
LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES

Tiago Massoni



Processo



coodesh.com

Como são tomadas as decisões de interação?

Identificar necessidades

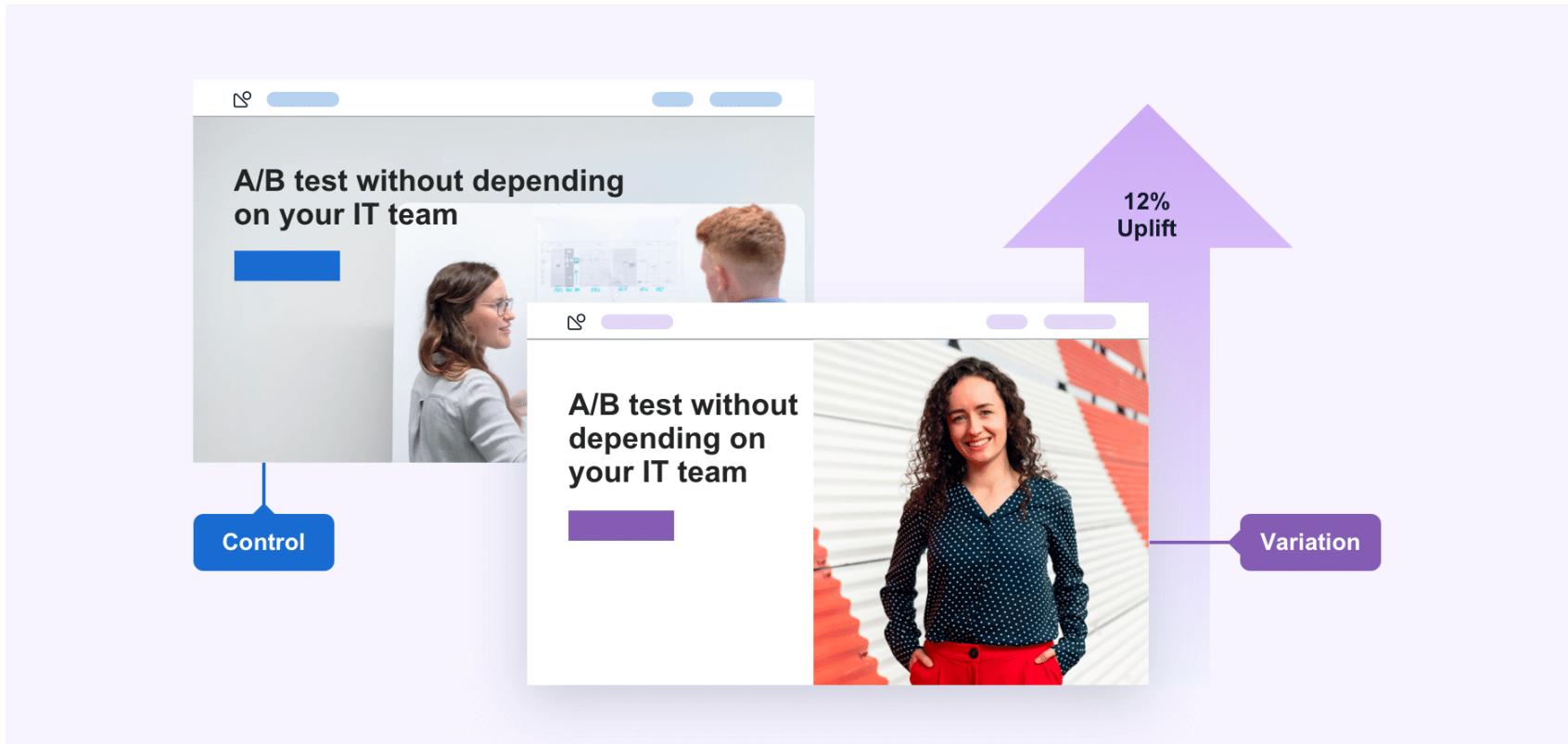


Comparar alternativas de projeto

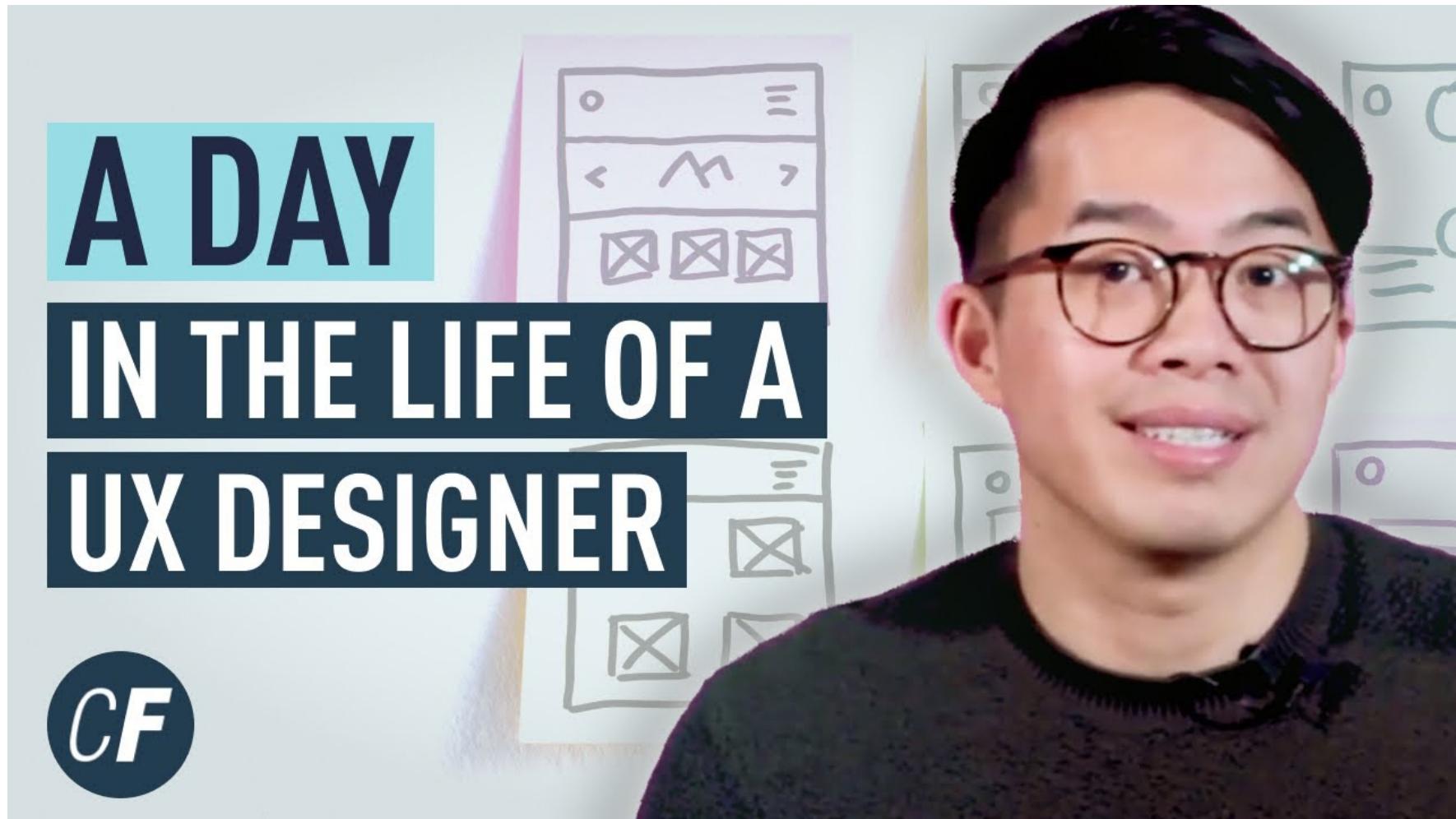
The screenshot shows the ASOS website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ASOS' logo, 'WOMEN' and 'MEN' buttons, a search bar, and user icons. Below the navigation is a secondary header with links like 'New in', 'Clothing', 'Shoes', etc. The main content area has a breadcrumb trail: 'Home > Women > CTAS > Summer style'. A purple arrow points from the word 'Summer style' in the breadcrumb to the search bar at the top of the page, which also has 'Summer style' typed into it. The search bar is highlighted with a purple circle. The results page displays 135 styles found, with a grid of fashion items. Each item includes a thumbnail, a 'MIX & MATCH' badge, a product name, and a price. The items shown are:

Thumbnail	Product Name	Price
	ASOS DESIGN suit suit vest in camel grid check	\$56.00
	ASOS DESIGN jersey wrap suit blazer in pale blue	\$48.00
	ASOS DESIGN jersey wrap suit blazer in white floral	\$56.00
	ASOS DESIGN suit suit vest in camel grid check	\$56.00
	ASOS DESIGN jersey wrap suit blazer in pale blue	\$48.00

