

## Aula 2

### **User Experience e Plataformas Digitais**

Prof.<sup>a</sup> Josiane Tochetto

### **Metodologias e descobertas**

#### **O processo**

##### **Briefing**

- Que projeto é esse?
- Para quem?
- Qual é o investimento?
- Qual é o prazo?
- Quais são os objetivos ao final do projeto?
- Quais são as expectativas?

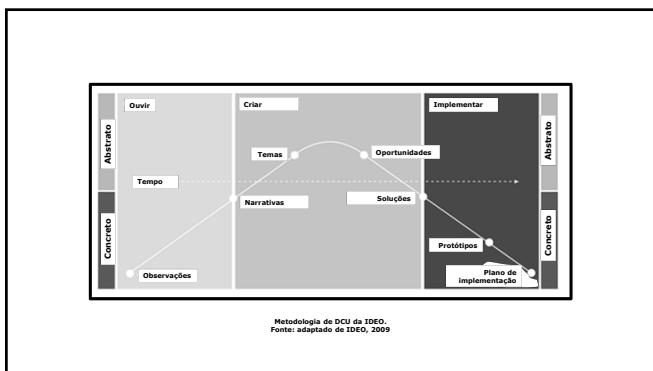
- O planejamento de ações, as ferramentas utilizadas e o percurso a ser seguido garantem que os produtos desenvolvidos sejam padronizados e respeitem corretamente os princípios de experiência do(a) usuário(a), assim como estejam alinhados com a visão estratégica de negócio

#### **Metodologia de *Design* Centrado no Usuário (IDEO)**

- **Design centrado no usuário:** avaliação e projeto com base nas necessidades, nos desejos e nos comportamentos das pessoas
- Assim, é possível identificar possíveis soluções para produtos, serviços, organizações, entre outros

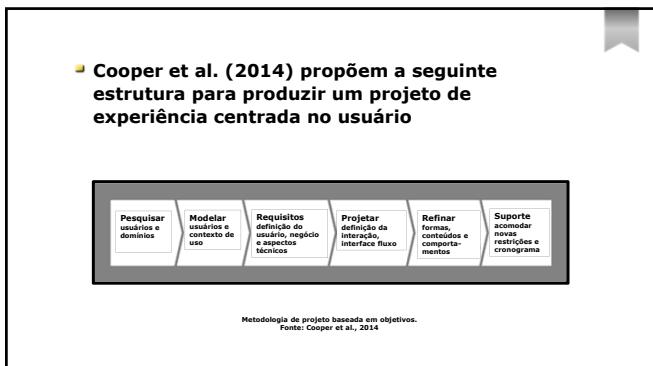
##### **Três lentes da metodologia proposta pela IDEO (2009)**

- Desejo: O que as pessoas desejam? Quais são suas necessidades?
- Praticabilidade: O que é tecnicamente possível de se produzir?
- Viabilidade: O que é viável financeiramente? Está alinhado com meu modelo de negócios e posicionamento?

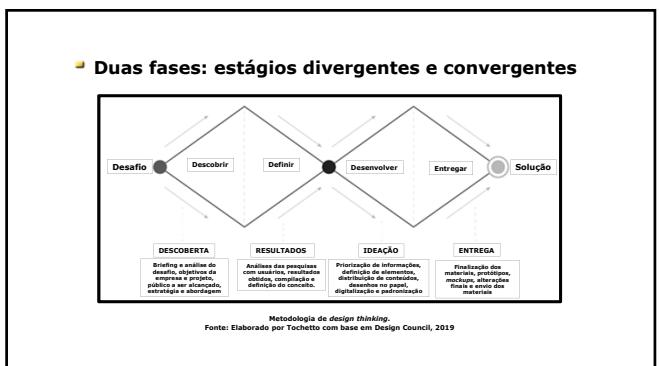


### Metodologia orientada pelo objetivo

- **Metodologia baseada na intenção final do usuário com o uso do produto ou serviço**  
(Cooper et al., 2014)
- **Ao compreender a motivação e os objetivos do usuário, podemos explorar e comparar as diferentes formas de atingilos, seja por meio de tecnologia ou de serviços** (Barbosa; Silva, 2010)



