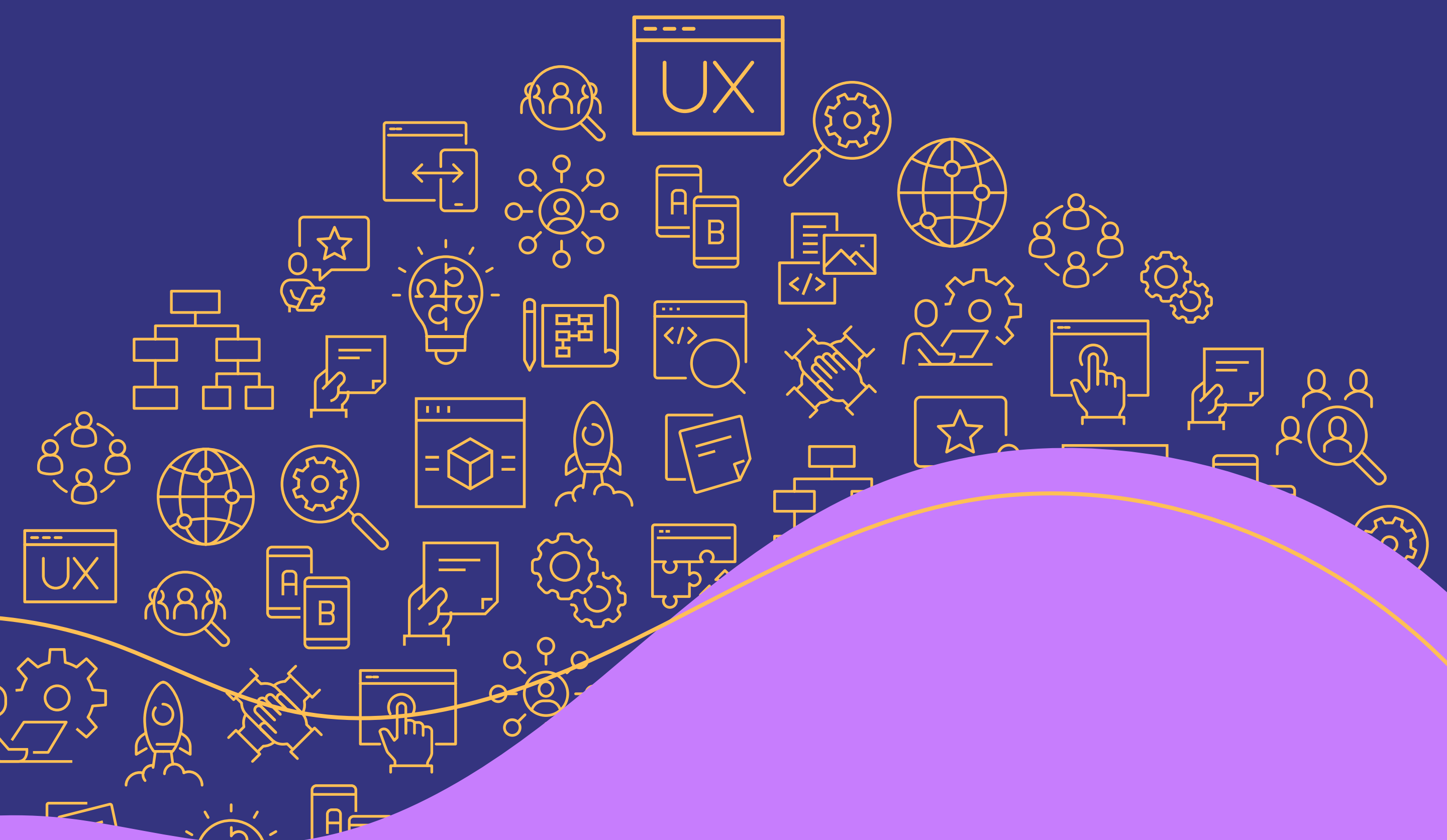


UX DESIGN:

conheça 15 ferramentas
que vão auxiliar sua equipe

Uma boa experiência do usuário é essencial para fidelizar clientes e garantir a perenidade da sua cooperativa





Cada vez mais, os usuários buscam realizar compras online em websites intuitivos, que proporcionem uma experiência fluida e envolvente. Diante dessa demanda, surgiu o *user experience*, mais conhecido como UX, responsável por provocar sensações positivas nos consumidores e incentivá-los a serem clientes fiéis da marca.

