

FOCO NO MERCADO DE TRABALHO

ESPECIFICAÇÃO E PROJETO DE INTERFACES

Adriana Holtz Betiol



Fonte: Shutterstock.

Deseja ouvir este material?

Áudio disponível no material digital.

SEM MEDO DE ERRAR

Em primeiro lugar, como este projeto envolve diferentes perfis de pessoas que interagirão com a interface, é preciso entender quem são elas e como se relacionam, portanto o primeiro passo seria identificar essas relações e criar um mapa de *stakeholders*, detalhando o perfil e os objetivos de cada uma dessas pessoas com o processo de importação e a troca de informações. Faça um mapa visual, colocando o software no centro e puxando setas com cada *stakeholder* mais próximo ou mais distante do software, para identificar quem o utilizará com maior frequência. Trace um perfil, utilizando a estrutura de Hoolhorst e Voort (2011) para cada um dos *stakeholders*, a partir dos dados das pesquisas que foram realizadas com eles, ou seja, você terá que ler os relatórios das pesquisas, selecionar as informações que devem fazer parte da estrutura e descrevê-las para cada perfil.

Em seguida, você pode analisar as pesquisas para identificar quais foram as situações citadas pelas pessoas no processo de logística e importação: como ocorre o processo? Quais são as situações mais comuns no dia a dia? Quais situações já ocorreram e são problemáticas/críticas? Então, organize estes dados em cenários de uso (descritivos ou storyboards), os quais servirão como base para identificar funcionalidades que sua interface precisa.

Por último, analise nas pesquisas os comportamentos, as ações e os comentários que revelam sentimentos e emoções das pessoas e monte personas e uma jornada do usuário para cada cenário de uso identificado, ou para os mais relevantes, detalhando o cenário, as ações das pessoas, seus sentimentos, comentários, dificuldades e problemas em cada passo/ação relacionado ao cenário. A partir desse mapa completo, identifique as oportunidades para o projeto.

AVANÇANDO NA PRÁTICA

SISTEMA DE PLANEJAMENTO DE PRODUÇÃO

Você trabalha em uma empresa de produção de vestuário para jovens e adultos. Ela possui fábrica própria no Brasil, uma loja virtual e dezenas de lojas físicas espalhadas por todo o território nacional, além de depósitos de estoque e distribuição em capitais estratégicas. Atualmente, a empresa está com um alto número de peças em estoque que não foram vendidas e, como a maioria das peças é única, elas não estão no site, portanto sua venda se torna muito difícil. Uma das principais dificuldades é a alocação de estoque, ou seja, a redistribuição conforme as demandas de cada estado. Isto ocorre porque são muitas peças diferentes e porque há uma grande dificuldade de entender as necessidades dos clientes, quais produtos, cores e estampas eles mais buscam, compram e trocam. A empresa quer desenvolver um sistema que auxilie na gestão de projeto de novas coleções, produção e logística baseado nas necessidades e expectativas de seus clientes, para não perder tempo e dinheiro desenvolvendo produtos que as pessoas não querem e/ou não precisam.

Quais seriam as ferramentas ideais para utilizar nesta situação? Como você as aplicaria?

RESOLUÇÃO

Neste caso, o primeiro passo é entender com profundidade o perfil das pessoas do público-alvo da empresa. Para isso, devem ser aplicadas pesquisas de perfil por meio de questionários, entrevistas e observação de campo. Estes

dados podem ser registrados e organizados em personas, que representem os perfis dos clientes, e mapas de empatia, que permitam entender como as pessoas pensam e veem as roupas da marca.

A partir desses dados, podem ser analisados dados de vendas, trocas e estoques da empresa, para identificar os itens mais apreciados pelos clientes e os itens problemáticos. Também podem ser aplicados diários de uso para entender as ocasiões de uso de cada tipo de peça e o processo de cuidado (lavagem, secagem, acabamento e armazenagem das roupas) nas casas das pessoas.

Podem ser estruturados contextos de uso para entender em quais ocasiões as pessoas usam cada tipo de roupa, quais são as ocasiões mais comuns em cada época do ano, quais são os aspectos físicos e emocionais relacionados a cada uma delas, o que incentiva as pessoas a buscarem determinados tipos de peça e como é o armário, o ambiente e o processo de cuidado dessas peças nas casas das pessoas.