



Benchmark funcional | Inspiracional







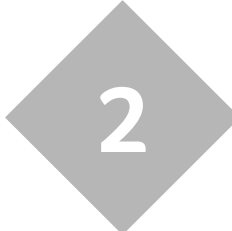


Benchmark funcional | Inspiracional

A nova proposta tem o objetivo de melhorar as funções já estabelecidas, reformular o que foi definido na heurística, inputar novos conceitos e funcionalidades além de agregar valor a marca criando um produto cuja usabilidade seja natural e eficaz, atendendo as expectativas de todas esferas na qual o app se apoia internamente - comercial, web, comunicação...

- tornar a visão de COMUNIDADE de fácil assimilação pelo usuário
- avaliação - usuário, estabelecimento, terceiros
- mais intuitivo: usabilidade, conceito e definição;
- mobile first; gameificação; e-commerce, badges, transferir pontos, “cartão fidelidade”;
- id - branding, vocabulário, iconografia, cores...



Benchmark funcional | Inspiracional

-  4 aí sim, me vê 10! (Ideal)
-  3 quase lá! (Bom)
-  2 hmmm 🤔 (Atenção)
-  1 zuado (Mal aplicado)
-  0 não na triibo! (Inadequado)



Benchmark funcional | Inspiracional

apps avaliados

Livelo
Meluiz
Multiplus
Rappi
Uber Eats
iFood:
Uber
Foursquare
Airbnb
Instabridge
Wifi Magic
Enjoei
Netflix

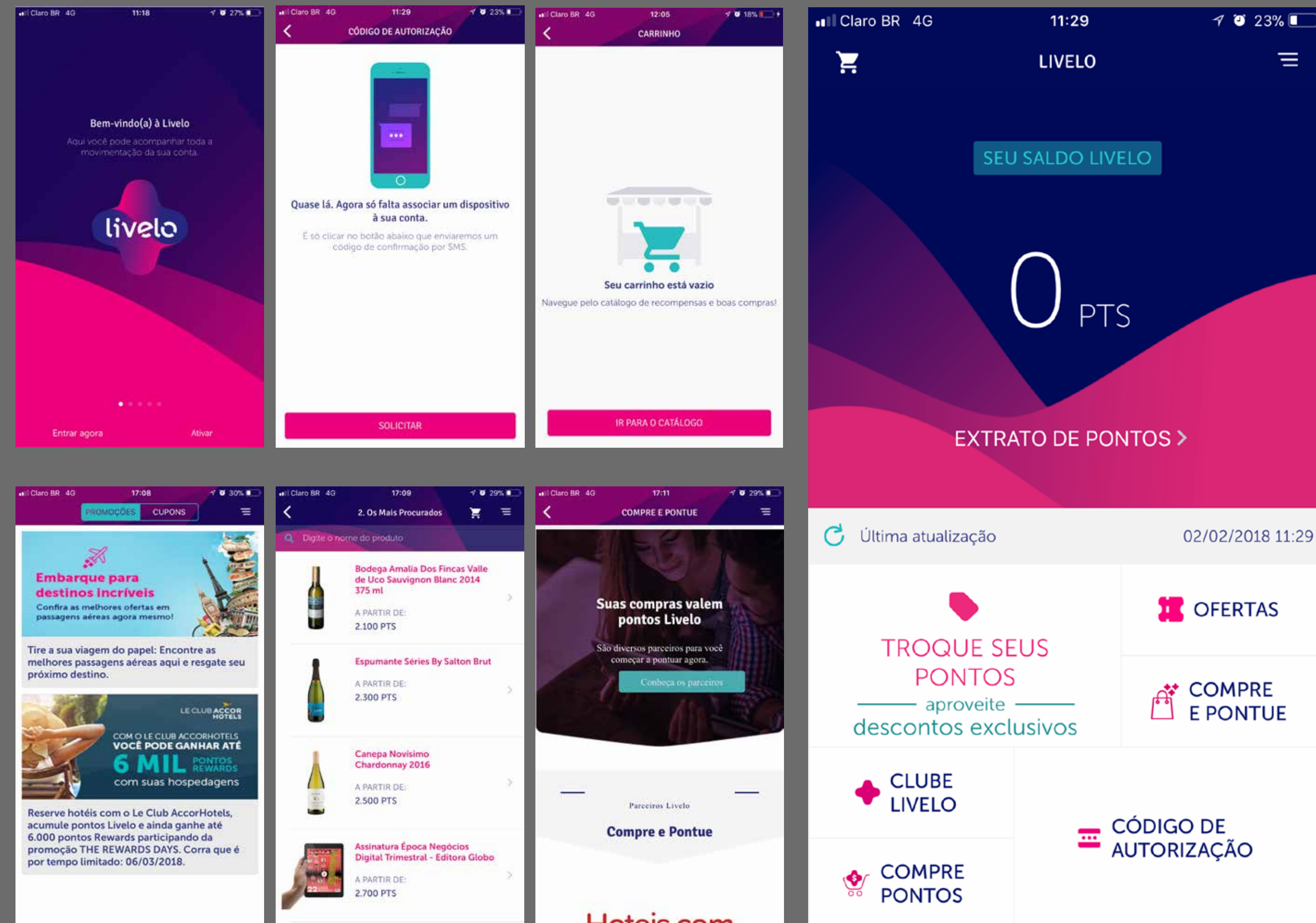
Livelo:

Visual/UI: 8

- 4 Paleta de Cores: cores vibrantes e predominantes em grande parte do app
- 3 ID: Visual agradável, clean e vibrante; ícone não se destaca na home do celular; onboard coerente e simples (sem opção pular); cadastro direcionado para o site;
- 1 Usabilidade (apresentação/visualização): sistema de busca por categorias (mais procurados, produtos, parceiros, doações e serviços), funciona mas a navegação não é intuitiva (botão voltar, swipe), vitrine em lista é prática; não personalizável ; atalho para o catálogo confuso;

Sistema de Pontuação: 8

- 4 Programas Exclusivos: Clube livelo - similar a um programa de milhas, pontuação todo mês, descontos e promoções exclusivas; compra de pontos; compre e pontue;
- 0 Automatização: operação pelo app e site - experiência mobile não é tão completa e pratica quanto no desktop; site não é responsivo, muitos bugs, experiência em cada um é muito diferente;
- 4 Variedade: produtos e opções de uso dos pontos variados (bebidas, eletrodomésticos, milhas, jogos, cosméticos, acessórios etc.)



Foursquare:

Visual/UI: 9

- 2 Paleta de Cores: possui uma paleta simples que funciona de modo geral; é um pouco monótona para os padrões atuais; as fotos default do app são ótimas e isso é o que valoriza a paleta de cor; depende de um bom cadastro de fotos por parte dos estabelecimentos cadastrados
- 4 ID: primeira impressão clean e visual; identidade visual coerente; iconografia intuitiva; home intuitiva, clara e direta; toolbar coerente com o app;
- 3 Usabilidade (apresentação/visualização): pesquisa, listas, perfil, histórico destoam um pouco da experiência da home; permite filtrar busca; visualização em lista/mapa/cards; engaja o uso com dicas “friendly” sobre o app a fim de melhorar experiência de uso; criação de listas personalizadas, dicas e sugestões com base nas preferências e gostos do usuário

Localização: 3

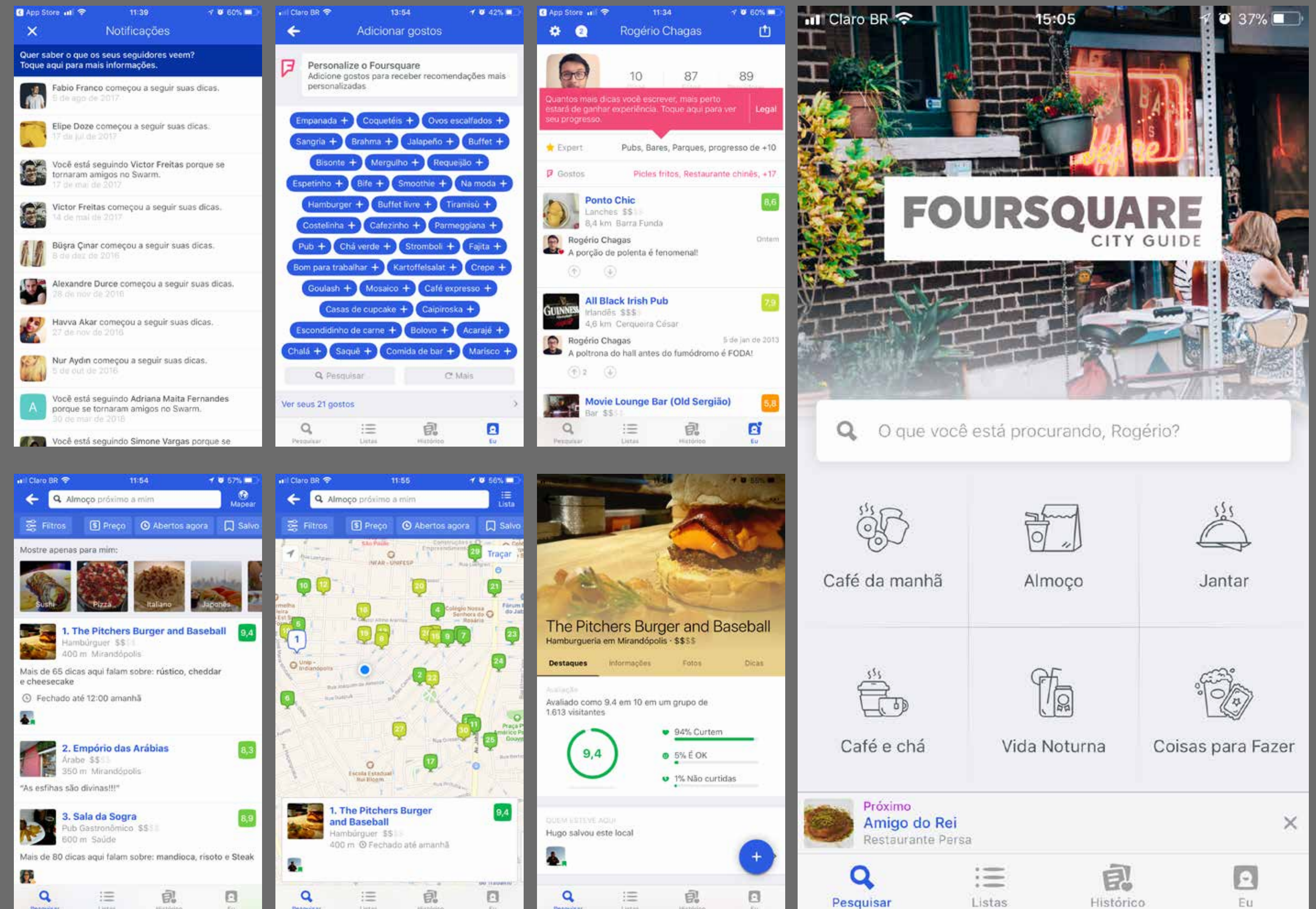
Busca e localização de locais simples; Discreta sugestão/ dica de locais em tempo real baseado no gps;

Sistema de Avaliação: 7

- 4 Qualidade/Relevância de informações; não foi detectado nenhum comentário ofensivo; os comentários encontrados são realmente uteis;
- 3 Badges: não possui no app, sistema de badges feita por outro app (Swarm) que é integrado ao Foursquare; possui classificação do nível de experiência do usuário - expert, basic...

