



Planejar como ouvir as pessoas

**Identificar um
desafio — o problema
de design a ser investigado**

Delimitar o seu desafio de Design ajuda a enxergar o que se precisa fazer/ descobrir.

Ajuda também a iniciar o planejamento do que precisa ser feito na fase de pesquisa:

- O que sabemos?
- O que precisamos saber?
- Com quem precisamos falar?

Definir a audiência

**Identifique as pessoas
com quem conversar**



Recrutar participantes apropriados e inspiradores é crítico.

Atenção ao balanço entre sexos, etnias, e classes sociais é vital para a pesquisa.

Cuidado com o contexto e a cultura.

Observar condutas apropriadas.

Segmentação

A segmentação reduz um grande público em grupos com necessidades equivalentes.

Grupos de usuários



Demográfica

gênero
Idade
Escolaridade
estado civil
entre outros



Psicográfica

Personalidade
estilo de vida
percepções acerca do mundo
entre outros

Escolhas métodos de pesquisa

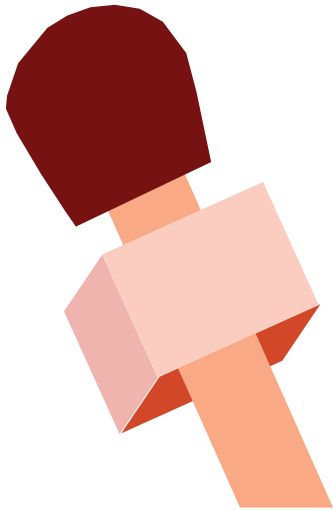


PESQUISA SECUNDÁRIA

Antes de ir a campo precisamos conhecer
nosso desafio – **base firme de conhecimento.**

Descobrir tudo sobre nosso contexto:

- Livros e artigos, revistas, jornais, periódicos;
- Sites e banco de dados;
- Outras soluções na mesma área (pesquisa de similares, etc).

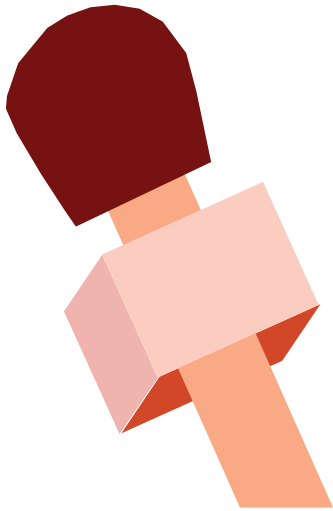


ENTREVISTAS INDIVIDUAIS

Conversar diretamente com as pessoas – ouvir os usuários com **suas próprias palavras**.

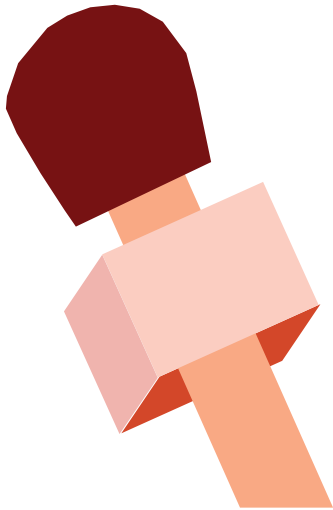
Estruturada, semi ou não estruturada:

- No máximo 3 pessoas da equipe para não sobrecarregar o entrevistado;
- Deve-se preparar o conjunto de perguntas;
- Torne a atividade algo agradável;



ENTREVISTAS INDIVIDUAIS

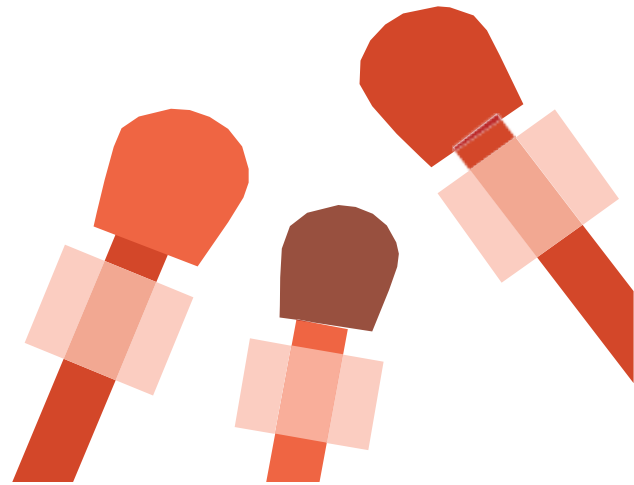
- Registre com fotos e grave o áudio, sempre com autorização dos participantes;
- Observe outras questões além do que está sendo dito: linguagem corporal, contexto, etc;
- Anote, mas anote os dados descritos, não tire conclusões ainda;
- Revise antes para não esquecer de perguntas importantes;



ENTREVISTAS INDIVIDUAIS

- Evite perguntas longas e sentenças compostas;
- Evite perguntas tendenciosas... "Por que você gosta desse tipo de interação?";
- Faça uma introdução, se apresente e explique o porquê da entrevista;
- Comece pelas mais amplas (sobre a vida, valores e hábitos) depois vá para as mais específicas;
- Fazer uma sessão de encerramento, agradecimento e finalizar.

