

USER EXPERIENCE

# CONCEITOS

ALEXANDRE TARIFA E CAMILA MARIANO



5

## LISTA DE FIGURAS

Figura 5.1 – Representação do Design Thinking. ....	6
Figura 5.2 – Representação do Design Thinking, Lean UX e Agile UX.....	8
Figura 5.3 – Representação do Design Sprint.....	10



## SUMÁRIO

5 CONCEITOS .....	4
5.1 Introdução aos conceitos.....	4
5.2 Design Thinking.....	4
5.3 Lean UX e Agile UX .....	6
5.4 Product Design Sprint .....	8
REFERÊNCIAS.....	11

EMANIP

## 5 CONCEITOS

### 5.1 Introdução aos conceitos

Você talvez já tenha ouvido falar sobre Design Thinking, Lean UX, Agile UX e Product Design Sprint. Apesar de serem conceitos um pouco diferentes, eles têm o mesmo propósito: auxiliar na construção de um design e uma experiência melhores para seu usuário.

A ideia deles é trabalhar com equipes multidisciplinares que enriqueçam as sugestões para criar algo novo ou solucionar um problema e, além disso, colocar seu usuário final como centro do desenvolvimento do produto. A premissa desses conceitos é conhecer profundamente a necessidade e o comportamento do seu usuário na vida real, indo além dos dados, e o resultado final é a satisfação do seu cliente.

Vamos conhecer um pouco mais sobre cada um deles?

### 5.2 Design Thinking

O Design Thinking traz um conceito em que a inovação deve acontecer por meio do foco no cliente (o usuário é o centro de tudo) e essa inovação leva a uma diferenciação que se torna uma vantagem competitiva para seu produto.

O design não pode ser resumido à estética do produto, deve abranger também sua usabilidade e a criação de produtos moldados pela necessidade humana. Então, esse processo constitui-se de seis fases:

- **Conhecer seu usuário:** faça pesquisas para saber tudo sobre seu usuário – o que ele faz, pensa, sente e fala. Você precisa saber o que estimula, o que desencoraja, o que frustra e o que surpreende seus usuários. O objetivo desta fase é reunir o máximo de informações para criar empatia com seu potencial cliente e começar a pensar em maneiras de atender às suas expectativas.

- **Descobrir oportunidades:** como consequência da etapa anterior, aqui você vai descobrir problemas e necessidades dos usuários, identificando as dores mais comuns entre eles. É hora de destacar aquilo que pode ser uma oportunidade de inovação.
- **Levantar ideias:** com o time reunido (lembre-se de trabalhar com time multidisciplinar), levante todas as ideias possíveis para todas as oportunidades destacadas na etapa anterior. Não deve podar ideias. Deixe aparecer as mais absurdas e criativas possíveis. É um *brainstorming* mesmo!
- **Protótipo:** é preciso criar uma representação das ideias levantadas. Ao fazer isso, o time começa a pensar no que realmente funciona e é possível desenvolver. Apresente este protótipo a outras pessoas e faça ajustes até chegar a uma ideia viável.
- **Teste:** mostre seu protótipo aos seus usuários e entenda se esta ideia pode solucionar o problema levantado por eles, se realmente atende às necessidades deles. Veja se essa proposta melhorou alguma coisa na forma como eles se sentem, pensam ou fazem suas tarefas.
- **Implementação:** depois de testar uma ideia que realmente faça sentido, é hora de implementá-la. É nesta etapa que a inovação acontece de fato, porque até então tudo era apenas dados e ideias. Por isso, a atenção neste ponto do processo é extremamente importante. A execução precisa ser muito bem-feita.

Depois de conhecer um pouco mais das etapas do Design Thinking, percebe porque é uma boa ideia usar esse conceito? Ele coloca seu usuário como centro de tudo, trazendo ideias para atender às necessidades reais, com ajuda de usuários reais. Além disso, aproveita o conhecimento de todo o time, que, por sua vez, traz caminhos diferentes para solucionar a mesma necessidade e é aí que vai surgir a inovação.

