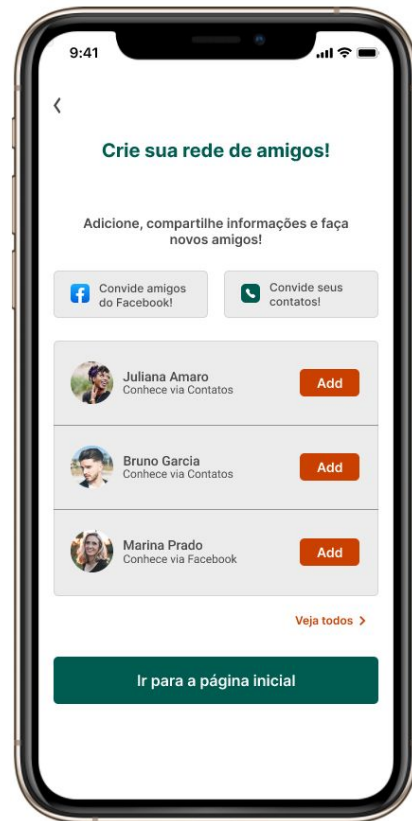


# Rede social para quem é apaixonado por corrida

## Fluxo de cadastro



# Desafio

**Criar um fluxo de login/cadastro de uma rede social para quem é apaixonado por corrida de rua.**

Nesse desafio, meu objetivo era entender quem são as pessoas usuárias, quais informações são importantes para essa fase da interação com o produto e como tornar o fluxo simples e fácil.

**Período para a realização do desafio:**

- 4 dias

**Etapas:**

**Pesquisa**

- sobre o público
- quantitativa
- benchmarking

**Ideação**

- wireframes
- protótipo

**Métricas**

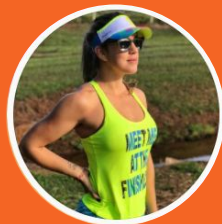
**Próximos passos**



# Pesquisa

# Pesquisa sobre o público

Para o início do projeto, fui entender sobre as pessoas que viriam a usar a rede, ou seja, pessoas que gostam de correr e que têm alguma familiaridade com redes sociais. Meu primeiro passo foi observar como esse público se comporta em outras mídias. **Pesquisei no Instagram as hashtags sobre corrida e três perfis com alto engajamento e pude identificar os assuntos e posts recorrentes que geram maior interesse.**



euescolhicorrer (Alana Sícoli)  
134 mil seguidores



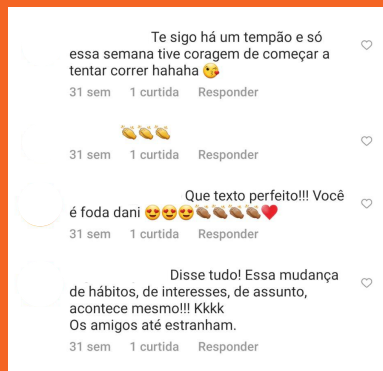
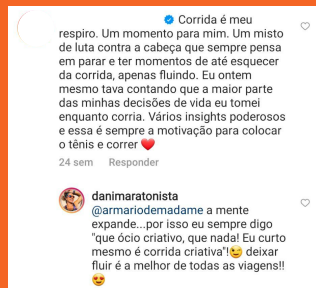
ultramarciovillar (Marcio Villar)  
12,5 mil seguidores



danimaratonista (Daniela)  
8,2 mil seguidores

# Pesquisa sobre o público

Algo interessante a ser observado nesses perfis é que a prática de correr é vista por esse público como algo além da atividade física. A corrida tem relação com autoconhecimento e superação. Existe um incentivo por parte dessa comunidade em compartilhar metas e conquistas e de prestigiar as de seus amigos.



