



## MELIGA RESUME

—

OLÁ, SOU **DIEDRO MELIGA.**

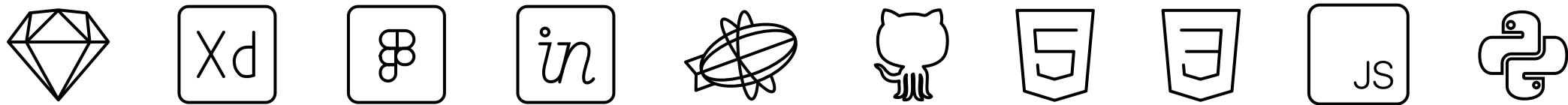
SENIOR UX DESIGNER ANALYST NO ITAU UNIBANCO  
COM SEDE EM SÃO PAULO, BRASIL.

Join at  
**slido.com**  
#V849

No final de 2020 cheguei ao Itaú para ajudar o time de CX Design a cuidar das jornadas de clientes no início de relacionamento com os produtos do banco. Hoje eu sou o CX responsável pelos produtos e jornadas relativas à crédito, como LIS, crédito pessoal, consignado, entre outras linhas de crédito.

[linkedin.com/in/diedromeliga](https://www.linkedin.com/in/diedromeliga)

[meliga.github.io](https://meliga.github.io)



## Design </> Tecnologia

Como designer, procuro manter um olhar aberto e interessado sobre pessoas, negócios, tecnologias e questões relacionadas a sistemas e interfaces que visam privilegiar a interação humana.

## MAIN CASES



# 1 · AMERICANAS · O2O — CASE

## — Projeto

Descontos para usar na Loja Física

## — Contexto

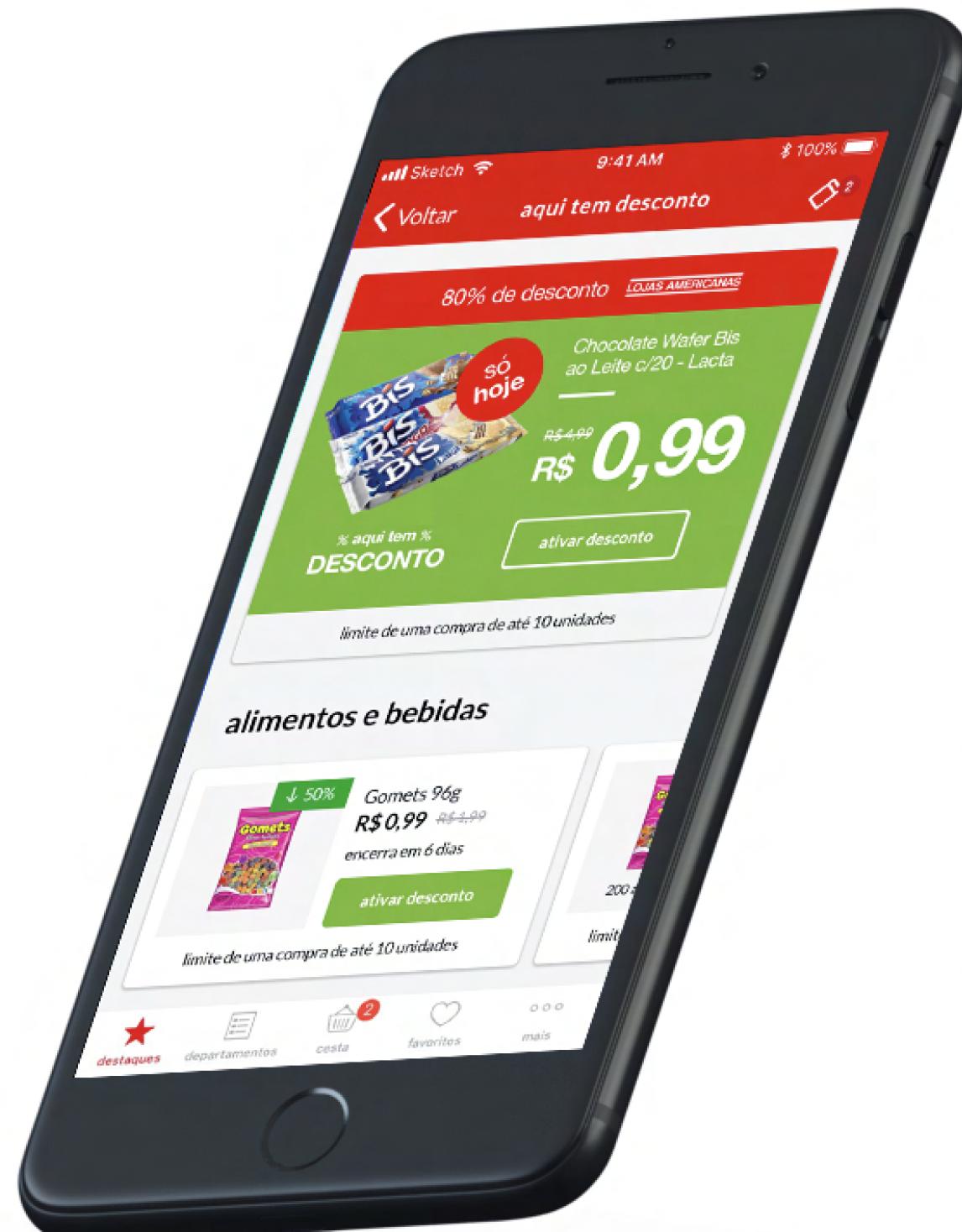
Em uma iniciativa sugerida pela vertical O2O, que cuida da experiência do OFFLINE ↔ ONLINE, em conjunto com o time de Negócios, foi apresentada uma proposta aumentar a aquisição de usuários.

## — Objetivo

Transformar a função “Aqui tem Desconto” do app em uma ferramenta capaz de aumentar a aquisição e retenção de usuário, oferecendo ofertas exclusivas, ativadas pelo app, para os clientes das Lojas Físicas.

## — Responsabilidades

Ajudar a definir o novo Fluxo de Navegação e desenvolver a experiência da página da oferta.



## — Fluxo de Navegação

Um dos meus papéis nessa projeto foi ajudar a definir o novo fluxo navegacional do módulo Aqui tem Desconto do aplicativo da Americanas.

Definindo o fluxo com time.



## — Wireframes

Além dos fluxo, fui responsável por contruir os wireframes aplicando a lógica de navegação definida junto com a equipe.

