

Marketing Digital



SEO



GUIA DA AULA 7



Faça backlog

- **Assessment workflow**
- **Backlog de oportunidades**
- **Workflow de evolução contínua**



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Assessment workflow



Assessment workflow para times focados em otimização de conversão

01. Análise Técnica

- Testes cross-browser
- Testes cross-device
- Taxa de conversão por device/browser
- Tempo de carregamento

02. Análise Heurística

- Análise de áreas de interesse
- Avaliar relevância, motivação e atrito das principais páginas

03. Web Analytics

- Analytics health check
- Setup dos KPIs
- Identificar problemas de tracking

04. Mouse Tracking

- Mapas de calor & mapas de cliques
- Mapas de rolagem
- Gravação da sessão dos usuários

05. Qualitative Research

- Questionários para clientes cadastrados
- Questionário para usuários do site
- Entrevistas

06. User Testing

- Identificar problemas de usabilidade, clareza do conteúdo e fontes de atrito

Backlog Oportunidade



Categorizar, priorizar e traduzir
em **Hipóteses de Teste**



Assessment workflow para times focados em otimização de conversão/

01. Análise Técnica

+

02. Análise Heurística

+

03. Web Analytics

+

04. Mouse Tracking

+

05. Qualitative Research

+

06. User Testing

+

BACKLOG
OPORTUNIDADE



Categorizar, priorizar e traduzir
em **Hipóteses de Teste**



Backlog de oportunidades



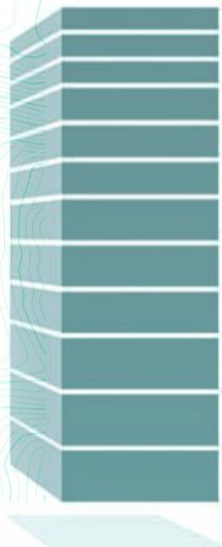
Backlog

Oportunidades/

Issue	Bucket	Location	Background	Rating	Responsable	Status
1	Test	Homepage Mobile	Se habilitarmos os adicionais...	1	Mobile	To do
2	Instrument	1º step do Checkout	Capturar x elemento	3	Mobile	To do
3	Hypothesize	2º step do Checkout	Por que as pessoas abandonam?	4	Jussi	To do
4	Just Do It	Bug DDI/DDD	O número do DDI não é preenchido automaticamente	5	Desktop	To do
5	Investigate	2º step do checkout	Por que a conversão do iPhone XR é tão baixa?	2	Mobile	To do



Backlog Oportunidades/



Backlog de Oportunidades

Testar

Capturar

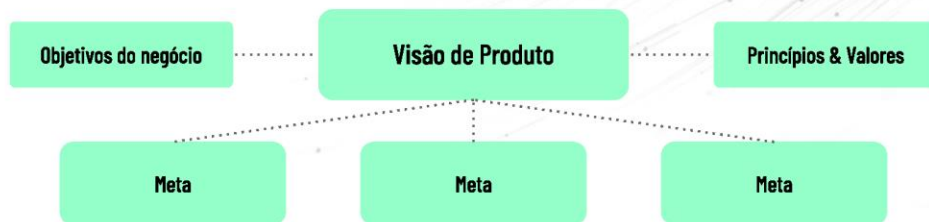
Hipótese

Resolver

Investigar



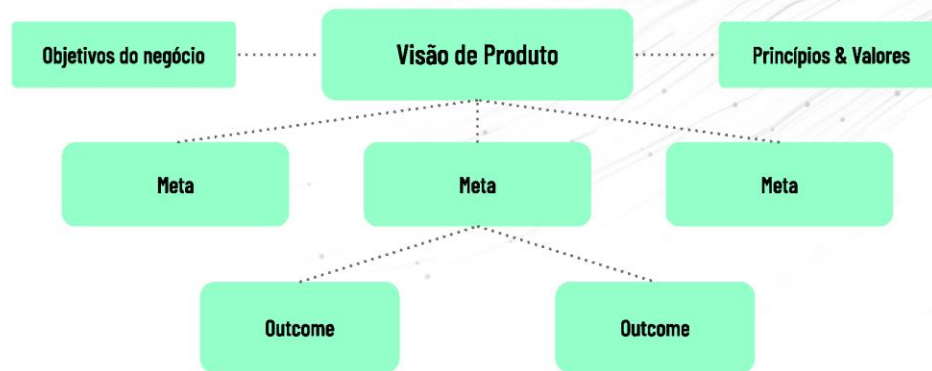




Metas são os objetivos que precisamos alcançar para atingir a **Visão de Produto**.

