

BandTec
DIGITAL SCHOOL



Design de Interfaces

Aula 4 – Ideação/Geração de Ideias

Professor Esp. Gerson Santos

Objetivo da Aula

- Projeto
- Bom senso de Usabilidade – Regra 2

Frase Chave

Talvez a sua opinião seja importante.

Palavra Chave.

EMPATIA!

Nosso Objetivo

Aprender, processos, métodos e ferramentas para desenvolver sistemas úteis (conhecer o utilizador).

Design de Interfaces – Plano do Semestre



Conceitos Fundamentais

1. Definir o escopo do Projeto



Entender o Negócio

2. Canvas + StoryBoard
3. Planilha de Hipóteses de Negócios



Análise do Utilizador

6. Realizar Pesquisas
7. Definição das Personas
8. Mapa de Empatia



Prototipação

10. Protótipo do Site



Design de Intefaces

4. Conhecer o Site a ser Melhorado
5. Realizar benchmarks



Boas práticas WEB/APP

9. Lista de recomendações e melhorias



Feedback

11. Feedback
12. Documento Final





Revisão para Atividade

Professor Esp. Gerson Santos

Direcionadores – Projeto do Site BandTec

- “Não vendemos educação, mas sim contamos uma história.”
- “Somos uma faculdade!”
- “Formamos profissionais para vida. Muito bem qualificados.”
- “Queremos atrair talentos.”

Novo: Objetivo

- Objetivo para os próximos 6 meses: Ter um site que consiga responder as perguntas de forma simples e amigável.
- Objetivos para 2 anos: Como fazer com que ele (aluno procurando faculdade) se apaixone pela BandTec.

Novo: Perguntas do Design Sprint

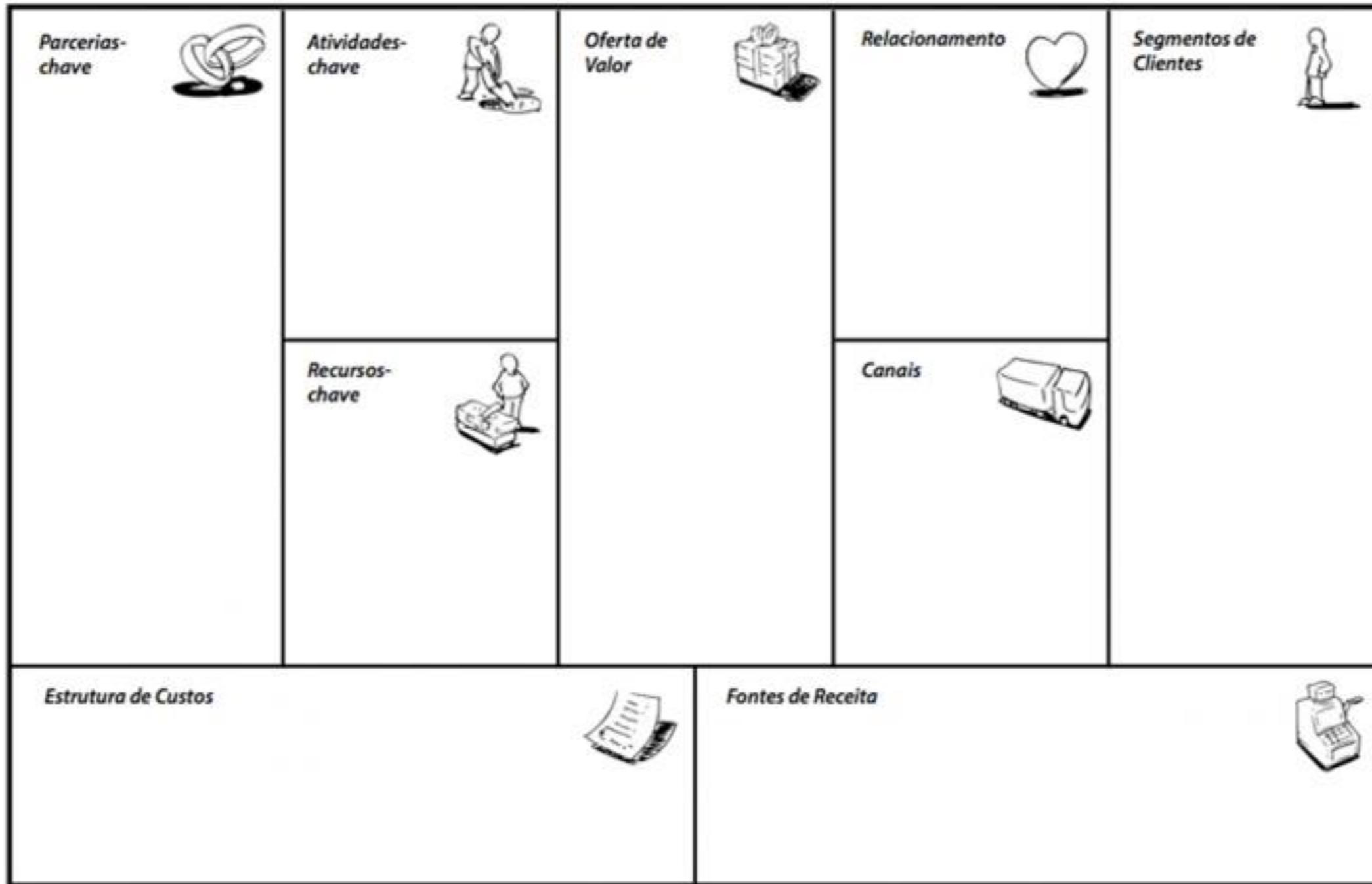
- Como poderíamos explicar o que é o nosso produto?
- Como poderíamos ter no site itens que nos darão orgulho da faculdade? (Pensando como alunos que fizeram BandTec)
- Como poderíamos explicar que as empresas estão nos contando que preferem alunos da BandTec?

Novo: Perguntas do Design Sprint

A principal pergunta:

- Como poderíamos responder as dúvidas de que vem até nós? (hoje existe muita desconfiança em função de pagar nada no primeiro semestre e ter estágio garantido).
 - É pegadinha?
 - Qual a história da faculdade?
 - Como vocês garantem o estágio?
 - Vai sobrar dívida?
 - Que história é essa de socioemocional?
 - Entre outras...

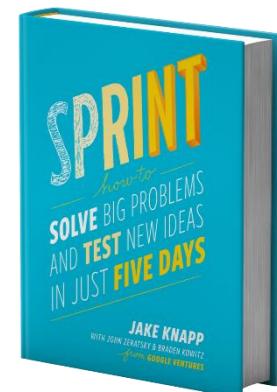
Canvas para entender o negócio



AULA PROF. ALEX

Planilha de Hipóteses de Negócios

Design Sprint – Para geração de Ideias



2º - Responda a essas perguntas:

1 - Quem é o cliente, usuário do aplicativo?

2 - Por que a solução é útil para o usuário?

3 - Quais problemas a solução resolve?

4 - Como podemos medir o sucesso da solução?

5 - Quais as principais ameaças para que o sucesso seja alcançado?

6 - Existe algum produto similar ou que resolve os mesmos problemas? Se sim, detalhar e mostrar como o produto é melhor que a concorrência



Técnica – HMW – Como Podemos

A técnica tem adeptos ao redor do mundo (alguns deles grandes empresas, como Google e Facebook): chamada de How Might We, ou apenas HMW (ou “como nós podemos”, em tradução) e o objetivo é mudar a forma como os problemas são encarados.

