

APPS E PRODUTOS DIGITAIS

COMO TER SUCESSO

AS 3 ETAPAS

1. DESENHAR
2. DESENVOLVER
3. MEDIR

DESENHAR

○ QUE SERÁ FEITO?

PRODUTO: A SOLUÇÃO DE UM PROBLEMA
(COM LUCRO)

DESENHAR

- QUAL É O PROBLEMA?

DESENHAR

- QUEM É O USUÁRIO?

PERSONAS

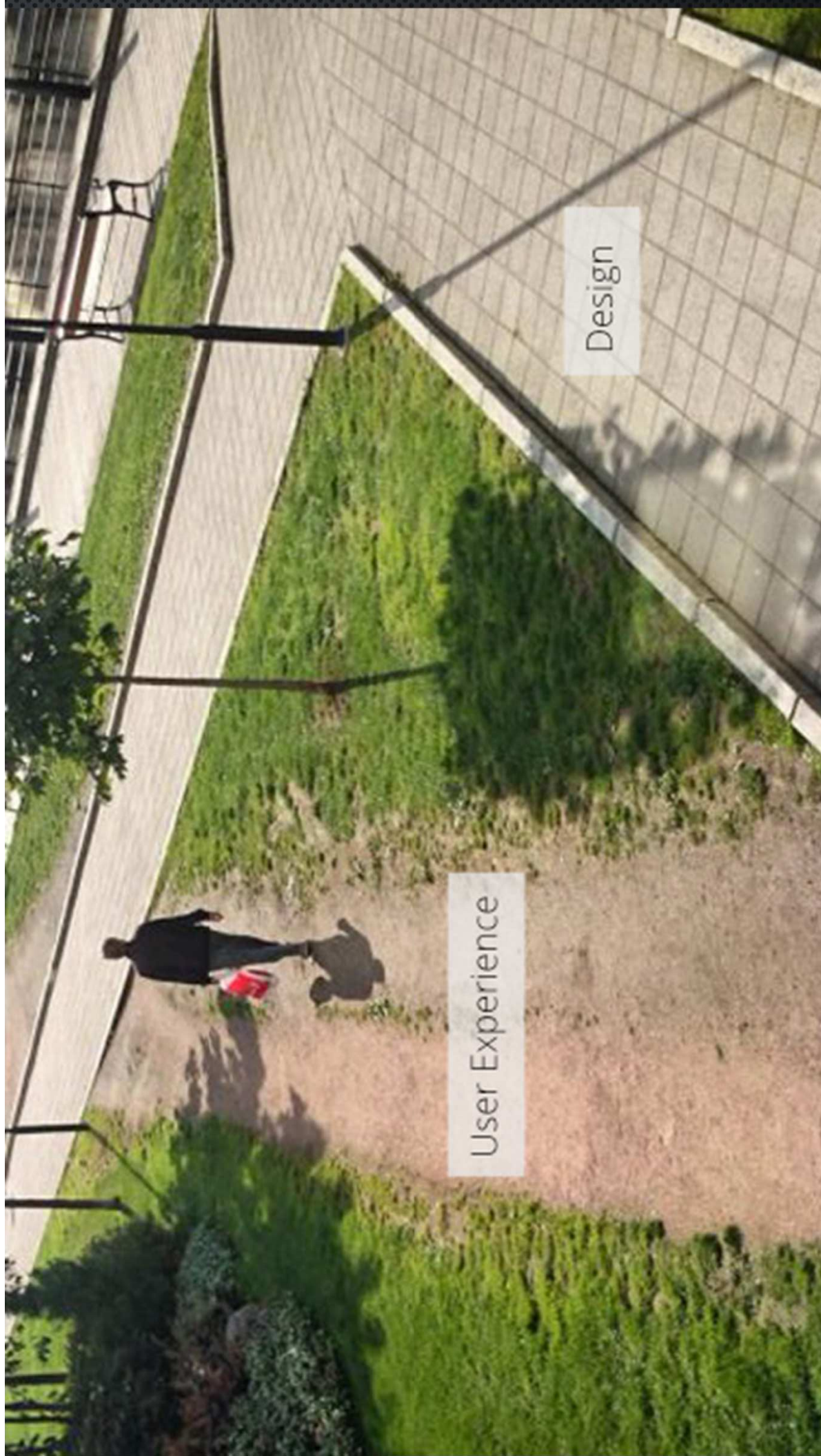
- QUAL A IDADE?
- QUAL IDIOMA FALA?
- QUAL SUA EXPERIÊNCIA COM APPS/PRODUTOS DIGITAIS?
- QUANDO ELE VAI USAR O PRODUTO E PARA QUÊ?

