



Ux . Ui Design
**INTERFACE GRÁFICA PARA BUSCA
DE PRESTADORES DE SERVIÇOS
DOMÉSTICOS**

Thais Lopes

Universidade Federal de Uberlândia
Faculdade de Arquitetura Urbanismo
e Design . Curso de Design . TCC . 2018

Universidade Federal de Uberlândia
FAUeD - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design
Curso de Design



Ux . Ui Design
**INTERFACE GRÁFICA PARA BUSCA
DE PRESTADORES DE SERVIÇOS
DOMÉSTICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação
em Design apresentado à Faculdade de
Arquitetura e Urbanismo e Design, da
Universidade Federal de Uberlândia.
Aluna: Thais Lopes Francisco de Souza
Orientador: prof^a. Dra. Sabrina Maia

Ux . Ui Design

INTERFACE GRÁFICA PARA BUSCA DE PRESTADORES DE SERVIÇOS DOMÉSTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Design apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design, da Universidade Federal de Uberlândia.
Aluna: Thais Lopes Francisco de Souza
Orientador: prof^a. Dra. Sabrina Maia

Banca de Avaliação:

Rafael Siqueira

Prof^a. Dr^a. Viviane dos Guimarães Alvim Nunes

Prof^a. Dr^a. Cristiane Alcântara

Uberlândia / MG
2017

RESUMO

No decorrer dos anos a tecnologia mudou a vida dos seres humanos e hoje ocupa um papel essencial no cotidiano de milhares de pessoas. Aos poucos as pessoas foram substituindo as listas telefônicas, agendas e cds por aplicativos no celular, fato esse que transformou o modo de viver e de como as pessoas se relacionam com a sociedade. Atualmente observamos que existe uma interação virtual entre os indivíduos e os serviços, as empresas viram na tecnologia mais uma aliada para fornecer seus serviços e expandir seus negócios. Aliado ao crescente uso da tecnologia, o número de pessoas que moram sozinhas também aumentou, e desse modo uma crescente procura por serviços domésticos. Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo principal o desenvolvimento de um aplicativo para auxiliar a interação/contratação dos usuários/clientes com prestadores de serviços domésticos. Como objetivos específicos podemos citar: Estudar o conceito de Ux e Ui, assim como o design de interação; Compreender o serviço oferecido, o público alvo e suas necessidades, arquitetando a informação do aplicativo; O desenvolvimento da interface gráfica, culminando em um protótipo navegável de alta fidelidade.

Palavras-chave: User Experience, design de Interface, Ui, Ux, serviços domésticos, arquitetura da informação, aplicativo, interação



LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico por Jess James Garret.....	12
Figura 2: Teorema do Iceberg.....	12
Figura 3: Teorema do Iceberg com cronograma do processo.....	13
Figura 4: Site Map do aplicativo GetNinjas.....	16
Figura 5: Site Map do aplicativo GetNinjas.....	16
Figura 6: Site Map do aplicativo Helping.....	18
Figura 7: Site Map do aplicativo Diaríssima.....	19
Figura 8: Mind Map	23
Figura 9: Orientações.....	23
Figura 10: Orientações.....	23
Figura 11: Mind Map Rascunho.....	23
Figura 12: Fluxograma do Mind Map.....	24
Figura 13: Motivações dos Usuários	25
Figura 14: User Stories.....	26
Figura 15: Processo de Pesquisa.....	26

Figura 16: Processo de Pesquisa.....	26
Figura 17: User Stories.....	27
Figura 18: Entrevista com Stakeholders.....	28
Figura 19: Personas.....	34
Figura 20: Personas 1.....	35
Figura 21: Personas 2.....	36
Figura 22: Personas 3.....	37
Figura 23: Personas 4.....	38
Figura 24: Personas 5.....	39
Figura 25: Personas Conclusão 1.....	40
Figura 26: Personas Conclusão 2.....	41
Figura 27: Personas Conclusão 3.....	42
Figura 28: Personas Conclusão 4.....	43
Figura 29: Personas Conclusão 5.....	44
Figura 30: Swot Analysis.....	45

Figura 31: Processo de Swot.....46	Figura 47: Card Sorting - Pessoa 2.....58	Figura 62: Ícones, botões e boxes do projeto.....76
Figura 32: Processo de Swot46	Figura 48: Card Sorting - Pessoa 3.....59	Figura 63: Grid/Composição.....77
Figura 33: Processo de Swot.....46	Figura 49: Site Map.....62	Figura 64: Grid/Composição 2.....77
Figura 34: Processo de Swot.....46	Figura 50: Site Map.....63	Figura 65: Grid/Composição 3.....78
Figura 35: Swot Analysis.....47	Figura 51: Wiframe.....65	Figura 66: Grid/Composição 4.....78
Figura 36: Fluxograma de Estratégias.....48	Figura 52: Wiframe Visão Geral.....66	Figura 67: Notificação.....79
Figura 37: Fluxograma de Estratégias.....49	Figura 53: Wiframe Tela de Casdatro e Perfil.....67	Figura 68: Style Guide.....80
Figura 38: Card Sorting.....52	Figura 54: Prototipagem67	Figura 69: Style Guide.....82
Figura 39: Processo de Card Sorting.....53	Figura 55: Prototipagem do projeto.....68	Figura 70: Avaliação Heurística.....84
Figura 40: Processo de Card Sorting.....53	Figura 56: Moodboards.....70	Figura 71: Usability Testing.....86
Figura 41: Processo de Card Sorting.....54	Figura 57: Moodboards do projeto.....71	Figura 72: Teste de Usabilidade 1.....87
Figura 42: Card Sorting Inicial.....55	Figura 58: Ui design.....72	Figura 73: Teste de Usabilidade 2.....87
Figura 43: Processo de Card Sorting - 1.....56	Figura 59: Skechts do Logo.....73	Figura 74: Teste de Usabilidade 3.....88
Figura 44: Processo de Card Sorting - 2.....56	Figura 60: Logo final.....73	Figura 75: Teste de Usabilidade 4.....88
Figura 45: Processo de Card Sorting - 3.....56	Figura 61: Teste paleta de cores.....75	Figura 76: Teste de Usabilidade 5.....88
Figura 46: Card Sorting - Pessoa 1.....57		Tabela 1: Quadro Síntese.....21

USER EXPERIENCE PROCESS - SÚMARIO - TCC

- Resumo.....04
- Introdução.....10
- Justificativa.....11
- Objetivos.....11
- Fundamentação Teórica/
Metodologia.....12
- Estudos de Caso
 - . Get Ninja.....16
 - . Helping.....17
 - . Diaríssima.....18

1

DEFINIÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA

- Mind Map.....23
- UserStories.....26
- Stakeholders Interview.....28
- Personas.....33
- SwotAnalysis.....45

2

ESTRATÉGIA DE UX

- Card sorting.....52

3

CONTEÚDO E ESPECIFICAÇÕES FUNCIONAIS

USER EXPERIENCE PROCESS - PRÓXIMAS ETAPAS - TCC

Site map.....41

ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO

4

Wireframes.....64

Prototypes.....67

NAVEGAÇÃO E PROTOTIPAGEM

5

Moodboards.....70

UI elements.....72

Style guides.....80

UI DESIGN

6

Usability Testing.....84

Heuristic Evaluation.....86

PESQUISA E VALIDAÇÃO

7

DEFINIÇÃO - PROJETO DE PESQUISA

Etapa de definição do projeto de pesquisa e apresentação de análise dos cases / similares.

- Introdução
- Justificativa
- Objetivos
- Fundamentação Teórica - Metodologia

Análise de Cases - Similares

- Escopo dos apps
- Especificações Técnicas
- Site Map
- Usabilidade

1. Definição do Projeto

1.1 - Introdução

No decorrer dos anos a tecnologia mudou a vida dos seres humanos e hoje ocupa um papel essencial no cotidiano de milhares de pessoas. Aos poucos as pessoas foram substituindo as listas telefônicas, agendas e cds por aplicativos no celular, fato este que transformou o modo de viver e de como as pessoas se relacionam com a sociedade. Atualmente observamos que existe uma interação virtual entre os indivíduos e os serviços, as empresas viram na tecnologia mais uma aliada para fornecer seus serviços e expandir seus negócios. Aliado ao crescente uso da tecnologia, o número de pessoas que moram sozinhas também aumentou, e desse modo uma crescente procura por serviços domésticos.

As pessoas possuem necessidade de agilidade e informação correta na hora certa, estudantes e famílias que se mudaram recentemente de cidade, muitas vezes precisam de auxílio nos afazeres domésticos, e não sabem a quem e onde recorrerem. A pesquisa engloba esse público e esse problema: facilitar a comunicação/contratação entre prestadores de serviços domésticos e os usuários através de um aplicativo. A importância desse projeto consiste em usar o design de interface para solucionar o problema dos usuários, que estão à procura de serviços domésticos, e também para os prestadores de serviços que poderão aumentar seus clientes.

A otimização de tempo também é outra questão a ser estudada nesta pesquisa, as pessoas procuram opções que tornem suas tarefas rápidas e práticas, além de influenciar o lado psicológico dos usuários, que se frustram quando não con-

seguem resolver um problema de forma prática. Essa pesquisa também irá abranger as questões de interação do usuário com a interface, juntamente com as sensações, experiências e expectativas que essa interação pode provocar.

Explorar e estudar essa interação entre o usuário e o produto é essencial para se entender quais experiências são positivas e quais se tornam negativas, e partir delas melhorar a interação. Compreender questões no âmbito da usabilidade e da psicologia é importante para que se possa atingir uma experiência prazerosa para o usuário. Quando falamos de experiências, precisamos ter em mente que essas são subjetivas, e cada indivíduo desenvolve um tipo de experiência baseado nas suas influências culturais e sociais. O que o designer pode fazer, quanto a concepção e produção de um produto ou serviço, é pensar em estratégias que possam resultar em experiências positivas para o usuário.

Neste projeto conceitos sobre Ux (User Experience), Ui (User Interface) e de design de interação serão abordados, pois são eles que orientam a estrutura desta monografia. Portanto a pesquisa irá mostrar exatamente as etapas de desenvolvimento de um aplicativo para prestação de serviços domésticos, com o objetivo de trazer benefícios para seus usuários.

1.2-Justificativa

Pessoas que moram sozinhas, que são muito ocupadas ou que acabaram de se mudar para uma cidade nova e não conhecem ninguém, por exemplo, podem ter dificuldades seja para encontrar um bom prestador de serviços domésticos ou mesmo para conciliar esses afazeres com trabalhos ou estudos. É nesse contexto que se insere o aplicativo que será pensado e desenvolvido aqui, nessa problemática e nesse nicho de mercado, para facilitar a interação entre os usuários que estão à procura de prestadores de serviços domésticos e os prestadores destes serviços, como diaristas, encanadores e eletricitas, beneficiando ambos os lados abordados.

1.3 - Objetivos

O objetivo geral deste projeto é o desenvolvimento de um aplicativo para auxiliar a interação/contratação dos usuários/clientes com prestadores de serviços domésticos. Como objetivos específicos podemos citar:

- Estudar o conceito de Ux e Ui, assim como o design de interação;
- Compreender o serviço oferecido, o público alvo e suas necessidades, arquitetando a informação do aplicativo;
- O desenvolvimento da interface gráfica, culminando em um protótipo navegável de alta fidelidade;

12 - DEFINIÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA

1.4 - Fundamentação Teórica e Metodologia

Esta pesquisa irá se conduzir através do “Teorema do Iceberg” da experiência do usuário, elaborado por Trevor Van Gorp em 2007, que na verdade é uma releitura da versão do gráfico apresentado por Jesse James Garret, no livro “The Elements of User Experience”, publicado em Março de 2000. Este novo gráfico usa a metáfora do iceberg como uma maneira de representar as etapas do processo criativo de um Ux design. Sua importância está em demonstrar que a criação de um aplicativo não se inicia na parte estética, e sim nos bastidores, onde se observa a maioria dos tópicos a serem pensados e desenvolvidos antes do visual final do produto.

The Elements of User Experience

A basic duality: The Web was originally conceived as a hypertextual information space; but the development of increasingly sophisticated front- and back-end technologies has fostered its use as a remote software interface. This dual nature has led to much confusion, as user experience practitioners have attempted to adapt their terminology to cases beyond the scope of its original application. The goal of this document is to define some of these terms within their appropriate contexts, and to clarify the underlying relationships among these various elements.

Jesse James Garrett
jig@jig.net
30 March 2000

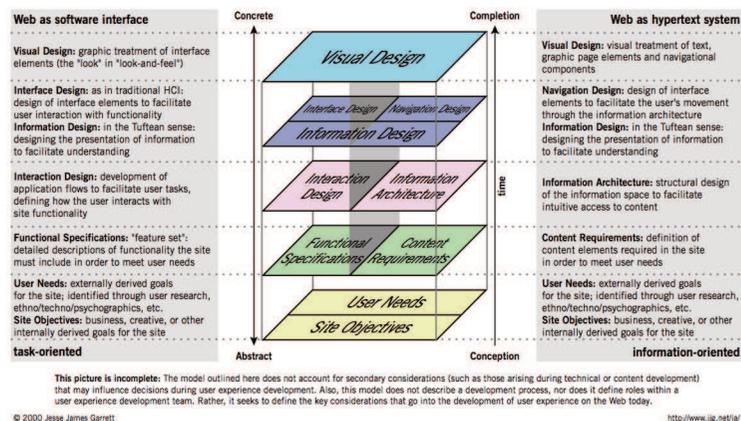


Figura 1: Gráfico por Jess James Garret
Fonte: The Elements of User Experience

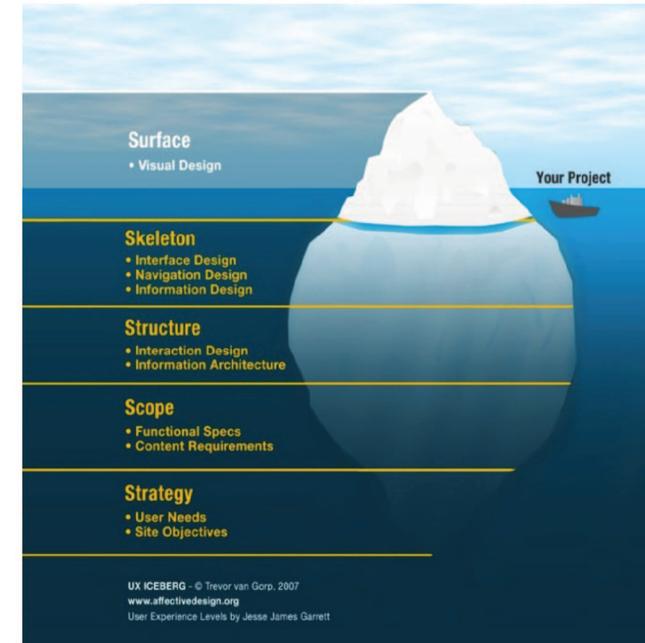


Figura 2: Metáfora do Iceberg
Fonte: Trevor Van Gorp

De acordo com o Teorema do Iceberg foi elaborado um cronograma com 8 etapas para o processo criativo. Importante ressaltar que todas as etapas e as ferramentas de visualização (design tools) que serão aplicadas já são um estudo de Ux design e se configura com grande parte desse projeto. Dentro de cada etapa temos os métodos que serão estudados, analisados e aplicados. O intuito em estruturar a monografia e o projeto a partir desse teorema tem como objetivo compreender o passo a passo do processo criativo na área de Ux e Ui, além de facilitar o entendimento de cada etapa do processo.

