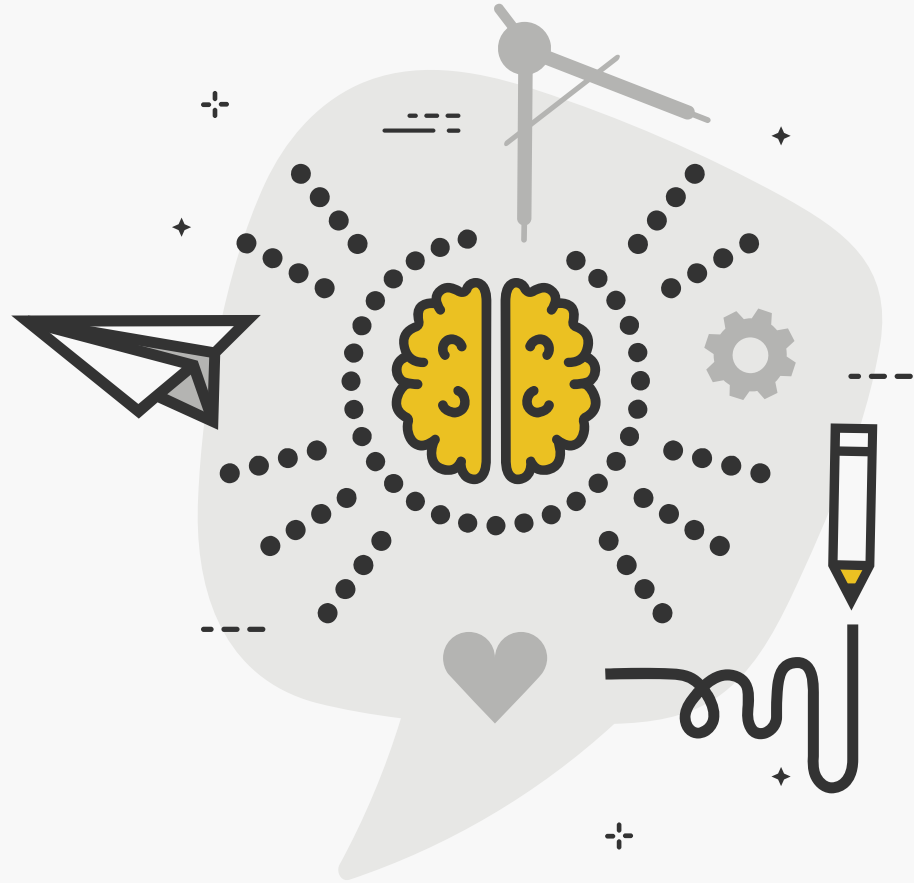


# Ux Design

Aula 3 – Personas e Pesquisa parte 2  
Prof. Maka Werner, Dr.

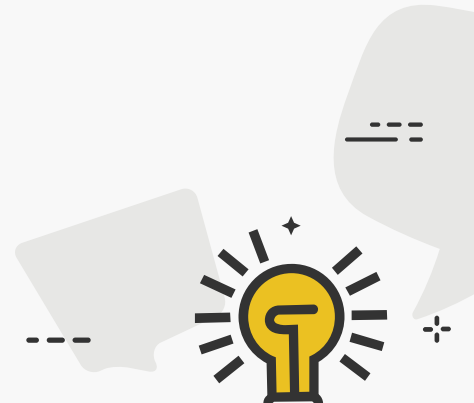


# Dilema de Linda

Linda tem 31 anos, é solteira, muito inteligente e formada em Filosofia. Quando estudante, ela estava profundamente engajada em questões de discriminação e justiça social, e também participou de protestos antinucleares.

Qual das duas opções é mais provável?

- a) Linda é caixa de banco.
- b) Linda é caixa de banco e ativa no movimento feminista.



