



DESIGN THINKING, UX E METODOLOGIAS ÁGEIS.



MATERIAL DE APOIO

Disciplina: Design Thinking, UX e Metodologias Ágeis: Experiência do Usuário (UX)

Nome da aula: **FASES DE EMPATIA E DE DEFINIÇÃO**

Professor(a): Paula Faria

Tutor(a): Caroline Vendite

Introdução

A fase de empatia é a primeira etapa. É preciso ter uma grande compreensão e uma definição bem clara do problema que você quer resolver. Pesquisas quantitativas e qualitativas serão determinantes nessa fase inicial.

Também será necessário explorar a observação e a empatia, buscando sempre o entendimento de qual a motivação das pessoas e também as suas experiências.

Objetivos da aula

- Pesquisas qualitativas e quantitativas.
- Entrevistas com usuários.
- Personas e Jornadas.
- Nosso exemplo: a pesquisa e a definição do e-commerce.

Resumo

A Pesquisa quantitativa nos traz informações mais estatísticas, como quantidade, números (acessos, tempo, venda, \$). Já a pesquisa qualitativa nos traz respostas descritivas dos usuários (gosto, prefiro, acho, por quê).

Entrevistas com usuários são pesquisas qualitativas que podem ser aplicadas em qualquer momento do projeto: antes, durante e após o lançamento. As entrevistas nos ajudam a compreender emoções, motivações e comportamentos (os porquês das coisas).

A persona é uma personagem fictícia que traz características de clientes/usuários reais do seu produto. São criadas com base em pesquisas feitas com usuários reais, podendo haver mais de uma persona por projeto.

As jornadas de usuários apresentam todos os pontos de interação da persona com o produto/serviço, de acordo com o que foi encontrado nas pesquisas.

Como aplicar na prática o que aprendeu

Ao entrevistar usuários, peça a eles para contarem como é o dia a dia deles com aquele produto/serviço. Faça perguntas como: O quê? Como? Por quê? Quando? Onde? Com quem? Para quê? Não responda por eles ou complete as frases, ouça com atenção o que eles dizem e observe o que eles fazem.

Quando fizer um cartão sobre a sua persona, é bom ter um nome e uma imagem. Escreva as informações importantes para seu projeto, por exemplo, gênero, idade, nível de escolaridade, costume com tecnologia, classe social (renda), objetivo e expectativa em relação ao produto ou serviço. É importante captar da entrevista uma frase que a pessoa disse que você acha que a defina e a transcreva no cartão da persona.

As jornadas de usuários podem ser do momento atual ou do momento futuro, esperado. Lembre de colocar anotações de cada ponto de interação, indicando se aquele momento está bom ou se é necessário melhorá-lo.

Conteúdo bônus

Tópicos avançados

Você pode preencher o Mapa de Empatia para ajudar a equipe a organizar e compreender melhor as personas dos projetos.

Referência Bibliográfica

- MJV. **Mapa de Empatia.** 2021. Disponível em: <
<https://www.mjvinnovation.com/pt-br/blog/mapa-da-empatia/> >. **(Acesso em 24/10/2022)**
- STANFORD D.SCHOOL. **An Introduction to Design Thinking Process Guide.** Disponível em: <
<https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf> >. **(Acesso em 24/10/2022)**
- VIANNA, M. et al. **Design thinking: inovação em negócios.** Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. 162p.

Exercícios

1. Em relação às pesquisas qualitativas e quantitativas, podemos dizer que:

- a) Qualitativa é melhor.
- b) Quantitativa é melhor.
- c) São complementares.
- d) As duas são iguais.
- e) Não devemos fazer nenhuma das duas.

2. As entrevistas nos ajudam a compreender muitas coisas a respeito dos usuários, mas não nos ajudam a conseguir:

- a) Emoções.
- b) Dados quantitativos e estatísticos.
- c) Comportamentos.
- d) Os porquês.
- e) Motivações.

3. Em uma pesquisa com usuários para definirmos as personas de um produto de alta tecnologia, qual a informação mais importante que devemos anotar sobre os usuários entrevistados?

- a) Gênero.
- b) Idade.
- c) A cor que cada pessoa prefere para o design.
- d) Relação com produtos tecnológicos.
- e) O estilo de design preferido.

4. Qual o nome do artefato em que mapeamos todos os pontos de interação do usuário com o produto ou serviço?

- a) Jornada.
- b) Protótipo.
- c) Wireframe.
- d) Persona.
- e) Heurística.

Gabarito comentado

1. **Letra C**, pois pesquisas qualitativas e quantitativas são complementares, não existe uma melhor que a outra, apenas mais adequada a um projeto.
2. **Letra B**, pois dados quantitativos e estatísticos são obtidos por pesquisas quantitativas.
3. **Letra D**. Para um produto de alta tecnologia, precisamos saber qual a relação do entrevistado com produtos tecnológicos.
4. **Letra A**, pois a jornada do usuário é o artefato em que mapeamos todos os pontos de interação do usuário com o produto ou serviço.