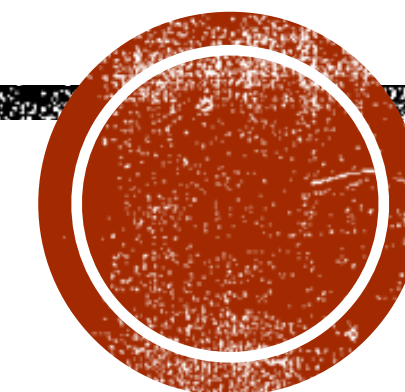

EMIPATIA COM O USUÁRIO

Tiago Massoni



Estamos sempre falando em papéis

Clientes

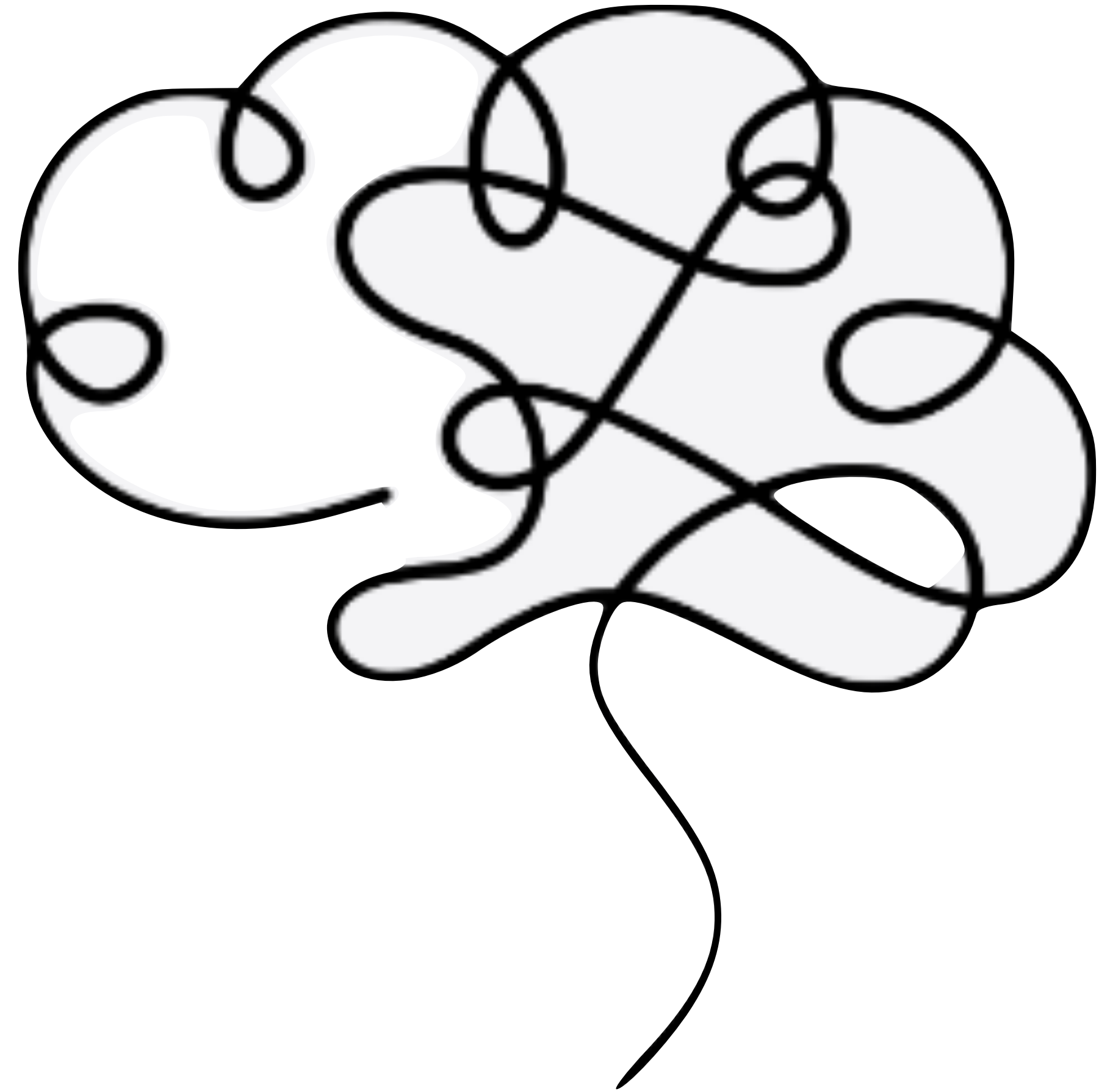
Usuários

Balconista

Vendedor

E as pessoas?