ENTREVISTAS EM GRUPO – grupo focal



Conversar com várias pessoas para compreender a vida, a dinâmica e necessidades de uma comunidade.

- Identificar o tipo de grupo que se quer conversar;
- Escolher um espaço neutro ou da comunidade;
- Precisa de uma equipe organizada (mediador, registro, anotações);
- Estratégias para engajar os membros silenciosos.



ENTREVISTAS COM ESPECIALISTA

Podem trazer informações rápidas sobre um tópico, sobre história, contextos e cenários. Outra perspectiva.

- Identificar o tipo de especialista para conversar;
- Conduza da mesma forma, porém as perguntas devem ser mais direcionadas e bem planejadas;
- Também deve ser registrada, gravada.



IMERSÃO

Mergulhar na vida e nas comunidades das pessoas envolvidas. Observar.

- Planejamento envolve orçar tempo e dinheiro;
- Observar e registrar detalhes concretos (diário de campo);
- Shadowing – ser a sombra de uma pessoa por um dia, observar e perguntar;
- Preste atenção ao entorno, aprenda sobre hábitos, contextos, comportamentos.



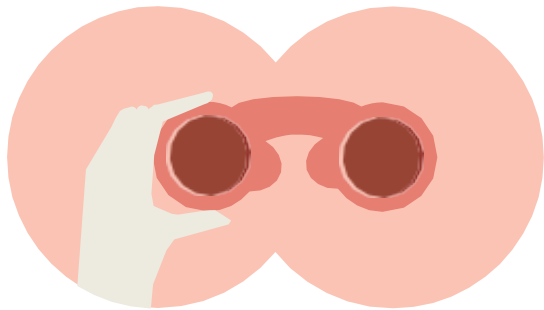
CARD SORT

Identificar o que é mais importante para as pessoas. Rápido e fácil de realizar.

Cartas podem ter palavras, imagens, desenhos.

Pode ser usado para definir prioridades ou até iniciar uma conversa.

- Elabore as cartas (papéis, post-its, etc) com informações fáceis de entender;
- Misture idéias concretas com abstratas.

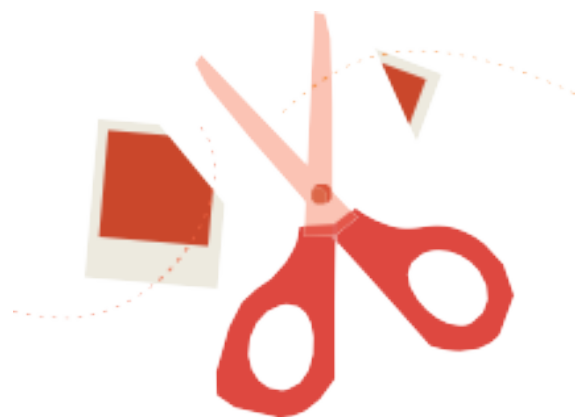


OBSERVAÇÃO POR PARES

Como as próprias pessoas da comunidade observam e documentam suas vidas.

Alguns contextos e histórias difíceis podem ser discutidas com um representante da comunidade, que levanta os dados.

- Forneça a pessoa da comunidade todo material necessário, tanto o que se deseja descobrir, como materiais para anotação, ou card sort, ou gravadores, etc.

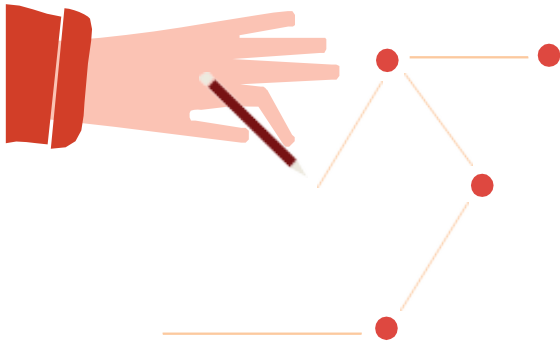


COLAGEM

Compreender o processo de pensamento das pessoas através da construção de colagens.

O que pensam, o que valorizam, quais necessidades. Algo tangível.

- Organizar um grupo e materiais para colagem (papel, tesoura, cola, imagens, revistas, etc);
- Precisa delimitar um tema, algo para descobrir;
- Peça que descrevam a colagem, dessa forma tem-se um registro visual mas também uma conversa.