Nesse sentido, perguntas do tipo: "**como nós podemos fazer nossas equipes estarem mais comprometidas?**" ou "**como nós podemos promover relacionamentos mais profundos entre os funcionários?**" ou, ainda, "**como nós podemos atrair mais talentos para estudar tecnologia?**"

Questões genéricas não valem: “**como podemos fazer isso?**”, ou “**como devemos fazer isso?**”.

Novo: Perguntas Como poderíamos

- Como poderíamos explicar o que é o nosso produto?
- Como poderíamos ter no site itens que nos darão orgulho da faculdade? (Pensando como alunos que fizeram BandTec)
- Como poderíamos explicar que as empresas estão nos contando que preferem alunos da BandTec?

Novo: Perguntas Como poderíamos

A principal pergunta:

- Como poderíamos responder as dúvidas de que vem até nós? (hoje existe muita desconfiança em função de pagar nada no primeiro semestre e ter estágio garantido).
 - É pegadinha?
 - Qual a história da faculdade?
 - Como vocês garantem o estágio?
 - Vai sobrar dívida?
 - Que história é essa de socioemocional?
 - Entre outras...

Design Sprint – Dia 1

Projeto: **Banca de Limonada**

Meta: Ter lucro

Como poderíamos ter clientes suficientes para pagar o nosso lanche?



Pergunte aos Especialistas

É muito importante a visão de especialistas sobre a sua proposta.

1. Apresente a proposta
2. Ouça o Feedback
3. Faça anotações
4. Revise a proposta

Design Sprint – Dia 1

Projeto: **Banca de Limonada**

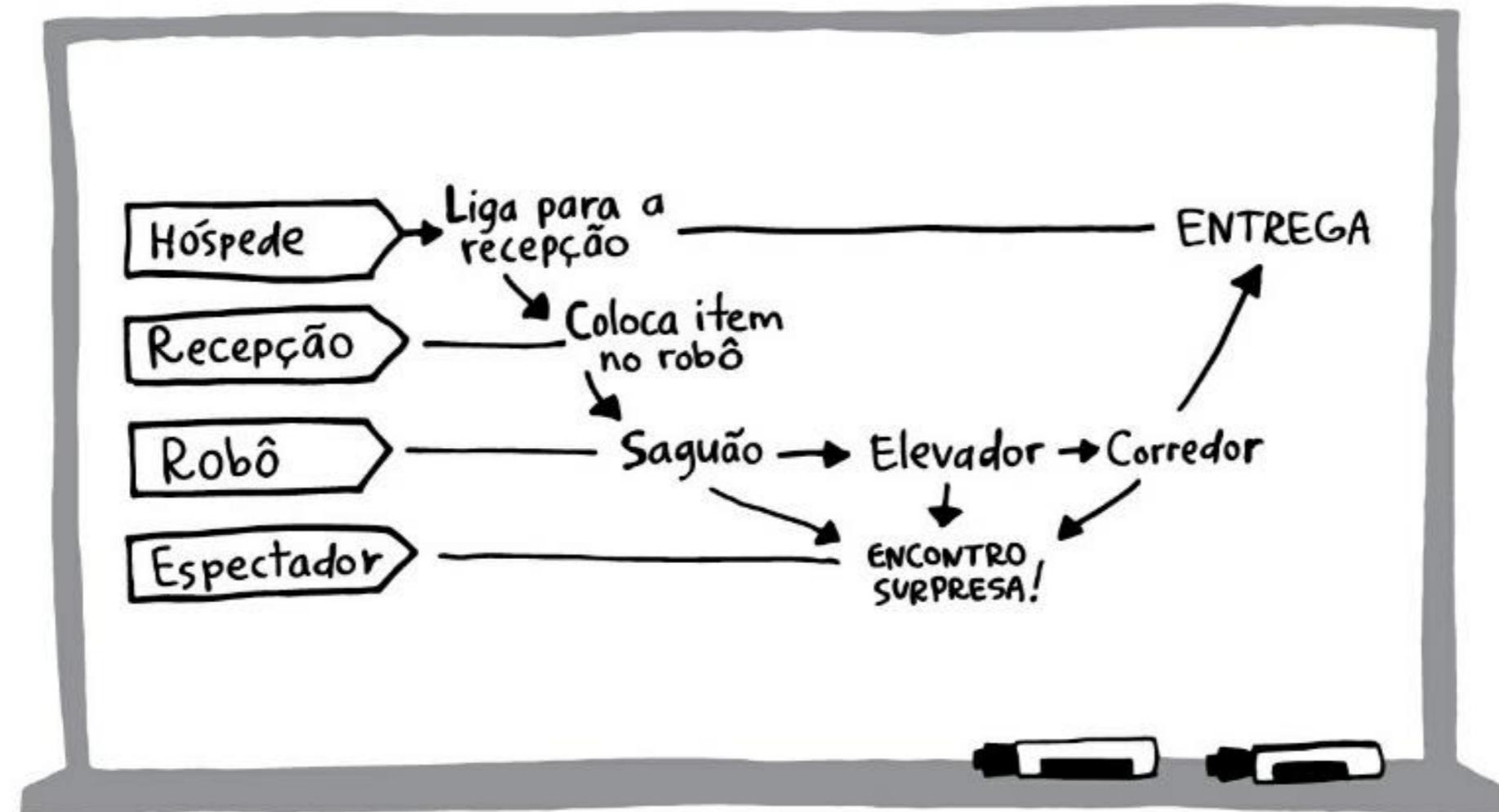
Meta: Ter lucro

Como poderíamos ter clientes suficientes para pagar o nosso lanche?