**Existem evidências psicológicas
de que humanizar pessoas faz bem
para o design de UX**



persona

Representação **semi-fictícia** do usuário ideal, baseada em dados reais e comportamentos observados

Orienta o design centrado no usuário

Facilita a empatia com os usuários durante o processo de design

Contribui para decisões informadas ao longo do ciclo de design

ANDREIA LEMOS



Alegre - Preguiçosa - crítica

Adora sair pra comer

Adora mexer no celular

Info. Demográficas

30 anos

Mora sozinha

Tem 1 cachorro

Trabalha em Startup

Comportamento

Viciada em Redes Sociais

Gosta de sair para comer

Sedentária

Gosta de conversar

Gosta de fazer uma pesquisa completa antes de comer em algum lugar

Necessidades e Objetivos

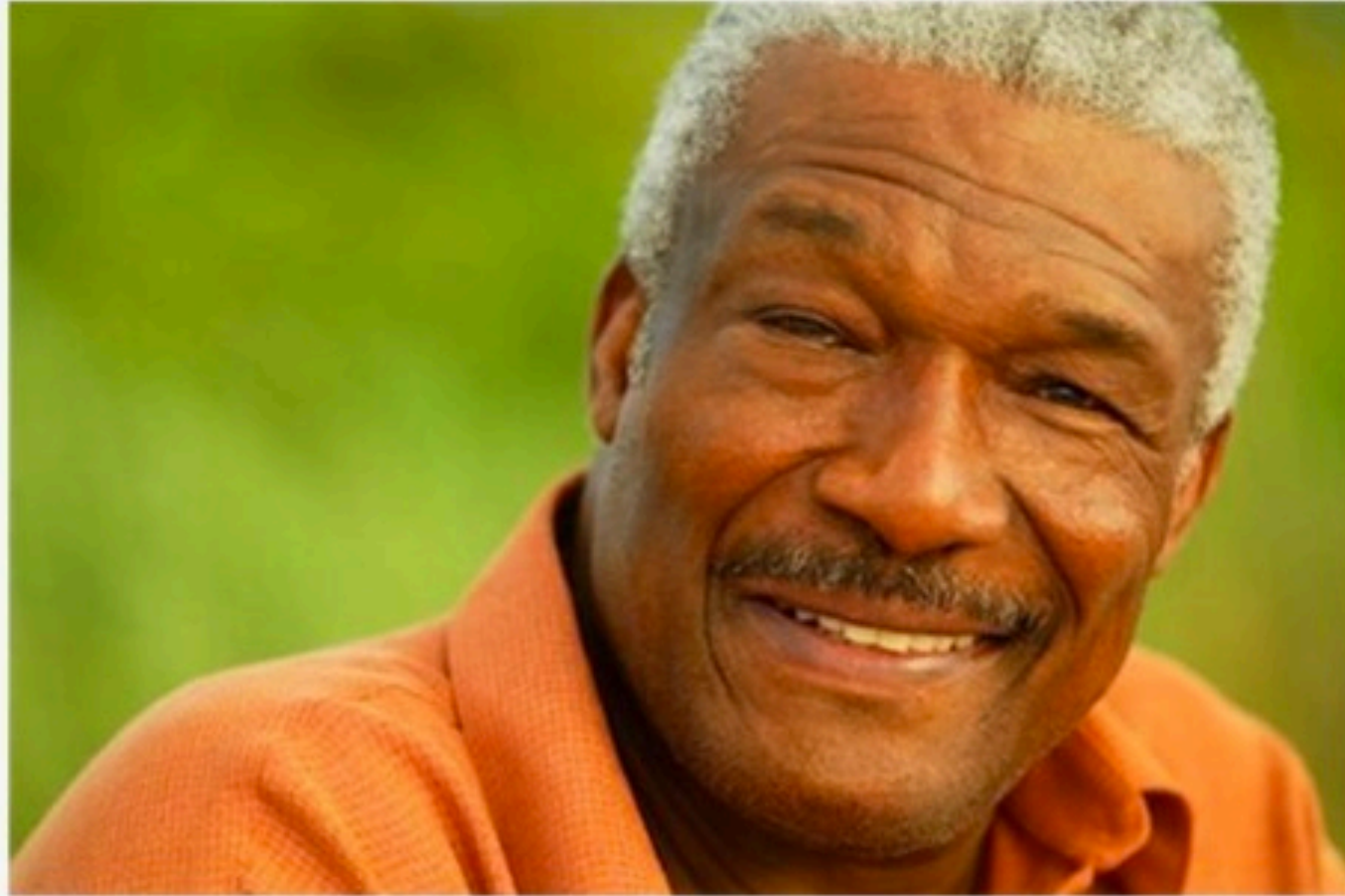
Economizar tempo de pesquisa de restaurantes