E é claro que para isso são necessários profissionais especializados. O UX Design é a disciplina responsável por estudar e definir os melhores métodos para melhorar a interação com os consumidores e facilitar o processo de compra.

O QUE CARACTERIZA UM BOM *DESIGN* DE UX

- ✓ Usabilidade
- ✓ Utilidade
- ✓ Acessibilidade
- ✓ Clareza
- ✓ Responsividade
- ✓ Flexibilidade e controle de usuário
- ✓ Estética






POR QUE VOCÊ DEVE DAR ATENÇÃO AO UX DESIGN

Um *design* focado na experiência do usuário é mais do que um *website* intuitivo e dinâmico. Além de causar sensações positivas, o UX Design também melhora os resultados da organização, seja no tráfego, no tempo de permanência, ou na taxa de conversão.



AUMENTO DO TRÁFEGO ORGÂNICO

Os buscadores recompensam *sites* que apresentam um bom UX Design os colocando nas primeiras páginas dos resultados de busca. A dedicação para oferecer uma interface dinâmica e interativa é revertida no aumento do tráfego orgânico, isto é, a visita de novos usuários através dos motores de busca.





MAIOR TEMPO DE PERMANÊNCIA NO SITE

Além de aumentar a quantidade de visitantes, o *design* de experiência do usuário também é responsável por aumentar o tempo de permanência no *website*. Os visitantes tendem a passar mais tempo em um espaço repleto de interações, e que gera sentimentos positivos.

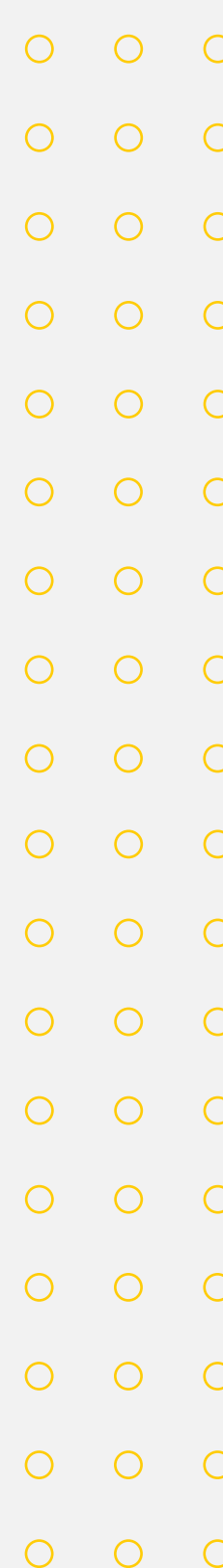
Os usuários são incentivados a continuarem a navegação no aplicativo, ou na página da *web*, explorando as funcionalidades, ferramentas e produtos disponíveis. E é claro que quanto maior o tempo de permanência, melhor é o ranqueamento da plataforma nos buscadores.



CRESCIMENTO DA TAXA DE CONVERSÃO

Quem não deseja fechar negócio com uma organização que foca no usuário e está no topo das buscas? O conteúdo interativo e as sensações provocadas são responsáveis por incentivar os visitantes a concluírem a compra, ou contratarem o serviço oferecido.

Estar nas primeiras páginas dos buscadores aumenta a credibilidade e transmite segurança aos clientes em potencial. Além disso, ao viverem positivas, e se sentirem acolhidos, os usuários tendem a se fidelizar à marca.





15 FERRAMENTAS DE UX DESIGN PARA USAR NA SUA COOPERATIVA

Oferecer uma boa experiência de usuário requer muito esforço e dedicação, afinal, agradar o público-alvo e mantê-los fidelizados pode ser uma tarefa desafiadora. É por isso que sua equipe e cooperativa podem contar com algumas ferramentas.

O processo de UX Design pode ser dividido em quatro etapas: descobrir, definir, desenvolver e entregar. Durante cada uma delas, você pode buscar amparo e dicas em metodologias, programas e aplicativos.