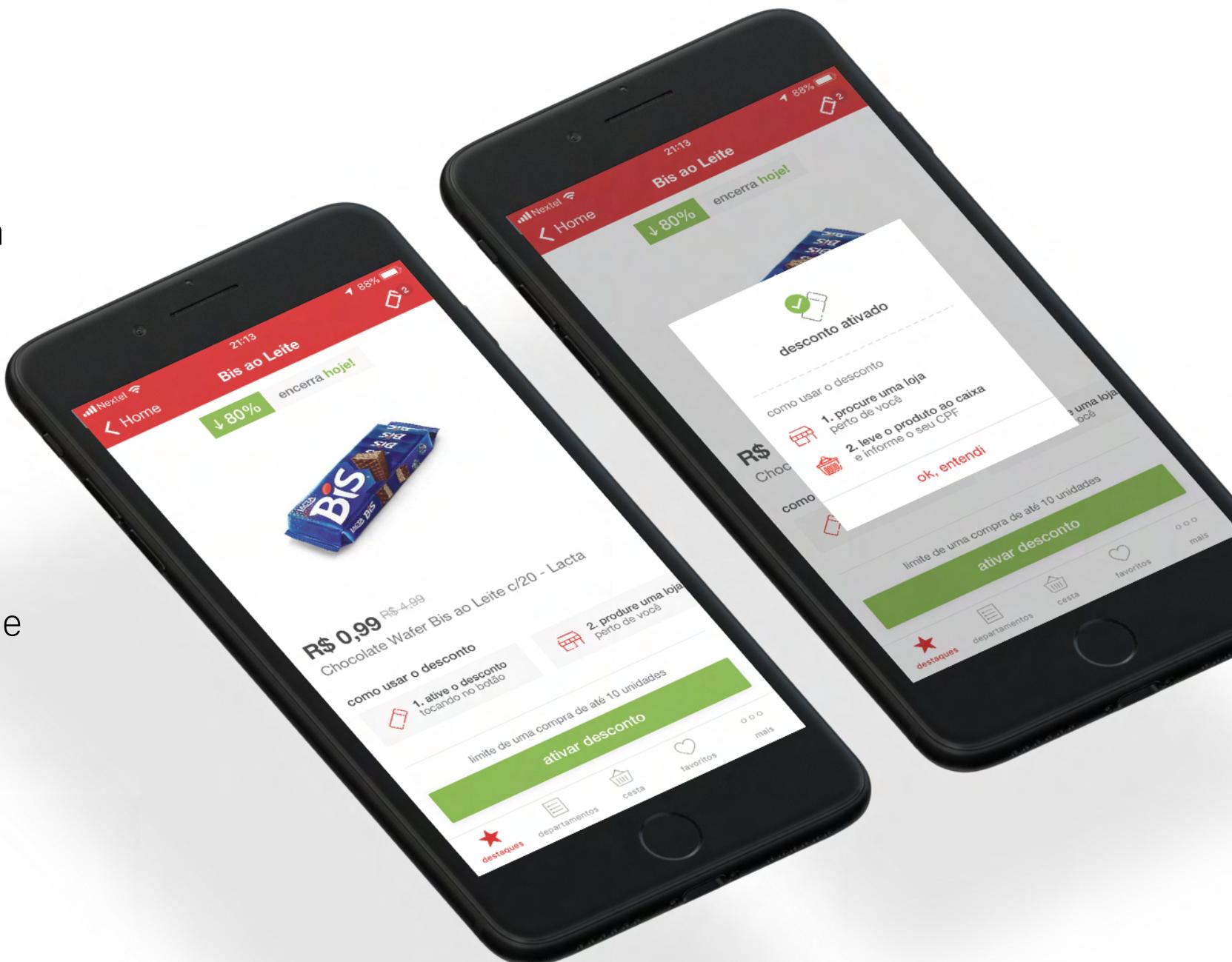
Apresentando os fluxos para a equipe.

## — Experiência + Tecnologia + Negócio

Todo o projeto foi desenvolvido em uma noite. Então usamos todos os dados préviamente fornecidos pelo time de métricas, para identificar e analisar os pontos fortes em apps com features semelhantes, fazendo uma boa análise competitiva e benchmark, o que gerou um lindo brainstorm.

## — Resultado

Comparado ao histórico. A quantidade de clientes que ativaram o serviço, foi superior. E considerando a quantidade de itens vendidos, tivemos uma conversão de vendas de itens/cliente, bem acima da média no mesmo período.



## 2 · AMERICANAS · NAVEGAÇÃO POR LOJAS NATIVA — CASE

### — Projeto

Refatoração do Módulo de Navegação por Lojas

### — Contexto

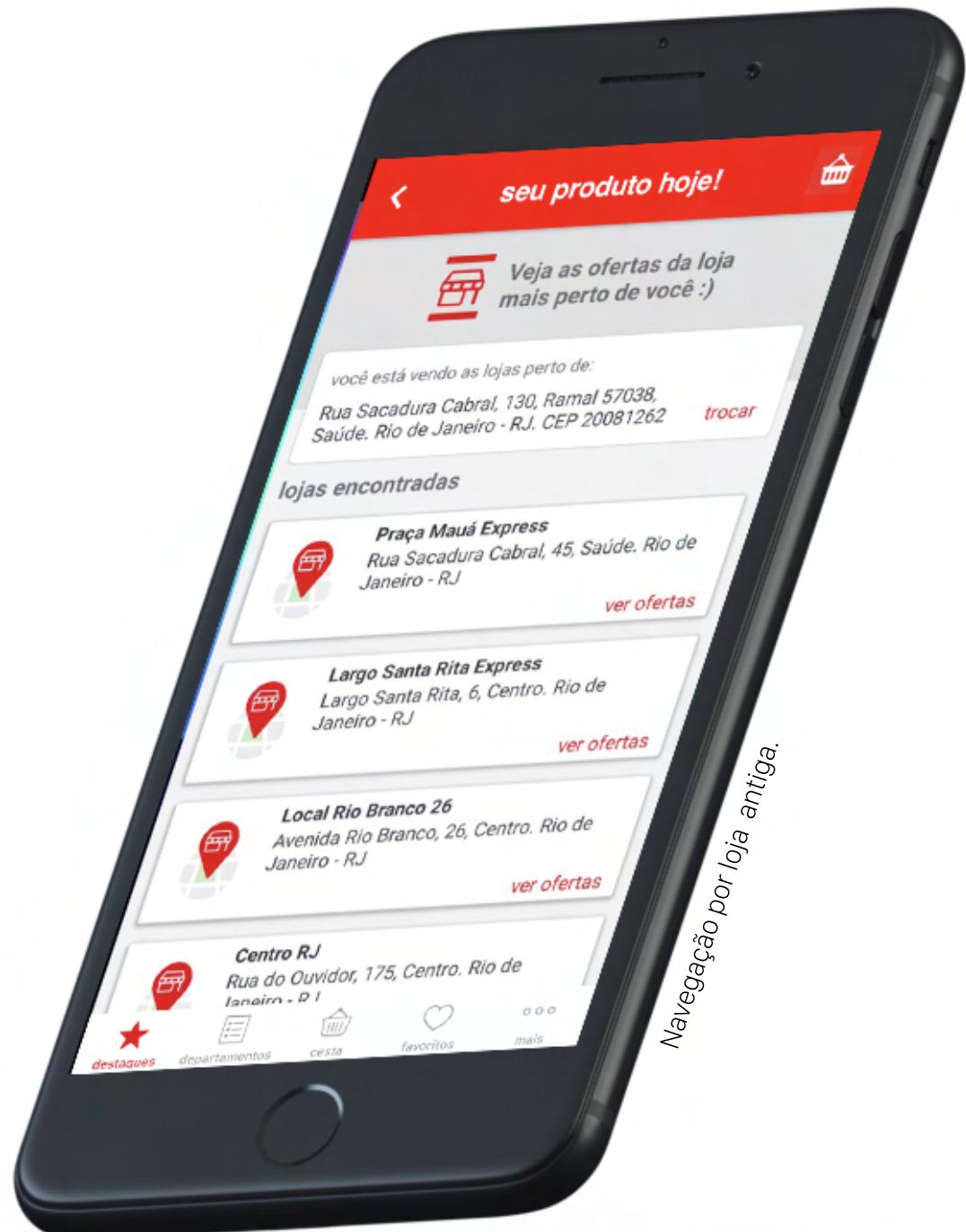
Devido ao COVID-19, diversas lojas físicas estiveram fechadas, impactando não somente nossos clientes, como também nossa lojas e parceiros.

