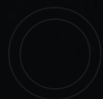


---

# SHIFT

 FIAP



---

000000



# FRONT-END SPECIALIST

DESENVOLVIMENTO WEB COM ANGULAR & REACT

CONSTRUINDO UMA **EXPERIÊNCIA CENTRADA NO USUÁRIO:**  
PESQUISA, INTERFACE & PROTOTIPAÇÃO

---



✉ karolinegammarano.fiap@gmail.com

## KAROLINE GAMMARANO

SENIOR PRODUCT DESIGNER NA  
RAIA DROGASIL

---

- Tenho MBA em Design de Interação, dez anos de experiência atuando como Designer e seis contribuindo com times de inovação na construção de produtos incríveis.
- Sou apaixonada não somente pelo Design, mas também pela Arte, Tecnologia, Psicologia e por ajudar as pessoas. Fico completamente fascinada por descobrir problemas e pelo desafio de resolvê-los.

# AGENDA

---

1

## AULA 1

Introdução à experiência centrada no usuário

2

## AULA 2

Pesquisa e definição do problema

3

## AULA 3

Ideação de soluções, funcionalidades e fluxo

4

## AULA 4

Library de componentes e interface

# AGENDA

---

5

**AULA 5**

Protótipo e preparação para testes

6

**AULA 6**

Testes de conceito e usabilidade + Melhorias e Handoff