Comer bem

Preço acessível

Praticidade

Facilidade

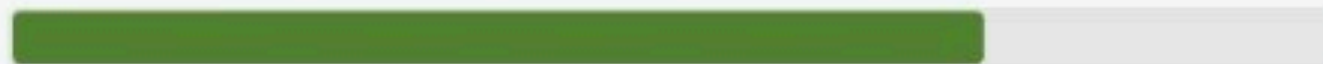


Jefferson
59, Male
Type 1 Diabetes

I enjoy cooking, playing with my grandchildren, and spending time with my wife. I do not want diabetes to slow me down.

MOTIVATIONS

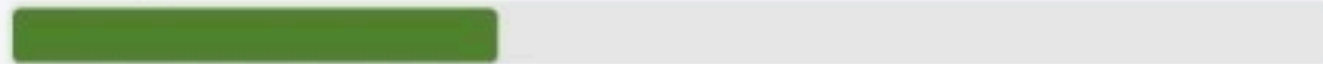
Health



Family



Independence



GOALS & INTERESTS

- Keep doing the things that make him happy
- Be able to spend time with his grandchildren
- Be able to eat the foods he likes to cook
- Feel control over his diabetes

PAIN POINTS & CONCERNS

- Frequent check-ins with the doctor
- Numbers not improving or getting worse
- Having to learn how to track his health at an older age
- Working with technology

JANE



QUOTE

"To be good at PR, I have to be up on the trends, which is where Instagram comes in handy"

BIO

Jane is a passionate freelancer who gives her all to each and everyone of her clients. She has trouble keeping track of tasks, and managing all of her client accounts. She enjoys a thriving social life, and enjoys spending time with family and friends.

BEHAVIORS

- She's not afraid of hard work, and to spend all day in the office
- Uses Instagram and Twitter to keep up on the latest trends

