

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 |

EMANIP

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.

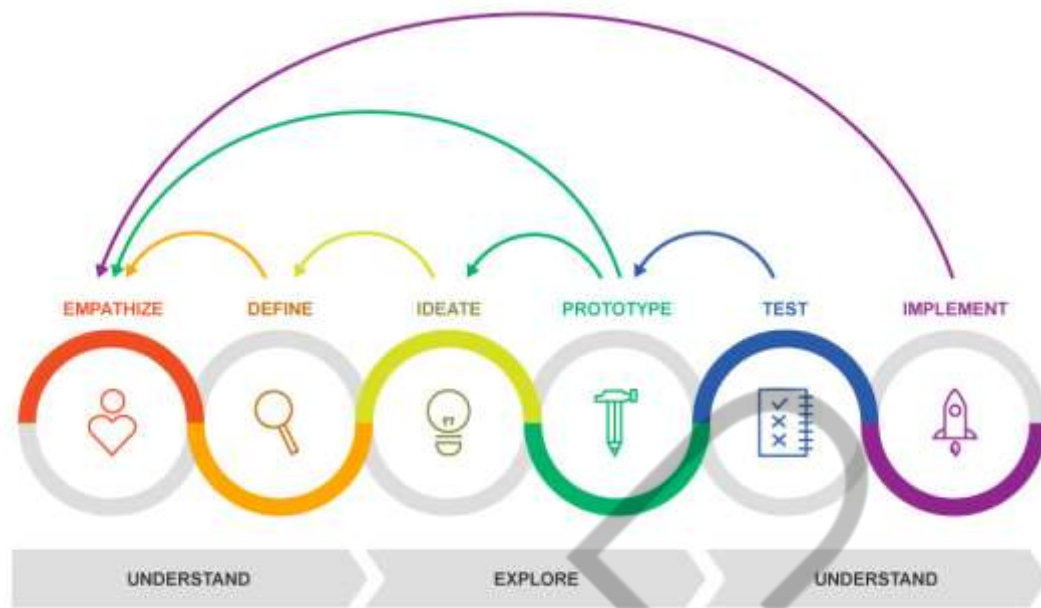


Figura 5.1 – Representação do Design Thinking.
Fonte: Usability Week Norman Nielsen Group (2015)

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.

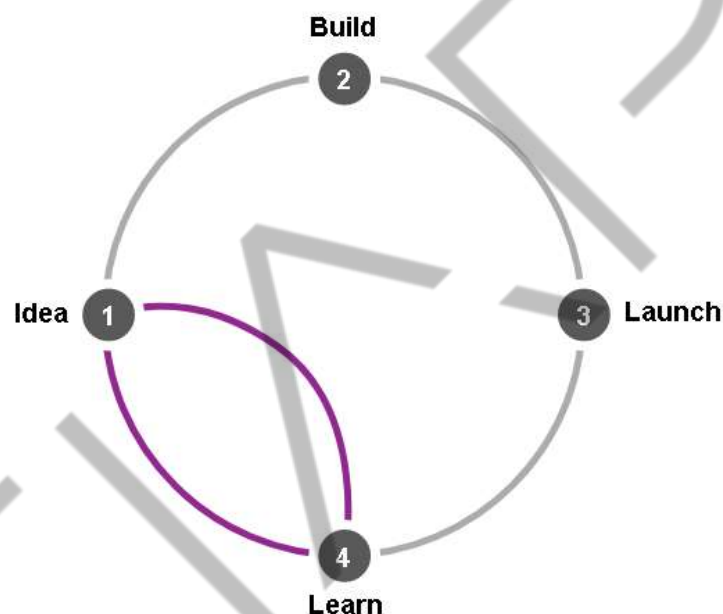


Figura 5.3 – Representação do Design Sprint.
Fonte: www.gv.com/sprint (2017)

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.

EMEND