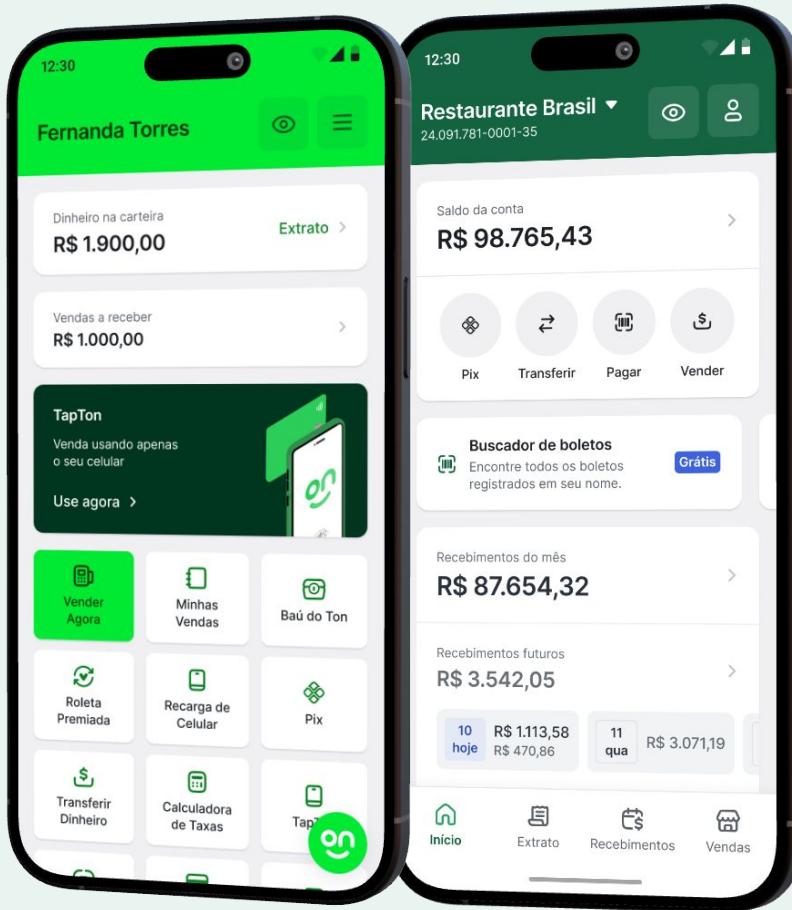


Discovery HOME



Tópicos



-
- The diagram consists of a central vertical axis with a light gray circle around it. Six dark gray circles are arranged vertically along this axis, each containing a white number from 1 to 6. To the left of the axis, there are three main sections with subtitles: 'Clientes' (with 'Personas, desafios e dores'), 'Mercado' (with 'O que observamos de padrões e tendências'), and 'Planejamento' (with 'Como pretendemos alcançar essa visão'). To the right of the axis, there are three corresponding sections with subtitles: 'Desafios' (with 'A home atual e suas limitações'), 'Estratégia e impacto' (with 'Como podemos mensurar'), and 'Visão da experiência' (with 'O futuro que o futuro pode criar').
- 1 Desafios**
A home atual e suas limitações
 - 2 Clientes**
Personas, desafios e dores
 - 3 Estratégia e impacto**
Como podemos mensurar
 - 4 Mercado**
O que observamos de padrões e tendências
 - 5 Visão da experiência**
O futuro que o futuro pode criar
 - 6 Planejamento**
Como pretendemos alcançar essa visão

Desafios



A home atual e suas limitações

Qual o **futuro que o** **presente tende** **a criar?**

"A cada nova atualização piora o app..."

"Não é muito intuitivo achar informações de datas específicas, não faz todas as somas que precisava no período. Em geral é bem complicado"

"Não tem as funcionalidades que preciso para gerir meu negócio"

