

# Ui x UX - Design centrado no usuário

## Aula 3

Eng. Computação  
Ergonomia de Interfaces  
Prof.: Carlos Hairon

# Personas

- ▶ Pessoas virtuais que vão representar seu público-alvo de maneira concreta e próxima da realidade.
- ▶ Além disso, ele é vivo, pode evoluir e durar vários anos.

## Isobel

MATERIALISTIC, GENEROUS,  
SPONTANEOUS, IMPULSIVE

IMPULSE SHOPPER

GOAL Getting a good deal on everything

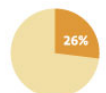
“ I really like shopping and bargain hunting. I'm guilty of buying things I don't need because they're cheap.

FRUSTRATION Deal blindness

“ I like shopping in-store to find a bargain. I often get lost working out the best deals online.

SATISFACTION The thrill of a bargain

“ I love shopping, even if it's not for me. I've got two cupboards full of gifts to give.



PERCENTAGE OF  
CUSTOMER BASE



WEEKLY ONLINE  
SPEND



ANNUAL HOUSEHOLD  
INCOME

Isobel is 36 and lives with her partner and 6 month old child in the suburbs of Newcastle. She works as a shop assistant.

HER FAVOURITE BRANDS



## Julia

RESERVED, CAUTIOUS,  
PLANNED, WARY

CAREFULLY CONSIDERED SHOPPER

GOAL Being careful with the monthly budget

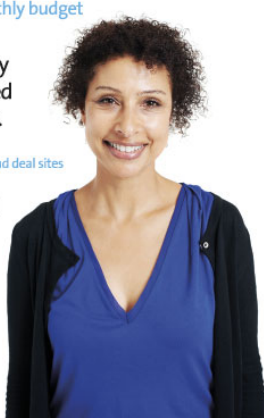
“ It's my responsibility to make sure everyone in my family has what they need and our money stretches.

FRUSTRATION A lack of trust in voucher and deal sites

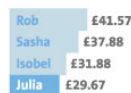
“ I don't really trust deal sites. I worry that the quality of what I buy will be compromised.

SATISFACTION Having money left over at the end of the month

“ When I have money left over from the monthly budget I love putting some away for savings and gifts.



PERCENTAGE OF  
CUSTOMER BASE



WEEKLY ONLINE  
SPEND



ANNUAL HOUSEHOLD  
INCOME

Julia is 47. She's married with three children and lives in the suburbs of Leamington Spar, where she works as a nurse at the local maternity hospital.

HER FAVOURITE BRANDS



## Rob

TIME-POOR, SAFE,  
IMPATIENT, HABITUAL

COMFORTABLE CLASSIC SHOPPER

GOAL Shopping quickly at trusted brands

“ Saving money is too much hassle. I don't have time to hunt around for deals.

FRUSTRATION Too many irrelevant offers

“ I don't browse. I find what I want and buy it. No point worrying about a few quid here and there.

SATISFACTION Shopping and saving quickly - on a needs-must basis

“ I bought shoes online and 10% was taken off automatically. No hunting for the discount.