# Pesquisa quantitativa

Para me aprofundar em minha pesquisa, criei um formulário de perguntas e enviei para grupos do facebook voltados à corrida. **Nessa etapa, eu teria respostas diretas sobre as motivações para correr e o uso de tecnologias para acompanhamento de desempenho.**

Total de 36 respostas

78%

utiliza alguma ferramenta para acompanhamento e histórico de corrida. Dessas, as mais citadas foram:

- Garmin
- Strava

E por que esse público gosta dessas ferramentas?

*“Obter informações exatas sobre o andamento dos meus treinos”*

*“Me ajuda a me policiar durante as corridas”*

*“Com ele é possível inserir o meu treino, facilitando assim no desempenho e execução do que fora proposto pelo treinador.”*

# Insights

Apaixonados por corrida demonstram **satisfação em acompanhar sua evolução** continuamente e **compartilhá-la com seus amigos**.

Isso acontece principalmente por meio de:



Dispositivos inteligentes, como smartwatches



Apps com histórico das corridas

# Benchmarking

Para seguir com o desafio, iniciei um benchmarking com plataformas de redes sociais e aplicativos para acompanhamento de corrida. Os dois serviços são muito utilizados pelo público pesquisado e entender como essas marcas solicitam informações foi muito válido para me nortear nas próximas etapas.

The Strava logo, consisting of the word "STRAVA" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid orange rectangular background.

**STRAVA**

The Facebook logo, featuring the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font, centered within a solid blue rectangular background.

**facebook**



*Instagram*



# Insights

**Redes sociais:** oferecem um serviço personalizado. Por essa razão, solicitam informações pessoais e **dão liberdade para que pessoas usuárias escolham o momento em que vão preencher ou atualizar seus dados**, deixando esses campos acessíveis.

**Apps de corrida:** Oferecem os dados de forma didática e ilustrativa. **Facilitam a experiência permitindo que as pessoas usuárias transfiram as informações do seus dispositivos wireless.** Com isso não é necessário ficar preenchendo campos sobre as corridas.



# Ideação

# Wireframes

Depois de observar como as marcas apresentam seus serviços e obter insights interessantes, **comecei a criar wireframes com as informações que deveriam entrar na rede social.**

The image displays two mobile application wireframes side-by-side, representing a social network's authentication and registration process.