Citações de reviews das lojas e pesquisas internas

1. Desafios I A home atual e suas limitações

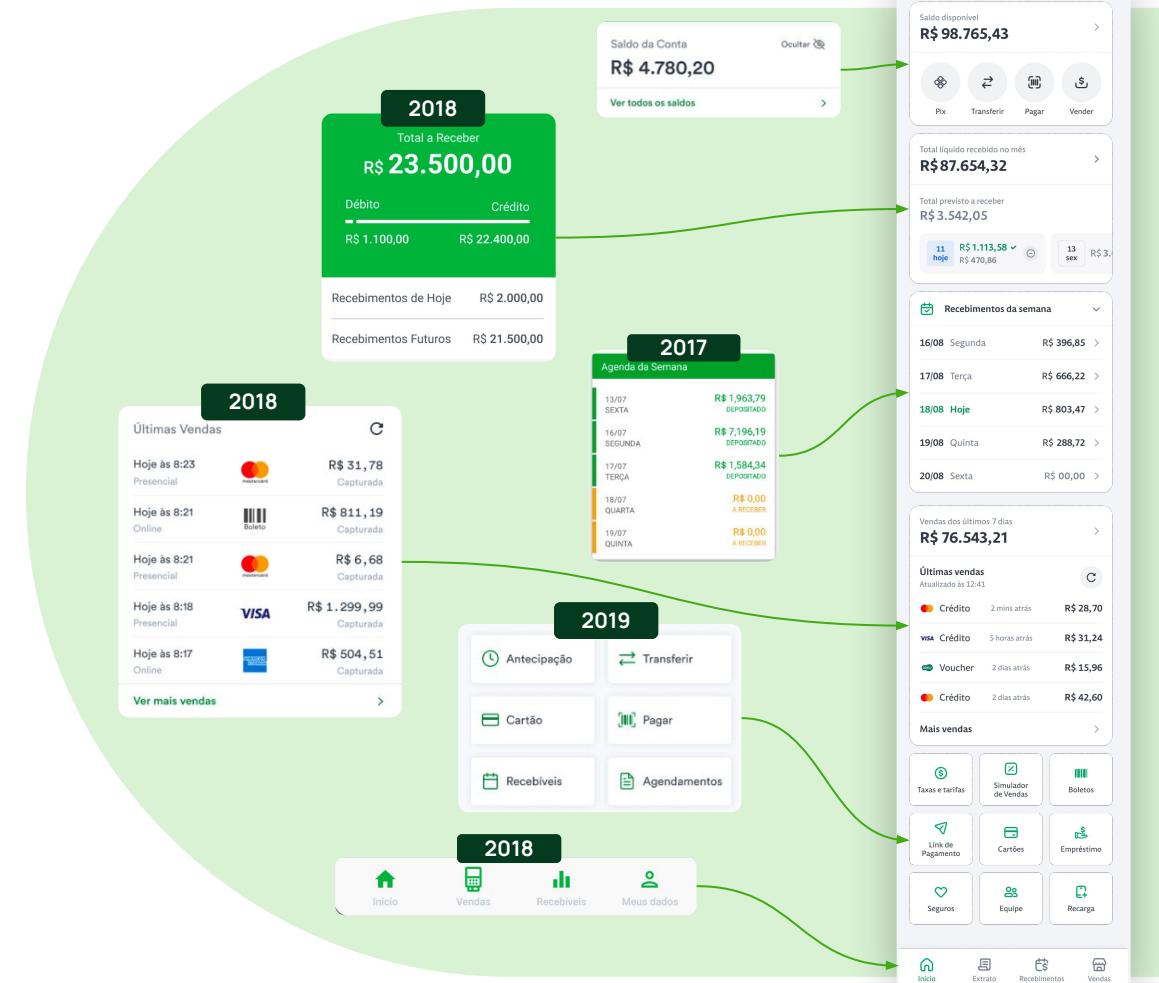
Qual será a percepção que nossa experiência atual gera?

Uma experiência não planejada

Herdamos uma série de componentes e formas que permanecem até hoje, sem serem questionadas