Rede/Network: 4

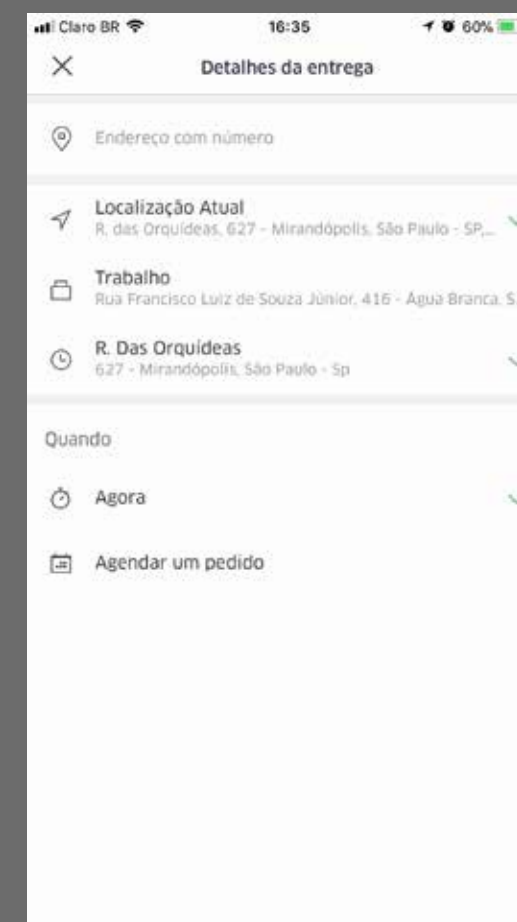
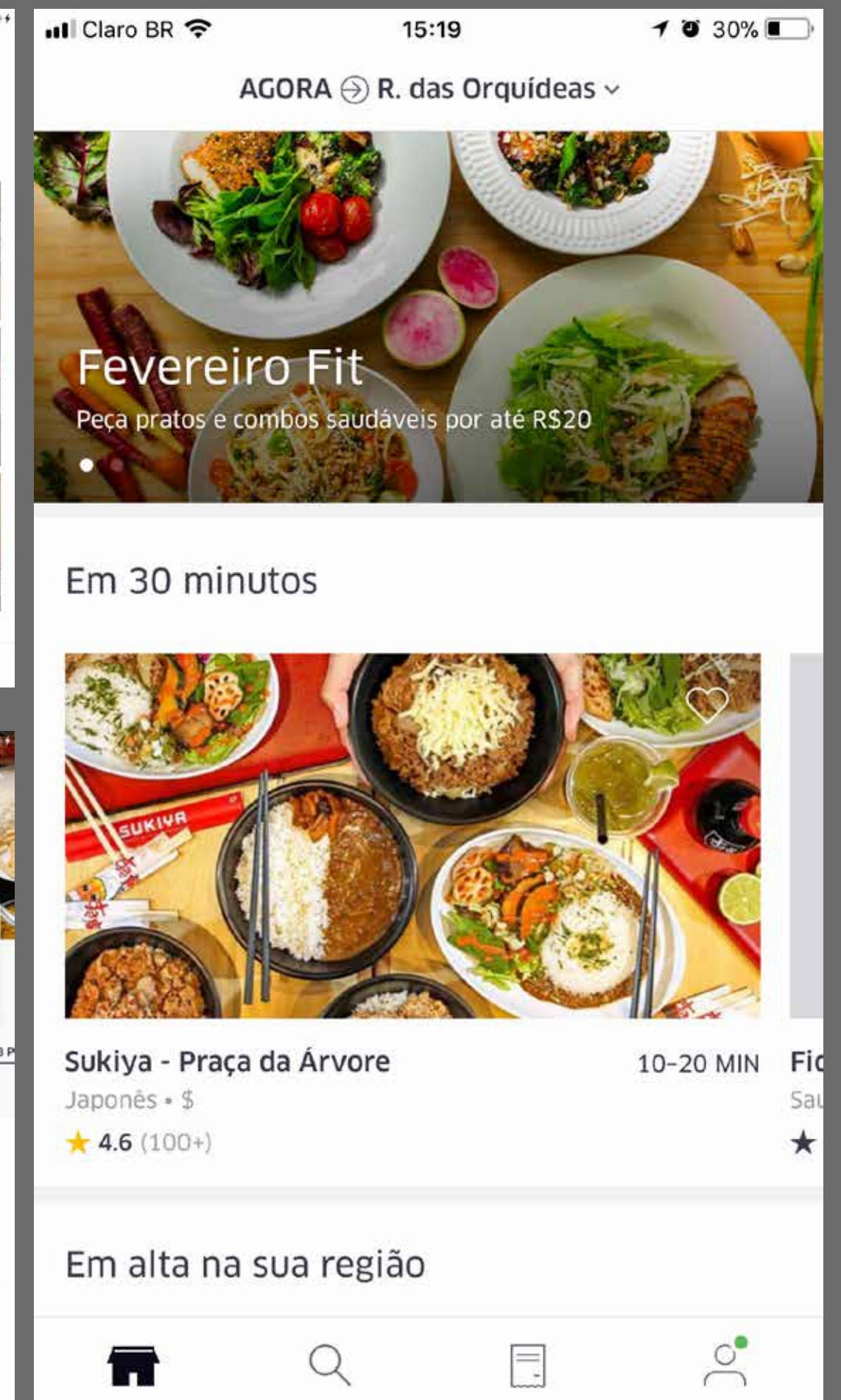
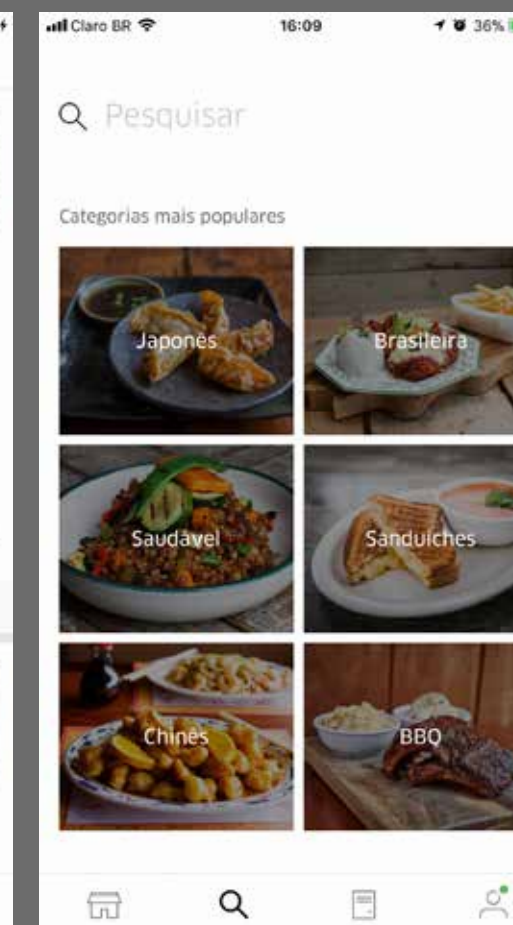
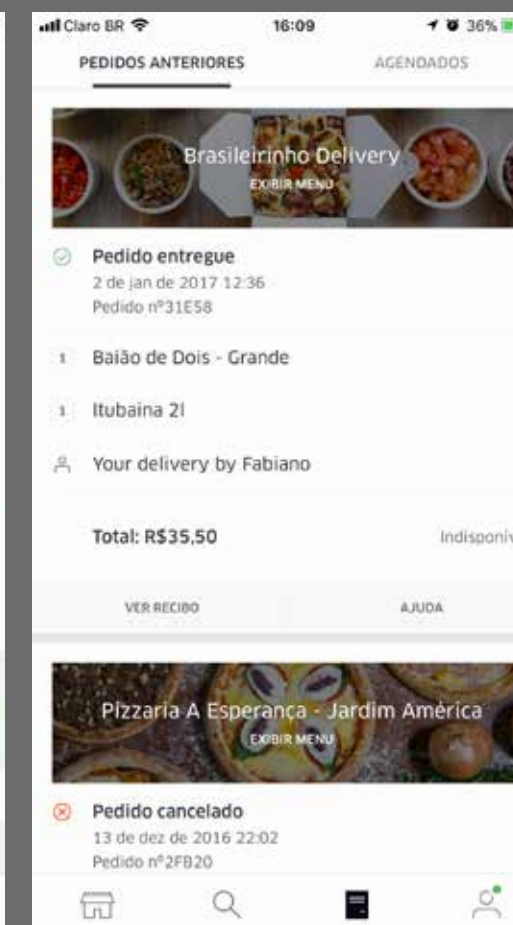
- 4 Facilidade de Comunicação (Social, Mensageria, Perfil): permite associar a rede de amigos da sua rede social (Facebook, Google...); interação entre usuários através de dicas e comunidade (seguidores e seguindo); compartilhar fotos, integração com outras redes;