PARA DESCOBRIR

A primeira etapa é entender a jornada do usuário, identificar os problemas e explorar as possibilidades de lidar com esse problema. Algumas ferramentas para empregar nesta etapa inicial são:





MATRIZ CSD


A matriz CSD é uma ferramenta focada nas certezas, suposições e dúvidas sobre o projeto. A metodologia consiste em juntar a equipe e elencar, em até 20 minutos, suas percepções sobre a pauta em questão.


Para isso podem ser usadas notas adesivas, caso a reunião seja feita presencialmente, ou programas que permitam a presença de diversos membros em um mesmo espaço. O mediador - e responsável pelo projeto - divide o espaço físico ou digital em três colunas.

MATRIZ CSD

INOVAÇÃO
NA PRÁTICA

inovacoop

 SistemaOCB

 ECH 35

Quais as nossas certezas sobre o desafio?

Quais as nossas suposições

Quais as nossas dúvidas

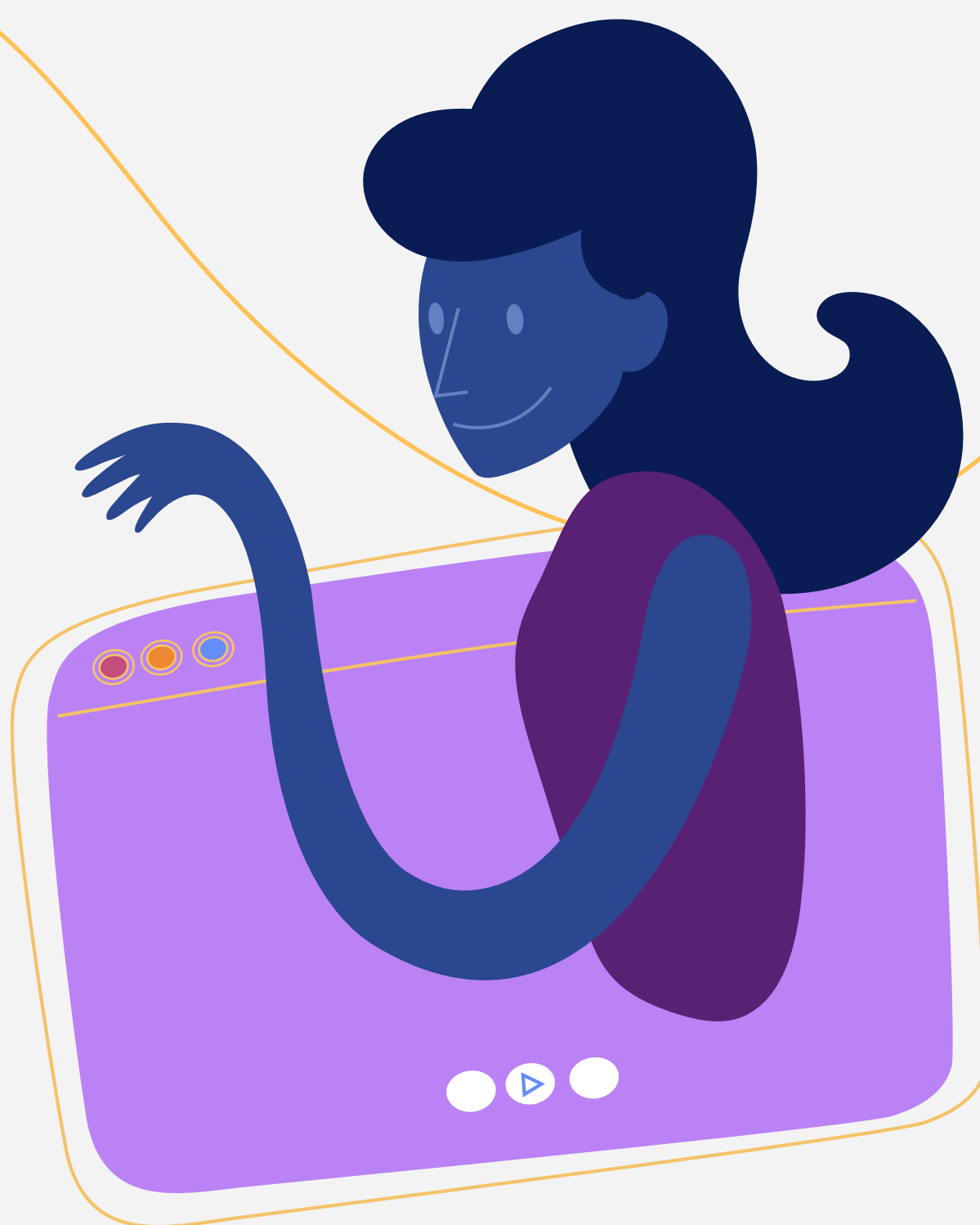
C

S

D

Ao fim da dinâmica, o mediador sana todas as dúvidas e esclarece as suposições. Isso vai acelerar o processo desenvolvimento, já que toda a equipe estará ciente das metas a serem alcançadas.

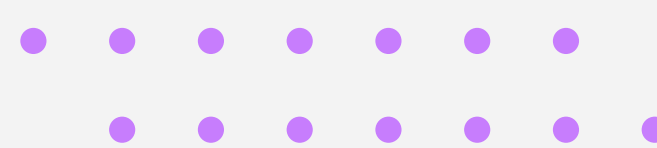




BENCHMARKING

Analisar os principais concorrentes e suas soluções faz parte do processo de descoberta e é essencial para desenvolver um produto que atende às necessidades dos clientes. No benchmarking o foco é coletar informações e *insights* de outras organizações para entender qual caminho seguir.

Com a mente aberta a novidades, analise, junto à equipe, onde seu produto está localizado no mercado e qual a sua diferença para o dos concorrentes. Além disso, vocês devem entender o comportamento do mercado e identificar mudanças.



DESK RESEARCH

Aprender nunca é demais, não é? Durante essa etapa, sua equipe deve fazer uma pesquisa extensa sobre o assunto em questão por meio de conversas com especialistas, análise de dados e buscas *on-line*. Esse método é conhecido como *Desk Research*.