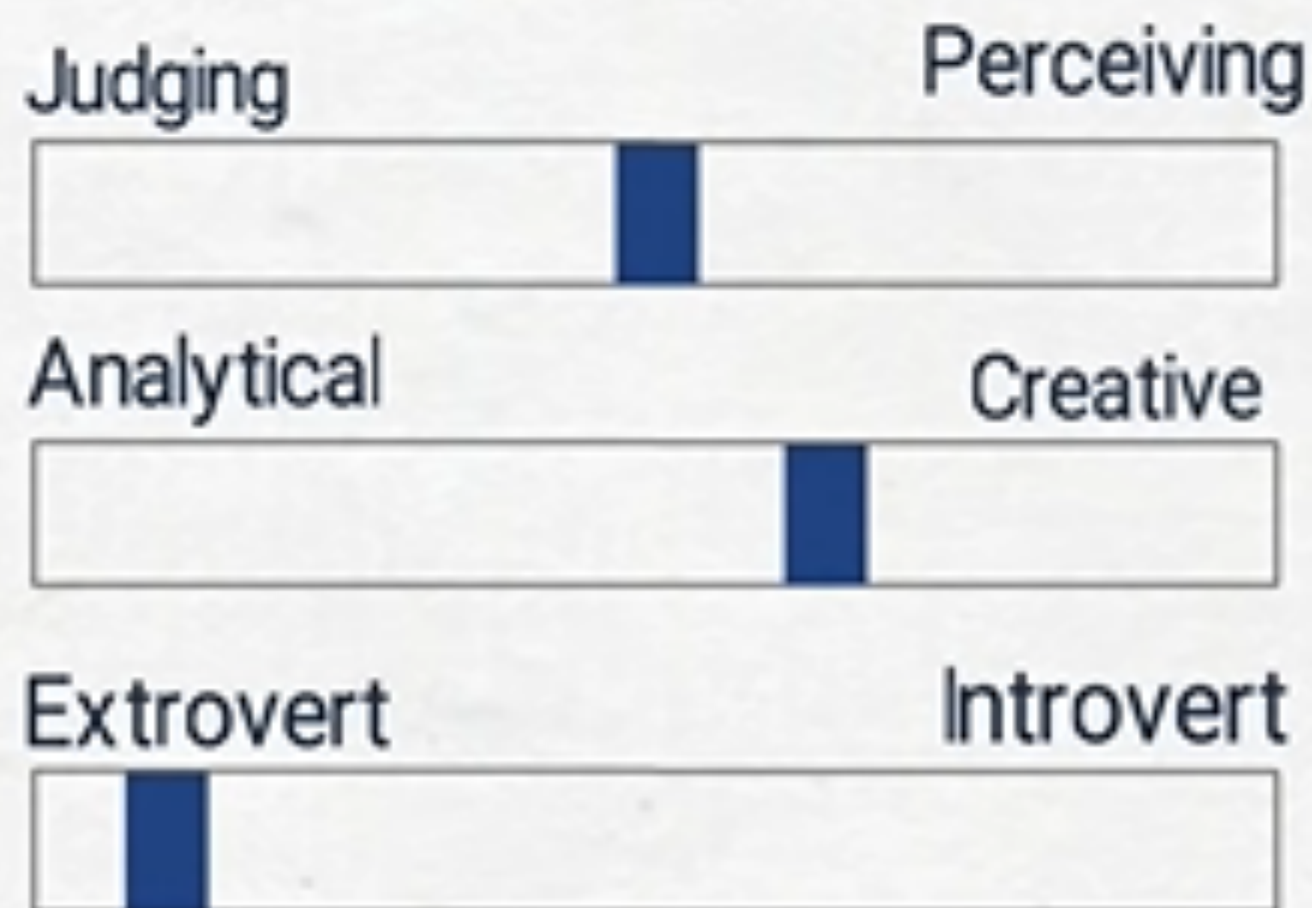
GOALS

- Manage client communication
- Enhance productivity

PAIN POINTS

- Since Jane freelances, each client makes her have an email account with their company. She has a hard time keeping track of all accounts

PERSONALITY



MOTIVATIONS



Passos

1. Entrevistar usuários em potencial
2. Identificar padrões
3. Criação do Perfil

Dar um nome e características humanas

Incluir dados como idade, ocupação, interesses e desafios

Exercita a empatia!

exercício

Vamos criar uma pessoa ficcional

Vamos simular uma ideia de solução: app
para aluguel de roupas

Mapa de Empatia

Seis seções essenciais, dimensões da experiência do usuário

O que o usuário vê, ouve, pensa e sente, bem como o que diz e faz.

Formam um **quadro completo** das características e do estado emocional do usuário durante a interação com o sistema

Componentes

O que o usuário vê e ouve: Observações externas do usuário

O que o usuário pensa e sente: Seus pensamentos, emoções, e motivações

O que o usuário diz e faz: Comportamentos visíveis e expressões verbais

Dores: Desafios, frustrações e obstáculos que o usuário enfrenta

Ganhos: Objetivos, desejos e benefícios que o usuário busca

O QUE
PENSA E SENTE?