Uber Eats

Visual/UI: 12

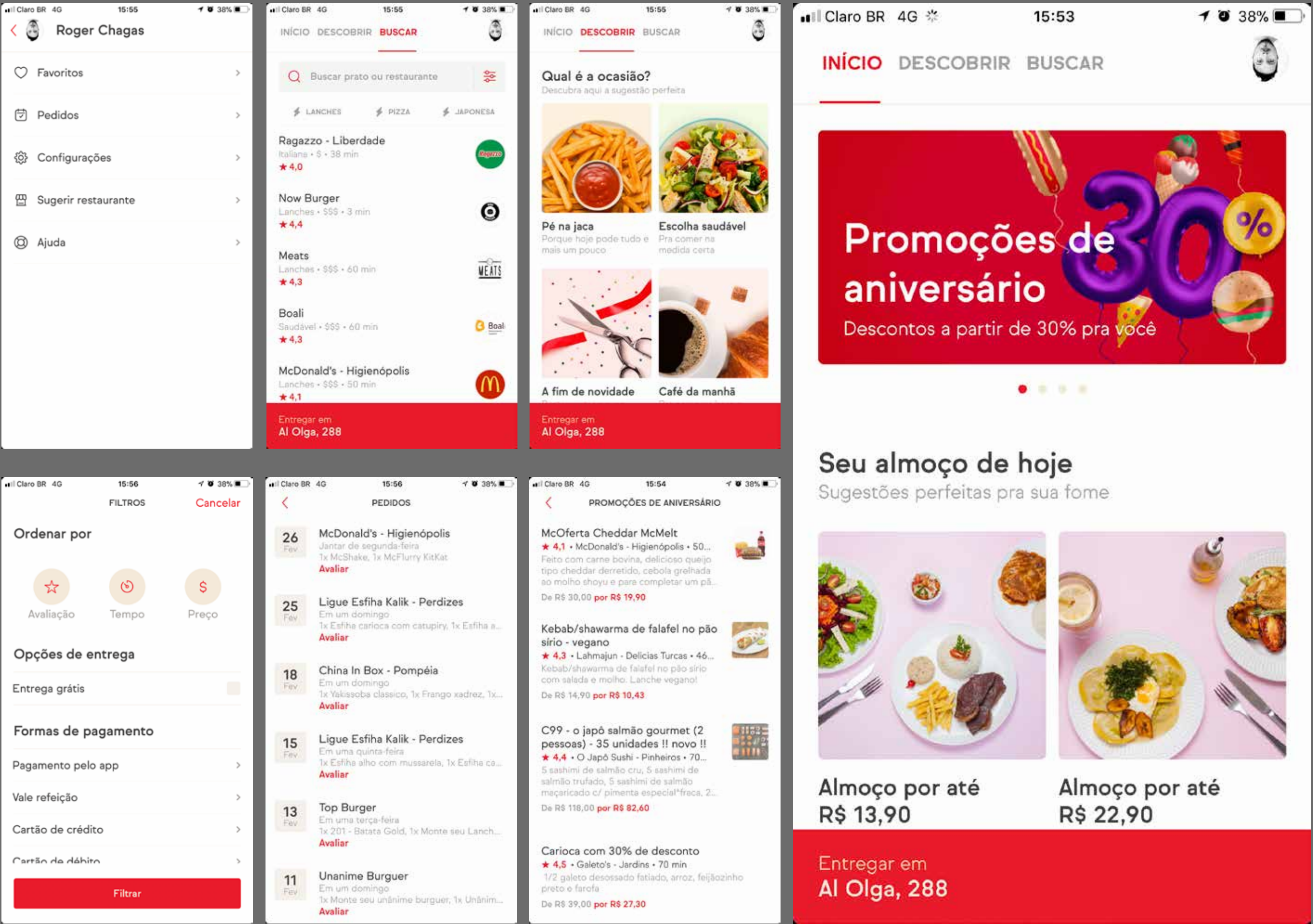
- 4 Paleta de Cores: mudou sua paleta recentemente tornando-se mais vibrante e que realça tanto as fotos dos produtos
- 4 ID: Visual clean organizado por cards; layout neutro evidencia as fotos dos pratos dos restaurantes; tipografia e iconografia legível;
- 4 Usabilidade (apresentação/visualização): + Scroll intuitivo e transição agradável entre telas sugerindo a ação do usuário; fácil identificação/acesso/retorno entre as telas; vocabulário direto e simples; - card/banner principal com transição muito rápida (bug corrigido em verificação posterior); não possui onboard mas a arquitetura e identidade tornam a usabilidade intuitiva;
- 4 Localização: 4
- 4 Sistema de busca ágil; Load de acordo com sua posição (GPS); cards de sugestão e dicas de acordo com região;
- 4 Extras:
- 4 Fotos: as fotos são profissionais, aparentemente há uma curadoria de fotos e no cadastro;



iFood

Visual/UI: 12

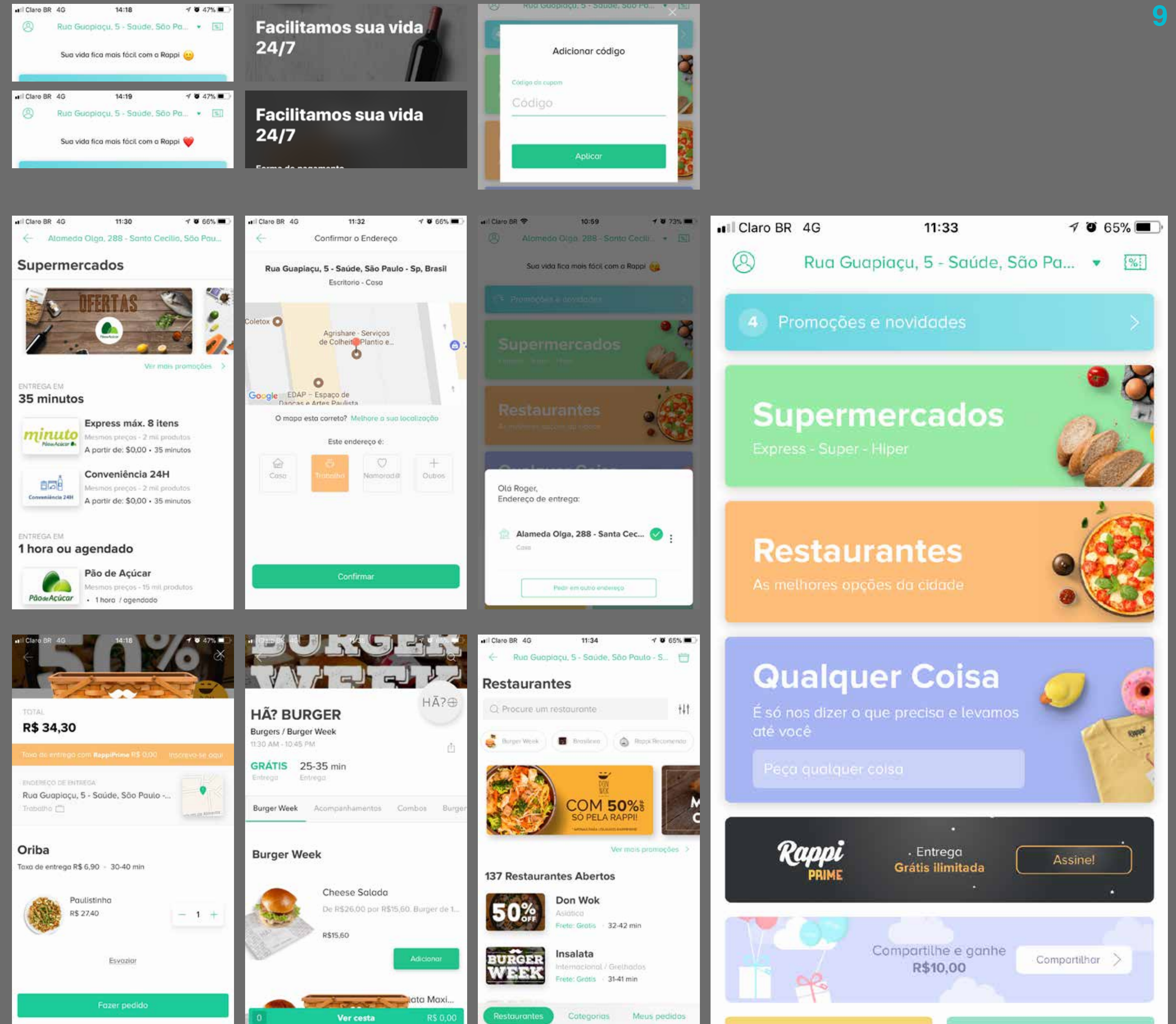
- 4 Paleta de Cores: equilibra o vermelho quente, o fundo neutro branco e as fotos dos cardápios
- 4 ID: identidade visual bem estabelecida e conhecida; vermelho predomina em toda ID, textos grandes em cinza escuro, não se apioa na iconografia e sim nos textos; recentemente reformulou completamente o visual substituindo sua antiga lista de estabelecimentos por cards personalizados por região; o uso do vermelho, apesar de equilibrado em todo o contexto, é marcante e e ajuda a realçar as fotos dos pratos dos restaurantes;
- 4 Usabilidade (apresentação/visualização): a tendência dos cards torna o scroll intuitivo e transição agradável entre telas sugerindo a ação do usuário; experiência ficou mais agradável e natural em comparação com a versão antiga; nova versão modernizou alguns padrões e aplicabilidade; não possui mais carteira, porém mantém a experiência de fazer o pedido próximo do real (usuário escolhe efetua o pedido e então no momento de pagar escolhe a melhor maneira: debito, credito no app ou na entrega e dinheiro, vr etc.);
- Localização: 4
- 4 Carrega preferências e dicas do local apontado pelo usuário - pode ser onde ele está atualmente ou outro de sua preferência



Rappi

Visual/UI: 11

- 4 Paleta de Cores: cores leves e suaves bem aplicadas, funcionam com a id e botões/cards com sombreamento
- 4 ID: visual clean com uso de cards, iconografia fun; motion suave e dialoga com visual; Identidade visual bem definida e bem aplicada além app, porém experiência no desktop não é tão favorável quanto pelo app; pg da loja/estabelecimento coerente com toda identidade do app, aplicação de imagens fora de proporção/crop,
- 3 Usabilidade (apresentação/visualização): promoções e diálogo textual prático; sistema de filtros, apresentação de listas e integração com cards bem prática e visual; de modo geral as listas, botões e textos são bem espaçados facilitando a usabilidade; pg da loja: logo do estabelecimento se assemelha a um botão flutuante, não é; acessos reduntantes em uma mesma tela (perfil tem dois botoes que levam ao mesmo lugar e com mesmo nome); ! sem navbar fixa (induz o usuário a explorar mas não tem links diretos para a home que é a plataforma para as outras funções)
- 4 **Localização: 4** Pergunta ao usuário a posição GPS e assim apresenta opções e promoções personalizadas do local/região);
- 4 **Extras:**
- 4 **Exclusivo:** “PLUS A +” serviço premium com vantagens exclusivas a assinantes