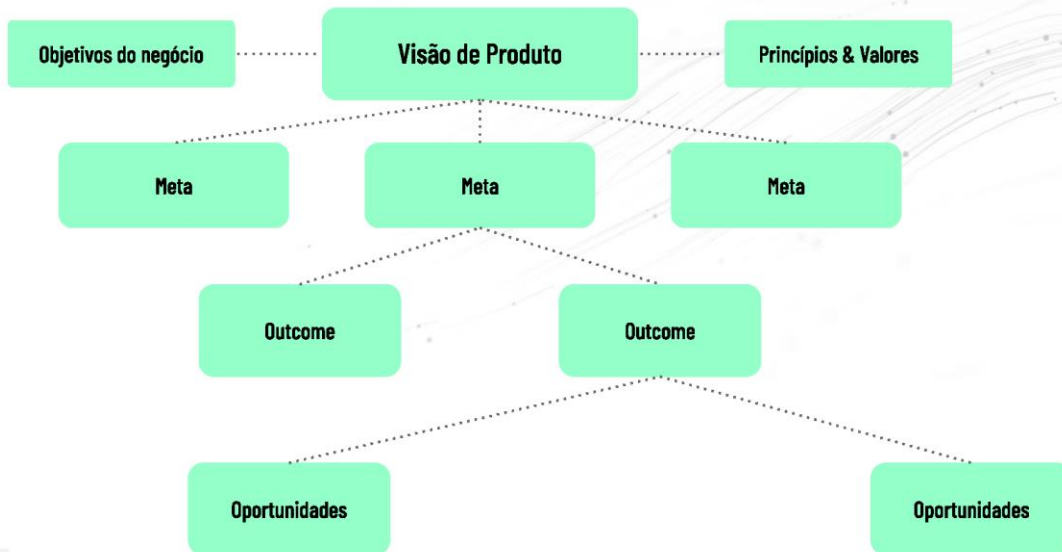
Elas devem ser descritas de forma Específica, Mensurável, Alcançável, Relevante, Tempo Limite.





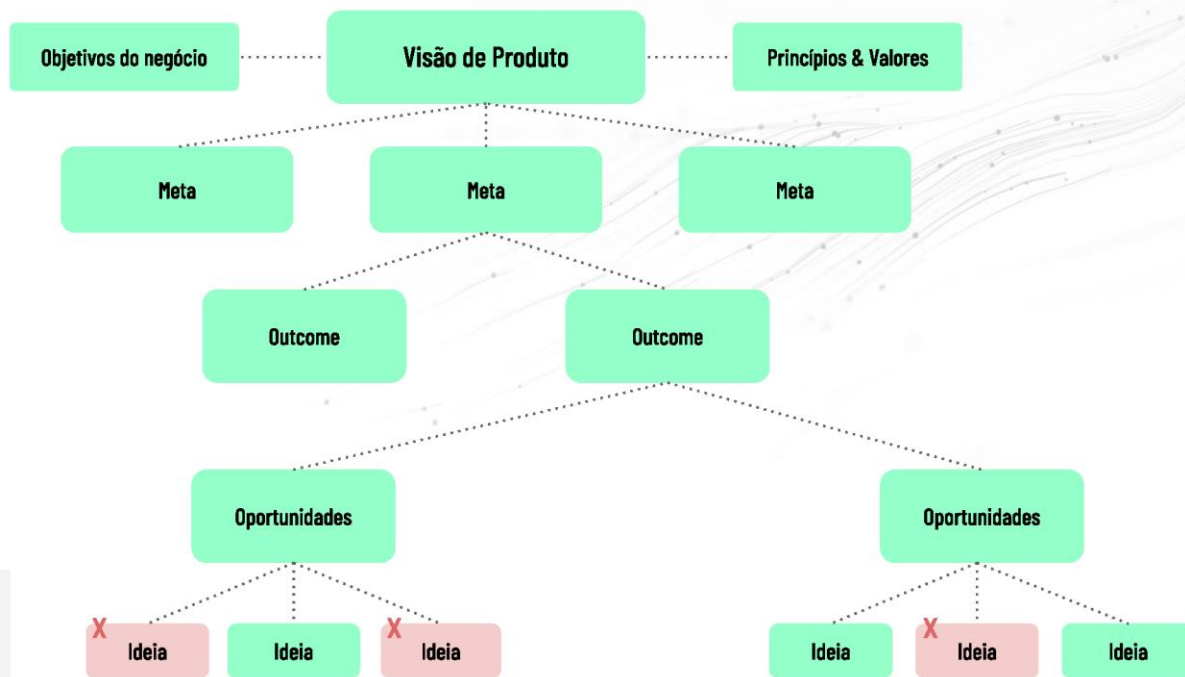
Outcomes são as mudanças mensuráveis no comportamento dos usuários que ajudarão a atingir a **Meta**.





