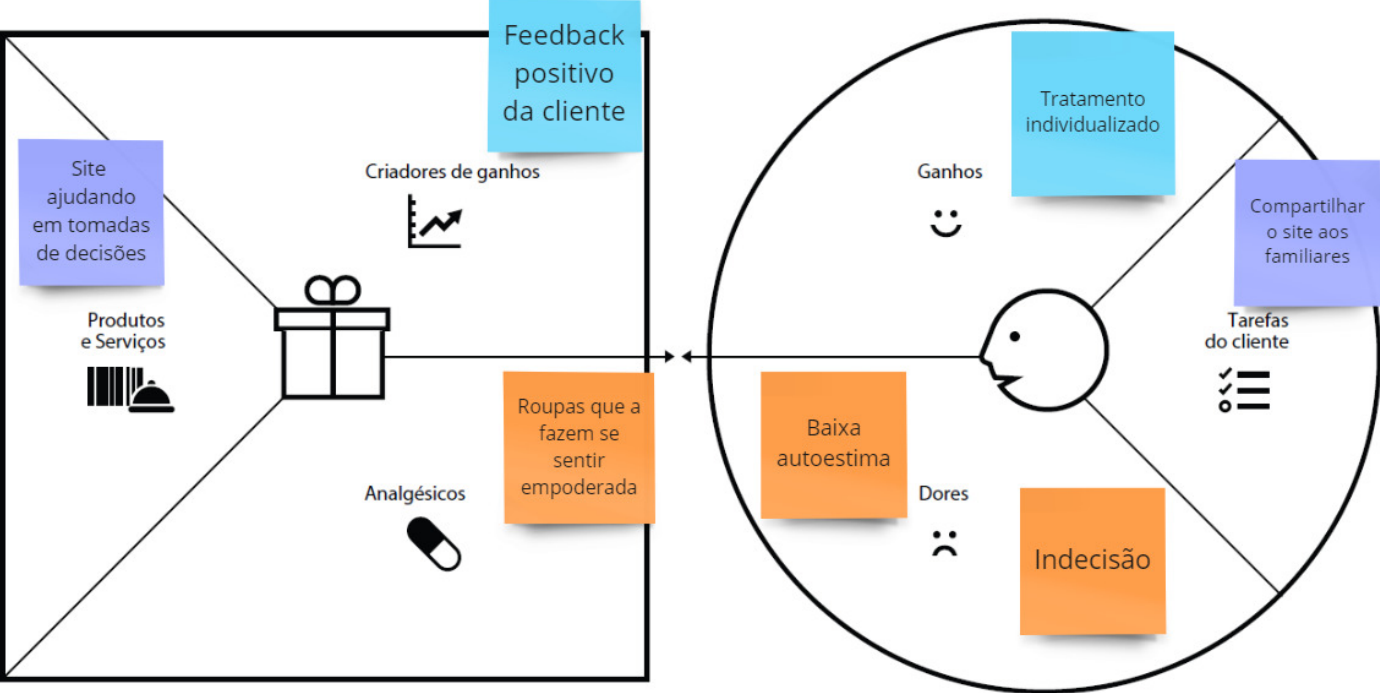
- Baixa autoestima.
- Problema de não conseguir encaixar o seu estilo com a sua idade.

GANHOS

despido, benefícios, oportunidades que ampliam a experiência

- Ser bem vista por todos.
- Ajuda na tomada de decisões.

PROPOSTA DE VALOR



PERSONA



NOME Viviane

IDADE 63, F

HOBBY Hidroginástica

TRABALHO Oftamologista

PERSONALIDADE

- Apreciadora da família patriarcal.
- Gosta de gatos.
- Apaixonada por viagens.
- Nacionalista

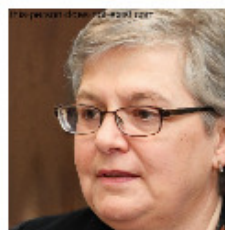
SONHOS

- Andar de jetski em Madagascar.
- Viajar com os seus netos para a Disney.
- Ter uma roupa de cada cor.

OBJETOS E LUGARES

Quais objetos físicos e digitais essa pessoa usa? Quando, onde e como ela os usa?

- Viviane utiliza o seu smartphone diariamente para ver as notícias sobre o mundo da moda.
- Viviane geralmente assiste documentários em sua televisão.
- Viviane gosta muito de ler a Bíblia Sagrada.



OBJETIVOS CHAVE

Quais são os objetivos chave da pessoa durante a utilização do serviço? Por que eles precisam deste serviço?

O objetivo chave de Viviane na utilização desse serviço é ter uma variedade imensa de roupas que trabalhem o visual de forma harmônica com as roupas que ela já tem.

Devemos tratar Viviane com respeito e formalidade, pois, ela é uma mulher de valores

COMO DEVEMOS TRATÁ-LA

Como devemos tratá-la para que ela se sinta bem?

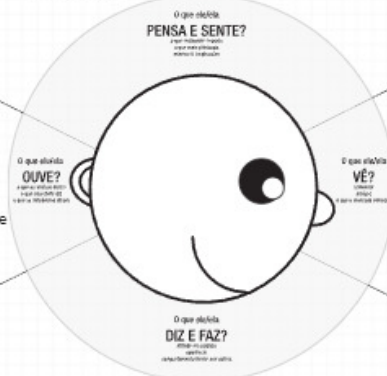
Quais os tipos de comportamento que deixam essa pessoa feliz?

MAPA DE EMPATIA



Cliente:
Viviane

- Para Viviane, é de suma importância representar com orgulho a nação.
- O que preocupa Viviane são as novas tendências da moda, que quebram os padrões dos quais ela é acostumada.



- Os seus amigos têm o mesmo estilo dela e sonham por uma solução para o problema dela, pois é a mesma dor deles.
- Os seus sobrinhos e netos têm receio de Viviane, por conta de seu nacionalismo exacerbado.

- Seus amigos curtem ir em museus e a utilizar camisas da seleção brasileira de futebol.
- O mercado oferece uma variedade imensa de roupas, porém, não é fácil para Viviane ter acesso a elas.

- Em público, é comum Viviane utilizar algum acessório remetente as cores da bandeira do Brasil.
- Viviane gosta de utilizar roupas das mais variadas cores.
- Em frente aos outros, Viviane é silenciosa, falando apenas o necessário, ela gosta de ser tratada com respeito e formalidade.

DORES

experiências, problemas que enfrenta, frustrações, dificuldades

- Variedade de roupas insuficiente.
- Falta de formalidade por parte dos vendedores atuais.
- Carência de estabelecimentos ou sites que a ajudem de maneira simplificada a realizar seus desejos.

GANHOS

desijos, benefícios, experiências que ampliam ou repetem

- Ter visuais para "enfrentar" qualquer tipo de ocasião.
- Sensação de pertencimento

PROPOSTA DE VALOR