Airbnb

Visual/UI: 12

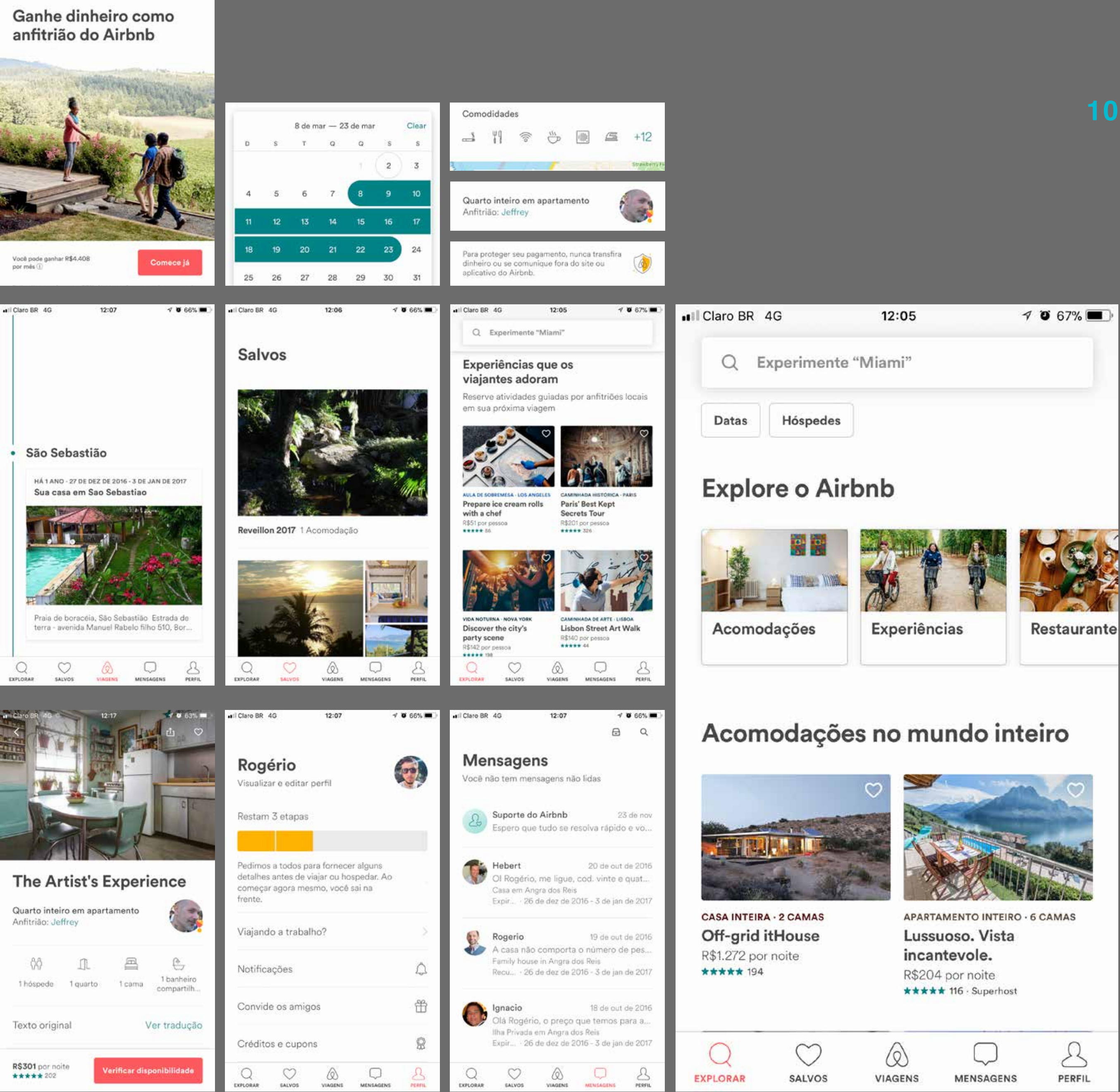
- 4 Paleta de Cores: predominante branco dando destaque às imagens, o degrade rosa suave do logo presente em highlights, botões e na comunicação, demais cores discretas
- 4 ID: logo e iconografia fortes em suas aplicações;
- 4 Usabilidade (apresentação/visualização): app é um catálogo de cards organizados de acordo com preferências de busca do usuário e/ou sugestão de eventos/lugares/viagens com principais destaques; scroll, search e favoritar; navbar fixa com acesso aos principais elementos; o site é uma extensão bem sucedida do app

Sistema de Avaliação: 8

- 4 Qualidade/Relevância de informações: as mensagens de avaliando o local após a hospedagem (hóspede para o anfitrião) passam por uma triagem antes de serem publicadas, garante qualidade da informação; diálogo com o suporte do Airbnb também é eficiente em caso de dúvidas/problemas com a hospedagem, equipe entra em contato e da o suporte necessário ao usuário
- 4 Badges: anfitriões recebem badges pela qualidade de suas hospedagens e também de suas indicações, dicas, ajuda aos hóspedes.

Extras

- 4 **Vocabulário-Texto:** simples e informal; quantidade de caracteres no título não possui um limitador podendo ter uma, duas ou três linhas de título, funciona visualmente



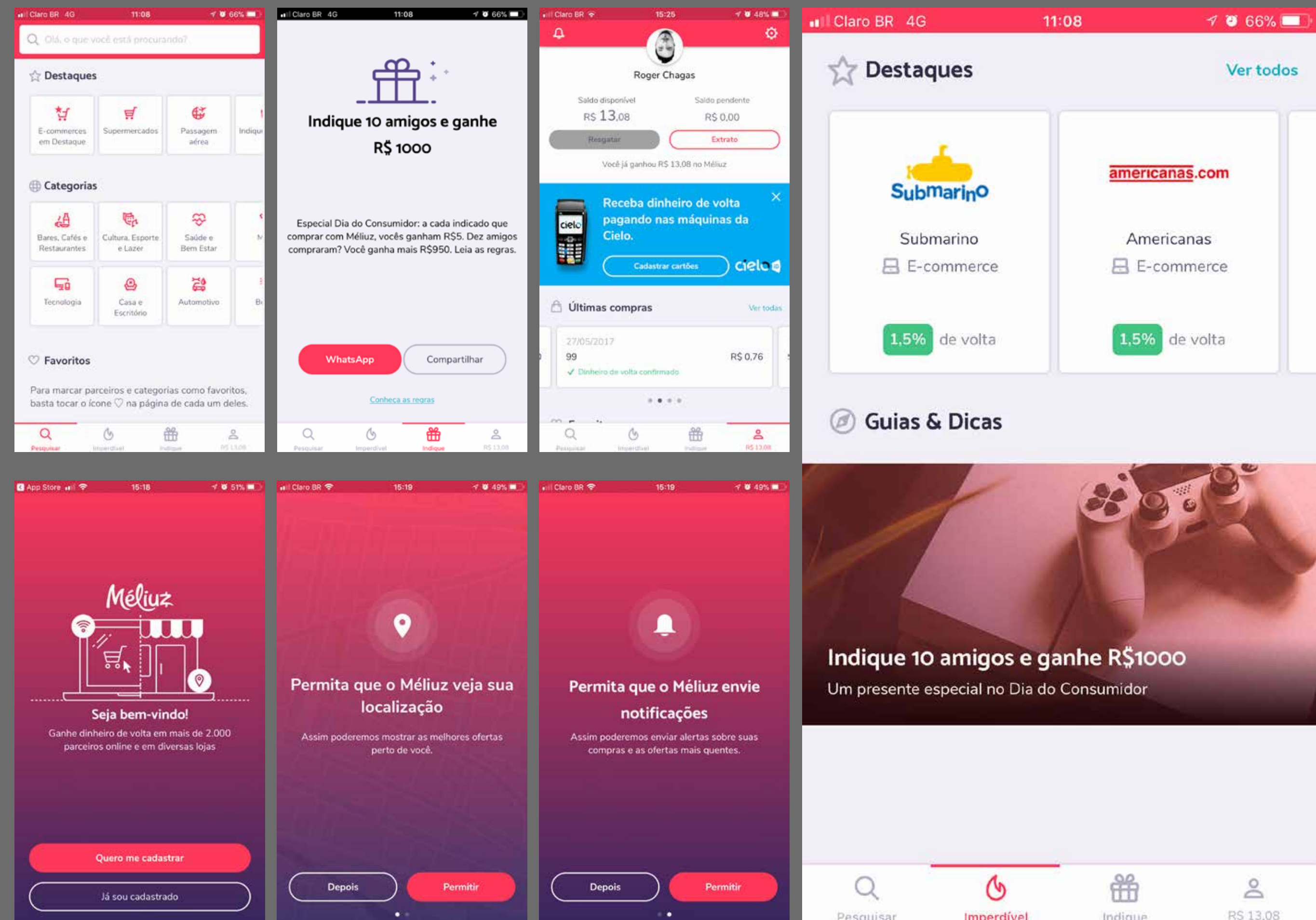
Meliuz

Sistema de Pontuação: 8

- 3 Programas Exclusivos: não possui um programa de exclusividade ou clube, mas trabalha o member get member engajando com cashback (ex: indique 10 users e ganhe mil reais);
- 1 Automatização: usuário recebe cashback por compras efetuadas em lojas parceiras, indicação de usuários; não oferece desconto, oferece cashback em compras realizadas através de link próprio para e-commerces parceiras - direcionamento para o site possui bugs tornando a experiência ruim; usuário é informado sobre regras de pontuação; usuário não tem uma instrução clara como funciona e a mecânica, a menos que ele já saiba como ele tem seu cashback (meliuz surgiu como site) o mobile first não tem força aqui
- 4 Variedade: a variedade fica ao dispor das e-commerces e serviços parceiros - submarino possui uma extensa lista de produtos o que amplia a oferta de variedades, há também serviço como 99 e cadastro do seu; diálogo com lojista (engajando-o a integrar a rede) é positivo mas só existe pelo site

Extras:

- 2 **Visual:** Visual por cards dos destaques - a menos que o usuário já saiba sobre o que se trata o app e como conseguir “pontos”
- 0 **Store:** reclamação de usuário quanto a ausência da função “estabelecimentos próximos”