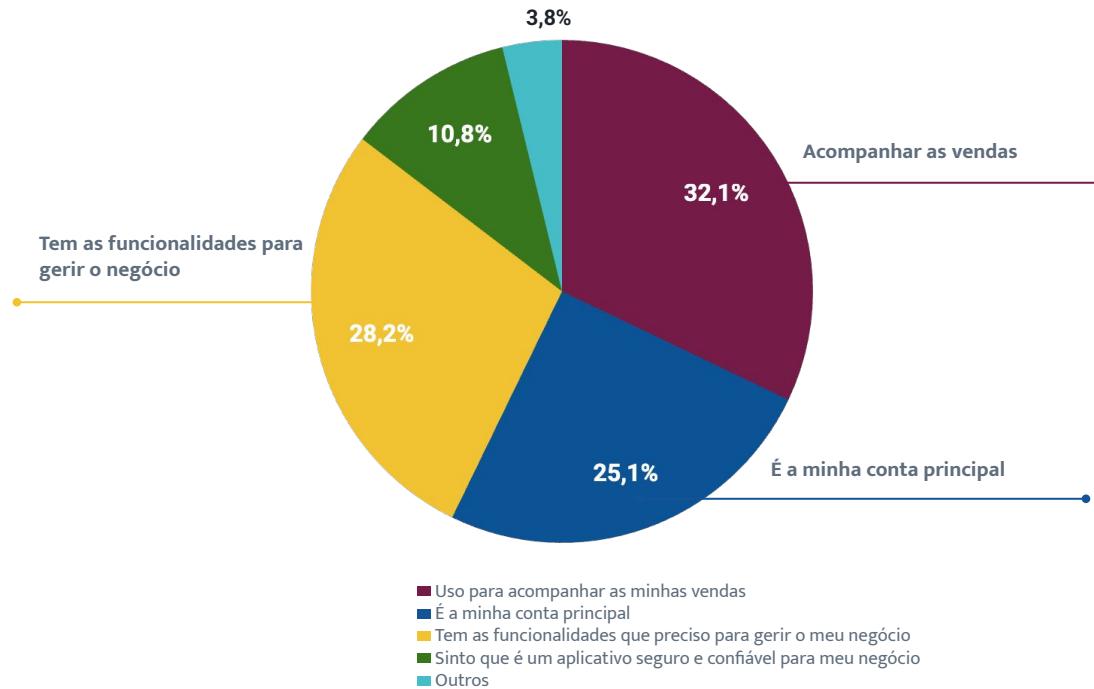
E esses componentes criaram uma **estrutura padronizada para todos os perfis** de pessoas

 Análise detalhada em
[Discovery Nova Home - Core Squad](#)



Os dados ilustram um pouco de como essa experiência é percebida

Por mais que o segundo e terceiro "motivo para acessar frequentemente o aplicativo" dos clientes Adquirência e Banking sugiram um papel de gestão no uso do app...

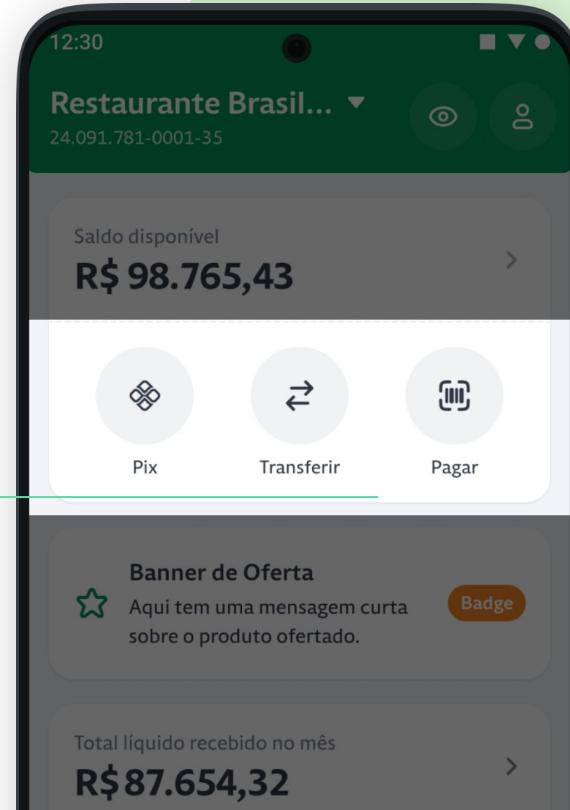


As funcionalidades **top 3 em acessos na home** são relativas à movimentação bancária.

Um uso alto, mas um uso **comum...**

Que nos distancia da visão de ser a principal parceira do empreendedor brasileiro

- | | | |
|-----------|-------------------|-------------|
| 1º | Pix | 34% |
| 2º | Pagar | 12% |
| 3º | Transferir | 9,6% |



Qual será a percepção que nossa experiência atual gera?

Outro ponto de percepção é de que o **aplicativo é instável e complexo**

Experiências frustrantes colaboram para que **as pessoas não retornarem**.

No B2C **esse percentual é de 88%**, e mesmo não sendo nosso caso de uso direto, sabemos que criar essa percepção nas pessoas nos distancia da nossa visão de futuro



"**Não é muito intuitivo** achar informações de datas específicas, não faz todas as somas que precisava no período. Em geral é **bem complicado**"

"Tem hora que as vendas estão com **valores errados**, depois conserta, tem hora que fica difícil de entender"

"É uma tela inicial o qual me leva ao que preciso mas também acho **meia confusa e em certos momentos me sinto meia perdida**"

"Um **aplicativo fica atualizando** nos momentos que às vezes mais preciso utilizar ele como para fazer pagamentos"

Não é mais uma opção...