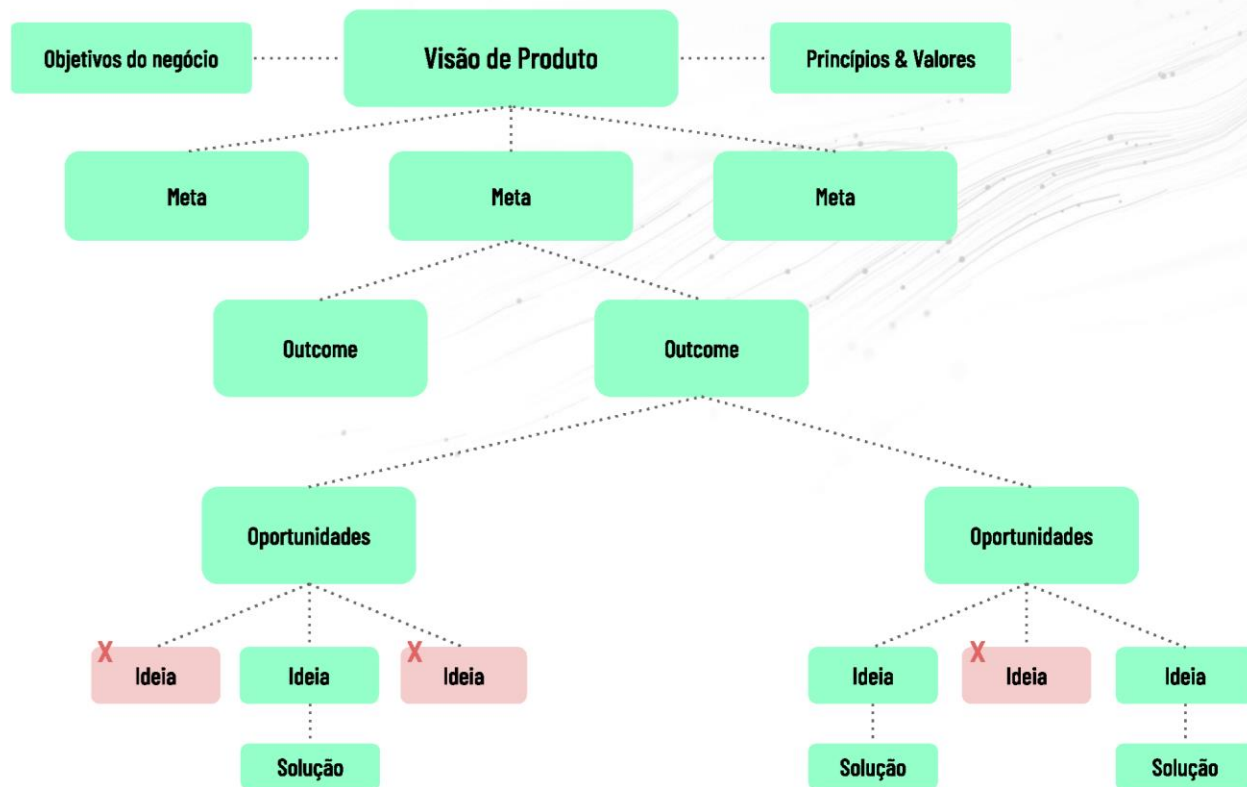
Oportunidades são: dores, problemas e expectativas do usuário.