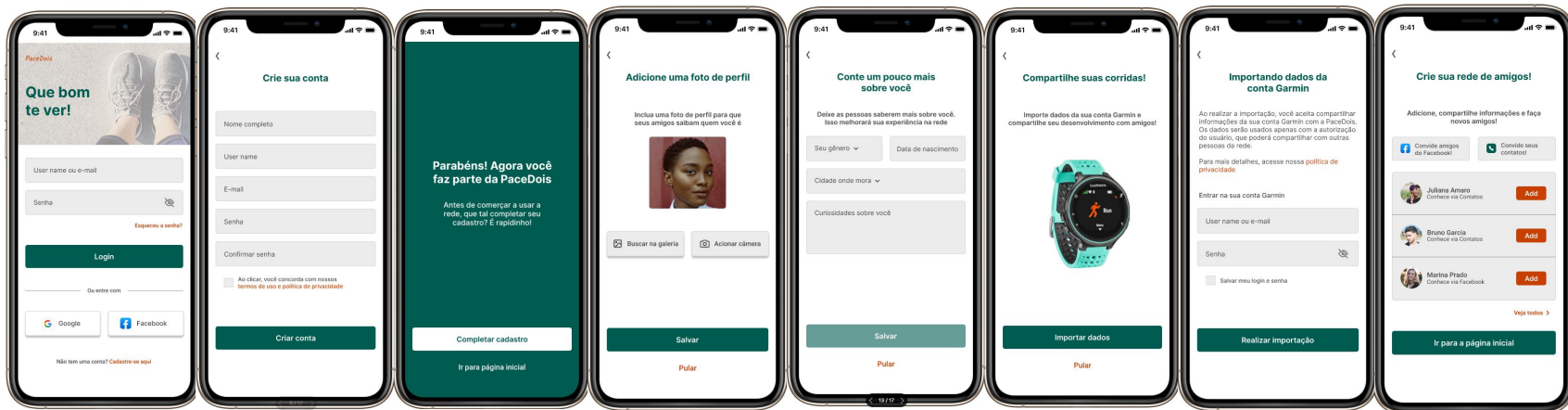
**Wireframe 1: Sing up or login**

- Header:** Displays the time '9:41' and standard mobile status icons (signal, Wi-Fi, battery).
- Image Placeholder:** A large square area with a diagonal 'X' indicating a missing profile picture or app icon.
- Input Fields:** Two stacked rectangular boxes for 'Username ou e-mail' and 'Senha' (Password).
- Link:** A text link 'Esqueceu a senha?' (Forgot password?) is positioned to the right of the password field.
- Buttons:** A 'Login' button is located below the input fields. Below it is the text 'ou' (or), followed by an 'Entrar com o Google' (Sign in with Google) button.
- Footer:** A link at the bottom reads 'Não tem uma conta? Cadastre-se aqui' (Don't have an account? Sign up here).

**Wireframe 2: register - 1**

- Section Header:** The text 'Criar conta' (Create account) is centered at the top.
- Form Fields:** The registration form consists of several stacked input fields: 'Nome' (Name) and 'Sobrenome' (Surname) as separate fields, followed by 'Username', 'E-mail', 'Senha' (Password), and 'Confirmar Senha' (Confirm Password).
- Text:** Below the form fields, the text 'Você aceita nossa política' (You accept our policy) is displayed.
- Button:** A 'Criar conta' (Create account) button is positioned at the bottom of the form area.

# Protótipo

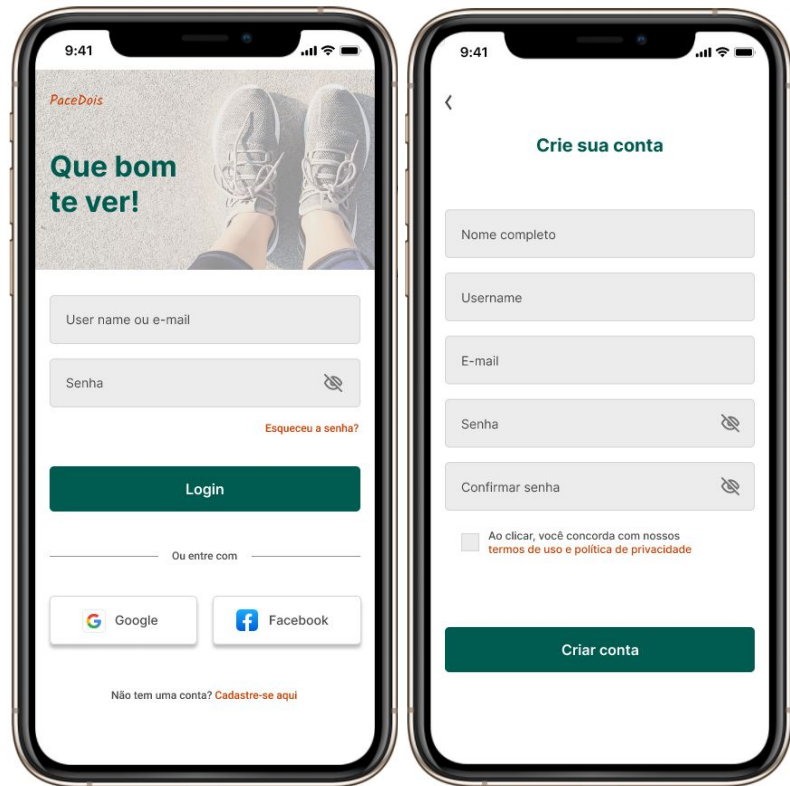


# Protótipo

## Tela de cadastro inicial/login

Para facilitar o processo, minha decisão foi de manter os dados de login e a opção para criar um cadastro em uma tela só, evitando que sejam necessários dois cliques para logar.