As pessoas esperam experiências personalizadas, flexíveis e produtos que dão a "sensação de que as conhecem"

Spotify



Netflix



Instagram



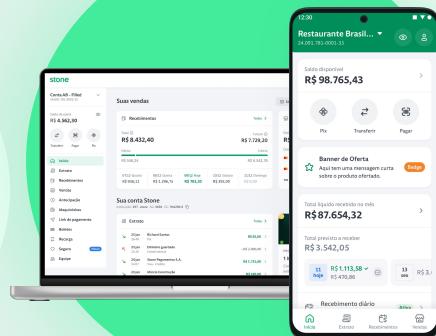
A home atual gera um ciclo de limitações para o futuro que queremos

Arquitetura não escalável

Experiência genérica

Como sair desse estado?

Percepção de instabilidade



Clients



Personas, desafios e dores

Observando o que já conhecemos dos clientes podemos
mapear a jornada de 3 principais personas



tpv 0–15k
Trabalha para viver,
altamente sensível ao preço

Micro



tpv 15k–100k
Gerencia e opera o
negócio diretamente

Small



tpv 100k–2M
Busca aprimorar desempenho
e eficiência operacional

Medium

Large

No Micro estamos falando de
Quiosques, Barraquinhas,
Ambulantes, Profissionais
freelancers que misturam a
vida **PJ e PF** em busca da sua
sobrevivência.

No SMB falamos de **empreendedores que operam multiloja,**
vivem o negócio e, mesmo com funcionários, precisam de
praticidade de controle

TBD



Materiais com mais detalhes
[\[3Q24 Insights\] Conhecimento Stone e Ton_Vender](#)
[Visão Software Horizontal @ Commerce](#)
[\[Ev. Visão SMB 2Q24\] Provide Single Source of Truth](#)

Micro**Small****Medium****Large****Micro**

Sobrevivência / Oportunidade

"Não paro nunca, estou aqui, com os meus 3 telefones, **atendendo os clientes e fazendo meu negócio crescer"**

Expedição Dico
Florianópolis 2022

O que podem estar pensando:

"O dinheiro da última venda já caiu?"

"Tenho saldo suficiente para fazer esse pagamento agora?"

Desafios/contexto ao abrir o app

Gestão financeira precária

Mistura contas pessoais com profissionais

Lidando com falta de tempo

Jornada fragmentada (WhatsApp, redes sociais, máquina de pagamento)

O micro precisa de uma experiência que...

Seja extremamente rápida e prática, oferecendo visibilidade imediata sobre entradas e saídas de dinheiro

Facilite a visualização do saldo disponível, destacando movimentações recentes

Simplifique a realização de pagamentos, mostrando rapidamente se há saldo suficiente

Ajude a organizar minimamente as finanças profissionais e pessoais, mesmo que sem exigir esforço adicional significativo

Seja adaptada a uma jornada fragmentada, com ações diretas e rápidas integradas à sua rotina acelerada

Micro**Small****Medium****Large****Micro**

Sobrevivência / Oportunidade

"**Não paro nunca**, estou aqui, com os meus 3 telefones, **atendendo os clientes e fazendo meu negócio crescer**"

Expedição Dico
Florianópolis 2022

O que podem estar pensando:

"O dinheiro da última venda já caiu?"

"Tenho saldo suficiente para fazer esse pagamento agora?"

Desafios/contexto ao abrir o app

Gestão financeira precária

Mistura contas pessoais com profissionais

Lidando com falta de tempo

Jornada fragmentada (WhatsApp, redes sociais, máquina de pagamento)

Como a home pode tornar uma parceira do micro?

Removendo as dúvidas e receio

Ajudando com a multicanalidade

Sendo uma assistente de gestão

Ajudando na gestão entre PF e PJ

Automatizando ações recorrentes

Antecipando solução de problemas

Removendo toda complexidade

Micro

Small

Medium

Large



Small
Simplicidade / Previsibilidade

"Cuido da loja **com a minha mãe**, tenho muitos seguidores no Instagram e vendo bastante para eles. Tenho feito **vários cursos sobre gestão**, ainda estou aprendendo."

Expedição Dico
Curitiba 2023
Loja de presentes

O que podem estar pensando:

"Preciso garantir que o dinheiro entre rápido hoje para fechar o caixa"

"Como estão as vendas hoje comparadas a ontem?"

Desafios/contexto ao abrir o app

Manutenção do equilíbrio financeiro

Oscilações diárias na receita

Necessidade de ferramentas práticas e rápidas

O small precisa de uma experiência que...