### — Objetivo

Além de refatorar a navegação por lojas criando uma arquitetura nativa robusta, que permita aumentar e diversificar o sortimento de produtos, adicionando um modelo de convivência que proporcione um mais comodidade e segurança para todos.

### — Responsabilidades

Entender o comportamento de consumo, participar e analisar testes de usabilidade, realizar benchmark, mapear cenários, definir fluxos e desenvolver uma experiência nativa para iOS e Android.

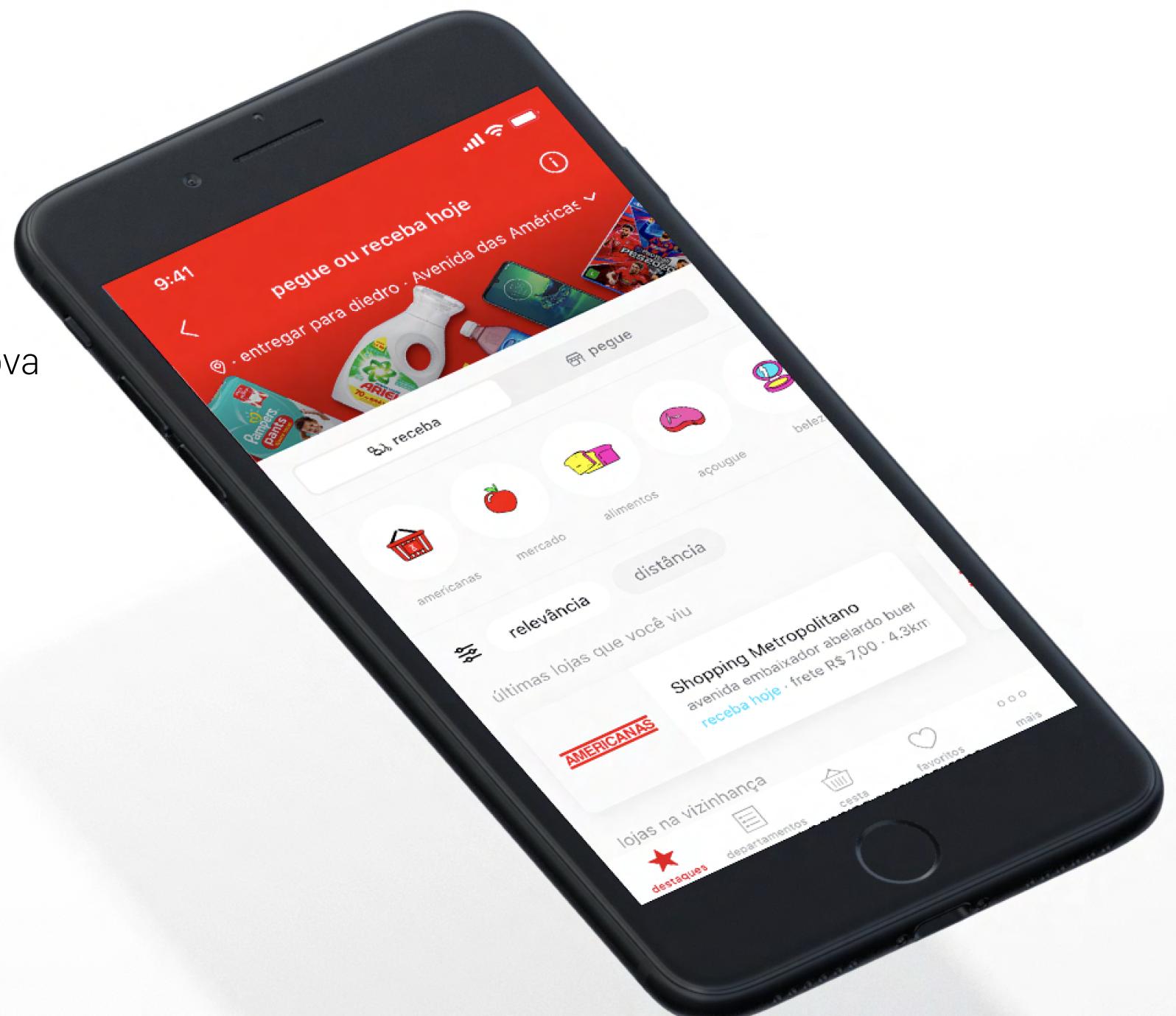


## — Research

Em um ampla pesquisa para entender os hábitos de consumo do segmento de conveniência, nosso time de pesquisa gerou insumos para que fosse possível entender o comportamento dos usuários desse segmento.