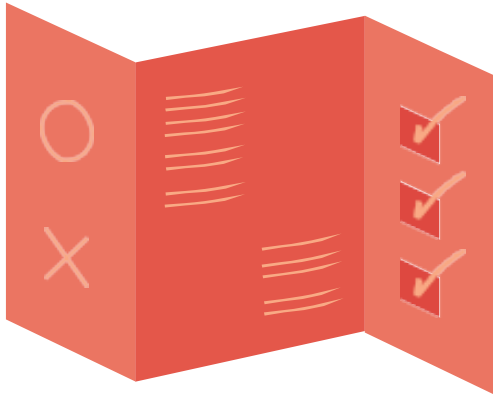


DESENHE

Estimular mais profundas e diferentes tipos de conversa, desenhando.

O desenho é uma ótima forma de aprender com as pessoas.

- Precisa delimitar um tema, algo para descobrir,;
- Dê uma ideia clara do que você procura;
- Deixe a pessoa a vontade com o estilo do seu desenho, o que importa é que ela passe o que sente.



QUESTIONÁRIOS

Coleta de dados demográficos ou de opiniões.

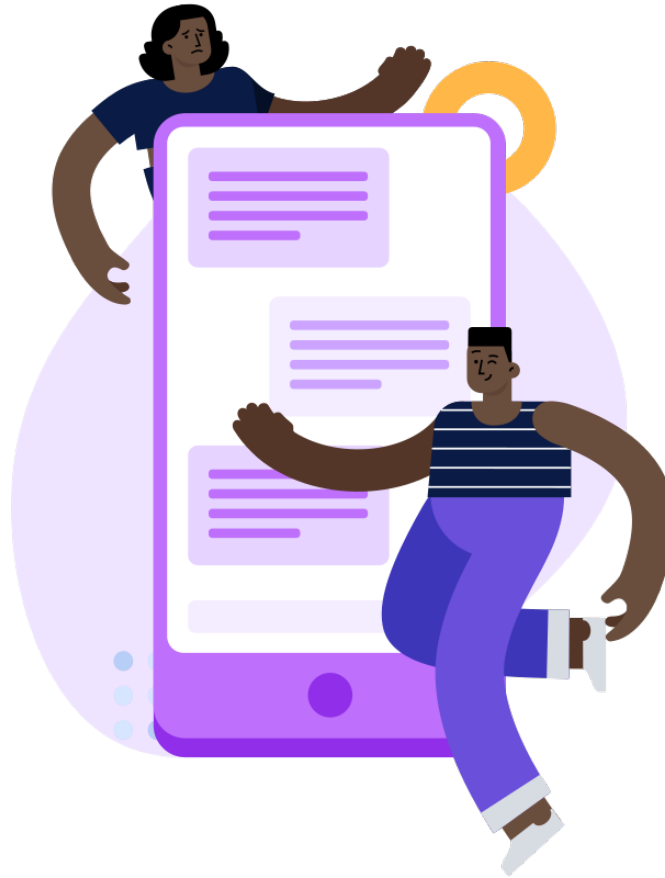
Podem conter perguntas abertas ou fechadas.

- Podem ser distribuídos a um número maior de pessoas, opiniões mais gerais, amplas;
- Comece pelas mais amplas (demográficas, etc) depois vá para as mais específicas;
- Quando possível ofereça questões fechadas com várias opções, cuidado com a quantidade;
- Utilize também questões com escala.

**Planejar a pesquisa
e elaborar os
instrumentos**

**Organizar os dados
obtidos**

Solicitações
abstratas dos
usuários



Converter em
necessidades
significativas

A coleta de dados com o usuário pode resultar em um grande relatório com diversas estatísticas.

Porém a **compreensão do usuário** pode ser mais precisa ao tornar os dados obtidos em personagens fictícios.



Personas



RESOUR CONTROL
CEFUL
FREAK
clever power
COOL

Personas são documentos que descrevem usuários. As **personas** podem ilustrar um quadro muito claro sobre quem está usando o site ou aplicação, e como estão usando.



stationary SELF-RELIANT
PISSANT
AT SURFCEFUL
US 391111
US 391111
GREETING
SMART
BUSY
front desk
ADA RECEPTIONIST



Lisandra Ferraz

Estudante de Direito, 23 anos, São Paulo - SP

Palavras-chave: estudo, direito, amigos,
entusiasmo, conectar.

“O Executivo deveria ser administrado como uma Empresa Privada que visa a eficiência, precisa dar resultado, e o cliente final é o povo.”

Objetivos do usuário:

- Pesquisar artigos acadêmicos e referências de livros para seus trabalhos da faculdade e seu blog.
- Manter-se informada sobre os acontecimentos do Brasil e do Mundo.
- Proliferar conhecimento e trocar informações sobre sua futura área de atuação.