avaliar



A day in the life: UX designer

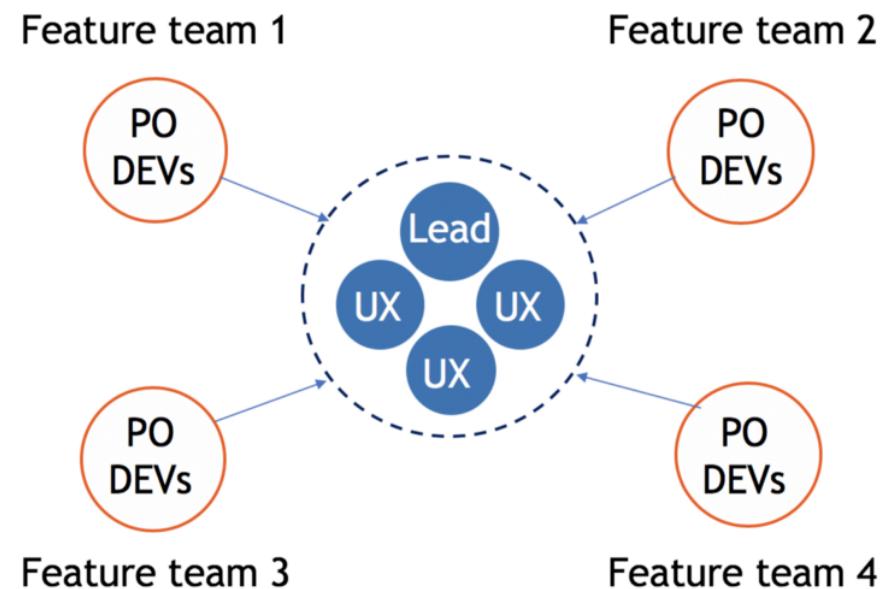


* a day in my life as a *

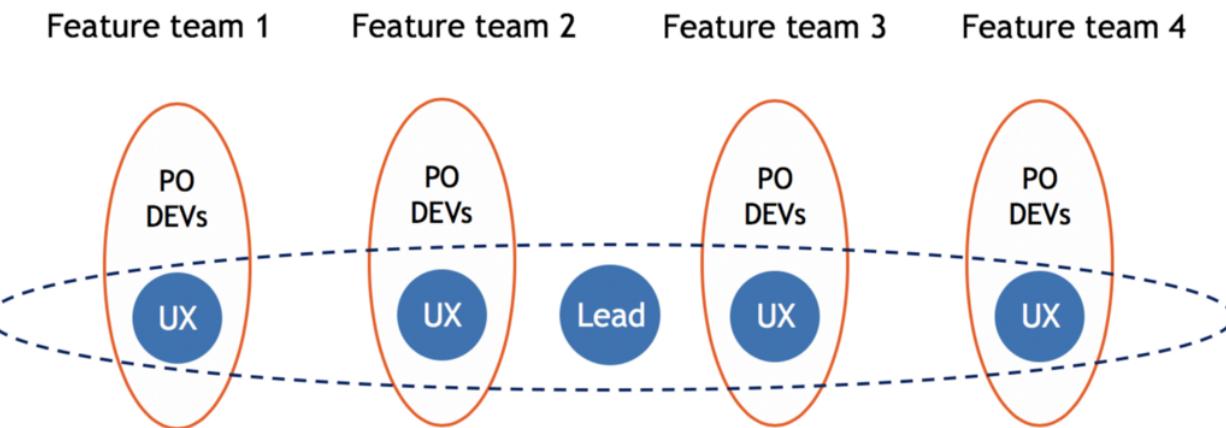


= UX DESIGNER =

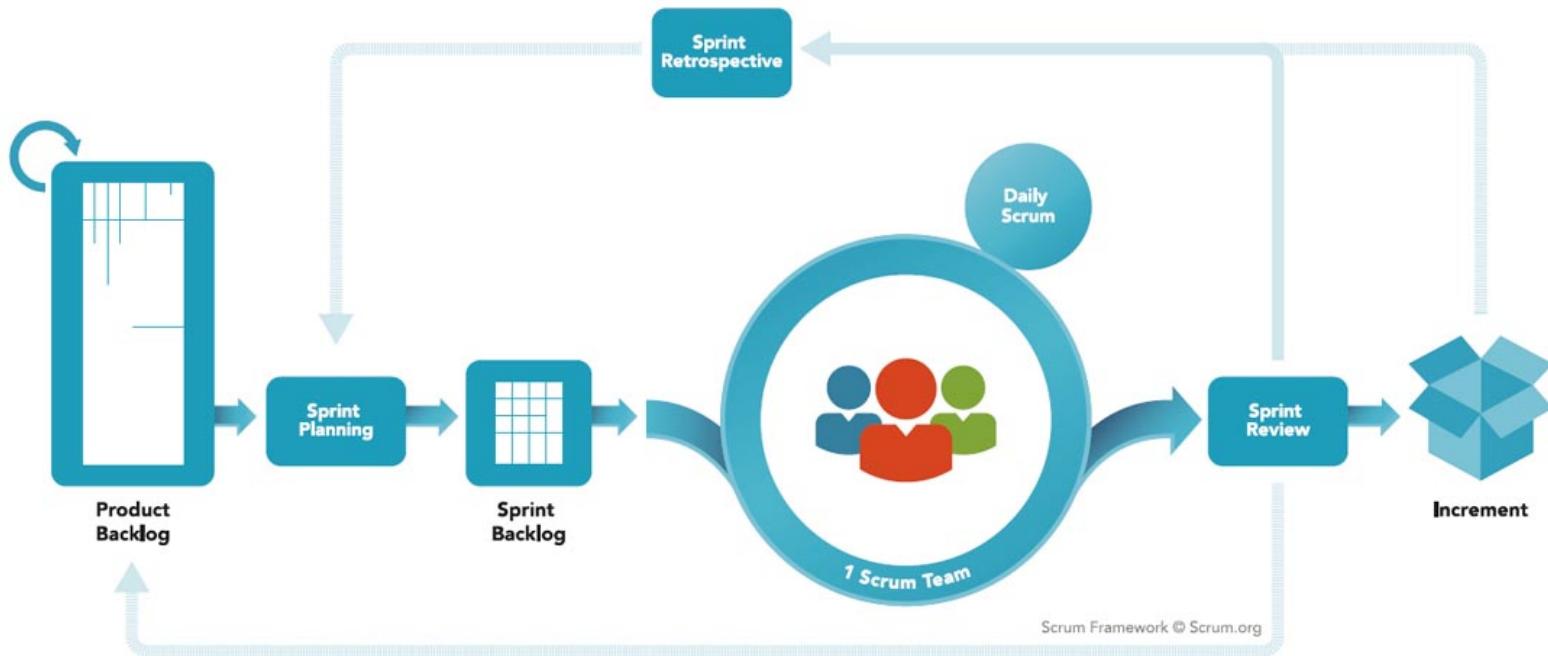