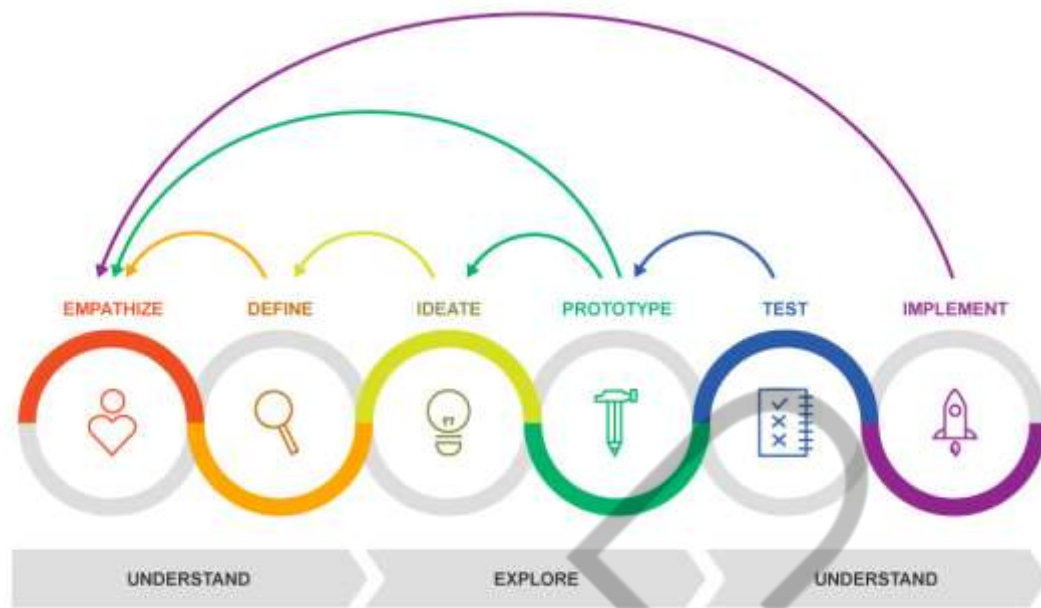


Figura 5.1 – Representação do Design Thinking.  
Fonte: Usability Week Norman Nielsen Group (2015)

Ah, vale lembrar que você pode repetir fases até chegar ao ponto certo para avançar. Não é um processo engessado, é apenas um formato que busca facilitar a evolução do seu produto de uma maneira mais organizada. Ele pode ser aplicado em diferentes escopos, desde um problema mais simples até casos mais complexos ou indefinidos.

### 5.3 Lean UX e Agile UX

Bem, esses conceitos não são iguais, mas são complementares e é por isso que vamos falar deles juntos.

O **Lean UX** consiste no processo de criar algo, receber um feedback do que foi criado e, com base nisso, evoluir essa criação. É um ciclo constante em que o produto amadurece a cada rodada de ideias e melhorias. Para que ele funcione bem, é preciso:

- **Trabalhar com MVP:** Minimum Viable Product, ou seja, é a entrega mais simples de um feature ou projeto que possa validar uma ideia ou hipótese. Isso deve agilizar a descoberta do que realmente funciona para seu usuário.

- **Ser ágil na criação de protótipos:** o que garante validações mais rápidas e evolução constante.
- **Fazer validação com os usuários:** é colocar em teste o MVP e acompanhar o comportamento e o feedback dos usuários muito de perto.
- **Definir e acompanhar as métricas:** para saber o resultado do seu MVP e promover mais melhorias com base em dados.

Perceba que o Lean UX se preocupa com o produto de forma geral, trabalhando conceito, usabilidade e oportunidade. Agora sim entra o Agile UX, que atua mais na parte do “como” fazer isso acontecer.

O **Agile UX** depende de uma atuação conjunta entre designers e desenvolvedores. Quanto mais focados nos usuários e mais juntos eles trabalharem, mais ágeis serão a entrega e o resultado. Aqui fica esquecida aquela ideia de que só se deve iniciar o desenvolvimento quando o designer termina sua parte. Neste momento, é preciso focar o trabalho para uma entrega em conjunto. Neste caso, devemos destacar que:

- **Time:** os membros do time precisam ter interações constantes e isso é extremamente importante para a agilidade de desenvolvimento do produto.
- **Priorizar o produto:** mais importante do que documentar tudo, é desenvolver o produto e testá-lo.
- **Foco no usuário:** o feedback constante do usuário é fundamental para a evolução do produto e de sua usabilidade.
- **Flexibilidade:** todos precisam ter em mente que o projeto deve ser flexível e adaptável. Nem sempre aquela ideia inicial se mantém rígida e imutável durante a fase de validações.

Algumas empresas ainda têm dificuldade em implementar processos ágeis, mas, quando aplicados da forma adequada, eles resultam em uma experiência melhor para o usuário. As fases de UX e UI, em algumas empresas, ainda são feitas com antecedência (1 sprint antes, pelo menos), mas times mais maduros já conseguem fazer um trabalho coordenado entre UX, UI e desenvolvimento.

E logo abaixo, você vai ver como todos esses conceitos podem coexistir e ser aplicados de forma conjunta com foco total na melhor usabilidade do seu produto.



Figura 5.2 – Representação do Design Thinking, Lean UX e Agile UX.  
 Fonte: Usability Week Norman Nielsen Group (2015), adaptado por FIAP (2017)

## 5.4 Product Design Sprint

Talvez você já tenha ouvido falar sobre Product Design Sprint, já que esse conceito ficou bem conhecido por ser aplicado e divulgado pelo Google.

Bem, esse Design Sprint é trabalhado durante cinco dias e a função dele é ajudar a solucionar problemas e trazer inovação para o negócio de forma mais rápida. Isso porque ele elimina a parte de desenvolvimento do produto e se baseia fortemente na ideia de validação por um protótipo. O que faz com que você tenha um feedback dos usuários sobre determinada solução antes de arcar com discussões infinitas e investimento de seus recursos (tempo do time, por exemplo) para algo que não se sabe ao certo se será bem-aceito pelos usuários.