DESENHAR – PARA CADA PERSONA

- QUAIS SÃO AS FORMAS DE SOLUCIONAR O PROBLEMA DE QUE O USUÁRIO JÁ DISPÕE?
- QUAIS SÃO AS VANTAGENS E FRAQUEZAS?

DESENHAR – PARA CADA PERSONA

- QUAL O CRITÉRIO DE SUCESSO?



Design

User Experience

DESENHAR – CONSTRUÇÃO DOS FLUXOS

- O USUÁRIO PRECISA TER A SOLUÇÃO DO SEU PROBLEMA NO MÍNIMO DE CLIQUES POSSÍVEL

HOME

- AO INVÉS DE MOSTRAR TUDO QUE É POSSÍVEL, FLUXOS DE SOLUÇÃO CLAROS

The screenshot displays the United Airlines homepage with a clear navigation structure. At the top, the United logo and "A STAR ALLIANCE MEMBER" tagline are on the left, while "United States - English | Change" and "Sign In | My Account | Contact Us | Site Feedback" are on the right. A secondary navigation bar includes links for Home, Reservations, Travel Information, Deals & Offers, MileagePlus, Products & Services, and About United. A "Ask Alex for help" button is also present.

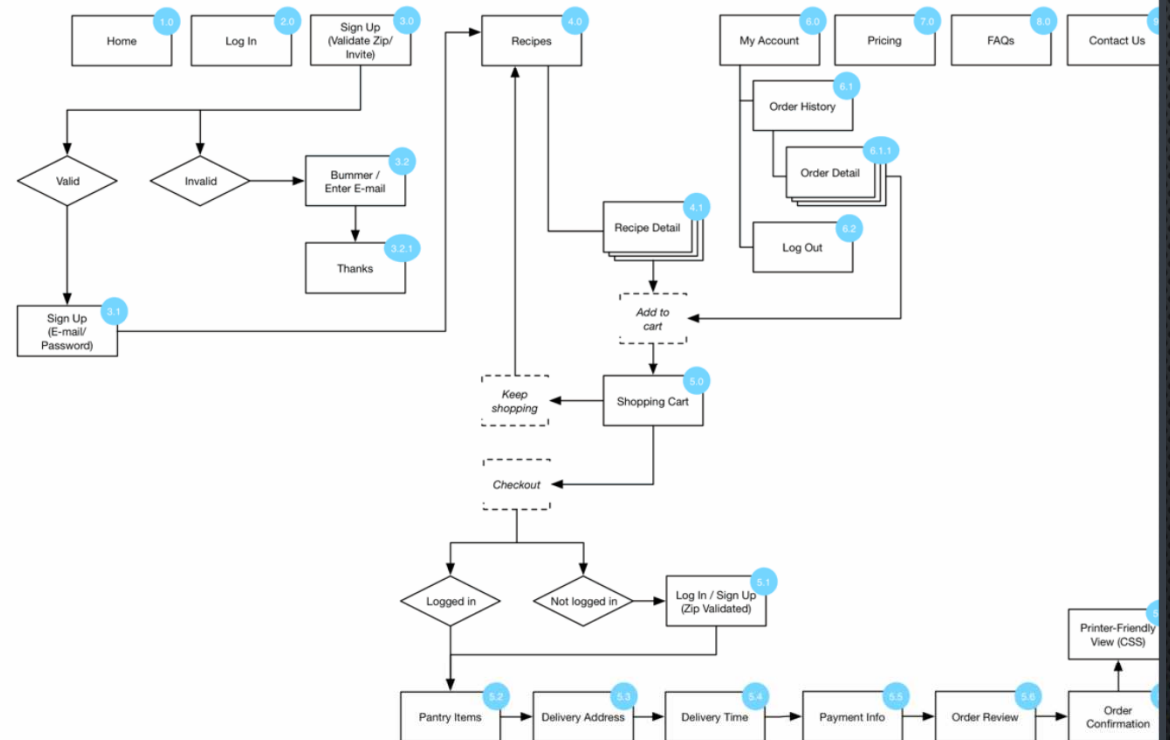
The main content area is divided into several sections:

- Flight Search:** A prominent blue sidebar on the left contains a flight search form. It includes tabs for Flight, Hotel, Car, and Vacation. The flight search section has options for Round Trip, One Way, and Multiple Destinations. It includes fields for From (city or airport), To (city or airport), Depart Date (mm/dd/yyyy), Return Date (mm/dd/yyyy), Adults, Children, and Cabin (Economy). It also features a "Search" button and a "Customize your trip with Travel Options By United" link.
- Social Media:** A section titled "Your social network, united." encourages users to join the online community. It includes a "VISIT THE HUB" button and icons for LinkedIn, Facebook, YouTube, and Twitter.
- Latest News and Offers:** A section titled "Latest News and Offers" includes a link to "Changed bag rules and optional services" and a "Print Boarding Pass" button.
- MileagePlus Sign In:** A section titled "MileagePlus Sign In" includes a "MileagePlus number:" field, a "PIN/Password:" field, a "Remember Me" checkbox, and a "Forgot PIN?" link. It also features a "Not a member? Join Now" link.
- Check-in Options:** A section titled "More Check-in options" includes a "Check Flight Status" button and a "Check-in" button.
- Change or View Reservations:** A section titled "Change or View Reservations" includes a "Find a Reservation by Confirmation Number" form with fields for Confirmation and Last Name, and a "Go" button.
- Other Promotions:** At the bottom, there are several promotional banners: "Cruise Reservations", "Speed up your airport experience" (featuring Premier Access), "Choose from California's three biggest cities" (with a "Search flights" button), and "MileagePlus Fitness" (offering 2,000 miles).

FLUXOS

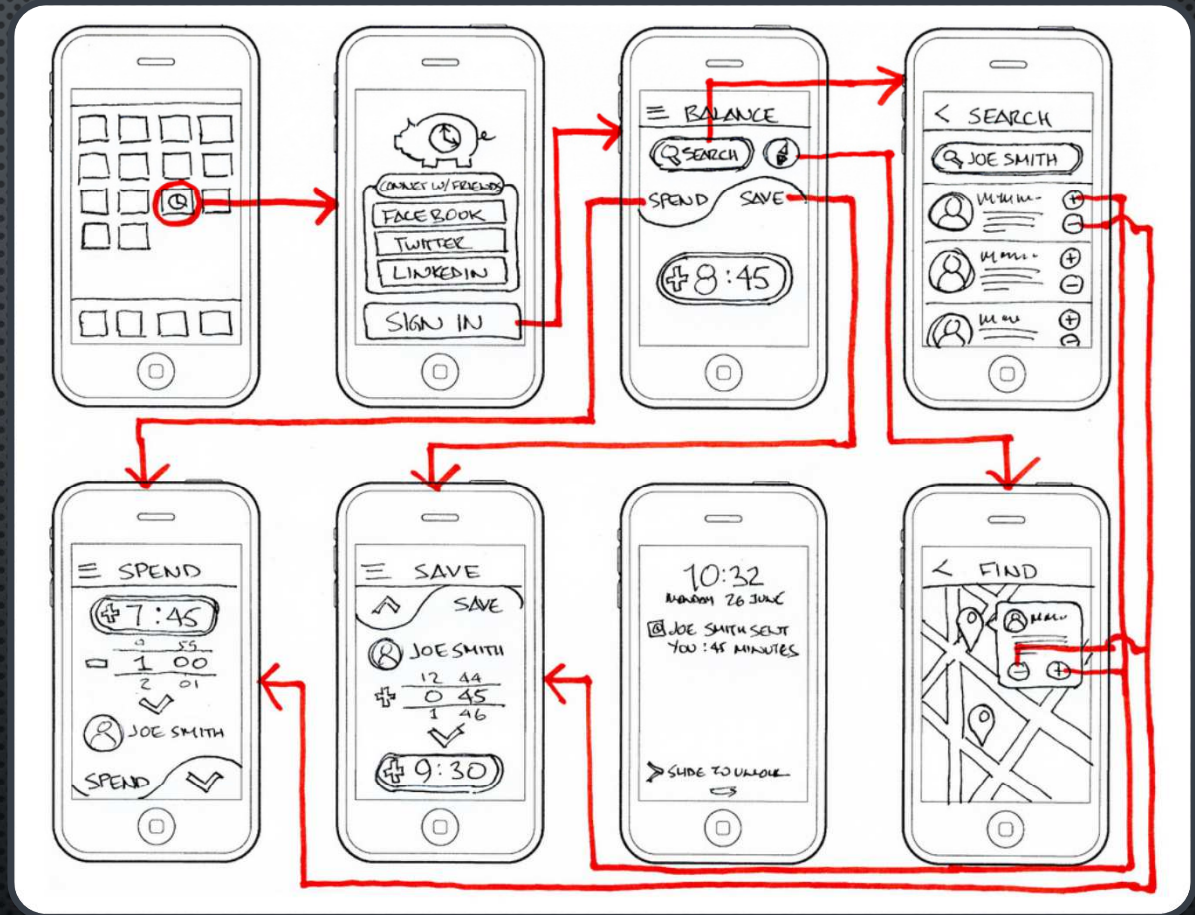
- LISTAR TODOS OS CAMINHOS DOS USUÁRIOS
- ONDE DÁ PRA ENCURTAR?