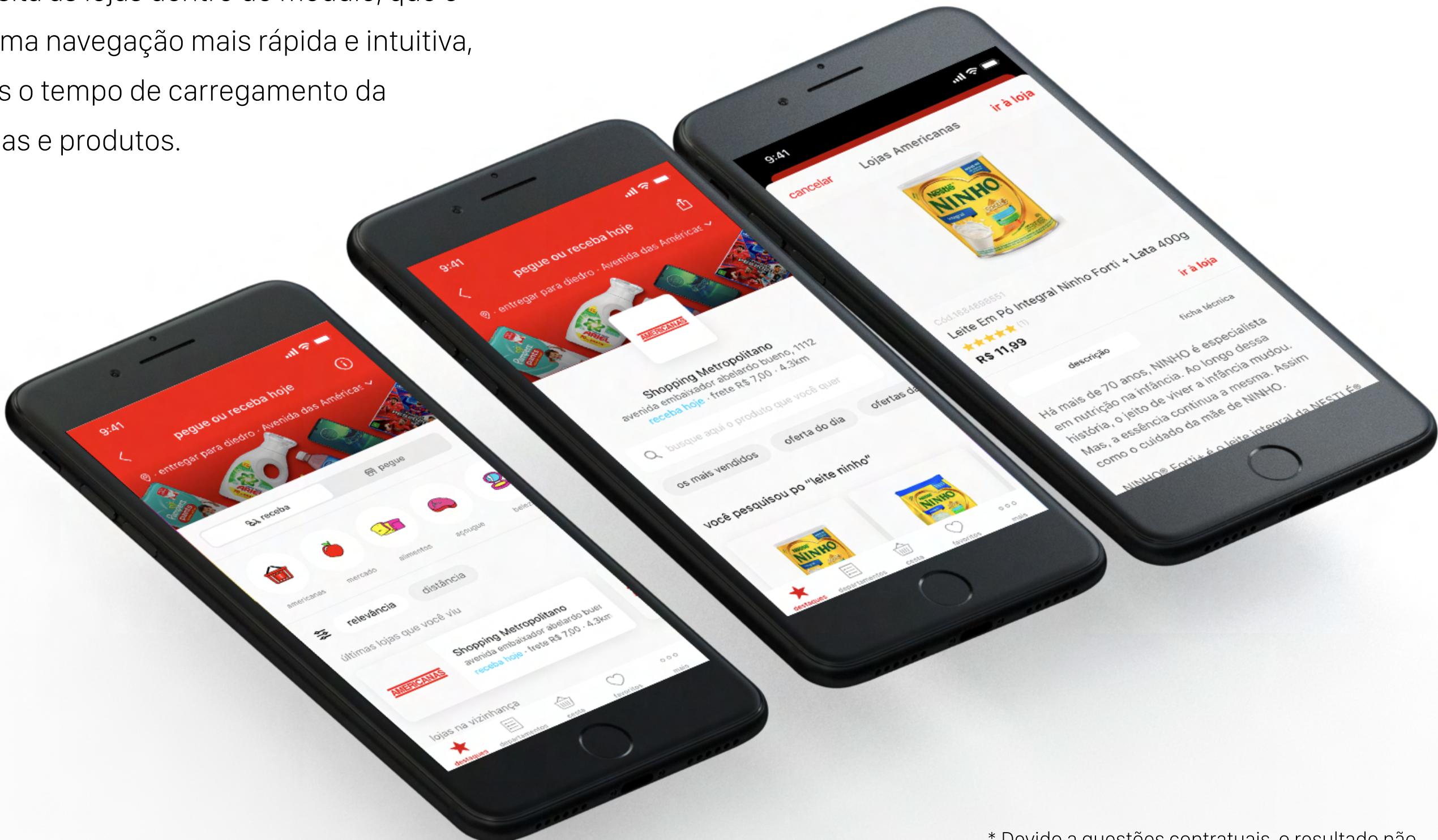
## — Delivery

Devido a complexidade, a entrega e evolução do projeto ocorreu de forma faseada, adicionando features importantes como inclusão de sellers, shipping from store, sacola mínima, mercado americanas, além da nova experiência de navegação e arquitetura nativa.



## — Resultado\*

Houve um aumento absurdo na média de pedidos dentro da Navegação por lojas, o que é reflexo do aumento de visita às lojas dentro do módulo, que é resultado de uma navegação mais rápida e intuitiva, pois reduzimos o tempo de carregamento da listagem de lojas e produtos.



\* Devido a questões contratuais, o resultado não expõem informações consideradas confidenciais

## 3 · AMERICANAS [ AO VIVO ] — CASE

### — Projeto

Primeiro live commerce do Brasil.

### — Contexto

As lives reviews são uma grande tendência no e-commerce internacional, já que as pessoas cada vez mais optam por realizar suas compras no ambiente virtual.

### — Objetivo

Testar o novo formato de indicação de produtos através de reviews ao vivo com influencers.

Estimular engajamento dos clientes através dessa nova modalidade de compras. Apresentar os grandes lançamentos do mercado em primeira mão

### — Responsabilidades

Desenvolver a experiência para o lançamento do MVP do projeto.



## — Discovery

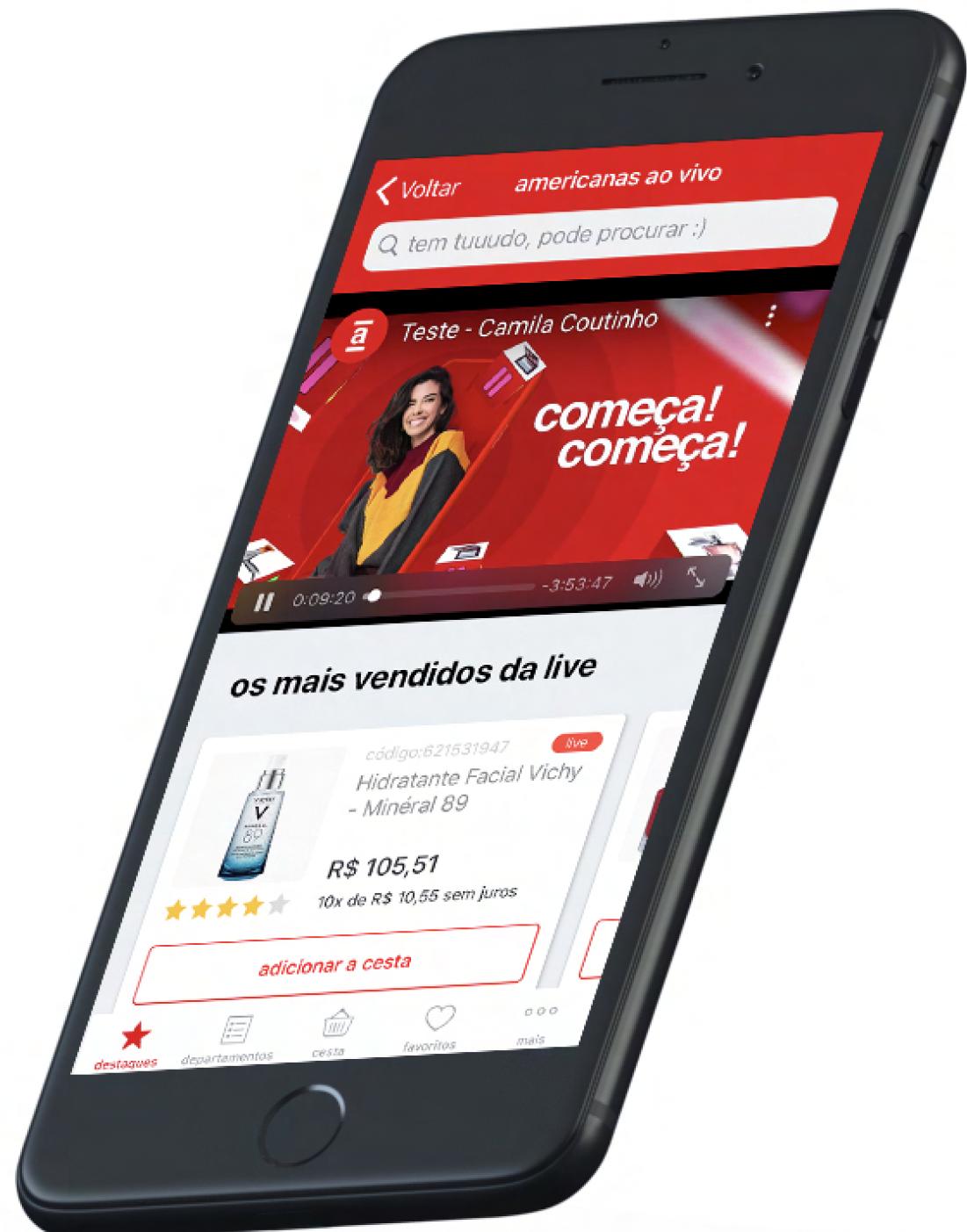
Devido ao caráter experimental, o projeto precisava ter um custo baixo de desenvolvimento para que pudéssemos validar o quanto antes a oportunidade identificada pelo Marketing. Então aprimoramos uma estrutura existente e lançamos o produto em apenas uma semana, testando e validando quase que em real time.

## — Resultados

Durante as lives, houve um expressivo aumento de visitas, os produtos divulgados nas lives tendem a ser mais pesquisados, o que aumenta consideravelmente a conversão e visita deste produtos.

### Matéria sobre o lançamento.

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/americana-s-inova-projeto-de-lives-reviews/>



\* Devido a questões contratuais, o resultado não expõem informações consideradas confidenciais

## 4 · AMERICANAS · BUSCA PEGUE OU RECEBA HOJE — CASE

### — Projeto

Busca de Produtos em Lojas Físicas pelo APP.