Ofereça clareza imediata sobre o fluxo de caixa diário, facilitando comparação simples entre diferentes períodos

Apresente insights financeiros fáceis de entender, que apoiem decisões rápidas para manutenção do equilíbrio financeiro

Permita acompanhar em tempo real a entrada de receitas, alertando sobre eventuais atrasos ou pendências

Seja intuitiva e objetiva, apoiando uma gestão financeira ainda em desenvolvimento, porém já estruturada, sem exigir conhecimentos profundos

Micro

Small

Medium

Large

**Medium**

Performance / Controle

"Uso um sistema de viagens e um sistema de gestão e uso dois bancos (**nada é integrado**). Com o Itaú tenho folha de pagamento, faço a gestão, uso crédito, mas uso o Inter para alguns serviços como emissão de boletos, pagamentos via Pix e câmbio."

Expedição Dico
Curitiba 2023
Agência de Viagens

O que podem estar pensando:

"Precisamos garantir que todas as operações estejam alinhadas."

"Como posso otimizar ainda mais nossos processos financeiros?"

Desafios/contexto ao abrir o app

Otimizar operações financeiras

Implementar soluções integradas

Aumentar produtividade e controle gerencial

O medium precisa de uma experiência que...

Ofereça um painel centralizado com visão integrada das operações financeiras essenciais

Facilite a otimização das operações, sugerindo proativamente melhorias e identificando gargalos financeiros

Proporcione um acesso fácil a relatórios gerenciais detalhados para controle e análise rápida, facilitando decisões estratégicas

Permita integração com sistemas externos ou ofereça soluções internas completas, evitando trocas constantes entre diversos sistemas e bancos

Dê suporte para ações rápidas que aumentem eficiência e produtividade operacional, trazendo mais controle ao dia a dia financeiro

A home precisa gerar a **percepção de que é parceira e conhece** cada uma das personas...



Micro
Sobrevivência / Oportunidade



Small
Simplicidade / Previsibilidade



Medium
Performance / Controle

Como criar uma experiência best-in-class para eles?

Estratégia e impacto



Como podemos mensurar

Mercado



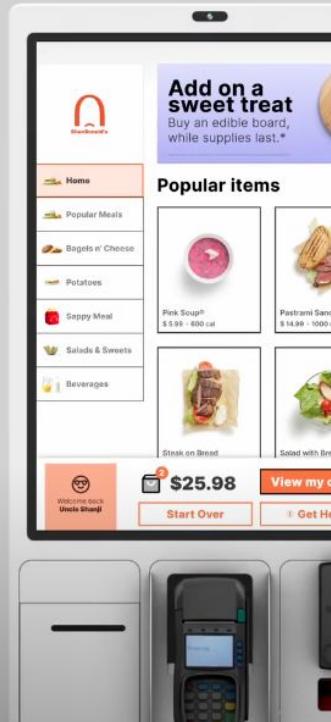
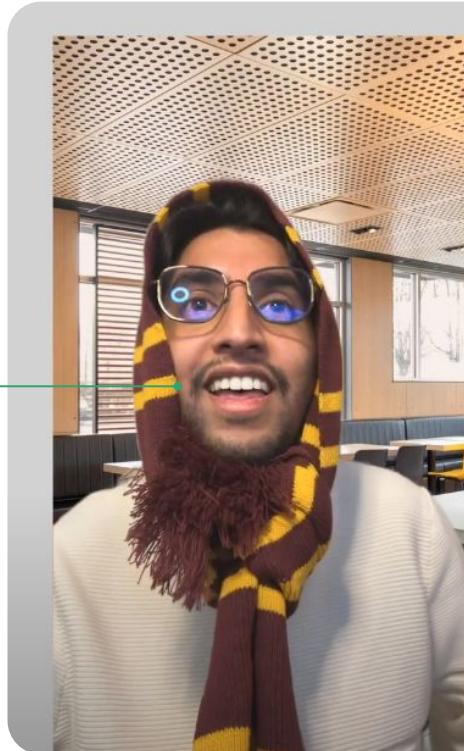
O que observamos de padrões e tendências

De uma interface para muitos... até uma **experiência individual**

Ao longo do tempo evoluímos de interfaces globais para multidões, chegamos em experiências pessoais dentro aplicações globais e vemos **um futuro (muito próximo) onde interfaces e experiências serão totalmente personalizadas** para cada indivíduo.

Um totem ajusta o tamanho dos elementos na UI automaticamente ao perceber a baixa visão da pessoa que vai usar.