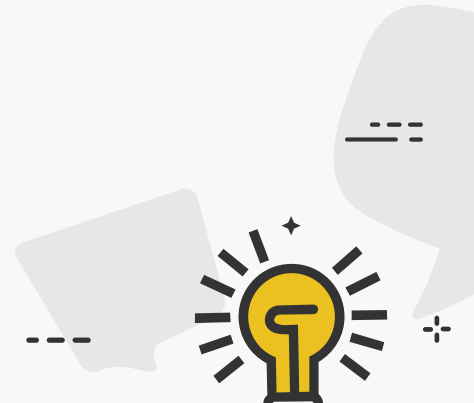
# Dilema de Linda

Linda tem 31 anos, é solteira, muito inteligente e formada em Filosofia. Quando estudante, ela estava profundamente engajada em questões de discriminação e justiça social, e também participou de protestos antinucleares.

Qual das duas opções é mais provável?

a) Linda é caixa de banco.

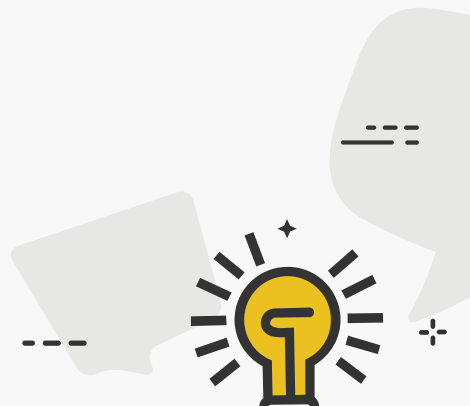
b) Linda é caixa de banco e ativa no movimento feminista.



# Dilema de Linda

A probabilidade de duas condições acontecerem ao mesmo tempo (ser caixa de banco e ativista feminista) nunca pode ser maior do que a de apenas uma delas acontecer (ser caixa de banco).

Esse exemplo mostra como nosso cérebro muitas vezes se deixa levar por **narrativas coerentes** em vez de considerar a lógica probabilística.



# **Isso é a base de uma boa pesquisa**

Precisamos descobrir as necessidades dos usuários!

# Introdução

O propósito de uma boa pesquisa de usuários é entender as necessidades e os objetivos deles para fundamentar a tomada de decisão.



**Vamos analisar e usar um  
pouco nosso artefato**

# Tipos de Pesquisa



## Quantitativa

Números e mais números. Quantidade de pessoas.



## Qualitativa

Explorar o campo, uma conversa.



## Etnográfica

Praticamente morar com o usuário.



## Concorrencial

A grama do vizinho é sempre mais verde!



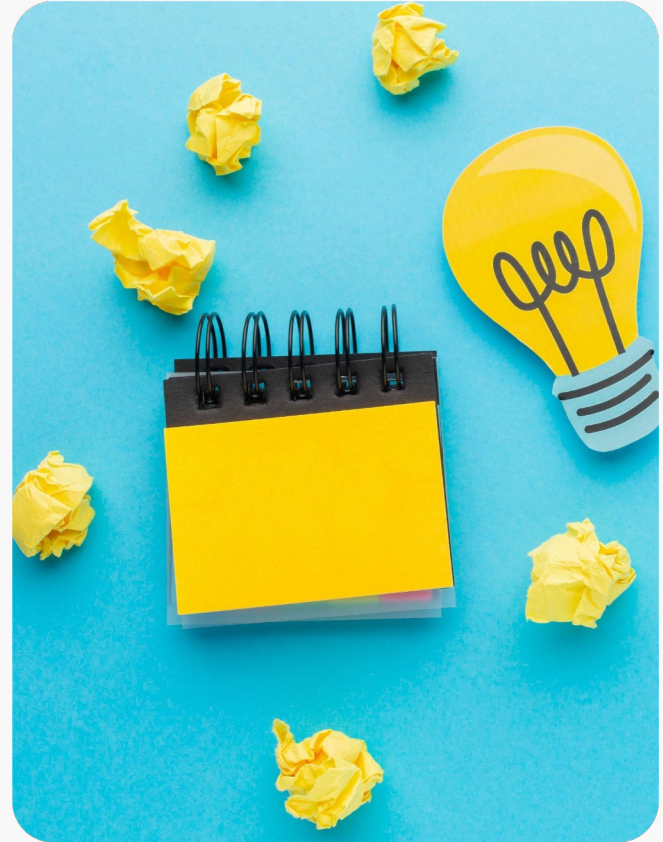




# Pesquisa Concorrencial

Como as pessoas resolvem a dor que elas tem, com relação ao seu artefato, hoje?