### — Contexto

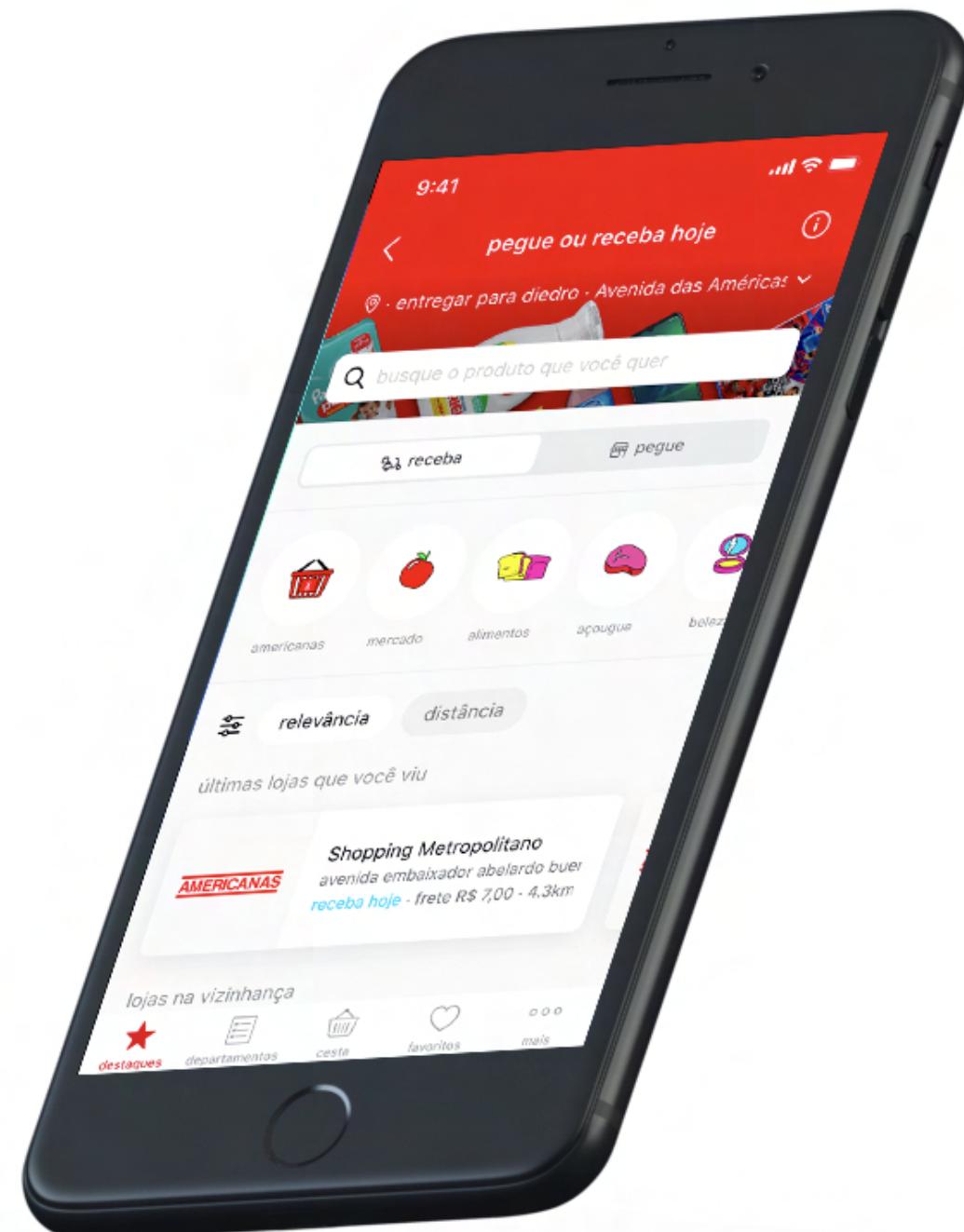
Para encontrar um produto dentro desse módulo, o usuário precisa navegar por diversas lojas fazendo uma busca contextual dentro de cada loja, o que limita a exposição do sortimento e torna a tarefa de busca mais complexa.

### — Objetivo

Aprimorar a exploração do sortimento dentro do módulo de Navegação por Loja e diminuir o esforço aplicado pelo usuário na busca por um produto, simplificar o fluxo de busca.

### — Responsabilidades

Mapear cenários, participar e analisar testes de usabilidade, realizar benchmark, definir fluxos e desenvolver protótipos para iOS e Android.



## — Discovery

Toda a definição de contexto/briefing tem como base o meu entendimento sobre o problema partindo das informações apresentadas e discutidas com o time de negócio, para esse projeto além das análises de Benchmark e do mapeamento de fluxos e Cenários, participei do planejamento e aplicação dos testes de usabilidade que me ajudaram a ter uma análise prévia sobre a solução que seria apresentada.

### Contexto

Como forma de apoiar a exploração do sentimento dentro da redutora de navegação por Loja (NPL) e durante o processo aplicado pelo usuário na busca por um produto. Agora, antes mesmo de selecionar uma loja, o usuário precisa apenas indicar qual produtos está buscando dentro do módulo de loja para que o nosso sistema retorne em quais lojas o produto buscado está sendo oferecido, assim simplificando o fluxo, fazendo-se desnecessário a navegação em várias lojas até que se encontre o que se procura ou ainda em qual loja tem a melhor condição para produto procurado, permitindo assim que o usuário realize mais facilmente.

### Briefing

Precisamos incluir na página de lojas, na "home" do NPL, um input de busca para que o usuário possa realizar sua busca. É importante também que deixarmos entendível para o usuário de que essa busca é apenas sobre busca de produtos, não sendo possível então, no momento, buscar por exemplo um loja específica.

Além disso precisamos exibir o resultado da busca em um formato de lista, sendo que um pouco semelhante a "vitrine de produtos", só que ao invés de exibirmos os nomes das categorias de cada vitrine de produtos, precisamos exibir na verdade de qual loja são os produtos exibidos na "lista", exibido por exemplo o nome da loja com um resumo de informações.

### Critérios de aceitação

- Grandeza como vamos trabalhar essa opção de busca de produtos uma vez que a tela de exibição é focada nos catálogos de lojas e não temos como ter busca de lojas nesse momento.
- O time de site já fez uma proposta par retorno de produtos dentro das lojas, podemos seguir no mesmo modelo adaptando as necessidades do app.

### Análise Prévia

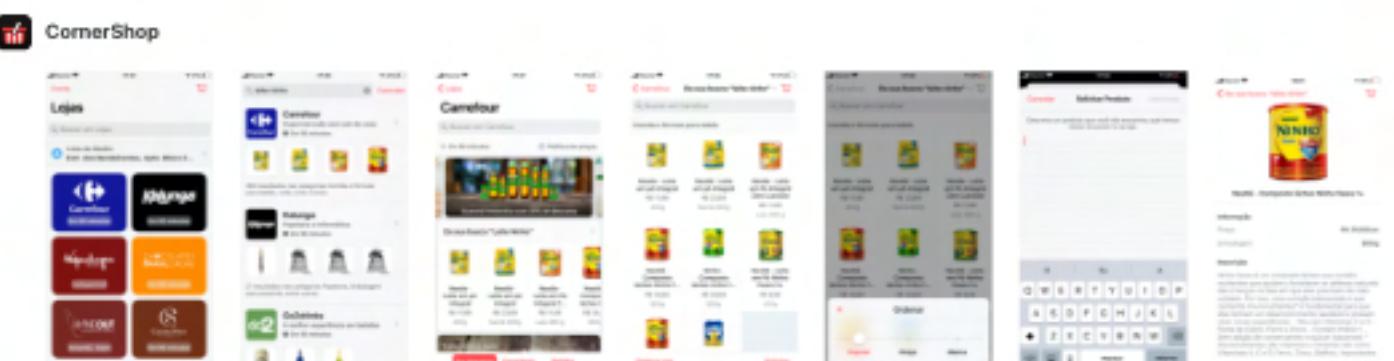
Minha análise inicial, deriva da minha percepção ao acompanhar os teste de usabilidade aplicado na versão Desktop dessa mesma feature e na análise apresentada pelo time de Research com base no resultado de todos os teste aplicados.