Para isso, o time pode começar com uma pesquisa interna conversando com os colaboradores e buscando materiais da própria cooperativa. Em seguida, estenda a pesquisa e procure informações em artigos científicos, livros, revistas, jornais, institutos de pesquisa e órgãos oficiais.



E para que a pesquisa não saia do controle e entregue resultados de qualidade, é importante planejar o que será pesquisado, elencando objetivos e estipulando um período de tempo. As fontes devem ser mapeadas e o eixo da pesquisa definido.



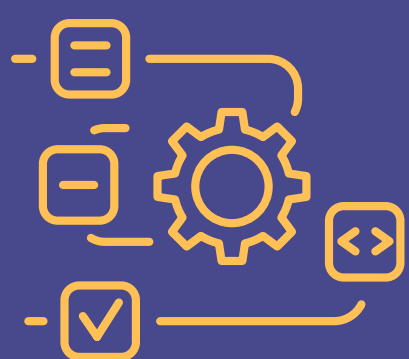
MAPA DE STAKEHOLDERS

As pesquisas também devem se estender para as partes interessadas e envolvidas no projeto, ou seja, os *stakeholders*. Eles têm influência no desenvolvimento e sucesso do produto.

O mapa de *stakeholders* é a ferramenta utilizada para visualizar as relações e prioridades dos indivíduos. Os *stakeholders* são organizados em um gráfico que considera critérios, como poder, influência e interesse no projeto.

A ferramenta ajuda a equipe de *design* a entender quem precisa ser envolvido no processo. Além disso, ela auxilia o alinhamento dos objetivos, minimizando conflitos e garantindo a satisfação de todos.



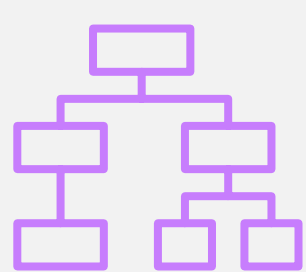


MAPAS MENTAIS E CRONOGRAMA

Depois de muita pesquisa, a organização é imprescindível. Os *insights* sobre os desejos, anseios e preferências dos usuários são divididos de acordo com sua categoria e importância.

Para esse objetivo, os mapas mentais são uma ótima pedida. Nele, o time organiza as ideias e as relacionam entre si para definirem qual estratégia de UX será implementada. Em seguida, com o plano de ação definido, monte um cronograma e divida as tarefas entre a equipe.