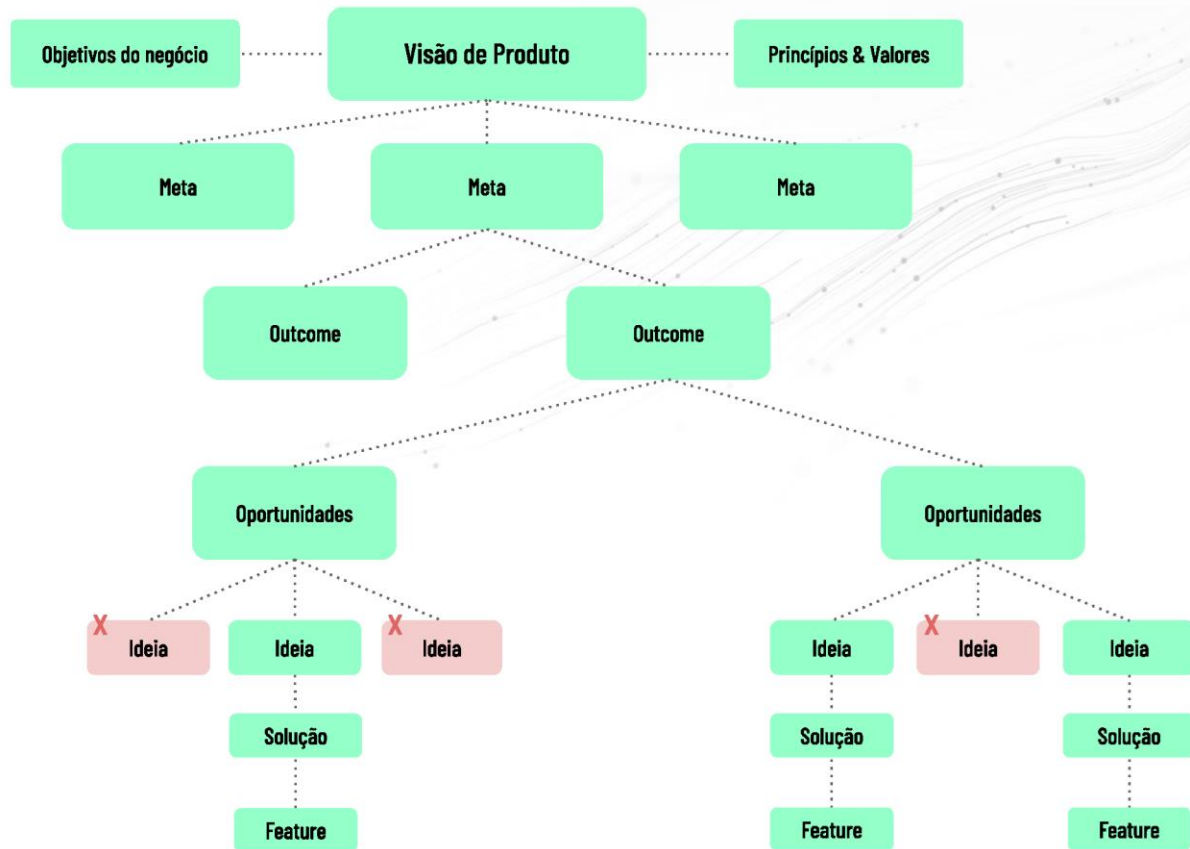


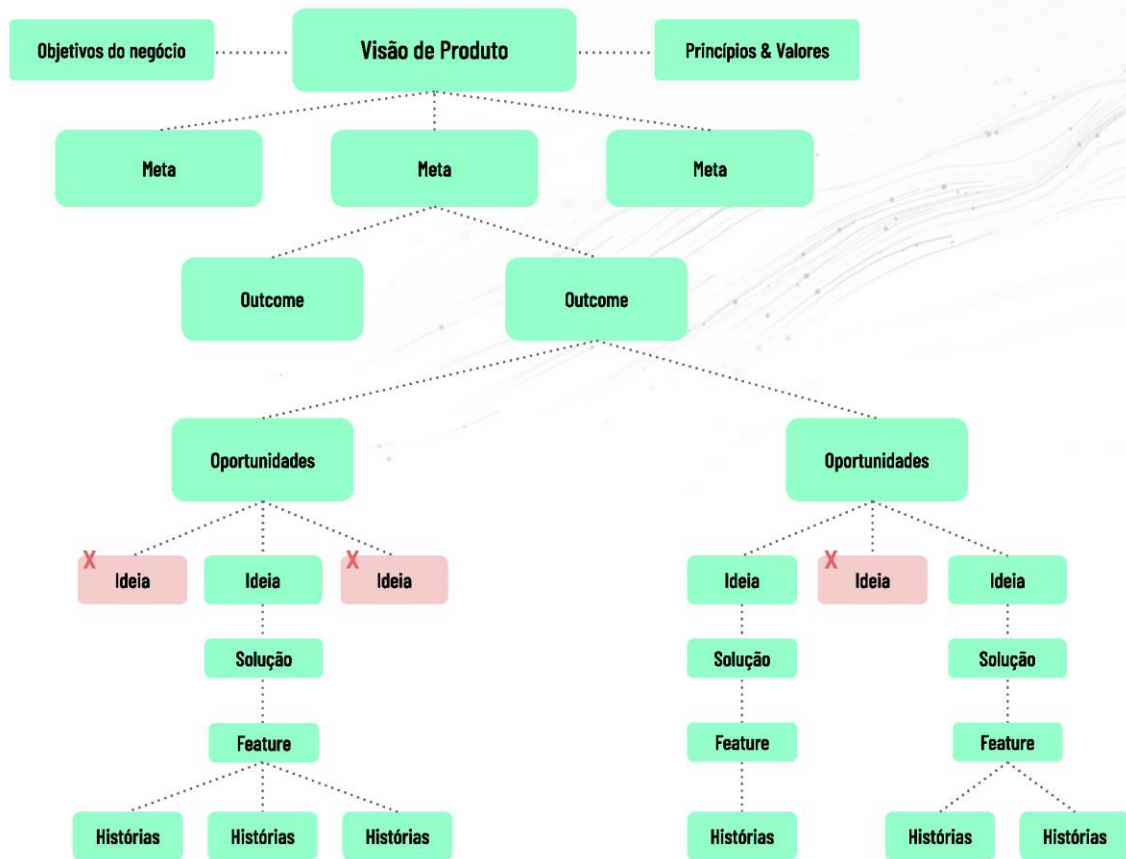


Quais **Ideias** queremos validar
 (ou invalidar) que resolvam as
Oportunidades? Como
 podemos testar essas
 hipóteses de maneira
 econômica/eficiente?





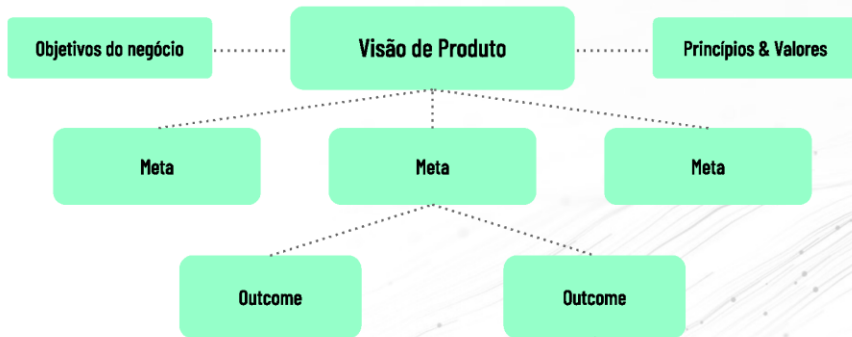




Estratégia

Metas e Outcomes devem ser descritos de forma: Específica / Mensurável / Alcançável / Relevante / Tempo Limite.

