

Aula 6

Estratégias de gamificação e engajamento no *design*

Prof. Victor Moreira

1

Entendendo organizações e usuários

2

Modelo do processo de *design thinking*



3

Empatia – entendendo organizações e usuários

- Aspectos fundamentais
 - Cultura da empresa
 - Objetivos de negócio
 - Preferências dos usuários

4

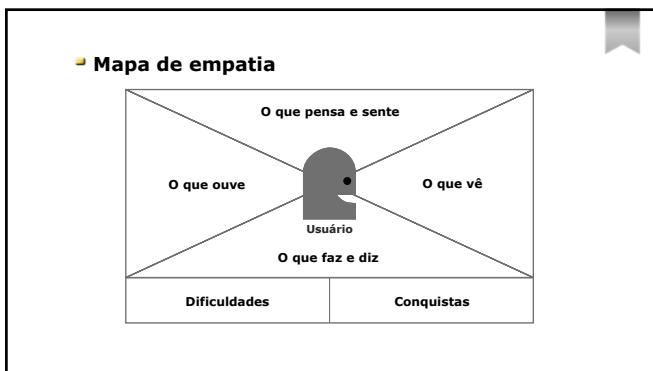
Técnicas para entender usuários

- Entrevistas
 - Natureza: qualitativa
 - Aborda: aspectos subjetivos
 - Quantidade: 3-5 entrevistas
- Questionários
 - Natureza: quantitativa
 - Aborda: aspectos estatísticos
 - Quantidade: amostral

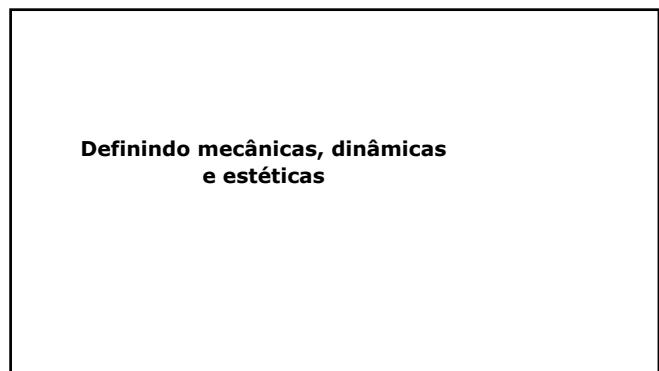
5

- Observação
 - Intrusiva ou não intrusiva
- Jornada do usuário
 - Representação gráfica de todas as etapas que podem ser realizadas na aplicação

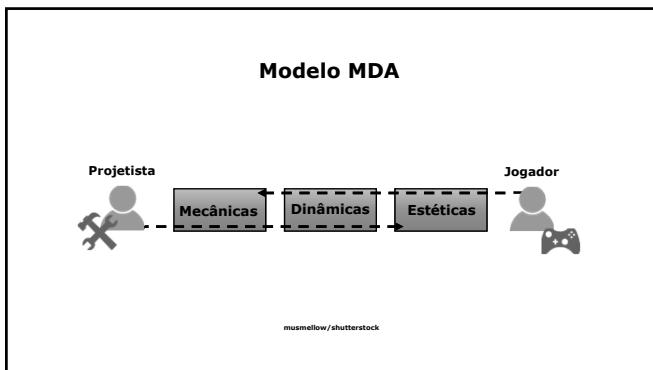
6



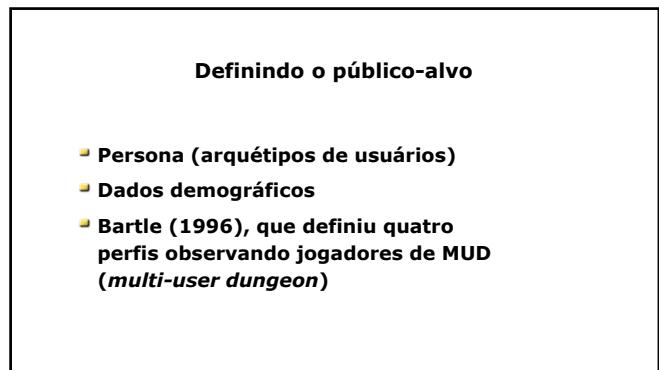
7



8



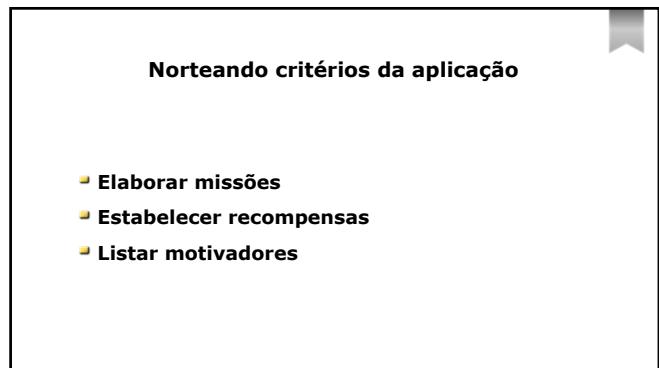
9



10



11



12



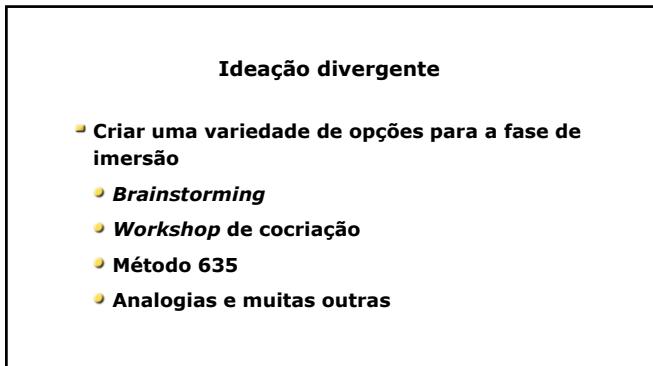
13

Ideação

Pensando fora da caixa

- Schell (2008) explica que, para criar uma boa experiência, a mecânica, a história e o tema devem ser considerados elementos centralizadores
- História – narrativa – (mecânicas – dinâmicas)