Confira algumas plataformas que podem auxiliar nesses processos:



MAPAS MENTAIS



Miro



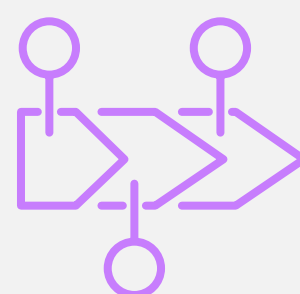
Canva



Goodnotes



MindMeister



CRONOGRAMA



ClickUp



Trello



Asana



Jira

PARA DEFINIR

Depois disso, chega a hora de aprimorar a busca pela solução, delimitando os problemas efetivos que você vai encarar. Para isso, use:



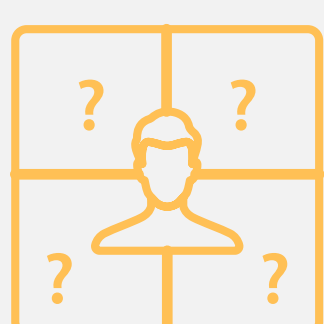
PROTO-PERSONA

As pesquisas, conversas e dados coletados são utilizados para o desenvolvimento da proto-persona. A ferramenta é usada para criar um perfil fictício que contenha as seguintes informações sobre o usuário:

- + Comportamentos e crenças;
- + Objetivos;
- + Dores;
- + Motivações para o uso contínuo;
- + Como o produto ou serviço faz a diferença.

ATENÇÃO!

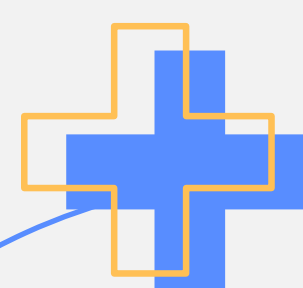
Para sair da prototipação e construir uma persona, você precisa realizar pesquisas qualitativas com dados e usuários reais. As informações podem vir de usuários fiéis ou de possíveis clientes.



MAPA DE EMPATIA

O mapa de empatia é utilizado pelas equipes para compreender melhor as necessidades dos usuários. A ideia é que o time de *design* se coloque no lugar do usuário para entender suas emoções, motivações e comportamentos. Para isso, o mapa é dividido em seis quadrantes:

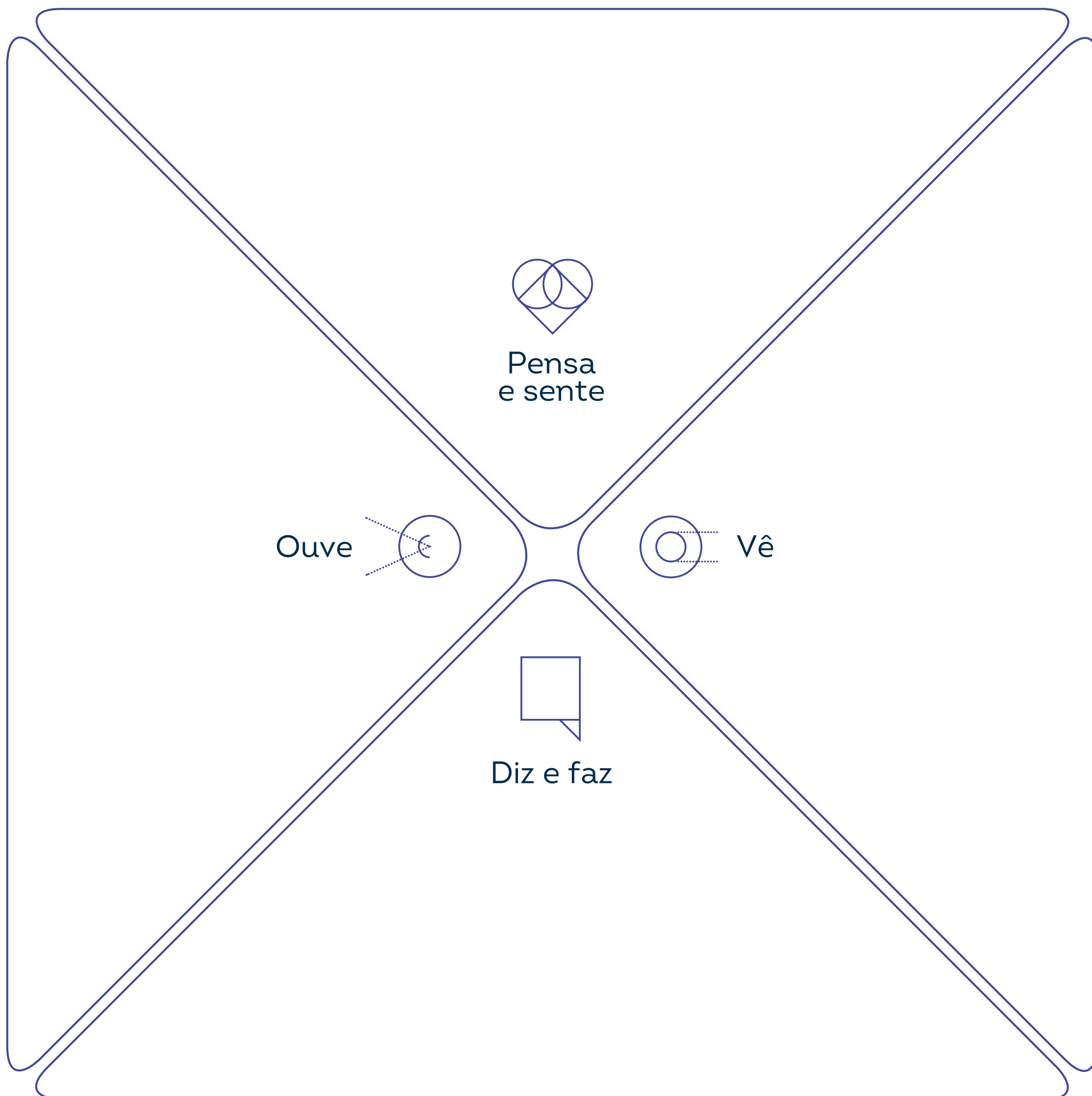
- + **O que o usuário pensa e sente:** preocupações, sonhos e motivações;
- + **O que vê:** ambiente, tendências e influências;
- + **O que ouve:** opiniões de outras pessoas;
- + **O que diz e faz:** ações e comportamentos relacionados ao produto;
- + **Dores:** frustrações, obstáculos ou medos;
- + **Ganhos:** desejos, objetivos e metas.



MAPA DE EMPATIA

Nome:

Idade:



Dores

Ganhos

PARA DESENVOLVER

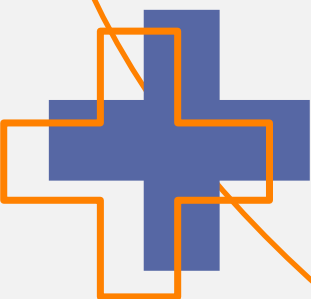
Selecionando o problema - e traçada a estratégia de como enfrentá-lo - é hora de desenvolver o projeto com essas ferramentas:





COMO PODEMOS

Durante o desenvolvimento é normal nos depararmos com alguns desafios. A ferramenta *How Might We, Como Podemos*, em português, está focada em resolver os problemas apresentados de maneira ativa.

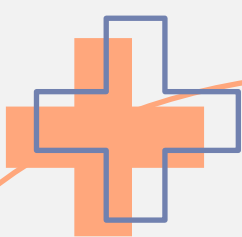


Em conjunto, a equipe elenca os desafios, dores e dilemas. Ao ouvirem os problemas, o restante do time procura uma oportunidade ou solução, anotando-a em um papel, ou documento. Depois dessa dinâmica, as respostas são elencadas em categorias e níveis de prioridade.

Como podemos

O que é? Qual é a ação que querem realizar?	Pra quem? Quem será atingido pela ação? Qual é o público-alvo?	Qual o objetivo? O que queremos com a ação?
Pergunta desafio Como podemos...?		

 SistemaOCB inova.coop





JOB STORIES

A ferramenta Job Stories se baseia no contexto e nas motivações do usuário para buscarem uma solução. A estrutura da metodologia foca no “porquê” e no “como” os usuários agem, oferecendo uma visão profunda sobre suas necessidades.