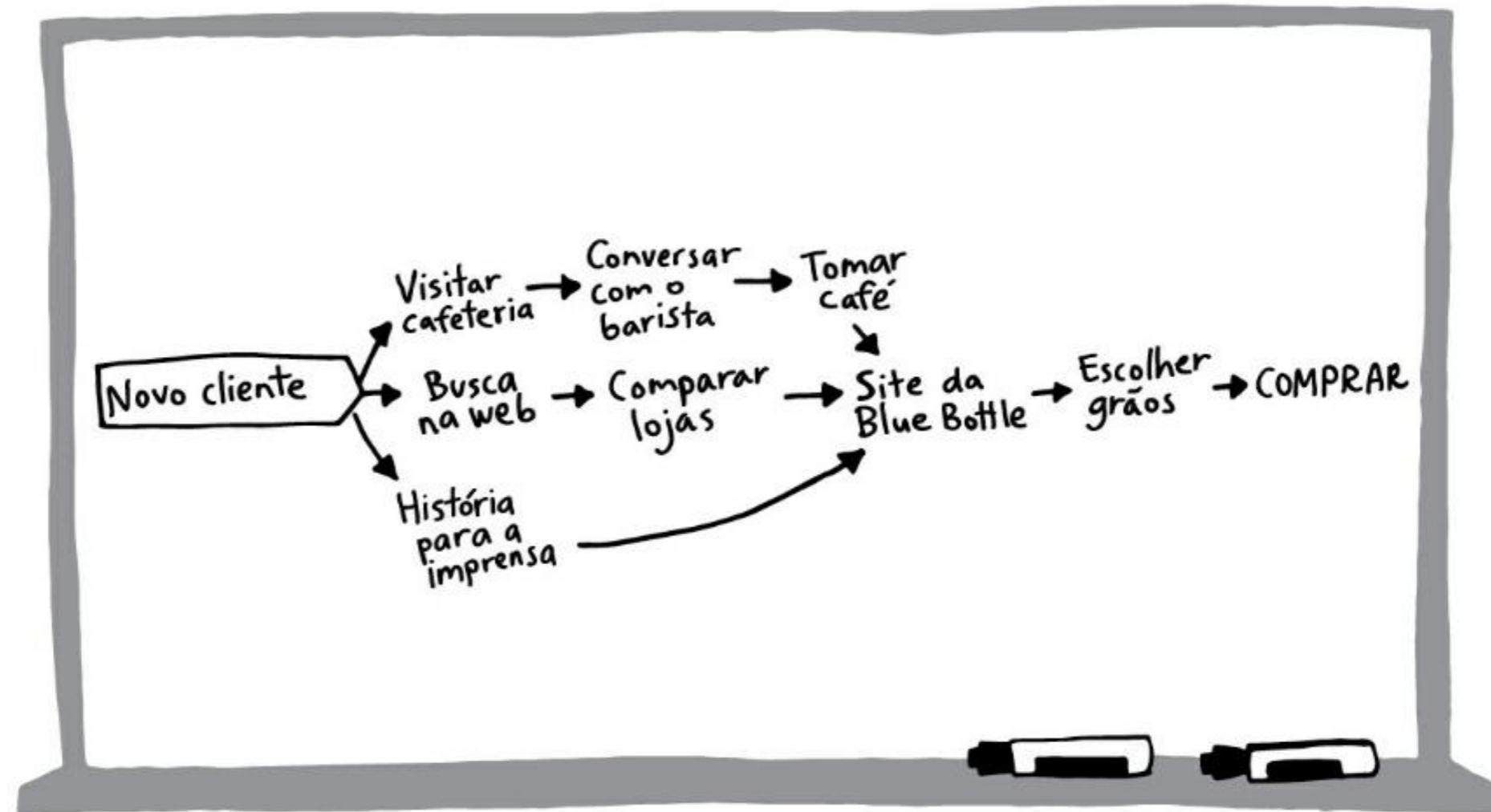


Design Sprint – Mapa do Problema

Exemplo do Robô



Design Sprint – Mapa do Problema Exemplo da Cafeteria

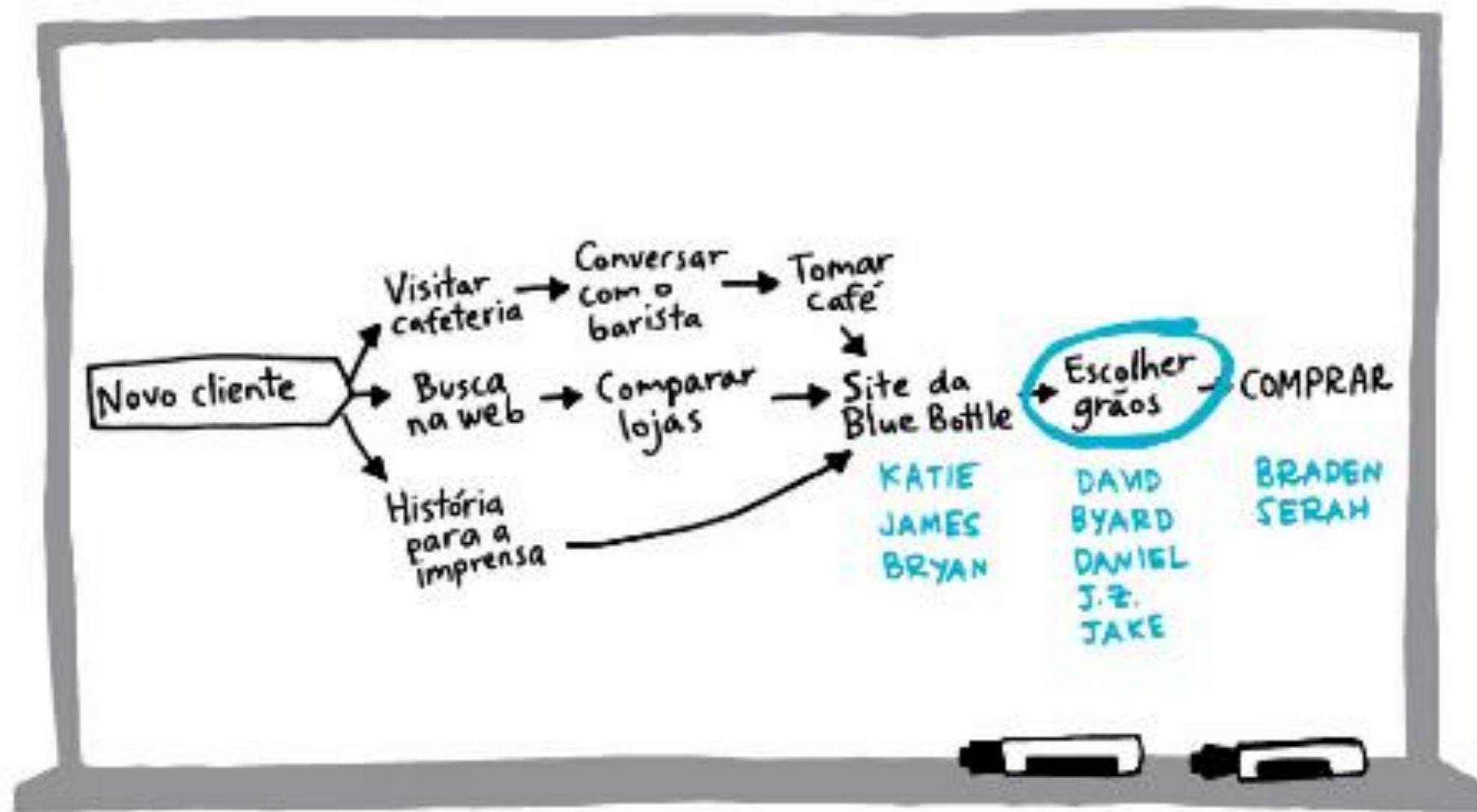


Design Sprint – Novas perguntas como poderíamos. Mais detalhadas



Alguns dos apontamentos “Como poderíamos” da Blue Bottle.