User Task Flow / Sitemap



WIREFRAMES

- POSICIONAR OS OBJETOS DA INTERFACE NAS TELAS
- ESTÁ CLARO ONDE CLICAR PARA CADA ETAPA DO FLUXO?
- OS DADOS IMPORTANTES ESTÃO BEM VISÍVEIS?



WIREFRAMES DE APP

- MENUS NÃO PODEM SER O CENTRO DA OPERAÇÃO
- O DEDO É “MAIS GORDO” QUE UM MOUSE
- O USUÁRIO VÊ CLARAMENTE SE PODE DAR “SCROLL” E PARA QUAIS LADOS?
- PREENCHER FORMULÁRIOS NO CELULAR É MUITO MAIS CUSTOSO PELA FALTA DE TECLADO

WIREFRAMES

- DESENHAR TAMBÉM NA POSIÇÃO HORIZONTAL



FERRAMENTAS

- AXURE
- BALSAMIQ
- TWINE

WIREFRAMES

- VALIDAR?

DESIGN

- APÓS WIREFRAMES PRONTOS E POLIDOS, FAÇA AS VERSÕES DEFINITIVAS DAS TELAS

DESIGN

- **NÃO** GASTE TEMPO DEMASIADO APROVANDO DESIGN!
- O IMPORTANTE É CONSEGUIR MANDAR LOGO PRA DESENVOLVIMENTO E TER A PRIMEIRA VERSÃO NO AR
- HAVERÁ OPORTUNIDADE DE MELHORIAS

DESENVOLVER

COMO FAZER?

BACKLOG

- UMA LISTA DE “HISTÓRIAS” ORDENADAS POR PRIORIDADE

EVOLUÇÃO DA COMPLEXIDADE DO SOFTWARE

- CAÇA F4 (1960) – 1.000 LINHAS DE CÓDIGO
- F35 ~ 5.700.000 LINHAS DE CÓDIGO
- CARROS DA GM – 100.000.000 LINHAS DE CÓDIGO

ESQUEÇA PRAZO, GERENCIE ESCOPO

- METODOLOGIAS ÁGEIS
 - KANBAN
 - SCRUM

MÉTODOS ÁGEIS

- FILA DE TAREFAS QUE VÃO SENDO CONSUMIDAS A CADA SPRINT
- SPRINT É INDIVISÍVEL, IDEIAS NOVAS AGUARDAM O PRÓXIMO SPRINT
- PRIORIZAR AO INVÉS DE NEGOCIAR TEMPO
 - PRIORIZAR É SABER O QUE NÃO FAZER EM CADA MOMENTO

COMO DOCUMENTAR?