“Quando [situação], eu quero [motivação], para que [resultado esperado].”



JOBS TO BE DONE

Já o Jobs to Be Done é uma metodologia que busca entender a motivação das pessoas para comprarem produtos ou contratarem serviços. Essa abordagem analisa as circunstâncias que levam o usuário a buscar uma solução, o progresso desejado e as limitações enfrentadas.



TESTES PARA VERIFICAR O UX DA SUA COOPERATIVA

Por fim, mas não menos importante, é preciso testar os protótipos desenvolvidos e implementados. E para obter resultados precisos, que servirão de base para melhorar o UX de sua cooperativa, foque em três experimentos: teste A/B, teste de usabilidade e pesquisas quantitativas.

- + **Teste A/B:** usado para comparar duas versões de uma interface. A ideia é determinar qual apresenta o melhor desempenho.
- + **Teste de usabilidade:** responsável por avaliar como os usuários interagem com a sua plataforma e seu produto. Com ele, é possível identificar pontos de dificuldade e oportunidades de melhoria.
- + **Pesquisas quantitativas:** usadas para identificar padrões de comportamento e preferências. Ao analisar uma grande quantidade de dados, a ferramenta fornece *insights* amplos sobre o público.



PARA ENTREGAR

Agora é o momento de tirar as ideias do papel! Depois de muitas pesquisas, definições de público-alvo e desenvolvimento de ideias, é hora de criar interfaces interativas que vão contribuir para a experiência dos usuários. E é claro que também podemos contar com algumas ferramentas:



FIGMA

O [Figma](#) é uma plataforma de *design* de experiência do usuário. Além de possibilitar a criação de protótipos, o *software* também é colaborativo, ou seja, permite que mais de um colaborador auxilie no desenvolvimento da interface.

Os *designers* podem desenvolver protótipos interativos e interfaces visuais de alta qualidade. A ferramenta oferece recursos para a criação de protótipos navegáveis, que simulam a experiência do usuário, permitindo testar fluxos e usabilidade antes da implementação.

O Figma também conta com *plugins* capazes de realizar testes de acessibilidade, exportação de código e animações.



ADOBE XD

Desenvolvida pela Adobe, o [Adobe XD](#) é uma ferramenta para *design* de interfaces e de experiências do usuário. Assim como o Figma, a plataforma pode criar protótipos interativos e layouts detalhados, além de permitir a colaboração em tempo real.

Sua grande diferença é a integração com outras ferramentas da Adobe, como Photoshop e Illustrator. Essa funcionalidade facilita o trabalho entre diferentes plataformas, garantindo consistência visual nos projetos e acelerando o fluxo de trabalho.



SKETCH

O [Sketch](#) também é uma ferramenta de *design* utilizada para criar interfaces digitais e UX. A plataforma oferece uma infinidade de recursos que permitem a criação de layouts detalhados, protótipos e componentes reutilizáveis.

Além disso, o Sketch é baseado em vetores, o que garante alta precisão e qualidade nos *designs*. Ele também inclui *plugins* e integrações capazes de realizar exportações para código e animações.

ATENÇÃO!

O Sketch é exclusivo
para Mac-OS.



CONCLUSÃO

O UX é fundamental para atrair novos clientes e fidelizar os atuais. Investir na experiência do usuário deve ser uma prática contínua. Com as ferramentas certas, esse processo é menos trabalhoso e muito mais ágil.

Explore o universo do UX e aprofunde seus conhecimentos com o curso [Fundamentos do UX](#) na CapacitaCoop. Nele, você vai compreender as expectativas e as necessidades das pessoas e formatar boas experiências para seus clientes.

E, também, o curso: [Desk Research](#), no qual você vai conhecer a metodologia para converter levantamentos de dados em instrumento de tomada de decisão.



inova 

inova.coop.br



 |  |  |  |  |  | @sistemaocb

somoscooperativismo.coop.br

Conteúdo desenvolvido em parceria com

The logo for coonecta features the word 'coonecta' in a bold, lowercase, sans-serif font, with 'COOPERATIVISMO E INOVAÇÃO' in a smaller, uppercase, sans-serif font below it.