## Na aula anterior...

O que é a  
**Experiência**  
**Centrada no**  
**Usuário?**

**Duplo**  
**Diamante**  
e suas  
etapas.

**Pesquisa e**  
**roteiro** para  
a entrevista  
com usuário.

## AULA 2

# PESQUISA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

---

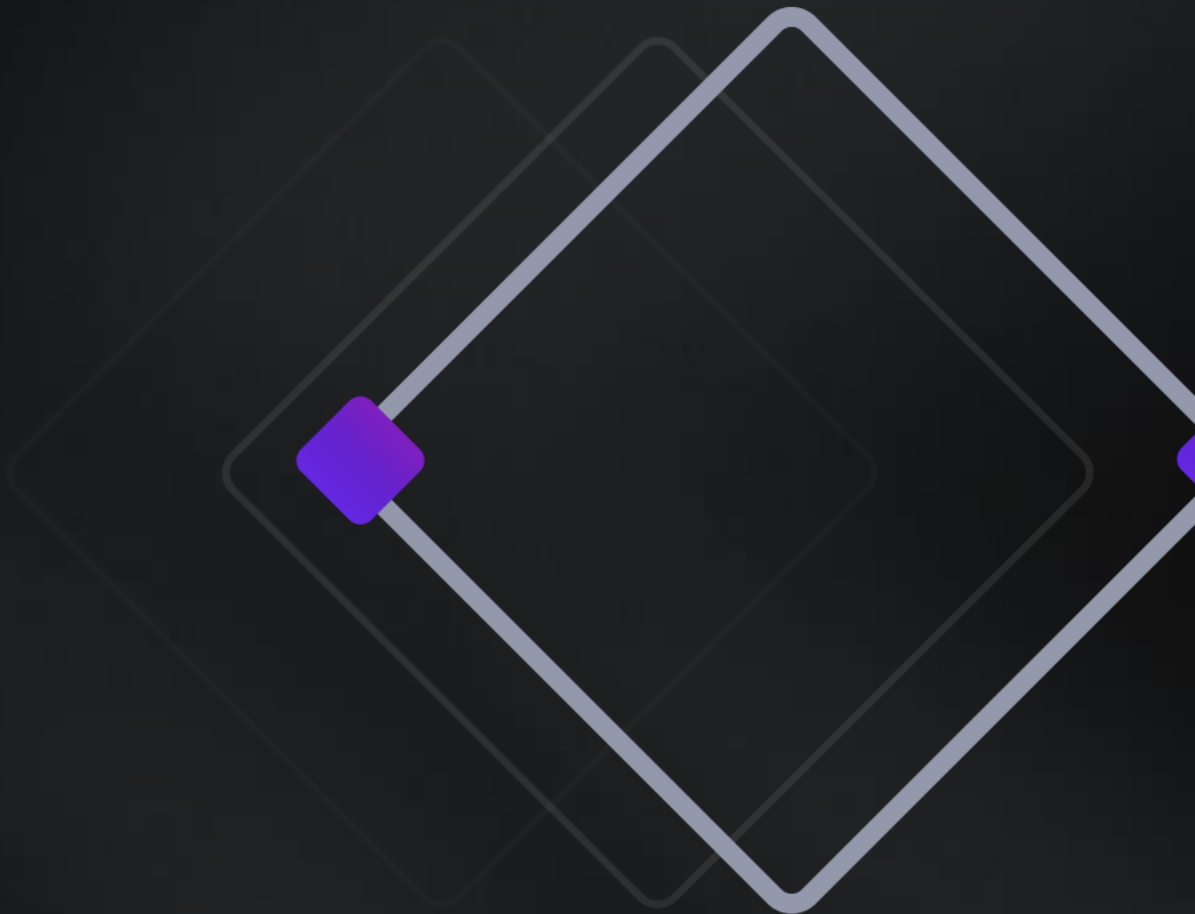


Hoje, **vamos abrir a aula com  
as entrevistas entre grupos!**

RECAPITULANDO

COMO A  
**DINÂMICA VAI  
FUNCIONAR?**

---



**Grupo 1**



**Grupo 2**



**Grupo 3**



**Grupo 4**









## Hands On

Antes de tudo, um dos membros do grupo precisa **colar o link do roteiro no local indicado lá no board do Miro**, combinado?



## Hands On

Agora, **vamos nos dividir em grupos** para vocês se prepararem e escolherem quem será o primeiro a ser teletransportado para outro grupo para ser entrevistado.

Vou passar pelos grupos para tirar as últimas dúvidas e já iniciar a dinâmica com os primeiros candidatos à entrevista!



# Intervalinho

Pausa pro café, voltamos daqui a **10 minutinhos**.





