

Uma nova ferramenta

Transcrição

Imagine que durante o processo de desenvolvimento da História do usuário tenhamos recebido um e-mail do investidor da nossa start up:

Natan, sobre o app, a feature principal que preciso ver o quanto antes é que ele tenha uma aba com reviews dos viajantes.

Ah, não se esqueça de que a linguagem que escolhi foi o Ruby, e faça de tudo para que o aplicativo custe de USD 2,00 para cima

[]

Esse e-mail contém diversos pedidos - como estamos trabalhando com UX, estamos pensando na experiência do usuário, no Design voltado para ele. Isto é, toda tomada de decisão deve ser feita com o foco no usuário. Diante disso, o que fazemos com esse e-mail?

Claro que é preciso ouvir o nosso cliente, pois é ele que investe dinheiro em nossa start up para que o negócio se mantenha. Porém, nosso cliente geralmente trata a questão da perspectiva de *business*, do negócio e, portanto, tem um ponto de vista diferente do nosso. Não adianta ignorar o cliente, ou nos centrarmos apenas no usuário, pois se falharmos na parte de negócios e viabilidade, acaba-se o projeto.

Pensando nisto, vamos exemplificar nosso investidor por meio de uma imagem do hipotético Leo Silveira, cujas características colocaremos em um post it em volta da imagem. Essa pessoa é um "investidor anjo", pois ele deu o aporte inicial para nossa empresa, sendo também o "dono de agência", e podemos seguir acrescentando demais informações, como seu cargo, personalidade, entre outros.

Muitas vezes o cliente faz solicitações que não estão nem um pouco relacionadas ao usuário. Nesse caso, é preciso saber como negociar, e esse é, talvez, o papel mais humano de UX: conversar com as pessoas buscando um acordo entre elas. Nessa situação, a equipe de UX estará se posicionando "pelo cliente", e o investidor defenderá o lado do negócio.

Fazer um aplicativo totalmente voltado ao cliente pode fazer com que nosso negócio falhe. Portanto, o que vamos fazer é juntar o que o investidor pede com o que o usuário deseja. Quais são os problemas relacionadas ao usuário que buscamos solucionar? Quais são as necessidades desse indivíduo?

Vamos simplificar isso organizando visualmente a palavra "cliente" dentro de um retângulo do lado esquerdo, e "usuário" no lado direito. A lista de desejos do investidor é a seguinte:

- Parceria com CVC
- App pago
- Fórum
- Reviews
- Ruby
- 3D e VR (*Virtual reality*, ou Realidade Virtual)

Tais requerimentos do cliente serão somados aos desejos do usuário, sobre o qual temos tudo pronto, pois já pensamos nisso ao construirmos o seu cenário. Em nosso esquema, teremos quatro retângulos: "Cliente", e abaixo disso "Requerimentos"; "Usuário", e abaixo, "Cenários".

Para lembrarmos melhor do nosso cliente, poderemos adicionar uma foto do Leo Silveira no espaço de "Cliente". Além disso, colocaremos diversas informações a respeito do seu perfil. E, embaixo disso, colocaremos os requisitos desse cliente, isto é, todos os requerimentos coletados:



No espaço destinado ao usuário, também acrescentaremos a foto da proto-persona, persona, ou então sua ficha. Embaixo da foto pode ser incluído o cenário que também construímos anteriormente:



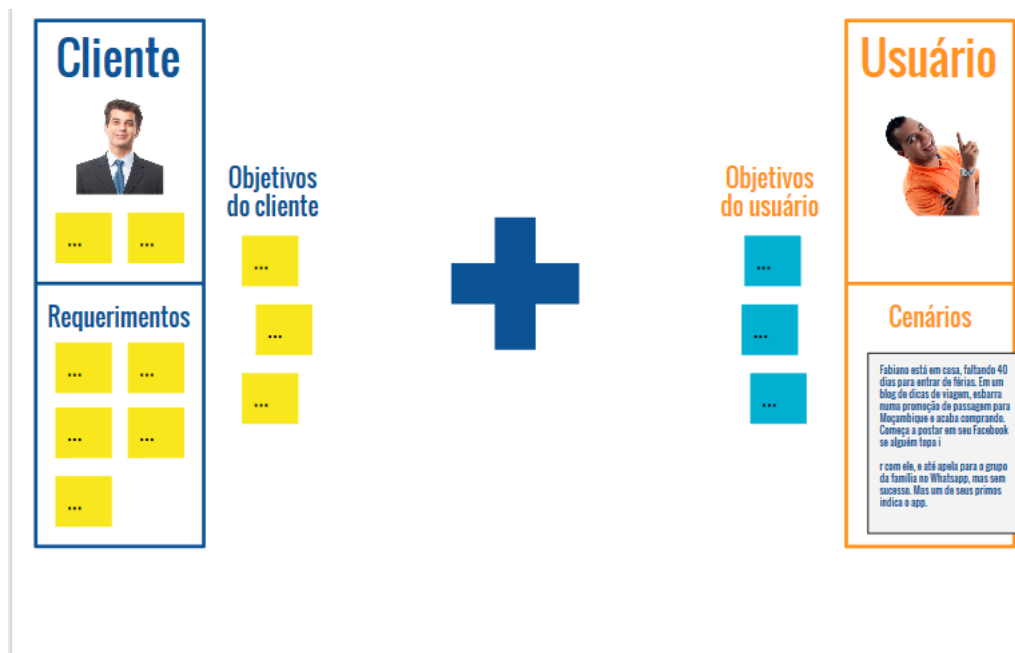
Observando os requerimentos do cliente, poderemos nos perguntar o porquê dele desejá-las, ou para quê. Por que motivos é realmente necessário construir um aplicativo com realidade virtual se é difícil encontrarmos pessoas que detenham essas tecnologias?

Talvez nosso cliente possua um objetivo por trás desse requisito, portanto outro item para acrescentarmos na ferramenta é a de **Objetivos do cliente** em relação ao projeto. Estes podem ser: divulgar a empresa, retorno financeiro em menos de 3 meses, e 1 milhão de registros em 6 meses.

Da mesma forma, podemos verificar os **Objetivos do Usuário**, algo que já fizemos na parte da persona e proto-persona. Essa parte é importantíssima, é a parte do usuário, e da desejabilidade que nós utilizaremos no projeto. A ideia é reaproveitarmos as informações da proto-persona. Se você não tiver feito isso pense nos objetivos levando em consideração o Modelo Mental do Usuário.



Nosso modelo ficará da seguinte maneira:



É interessante separarmos por cores, porém isso não é essencial. O primordial é tornar todas as informações úteis visualmente organizadas.