14



15

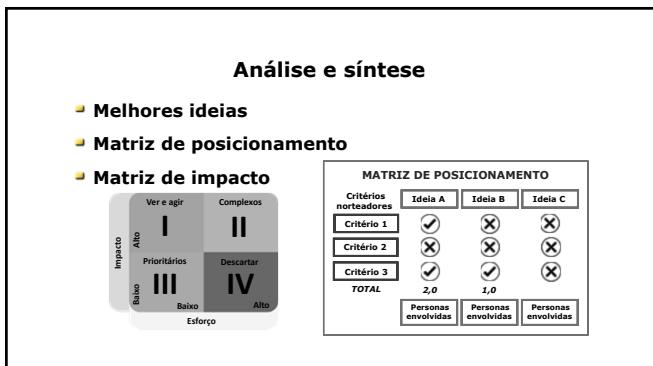
Ideação divergente

- Criar uma variedade de opções para a fase de imersão
 - Brainstorming
 - Workshop de cocriação
 - Método 635
 - Analogias e muitas outras

Imersão

- Identificar oportunidades
- Classificar as melhores ideias
 - Pesquisa exploratória
 - Moodboards

16



17

Análise e síntese

- Melhores ideias
- Matriz de posicionamento
- Matriz de impacto

	Ver e agir	Complexos
Impacto	Alto	
	Prioritários	
Baixo		
		Descartar
Esfogo		Alto

Critérios norteadores	Ideia A	Ideia B	Ideia C
Critério 1	✓	✗	✗
Critério 2	✗	✗	✗
Critério 3	✓	✓	✗
TOTAL	2,0	1,0	
	Personas envolvidas	Personas envolvidas	Personas envolvidas

Ideação convergente

- Selecionar melhores ideias
- Apoiar decisões
 - Gamification Model Canvas
 - Objetivos do negócio

18

Protótipo

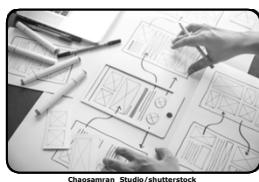
19

Tangibilizar a criação

- 1. Desenvolver de forma rápida e interativa
- 2. Testar
- 3. Obter **feedbacks** e avaliação
- 4. Analisar os **feedbacks** e fazer melhorias retomando a etapa 1 se necessário

20

Storyboard



- O **storyboard** é uma representação sequencial de uma história ou ação, realizada de modo visual

21

Fidelidade e contexto

- Há diferentes níveis e formas de se fazer um protótipo
- Podemos classificá-los por fidelidade (baixa a alta) e por contexto de uso (perto ou longe)

22

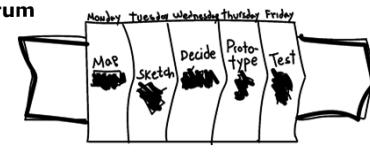
Níveis de fidelidade

- Baixa: fluxo de usuário, proposta de valor e modelo de negócio
- Média: hierarquia visual e usabilidade
- Alta: consistência e padronização visual

23

Laboratório de prototipagem

- Equipes de trabalho
 - Design Sprint
 - Time Scrum



24

Laboratório de prototipagem

- Software de prototipagem para aplicativos
 - Adobe XD
 - Figma
 - Sketch

Lexdindz/Shutterstock

25

Protótipo de Jogo de Tabuleiro

- Jogo de tabuleiro voltado ao combate à dengue (saúde pública).
 - (a) Parte do tabuleiro;
 - (b) Modelo 3D de mosquito;
 - (c) Impressão 3D do mosquito para ser usada como peça do jogo

DA SILVA, ISABEL; CRISTINA SIQUEIRA; RITTERCOURT, JOÃO RICARDO. GAME THINKING IS NOT GAME DESIGN THINKING: UMA PROPOSTA DE METODOLOGIA PARA O PROJETO DE JOGOS DIGITAIS. PROCEEDINGS OF THE AV SERGAEWS, P. 295-304, 2016.

26

Teste

27

Relembrando o *design thinking*

28

Pré-teste

- Levantamento do que será testado
 - Protótipo
 - Contexto
 - Interações
 - Captura da interação

29

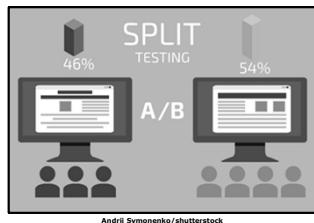
Testes com usuários

- Usuários
 - Pesquisas quantitativas – amostra (Gil, 2002)
 - Pesquisas qualitativas – teste de usabilidade 3 – 5 (Nielsen, 2001)
- Protocolo de testes
- Termo livre e esclarecido

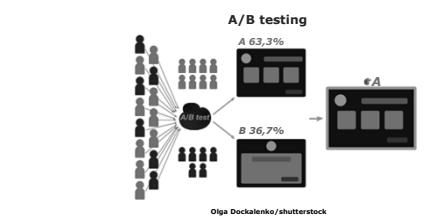
30

Tipos de testes com usuários

- A/B
- Mapa de calor
- Teste de usabilidade
- Exploratório



Síntese e análise dos resultados



31

32