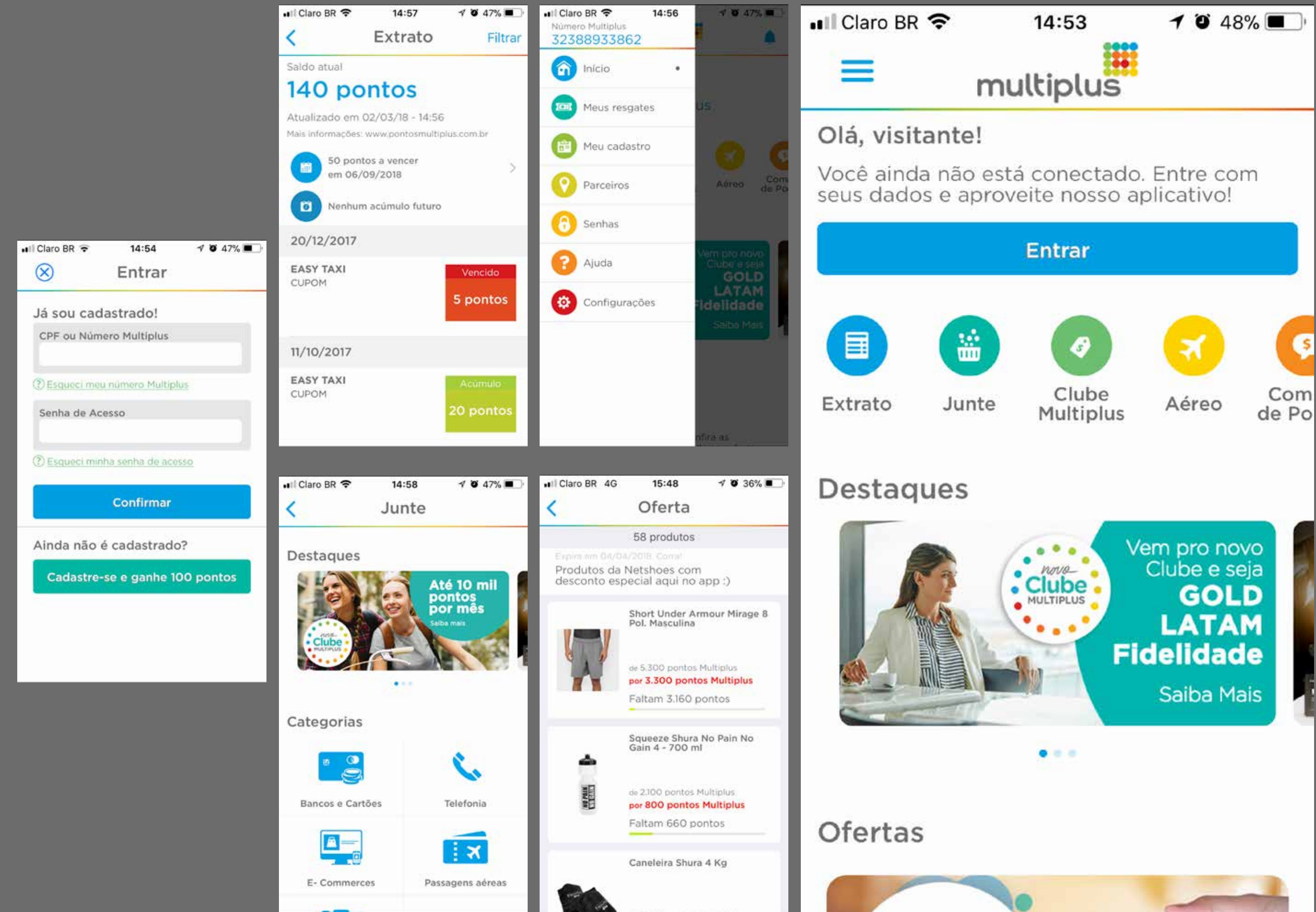
Multiplus

Sistema de Pontuação: 12

- 4 Programas Exclusivos: Clube Multiplus, programa para acumular pontos que não expiram
- 4 Automação: acumula-se pontos comprando em parceiros, programas de pontos: fidelidade, compra de pontos, transferencia de pontos de outras plataformas (lívolo), gasto em cartões de créditos cadastrados
- 4 Variedade: possui uma variedade de produtos e parceiros - LATAM, ecommerces (submarino, americanas...), a cada compra acumula-se pontos e há um catálogo de produtos variados para compras com os pontos

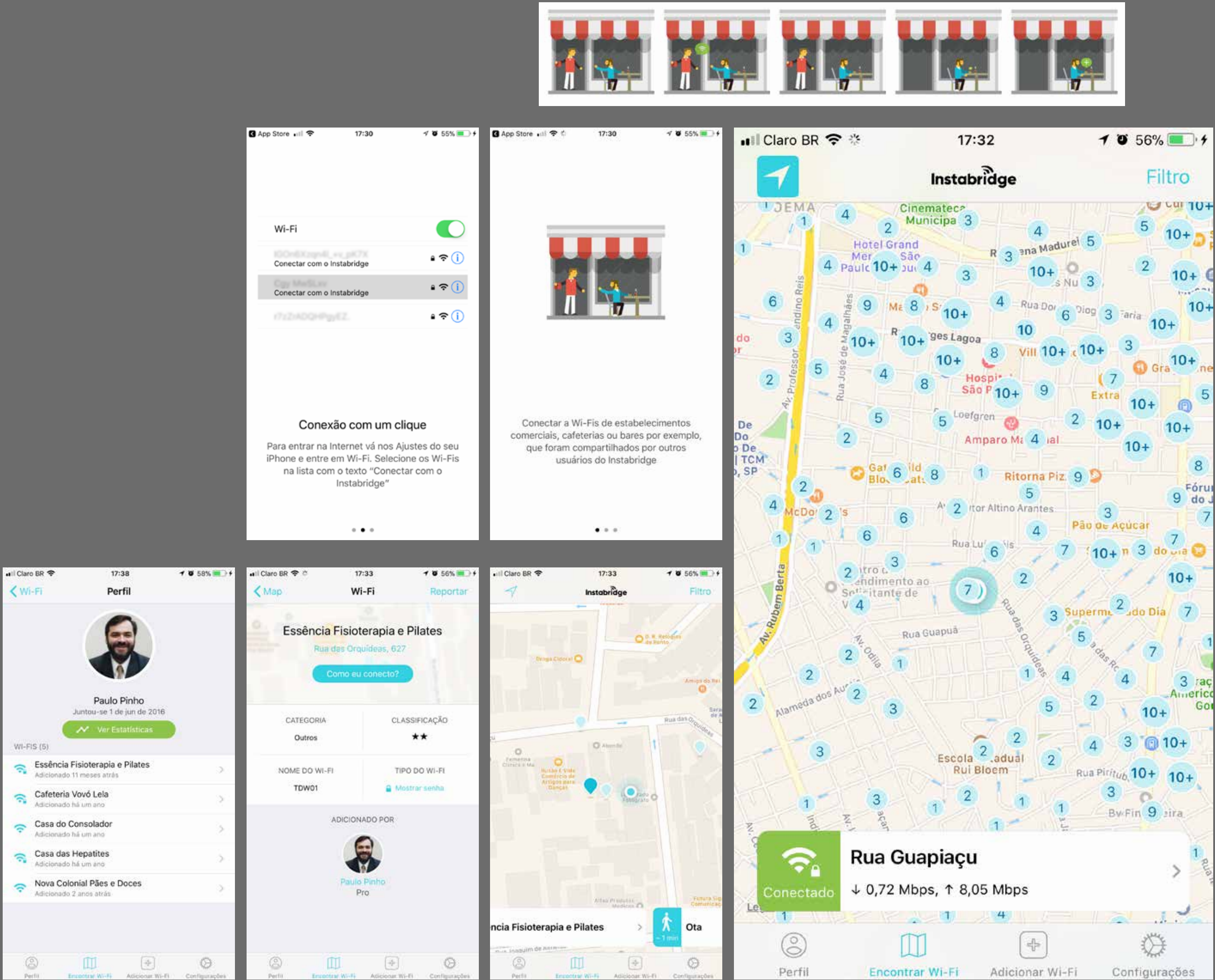
Extras:

- 0 **Usabilidade:** muitos bugs de direcionamento, itens e textos são alterados ou excluídos dependendo do caminho de acesso; experiência do site dentro do app é desagradável (o app direciona muito para o site);



Instabridge

- 3 **Localização: 3**
GPS carrega rápido, cores suaves dos pins confundem-se com o mapa, sem grandes novidades
- 2 **Wifi: 2**
As informações da rede como classificação e quem adicionou ajudam a filtrar a qualidade da rede, usuário não tem que digitar senha mas ainda assim libera a senha do local; adicionar wifi não é automático ou centralizado dentro do app;
- Outros:**
- 4 **Avaliação/Badges/Pontuação:** perfil da rede apresenta classificação, foto do local ou do usuário que adicionou, e o help é o mesmo do onboard porém personalizado com o nome da rede; perfil do usuário com data de entrada e quantidade de wifis compartilhados; ranking por categoria (exemplo PRO); pontos acumulados apenas por “competição”;
- 4 **Onboard:** onboard animado: uma animação em cada tela do onboard explica a mecânica de uso do app (conectar ao wifi), personalizado quando acessado pelo perfil da rede