[Generative UI - Example #2 - On-the-fly visualization on kiosks](#)



E observando o mercado percebemos

5 níveis de sofisticação para personalização de UX



Básica

lalala

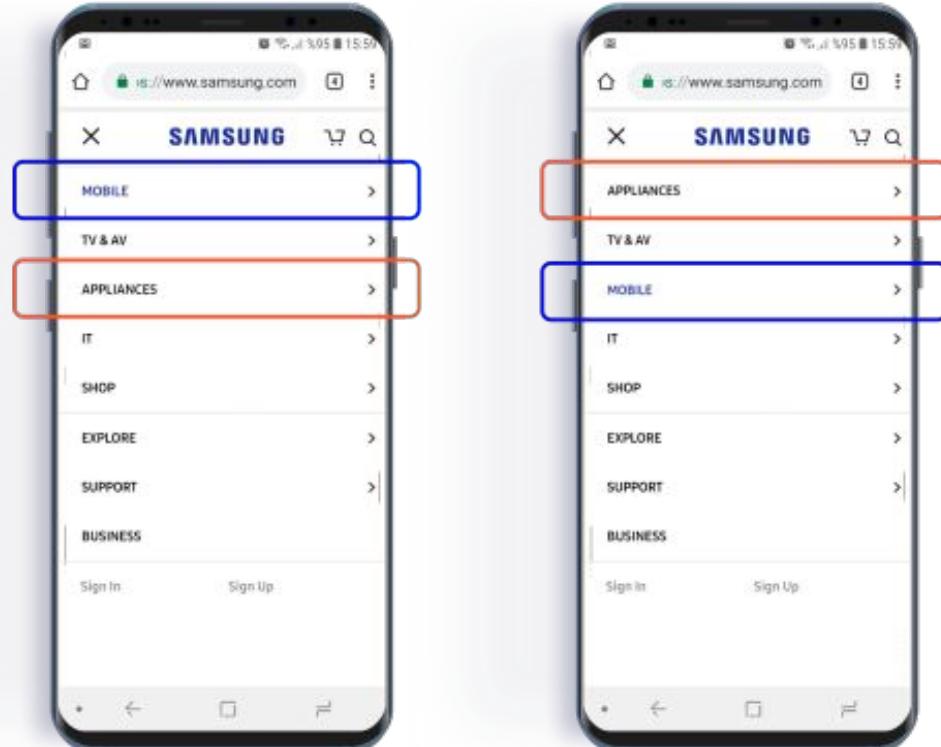
lalala

Comportamental

Otimização da ordem dos itens de menu

A Samsung fez testes mudando o layout do menu logado e não logado com base na última categoria clicada de ambos os casos de uso

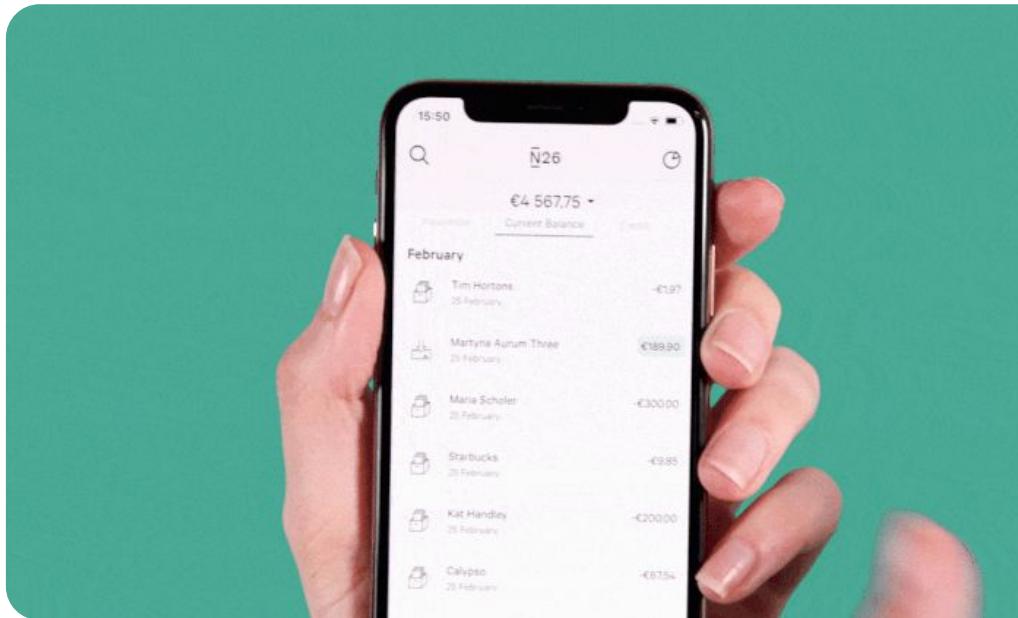
Na época do experimento viram um impacto de 10% de aumento das conversões do e-commerce



Contextual

Desfoco do saldo em ambientes públicos

O app alemão N26 tem um “modo discrição” que pode ser ativado tanto com gestos quanto automaticamente ao abrir o app em locais públicos.