INTERNAL AGENCY MODEL



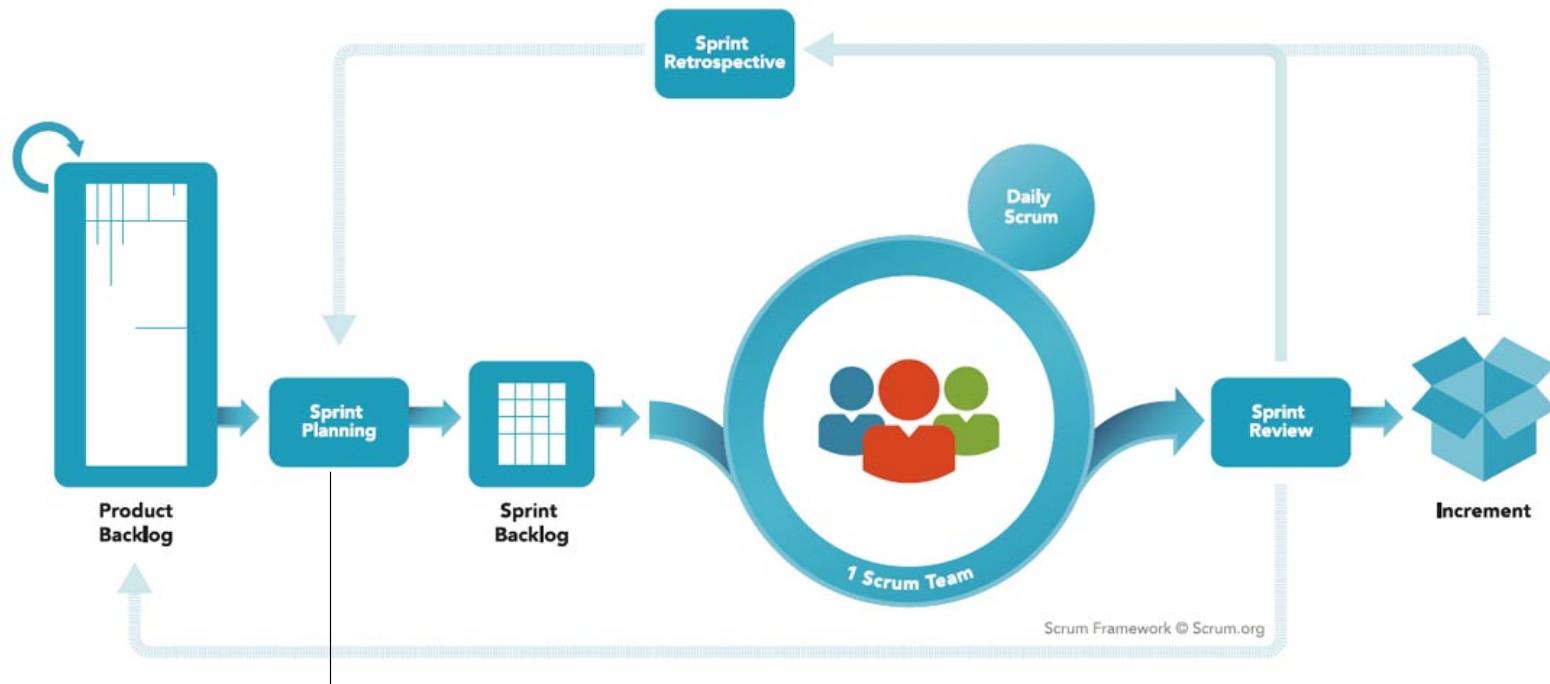
CROSS FUNCTIONAL MODEL



SCRUM FRAMEWORK

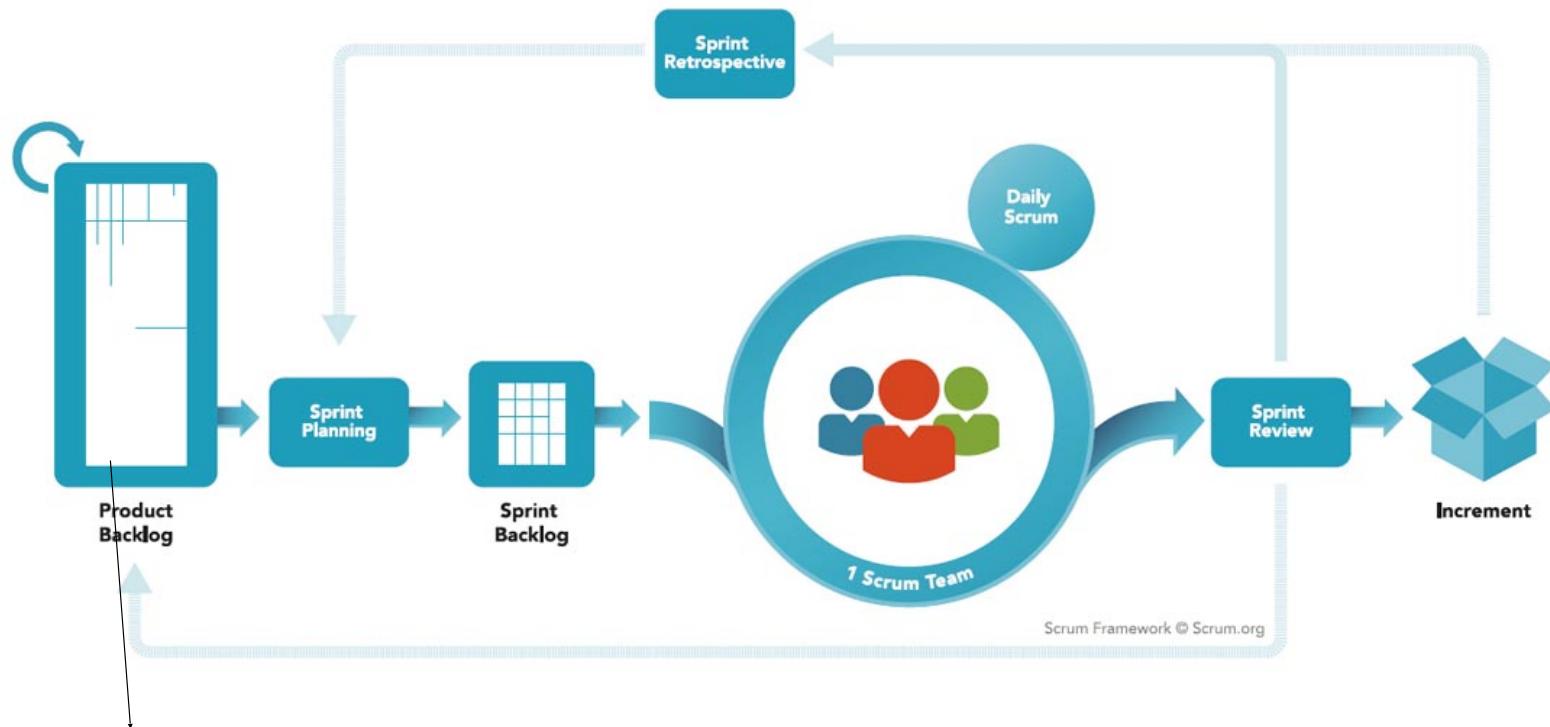


Como Design se encaixa?