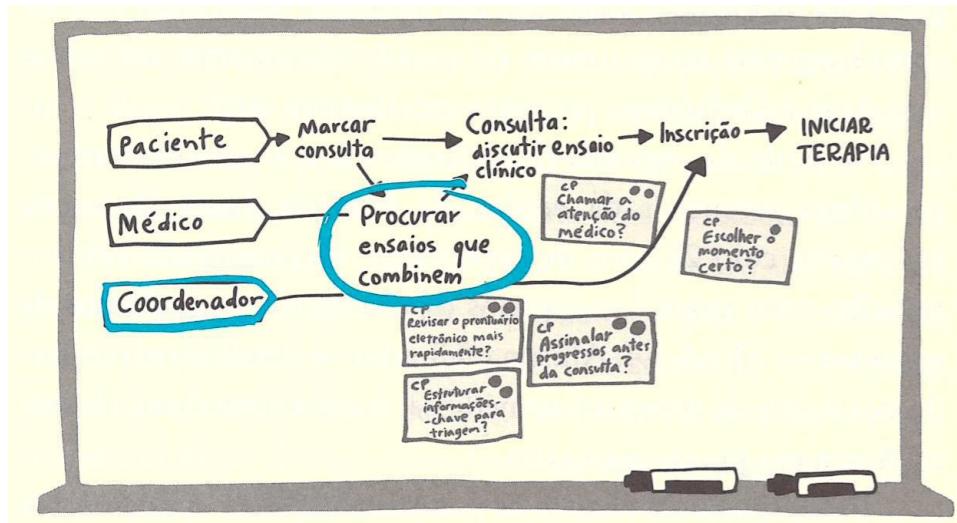
Design Sprint – Escolha um alvo



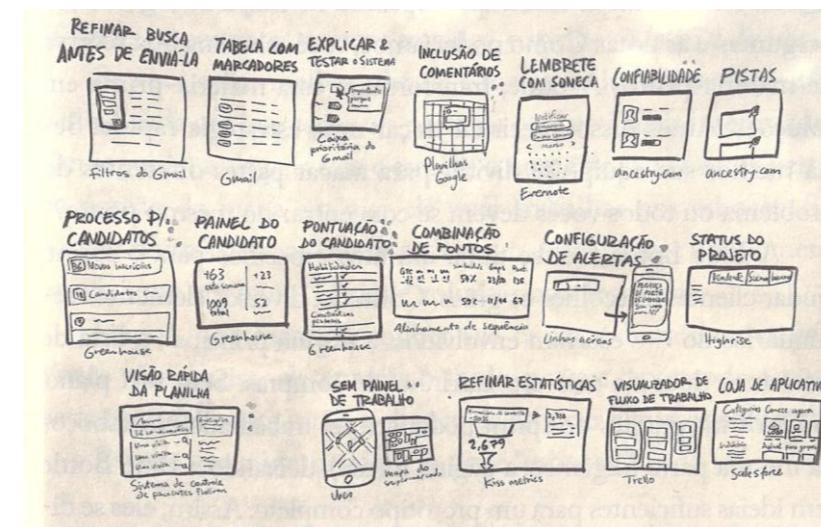
Design Sprint – Dia 2

Criando esboços em 4 passos!