Dentre os pontos mais observados, ficou evidente de que o filtro adicionado ao campo de busca no Header, só se mostra tão evidente no topo da barra percebida pelos usuários, que seguem o fluxo que ele já conheciam previamente, assistindo a loja para busca um produto. E quando, quase que apresenta formalmente ao usuário, ainda sim a busca gera confusão sobre se de fato seria uma busca contextualizado, ou seja, dentro do redutora NPL, ou em todo o site.

Após entenderem que a busca de fato era contextual dentro da NPL, o componente das lojas que exibe os produtos conseguiu atingir seu propósito e ser perceptível para o usuário. Entretanto os usuários ainda ser confundiram amparado com as questões relacionadas a cette mínima das lojas.

### Benchmark · Análises

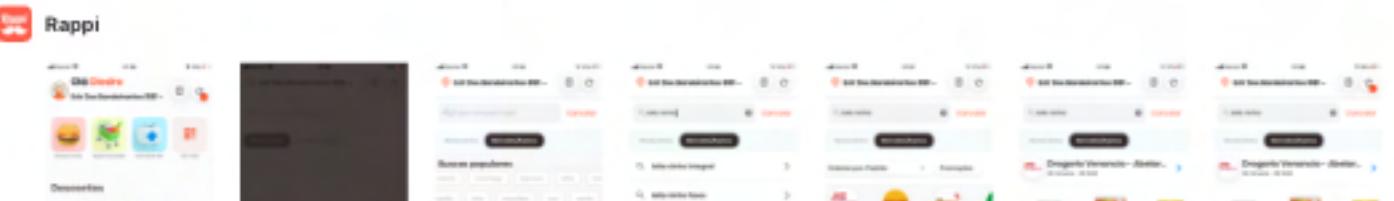
Como não existem reais casas que vive em um contexto semelhante ao nosso, essa análise se baseia apenas em três referências, organizadas em ordem de relevância, de mais relevante para o com menos relevância, ou seja que menos reflete o nosso cenário, que neste caso é o Food.



O CornerShop, o app como um todo, um case muito interessante pensando em NPL, ele é quase um miniapp, um reflexo do nosso redutora de Navegação por Loja. Então de fato é o caso mais próximo ao nosso contexto. Após a busca, o CornerShop usa corretamente, com muita cautela e respeito, o mesmo padrão para exibir um resultado em lista, dispensando o formato de card por exemplo.

Além disso, não traz na interface um carrossel de produtos, que acho interessante, um ponto negativo talvez trazer junto ao resultado de busca os valores dos produtos. Para ver os produtos, o usuário pode simplesmente fazer um swipe ou tocar no item da lista.

O Supermercado Pão de Açúcar dentro da loja tem uma vitrine personalizada com o termo de busca inserido pelo usuário na busca—isto é, item legal—no resultado apenas algumas observações que não são tão relevantes para esse projeto.



### Cenários e Fluxos

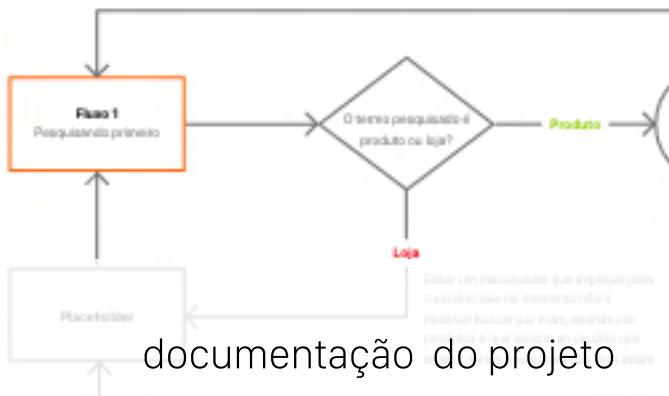
Existem dois possíveis fluxos ou maneira de usuário iniciar essa jornada, então precisamos validar qual será o modelo melhor mais adequado de acordo com os resultados que podemos extrair das testes de usabilidade.

1º — Coloca a busca por produtos em um nível tão único a cima da escolha da modalidade de entrega, refletindo isso na arquitetura da informação aplicada a interface, ou seja, o input de busca estará posicionado acima do Segment Control.

2º — É o inverso da primeira, ou seja, o input de busca virá abaixo do Segment Control.

A pergunta que fica é: Neste caso a ordenação altera o produto? Qual é impacto-sobre-a-complexidade envolvida no fluxo para que o usuário independente da ordem dos elementos possa pesquisar sem ter que escolher o modelo de entrega ou vice-versa. E se não é possível também exibir o Segment Control no resultado de busca.

Diálogo:  
Partindo da cenario onde o usuário já possui um endereço a seguir. Esse fluxo no meu entendimento parecer ser o mais adequado para uma primeira abordagem, o que mais faz sentido dentro da jornada.