Preditiva

Previsão de gastos e sugestão de ações

Olivia e Nubank mostram alertas, gráficos e dicas personalizadas para no app conforme os dados de consumo



Generativa

Sugestão de crédito antes da solicitação

O Nubank usa modelos LSTM de machine learning para prever o comportamento financeiro das pessoas que usam, ajustando os limites de crédito automaticamente



Novo empréstimo disponível

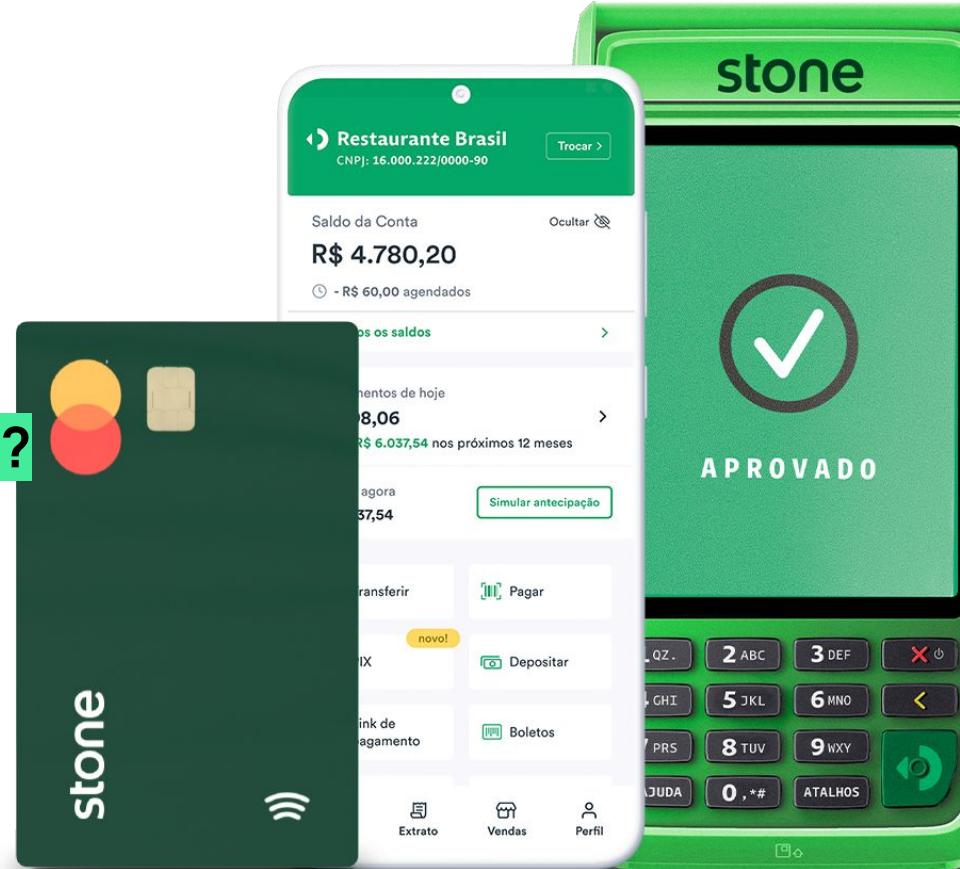
Valor liberado

R\$ 12.800,00

Você não possui nenhum empréstimo ativo

O valor pode mudar diariamente devido à nossa análise de crédito.

Como podemos aprender com o mercado e testar de maneira rápida as **melhores práticas para Criar experiências incríveis?**



Visão da experiência



O futuro que o futuro pode criar

Personalizar a UX vai além criar interfaces bonitas

É construir pilares sólidos de design para garantir **usabilidade, consistência e respeito às pessoas que usam**



1

Ser pessoalmente relevante

Certo conteúdo, pessoa certa, hora certa

Toda personalização deve ter um propósito claro de ajudar as pessoas

Vamos mostrar informações ou opções que façam sentido para aquele cliente e naquele momento

Queremos fugir de experiências que enchem a interface de recomendações genéricas “só porque temos dados”.