User stories

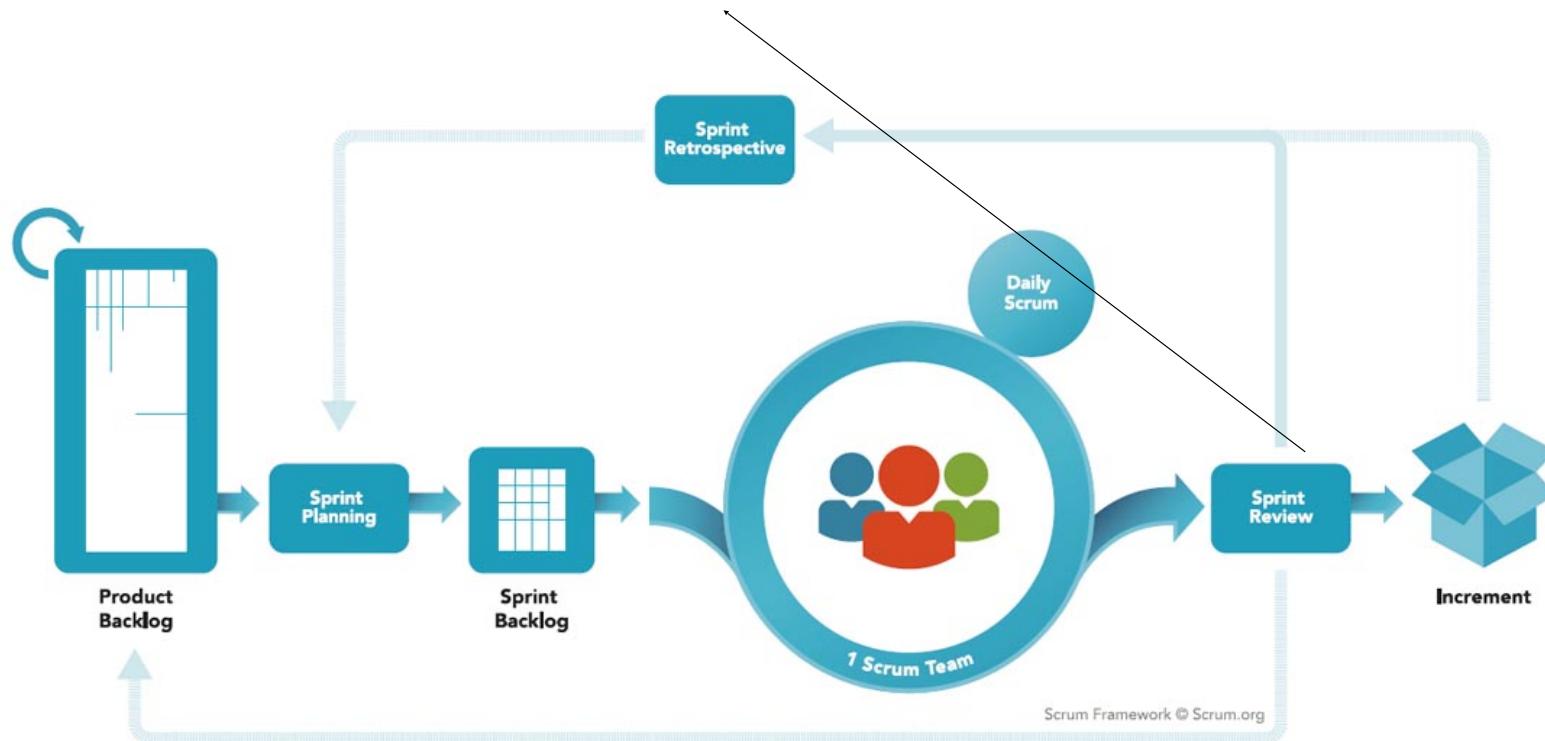
Mockups/protótipos precisam estar disponíveis
UX/UI Design deve ocorrer **antes** do início do Sprint



Brainstorming
Pesquisa
Wireframing
Prototipação

Scrum Framework © Scrum.org

Avaliação e testes



Levantamento de Necessidades

Usuários e Clientes ...



Usuários

Objetivos

Necessidades

Desejos

Ambiente



O que designers devem saber
antes de pesquisar os usuários?

Pennsylvania

Bedford Motel/Hotel: Crinaline Courts
(814) 623-9511 S: \$118 D: \$120

Bedford Motel/Hotel: Holiday Inn
(814) 623-9006 S: \$129 D: \$136

Bedford Motel/Hotel: Midway
(814) 623-8107 S: \$121 D: \$126

Bedford Motel/Hotel: Penn Manor
(814) 623-8177 S: \$119 D: \$125

Bedford Motel/Hotel: Quality Inn
(814) 623-5189 S: \$123 D: \$128

Bedford Motel/Hotel: Terrace
(814) 623-5111 S: \$122 D: \$124

Bradley Motel/Hotel: De Soto
(814) 362-3567 S: \$120 D: \$124

Bradley Motel/Hotel: Holiday House
(814) 362-4511 S: \$122 D: \$125

Bradley Motel/Hotel: Holiday Inn
(814) 362-4501 S: \$132 D: \$140

Breezewood Motel/Hotel: Best Western Plaza
(814) 735-4352 S: \$120 D: \$127

Breezewood Motel/Hotel: Motel 70
(814) 735-4385 S: \$116 D: \$118

Qual é o preço do quarto duplo no Holiday Inn em Bradley Pennsylvania?

Qual o número de telefone do Quality Inn em Bedford, Pennsylvania?

