

Guia Ágil

TechGuide - Alura

UX Design

Nível 1

☐ Primeiro contato com UX:

- Não existe aplicativo ou site sem usuário. Uma ideia só vira um produto quando é usada por alguém de verdade. E um produto só é um sucesso quando a pessoa tem uma experiência voltada exclusivamente para ela.
- A área de UX - Experiência do Usuário - é um campo riquíssimo de conhecimento e desafios sobre como facilitar o contato dos nossos usuários com nossos produtos digitais e como essas pessoas se sentem. É um mercado imenso, sendo importante na Web, na construção de aplicativos e sistemas, além de ser importante também no mundo off-line.
- A especialidade em UX é hoje bastante requisitada em todo tipo de projeto de tecnologia, desde pequenas startups até grandes empresas. Este profissional é responsável por garantir que o design atenda às necessidades das pessoas usuárias, garantindo uma boa experiência de uso/compra para estas pessoas.

☐ Entendendo a escrita em UX - UX Writing:

- A experiência de uma pessoa com um produto ou serviço envolve muitos aspectos diferentes e cada um precisa ser estudado detalhadamente. Um dos aspectos mais importantes é a escrita, pois é através dos textos e palavras que conseguimos nos comunicar, nos conectar, ajudar e orientar as pessoas usuárias através de sua vivência com um produto ou serviço.

- null

☐ **Imersão no problema:**

- Para criar produtos e serviços que sejam úteis e tragam uma boa experiência para as pessoas usuárias, precisamos entender as suas dores e necessidades. Para realizar esse trabalho temos diversas técnicas de pesquisa que vão desde ouvir o que o usuário pensa sobre, até entender o comportamento que ele tem usando um produto digital ou serviço. Chamamos essa vertente de UX Research, que fica dentro do guarda chuva de disciplinas de UX Design.
- Aprender as metodologias de pesquisa mais utilizadas na rotina de quem trabalha como UX Researcher.
- Conhecer técnicas qualitativas como a entrevista com usuários, pesquisa etnográfica e testes de usabilidade.
- Avaliar comportamento e interações mapeando jornadas e documentar estratégias conhecendo o mercado e seus concorrentes com a pesquisa.

☐ **Visão de negócio e estratégia - UX Strategy:**

- As áreas da UX estão se consolidando cada dia mais no mercado, e uma de suas vertentes é a UX Strategy. Ela possui importância significativa em negócios, pois atende a proposta de vincular a experiência da pessoa usuária e seus métodos com os pilares estratégicos do negócio e manter saudável tanto para a empresa como para a pessoa usuária as decisões tomadas mediante as descobertas feitas em pesquisas do produto.
- Entender como a UX conversa com o negócio e sua estratégia.
- Aprender a aplicar métodos de pesquisa que atendam as expectativas e objetivos do negócio.

☐ **Design Thinking:**

- Design Thinking é uma abordagem centrada no ser humano para resolver problemas complexos de forma criativa e inovadora, usando uma metodologia iterativa de entendimento, exploração e materialização. É importante frisar que design thinking não se trata de um método ágil, mas

sim uma estratégia criativa que, se unida com agilidade, colabora com a melhoria dos resultados.

- Entenda profundamente as necessidades dos usuários.
- Clarifique o problema baseado nos insights coletados.
- Gere uma ampla gama de ideias inovadoras.
- Crie modelos simples para explorar soluções.
- Refine as soluções com base no feedback dos testes.
- Envolve diversas perspectivas na solução de problemas.
- Use métodos visuais para comunicar ideias e processos.

Nível 2

☐ Estratégia e design de interação na UX:

- null
- A UX possui processos e ferramentas com focos em unir os interesses das empresas, as dores e necessidades das pessoas usuárias, e considera a capacidade da equipe de desenvolvimento sem gerar esgotamento.

☐ Se comunicando com a pessoa usuária - UX Writing:

- A experiência de uma pessoa com um produto ou serviço envolve muitos aspectos diferentes e cada um precisa ser estudado detalhadamente. Um dos aspectos mais importantes é a escrita, pois é através dos textos e palavras que conseguimos nos comunicar, nos conectar, ajudar e orientar as pessoas usuárias através de sua vivência com um produto ou serviço.
- null

☐ Definição do problema:

- Conhecendo a nossa pessoa usuária e as dores relacionadas ao uso de produtos digitais, conseguimos desenhar a jornada de atuação, etapa importante para identificar e priorizar quais problemas que queremos resolver.

☐ **A construção da pesquisa estratégica - UX Strategy:**

- As áreas da UX estão se consolidando cada dia mais no mercado, e uma de suas vertentes é a UX Strategy, que possui importância significativa em negócios, pois atende a proposta de vincular a experiência da pessoa usuária e seus métodos com os pilares estratégicos do negócio e manter saudável tanto para a empresa como para a pessoa usuária as decisões tomadas mediante as descobertas feitas em pesquisas do produto.