Passo 1 – Use 20 minutos para anotar as suas principais ideias



Mapa do problema



Ideias de outras indústrias



Questionário

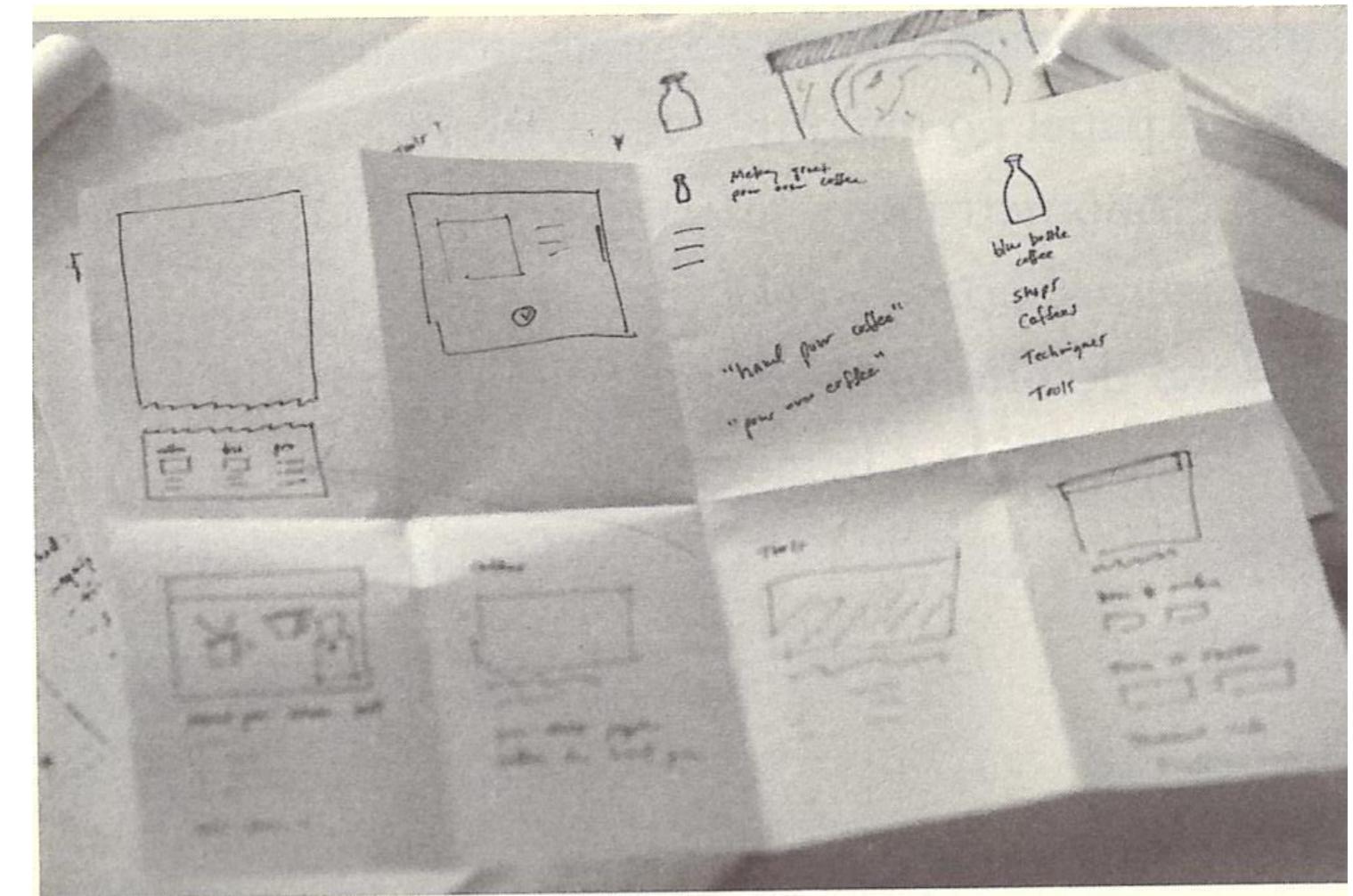
Design Sprint – Dia 2

Passo 3 – Crazy 8s

Escolha uma ideia

Dobre uma folha A4
três vezes

Em 8 minutos faça 8
variações da sua
ideia



Design Sprint – Dia 2

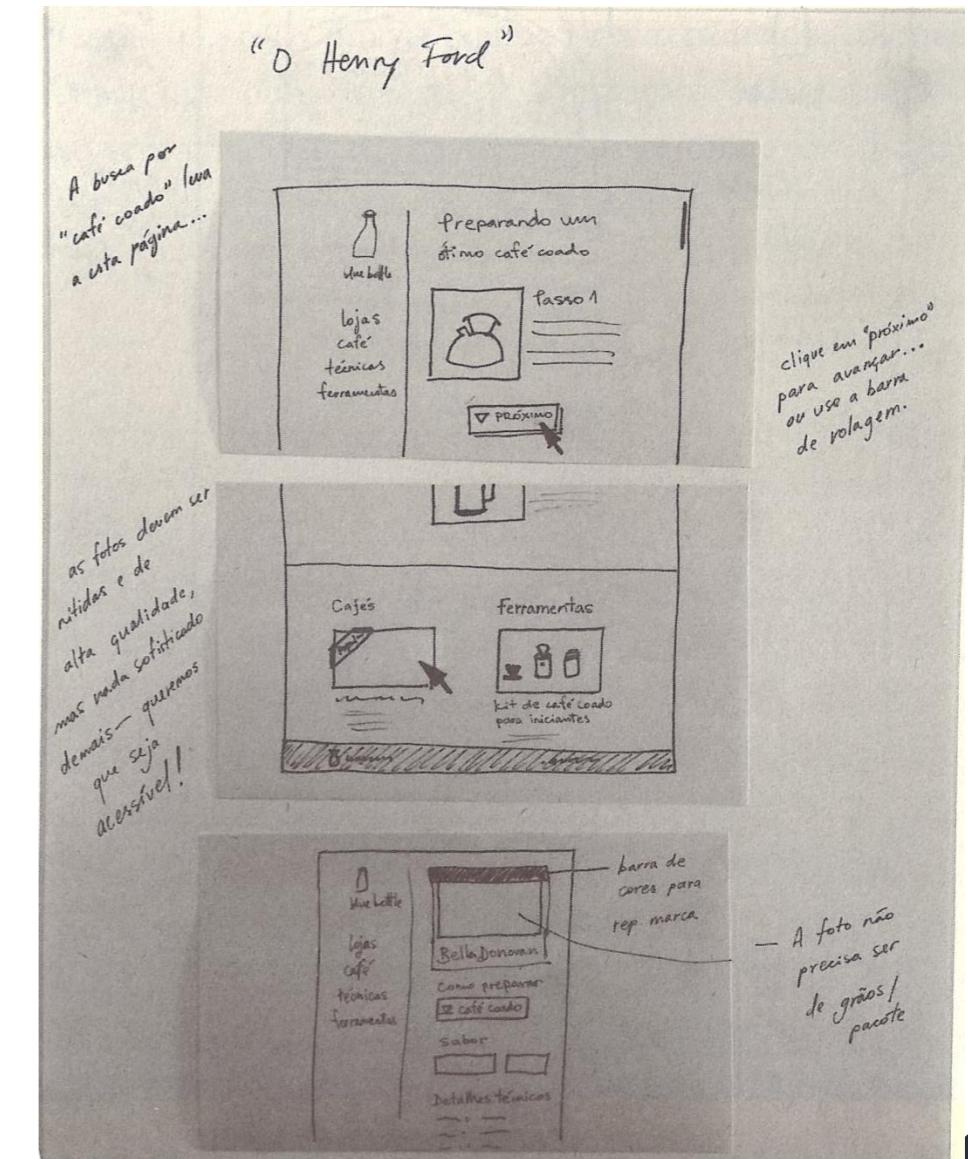
Passo 4 – Esboço da Solução

É a melhor ideia de cada um colocada no papel.

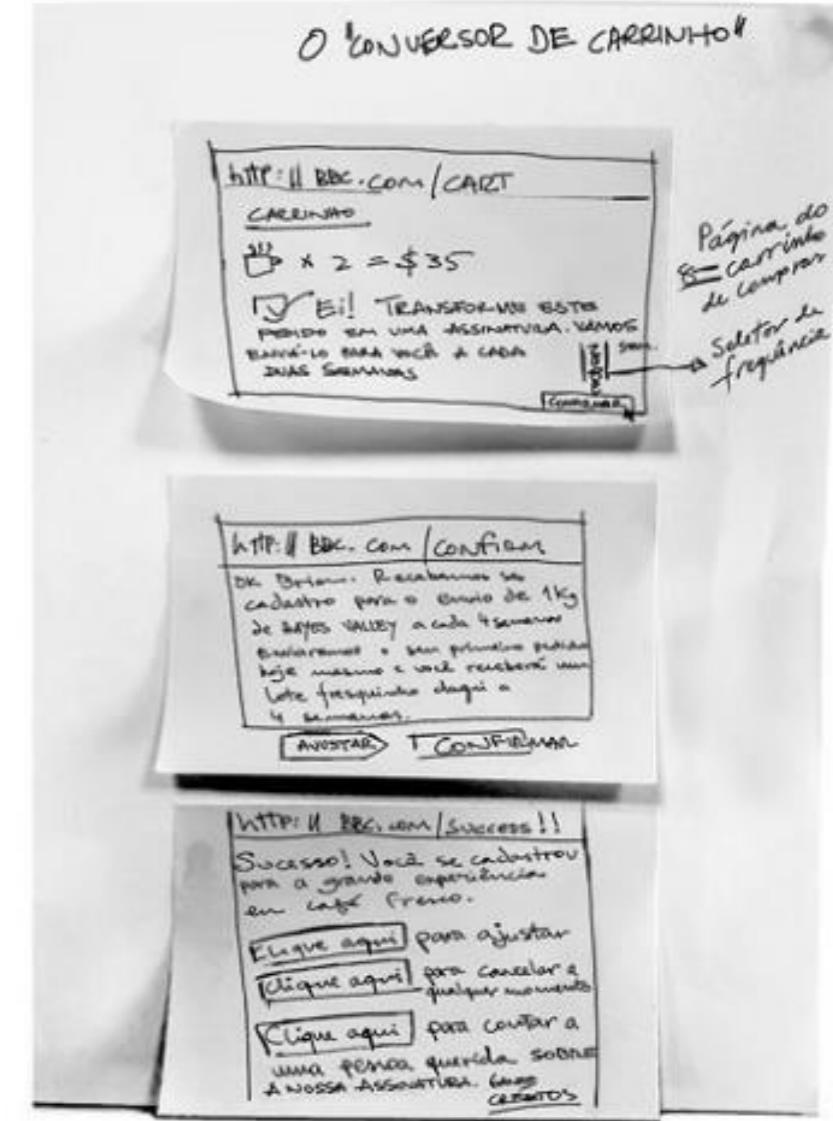
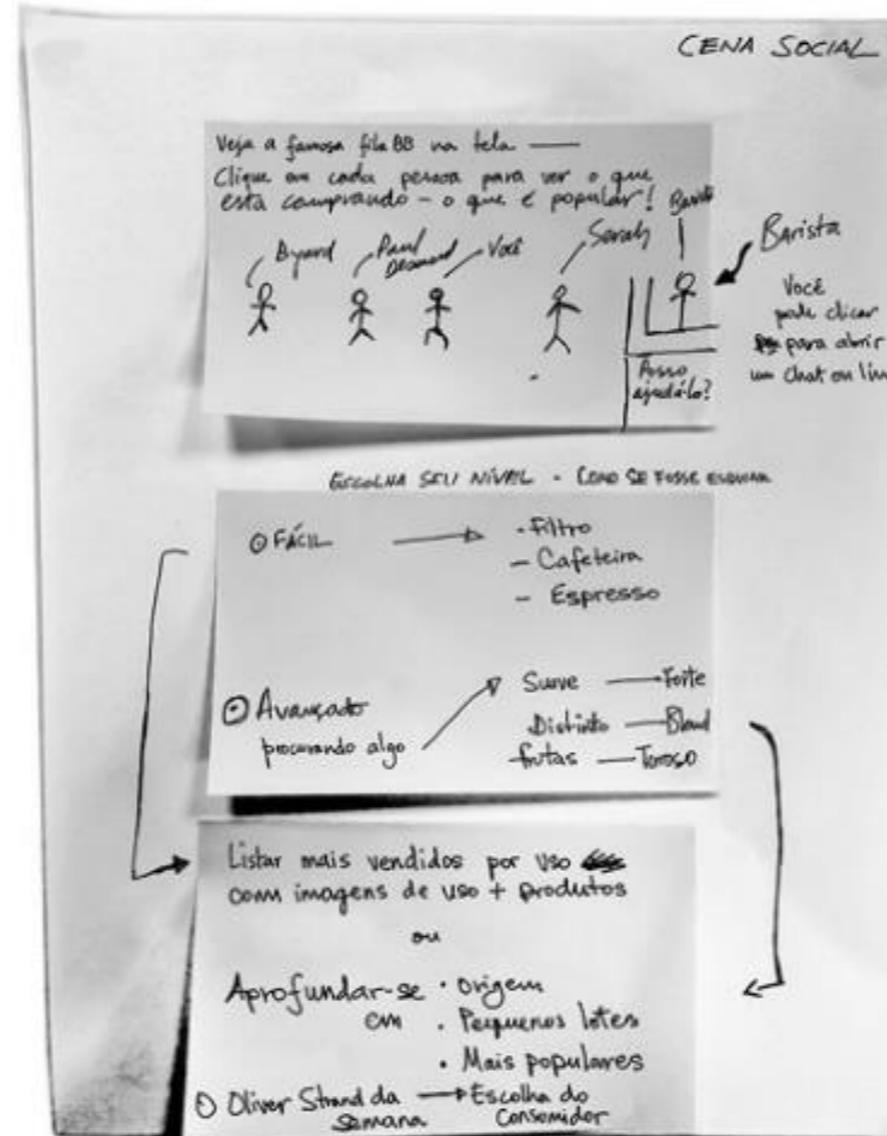
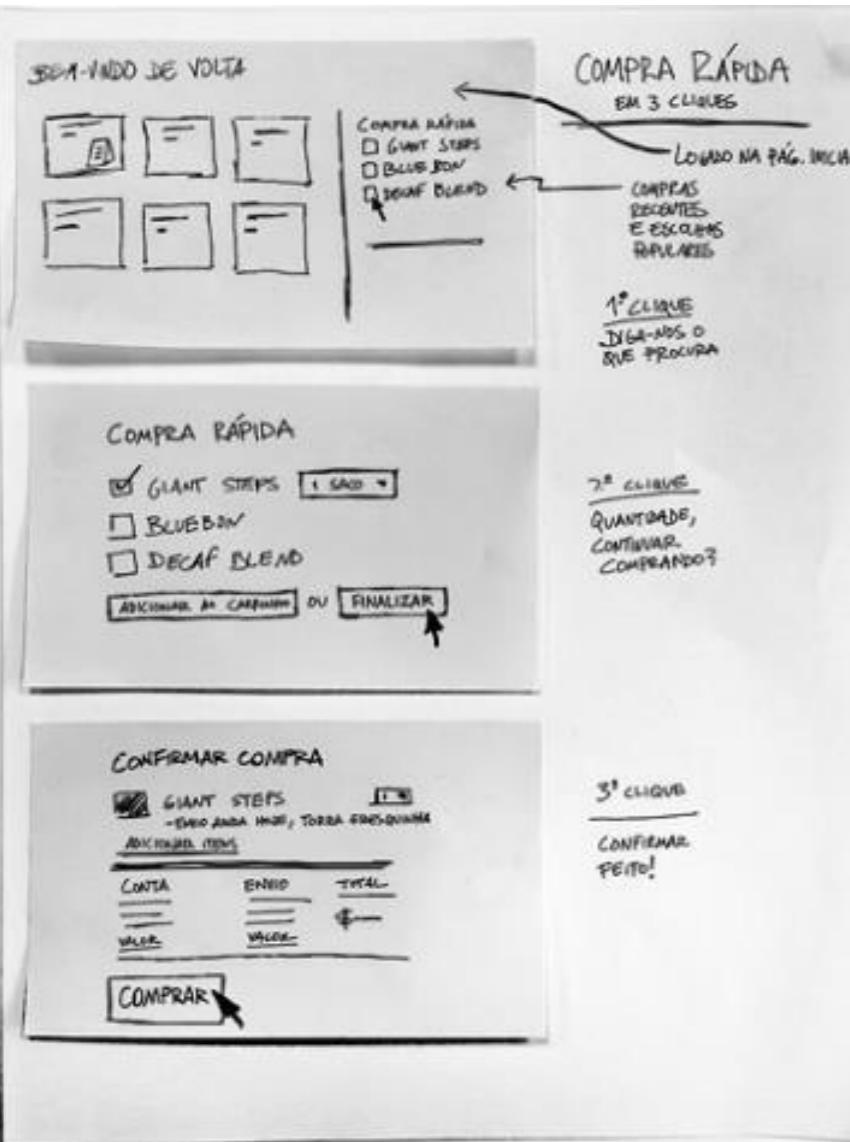
É um storyboard de três painéis desenhados em post its exibindo o que os seus clientes vão ver ao interagir com seu produto ou serviço.