Ao lado segue o cronograma que foi elaborado com

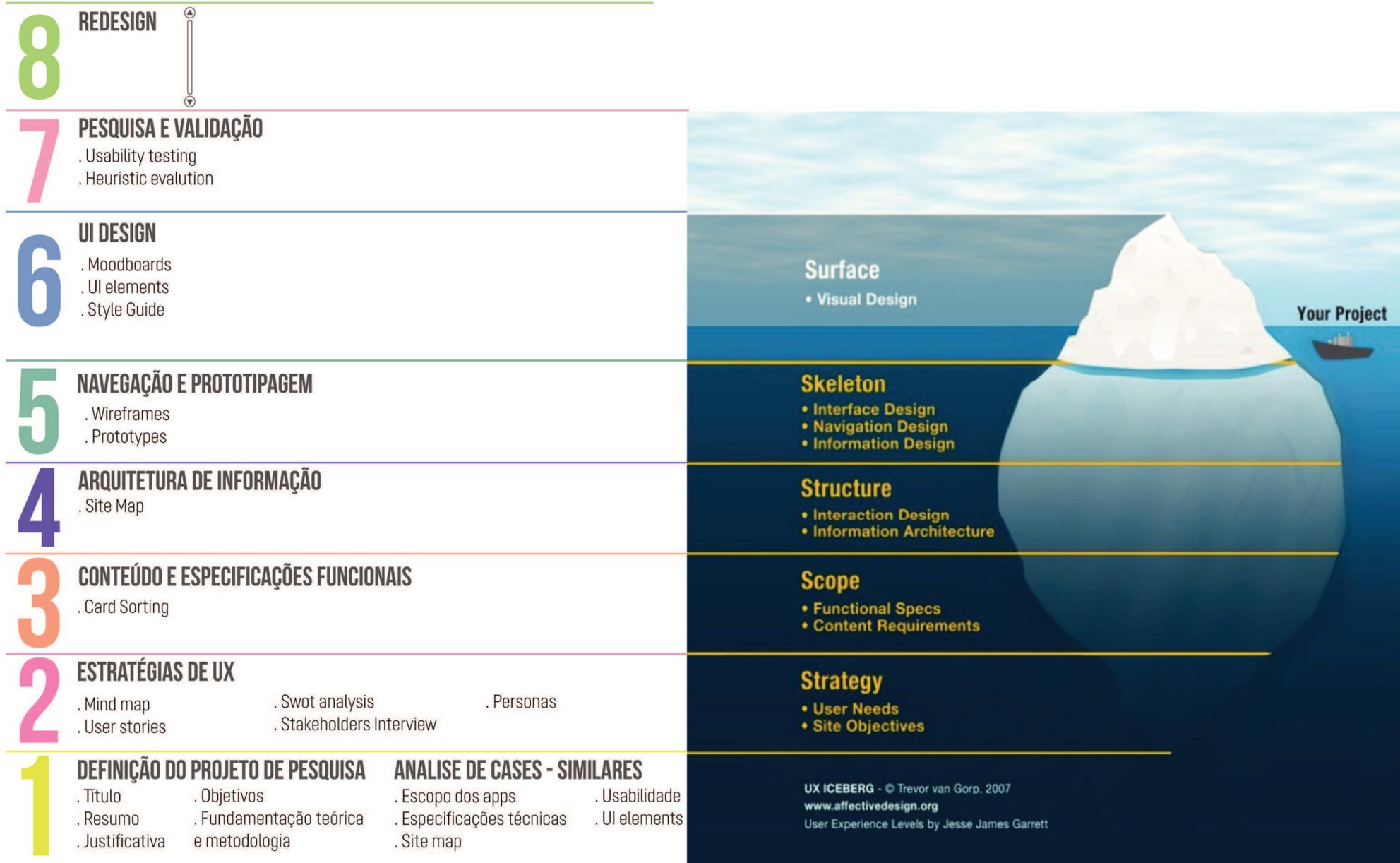


Figura 3: Metáfora do Iceberg com cronograma do processo

Fonte: Desenvolvido por Sabrina Maia

14 - DEFINIÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA

suas etapas e métodos. No decorrer deste processo as perguntas a serem respondidas são: O por quê? (o problema a ser resolvido), Para quem? (usuários), Como? (caminho a ser percorrido), essas perguntas são a base para o desenvolvimento do produto final. Para se compreender melhor o sentido do projeto, é importante conceituar certos termos que estarão ao longo desta monografia.

O termo User Experience foi cunhado por Donald Norman no início de 1990, quando ele era Vice-Presidente do Advanced Technology Group da Apple, pois ele acreditava que definições como Interface de Usuário e Usabilidade limitavam o entendimento sobre o que o trabalho dele representava. Então, ele renomeou o seu cargo para “User Experience Architect Group” (AGNI, 2017). De acordo com o livro Introdução e Boas Práticas em Ux Design, escrito por Fabricio Teixeira, o conceito de Ux (User Experience) é muito mais simples do que possa parecer. Entende-se como a experiência do usuário, experiência de quem usa algum produto. “Experiência do usuário existe desde que o mundo é mundo. Ou melhor, desde que as pessoas começaram a usar objetos para realizar alguma tarefa.” (TEIXEIRA, 2015, p.23).

Em relação a essa experiência é válido lembrar que ela pode variar de pessoa para pessoa, e neste contexto temos fatores sociais e culturais que influenciam os indivíduos. O que o UX designer pode fazer é tentar cercar-se do máximo de informação possível sobre o serviço, os usuários, os meios de interação e então desenhar boas experiências. Outro conceito que está diretamente ligada com o mundo da interação é o de usabilidade, que é o quão fácil e simples uma interface pode ser, diminuindo os desconfortos do usuário durante a interação. Ux é muito mais estratégia do que design em si, ou melhor, o design

entendido como estratégia, pois ele diz respeito a todo um ciclo de relacionamento que um usuário desenvolve com um produto, serviço ou uma marca.

O Ui (User Interface – ou interface do usuário) é tudo aquilo que é perceptível visualmente em alguma plataforma e leva o usuário a uma interação positiva. Segundo Teixeira (2015, p.105),

“... a regra é simplificar, reduzir e oferecer informações em doses digeríveis, para que as pessoas não se sintam pressionadas a tomarem decisões demasiadas em vários pontos diferentes da jornada.”

Durante este processo é preciso levar em conta alguns critérios como: a hierarquia do produto, a facilidade de compreensão por parte dos usuários, o feedback do sistema, a simplicidade dos cadastros e formulários, prevenção dos erros que possam vir a ser cometidos pelos usuários, dentre tantos outros.

Design de interação é outro conceito importante para o desenvolvimento deste projeto, de acordo com Fabrício Teixeira (2015, p.33) é o estudo sobre as concepções, métodos e desenvolvimento de produtos interativos. No qual o usuário é sempre o ponto mais importante de todo o desenvolvimento, uma vez que a produção de produtos interativos é desenvolvida pensando em alguma necessidade (problema) específica de um determinado público/usuário. Questões como: Como a interface interage com o usuário? Qual a quantidade de informação que o usuário precisa saber para realizar aquela tarefa específica? São alguns exemplos de como o design de interação age.(TEIXEIRA, 2015, p. 33).

A arquitetura da informação, por sua vez, está diretamente ligada com os conceitos ditos até agora, ela é uma disciplina que tem como base a organização de dados para que os mesmos sejam encontrados com facilidade. A organização das informações dentro da interface e conseqüente os critérios de organização, tem como objetivo facilitar a experiência do usuário para que o mesmo consiga encontrar nos locais certos as informações necessárias para concluir a atividade.(TEIXEIRA, 2015, pag.32)

1.5 - Estudo de Casos

Dentro do mercado de aplicativos de prestação de serviços domésticos temos alguns exemplos que já existem no mercado. São eles:

1.5.1 - Get Ninjas



O aplicativo Getninja tem como objetivo oferecer serviços em diversas áreas como: Assistência Técnica, Aulas, Consultoria, Design, Eventos, Moda e Beleza, Reformas, Saúde e Serviços Domésticos. O lema deles é: Encontre profissionais para o serviço que você precisa ou seja encontrado por milhares de clientes.

O público alvo deste aplicativo possui a faixa etária de adultos e engloba vários tipos de usuários uma vez que o aplicativo oferece vários tipos de prestações de serviços. O aplicativo funciona em três etapas: na primeira o usuário responde algumas perguntas para que o aplicativo selecione qual categoria de serviço será necessária; na segunda etapa o aplicativo seleciona cinco profissionais de acordo com a região do usuário e de acordo com as perguntas respondidas na primeira etapa; na terceira etapa o usuário pode comparar os profissionais e escolher o que ele se interessar mais e por fim fazer a contratação.

Fazendo uma análise de acordo com os elementos do Ui, percebe-se que as cores usadas no logo são: amarelo, azul, branco e preto. O logo em si é basicamente uma fonte com o nome do aplicativo, e com alguns ícones que representam alguns dos serviços que estão disponíveis.

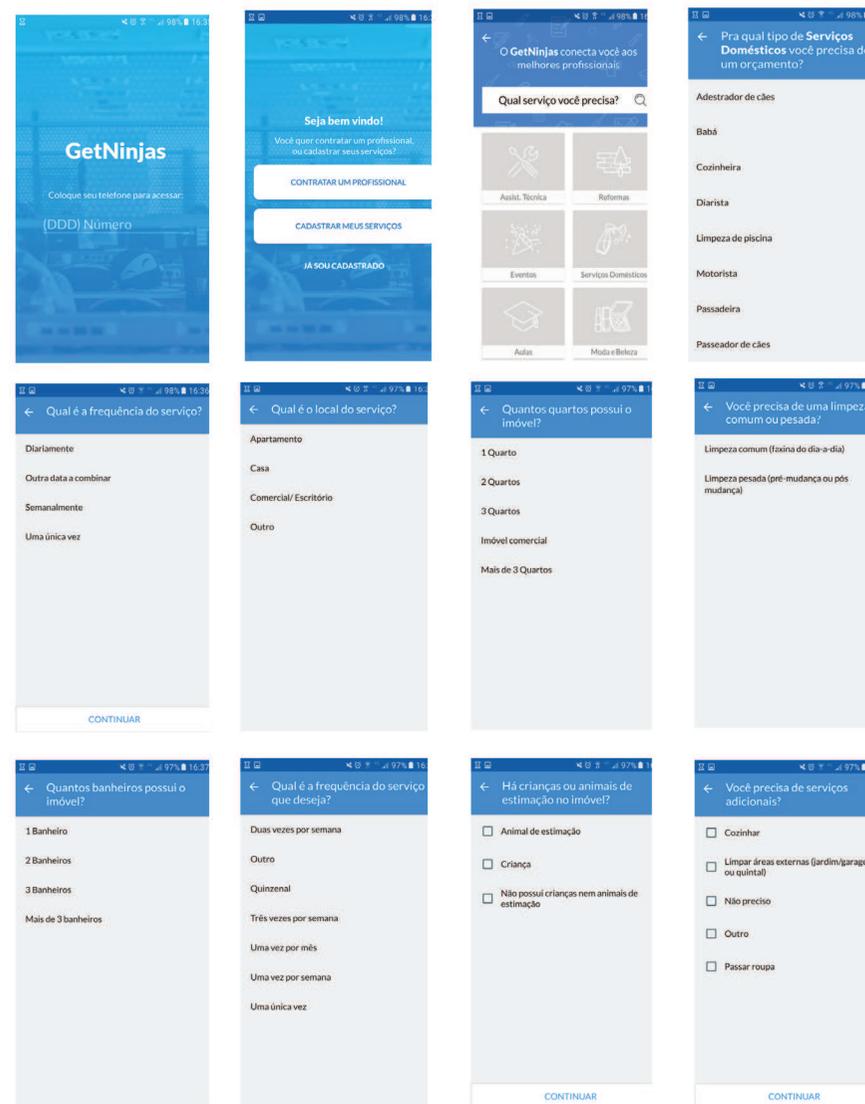


Figura 4: Site Map do aplicativo GetNinjas

Fonte: Acervo Pessoal

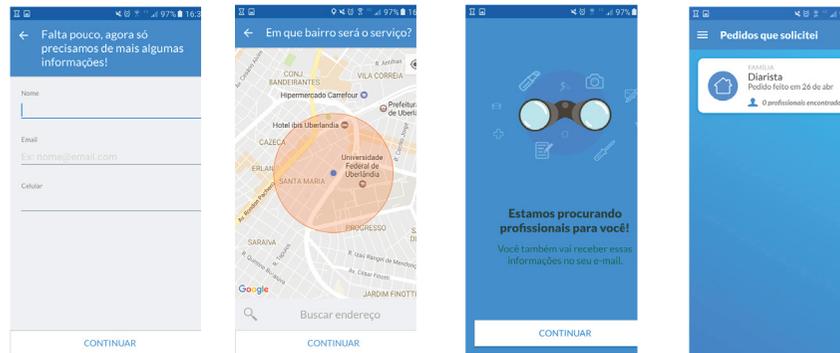


Figura 5: Site Map do aplicativo GetNinjas

Fonte: Acervo Pessoal

Fazendo uma análise do aplicativo estudado, alguns pontos positivos e negativos foram levantados, as análises serão feitas sobre a funcionalidade do serviço, a estética, a usabilidade e compatibilidade de sistema. Quanto à funcionalidade podemos observar pelo mapa acima, que muitas perguntas são feitas, algumas podem ser vistas como desnecessárias, podendo deixar o processo cansativo para o usuário. Por outro lado a forma de responder as perguntas é simples, apenas com um toque, o que facilita o andamento do processo. O caminho que o usuário precisa percorrer dentro do aplicativo é simples e não gera dúvida. A interface é bem dividida quanto as categorias presentes, o que facilita o usuário achar qual serviço ele precisa. Um ponto negativo é que os profissionais que estão cadastrados não possuem uma avaliação de outros usuários que já utilizaram seus serviços em outro momento, o que pode causar um certo receio por parte dos usuários em receber este profissional em sua casa.

Quanto a estética do aplicativo, podemos observar que o layout é rígido, com poucas micro-interações, tornando o processo mais cansativo para o usuário. As cores utilizadas azul e cinza transmitem uma frieza, o que pode deixar o usuário des-

confortável ao utilizar. O processo pelo qual o usuário precisa percorrer é intuitivo, porém algumas perguntas são consideradas desnecessárias. O aplicativo possui compatibilidade tanto no sistemas IOS quanto para Android.

1.5.2 - Helpling



Outro aplicativo similar ao projeto é o Helpling, este é internacional com o objetivo de ajudar a todos que precisam contratar serviços de limpeza para suas casas. O serviço foi criado na Alemanha, e está presente em 14 países na Europa.

O aplicativo oferece também vários tipos de limpezas dentre as quais de estofados, janelas, tapetes, pós-obra entre outras, além de oferecerem serviço de mudança, desmontagem de móveis e pintor.

O público alvo deste aplicativo são pessoas que possuem a vida corrida e não possuem tempo para executar esses serviços. Como este produto é internacional o preço é cobrado em euro, através do site se nota vários depoimentos de usuários satisfeitos com o serviço e informando o valor pago, de acordo com esse fato entendemos que é voltado para um público de classe alta e classe média/alta.

O aplicativo funciona da seguinte maneira: primeiro o usuário seleciona o serviço desejado; a segunda etapa é o detalhamento do serviço onde o usuário irá escolher o tipo de limpeza

18 - DEFINIÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA

za, frequência, o tipo de moradia; a terceira etapa é o pagamento que pode ser feito online pelo aplicativo e o usuário também consegue gerenciar a sua reserva. Depois do serviço executado o usuário pode classificar o serviço e deixar seu depoimento.

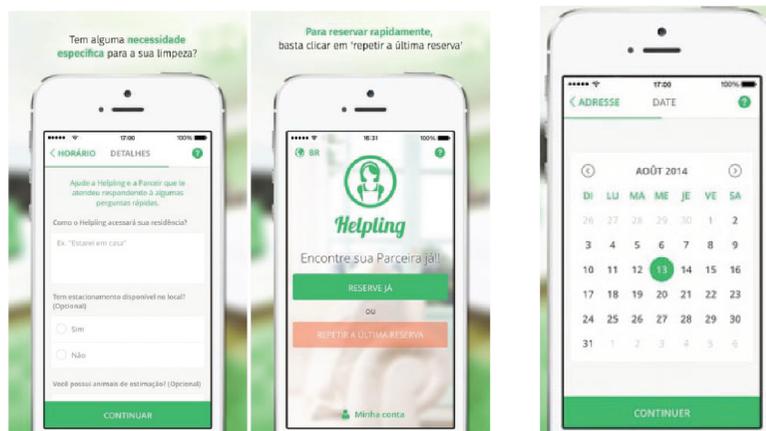


Figura 6: Site Map do aplicativo Helpling

Fonte: Acervo Pessoal

Analisando o aplicativo quanto ao serviço, ele parece ser prático e fácil, os pontos positivos levantados são a possibilidade de pagamento online, facilitando tanto para o usuário quanto para o prestador do serviço. O fato do usuário poder classificar, avaliar e deixar depoimentos também é um ponto positivo, deixando outros usuários mais confiantes em contratar os serviços. Os pontos negativos quanto ao serviço é que este aplicativo fica restrito no setor de limpeza, podendo limitar o público-alvo.