Nível 3

☐ **Documentação e portfólio em UX:**

- Após mergulhar nas divisões da UX e realizar projetos, é preciso divulgar seu trabalho e mostrar para as pessoas que você é um(a) profissional da área!

☐ **O texto no produto e no dia a dia - UX Writing:**

- O texto em um negócio é algo vivo, por isso é importante sempre atualizar e entender se a maneira na qual o negócio está conversando com sua base de pessoas usuárias está de acordo com o esperado.

☐ **Pesquisas, testes e validações:**

- A construção de artefatos para fortalecer os dados e informações são de extrema importância no processo de pesquisa como um todo. Vale ressaltar que no momento de desenvolvimento ideias e telas, também realizamos pesquisas, mas dessa vez voltadas para o produto e não apenas para a pessoa usuária. vamos dar um passo em direção a solução e conhecer de forma rápida quais artefatos podem nos ajudar a melhorar a experiência do produto e conhecer técnicas que auxiliam no desenvolvimento de telas como card sorting e Tree Testing.
- Vamos conhecer também as etapas que validam nossas criações, é o momento de colocar o produto na mão da pessoa usuária e fazer os testes de usabilidade, afinal projetamos o produto digital para ela! Aprenderemos a coletar feedbacks e avaliar se a interface criada realmente tem usabilidade ou não.

☐ **Analisando a estratégia com dados - UX Strategy:**

- A área de estratégia esta sempre muito ligada à dados palpáveis que vão direcionar o pensamento das soluções tomadas, será que vale a pena mudar uma tela? Esses dados e métricas ajudam a responder esta pergunta, e é papel da pessoa de UX strategy possuir, ler e trabalhar essas informações.

Habilidade Auxiliar: UI Design

☐ **Princípios do design visual:**

- null
- Conheça as propriedades fundamentais destes elementos quanto aprender como manipulá-las em seus projetos.

☐ **Fundamentos de UI:**

- O ponto de partida ideal para começarmos a desbravar a área de User Interface Design é entendendo perfeitamente o que ela é, como é representada, como outros profissionais a enxergam, e claro, sua relevância para a construção de um produto.

☐ **Ferramentas de design:**

- O Figma é uma das ferramentas de design mais inovadoras e colaborativas disponíveis. Essa plataforma é a mais utilizada no mundo, por empresas, designers e desenvolvedores, e que vem revolucionando a forma como times de produtos trabalham juntos.

Habilidade Auxiliar: Product Management

☐ **Gestão de Produtos - Fundamentos:**

- Gestão de Produtos é o processo de desenvolver, lançar e gerenciar produtos de forma eficaz para atender às necessidades dos clientes e alcançar objetivos de negócios.
- Definir visão clara e estratégia para o produto.
- Entender necessidades e preferências dos clientes.

- Especificar requisitos e funcionalidades do produto.
- Priorizar recursos com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Analisar métricas e feedback para orientar decisões.
- Estar aberto a mudanças e ajuste a estratégia conforme necessário.

☐ **Product Discovery:**

- Product Discovery é o processo de entender as necessidades dos usuários, identificar oportunidades de mercado e conceber soluções inovadoras para desenvolver produtos bem-sucedidos.
- Analisar o mercado para identificar tendências e oportunidades.
- Conduzir entrevistas para entender as necessidades dos usuários.
- Criar protótipos para validar ideias e conceitos com os usuários.
- Estudar os concorrentes para identificar lacunas e diferenciais.
- Testar hipóteses para validar a viabilidade do produto.
- Mapear as jornadas dos usuários para identificar pontos de dor.

☐ **Gestão de Produtos Digitais:**

- Gestão de produtos digitais envolve o desenvolvimento, lançamento e otimização de produtos digitais, como aplicativos e plataformas online, para atender às necessidades dos usuários e alcançar objetivos de negócios.
- Colocar as necessidades dos usuários no centro do processo de desenvolvimento.
- Definir uma visão clara e estratégia para o produto digital.
- Mapear e otimizar a jornada do usuário no produto.
- Coletar e analisar feedback dos usuários para melhorias.
- Adotar metodologias ágeis para entregas rápidas e iterativas.
- Utilizar dados para tomar decisões informadas sobre o produto.

☐ **Roadmap:**

- Um roadmap é uma representação visual que descreve a visão estratégica de um produto ou projeto e seu plano de execução ao longo do tempo.

- Alinhe o roadmap com os objetivos de negócio e as metas do produto.
- Priorize recursos e funcionalidades com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Defina marcos e prazos realistas para o desenvolvimento e entrega.
- Comunique o roadmap de forma clara e transparente com todas as partes interessadas.
- Esteja aberto a ajustes e adaptações conforme novas informações e mudanças de contexto.
- Colete feedback regularmente para ajustar o roadmap conforme necessário.
- Assegure que o roadmap esteja alinhado com as estratégias e objetivos da organização.