Por se tratar de uma rede social, além da solicitação de nome, e-mail e senha, também foi inserido um campo de Username, para que a pessoa usuária possa escolher a forma como vai se apresentar.



# Protótipo

## Confirmação de conta e completar cadastro

Para melhorar a experiência, deixei como escolha da pessoa usuária quando ela prefere completar seu cadastro. É possível que ela insira todas as informações no momento que preferir. Sugerir que o preenchimento seja feito antes de entrar na rede é uma forma de estimulá-la a completar esse passo naquele momento, sendo mais difícil de ela esquecer ou nunca terminar.

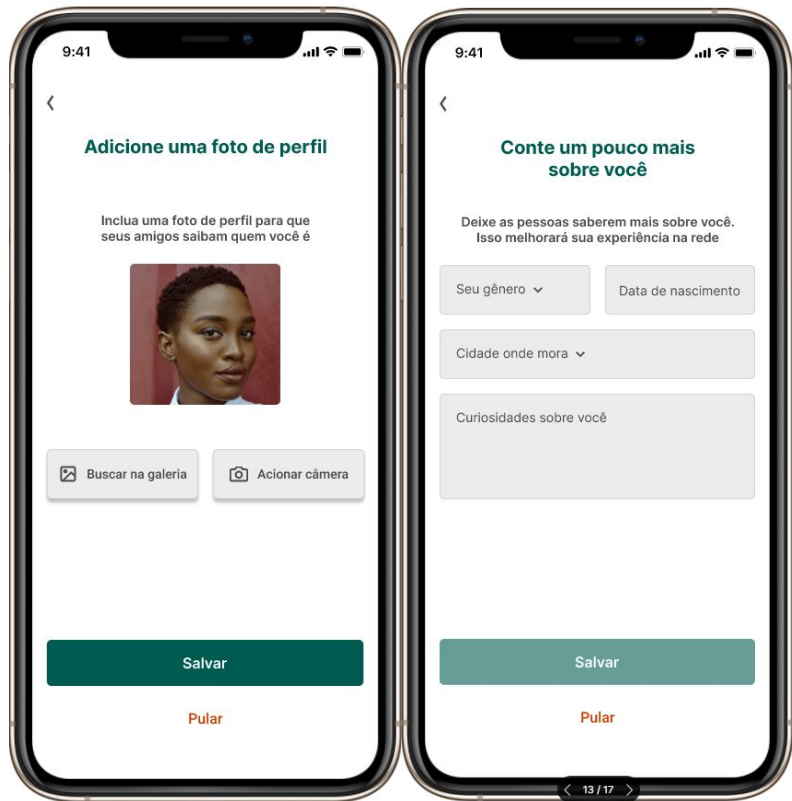


# Protótipo

## Completando o cadastro

Usando como referência outras redes sociais, separei o processo de cadastro em etapas, começando com informações pessoais. Além de permitir que a pessoa usuária se apresente a outras pessoas na rede, essas informações também são importantes para estruturar a base de dados do produto.