Quanto às características estéticas do aplicativo, o logo já deixa explícito qual é a principal função e foco do produto, com o desenho de uma diarista nas cores verde e bran-

co. O mapa do aplicativo é intuitivo e permite que o usuário se desloque facilmente. As cores verde e branco transmitem a sensação de limpeza, tornando o interagir do usuário algo prazeroso. O caminho pelo qual o usuário precisa percorrer para chegar com sucesso no serviço desejado é claro e as chances do usuário se perder, cometer algum erro ou até mesmo ficar com alguma dúvida são quase nulas.

1.5.3 - Diaríssima



O Diarissima é outro exemplo de aplicativo que trabalha facilitando a interação entre os contratantes e os contratados. O serviço oferecido aqui é exclusivo para diaristas e faxineiras, ou seja, atua somente na área de limpeza.

Atualmente eles estão presentes em 92 cidades brasileiras, sua maior concentração são nas regiões Sudeste e Sul, e tanto os profissionais quanto os contratantes podem se inscrever pelo aplicativo.

O público-alvo deste produto são adultos que não possuem tempo para se dedicar a limpeza de seus lares, ou pessoas que já são adaptadas em usar serviços de faxineiras e diaristas em suas casa como uma forma de auxílio para as atividades domésticas. Podemos dizer que é voltado para os usuários de classe alta e classe média alta.

O aplicativo funciona da seguinte maneira: o usuário baixa o aplicativo, e em seguida procura pelo profissional que mais corresponde a suas necessidades; após esse passo o usuário

consegue ver a agenda do profissional e selecionar um dia e horário desejado; em seguida o usuário aguarda o dia do serviço e o pagamento é feito diretamente para o prestador de serviço; por último, o usuário pode avaliar e fazer comentários sobre a limpeza, assim como o profissional pode fazer comentários em relação aos clientes.

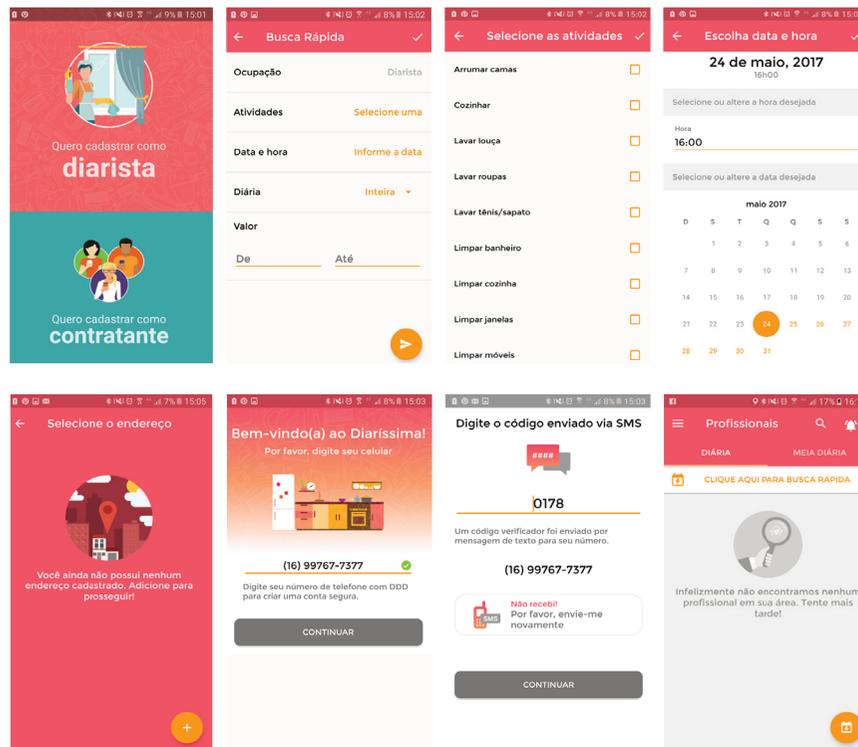


Figura 7: Site Map do aplicativo Diarissima

Fonte: Acervo Pessoal

Analisando o aplicativo quanto sua funcionalidade e usabilidade, o mesmo se mostra fácil e intuitivo, porém com algumas probabilidades de erros, por exemplo, quando o

aplicativo pergunta para o usuário duas vezes sobre a data, a primeira vez no início do cadastro e a segunda no final do processo de solicitação do serviço, podendo gerar confusão neste momento. Outro ponto negativo quanto à usabilidade é em relação ao cadastro feito pelo sistema, primeiramente existe o cadastro de endereço, e logo depois quando a operação está encerrando o aplicativo pede para o usuário fazer um cadastro pessoal, dando as opções de usar email, facebook e o cpf. Esta forma de cadastrar o endereço separado do cadastro pessoal também pode gerar dúvidas para o usuário.

Os pontos positivos quanto à usabilidade e a prestação do serviço foram: primeiramente, o fato de o aplicativo ter a ferramenta chamada “Busca Rápida”, que nada mais é do que uma pesquisa rápida assim que você abre o aplicativo e aparece os possíveis prestadores de serviços. O segundo ponto positivo é o usuário conseguir avaliar o contratado e deixar depoimentos para que os outros usuários vejam, mas os prestadores de serviços também conseguem fazer o mesmo, deixando sua avaliação e comentários sobre o contratante. Este fato traz tanto para os contratantes quanto para os prestadores de serviços mais confiança e segurança.

Um ponto negativo observado durante a interação com o aplicativo é que o mesmo possui muitas opções em uma única página, fato este que pode confundir o usuário na hora da navegação, além de prolongar muito o tempo de interação até o fim da experiência com o serviço.

O logo do aplicativo é o contorno de uma casa com um coração dentro, transmitindo a ideia de que o serviço prestado irá trazer benefícios e felicidade para os moradores da casa. As cores utilizadas durante todo o processo de navegação são as mesmas presentes no logo, o branco e o laranja avermelhado, segundo a tabela de cores que influenciam na publicidade: a cor

20 - DEFINIÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA

laranja transmite a sensação de alegria e confiança, enquanto a cor branca transmite a sensação de tranquilidade. (FIGUEIRÊDO, 2017), ou seja, podemos dizer que as cores foram bem escolhidas dentro do objetivo do produto.

Esta etapa de pesquisa de similares é importante, pois após ela podemos analisar os pontos positivos e os pontos negativos, e quais podem ser reaplicados no projeto.

Similares	Pontos Positivos	Pontos Negativos
	<ul style="list-style-type: none"> - Categorias bem organizadas - Cadastro fácil - Mapa de navegação é intuitivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Não possui avaliação dos usuários - Layout e Design não explorados - Poucas Microinterações - Muitas perguntas desnecessárias - Esperar o prestador de serviço agendar
	<ul style="list-style-type: none"> - Várias formas de pagamento - Possui sistema de avaliação e depoimento dos usuários. - Mapa de navegação é intuitivo - Facilidade de agendamento 	<ul style="list-style-type: none"> - O aplicativo só funciona na Europa
	<ul style="list-style-type: none"> - Opção de Busca rápida - Possui sistemas de avaliação e depoimento dos usuários 	<ul style="list-style-type: none"> - Agendamento confuso e desorganizado - Cadastro não intuitivo - Problemas na interação - Experiência cansativa

Tabela 1: Quadro Síntese
Fontes: Organizado pelo autor



ESTRATÉGIAS DE UX

Etapa de pesquisa e definição das estratégias da experiência do usuário.

Métodos/ferramentas:

- Mind Map
- User Stories
- Swot analysis
- Stakeholders Interview
- Personas

2-Estratégias de Ux

2.1-Mind Map

É uma estratégia utilizada para se ter uma visão geral do início do projeto. Tem como objetivo identificar as ideias principais e iniciais, pode ser utilizado de diversas formas com diversos temas. (SHEDD, 2017)

O mind map foi a primeira estratégia aplicada nesta pesquisa. Ele tem como intuito dar uma visão geral da situação, ou seja, permite uma visualização geral de um determinado problema/situação. Para esta pesquisa o mind map foi utilizado para gerar uma visão geral dos agentes envolvidos e suas motivações.

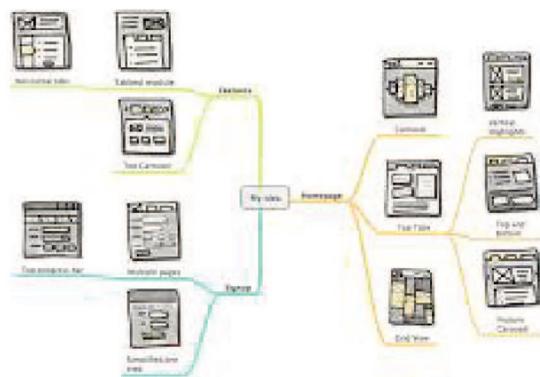


Figura 8: Mind Map

Fonte: <http://www.inspireux.com/2013/02/10/using-mind-maps-for-ux-design-part-sketch-mapping/>



Figura 9: Orientações
Fonte: Acervo Pessoal



Figura 10: Orientações
Fonte: Acervo Pessoal

Dentro deste mind map temos os dois agentes principais do estudo: os contratantes e os contratados. Dentro desses dois agentes temos algumas variações possíveis e mais específicas de cada um deles. Este é um esquema inicial, porém importante para verificar quem é o público-alvo.



Figura 11: Mind Map Rascunho

Fonte: Acervo Pessoal

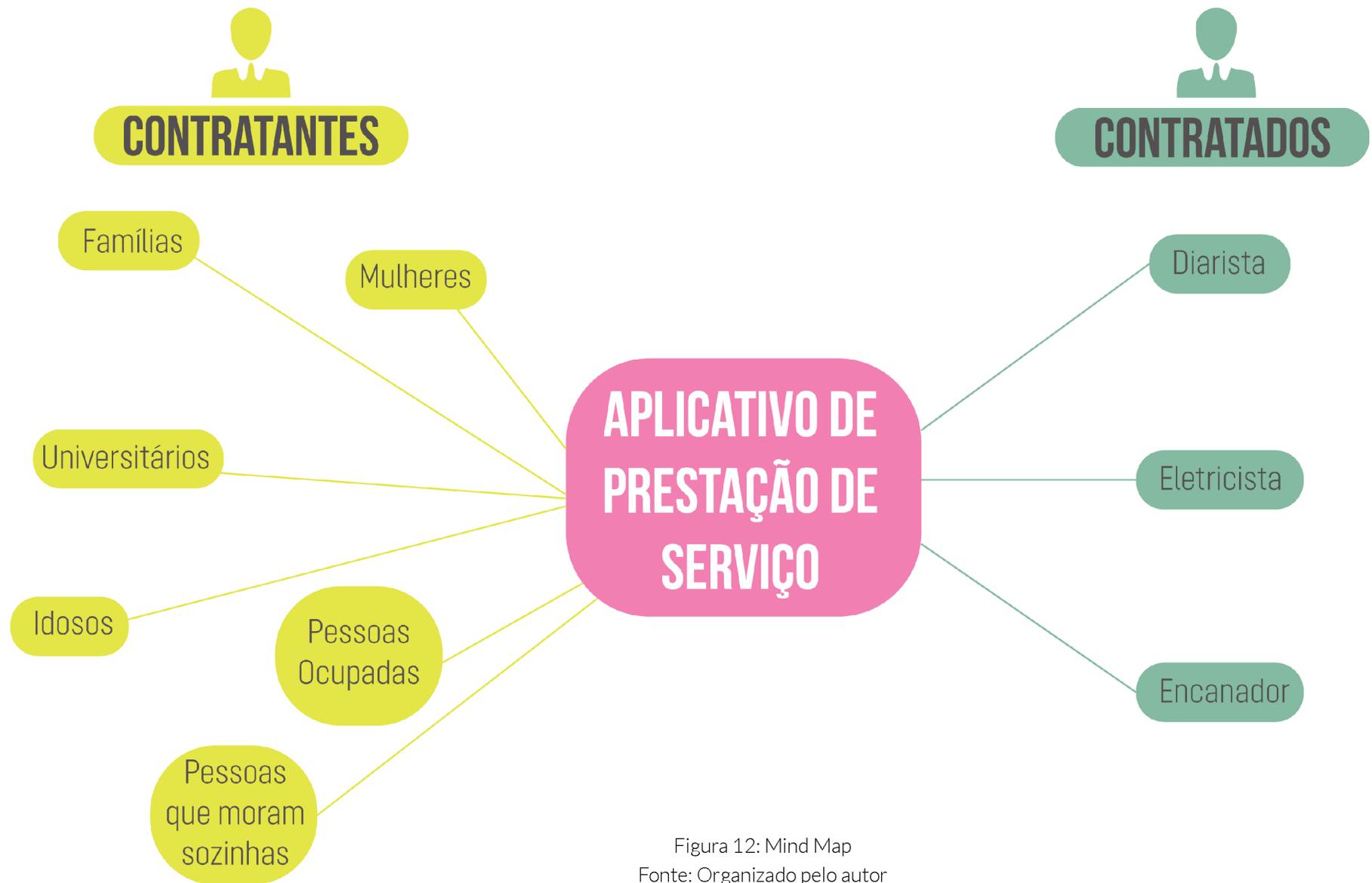
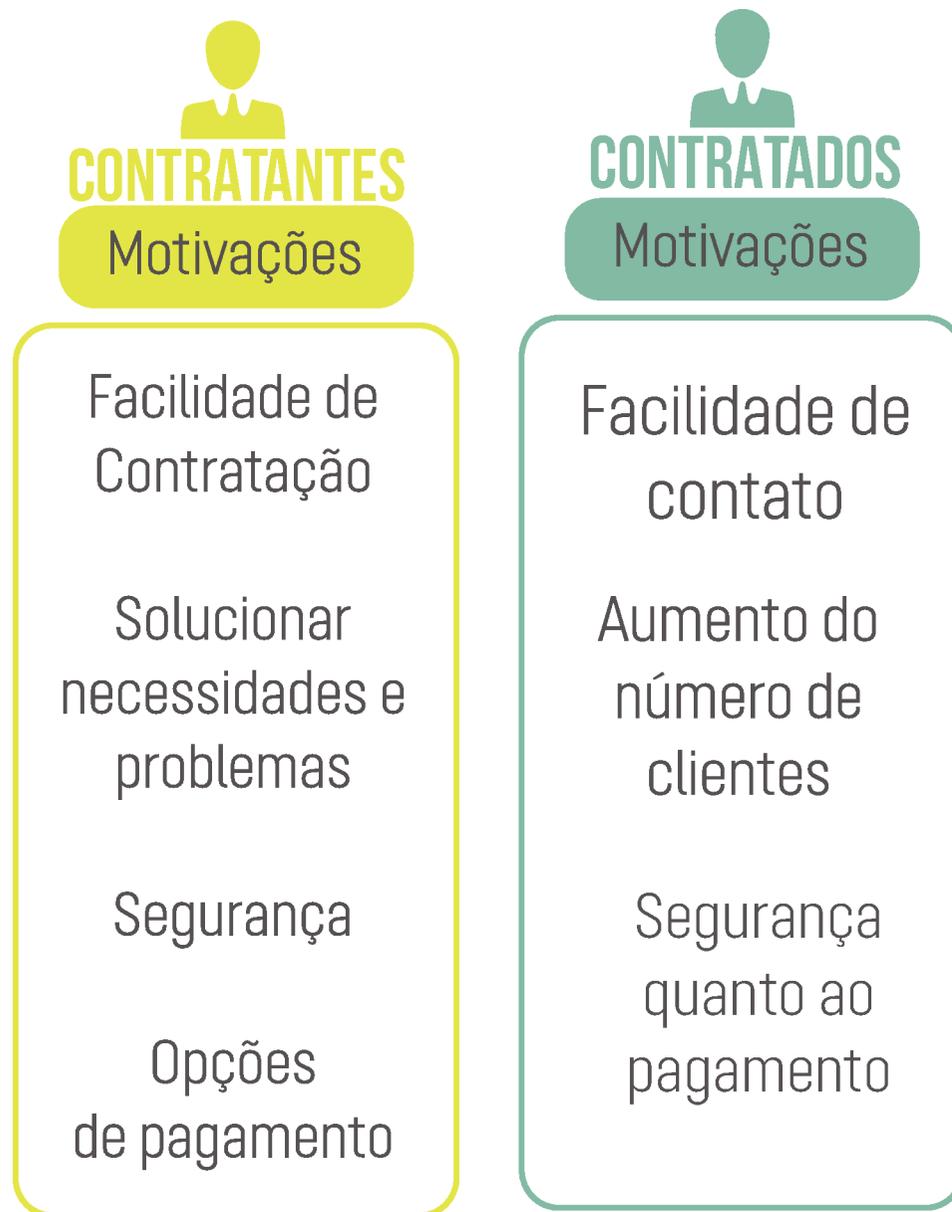


Figura 12: Mind Map
Fonte: Organizado pelo autor



A partir do Mind Map podemos supor também algumas motivações de cada grupo, ou seja, o que os motivariam para serem usuários do aplicativo. Os contratantes tem como motivação a facilidade de contratação, uma vez que o intuito do aplicativo é oferecer uma procura prática e rápida por esses prestadores de serviços; a segurança também pode aparecer como um fator importante, pois todos os prestadores terão um perfil dentro do aplicativo, além de avaliações sobre os serviços prestados; tem-se ainda opções de pagamento, para facilitar a experiência. Quanto aos Contratados, ou seja, os prestadores de serviços, podemos enumerar as seguintes motivações: facilidade de contato, uma das principais características do aplicativo; aumento do número de clientes, uma vez que o aplicativo será mais um canal de divulgação; segurança, dado que os clientes também irão ter um perfil dentro do aplicativo e serão avaliados como contratantes.