As etapas para esse Design Sprint são:

- **Antes de iniciar:** defina qual é a dor que precisa ser resolvida, qual é o desafio e qual será o time que vai participar desse processo. Lembre-se de que será mais rico se o time for multidisciplinar e que é necessário dedicação total durante os cinco dias de sprint. Então, é preciso ter o espaço certo e o tempo livre para isso.
- **Dia 1 (segunda-feira):** esse primeiro dia deve focar o levantamento de dados e informações. Qual é o desafio? Por que ele existe? O que o time sabe sobre isso? Qual será, de fato, o ponto a ser atacado para a solução deste problema? O que os usuários dizem sobre isso?
- **Dia 2 (terça-feira):** depois de levantar o problema e seus desdobramentos, é hora de focar na solução. Quais são as hipóteses e as ideias? É necessário separar as melhores ideias e fazer esboços do que pode ser a solução para esse desafio. Ah, a esta altura, é preciso começar a chamar usuários para o teste que deverá ser feito na sexta-feira. Cinco pessoas são suficientes para entender 85% das necessidades dos seus usuários.
- **Dia 3 (quarta-feira):** agora você estará com vários esboços que podem ser a solução do problema inicial, mas é complicado e demorado testar tudo isso. Então, neste momento, o grupo vai criticar cada um desses desenhos e extrair deles as melhores soluções. No fim do dia, deverão estar prontos um storyboard com as sugestões vencedoras e uma base sólida para a criação do protótipo que será usado para teste com os usuários.
- **Dia 4 (quinta-feira):** chegou a hora de transformar o storyboard em protótipo. Ele precisa ser o mais fiel possível à ideia e à usabilidade final do produto. O usuário deverá ter a sensação de estar usando o produto final, então, o protótipo precisa ser navegável. É neste dia também que deve se certificar de que está tudo certo para o teste no dia seguinte e criar o roteiro do teste para os usuários (Quais tarefas eles devem cumprir? Quais dúvidas precisam responder?).

- **Dia 5 (sexta-feira):** é o dia da validação. Os usuários devem ser entrevistados e o time vai avaliar como as pessoas estão usando o protótipo, como elas se sentem, quais dúvidas têm e o que elas estão falando sobre a proposta. É necessário sair deste teste sabendo quais serão os próximos passos, qual caminho será seguido.

Pois bem, ao fim de cinco dias, você deverá ter uma solução discutida e validada, pronta para ser desenvolvida, ajudar seus usuários e melhorar o resultado do seu negócio.

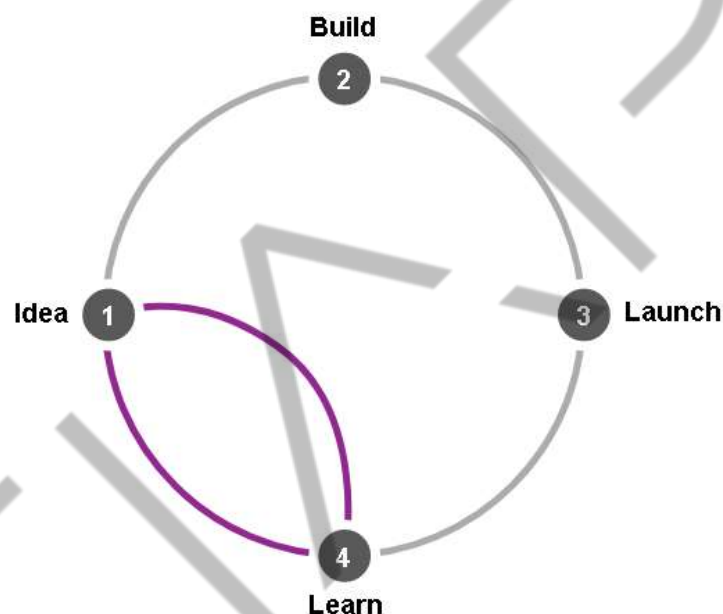


Figura 5.3 – Representação do Design Sprint.  
Fonte: [www.gv.com/sprint](http://www.gv.com/sprint) (2017)

Como puderam ver, passamos rapidamente pelos conceitos e foi um *overview* mesmo! Existem cursos completos, muitos livros e artigos que podem ajudar você a se aprofundar mais em cada um desses conceitos e, então, aplicá-los no seu dia a dia de trabalho.

## REFERÊNCIAS

BAKER, Rebecca. **Agile UX Storytelling**: Crafting Stories for Better Software Development: New York: Apress; Edição: 1st ed., 2017.

KNAPP, Jake.Sprint. **O Método Usado no Google Para Testar e Aplicar Novas Ideias em Apenas Cinco Dias**: San Francisco: Intrínseca, 2016.

YAYICI, Emrah. **Design Thinking methodology book**: Emrah Yayici, 2016.

EMANIP