South Carolina

City	Motel/Hotel	Area code	Phone	Rates	
				Single	Double
Charleston	Best Western	803	747-0961	\$126	\$130
Charleston	Days Inn	803	881-1000	\$118	\$124
Charleston	Holiday Inn N	803	744-1621	\$136	\$146
Charleston	Holiday Inn SW	803	556-7100	\$133	\$147
Charleston	Howard Johnsons	803	524-4148	\$131	\$136
Charleston	Ramada Inn	803	774-8281	\$133	\$140
Charleston	Sheraton Inn	803	744-2401	\$134	\$142
Columbia	Best Western	803	796-9400	\$129	\$134
Columbia	Carolina Inn	803	799-8200	\$142	\$148
Columbia	Days Inn	803	736-0000	\$123	\$127
Columbia	Holiday Inn NW	803	794-9440	\$132	\$139
Columbia	Howard Johnsons	803	772-7200	\$125	\$127
Columbia	Quality Inn	803	772-0270	\$134	\$141
Columbia	Ramada Inn	803	796-2700	\$136	\$144
Columbia	Vagabond Inn	803	796-6240	\$127	\$130

Qual é o preço do quarto duplo no Quality Inn Columbia, South Carolina?
Qual o número de telefone do Days Inn em Charleston, South Carolina?

O que é este número?

7553451234

755-345-1234

Humanos possuem LIMITAÇÕES COGNITIVAS

Atenção

Memória

Ver, Ouvir, Falar

productive chat and leave the other person feeling good about helping you out.

4. Leverage your entire network

Take advantage of your entire network. And when it comes to referrals, this is especially true. Don't limit yourself to just one group of your network when you ask for introductions. Your [existing clients](#) are a great resource, but they're far from the only one.

Your past customers, industry connections, former and present colleagues, friends, family members, social acquaintances, friends of friends -- everyone is fair game. The more people you include in your quest for introductions, the more introductions you'll get, plain and simple.

5. Get specific about your ideal introduction

One of the [biggest mistakes salespeople make](#) is not being clear about the kind of introductions they want. Far too often, salespeople say, "So who do you know? Who do you think might be a good fit for what I have to offer?" This puts all the burden on the person helping you. Instead, you should be specific about what your ideal introduction looks like.

When you ask for an introduction, give clear examples about the types of prospects you're interested in connecting with. Share information such as their specific job titles, the companies they work for, the industry they're in, their average revenue, and other important factors. Then, let the person think about who in their network fits the bill for an introduction to you.

6. Ask for one introduction per day

This might sound like a lot of work, but how long does it actually take to ask for a single introduction? You should be able to accomplish this in just 15 minutes -- so make it the most important 15 minutes of your day, every

FLAGSHIP SERIES NAME (1)

CONDITION

CARRIER

MODEL FAMILY

STORAGE SIZE

COLOR

KEY CATEGORY FEATURES

SHOP

SM-J737PZWVZWR Galaxy J7 16GB (Verizon) \$240.00 ★★★★☆ (2)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

SM-J737VZKAZW Galaxy J7 V 16GB (Verizon) \$240.00 ★★★★☆ (2)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

SM-J737TSAHWE Galaxy J7 Star (T-Mobile) ★★★★★ (4)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

NEW SM-J737PAHAAJ Galaxy J7 16GB (AT&T) ★★★★☆ (7)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

NEW SM-J737PSZD8SP Galaxy J7 Refine 2018 (Sprint) ★★★★★ (2)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

NEW SM-J737PDRB8BT Galaxy J7 Refine 2018 (Boost) ★★★★★ (5)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

NEW SM-J737PAHAAJ Galaxy J7 16GB (AT&T) ★★★★☆ (7)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

NEW SM-J737VZKAZW Galaxy J7 V 16GB (Verizon) ★★★★☆ (2)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

NEW SM-J737TSAHWE Galaxy J7 Star (T-Mobile) ★★★★★ (4)

WHERE TO BUY ADD TO COMPARE

Percepção

Forma de adquirir informação via cinco sentidos (visão, audição, paladar, olfato e tato)

Transforma em experiências com objetos e eventos

O que isso implica no projeto de sistemas?

Ícones e outras representações gráficas: **distingíveis**

Separadores óbvios e espaços em branco

Sons remetem à informação correta

Contraste de cores

Feedback de toque diferenciável

Register

This email is already registered



Register using Google



Register using ORCID

or

tiagomassoni@gmail.com

••••••••••

Register using your email

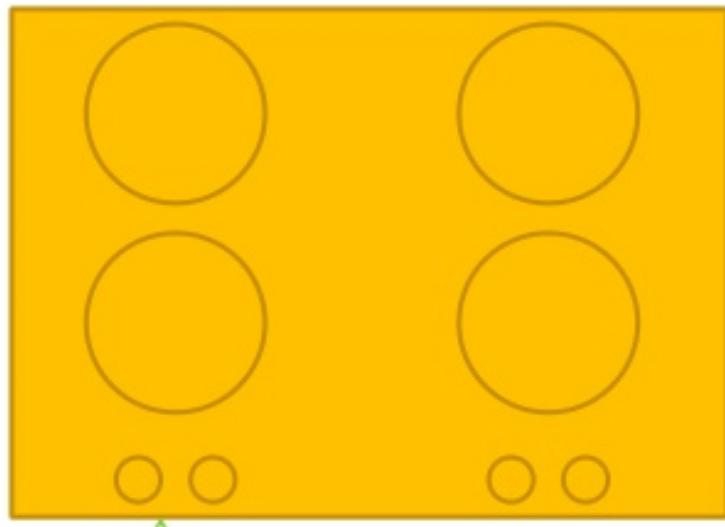
I'd like emails about product offers and
company news and events.