Figura 13: Motivações dos Usuários
Fonte: Organizado pelo autor

2.2 - User Stories

“É o detalhamento de cada tarefa que o usuário precisa passar para interagir com o produto. Este processo auxilia os designers a lembrar das motivações e funcionalidades do produto;” (Teixeira,2015, p. 46)

O User Stories é a segunda estratégia de Ux utilizada, depois de verificar quais são os agentes envolvidos dentro da pesquisa, este método tem o intuito de deixar mais claro quais são as motivações e expectativas de cada um. Esta ferramenta consiste em uma pequena frase com as seguintes perguntas: Quem? O que quer? Por qual motivo?

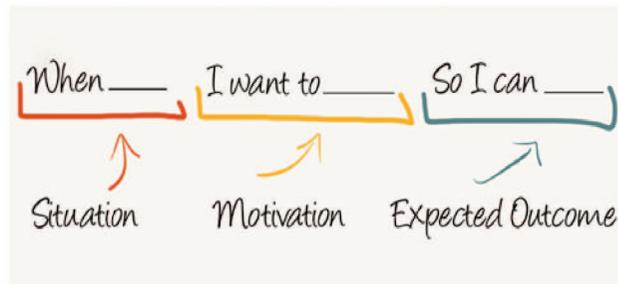


Figura 14: User Stories

Fonte: <https://jtbd.info/replacing-the-user-story-with-the-job-story-af7cdee10c27>



Figura 15: Processo de Pesquisa

Fonte: Acervo Pessoal



Figura 16: Processo de Pesquisa

Fonte: Acervo Pessoal



Como contratante eu quero reparos de encanamento, facilidade de contato, segurança e opções de pagamento para otimização do meu tempo e para solucionar meu problema.

Como contratante eu quero reparos elétricos, facilidade de contato, segurança e opções de pagamento para otimização do meu tempo e para solucionar meu problema.

Como contratante eu quero serviço de limpeza, facilidade de contato, segurança e opções de pagamento para otimização do meu tempo e para solucionar meu problema.



Como encanador eu quero ganhar dinheiro e ser encontrado com facilidade para aumentar meu faturamento e minha base de clientes.

Como eletricitista eu quero ganhar dinheiro e ser encontrado com facilidade para aumentar meu faturamento e minha base de clientes.

Como diarista eu quero ganhar dinheiro e ser encontrado com facilidade para aumentar meu faturamento e minha base de clientes.

Figura 17: User Stories
 Fonte: Organizado pelo autor

O desenvolvimento do User Stories é importante, pois através dele conseguimos deixar um pouco mais claros os objetivos, as expectativas e as motivações de cada usuário. Depois da aplicação dessa ferramenta pode-se dizer que as motivações dos contratantes seriam: Praticidade, otimização de tempo, segurança, opções de pagamento e a solução do problema. Quanto às motivações dos prestadores de serviços temos: Aumento do número de clientes e o aumento do faturamento.

2.3 -Stakeholders Interview

É uma entrevista com todos os envolvidos no processo de criação do projeto. Esse método auxilia a priorizar as funcionalidades e a definir os caminhos para o sucesso do projeto; (Teixeira, 2015, p.51).



Figura 18: Entrevistas com Stakeholders

Fonte: < <http://uxmastery.com/proven-strategies-to-manage-stakeholders>

Stakeholders Interview (Entrevistas com o público estratégico): para entender a importância das entrevistas nesta primeira etapa e qual seu objetivo, primeiro devemos compreender os vários tipos de entrevistas e como elas foram utilizadas nesta pesquisa.

Entrevistas são uma boa forma de coletar dados importantes sobre um determinado grupo de pessoas e sua percepção sobre o assunto estudado, podemos fazer comprovações de dados já levantados anteriormente ou até mesmo coletar curiosidades do universo dos usuários. Há quatro tipos de entrevistas: entrevista não estruturada, entrevista estruturada, entrevista semi-estruturada e entrevista em grupo. (Alcântara,2013).

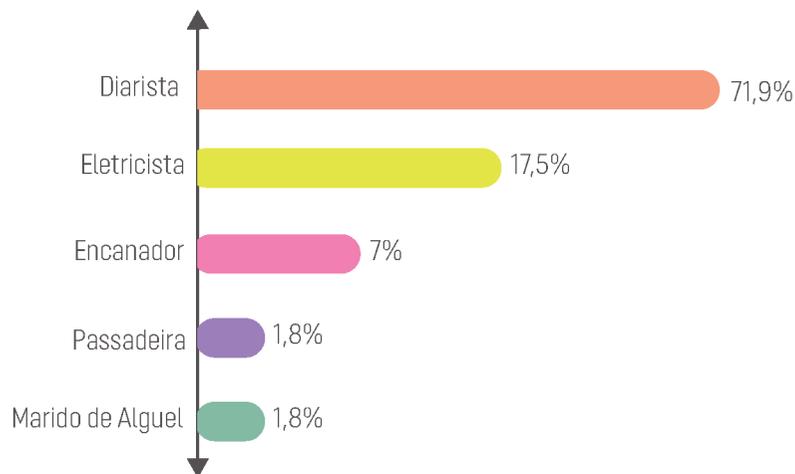
A entrevista não estruturada que tem como característica ser uma conversa sobre um assunto específico e aprofundado, são perguntas abertas que permitem que o entrevistado responda com mais detalhes sobre o tema em questão. Geralmente é utilizada quando se quer ter uma visão geral de um determinado assunto, sua principal vantagem é que o entrevistado fica livre para comentar e opinar mais sobre o assunto, e sua desvantagem é a dificuldade na hora de organizar os dados do resultado. Outro tipo de entrevista é a estruturada, que tem como formato um questionário, onde as perguntas são sempre fechadas, diretas e claras. É utilizada quando se quer ter um feedback de algo preciso; sua principal vantagem é a facilidade na hora de analisar os resultados e sua desvantagem é que normalmente ele não gera um conteúdo novo, funciona como uma confirmação. A entrevista semi-estruturada é uma mescla das anteriores, e contém perguntas abertas e fechadas, se inicia com perguntas diretas e fechadas e na sua finalização o entrevistado precisa justificar suas respostas. Utilizada quando queremos

saber mais sobre o tema pesquisado e termos confirmações ao mesmo tempo. Sua vantagem é que ela é uma entrevista mais fácil de conduzir, e sua desvantagem é a dificuldade na elaboração dos dados por conta das perguntas abertas. Há também a entrevista em grupo, realizado com um grupo de 3 a 10 pessoas ao mesmo tempo, mesclando questões simples e profundas. É utilizada quando se quer resultados rápidos a um baixo custo suas vantagens e sua principal desvantagem é a dificuldade de manter a organização e o foco da pesquisa quando se trata de um grupo grande de pessoas.

Neste primeiro contato com o possível público-alvo o primeiro tipo de pesquisa aplicado foi a semi-estruturada. Através de uma plataforma online foram elaboradas perguntas abertas e perguntas fechadas sobre a relação dessas pessoas com os afazeres domésticos. 57 pessoas responderam a esta primeira parte da pesquisa.

Pergunta 1.

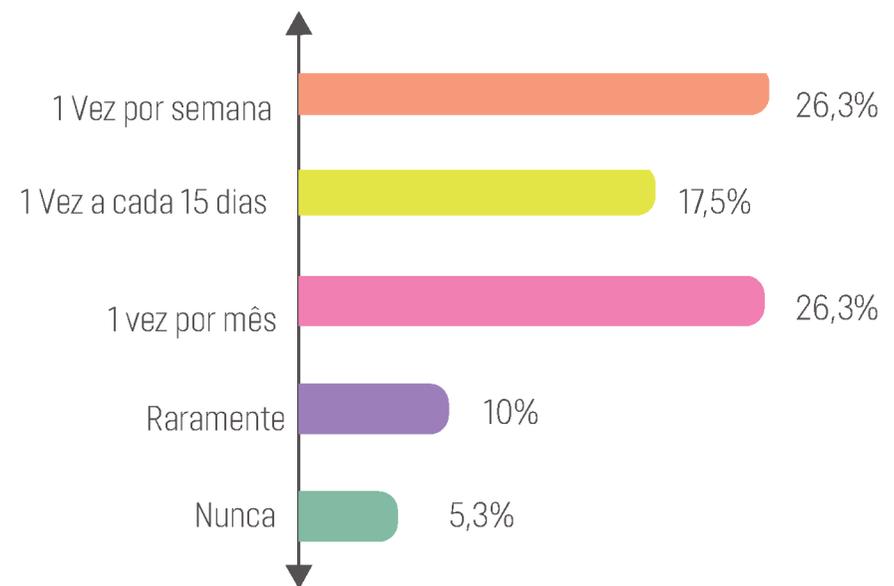
Quais serviços domésticos você mais utiliza?



Conclusão Importante: Os principais serviços usados são de diarista, eletricista e encanador. Dessa forma, o aplicativo irá oferecer exclusivamente os serviços de diarista e marido de aluguel, uma vez que um marido de aluguel exerce um conjunto de tarefas que englobam eletricista, encanador, pintor e consertos de pequeno porte.

Pergunta 2.

Com qual frequência você utiliza os serviços de diaristas?

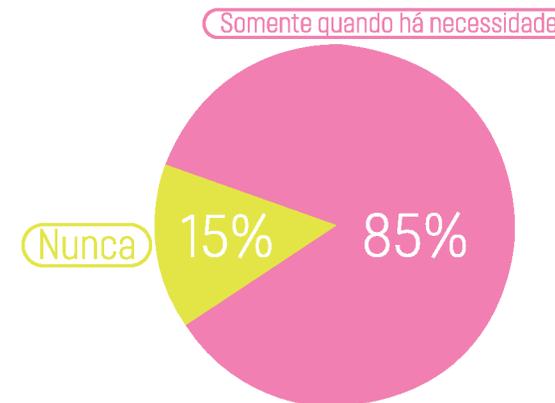


Conclusão Importante: Como podemos notar existe um empate entre os clientes que usam o serviço de diarista uma vez por semana e os clientes que pedem uma vez por mês. Para atender essa demanda, o aplicativo irá gerar notificações de data, selecionadas pelos usuários, para que eles sejam avisados quanto tempo faz que os mesmos utilizaram os serviços pela última vez. Por exemplo: Um usuário usou o serviço de diarista, passados 15 dias (ou de acordo com a necessidade do usuário) será enviada uma notificação lembrando e perguntando se o mesmo quer utilizar o serviço novamente. Outro ponto para manter os clientes fiéis ao uso do aplicativo será através do sistema de gamificação do aplicativo, com acumulação de pontos que podem ser transformados em descontos nas próximas contratações.

“Gamificação (ou, em inglês, gamification) tornou-se uma das apostas da educação no século 21. O termo complicado significa simplesmente usar elementos dos jogos de forma a engajar pessoas para atingir um objetivo.” (Disponível em: < <http://info.geekie.com.br/gamificacao/>> Acesso em: 28 de Outubro de 2017. Dentro do aplicativo serão usados esses estímulos para que o contratante não deixe de usar o aplicativo e os prestadores de serviços se mantenham conectados ao aplicativo.

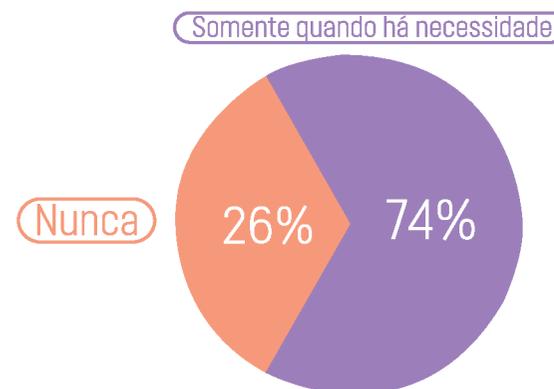
Pergunta 3.

Com qual frequência você utiliza os serviços de eletricitista?

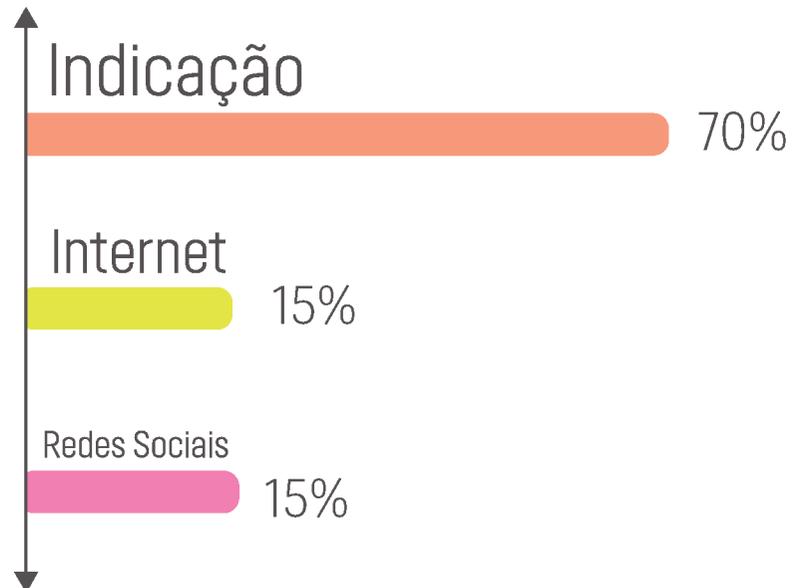


Pergunta 4.

Com qual frequência você utiliza os serviços de encanador ?



Pergunta 5.
Quais canais/meios você utiliza para encontrar tais serviços ?



Conclusão Importante: De acordo com essa parte da pesquisa, nota-se que o principal meio que os usuários utilizam para encontrar tais serviços é por indicação (boca a boca). Para atender essa demanda, dentro do aplicativo os usuários poderão compartilhar com seus amigos e familiares através das redes sociais o próprio aplicativo, caso seja um usuário que ainda não conhece e compartilhar também o perfil do prestador de serviço. Tal tarefa também pode ser incorporada à gamificação do aplicativo, convertendo-se em vantagens para os usuários.

Pergunta 6.

Se existisse um aplicativo para facilitar a contratação desses serviços, você utilizaria? Se não, por quê?



“Talvez, o principal problema nesses aplicativos é como garantir a confiabilidade para permitir que a pessoa adentre à minha casa. Garantindo tal fator não haveria problema algum em utilizá-lo.”



“Sim, para diarista, pois facilitaria a avaliação da confiabilidade do serviço”



“Provavelmente. O único problema seria a confiança na pessoa contratada.”



“Sim, se tivesse indicação de pessoas ou se cada prestador de serviço tivesse uma nota .. tipo o Uber.”



“Sim, pois acho difícil encontrar sem referência.”

32 - ESTRATÉGIA DE UX



“Sim. Com o cenário mais dinâmico de hoje em dia, ter alguma plataforma que me ajudasse mais rapidamente a acessar profissionais disponíveis e valores para cada serviço, com segurança e garantia de serviços prestado, ficaria muito mais satisfeito...”



“Sim, principalmente se houver avaliação da confiabilidade do serviço, e preço justo”



“Sim, facilidade de ter alguém recomendado por alguém.”



“Sim! Facilitaria, porém é complicado colocar qualquer profissional dentro de casa com a violência hoje em dia.”



“Talvez sim, se eu não conseguisse recomendação de nenhum amigo.”



“Sim mediante à avaliações anteriores.”



“Talvez, acho que uma lista telefônica funciona melhor.”



“Sim, porque possivelmente veria esses serviços mais próximos, comentário do serviço, pontuação ou algo do tipo, como outros apps de serviços diferentes.”