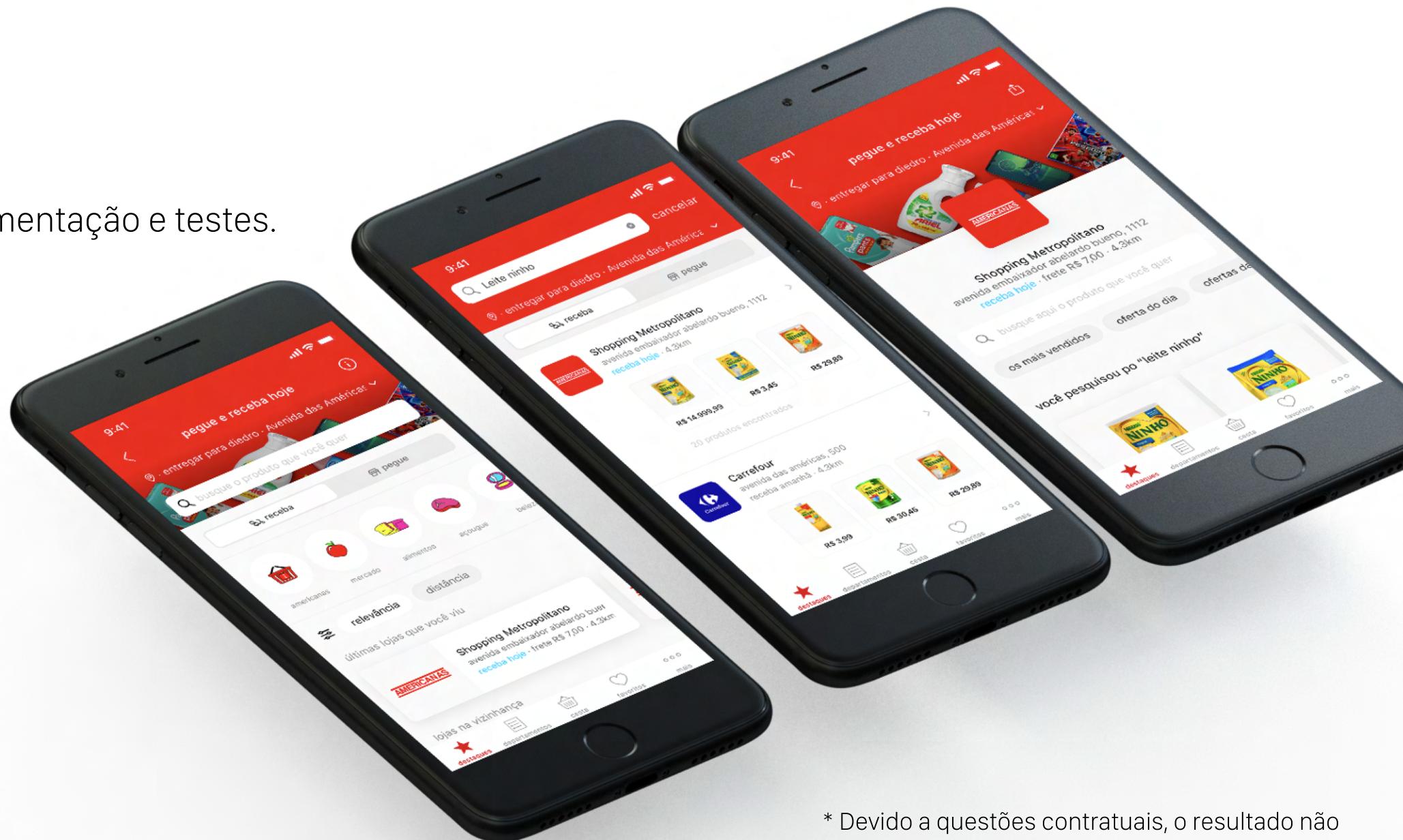


## — Delivery

A solução proposta, permite que o usuário realize uma busca sem que seja necessário seleção de lojas, essa responsabilidade passa a ser do back-end, que além de retornar em quais lojas o produto buscado está sendo ofertado, vai retornar qual tem a melhor condição, permitindo que o usuário realize sua tarefa de uma forma mais eficaz.

## — Resultado

O projeto ainda está em fase de implementação e testes.



\* Devido a questões contratuais, o resultado não expõem informações consideradas confidenciais

5 · BRBID.COM CASE

## — Projeto

## Novo Fluxo de cadastro e Minha Conta

## — Contexto

Respectivamente, o cadastro e minha conta, foram responsáveis por uma perda de 85% dos leads gerados e por um aumento expressivo de ligações e tickets criticos abertos no SAC.

## — Objetivo

Simplificar a experiência, reduzir a quantidade de informações solicitadas no cadastro, transferindo-as para etapas posteriores e aumentar o senso de propriedade e transparência dos usuário sobre os seus dados.

## — Responsabilidades

Fui o único responsável pela condução dos processos de UX, Design e desenvolvimento Front-End.

**Cadastro**  
Todos os campos com asterisco (\*) têm preenchimento obrigatório.

**IDENTIFICAÇÃO** **DADOS PESSOAIS** **TERMO DE CONDIÇÕES** **FINALIZAR**

### Dados para contato

**Atenção:** Nesta etapa do cadastro não se faz obrigatório o anexo das cópias digitais dos documentos (CPF, Identidade e Comprovante de Residência), mas posteriormente você somente poderá se habilitar para participar dos leilões enviando tais documentos.

\* CEP:  \* Endereço:  **Anexar**

\* Número:

\* Bairro:  \* Estado:  \* Localidade:

Complemento:

\* Telefone celular:  Telefone residencial:  \* Tipo de pessoa:

### Informações Pessoais

\* Nome:  \* Sobrenome completo:  Sem abreviações

\* CPF:  **Anexar**  \* RG:  **Anexar**  \* Orgão expedidor:

\* Sexo:  \* Data de nascimento:

**PASSO ANTERIOR** **AVANÇAR**

\* antigo formulário de cadastro site brbid.com

## — CX + UX + Marketing

Foi um projeto extremamente colaborativo, durante o projeto foram realizadas diversas dinâmicas focadas no levantamento e solução de problemas.



Construção da Matriz CSD com o time CX e Produto.

**6 PARTICIPANTES 27 PROBLEMAS 12 SUGESTÕES**

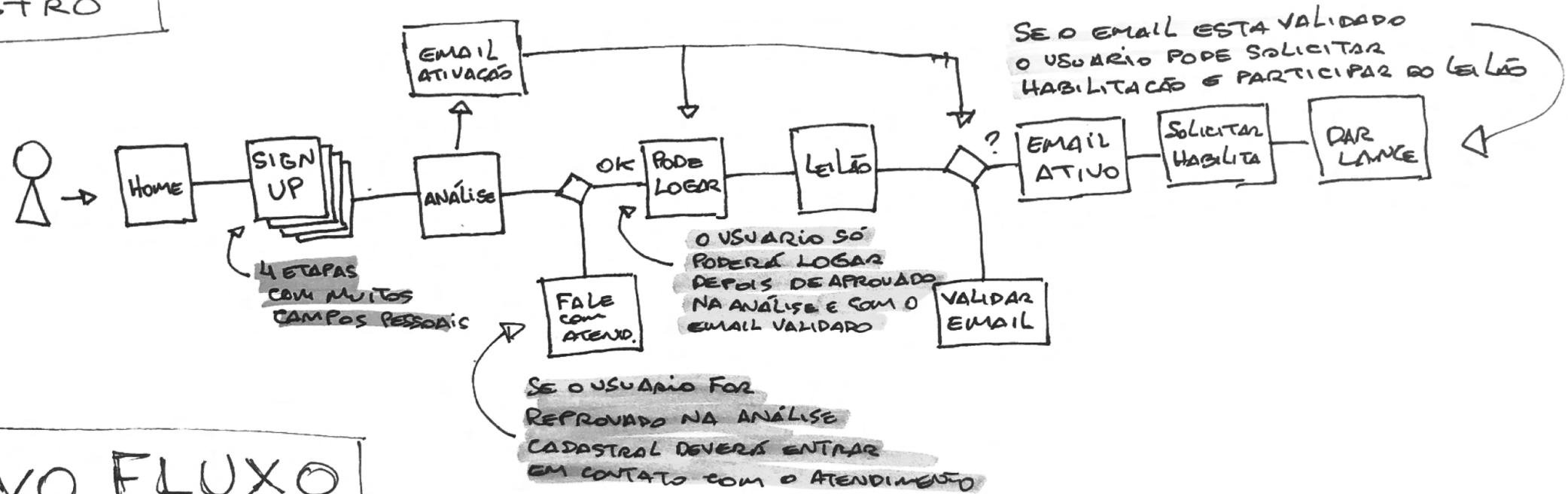
Com 5 participantes você já obtém 80% dos problemas de usabilidade  
Jakob Nielsen

■ 50% DOS PROJETOS DEVEM TER O ENVOLVIMENTO DE OUTRAS ÁREAS.