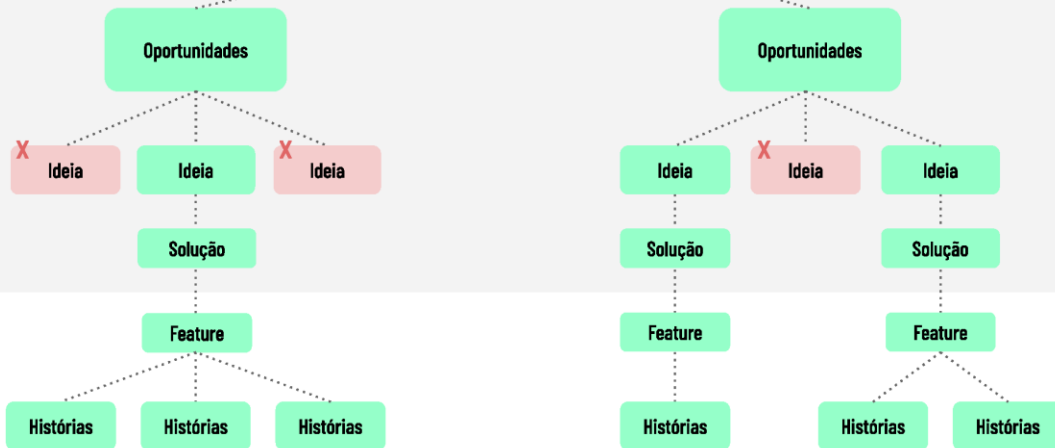
Outcomes são as mudanças mensuráveis no comportamento dos usuários que nos ajudarão a atingir uma **Meta**.



Discovery

Oportunidades são:

- Problemas do usuário
- Dores do usuário
- Ganhos do usuário
- Jobs to be done



Delivery

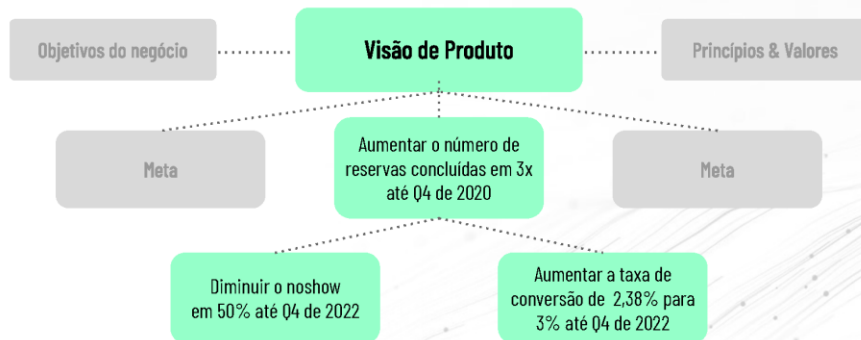
Desenvolver **Features** que têm muita chance de resolver um problema do usuário e que alcance os objetivos.



Estratégia

Metas e Outcomes devem ser descritos de forma: Específica / Mensurável / Alcançável / Relevante / Tempo Limite.

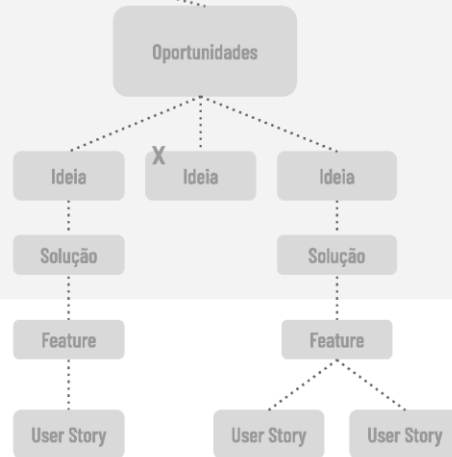
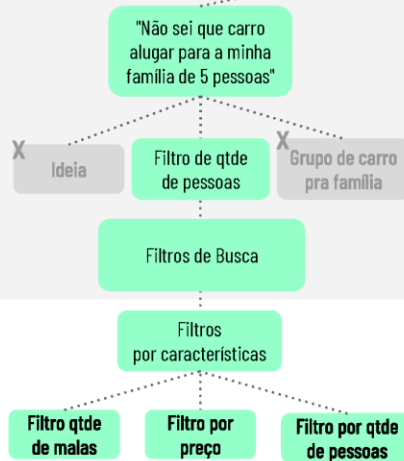
Outcomes são as mudanças mensuráveis no comportamento dos usuários que nos ajudarão a atingir uma **Meta**.