“Não, porque o tempo que levaria para baixar o app, eu utilizo fazendo uma busca simples e objetiva.”



“Não. O Google é rápido e eficiente para achar tudo que não fosse o trabalho de faxina, o trabalho de baixar um aplicativo pra chamar um encanador não compensa. Mas um ‘tinder’ para achar diaristas valeria a pena, mas tornaria a vida útil do aplicativo curta: desinstalaria ele assim que achasse alguém que desse certo para fazer o serviço com regularidade.”

Conclusão Importante: A maioria das pessoas usariam o aplicativo, porém a maior exigência citada por todos eles foi em relação a segurança, fato este que pode ser resolvido através de comentários e avaliações sobre os prestadores de serviços e também dos contratantes, transmitindo uma segurança para ambos os usuários.

Outro tipo de entrevista também feita com os possíveis usuários e os prestadores de serviços, funcionou como uma conversa informal, onde foi explicado a ideia do projeto e qual visão eles tinham sobre isso. Os entrevistados do lado dos contratantes opinaram de forma positiva sobre o aplicativo, alegando que seria muito útil e prático. Foi entrevistada uma universitária que mora sozinha e uma idosa que também mora sozinha, ambas disseram que o aplicativo contribuiria para melhorar a rotina. Porém cada uma destacou um ponto diferente: a estudante disse que o aplicativo otimizaria seu tempo na procura por alguém de confiança, além de facilitar o pagamento. Já a idosa alegou que o aplicativo traria praticidade para a rotina dela, uma vez que ela não precisaria depender de parentes para fazer algum tipo de serviço, mas que teria que ser fácil de se compreender.

Quanto aos prestadores de serviços, foram entrevistadas duas diaristas. Ambas alegaram que utilizariam o aplicativo como forma de captar clientes; uma delas alegou ser uma ferramenta interessante para se usar quando suas clientes fixas estivessem viajando, e conseqüentemente ela poderia buscar novas clientes.

As entrevistas de um modo geral foram positivas quanto a aceitação do aplicativo em si, porém levantou alguns pontos importantes que devem ser incorporados dentro do pro-

jeto, foram eles: os serviços a serem oferecidos dentro do aplicativo será somente de diarista e marido de aluguel, pois acredita-se que ambos abrangem os serviços domésticos mais básicos; o aplicativo e os perfis dos prestadores de serviços podem ser compartilhados; notificações personalizadas pelo usuário; formas variadas de pagamentos; sistema de avaliação e pontos (gameificação) para os contratantes e para os contratados; uma interface fácil de se compreender e de se navegar.

2.4-Personas

Segundo Fabrício Teixeira (2015, p.23), personas são

Um retrato do público-alvo que destaca dados demográficos, comportamentos, necessidades e motivações através da criação de um personagem ficcional baseado em insights extraídos de pesquisa. Personas fazem com que os designers e desenvolvedores criem empatia com os consumidores durante o processo de design.

Esse processo faz com que o designer consiga estar mais próximo dos seus consumidores. Criou-se, então, personas de acordo com as pesquisas feitas com os possíveis públicos-alvos. Um ponto importante em se desenvolver personas é a possibilidade de enxergar quais os problemas que os possíveis usuários podem enfrentar ao usar o aplicativo, bem como prever estratégias variadas, e através disso resolver esses problemas

com mais eficácia. As personas podem ser divididas em categorias de acordo com o projeto, mas sempre se deve ter em mente que essas categorias representam um grupo real de pessoas.

O estudo e a pesquisa feita para se chegar às personas podem ajudar a revelar como os usuários irão responder ao projeto, e prever quais poderiam ser os possíveis problemas enfrentados durante a experiência do aplicativo para cada grupo de personas. Tais problemas podem ser mapeados inicialmente e se tentar propor estratégias iniciais, porém essas estratégias podem mudar de acordo com o decorrer do projeto e principalmente depois dos testes de usabilidade feitos com usuários reais. Em resumo, podemos dizer que as personas auxiliam os designers a compreender as expectativas e os objetivos dos usuários.

Para este projeto foram selecionadas duas categorias de personas: uma representará os possíveis contratantes do serviço e a outra os prestadores. Dentro do grupo de contratantes foram selecionadas as seguintes personas: uma universitária que mora sozinha, um homem que trabalha o dia todo e mora com a família e uma idosa que mora sozinha. Como prestadores de serviço temos a diarista e um marido de aluguel.



Figura 19: Personas

Fonte: <https://brasil.uxdesign.cc/por-que-criar-personas-bc796a1ffc7e>



Figura 20: Personas 1 - Fonte: Organizado pelo autor



"Amo minha família, gostamos de passar muito tempo juntos nos divertindo, me mantenho conectado nas mídias sociais para acompanhar as novidades que possam facilitar minha vida, deixando tempo a mais para curtir com minha família."

Rotina de Marcos



MARCOS ALMEIDA, 42 ANOS

- + Trabalha em uma multi-nacional das 7h às 18h.
- + Mora na cidade de Uberlândia com sua esposa Simone que é professora em período integral, e dois filhos, André de 4 anos e Tiago de 15 anos.
- + Alguns finais de semana vai visitar seus pais que moram na cidade de Uberaba.
- + Marcos está sempre conectado nas redes sociais, e seu filho mais velho compartilha as novidades do mundo virtual com ele.
- + Gosta de ficar em casa e nas horas vagas aproveita o tempo com a família.
- + O trabalho de Marcos as vezes exige que ele faça viagens curtas durante a semana.

Hobbies



Família
Tempo Livre
Atualizado

Mídias Sociais mais usadas



Meios de Comunicação



Figura 21: Personas 2 - Fonte: Organizado pelo autor

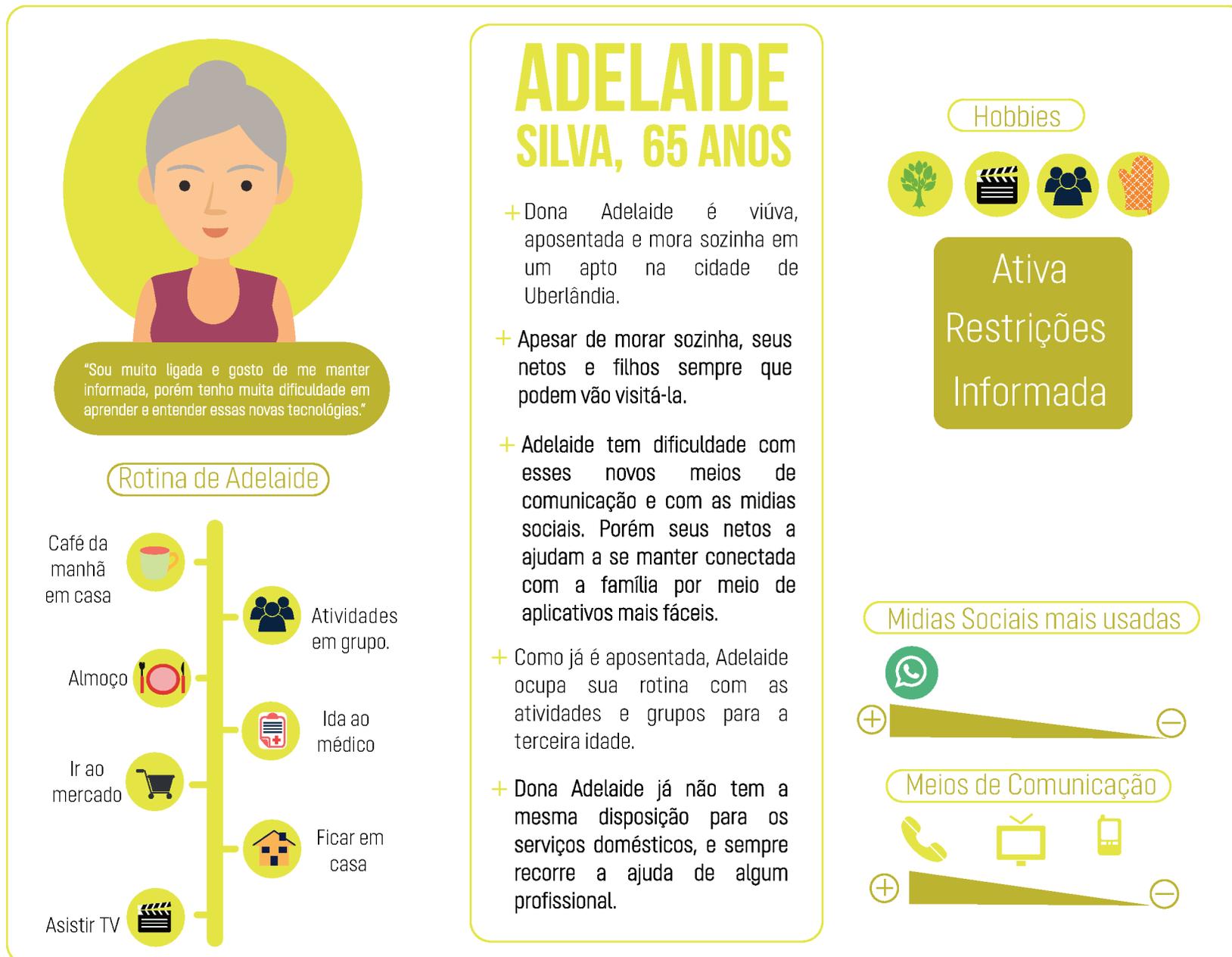


Figura 22: Personas 3 - Fonte: Organizado pelo autor

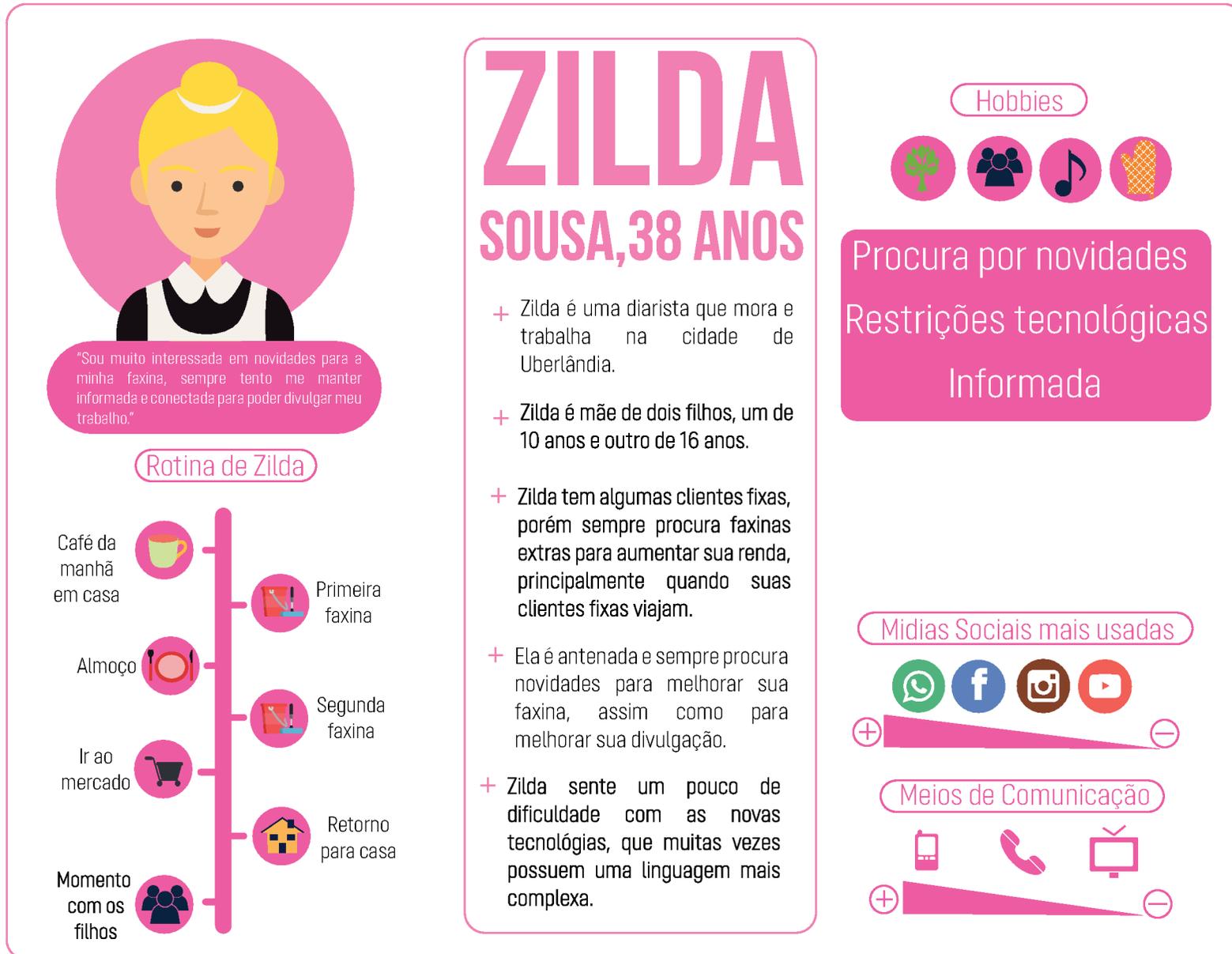


Figura 23: Personas 4 - Fonte: Organizado pelo autor



Figura 24: Personas 5 - Fonte: Organizado pelo autor

O que podemos concluir sobre cada persona? Quais as principais informações que serão transformadas em algo específico dentro do projeto?