Dicas:

- 1. Deve ser autoexplicativo**
- 2. Deve ser anônimo**
- 3. Palavras são importantes**
- 4. Use um título marcante**



Design Sprint - Faça esboços

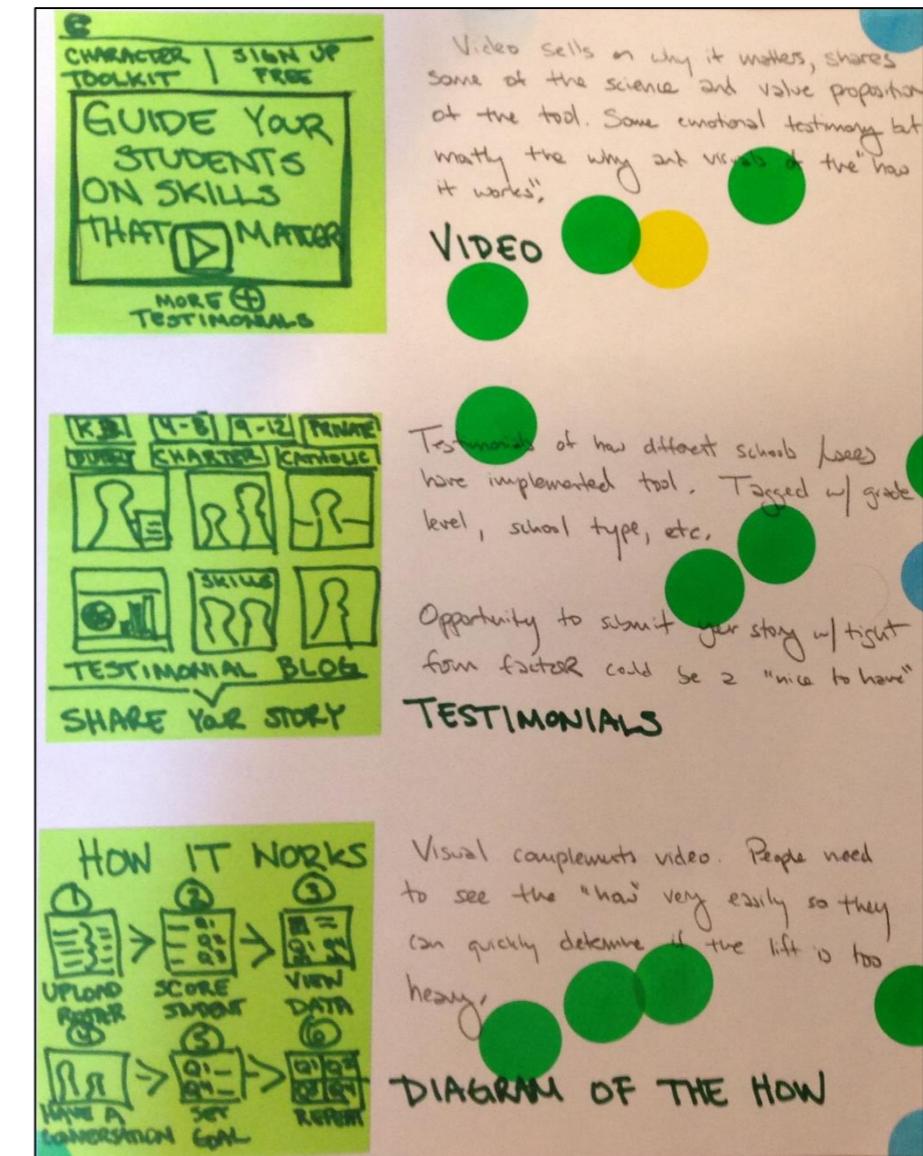


Design Sprint – Dia 3 - Decida

1) O Museu de Arte: Cole todos os story boards individuais na parede com fita crepe

2) Mapa do Calor: Cada participante tem 3 adesivos de bolinhas (o definidor tem 5). Cole as bolinhas nas partes que você mais gostou. Não fale. Caso tenha dúvidas, anote ao lado do storyboard

E então: Críticas
Relâmpago!