Discovery

Oportunidades são:

- Problemas do usuário
- Dores do usuário
- Ganhos do usuário
- Jobs to be done



Delivery

Desenvolver **Features** que têm muita chance de resolver um problema do usuário e que alcance os objetivos.



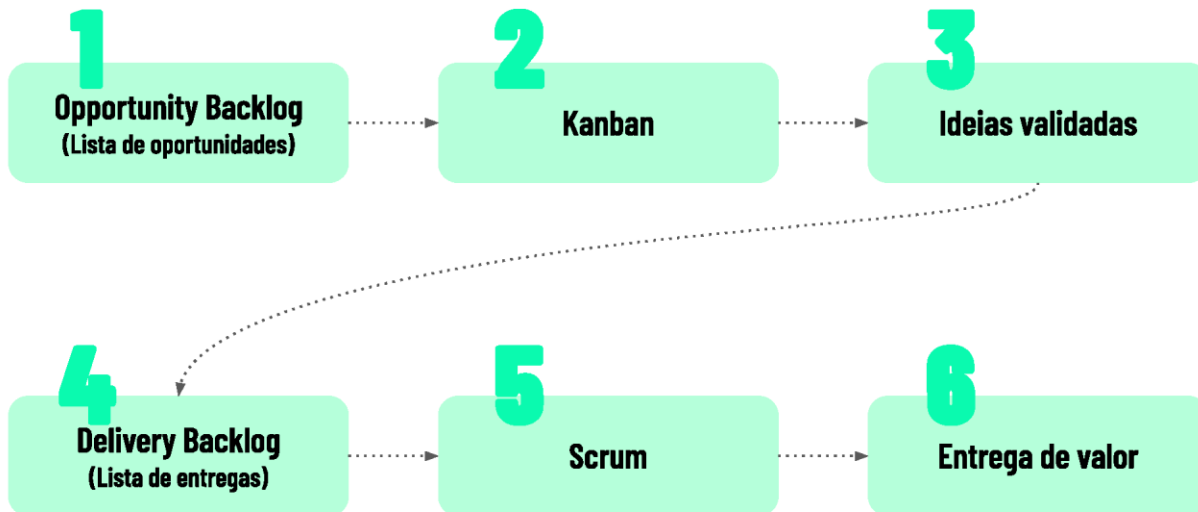
Workflow de evolução contínua



Workflow de evolução contínua para times focados em otimização de conversão/

UPSTREAM/DISCOVERY
 EFICÁCIA → DECIDIR

DOWNSTREAM/DELIVERY
 EFICIÊNCIA → FAZER



Workflow de evolução contínua para times focados em otimização de conversão/

UPSTREAM/DISCOVERY EFICÁCIA → DECIDIR

Testes A/B
Pesquisas Qualitativas
Pesquisas Quantitativas

Wireframes
Testes de Usabilidade
Entrevistas

Mapa de Jornada de usuário
Validação de hipóteses
Personas de Produto

DOWNSTREAM/DELIVERY EFICIÊNCIA → FAZER

Front End
Épicos, User Stories, Tasks
Priorização de Backlog

User Interface
Back-End
Testes Unitários

Testes de Usabilidade
Testes Automatizados

MÉTRICAS DE EFICÁCIA

- Receita
- DCM
- Ticket Médio
- Bounce Rate
- ROI
- Lifetime Value
- Taxa de Conversão



Bons estudos!