Vamos personalizar para servir, não para distrair



2

Ser claro no propósito

Interfaces personalizadas não devem confundir

Se uma informação apareceu, o cliente precisa entender o motivo sem esforço

Um aviso como "baseado no seu perfil de investidor" em uma sugestão já ajuda a **criar confiança** e reforça o conceito de design comportamental "show-and-tell", onde a interface cria uma conversa com quem usa, reduzindo a necessidade de guias e conteúdos explicativos



3

Permitir o controle

Personalizar e flexibilizar

Nem todo mundo gosta de ser guiado o tempo todo

Vamos oferecer caminhos para quem quer ajustar sua experiência. Seja desligando sugestões, seja re-ordenando funções conforme suas preferências



4

Ser consistente

O limite entre personalização e fricção de uso

A personalização precisa dar a percepção de que
sempre esteve ali

Mesmo com conteúdo adaptado, a home será fácil de navegar. Menu, botões principais e estrutura base devem seguir um padrão que seja sempre comum para quem usa

O toque personalizado vai aparecer nos lugares certos, mas sem exigir que as pessoas re-aprendam a usar o app a cada visita



Qual o
**futuro que o
futuro pode
criar?**

Personalização básica

**Personalizar com
base nas
preferências e
configurações**



Personalização comportamental

**Adaptar com base
em padrões de uso
e histórico**



Personalização contextual

**Considerar fatores
como localização,
horário e dispositivo**



Personalização preditiva

**Antecipar as
necessidades
futuras com base em
dados**



Personalização generativa

**Combinar dados e IA
para experiências
individualizadas**



Planejamento



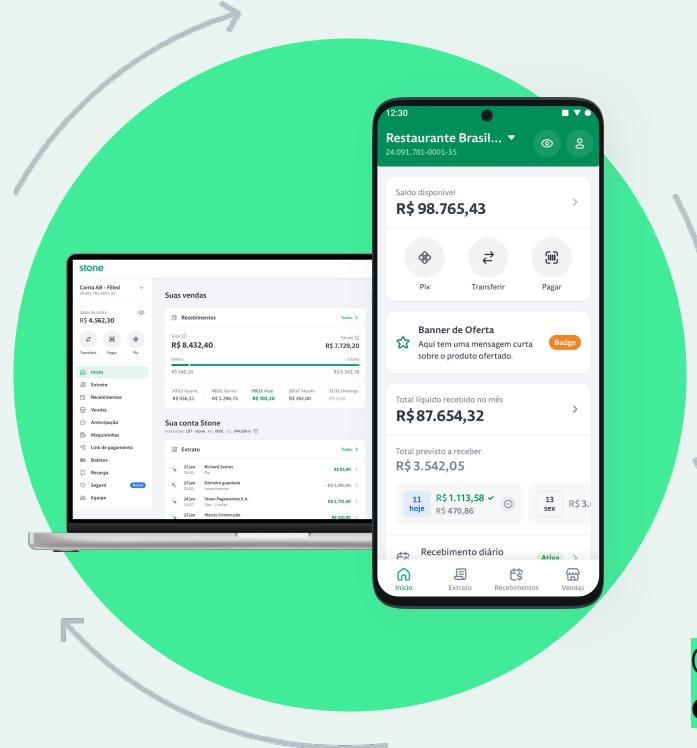
Como pretendemos alcançar essa visão

Um ciclo de perguntas

Nossa discovery tende a percorrer as 4 perguntas que endereçamos nesse material

Como sair do estado de "**experiência comum e genérica**"?

Como atrelar a personalização a **indicadores claros**?



Como criar uma **experiência best-in-class** para cada persona?

Como podemos **testar e aprender** rápido?

ESTRATÉGIA

Diferenciação de mercado | Percepção de usabilidade | GTM

PESQUISA

Experiência de produto

Micro

Small

Medium

TESTES

Oportunidades

Indicador

Indicador

Oportunidades

Indicador

Indicador

Oportunidades

Indicador

Indicador

XP

ESTRATÉGIA

Diferenciação de mercado | Percepção de usabilidade | GTM

Oportunidades estratégicas

Definimos oportunidades sobre:

- Pelo que queremos nos diferenciar no mercado
- Como queremos ser percebidos
- Quais mensagens queremos passar com a experiência da home

ESTRATÉGIA

Diferenciação de mercado | Percepção de usabilidade | GTM

PESQUISA

Experiência de produto

Micro

Small

Medium

O impacto positivo
para as pessoas

Para cada oportunidade vamos
explorar como e onde cada persona
pode se beneficiar dessa estratégia

ESTRATÉGIA

Diferenciação de mercado | Percepção de usabilidade | GTM

PESQUISA

Experiência de produto

Micro

Small

TESTES

Oportunidades

Oportunidades

Indicador

Indicador

Indicador

Indicador

Ino.

XP

Testar e aprender rápido

A partir das oportunidades mapeadas vamos testar formas de alcançar a estratégia através de experiências positivas