PERCENTAGE OF  
CUSTOMER BASE



WEEKLY ONLINE  
SPEND



ANNUAL HOUSEHOLD  
INCOME

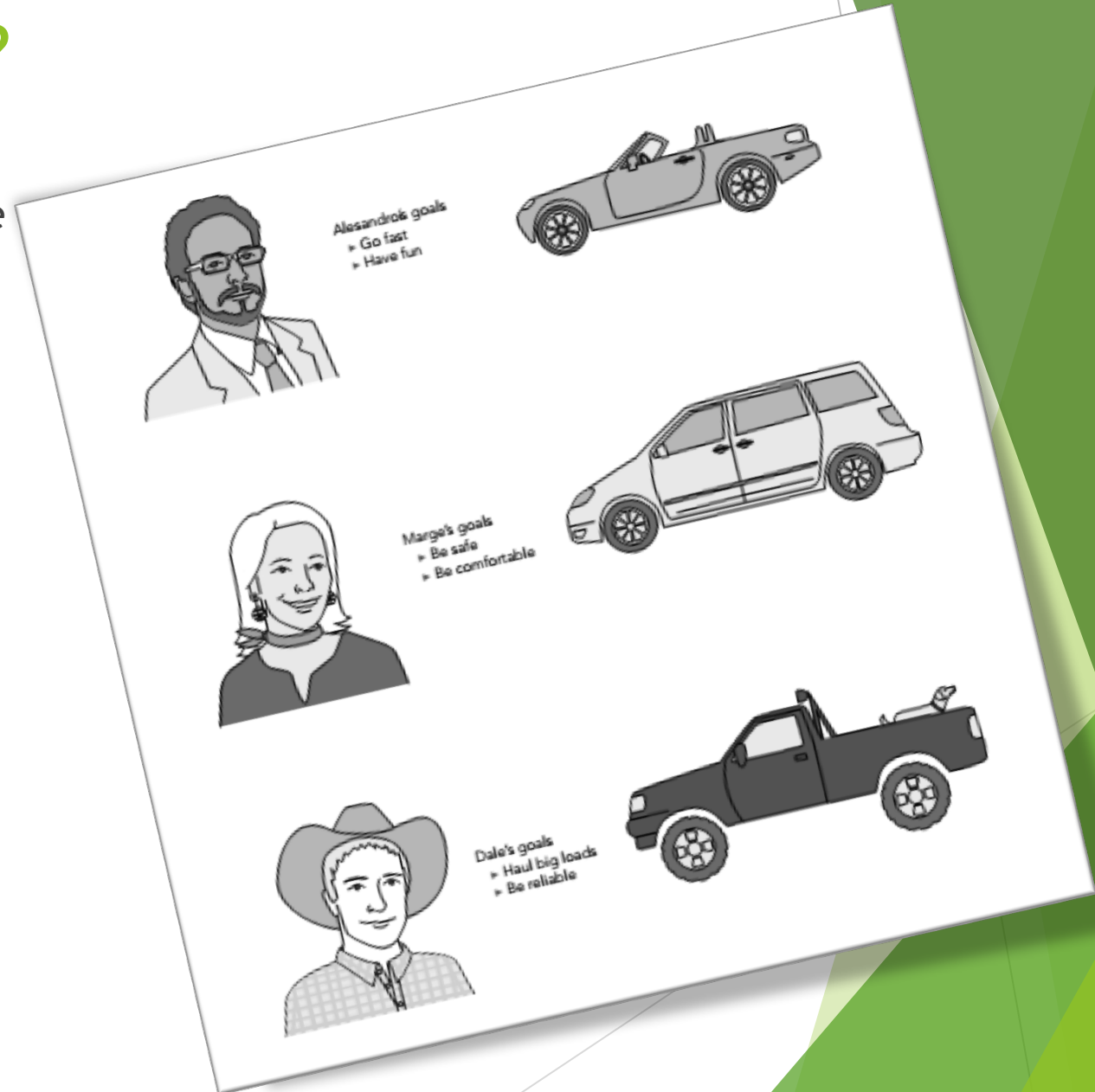
Rob is 44. He's married with two young children and lives in a large village on the outskirts of Basingstoke. He works as a primary school deputy head teacher.


HIS FAVOURITE BRANDS



# Personas - Para que?

- ▶ projetar para um conjunto reduzido de personas e agradar todos os usuários com objetivos semelhantes
- ▶ Inventar personas força você a prestar atenção a seu público-alvo
- ▶ Inventar personas humaniza seu público-alvo
- ▶ Inventar personas dá objetivos a seu software



	<b>Isabel Mishu</b>  Iniciante TIC  Dados: Idade: 48 anos Ocupação: Dona de Casa PC: HP, Windows vista, IE7	<b>Relação Computador</b>  <b>PC:</b> catastrofe <b>Internet:</b> pessímo	<b>Necessidades</b>  Encontrar produtos do dia-dia no melhor preço  Entregar em domicilio sob 24h  Encontrar suas marcas sem entrar no supermercado
---------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

“Eu não quero mais ir ao supermercado, ele tem que vir para mim”

Isabel comprou um computador porque seu filho de 15 anos precisou de um para seus estudos. Ela descobriu há pouco tempo que pode fazer supermercado na Web, e entendeu que isso evitaria para ela de ir ao supermercado cada sábado. Os conhecimentos digitais de Isabel são precárias, ela ainda tem certeza que Internet chega pela antena da televisão e ainda não entende porque que teve que comprar um computador já que o teleshopping existe há anos sem computador.