Wifi Magic

2 Localização: 2

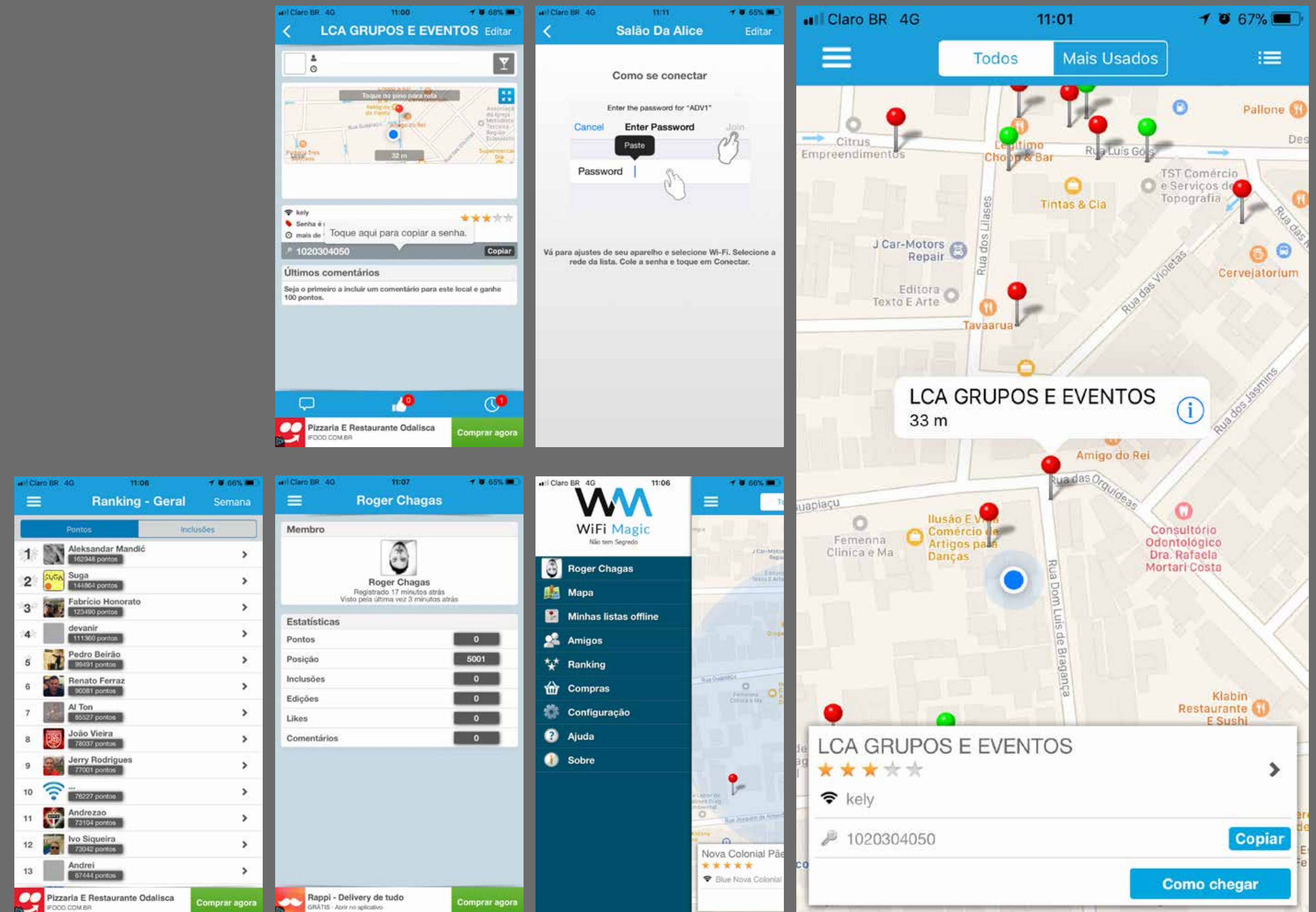
GPS carrega rápido, sem muita diferença do já existe, visual antiquado

1 Wifi: 1

Processo de conexão não é automático - informa qual é e onde está a rede e informa a senha, assim o usuário mesmo se encarrega de conectar nas configurações do celular; dá opção de “Como chegar”; permite adicionar; +! libera pontos aos usuários, cria um ranking, permite comentar em redes wifi dando opiniões e dicas sobre elas

Outros:

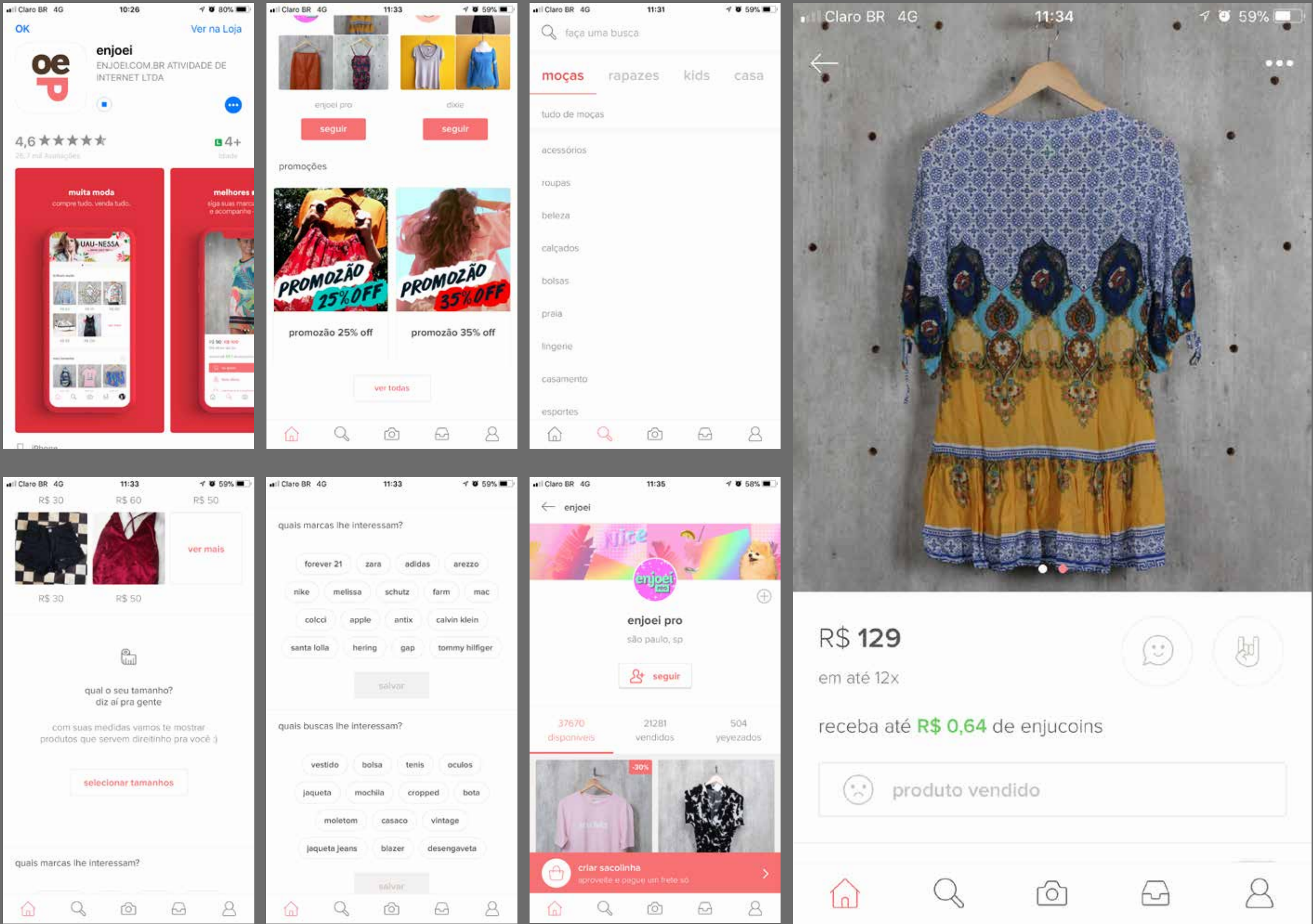
- Visual: visual muito técnico; app produzido pelo Foursquare, faz uso de alguns ícones e cores, mas peca pela aparência engessado; possui propaganda no app, interrompe a navegação constantemente



Enjoei

Inspiracional

5 **Vocabulário-Texto:** dialoga usando vocabulário informal e jovem, gírias, fun,



Uber

inspiracional

Sistema de Avaliação:

- 4

Qualidade/Relevância de informações: usuário avalia o motorista por estrelas ao término da corrida, também permite se aprofundar na avaliaçnao por comentários e badges: boa rota, prestativo, melhor motorista, boa conversa etc. Usuário tem acesso ao perfil do motorista onde pode ver a avaliação dele e comentários de outros usuários; suas avaliações são disponibilizadas após um tempo e seus dados não são divulgados - garantindo maior segurança e privacidade ao usuário; o motorista avalia o usuário no final da corrida com estrelas;