Design Sprint – Dia 3 - Decida

3) Críticas Relâmpagos

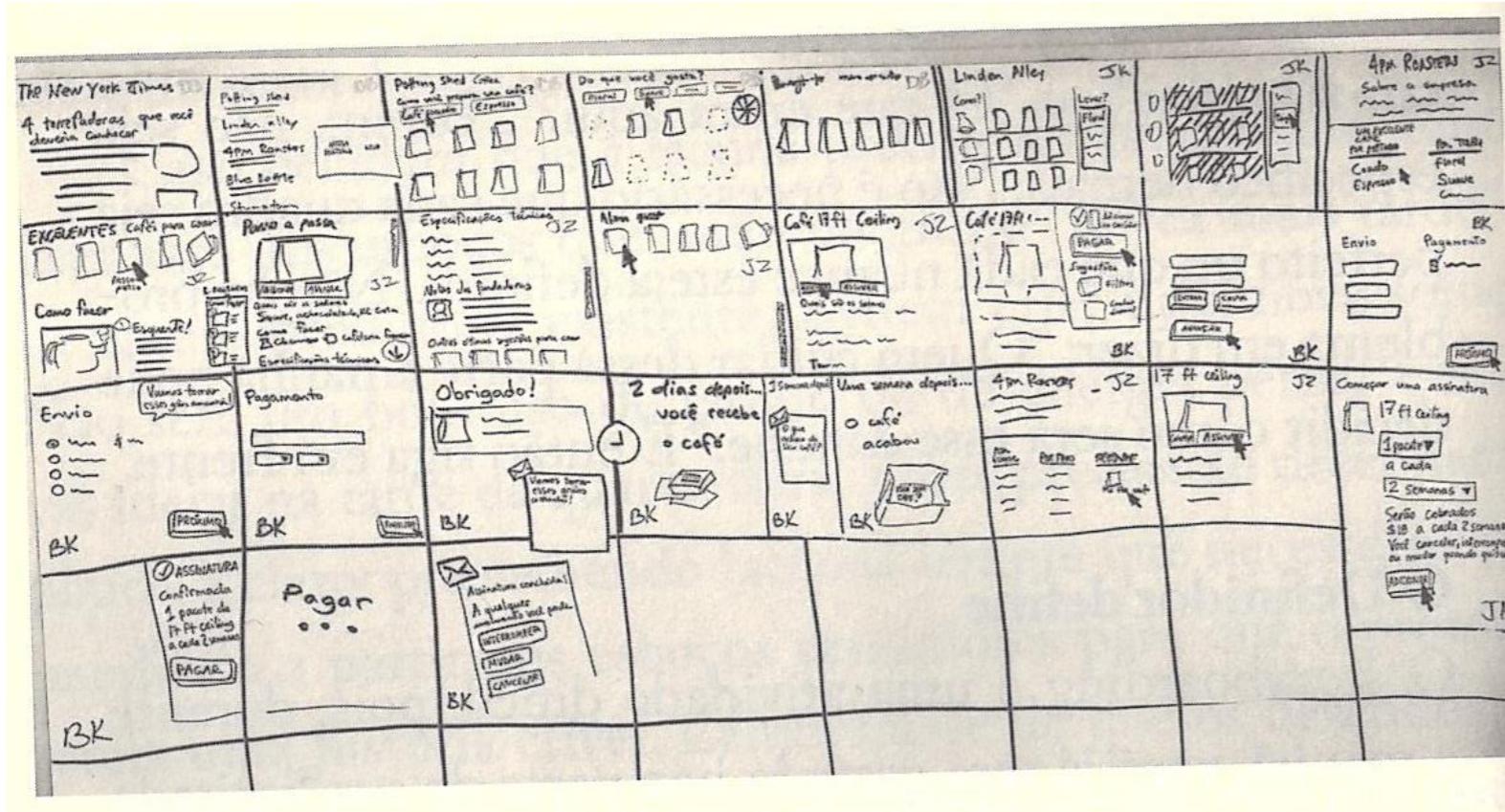
- Reúnam-se ao redor de um esboço
- Três minutos para cada esboço
- Facilitador narra esboço
- Facilitador anuncia ideias destaque (mais bolas)
- Escrevente registra ideias destaque em post it
- Revisão de preocupações e dúvidas
- Criador fica em silêncio até o fim
- Criador esclarece eventuais dúvidas / ideias
- Ideias em destaque ficam acima do storyboard.

**Críticas
Relâmpago!**



Design Sprint – Dia 3

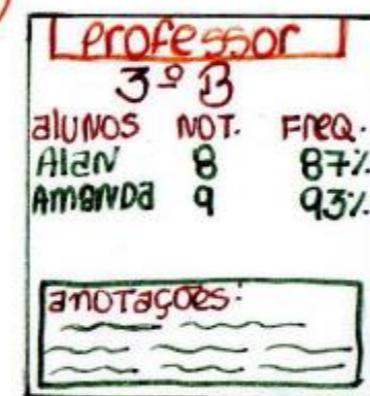
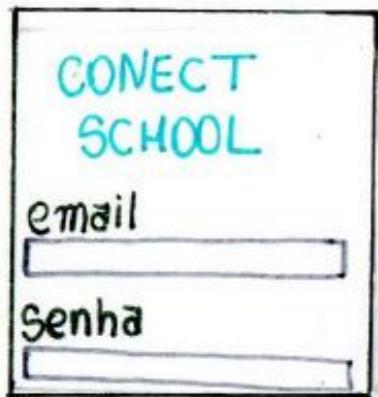
Montando o storyboard



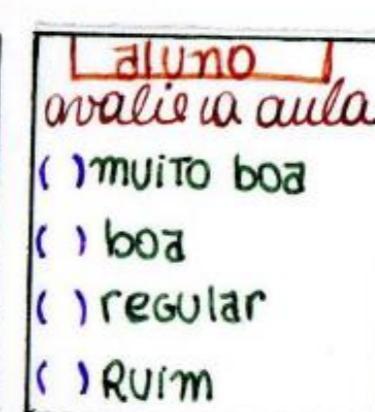
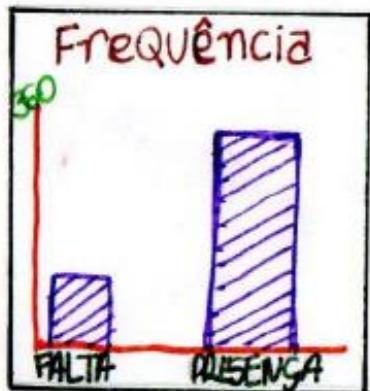
- Selecione um artista
- Escolha uma cena de abertura
- Trabalhem com o que têm
- Inclua cabeçalhos simples e frases importantes
- Não adicione muitos detalhes
- Foque no que você quer testar

Design Sprint – Dia 3

Storyboard Final



FEITO NO HACKTOON



Design de Interfaces – Vamos ao Projeto



Conceitos Fundamentais

1. Definir o escopo do Projeto



Entender o Negócio

2. Canvas + StoryBoard
3. Planilha de Hipóteses de Negócios



Análise do Utilizador

6. Realizar Pesquisas
7. Definição das Personas
8. Mapa de Empatia



Prototipação

10. Protótipo do Site



Design de Intefaces

4. Conhecer o Site a ser Melhorado
5. Realizar benchmarks



Boas práticas WEB/APP

9. Lista de recomendações e melhorias



Feedback

11. Feedback

12. Documento Final



Cola da sequencia



Momento - Não me faça pensar!!!!!!