or

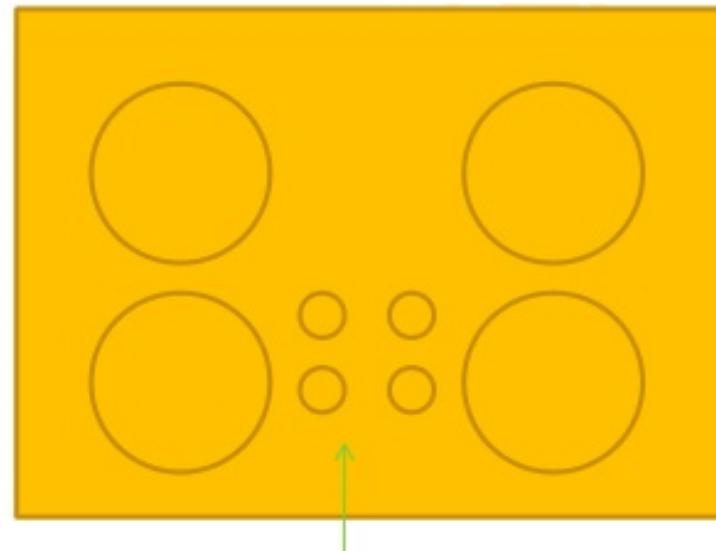
Log in through your institution

Already have an account? [Log in instead](#)