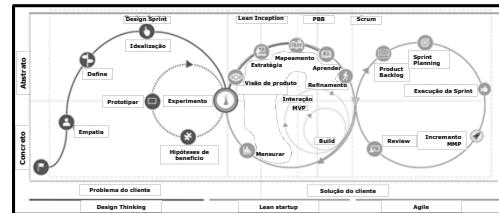
### Metodologias mais utilizadas



## Metodologias ágeis

- Metodologias existentes: *Lean UX, Scrum e Sprint*, outras estão surgindo
- Utilizadas principalmente em contextos de *startups* e desenvolvimento, para acelerar processos e possibilitar a inovação
- Essas abordagens permitem “ganhar tempo” de projeto, mas infelizmente podem não se aprofundar no relacionamento e nas descobertas com a participação dos usuários

## Design thinking, design sprint, lean startup e agile

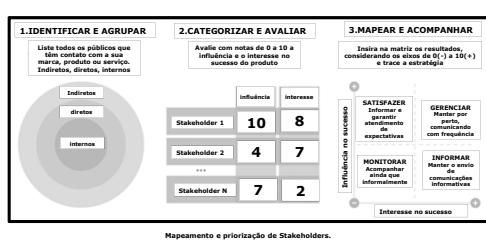


## Explorando o tema

## Stakeholder

- Qualquer pessoa, instituição ou empresa com grande interesse em um serviço, sistema, empresa ou marca, incluindo “acionistas, funcionários, parceiros, fornecedores, clientes e membros da comunidade”  
(Neumeier, 2004, p. 136)

### Como elencar os principais stakeholders



## Contexto

- A experiência implica a combinação de “pessoas, tecnologias, atividades e os contextos nos quais a interação acontece” (Benyon, 2011, p. 63)
- Contexto: atividades e relações, sejam estas no âmbito imediato de uso ou na sua implicação social e cultural (Benyon, 2011)

### Benchmarking

- Pesquisa referencial ou análise de similares
- Possibilita “aprender com as empresas – sistemas, serviços ou experiências – que apresentam um desempenho superior em algumas tarefas” (Kotler, 2000, p. 249)
- Exemplos: estudo de casos, empresas com serviços similares, referências de projetos, referências citadas segundo os stakeholders etc.

### Pesquisa em UX

### Pesquisa em UX



### Pesquisas quantitativas e qualitativas

- **Pesquisa qualitativa: exploratória e descritiva, rica em “descrições de pessoas, situações, acontecimentos, fotografias, desenhos, documentos, etc.”** (De Oliveira, 2011)
- **Pesquisa quantitativa: quantificação dos dados, geralmente utilizando bases estatísticas para análises e amostras de participantes maiores**

- **Métodos qualitativos propostos no kit de ferramentas da IDEO (2009)**
  - **Entrevistas individuais**
  - **Entrevistas em grupo**
  - **Autodocumentação**
  - **Descoberta guiada pela comunidade**
  - **Entrevistas com experts**

### Entrevistas

- **São uma das técnicas mais utilizadas e mais poderosas na aproximação e descoberta de insights**
- **Exploratórias e humanizadas, permitem conhecer profundamente as pessoas e o contexto em que estão inseridas** (IDEO, 2009)

- Para Benyon (2011), existem três tipos de entrevistas
  - Estruturadas:** utilizam perguntas fixas, ordenadas e roteirizadas com antecedência
  - Semiestruturadas:** utilizam um roteiro prévio, mas podem sofrer alterações conforme sua aplicação
  - Não estruturadas:** não possuem questões ou tópicos pré-elaborados