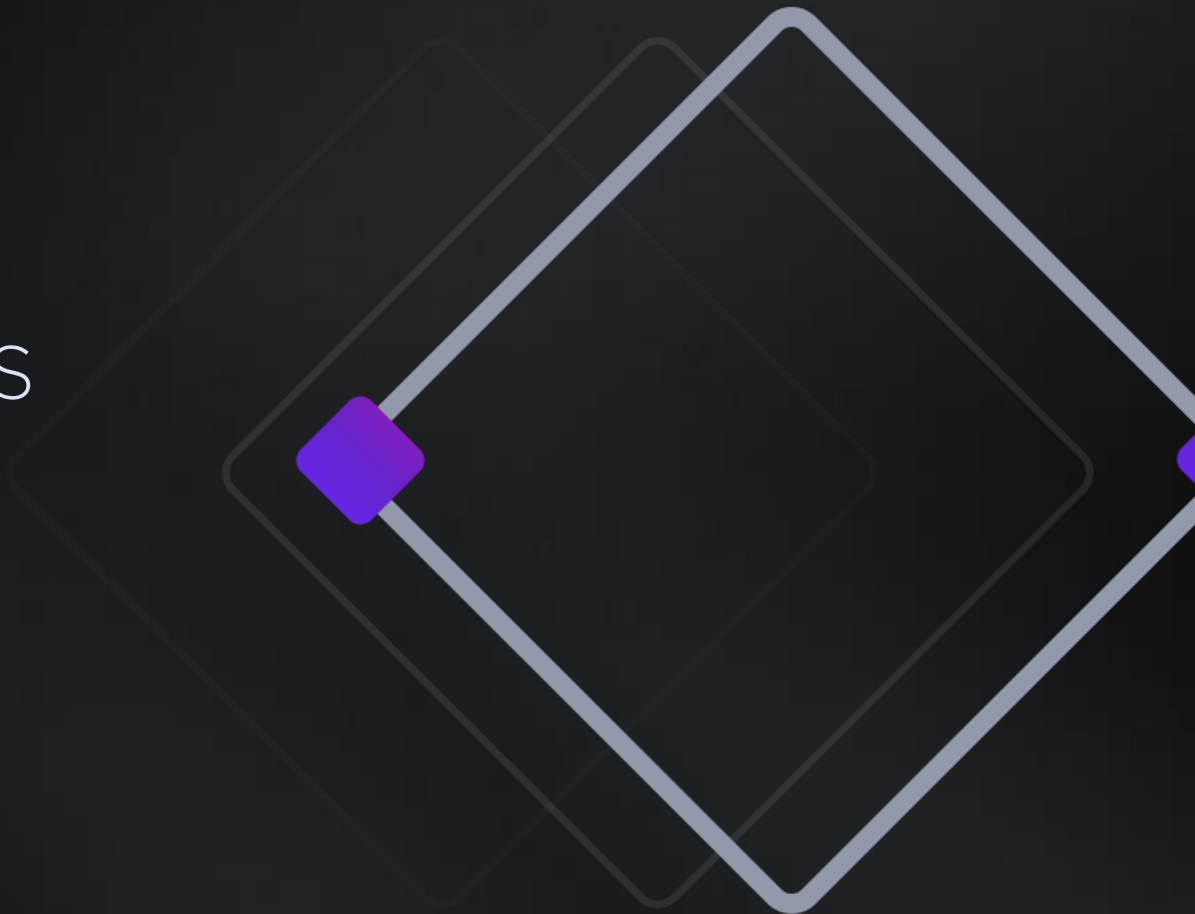


**Voltando**

RECAPITULANDO

ENTREVISTAMOS  
**OS NOSSOS**  
**“USUÁRIOS”...**

---





...e agora?

## DEFINIR: INDEXAR

---

Depois de coletar todos os resultados das suas pesquisas, você, provavelmente, está com uma quantidade enorme de informações.

E agora? **Como organizar todas essas informações** e, principalmente, o que fazer com elas?



## INDEXAR COM: CATEGONIZAR DADOS

---

Agrupem as informações coletadas em categorias. Separando dessa forma, vocês podem ter uma visualização mais fácil das **oportunidades** que poderão ser exploradas.

Por exemplo, se as pessoas disseram que têm problemas para encontrar uma ONG que traga segurança e confiança de que os brinquedos serão realmente doados, você pode criar uma categoria “**confiança**”.

**Confiança**

“Tem umas ONGs que você nem sabe de onde são direito.”

“Eu prefiro fazer doações para lugares que eu conheço.”

## INDEXAR COM: INSIGHTS

---

Insight é a compreensão de uma causa e efeito específicos dentro de um contexto particular. Você pode descobrir um insight identificando padrões nas respostas das suas pesquisas.

### Por exemplo:

- 5/5 dos entrevistados afirmam não doar brinquedos antigos para ONGs.
- 4/5 dos entrevistados responderam que não doam os brinquedos pela logística de precisar levá-los até o local de doação.
- 4/5 dos entrevistados afirmam que, muitas vezes, é mais fácil doar para alguém próximo.