- FLUXOS, DESIGN E DESCRIÇÃO FUNCIONAL
- O MÍNIMO NECESSÁRIO PARA O TIME ENTENDER A HISTÓRIA
 - O VALOR COMO ENTREGÁVEL DA DOCUMENTAÇÃO DE UM PROJETO É ZERO. IMPORTA AFERIR SE O PRODUTO FINAL SOLUCIONA O PROBLEMA DO USUÁRIO.
- NA REUNIÃO DE INÍCIO DE SPRINT O TIME AFERE A DOCUMENTAÇÃO E FAZ AS PERGUNTAS
- SE A DOCUMENTAÇÃO ESTIVER INSUFICIENTE, O TIME TRABALHA EM OUTRAS TAREFAS. O GERENTE TERÁ UM SPRINT PARA GERAR DOCUMENTAÇÃO MAIS PRECISA.

QUEBRE O DESENVOLVIMENTO

- ÉPICOS – ASSUNTO (EXEMPLO: “HOME PAGE”)
- HISTÓRIAS – FUNCIONALIDADES (EXEMPLO: “ABRIR LISTA DE USUÁRIOS”)
- TAREFAS – TIME DE DEV QUEBRA HISTÓRIA EM PARTES LÓGICAS (BACKEND, FRONTEND, DB...)

HISTÓRIAS

- PRECISA ENTREGAR ALGUM VALOR AO USUÁRIO
- TIPICAMENTE É “FULL-STACK”, ABRANGE MODELO DE DADOS, CONSULTAS, BACKEND E FRONTEND
- SE UMA HISTÓRIA NÃO MUDA NADA NUMA TELA, NÃO DEVERIA SER PRIORIZADA/EXISTIR

AO INVÉS DE:
“QUANTO TEMPO PARA ESTAS HISTÓRIAS
FICAREM PRONTAS?”
TRABALHE COM:
“QUANTAS HISTÓRIAS FICAM PRONTAS
NESTA JANELA?”

JANELAS DE TEMPO/SPRINTS

- QUANTO MAIS CURTAS, MENOR A CHANCE DE ERRAR A PREVISÃO
- TÍPICAMENTE: 2 SEMANAS

MINIMUM VIABLE PRODUCT (MVP)

CORTE TODA A “GORDURA” DE FUNCIONALIDADES POUCO ESSENCIAIS

O OBJETIVO É: CHEGAR O MAIS RÁPIDO
POSSÍVEL NA PRIMEIRA VERSÃO NO AR

SÓ ASSIM CHEGAMOS RAPIDAMENTE NA VERSÃO MATADORA

CÓDIGO É PERECÍVEL

- SEMPRE HAVERÁ NOVAS DESCOBERTAS SOBRE O MODELO DE DADOS OU O COMPORTAMENTO DO USUÁRIO.
- REFACTORY É INEVITÁVEL

ALGUMAS ARMADILHAS

- CUIDADO COM:
 - IDEIAS DE “MELHORIAS”
 - FUNCIONALIDADES POUCO ESSENCIAIS
 - OTIMIZAÇÃO PREMATURA
 - DISCUSSÕES DE ARQUITETURA
 - TECNOLOGIAS NOVAS

MEDIR

COMO OBTER SUCESSO?

PRIMEIRA AVALIAÇÃO

- OS FLUXOS PARECEM NATURAIS?
- O DESIGN ESTÁ CONSISTENTE?
- ESTÁ “GOSTOSO” DE MEXER?

AVALIAÇÃO QUANTITATIVA

- INSTALE ANALYTICS!

FUNIL

- ONDE SE ESTÁ PERDENDO O USUÁRIO?
- ALGUM FLUXO NATURAL SURTIU?