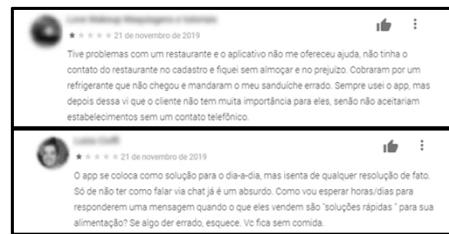
### Etnografia

- Visa compreender e descrever o contexto, o modo de vida e o comportamento do usuário, a partir do seu ponto de vista (Fernandez, 2019)
- Situada no momento em que as interações acontecem, considera de forma integral questões intangíveis (significado, valor e forma), o comportamento observável (o que parece estar sendo realizado) e sua real intenção (o que realmente aquilo significa)

### Netnografia

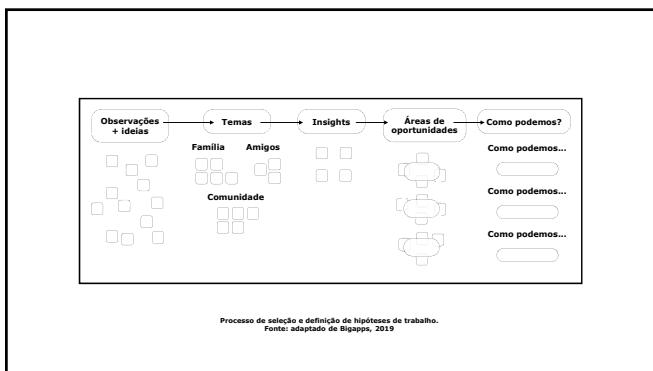
- Mesmo enfoque que a etnografia na tentativa de compreender o usuário, mas é centralizada no contexto on-line e digital
- Percebe-se, em alguns momentos, que é verdadeira a frase: "Não somos na vida real as mesmas pessoas que somos na internet"

### Insights estão em todos os lugares



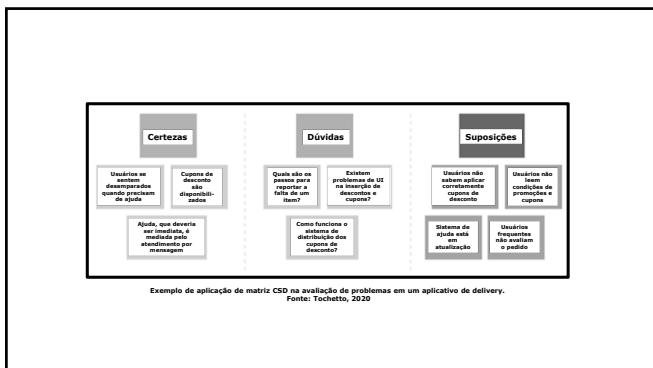
### Trabalhando com hipóteses

- Hipóteses: sentido dos dados coletados por meio da pesquisa, seja inicial ou de profundidade
- Podem ser formuladas antes e depois da pesquisa com entrevistas, por exemplo, validando as informações
- Compilação dos resultados de pesquisa



### Matriz CSD

- **CSD: certezas, suposições e dúvidas**
- **Certezas:** o que nós já sabemos a respeito do problema/tema?
- **Suposições:** quais são as nossas hipóteses ou o que supomos saber?
- **Dúvidas:** quais são as dúvidas e o que podemos melhor investigar para a compreensão do problema?

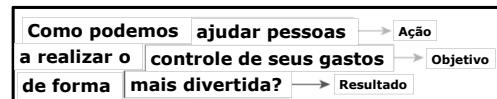


### Como podemos...?

- Utilizada para direcionar e sintetizar em uma frase os resultados da pesquisa
- Será usada como uma declaração ou um posicionamento que orientará as próximas fases do projeto
- A ferramenta usa como elemento-chave a empatia

- Segundo a IDEO (2009), para construir essa declaração, utilizaremos três pontos-chave
- “Como podemos...?” encoraja os profissionais envolvidos a pensar ações que beneficiaram o usuário
- ...para: explora quais usuários ou stakeholders e direcionada a solução
- ...alcançar esses resultados: são propostos os objetivos ou as soluções, assim como os benefícios

### Posicionamento baseado na empatia



Exemplo de aplicação da ferramenta “Como podemos...”.  
Fonte: Tochetto, 2020