Vamos olhar para estes concorrentes!



# Olhar a concorrência

- Quais são os concorrentes do seu artefato?
- Onde eles estão?
- O que estão fazendo?

**Concorrentes Diretos; Indiretos; Inspiracionais.**



# Step by Step



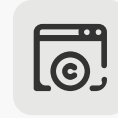
## Determinar Hipóteses

Qual o seu olhar sobre o artefato a ser evoluído?



## Formular Perguntas

Fazer o questionário.



## Recrutar e Aplicar

Let's Play the Game!





# Determinar as hipóteses

“Quais são os pontos mais importantes que preciso aprender para determinar se minha solução é desejável?”



# Needfinding

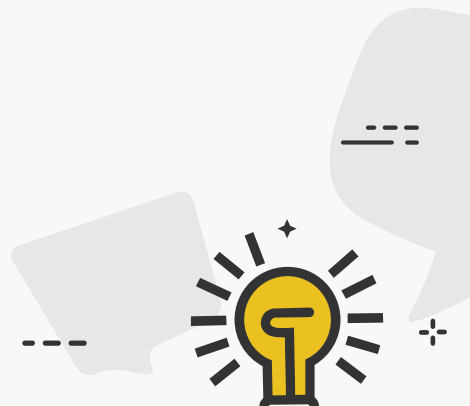
Ou descoberta das necessidades

# Needfinding

É uma ilusão achar que estamos familiarizados com os estilos de vida de todas as pessoas para as quais desenvolvemos inovações dia após dia.

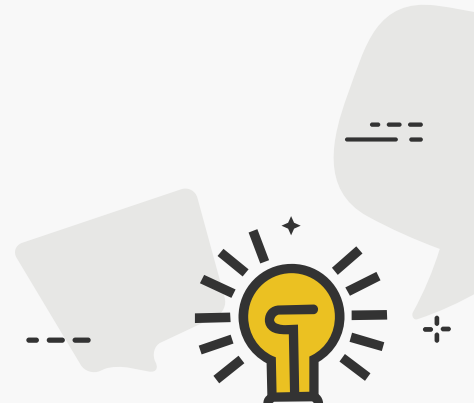
**As suas necessidades não são as necessidades de todos!**

Desconhecer o cotidiano das pessoas significa que continuamente fazemos suposições nas quais baseamos nossas decisões.



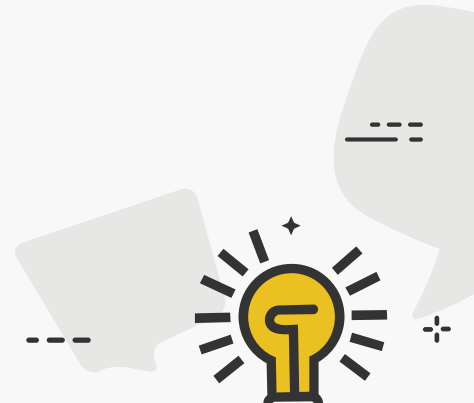
# Needfinding

1. Formular as suposições de necessidades da nossa ideia:
  - O que o usuário deseja?
  - O que motiva o usuário a usar este artefato?
  - O que impede o usuário de utilizar este artefato?



# Pesquisa Qualitativa

Uma resposta articulada exige o uso de aptidões implícitas, como ouvir sem interromper, escutar o que os stakeholders não estão dizendo, descobrir o verdadeiro problema que eles estão tentando resolver e, então, fazer uma pausa antes de prosseguir.





# Boas Perguntas

1. Pesquisa com usuários: é o entendimento do público-alvo do produto. O que faz uma pessoa ir até o site? Quais as necessidades, anseios e motivações que essa pessoa tem ao usar o produto? Quais as principais tarefas que ela quer realizar? Quais as particularidades do comportamento desse grupo de usuários que influenciam as decisões de design à medida que o produto é construído ou evolui?