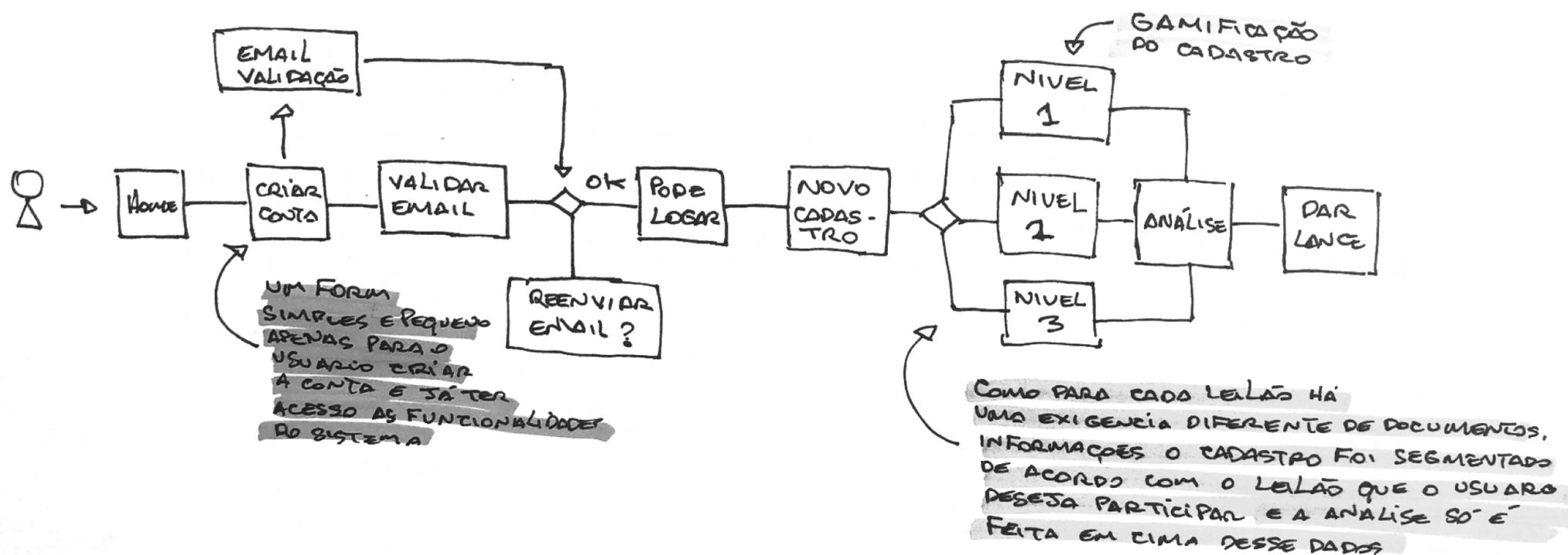
### — Entrevistas e Testes de Usabilidade

Os usuários estiveram envolvidos em todo o processo, durante nossas observações de campo, nos leilões presenciais e nos testes de usabilidade.

## FLUXO ANTIGO CADASTRO



## NOVO FLUXO CADASTRO :)





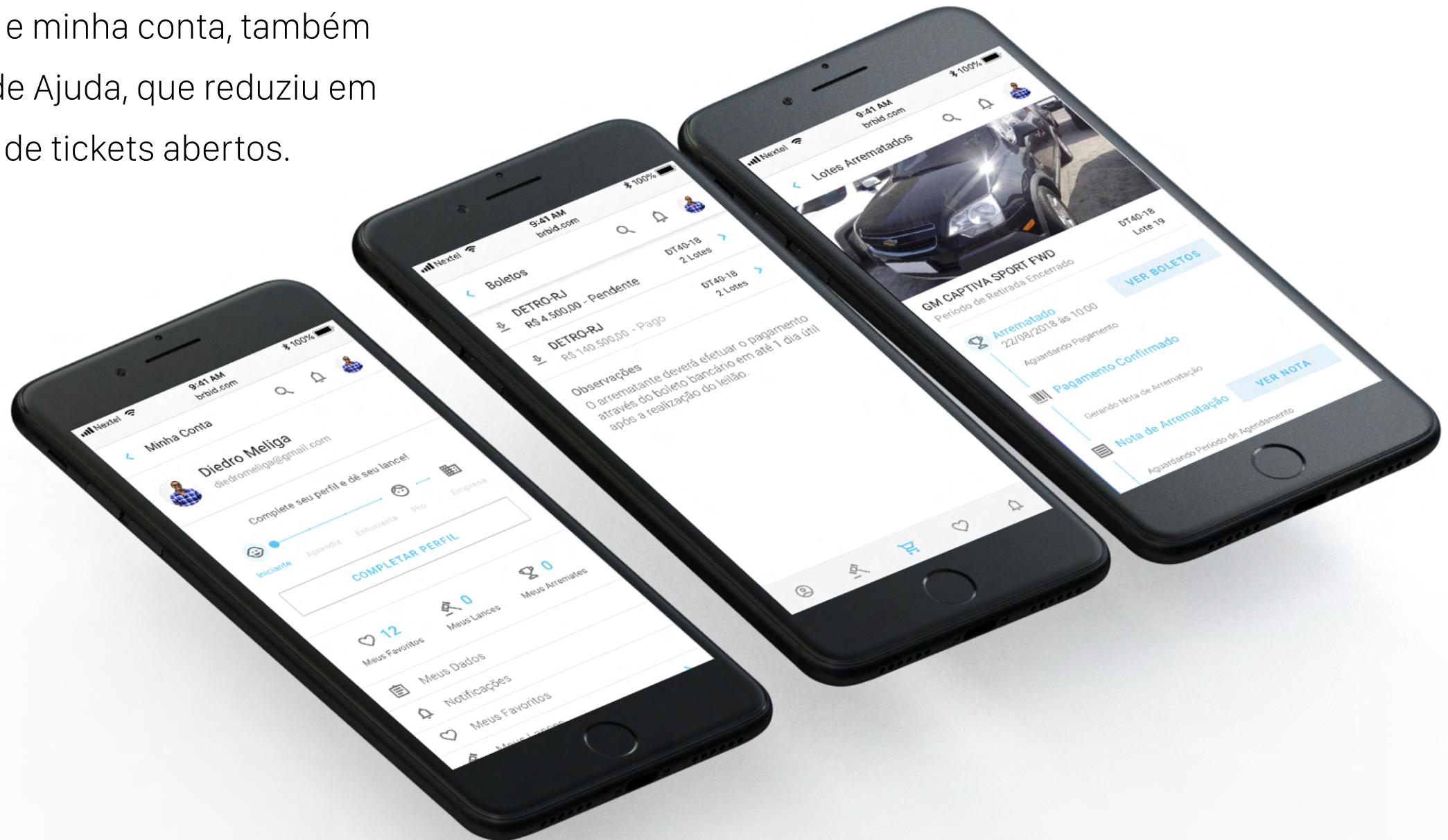
## — Protótipos

Em uma experiência simples, o usuário cria seu perfil em poucos minutos e já participa de alguns leilões. Transferindo para etapas posteriores as documentações obrigatórias para leilões judiciais.

## — Resultado

Em uma análise preliminar, **fluxo antigo**, obteve 13 mil novos cadastros com um total de 14.500 lances, uma conversão de 110%. Já o **novo fluxo**, obteve 7.800 novos cadastros com um total de 13 mil lances, uma conversão de 168%.

Além do novo fluxo de cadastro e minha conta, também foi entregue uma nova Central de Ajuda, que reduziu em 30% de ligações e diminuiu 15% de tickets abertos.





We believe designers are thinkers as much as they are makers.

Artigos de UX & Product Design.



### UX CHALLENGE: BEM-VINDO À B2W

Um resumo bem detalhado dos processos e ferramentas que adotei durante a minha jornada de solução deste desafio.

Diedro Meliga

Aug 7 · 11 min read · UX Collective



### DESIGN NATIVO: O CONHECIMENTO PRÉVIO DO USUÁRIO A SUA DISPOSIÇÃO

Um resumo bem detalhado dos processos e ferramentas que adotei durante a minha jornada de solução deste desafio.

Diedro Meliga

Aug 7 · 11 min read · UX Collective

**Meliga!** Me manda um Telegram, uma Carta...♪♪♪

[LinkedIn](#) · [Medium](#) · [Dribbble](#) · [diedromeliga@gmail.com](mailto:diedromeliga@gmail.com)

@2020 · black lives matter 