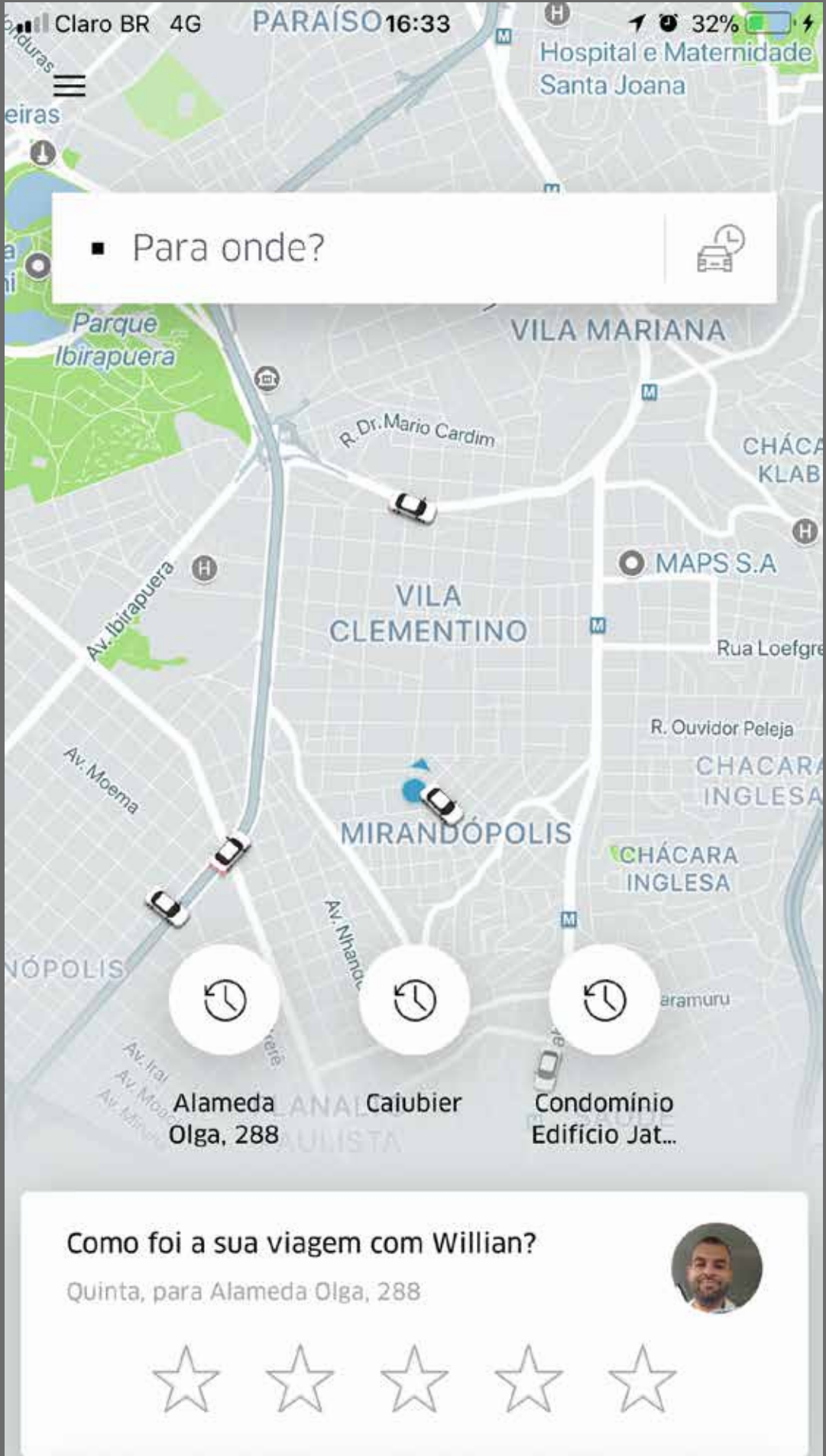
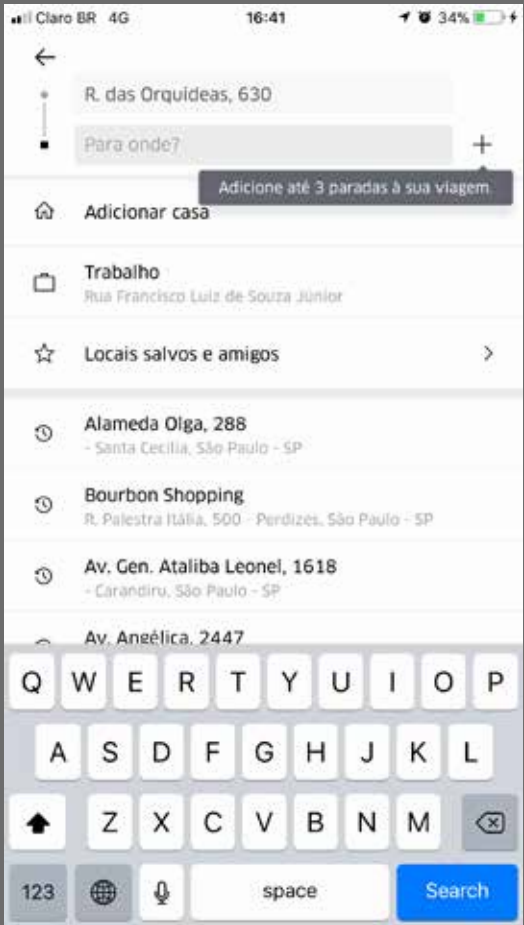
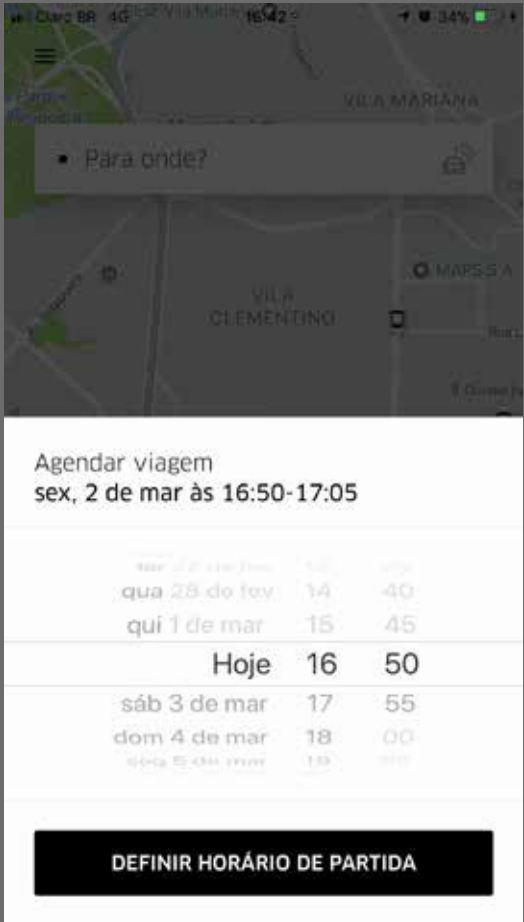
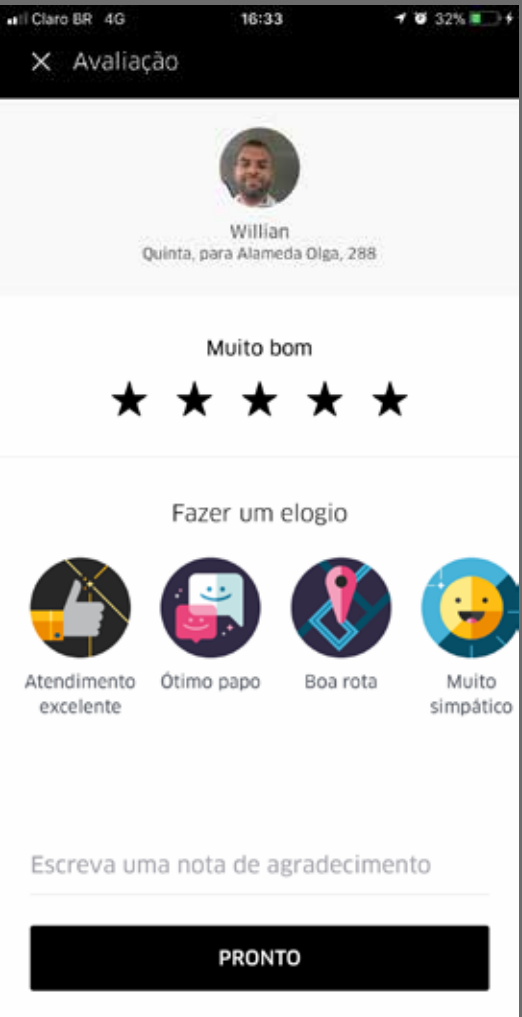
- 4

Badges: usuário tem à disposição badges liberados pela Uber para avaliar o motorista no final da corrida, de acordo com sua preferência e experiência durante a corrida

Outros

- 4

Usabilidade: simplicidade - o app se resolve todo na tela principal, sensação de abrir novas abas/telas sem “nunca sair” da home; informa funções ao usuário com visual discreto e mensagem direta; acesso por slide a perfil, e demais telas é intuitivo

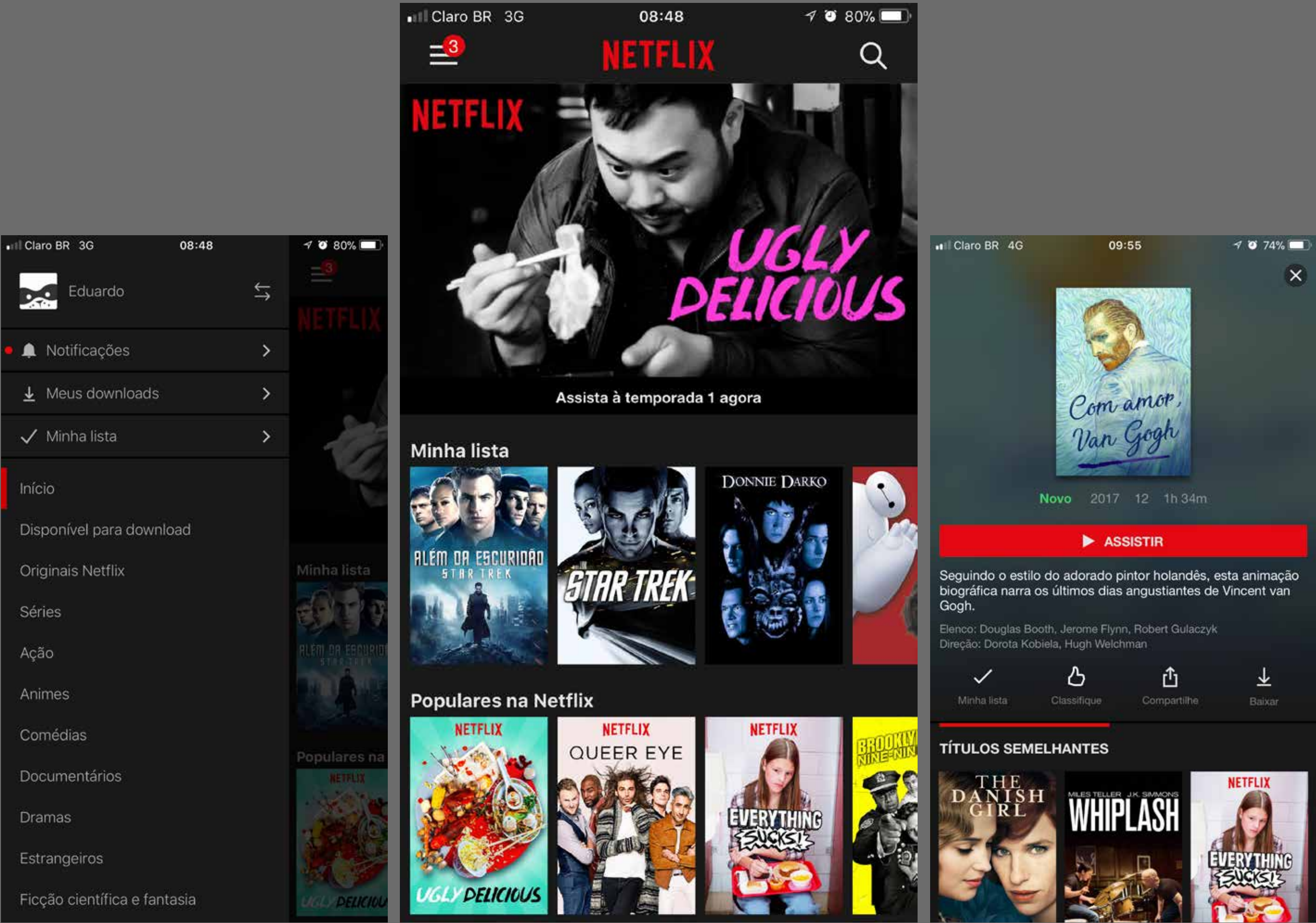


Netflix

inspiracional

4

Conteúdo Direcionado: Organiza todo seu catálogo em cards na home, separando-os por categorias e destacando lançamentos especiais ou o que quer chamar atenção do usuário; o conteúdo de cada categoria é apresentado ao usuário de acordo com as preferências do usuário (o sistema deles se baseia em suas preferências de uso, o que assistiu, o que salvou e o que classificou para indicar conteúdo direcionado);



Livelo

Visual/UI: 8
Sistema de Pontuação: 8

Foursquare

Visual/UI: 9
Localização: 3
Sistema de Avaliação: 7
Rede/Network: 4

Uber Eats

Visual/UI: 12
Localização: 4
Extras: Fotos: 4

iFood

Visual/UI: 12
Localização: 4

Rappi

Visual UI: 11
Localização: 4
Extras: Programas de Excl: 4

Airbnb

Visual/UI: 12
Sistema de Avaliação: 8
Extras: Vocabulário/Texto: 4

Meliuz

Sistema de Pontuação: 8
Extras-Visual: 2 | Store: 0

Multiplus

Sistema de Pontuação: 12
Extras: Usabilidade: 0

Instabridge

Localização: 3
Wifi: 2
Extras: Avaliação/
Badge: 4 | Onboard: 4

Wifi Magic

Localização: 2
Wifi: 1
Extras: Visual: 0

Notas máximas

12
Visual/UI
Uber eats; iFood; Airbnb

8
Sistema de Pontuação
Multiplus

4
Localização
Uber eats; iFood; Rappi

8
Sistema de Avaliação
Airbnb

4
Rede/Network
Foursquare

2
Wifi
Instabridge

INSPIRACIONAL

Enjoei: Vocabulário, Texto
Uber: Avaliação, Usabilidade
Netflix: Conteúdo direcionado

Observações Insights

Onboard

Pode até ser item obrigatório, mas tem que gerar interesse e dar as boas vindas, durante a pesquisa foram vistos modelos de onboard animados exemplificando de modo simples features e usabilidade ; não é manual ou guia de uso - em alguns casos funcionais a “ajuda” é substituída por notificações/alertas sobre a feature no primeiro acesso do usuário (assim uma tela de ajuda é necessária, mas não seria o primeiro contato do usuário com o app ou feature).