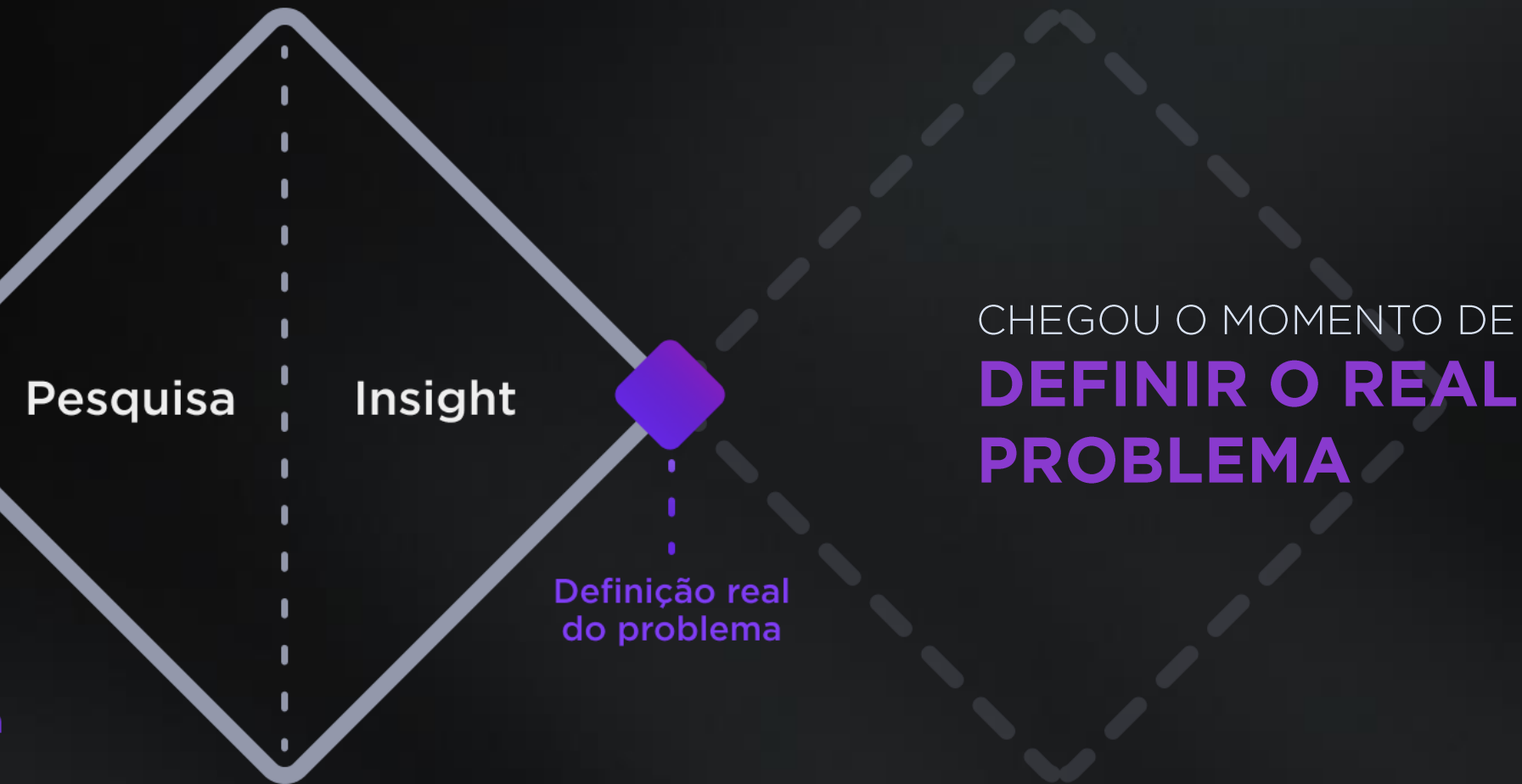
### O seu insight ficaria:

Por comodidade ou falta de tempo, a maioria das pessoas prefere doar objetos físicos para quem está perto.



## Hands On

Utilizem o método de indexação por insights para **identificar os padrões nos resultados das suas pesquisas.**





# Definir (de.fi.nir)

---

1. Determinar limite(s).
2. Apontar o real sentido de.
3. Demonstrar (alguma coisa) com clareza.

Depois de identificar os vários problemas que as pessoas enfrentam dentro do contexto que escolhemos explorar, precisamos **definir qual deles vamos resolver.**

Lembre-se de que precisamos oferecer uma solução que não só agrade ao usuário, mas também que seja viável tecnologicamente e sustentável como negócio.