O que realmente importa,
principais preocupações e aspirações

O QUE
ESCUTA?

o que amigos dizem, o que o chefe fala,
o que influenciadores dizem

O QUE
VÊ?

ambiente, amigos,
o que o mercado oferece

O QUE
FALA E FAZ?

atitude em público, aparência,
comportamento com outros

QUAIS SÃO AS SUAS

DORES

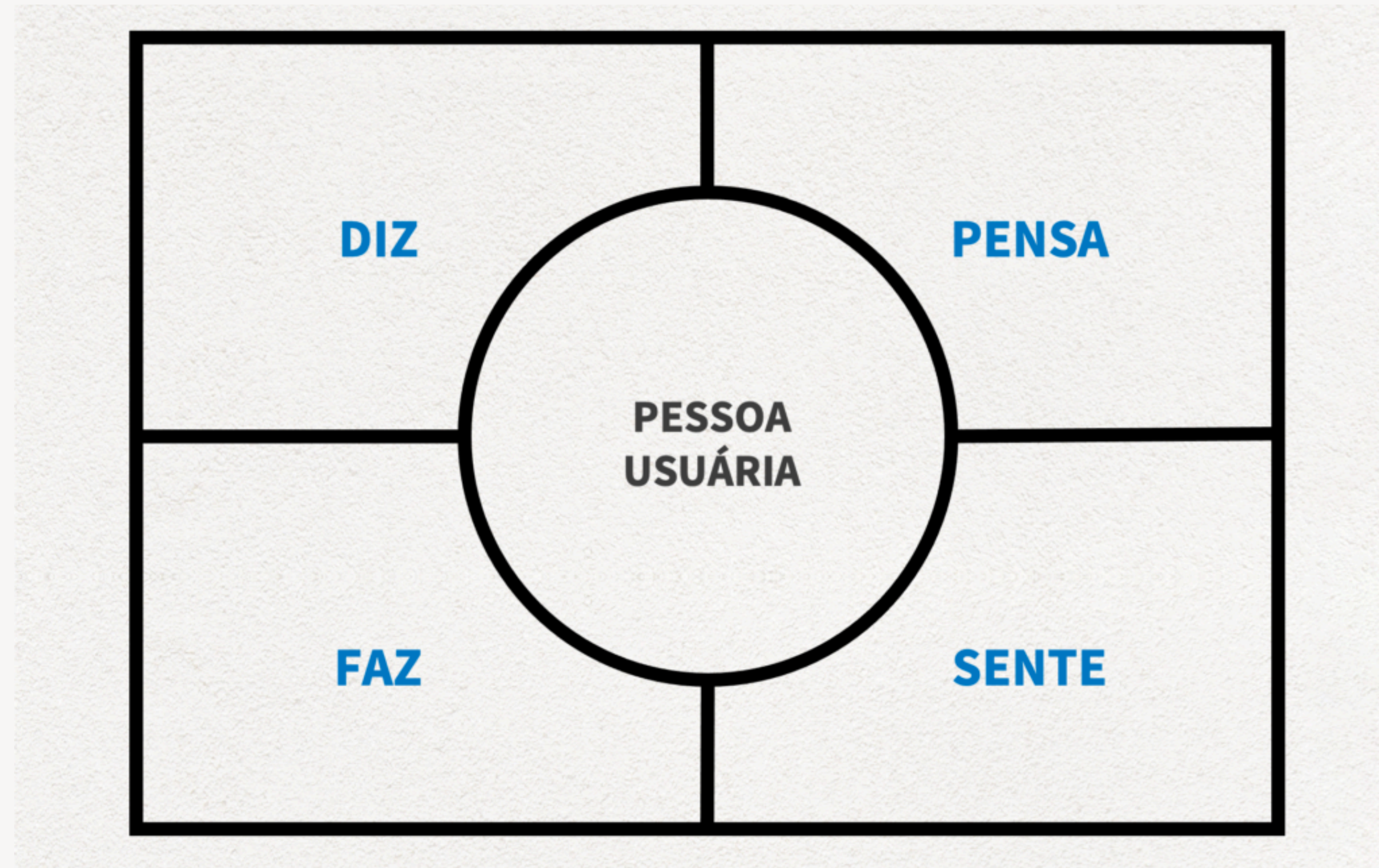
fraquezas, medos, frustrações, obstáculos