Voucher (já existe):

Quando o usuário quando entrar na página do estabelecimento ou em um link gerado pelo app para o estabelecimento, sem precisar resgatar, automaticamente é gerado um voucher de desconto para o usuário que pode beneficiá-lo de diversas maneiras: promoção de desconto no local, vá até o estabelecimento e retire um brinde, gaste tanto e economize tanto - vai depender do acordo com o estabelecimento, pode ser o cartão fidelidade também.

Visual

Há a tendência de apps organizados por cards e personalização de dicas via GPS (Uber eats, iFood, Airbnb, Rappi...) muitos ficam iguais em termos de experiência, diferenciando-se apenas pela identidade e vocabulário, deve-se ter o cuidado de construir uma experiência alinhada com os padrões visuais, aplicabilidade etc. atuais, mas com sua própria identidade. Netflix, por exemplo, usa cards desde sempre, mantém uma identidade forte e se diferencia dos demais.

Login

Deve ser criterioso, se a ideia é trabalhar compras dentro do app, o rigor se faz necessário - verificação, confirmação...(!?)

Gameificação

Processos de quizzes, atividades que liberam pontos (ou badges de promos) automaticamente dentro do app para o usuário.

*“Apps tem visuais incríveis...
diagramações não tão incríveis!”*

Considerações

O modo como é feito hoje, seccionando as funções, fica confusa a experiência, é muita função em um único lugar e o usuário se confunde qual o real propósito da Triibo. Somos uma comunidade que oferece vantagens para todos os integrantes da triibo (usuário com os pontos, prêmios etc.; estabelecimento com o giro de clientes em seu estabelecimento, visibilidade...; profissional com a facilidade na divulgação, agendamento, interação com novos potenciais clientes...). Logo, feita a heurística, o bench, reuniões iniciais e mais recentes, além de pesquisas paralelas inspiracionais, de fato, a melhor alternativa nesse momento é alterar a dinâmica do app centralizando seu uso em cards – com a ressalva de que a mecânica, identidade e demais detalhes devem ser adaptados ao contexto triibo!

Os cards criam “coringas” para serem divulgados em momentos pertinentes e conforme nossa necessidade e a de estabelecimentos parceiros, apresentar cards customizados por região e/ou preferências do usuário. Contudo, essa dinâmica não pode interferir no acesso do usuário a outras áreas do app devendo manter algo semelhante a uma navbar ou menu fixo. Itens/funções que devem permanecer constantes na experiência do usuário – perfil, wifi, estabelecimentos, promoções, produtos/vitrine, mensagens, profissionais*.

Perfil

Concentra toda a informação pertinente ao usuário e sua participação e uso do app: pontos, carteira, extratos, histórico de ações dentro do app e com outros usuário/estabelecimentos/profissionais, rede de amigos;

Wifi

Basicamente a mecânica existente hoje: encontrar/visualizar a rede próxima, conectar automaticamente, compartilhar;

Estabelecimentos

São os parceiros da triibo que movimentam promoções, ações, produtos/prêmios, e a prospecção é o nosso catálogo aumente consideravelmente: usuário deve ter poder escolha, organizar e visualizar como preferir sua lista de estabelecimento (lista, mapa), as informações do local devem conter nome, localização, horário de funcionamento, avaliação (no futuro inclusive usuário pode acrescentar sua avaliação, comentários sobre o local e/ou serviço prestado), fotos – isso implica em um processo de cadastro mais zeloso e criterioso dos estabelecimentos (termos, nomes, informações – hierarquia, critério e relevância)

Promoções

Irão variar entre ações triibo e ações parceiros/estabelecimentos (profissionais também? vale estudar isso no futuro): usuário deve receber suas promoções de modo personalizado – de acordo com suas preferências, de acordo com sua região e ainda de acordo com o tamanho da promoção (nível lolla e argentina, ou seja, atingem

todo o banco de usuários, não é regional), a promoção deve conter um nome claro e bem definido (em qualquer nível seja grande ou pequena, devemos ter cuidado para o nome da promoção não se tornar uma frase enorme), a descrição deve conter a mecânica e o estabelecimento (quando estiver associada a um), cliente resgata e gera seu QR code (identificador da campanha), se houver necessidade de validar essa mecânica deve ser estipulada com o estabelecimento parceiro e definir a melhor campanha – o nível de complexidade implicará em ações internas para instruir as partes responsáveis pelo funcionamento/mecânica da promoção

- **conforme a promoção estiver em andamento, teremos informações quanti e quali da mesma, isso deve ser usado para dar a promoção destaque no app – o que pode ser acordado com o parceiro ou não – podemos ceder isso ou cobrar...vai depender do interesse comum;**

Produtos/Vitrine

As ações do usuário lhe garantem pontos que são trocados por prêmios, produtos, promoções: a vitrine também pode ser customizada por preferência e região do usuário (generalizando se ele for diabético não vai querer ver promoções e prêmios de chocolate), sua organização deverá considerar os mesmos critérios das promoções (nome, mecânica de troca, onde, como retirar/receber...)

- **considerar que as melhores e mais requisitadas promoções ganham destaque, aqui a ideia é a mesma, se um prêmio tiver um valor significativo, o mesmo deve ter um destaque e novamente a dinâmica de como fazer isso pode ser acordado com o parceiro ou não – podemos ceder isso ou cobrar...vai depender do interesse comum;**

Mensagens

Nosso principal ponto de comunicação com o usuário dentro do app: uma vez que conseguimos a atenção dele (soube da triibo, baixou e instalou) as notificações são um tormento pra qualquer usuário, a comunicação padrão (boas vindas, informe de pontos ganhos etc.) deve ser mantida, porém as demais notificações acerca de promos e ações principalmente, devem ter um cuidado muito grande – muitas notificações similares ou iguais a todo momento tornam-se obsoletas rápido. Deve permitir que usuário configure o que ele quer receber ou não (dar ao usuário poder de escolha é fundamental). Ex:



Esse é apenas um exercício... mas o fundamental é dar a ele poder de escolha e direcionar notificações de modo mais assertivo, além de variar texto e tipo de notificação. Os que serão avisados e optaram por receber notificações conseguem maior vantagem se ativarem as notificações.

Claro que limitar o envio de notificações pede outros meios de informar a campanha, onde no caso podemos nos apoiar nos destaques (usuário visualiza a promo na home, se ele for um usuário que não ativou as notificações de promoções ele vai ver essa promo na tela inicial do app – se quiser participar ele entra, se demonstrou interesse (clizou no banner, entramos em contato – notificação, email... – assim a arte e o planejamento de campanha para ser assertivo na comunicação são fundamentais), as redes sociais também são apoios importantes e devem ter link constante e direto entre si e principalmente com o app – ações para pontuação entre outras coisas devem se apoiar em redes sociais uma rede social deve chamar a outra e todas devem chamar o app, assim, cria-se um fluxo orgânico de usuários e interessados no app; coisas pontuais como pesquisa, quiz etc. devem levar em consideração nossa necessidade e interesse, pois pode além das notificações, também ter apoio das redes e email;

Temos o interesse de gerar o senso de comunidade e rede dentro do app, a comunicação dos usuários entre si soa antiquada em primeira instância e deve ser estudada, porém, mensageria é algo que todos os apps desse tipo fazem, e afinal de contas é o que comunidade e rede representa - diálogo, porém precisamos estudar a melhor maneira de organizar isso - a princípio vejo essa feature quase como obrigatória para Profissionais!

Professionnels

Área pouco explorada hoje, mas com potencial para atrair prestadores de serviço interessados em divulgar seu trabalho: o número de prestadores de serviço aumenta consideravelmente, assim ter uma ferramenta que me apoia nisso é algo de valor para nós e para eles, existem diversas maneiras de explorar isso, porém, vendo como os apps atuais funcionam e associando por similaridade, vejo os profissionais quase como motoristas de ubers - prestam o serviço, agendam, efetuam o pgto... tudo com apoio de um app; Essa mecânica claro, implica que treinemos profissionais e/ou uma série de implicancias burocráticas; porém se tivermos o Profissional como um equilíbrio entre o usuário e o estabelecimento, conseguimos ter uma feature que permita que o usuário filtre, encontre, dialogue e agende com o profissional, posteriormente avaliar e comentar - nossa preocupação e cuidado aqui é ter um critério maior no cadastro desses profissionais (não podemos nos responsabilizar por uma sessão de acupuntura mal sucedida)

Badges

É uma realidade a ser considerada para as principais funções e personagens do app - wifi, usuário, profissionais, estabelecimentos - e também é uma forma de gameificação

CARDS

<https://uxplanet.org/best-practices-for-designing-cards-a19f53cab052>

Login

<https://blog.prototypr.io/how-to-perfect-your-mobile-apps-login-screen-ecbeb436952>

Onboard

<https://medium.com/ui-lab-school/o-que-%C3%A9-user-onboarding-becb7a31e72f>

Gameificação

<https://medium.com/ui-lab-school/gamification-ou-gamifica%C3%A7%C3%A3o-aplica%C3%A7%C3%A3o-na-experi%C3%AAncia-de-usu%C3%A1rio-ux-e-interface-de-usu%C3%A1rio-ui-cca7db0017ad>

ID

<https://medium.com/ui-lab-school/ui-style-guide-definindo-a-abordagem-visual-fb8c682b2c7e>



Benchmark Funional | inspiracional
Roger Chagas - triibo UX