# Definir

Ferramentas  
mais comuns:



Personas



Jornada do Usuário



Problem Statement

# Personas

---

As personas são arquétipos/personagens ficcionais, ou seja, são **representações dos usuários** do seu produto criadas a partir de pesquisas e análise profunda de dados. Elas devem ter as características, motivações, dores, expectativas e necessidades do seu possível usuário.



**Elton Silva**

*O pai desapegado*

**Dor: precisa se desfazer dos brinquedos  
não utilizados e liberar espaço**

# Protopersonas

---

As protopersonas têm a mesma função da persona: são arquétipos/personagens ficcionais, ou seja, também são **representações dos usuários** do seu produto. Porém, elas são como o rascunho inicial do que será a sua persona e podem ser construídas a partir de dados mais superficiais do que você acredita que o seu usuário seja.



# Jornada do Usuário

Um mapa da Jornada do Usuário é uma visualização do processo pelo qual uma pessoa passa para cumprir uma meta vinculada a um negócio ou produto específico.

É usado para atender às necessidades do cliente e entender os pontos problemáticos na sua experiência.

## Objetivo ou problema do usuário

O que o usuário está tentando realizar? Qual é o problema a ser resolvido?

Está acumulando brinquedos antigos e inutilizados dos filhos em casa

Decide que vai doar os brinquedos

## Ação do usuário

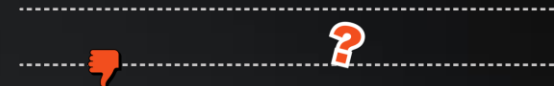
Que ações eles estão realizando atualmente? Como eles estão fazendo isso? Que informações eles procuram?

Junta todos os brinquedos em sacos

Abre o Google e busca por ONGs de crianças disponíveis

## Citações e sentimentos

Como eles se sentem neste momento?



## Oportunidades

Quais são algumas coisas que podem melhorar este momento? Isso poderia ser ignorado ou resolvido em outro lugar?



# Problem Statement

---

Ideal para definir o que está errado na situação atual e mostrar o benefício da sua resolução aos usuários e ao negócio.

## Problem Statement

Os doadores de brinquedos [1] não possuem o tempo e a motivação necessários para levar os brinquedos até uma ONG.[2]

Nós poderíamos oferecer uma alternativa de logística aos doadores [3], diminuindo o índice de desistência dessas pessoas.[4]

[1] **Usuário**, [2] **Problema**.

[3] **Benefício ao usuário**, [4] **Benefício ao negócio**.



## Hands On

Agora, vamos colocar a mão na massa e construir nossa **Protopersona**, a **Jornada do Nosso Usuário** e definir um **Problem Statement** do que buscamos resolver.

Tudo isso lá no nosso **board do Miro**.

## E HOJE APRENDEMOS

---

- Como entrevistar nossos usuários e tirar dúvidas utilizando nosso roteiro.
- Iniciamos a Etapa 2. Definir - do Duplo Diamante e entendemos como utilizar categorias e insights para indexar os resultados das nossas pesquisas.
- Definimos o nosso problema real com a ajuda da Protopersona, Jornada do Usuário e do Problem Statement.



Na próxima aula...

**Ideação**  
da solução

Definição de  
**fluxos e**  
**funcionalidades**


Introdução  
ao **Figma**

(por enquanto)






# OBRIGADA

 /karoline-gammarano

FIAP

Copyright © 2021 | Karoline Gammarano


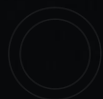
Todos os direitos reservados. Reprodução ou divulgação total ou parcial deste documento,  
é expressamente proibido sem consentimento formal, por escrito, do professor/autor.





# SHIFT

 FIAP



000000