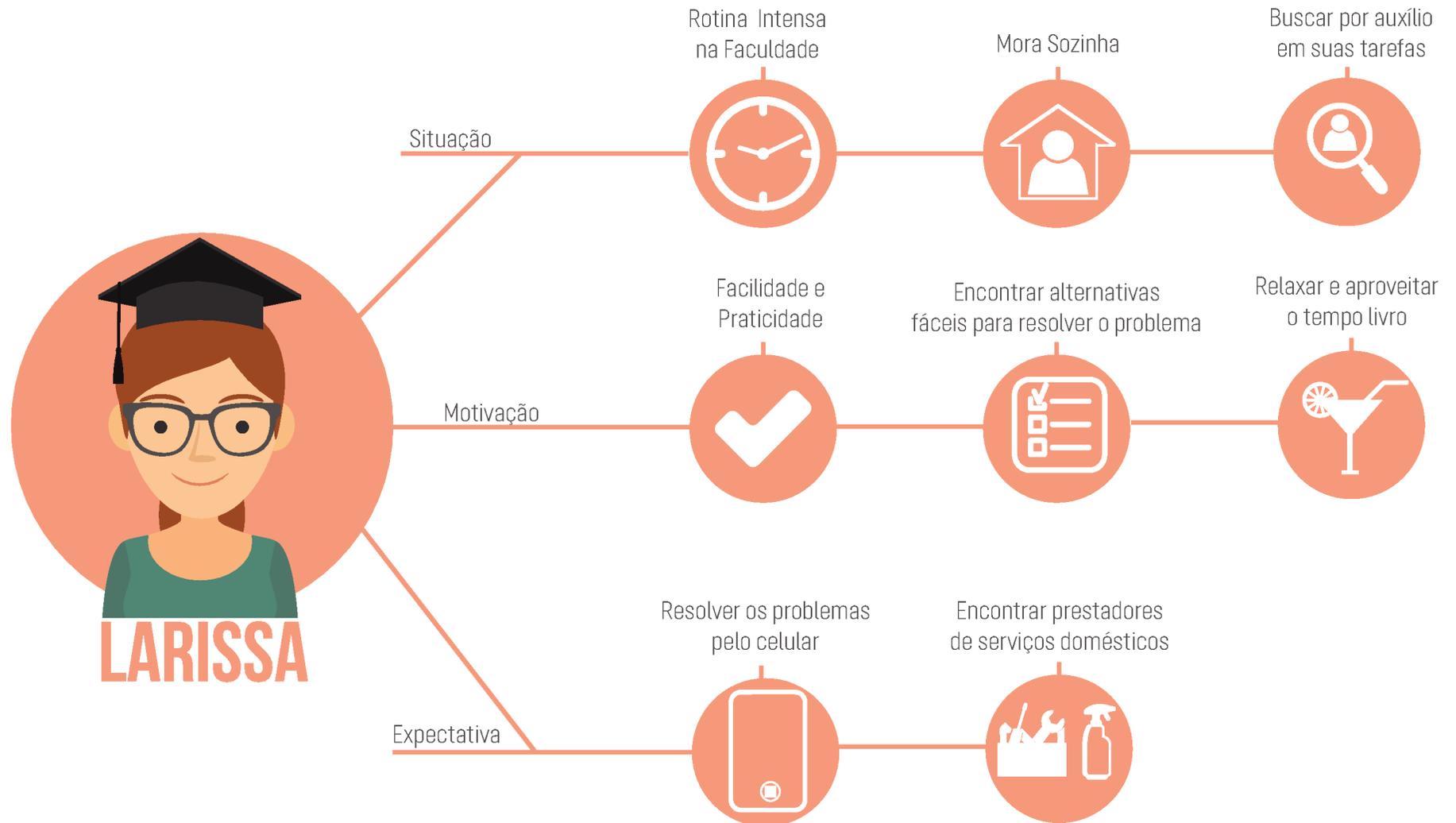


Figura 25: Personas Conclusão 1 - Fonte: Organizado pelo autor



Figura 26: Personas Conclusão 2 - Fonte: Organizado pelo autor



Figura 27: Personas Conclusão 3 - Fonte: Organizado pelo autor

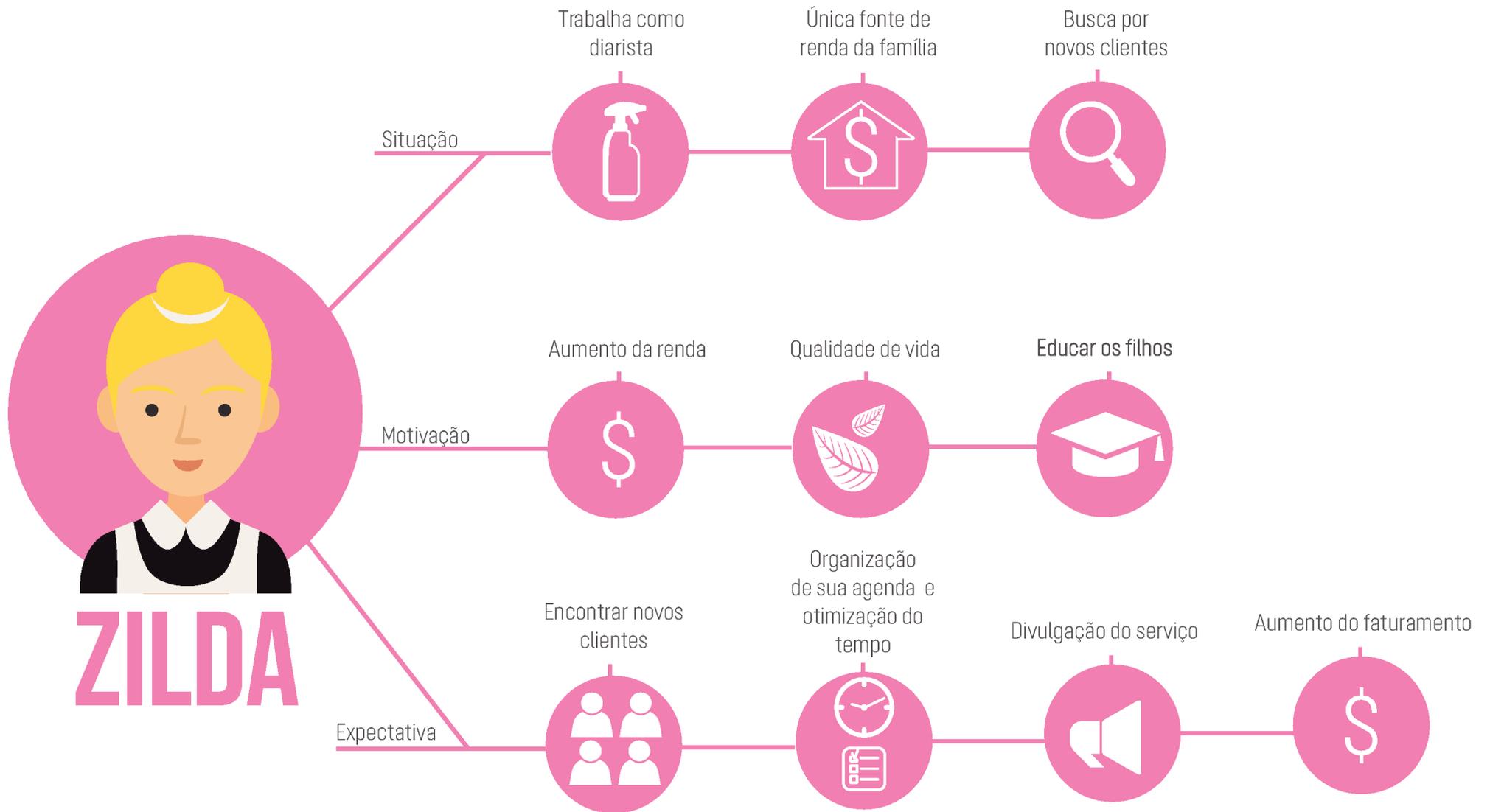


Figura 28: Personas Conclusão 3 - Fonte: Organizado pelo autor

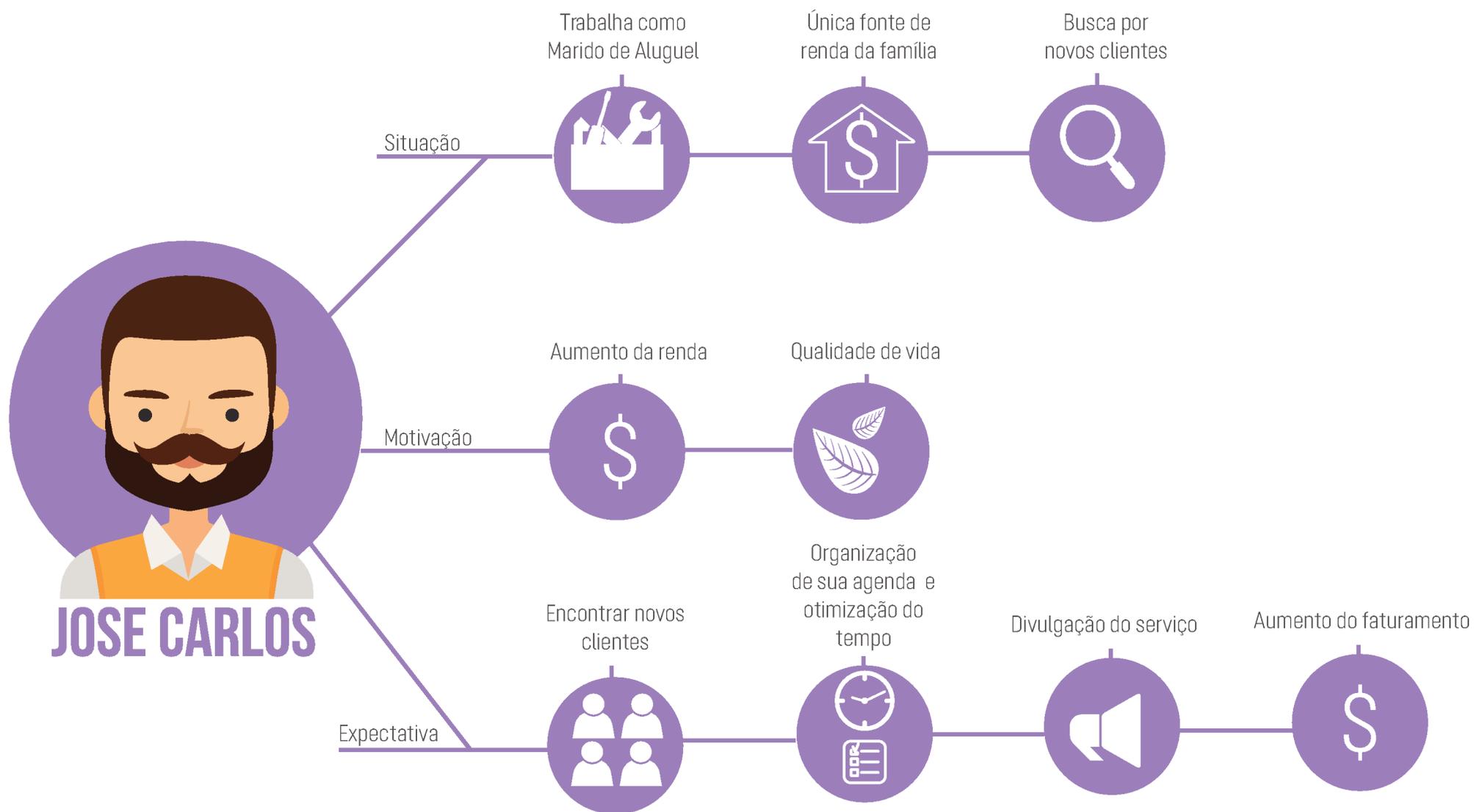


Figura 29: Personas Conclusão 3 - Fonte: Organizado pelo autor

2.5- Swot Analysis

É um método que representa força, fraquezas, oportunidades e ameaças. Basicamente, é uma estrutura analítica que ajuda a criar todo o quadro, analisar a situação e encontrar a melhor solução. Uma vantagem sobre esta ferramenta é que ela identifica não apenas influências internas, mas também externas. (ANNA, 2017)

SWOT on UX

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> • Great global Navigation Bar • Attractive Banner • Easy to navigate 	<ul style="list-style-type: none"> • Long subscription progress • Poor mobile optimization • Text difficult to read
Opportunities (Competitors' Weaknesses)	Weaknesses (Competitors' Strengths)
<ul style="list-style-type: none"> • Speed in loading • New way to retain users visit 	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusive social media engagement • Inimitable app function

Figura 30: Swot Analysis

Fonte: <https://theappsolutions.com/blog/marketing/swot-for-mobile-app/>

Swot é a abreviação das palavras: strength (Força), weaknesses (Fraquezas), opportunities (Oportunidades) e threats (Ameaças). Esse método é basicamente uma análise desses quatro tópicos: as forças internas e os fatores positivos, as fraquezas internas e fatores negativos, as oportunidades externas e fatores positivos e as ameaças externas e fatores negativos. Tal método não oferece necessariamente uma solução, porém ele permite que os designers possam encontrar problemas e

analisar as melhores estratégias.

O primeiro tópico a ser analisado é Strength - Força, deve se notar as características fortes do projeto, o que o diferencia dos concorrentes. Algumas questões podem ser levantadas para facilitar neste momento de traçar as forças, são essas: Quais as vantagens que sua ideia tem? Qual proposta de venda única você tem? O que seu aplicativo faz melhor do que qualquer outro? Qual é o objetivo final do seu aplicativo?

O segundo tópico é a Weaknesses - Fraquezas, que são os pontos fracos dentro do aplicativo. Deve-se analisar todos os pontos que podem ser considerados desvantagens para o seu projeto. Algumas perguntas que podem ser feitas para se encontrar as fraquezas são: O que seus usuários consideram como uma fraqueza? Quais características do seu produto afetam negativamente suas vendas ou o engajamento no serviço oferecido?

O terceiro tópico é a Opportunities - Oportunidade, e aqui se deve analisar quais oportunidades podem se tornar atraídas para seus usuários. Algumas questões que podem ajudar nessa parte são: Quais tendências e tecnologias você pode implementar? Quais as fraquezas de seus concorrentes você pode usar? Quais oportunidades você pode obter ao dimensionar sua ideia?

O quarto tópico é a Threats - Ameaças, para analisar esta etapa deve se considerar todas as ameaças externas e os fatores negativos. Perguntas como: Quais são as dificuldades que você pode enfrentar? Como seus concorrentes superam as ameaças? Como os padrões de qualidade influenciam seu aplicativo? O seu aplicativo móvel estará pronto para mudar as tecnologias? Você se certificou que não terá problemas de financiamento?



Figura 31: Processo SWOT
Fonte: Acervo Pessoal

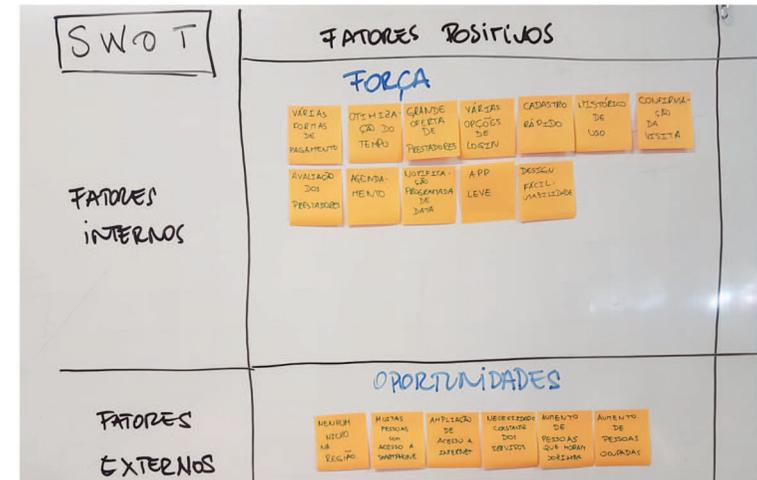


Figura 32: Processo SWOT
Fonte: Acervo Pessoal

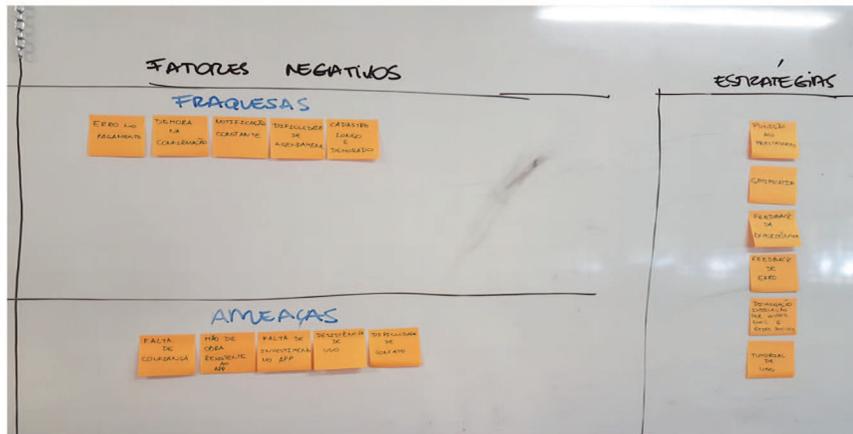


Figura 33: Processo SWOT
Fonte: Acervo Pessoal

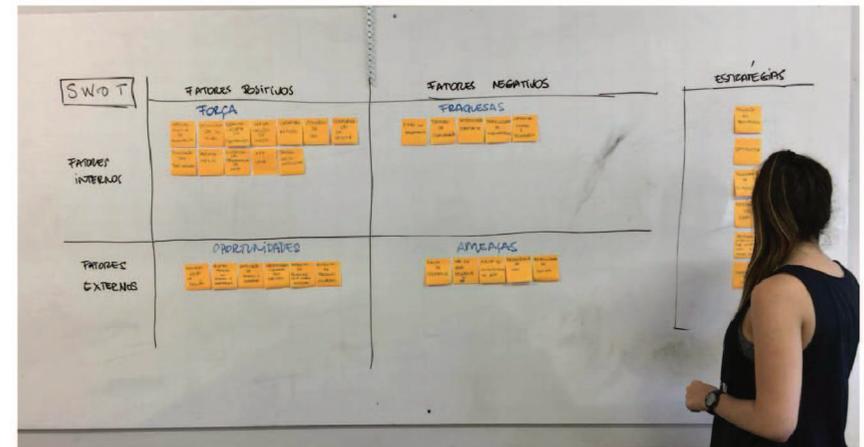


Figura 34: Processo SWOT
Fonte: Acervo Pessoal

SWOT

Fatores Positivos

Fatores Negativos

Fatores Internos

Força

- Várias formas de pagamento
- Otimização de tempo
- Grande oferta de prestadores
- Várias opções de login
- Agendamento da visita
- Aplicativo Leve
- Design Fácil
- Boa Usabilidade

Fraquezas

- Erro no pagamento
- Demora na confirmação
- Notificação constante
- Dificuldade de agendamento
- Cadastro longo e demorado

Fatores Externos

Oportunidades

- Nenhum nicho na região
- Muitas pessoas com acesso a smartphones
- Ampliação do acesso à internet
- Necessidade Constante dos serviços
- Aumento de pessoas que moram sozinhas
- Aumento de pessoas ocupadas

Ameaças

- Falta de confiança
- Mão de obra resistente ao aplicativo
- Falta de investimento no aplicativo
- Desistência de uso
- Dificuldade de contato