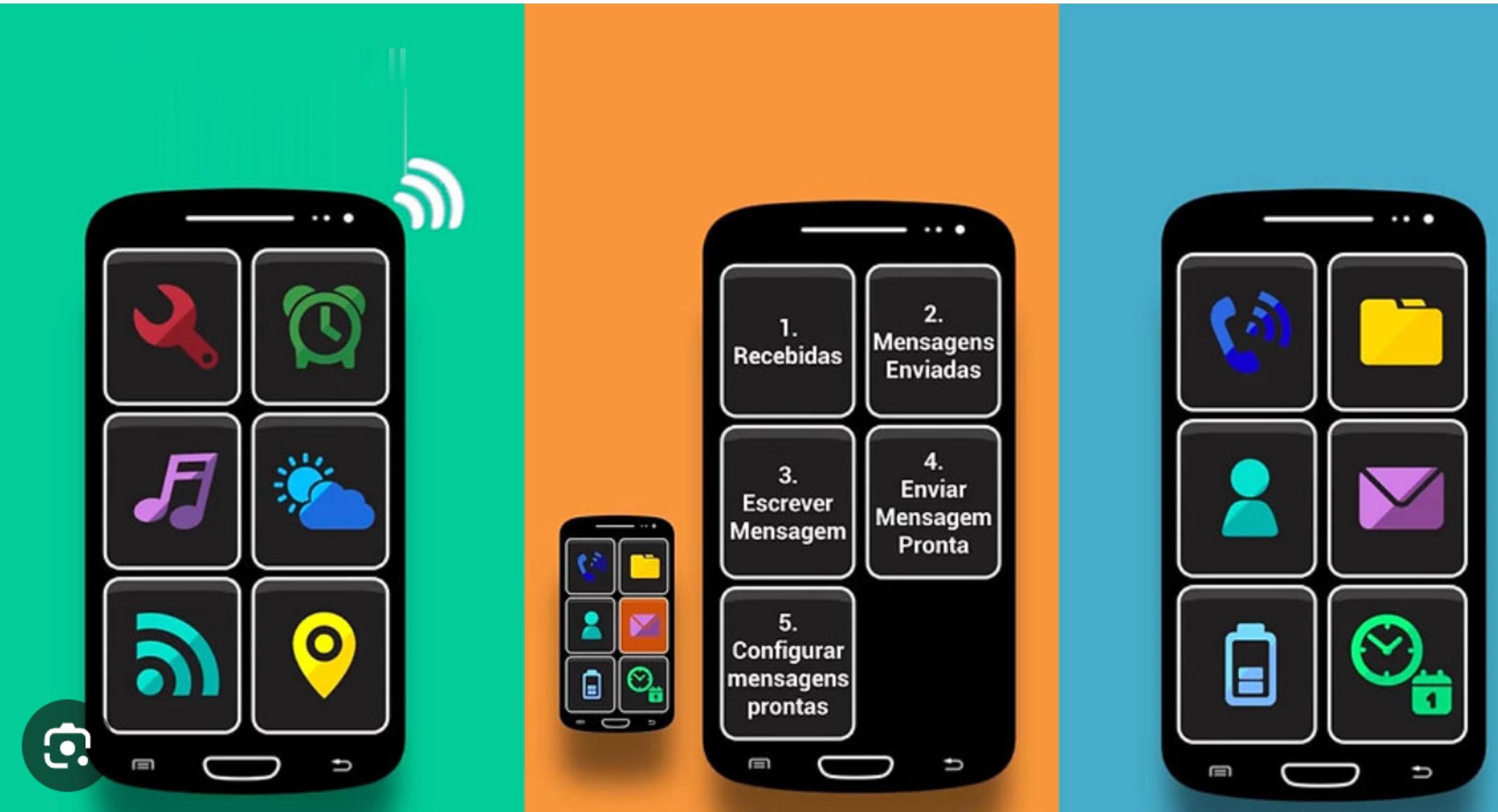




Demanda memória ou cognição reflexiva



Conhecimento embutido na interface



First Name

John

Last Name

Doe

Email

john@email

Password

Submit

First Name

John

Last Name

Doe

Email

john@email

Password

Submit

First Name

John

Last Name

Doe

Email

john@email

Password

*****

Submit

NORMAL

First Name

John

Last Name

Doe

Email

john@email

enter valid email address

Password

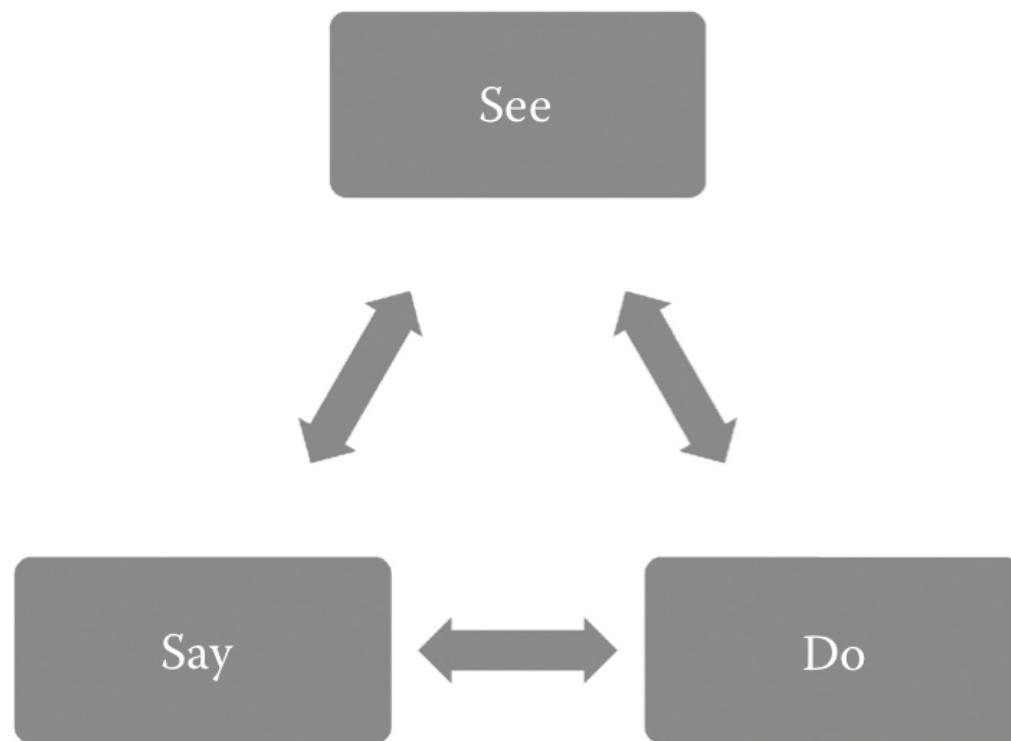
*****

Submit

COLOR BLIND (DEUTERANOPIA)

Como levantar necessidades?

See-say-do triangle



Métodos de pesquisa

Data analysis	Observation	Self-reporting	Designer analysis	User and use diagrams
Google analytics	Site visits	Focus groups	Task analysis	User flows
Site stats	Shadowing	Surveys	User matrix	User journey maps
Market research	Fly on the wall	Interviews	Use cases	Storyboard
User forums/ reviews	Emotion assessment	Diary studies	Affinity diagramming	Card sorting

Como trazer (potenciais) usuários?

Defina quem é o público alvo e onde podemos encontrar pessoas com este perfil

Idade

Classe social

Uso de tecnologia

Sexo

Comportamentos específicos relacionados ao uso do produto testado
(pessoas que já pediram empréstimos por aplicativo, por exemplo)

Perfil extremo

Pessoas representativas

Ressaltam pontos muito diferentes dentro do nosso grupo de clientes



User stories

COMO vendedor de sapatos

EU QUERO visualizar os produtos em estoque

PARA ver sua quantidade em estoque **enquanto**
estou mostrando um modelo na vitrine

Observação



Foco da pesquisa

Motivações

O que eles querem atingir? O que é importante?

Atividades

O que eles fazem? Como fazem?

Problemas

O que os impede? Atrasa? Frustra?



Field Study

Observação passiva (fly on the wall)