Objetivos & motivações	Cenário	Funcionalidades
Preencher seu carrinho com o supermercado da semana	Ela percorre as seções por tema Ela classifica os itens por preço começando pelo mais baixo	Navegação por categoria Filtro por preço Adiconar ao carrinho Resume do carrinho
Receber a entrega a domicilio o domingo de manha durante que Zé sai o cachorro	Validação do carrinho Uso dos cupons de redução recebido a semana precedente Escolha do modo e da data de entrega Pagamento online	Carrinho Checkout Cupons de redução

# Cenários de Uso

- ▶ Cenários de uso é uma técnica simples e eficaz para analisar e comunicar uma parte das especificações de requisitos produzidas para a usabilidade e para a interface.
- ▶ Elas informam essas exigências por meio de exemplos de situações típicas de uso, descrevendo, em linguagem natural, como determinados usuários realizarão tarefas específicas como o sistema em determinado contexto.

# Cenários de Uso - Analise do problema

- ▶ Quem são os usuários?
- ▶ O que eles fazem? Como?
- ▶ Que problemas enfrentam?
- ▶ Eles informam essas exigências por meio de exemplos de situações típicas de uso, descrevendo, em linguagem natural, como determinados usuários realizarão tarefas específicas como o sistema em determinado contexto.

# Cenários de Uso - Compra de bilhetes de cinema por smartphone (parte I)

- ▶ Andreia e seu marido saem de casa atrasados para a sessão de cinema das 10. O marido dirige o automóvel pelas ruas e avenidas de Florianópolis, e ela aproveita o tempo de percurso (10 min) para comprar as entradas. Dentro de um carro em movimento, nos escuros das ruas, ela usa o smartphone para se conectar ao site de serviço de venda de bilhetes.... (I)



# Cenários de Uso - Compra de bilhetes de cinema por smartphone (Parte II)

- Escolhe o cinema, o filme e o horário. Comenta com seu marido que eles têm sorte, pois a sala não está cheia, e em seguida adquire dois bilhetes que serão debitados de sua conta de telefone. O sistema envia mensagem com os recibos dos bilhetes para o seu celular. Ao entrar no cinema, ela apresenta rapidamente os recibos ao porteiro, sem monopolizá-la, o que poderia provocar uma fila de pessoas atrás de si.



# Cenário - Características

## Ambiente ou contexto

- Detalhe da situação que motivam ou explicam os objetivos, ações e reações dos atores do cenário.

## Atores

- Pessoas interagindo com o computador ou outros elementos do ambiente, características pessoais relevantes ao cenário.

# Cenário - Características

## Objetivos

- Efeitos na situação que motivam as ações realizadas pelos atores.

## Planejamento

- Atividade mental dirigida para transformar um objetivo em um comportamento ou conjunto de ações..

## Ações

- Comportamento observável

# Cenário - Características

## Eventos

- Ações externas ou reações produzidas pelo computador ou outras características do ambiente; algumas delas podem ser ocultas ao ator mas importantes para o cenário.

## Avaliação

- Atividade mental dirigida para interpretar a situação.

# Exercício

- ▶ Visite o site: <http://www.lightpetal.com/vouchercodes-persona-decals-and-cards/> (crie seus documentos de personas com boa qualidade gráfica)
- ▶ Para os temas:
  - ▶ 1. iFOOD de sanduíche
  - ▶ 2. Site de venda de roupas
  - ▶ 3. Projeto de PSI / BEPiD
- ▶ Faça
  - ▶ Os fluxos de uso (Usar o Prezi) - Devem ser feitos dos os Fluxos
  - ▶ Wireframes - Todos os wireframes do fluxo principal
  - ▶ Personas & Cenários de Uso - Todas as personas necessárias ao projeto
- ▶ Prime pela qualidade visual de seu material.