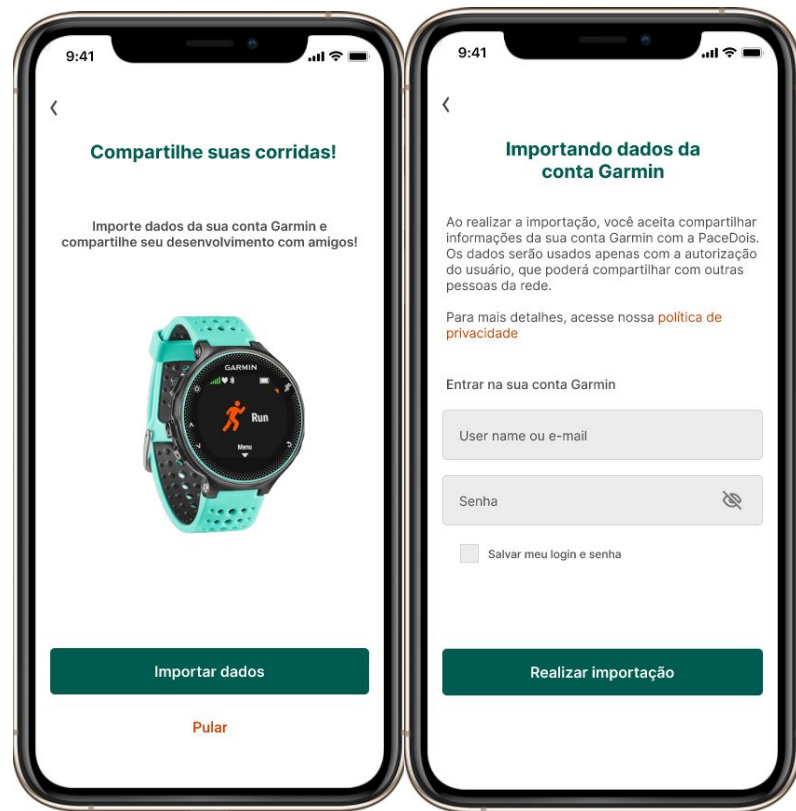
Além disso, a pessoa usuária ainda tem a escolha de **pular**, caso não queira passar aquela informação naquele momento.



# Protótipo

## Importando dados da conta Garmin

Como observado na fase de pesquisa, quem é apaixonado por corrida gosta de acompanhar e compartilhar seu desenvolvimento. Por esse motivo, uma ideia interessante seria a possibilidade da pessoa usuária importar os dados de corrida imputados na sua conta Garmin e assim compartilhar de forma rápida com outras pessoas da rede. Para isso, seria necessário uma parceria com a marca de relógios.

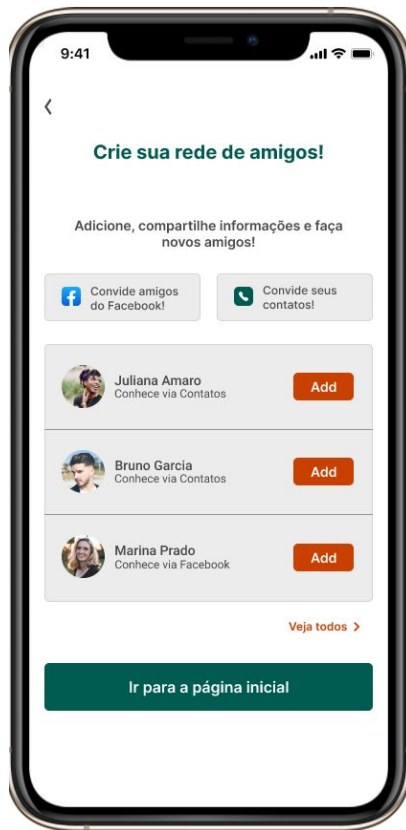




# Protótipo

## Criando a rede de amigos

Por último, a pessoa usuária poderia começar a criar sua rede de amigos, seja adicionando pessoas que já fazem parte da rede, ou convidando contatos e amigos de outros lugares a participar.





# Métricas

Para entender o quanto o processo de cadastro está de acordo com o nível de experiência desejado, trabalharia com as seguintes métricas:

- Tempo de execução - realizar um teste de usabilidade para entender o quanto os usuários demoram para completar o cadastro
- Taxa de abandono - avaliar se os usuários estão preenchendo o cadastro ou pulam direto para a página inicial da rede
- Taxa de sucesso - verificar quantos dos usuários que iniciaram o cadastro finalizaram o processo com todas as informações preenchidas
- CES (Customer Effort Score)



# Próximos Passos

Para seguir com o projeto, algumas etapas são necessárias. São elas:

- Teste de usabilidade  
Chamar cinco pessoas usuárias para testar o produto
- Trabalhar nas dificuldades apresentadas durante a fase de testes
- Desenvolver junto ao time de engenheiros
- Avaliar periodicamente as métricas estipuladas anteriormente