QUAIS SÃO OS SEUS

GANHOS

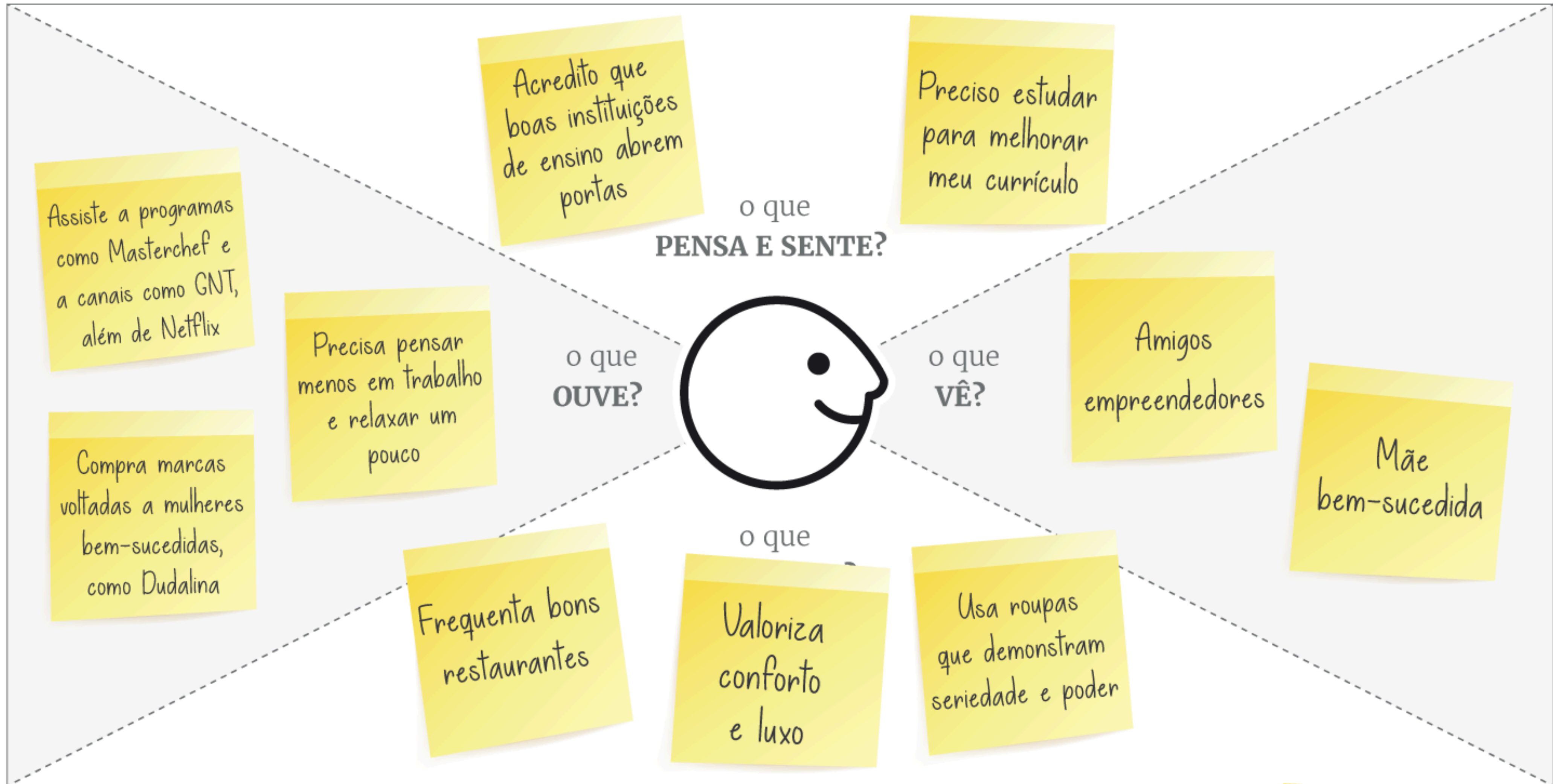
desejos e necessidades, formas de medir sucesso, obstáculos