Design de Interface

Aula – Bom senso de usabilidade
Regra 2

Professor Esp. Gerson Santos

Regra número 2

“Por que as coisas sempre estão no último lugar onde as procuramos?”

Resposta: Porque você para de procurar quando as encontra!

Regra número 2

COMO NÓS REALMENTE USAMOS A WEB

Exemplo – O que achamos

The screenshot shows the Poupatempo website (<https://www.poupatempo.sp.gov.br>) with several annotations overlaid:

- Vai escolher cuidadosamente um link** (Will choose carefully a link) is highlighted in a blue box pointing to the "Guia de Informações" section.
- Que o usuário vai ler...** (What the user will read...) is highlighted in a pink box pointing to the "Importante" section.
- Vai refletir sobre os serviços a escolher** (Will reflect on the services to choose) is highlighted in a pink box pointing to the "Serviços on-line" section.

Guia de Informações

Serviços mais solicitados

- 1 Carteira de Identidade (RG) - IIRGD
- 2 Carteira Nacional de Habilitação (CNH) Definitiva - Detran
- 3 Primeira Habilitação (Permissão para Dirigir) - Detran
- 4 Licenciamento de Veículo (CRLV) - Detran
- 5 Atestado de Antecedentes Criminais de São Paulo (AAC) - IIRGD

Importante

Poupatempo alerta para golpe na internet. Site induz vítimas a pagarem falsas taxas bancárias

Canais de atendimento
O Poupatempo oferece os seguintes canais de atendimento
Detran de Araçatuba muda de endereço
Serviços vão para o Shopping Praça Nova

+ Ver mais

Serviços on-line

Atestado de Antecedentes **Novo!**
Reconhecimento de Paternidade **Novo!**
Achados e Perdidos
Nota Fiscal Paulista
Consulta de IPVA
Boletim Eletrônico de Ocorrências

+ Ver mais

Olá, vamos agendar?

Canais de Atendimento | Fale Conosco | Suporte Técnico | Entre ou Cadastre-se

Exemplo – A real

O usuário vai procurar agitadamente por algo...rolando a tela...e procurando item clicável

Vai clicar e se não for isso, volta.

Guia de Informações

Locais de Atendimento

Agendamento

Serviços mais solicitados

- 1 Carteira de Identidade (RG) - IIRGD
- 2 Carteira Nacional de Habilitação (CNH) Definitiva - Detran
- 3 Primeira Habilitação (Permissão para Dirigir) - Detran
- 4 Licenciamento de Veículo (CRLV) - Detran
- 5 Atestado de Antecedentes Criminais de São Paulo (AAC) - IIRGD

Importante

Poupatempo alerta para golpe na internet. Site induz vítimas a pagarem falsas taxas bancárias

Canais de atendimento

O Poupatempo oferece os seguintes canais de atendimento

Detran de Araçatuba muda de endereço

Serviços vão para o Shopping Praça Nova

+ Ver mais

Serviços on-line

Atestado de Antecedentes **Novo!**

Reconhecimento de Paternidade **Novo!**

Achados e Perdidos

Nota Fiscal Paulista

Consulta de IPVA

Boletim Eletrônico de Ocorrências

+ Ver mais

Olá, vamos agendar?

É parecido com o que ele quer...clica! clica!

Fato 1

Nós não lemos as páginas. Apenas as examinamos.

- Estamos sempre com pressa;
- Sabemos que não precisamos de tudo (na verdade precisamos de muito pouco);
- Somos bons nisso.

Exemplo – Projeto do designer

The screenshot shows the homepage of the Multiplus website. At the top, there's a navigation bar with links like "Junte seus pontos", "Clube Multiplus", "Troque seus pontos", "Compre Pontos", "Passagens aéreas", "Cartão Multiplus", "Comprei Pontuel", and "Multiplus Corretora". There's also a search icon, a user profile icon, and buttons for "ENTRE" and "CADASTRE-SE". A shopping cart icon shows "(0)".

Below the navigation, there are three main promotional sections:

- PARA VOAR COM PONTOS** (Flight with points)
- PARA VOAR COM PONTOS + DINHEIRO** (Flight with points and money)
- GANHE PONTOS COM HOTÉIS** (Get points with hotels)

The main search form is centered, with fields for "DE" (Origem), "PARA" (Destino), "DATA DA PARTIDA" (Departure date), "DATA DO RETORNO" (Return date), "PASSAGEIROS" (Passenger), "CLASSE" (Class), and a "BUSCAR" button. Below the search form is a link "Busca com dinheiro".

On the left side, there's a teal-colored sidebar with the text "KM DE VANTAGENS" and a photo of two young women in a car.

On the right side, there's a promotional section for transferring points:

TRANSFIRA SEUS KM DE VANTAGENS!
4.000 KM ➤ 20.000
DE VANTAGEM PONTOS MULTIPLUS
Para você **viajar muito mais!**

At the bottom right is a "TRANSFIRA JÁ" button next to the "VANTAGENS" logo.

Exemplo – Usuário querendo comprar passagem

The screenshot shows the homepage of the Multiplus website. At the top, there's a navigation bar with links like "Junte seus pontos", "Clube Multiplus", "Troque seus pontos", "Compre Pontos", "Passagens aéreas", "Cartão Multiplus", "Compre Pontuel", and "Multiplus Corretora". Below the navigation, there are two main options: "PARA VOAR COM PONTOS" and "PARA VOAR COM PONTOS + DINHEIRO". The search form below includes fields for "DE" (Origem), "PARA" (Destino), "DATA DA PARTIDA" (dd/mm/aaaa), "DATA DO RETORNO" (dd/mm/aaaa), "PASSAGEIROS" (1 Adulto), "CLASSE" (Econômica), and a "BUSCAR" button. A checkbox labeled "Somente ida" is also present. In the bottom left corner, there's a large graphic with the text "KM DE VANTAGENS" and a blurred image of a person. On the right side, there's a promotional banner with the text "TRANSFIRA SEUS KM DE VANTAGENS!" and "4.000 KM > 20.000 PONTOS MULTIPLUS". A "TRANSFIRA JÁ" button is at the bottom right of the banner.

O usuário abstrai do resto.

Focamos nas palavras e expressões

- Que se parecem com o que queremos fazer no momento;
- Nossos interesses pessoais
- Que causam algum efeito sobre nosso sistema nervoso

SEXO,
GRÁTIS,
LIQUIDAÇÃO,
ALÉM DO NOSSO PRÓPRIO NOME

Fato 2

Não fazemos escolhas ideais, apenas o que é suficiente.

- Buscamos a primeira opção razoável (satisfazimento);
- Geralmente estamos com pressa (de novo);
- A punição por escolher errado não é lá grande coisa;
- Avaliar as opções não necessariamente melhora nossas chances;
- Adivinhar é mais divertido.

Fato 3

Nós não descobrimos como as coisas funcionam. Nós vamos direto ao ponto.

- Você lê manual?
- A maioria de nós tenta ir direto ao ponto.

Por que isso acontece?

- **Não é importante para nós.** A maioria de nós só quer usar, não quer saber como funcionam.
- **Se encontramos algo que funcione, aderimos a ele.** Quando achamos algo que funciona, paramos de procurar um novo.

A vida com ela é!

Você faz uma página nova e quer saber se está legal ou não, se as pessoas estão encontrando as coisas. O que você faz?



Steve Krug – Autor do Livro

**Sua opinião não vale.
Coloque para rodar e peça para a persona
utilizar. Observe o comportamento, você
terá respostas!**