Objetivos no site:

- Encontrar informações e referências para seus estudos e posts que escreve;
- Pesquisar vídeos e outras informações para compartilhar e para somar em sua formação;
- Tirar dúvidas sobre a área jurídica para trabalhos e debates acadêmicos;



Frustrações:

QUANDO NÃO SOBRA TEMPO PARA ESCREVER EM SEU BLOG; SER DEPENDENTE DOS PAIS.

Tarefas diárias

- Ir para a Faculdade;
- Leitura acadêmica;
- Trabalhos acadêmicos;
- Escrever em seu Blog;
- Escrever no Twitter;
- Ler notícias pela web;

Background:

- Estuda Direito na FMU e está no quarto semestre;
- Divide apartamento com uma amiga e é sustentada pelos pais;
- Mantém um blog próprio sobre Direito;
- Sempre que tem tempo livre, gosta de sair com os amigos.

Uso da Internet:

- Email;
- Redes Sociais;
- Pesquisas;
- Notícias;
- Blog.



Michelle C.

%Age% %Residence%
%Profession_background%
%family_life-style%
%Software/devices_attitud_behaviour%

PERSONALITY

%MBTI%

%PERSONALITY TAGS%



Openness



Neuroticism

REFERENTS & INFLUENCES



"%Archetype%"

"%key quotes%"*Nam at tellus mauris. Duis nisi nunc, auctor non vulputate id, sagittis vel nibh. Vivamus ac tincidunt mi.*

Technology

Information Technology and Internet

EXPERTISE LEVEL

IT and Internet



Using software



Using mobile - tablets apps



Using Social networks



DEVICES & PLATFORMS



USER EXPERIENCE GOALS



App



- Games
- Photography
- Social Media
- Others

Software



- Business
- Design
- Utilities
- Others

MUST DO



- %do% %why%
- Hide unnecessary processes. Not interested in having the "control".
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

MUST NEVER



- %don't do% %why%
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Etiam posuere feis in arcu bibendum pharetra.
- Integer viverra imperdiet porttitor.

- ✓ **Consenso** sobre as necessidades, desejos e limitações dos usuários;
- ✓ Engaja e **ajuda a dar foco** no usuário durante todo o projeto;
- ✓ Ajuda na identificação de requisitos, a criação de cenários, a tomada de decisões e a geração de ideias;

Como montar?

- ✓ Comece com o básico. Uma foto, idade, sexo, trabalho e um pouco sobre os gostos pessoais.
- ✓ Adicione um pouco sobre a capacidade tecnológica delas. Ela possui *smartphone*, notebook ou tablet? Em que situações elas acessam certo tipo de site? Eles se sentam no sofá, em uma ou numa mesa?
- ✓ identifique o fluxo de trabalho (workflow) e os padrões de comportamento em detalhes;
- ✓ Inclua detalhes sobre a vida da pessoa para torná-la mais fácil de memorizar. Escolha alguns detalhes bem pessoais, só para torná-la mais interessante também;
- ✓ Inclua alguns pontos chave de interação que eles encontrarão no sistema que está projetando.

Janet Kendall New Member



Demographics

Location:	Australia (Adelaide)
Age:	30 yrs
Income:	\$40k
Qualification:	Post Graduate
Employer:	Local Govt

Background

Janet works with older equipment and software than the industry norm. She is the records management guru person for her local govt council, which is of major concern to Janet as she is often considered professionally, feeling isolated and alone with no one to turn to. Janet has looked at the benefits of the RMAA previously and discounted them, but is now interested in some minor degree information and resources she can use with a limited budget.

RMAA Love Factor



Quote: ... Love going to the RMAA to see what's new that I should know about. Upcoming events. Branch news ...

Scott Giles Student (Member)



Demographics

Location:	Australia (Adelaide)
Age:	19yr
Income:	\$10k
Qualification:	Higher School
Certificate:	
Employer:	Studying at Adelaide
University:	

Background

Scott is very tech savvy, but gets very impatient if he can't find the information he wants or the system has limitations. He is currently thinking about buying an internship for the summer break. He uses a Mac at home and a Windows computer at University. For him the RMAA is all about networking and a little socializing. He's been wondering if the RMAA is any use for overseas connections, as he is planning to travel around Asia for 6-12 months next year. Scott's current partner makes the RMAA very handy.

Personality: curious, passionate, enthusiastic, questioning, syndical, outgoing, short-attention span, fast-learner

Needs

- Supplement studies
- Clarification of Benefits
- Low cost informative educational events
- Looking for a mentor
- Networking with future employers

Motivations

Find discussions on the best practices in RM

Scenarios

Search for authoritative resources on RM with a community discussion

Features