Figura 35: Swot - Fonte: Organizado pelo autor

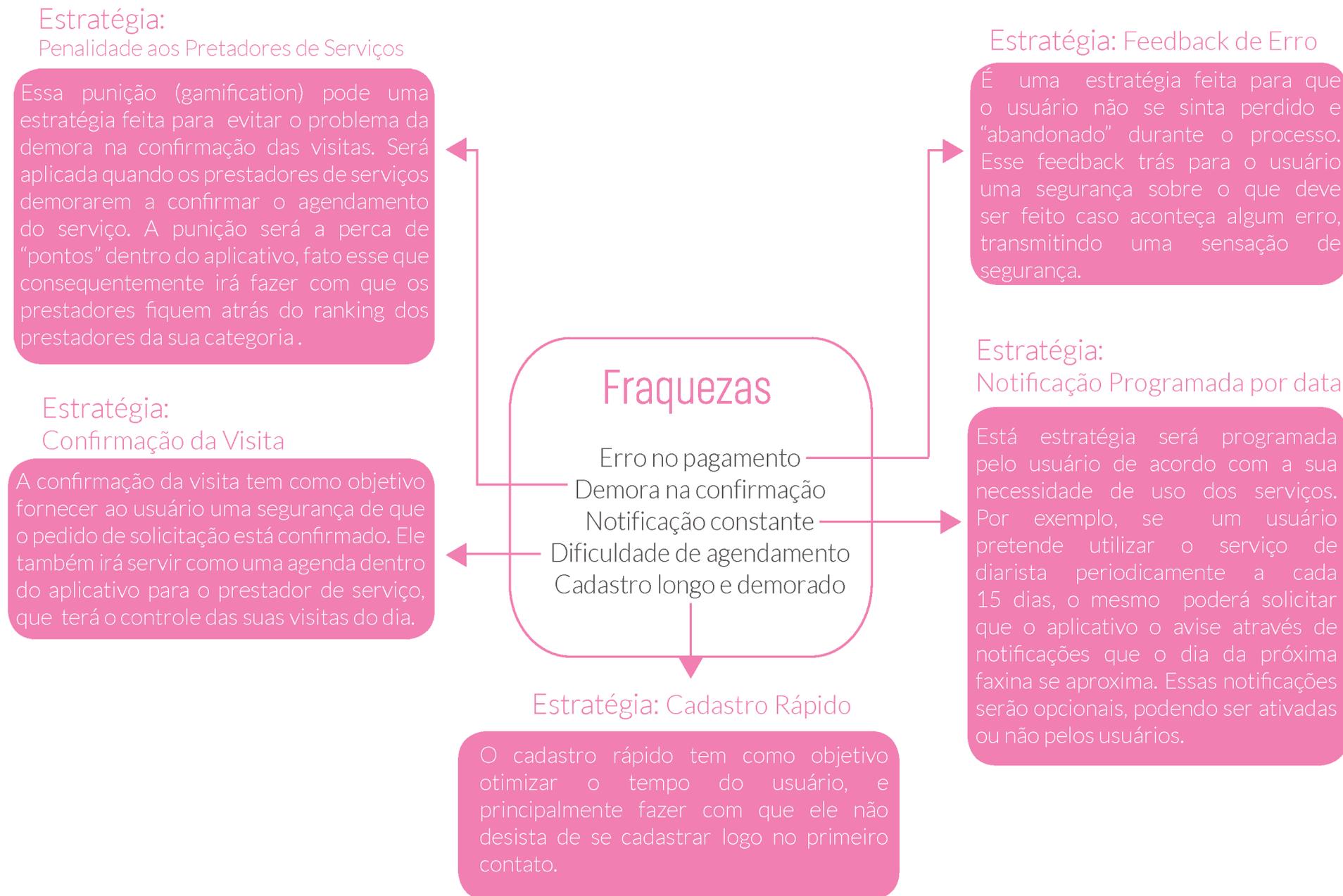


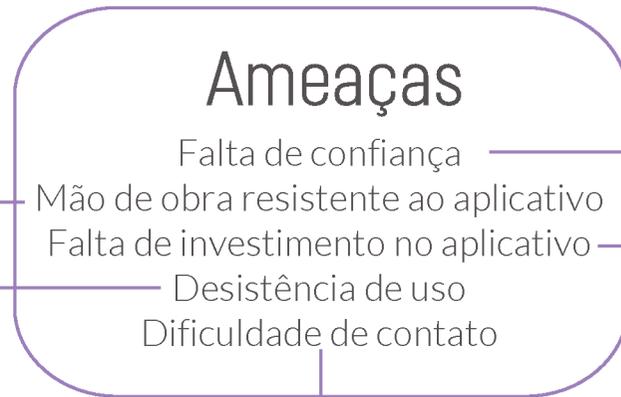
Figura 36: Fluxograma de Estratégias - Fonte: Organizado pelo autor

Estratégia: Gamification

O sistema de gamification irá ser aplicado como uma estratégia para fazer com que o usuário não saia/desista do aplicativo. Ele pode ganhar pontos que serão convertidos em descontos conforme o usuário usar com frequência o serviço.

Estratégia: Avaliação dos Usuários

As avaliações dos prestadores são necessárias para que os usuários possam ter confiança, e para funcionar como uma forma de distinção e destaque entre os prestadores de serviços mais qualificados e os menos qualificados.



Estratégia: Divulgação por redes sociais

A divulgação e indicação tanto dos prestadores quanto do próprio aplicativo pelas redes sociais têm como objetivo simular o “boca a boca” que os consumidores fazem quando querem indicar algum produto bom com os amigos. Além do fato dessa divulgação não deixar que falte investimento no aplicativo.

Estratégia: Design Atrativo e Fácil

É uma estratégia para que o usuário não perca o interesse em usar o aplicativo. Um Design diferenciado e de fácil compreensão torna a experiência do usuário mais prazerosa e positiva. Outra ferramenta para garantir que o usuário não desista será a criação de rápidos tutoriais de uso durante o primeiro acesso do usuário, com o intuito de auxiliá-lo durante o primeiro contato com o aplicativo. Procura-se evitar que o usuário se sinta perdido e confuso durante a experiência.

Estratégia: Histórico de Uso

O histórico de uso tem como objetivo armazenar todos os momentos que o usuário solicitar algum serviço. Neste espaço estará todos os prestadores que o usuário já utilizou, as datas das solicitações, e também todo o histórico do processo, como as avaliações, o tipo de pagamento e confirmação do serviço prestado.

Figura 37: Fluxograma de Estratégias - Fonte: Organizado pelo autor

Após a aplicação do método Swot Analysis, algumas estratégias foram elaboradas com o intuito de tentar prever alguns possíveis erros do usuário, além de tentar evitar a saída ou desistência dos usuários do aplicativo. O resultado dessas estratégias não é imediato, de acordo com as atualizações e pesquisas feitas com os usuários posteriormente essas estratégias podem ser modificadas, da mesma forma como outras podem surgir.

3 CONTEÚDO E ESPECIFICAÇÕES

FUNCIONAIS

Etapa de construção do conteúdo e definição de aspectos estruturais e funcionais do aplicativo.

Métodos:

- Card sorting

3-Conteúdo e Especificações Funcionais

3.1- Card Sorting

É um processo que tem como objetivo entender o usuário a partir de organização do conteúdo do aplicativo. Ele permite perceber quais informações são mais importantes para o usuário e como o mesmo classifica tais informações; (SANTANA, 2017)

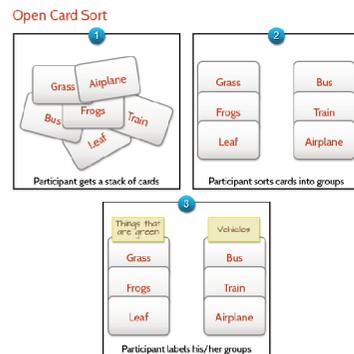


Figura 38: Card Sorting

Fonte: <https://coletivoux.com/card-sorting-a-arquitetura-de-informa%C3%A7%C3%A3o-constru%C3%ADda-pelos-usu%C3%A1rios-54b9f892e38e>

O Card sorting é um método utilizado na etapa de construção do conteúdo e especificações de sites, aplicativos e ou quaisquer outras interfaces digitais que oferecem serviços. Essa ferramenta tem como objetivo organizar o conteúdo e as

funções dentro do projeto. Ela consiste em um conjunto de cards com as funcionalidades e conteúdos escritos que são apresentados para os usuários e, então, eles devem agrupar os cards de acordo com o ponto de vista de cada um, formando novos grupos de cards. É indicado aplicar esse método com um grupo de pelo menos cinco pessoas, para que se construa uma dinâmica e uma discussão que será essencial para se captar as próximas estratégias para o projeto. O número de cards deve ser de pelo menos trinta ou mais, e deve-se deixar por perto cards em branco para que no decorrer da discussão os usuários possam acrescentar novos cards, se for necessário (SANTANA, 2017).

Os usuários devem saber sobre o projeto antes do início da aplicação, para que não haja dúvidas durante o processo do Card Sorting. Existem dois tipos de Card Sorting: o aberto e o fechado. O Card sorting aberto consiste quando o usuário reorganiza os cards e o próprio usuário define o nome de cada grupo de cards de acordo com seu ponto de vista; já o card sorting fechado é quando o usuário reorganiza os cards, porém os nomes de cada grupo já definidos (SANTANA, 2017).

O processo de Card sorting desse projeto foi uma mistura do aberto com o fechado: o início do processo foi a descrição das funções e conteúdos do aplicativo nos cards; o passo seguinte foi a organização desses cards, formando grupos, porém sem nenhuma categoria definida, e então depois dos grupos formados foram dados nomes às categorias.

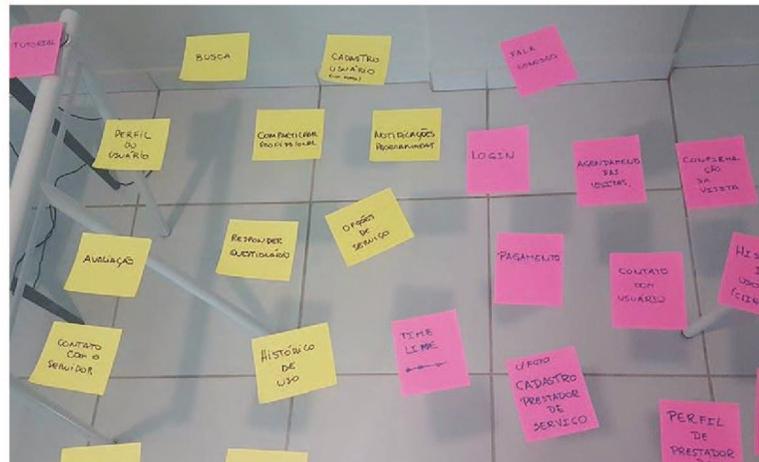


Figura 39: Processo Card Sorting

Fonte: Acervo Pessoal



Figura 40: Processo Card Sorting

Fonte: Acervo Pessoal



Figura 41: Processo Card Sorting

Fonte: Acervo Pessoal



Figura 42: Card Sorting Inicial - Fonte: Organizado pelo autor

O processo de Card Sorting foi aplicado com mais três pessoas, nas fotos podemos observar que cada pessoa organizou e reagrupou os cards de formas diferentes, fato este que gera novas opções de compreensão do projeto, pelos olhos dos usuários. A participação dos usuários durante a aplicação desse método é importante; uma vez que o aplicativo é desenvolvido para os usuários, nada mais interessante do que os próprios usuários participem e opinem sobre o projeto, ajudando o designer a melhorar a percepção da navegação dentro do projeto.