Uma pesquisadora senta próxima à entrada da sala de livros. Duas meninas estão sentadas em uma mesa redonda. Uma delas está folheando livros de uma pilha, todos sobre Cálculo Diferencial e Integral. Ela vai até a estante duas vezes trazendo mais livros sobre o mesmo assunto. Ela consulta a bibliotecária no balcão para saber o horário de fechamento do prédio. A outra está escrevendo em um caderno, consultando o smartphone constantemente, provavelmente para fazer exercícios ou alguma cópia.

Contextual Inquiry

Uma pesquisadora senta próxima à entrada da sala de livros. Duas meninas estão sentadas em uma mesa redonda. Uma delas está folheando livros de uma pilha, todos sobre Cálculo Diferencial e Integral. Ela vai até a estante duas vezes trazendo mais livros sobre o mesmo assunto. Ela consulta a bibliotecária no balcão para saber o horário de fechamento do prédio. **Você aborda essa menina para perguntar sobre sua intenção e sua satisfação com o processo.**

Observação CONTROLADA (THINK-ALOUD)

Em uma sala devidamente climatizada e janelas, o pesquisador convida o estudante para entrar. Seus dados são coletados, e a ele é disponibilizado um Sistema de busca de livros, num computador. Enquanto o estudante faz as buscas, o pesquisador o estimula a verbalizar seus pensamentos e impressões sobre a interação com o sistema.

Em vez de perguntar o que elas querem, a pesquisa tenta descobrir POR QUE elas querem aquilo

Perguntas

Quais são os objetivos dos usuários?

Como eles fazem isso hoje?

Que partes eles gostam, ou odeiam?

Que dificuldades eles encontram?

Que gambiarras/macetes/jeitinhos eles utilizam?

ENTREVISTAS

Uma sessão de entrevistas em sala

Qual o apelo da biblioteca para jovens universitários?

Roteiro da entrevista?



Perguntas importantes

Perguntas pessoais

Experiência técnica e trabalho

Objetivos no trabalho

Demografia



A much better introduction. The interviewee is given information about the topic of the interview and the interviewer checks through the ethical issues.

LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES

Tiago Massoni