Versão simplificada



Nome: Juliana

Idade: 36 anos



quais são as **DORES?**

Sente-se desatualizada em relação ao mercado de trabalho

É difícil conciliar trabalho e família

quais são as **NECESSIDADES?**

Preciso de conhecimentos de gestão, metodologias ágeis e Marketing Digital

Preciso melhorar meu desempenho para chegar à diretoria da empresa

O que ele
PENSA E SENTE?

O que realmente conta, principais preocupações e aspirações

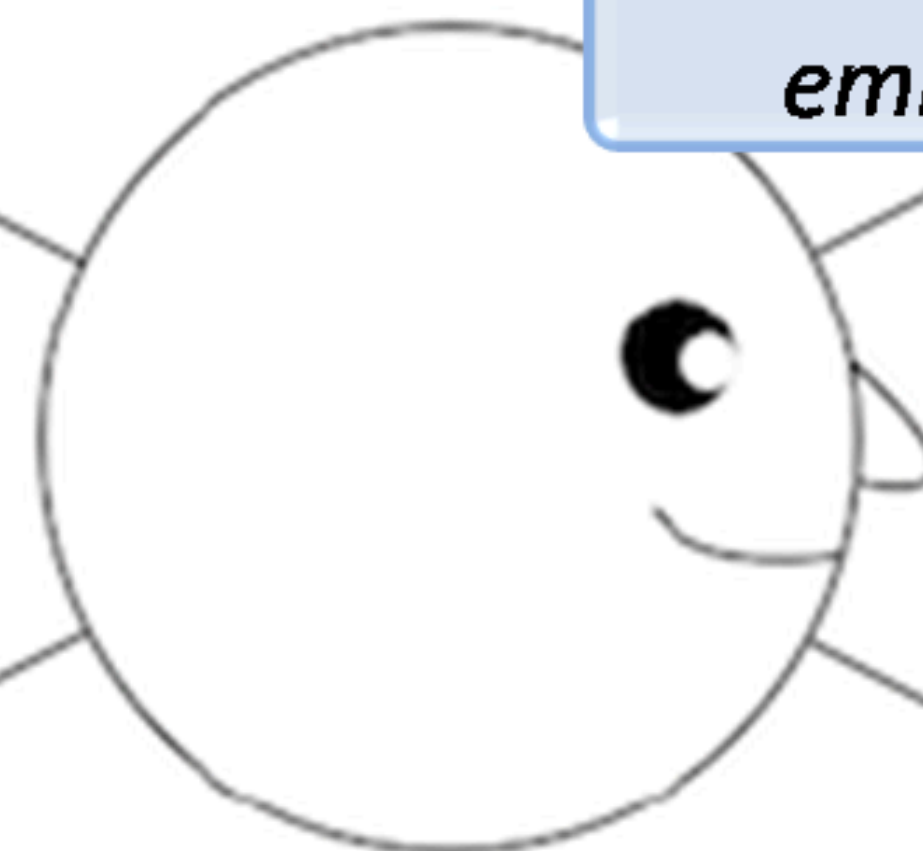
O que ele
ESCUTA?

O que ele
VÊ?

O que ele
FALA E FAZ?

DOR

GANHOS



Inutilidade

Insegurança

Desanimado

Apostar em formação

Tem de emigrar

Falta de oportunidades

Muitos colegas desempregados

Incentivos para emigrar

Ser empreendedor

ambiente, amigos, o que o mercado oferece

Ofertas desadequadas

Trabalhar sem ser remunerado

Colegas a emigrarem

Tenta criar networking

Frequenta acções de formação

Entrega de CV's porta a porta

Envia CV's a nível nacional e internacional

Sentisse mais apenas um número

Capacidade não reconhecidas

Sentir-se útil

Evolução profissional

Criação networking

exercício

Um mapa de empatia ligado à persona feita anteriormente