COMO LIDAR COM GARGALOS

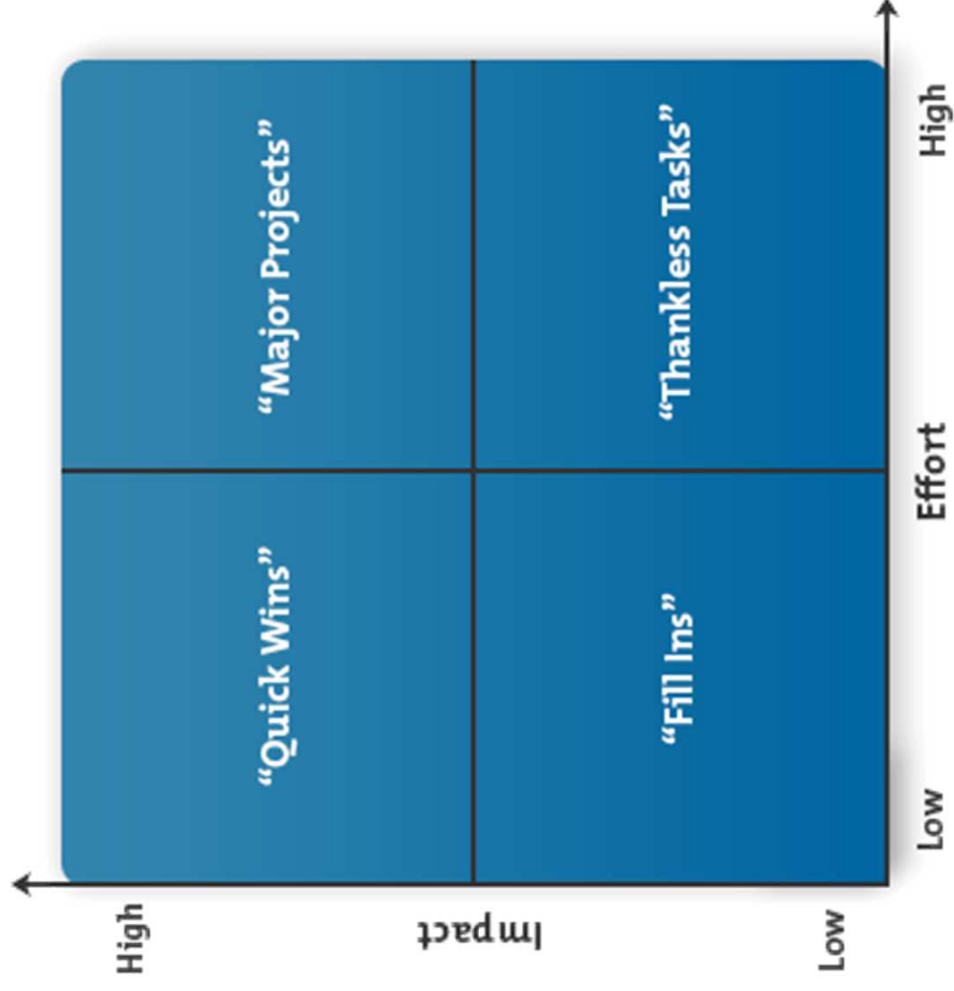
- COMO CLAREAR MAIS O PRÓXIMO PASSO?
- HÁ COMO REMOVER PASSOS OU ELEMENTOS POUCO ESSENCIAIS?

FEEDBACK QUALITATIVO

- SUPORTE AO USUÁRIO
- PESQUISA DE USABILIDADE

COMO ORDENAR UM BACKLOG

1. LISTE TODAS AS HISTÓRIAS/FUNCIONALIDADES
 - UMA BOA HISTÓRIA SEMPRE REFLETE EM ALGO NA TELA
2. ESCREVA QUAL É O GANHO QUANDO A HISTÓRIA FOR PARA O AR
3. ORDENE 2 VEZES: POR GANHO E POR PRAZO (ESTABELEÇA PONTOS)



○ BACKLOG REINICIA O FLUXO

- DESENHAR
- DESENVOLVER
- MEDIR

BACKLOGS NÃO SÃO FEITOS PARA SEREM 100% CONSUMIDOS

- UM PRODUTO É VIVO, SEMPRE REORDENAR O BACKLOG DE ACORDO COM DESCOBERTAS OU IDEIAS DE EVOLUÇÃO

OBRIGADO!

FÁBIO MARTINELLI – VTEX KNOWLEDGE