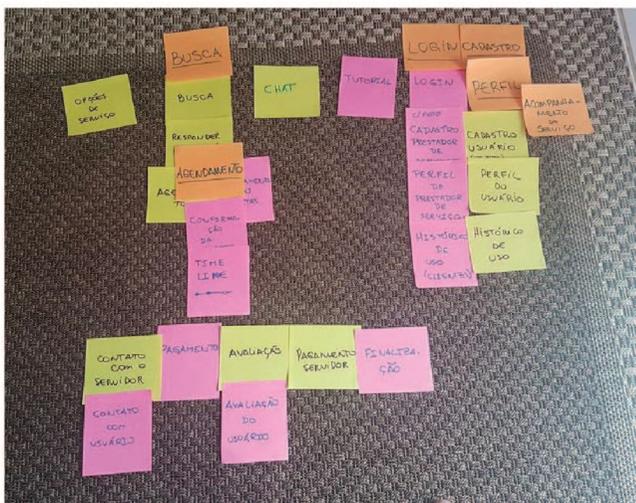


Figura 43: Processo Card Sorting - Pessoa 1
Fonte: Acervo Pessoal

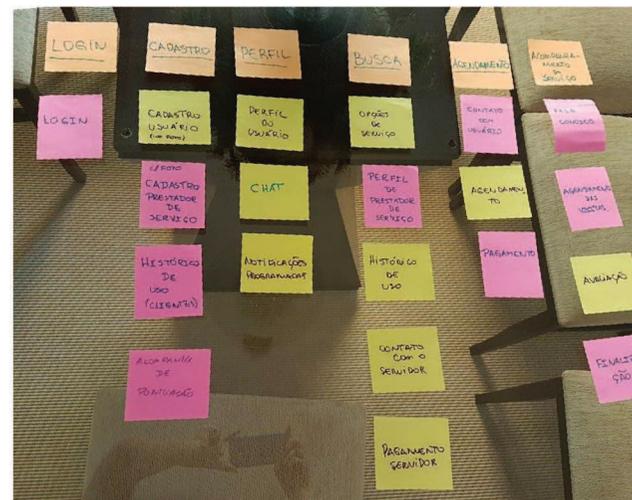


Figura 44: Processo Card Sorting - Pessoa 2
Fonte: Acervo Pessoal

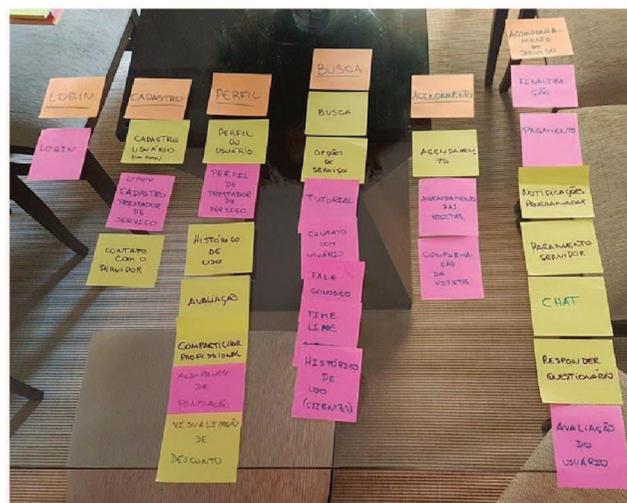


Figura 45: Processo Card Sorting - Pessoa 3
Fonte: Acervo Pessoal

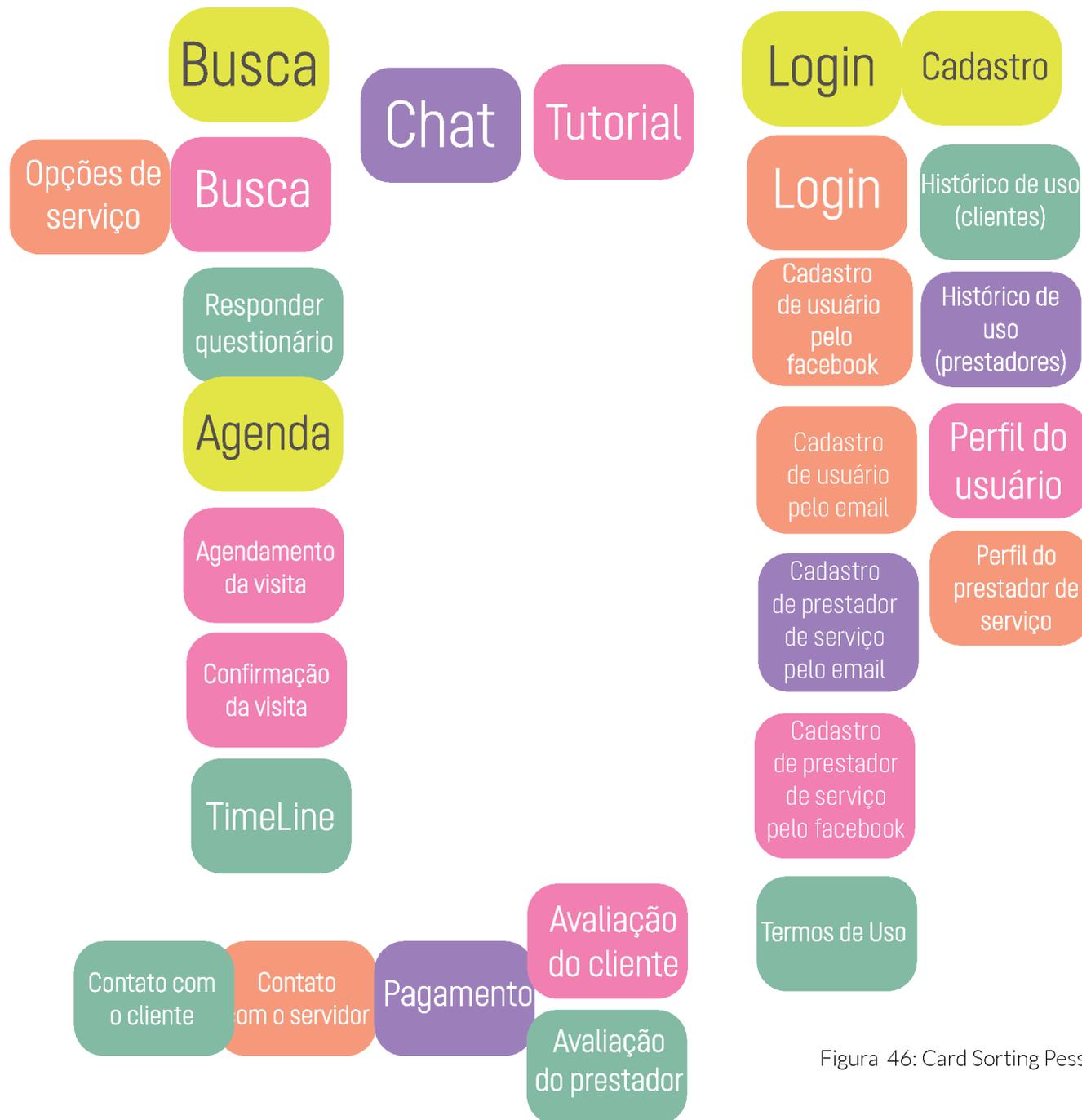


Figura 46: Card Sorting Pessoa 1 - Fonte: Organizado pelo autor

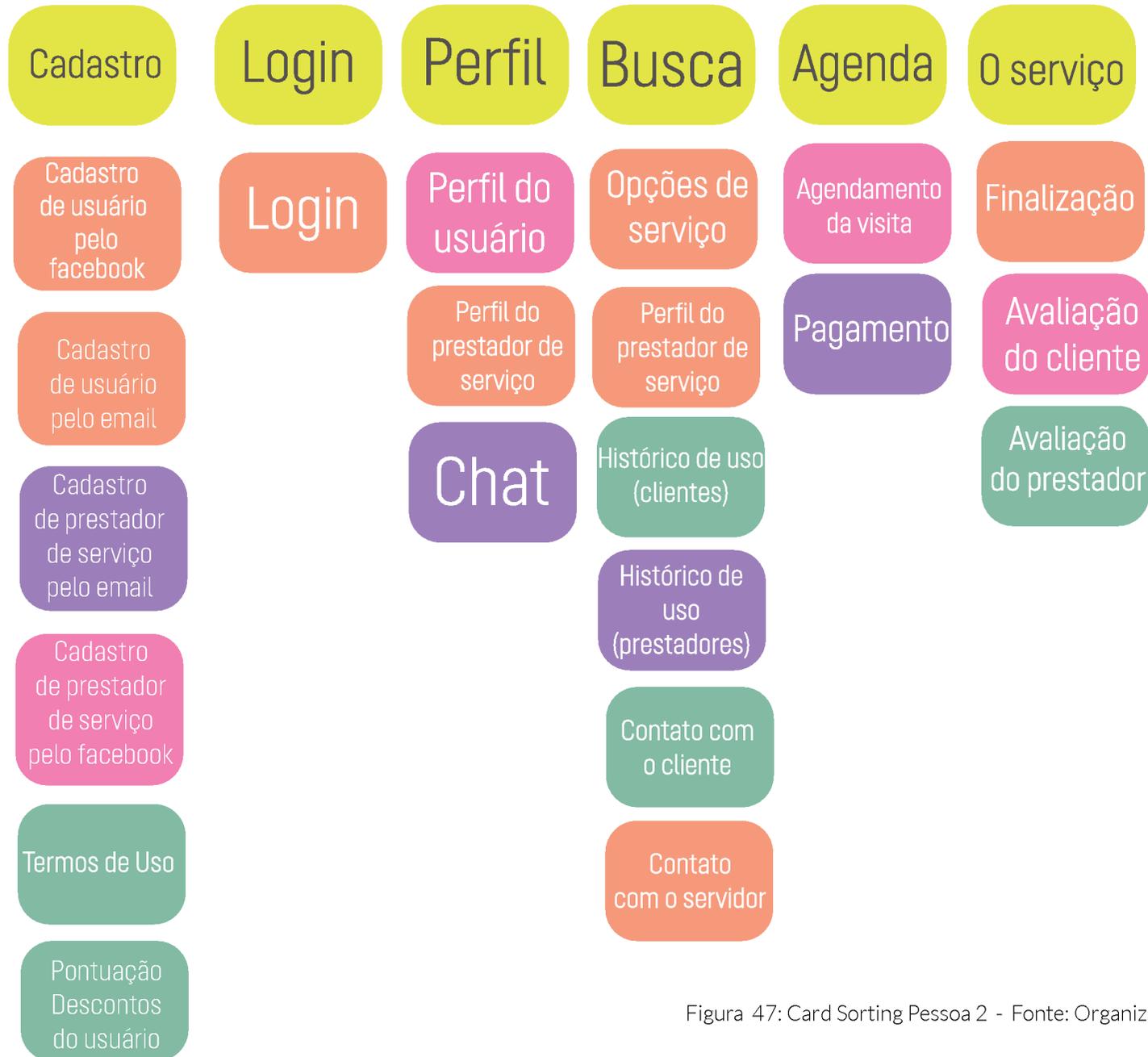


Figura 47: Card Sorting Pessoa 2 - Fonte: Organizado pelo auto



Figura 48: Card Sorting Pessoa 3
 Fonte: Organizado pelo autor

60 - CONTEÚDO E ESPECIFICAÇÕES FUNCIONAIS

Após a finalização do processo, os quadros gerados como resultados foram esses. Esses quadros são uma pré-definição da taxonomia do aplicativo, ou seja, é uma primeira visualização das categorias, estruturas e hierarquia do aplicativo. O Card Sorting é um dos pilares da arquitetura da informação, e é de extrema importância para a construção da estrutura de navegação do aplicativo, pois através dele será desenvolvido o 'menu' do projeto, as funções para que o serviço se efetive.

Esses quadros não são considerados um resultado final, mas um ponto de partida para a arquitetura de informação do aplicativo, que será analisada e produzida mais detalhadamente com outras ferramentas de design próprias para tal.

4

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

Etapa de construção e estudo da estrutura primária do aplicativo e seus fluxos de funcionamento.

Métodos:
- Site Map.

4- Arquitetura da Informação

4.1 - Site Map

Segundo Fabrício Teixeira (2015, p.57), Site Map é:

Um dos métodos mais conhecidos de Ux. Consiste em um diagrama das páginas de um site organizadas hierarquicamente. Ajuda a visualizar a estrutura básica e a navegação entre as diferentes partes do sistema.

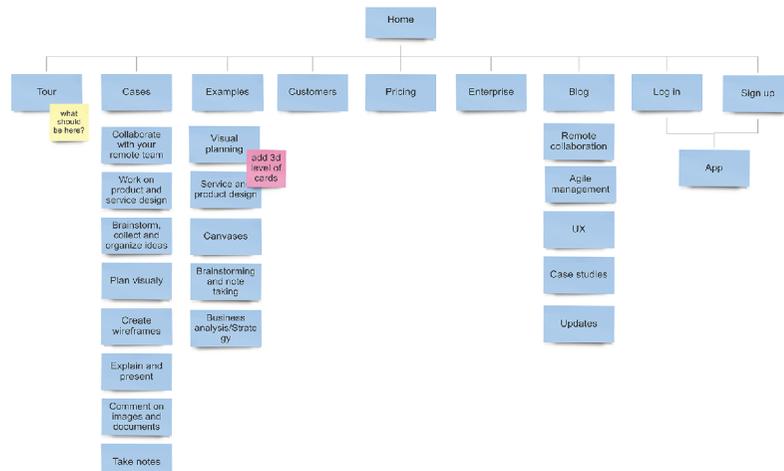


Figura 49: Site Map

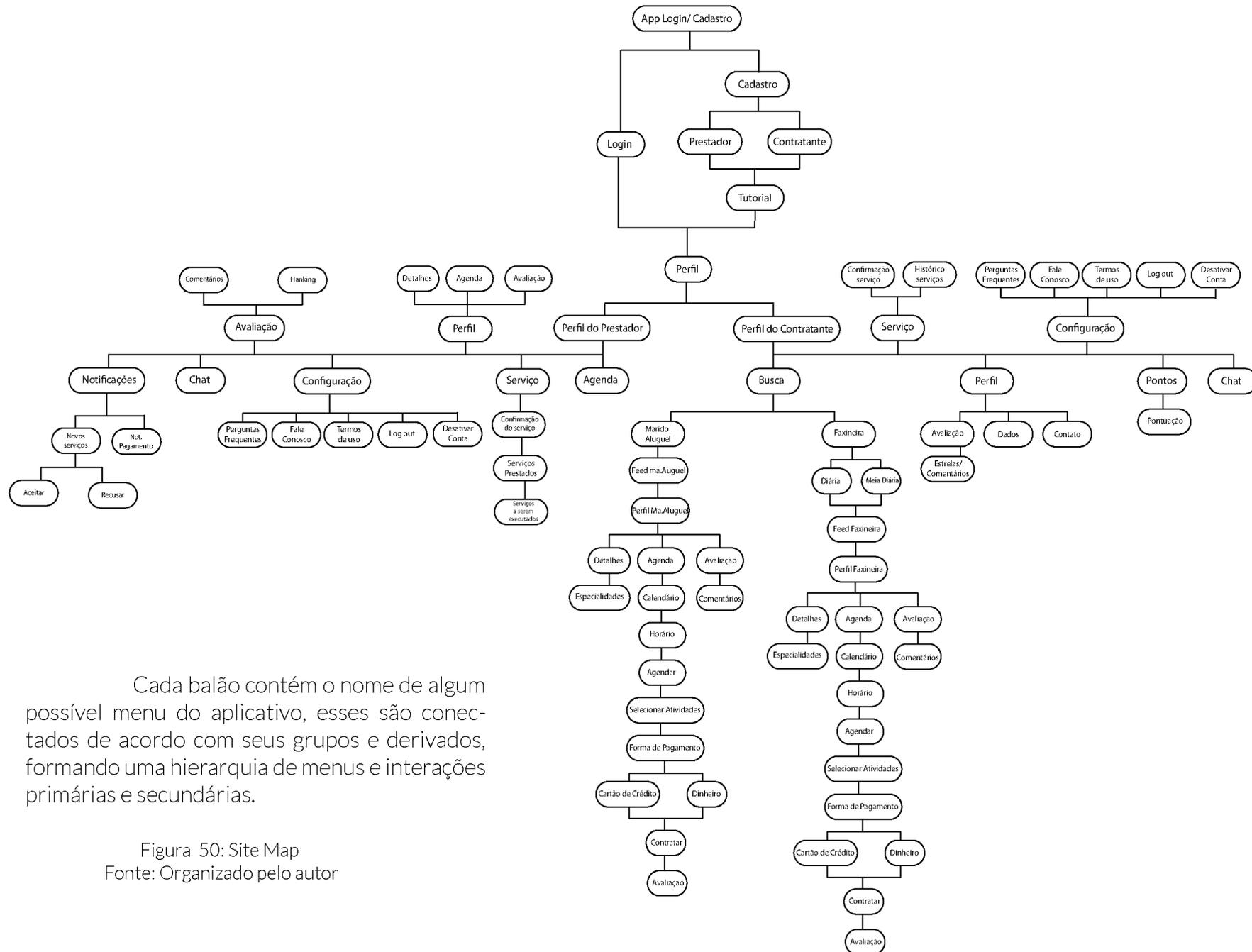
Fonte: <https://realtimeboard.com/examples/sitemap/>

O processo do site map foi desenvolvido afim de se estabelecer uma primeira base de como seriam os “menus” do

aplicativo e como seria o fluxo de funcionamento. O site map é feito com base no card sorting e é utilizado para que conseguimos visualizar o caminho que o usuário irá percorrer durante a experiência, e futuramente será este fluxograma que irá dar a base principal de funcionamento do aplicativo.

O desenvolvimento do site map é feito com base no card sorting, no qual se vai destrinchando os menus criados no processo anterior e traçando o fluxo das ações. A importância desse método está em traçar e delimitar as ações principais e as ações que serão secundárias, além de facilitar o desenvolvimento e as sequências de tela do aplicativo.

O Site map é a base para o início da criação dos wireframes.



Cada balão contém o nome de algum possível menu do aplicativo, esses são conectados de acordo com seus grupos e derivados, formando uma hierarquia de menus e interações primárias e secundárias.

Figura 50: Site Map
 Fonte: Organizado pelo autor

5 NAVEGAÇÃO E PROTOTIPAGEM

Etapa de teste e criação dos wiframes e prototipagem.

Métodos:

- Wiframes;
- Prototype.

5- Navegação e Prototipagem

5.1 - Wiframes

Segundo Fabrício Teixeira (2015, p.66), Wiframes são:

Um guia visual que representa a estrutura da página, bem como sua hierarquia e os principais elementos que compõem.

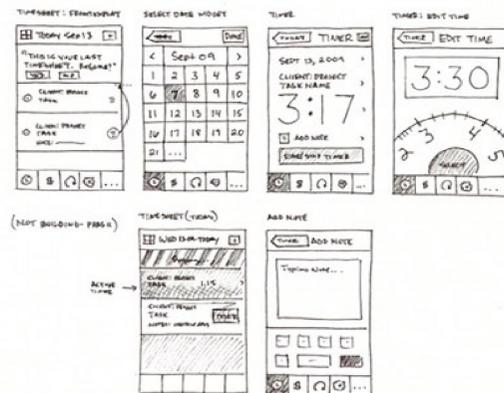


Figura 51: Wiframe
 Fonte: <https://aerolab.co/udacity>

Podemos dizer que os wiframes são os primeiros esboços do projeto, seu objetivo é organizar os elementos para que depois se construa o design final. Os wiframes devem transmitir os funcionamentos e ações do projeto de uma forma básica. Fabricio Texeira em seu livro Introdução e boas práticas em Ux Design, faz um relação do processo de criação de um aplicativo

com o processo de construção de uma casa. No qual os wiframes são relacionados diretamente com planta baixa da construção da casa, precisa primeiro estabelecer a estrutura da base e delimitar os espaços para depois se erguer as paredes e finalizar os detalhes. No processo de criação desse projeto os wiframes são as nossas “plantas baixas”, e é nelas que vamos estabelecer os espaços de interações, ações principais, ações secundárias, menus e o fluxo que deverá ser percorrido pelo usuário.

Durante o processo de criação dos wiframes alguns fatores precisam ser levados em consideração, são eles: o objetivo principal do projeto (ação principal), ações secundárias, usabilidade, o público alvo (com base nas personas) e as interações (como o usuário irá interagir com as ações propostas pelo aplicativo e como essas mudanças vão ser de acordo com cada interação). Perguntas como: “O que eu quero que meu usuário veja primeiro?” ou “Quais informações eu preciso colocar em destaque para facilitar e minimizar os erros do meu usuário?”, podem facilitar durante este processo inicial de criação dos wiframes.

Os wiframes devem mostrar: a hierarquia da interface, a disposição das informações na tela, os menus e elementos de navegação, o comportamento das telas de acordo com as interações e as variações e diferentes estados da interface. Importante lembrar que os wiframes não são o layout final, e desse modo normalmente eles são feitos em escala de cinza e sem imagens. Eles podem ser feitos com papel e lápis, onde o designer vai desenhando e “rabiscando” como seriam as telas ou pode ser criado digitalmente.

Através desse método conseguimos aprimorar o projeto, agilizar o processo de criação e o processo de desenvolvimento da interface.

Para este projeto os wiframes foram feitos inicialmente no papel, porém como o número de telas e interações eram muitos, os wiframes passaram a ser feitos em uma plataforma digital específica (Abode Xd).

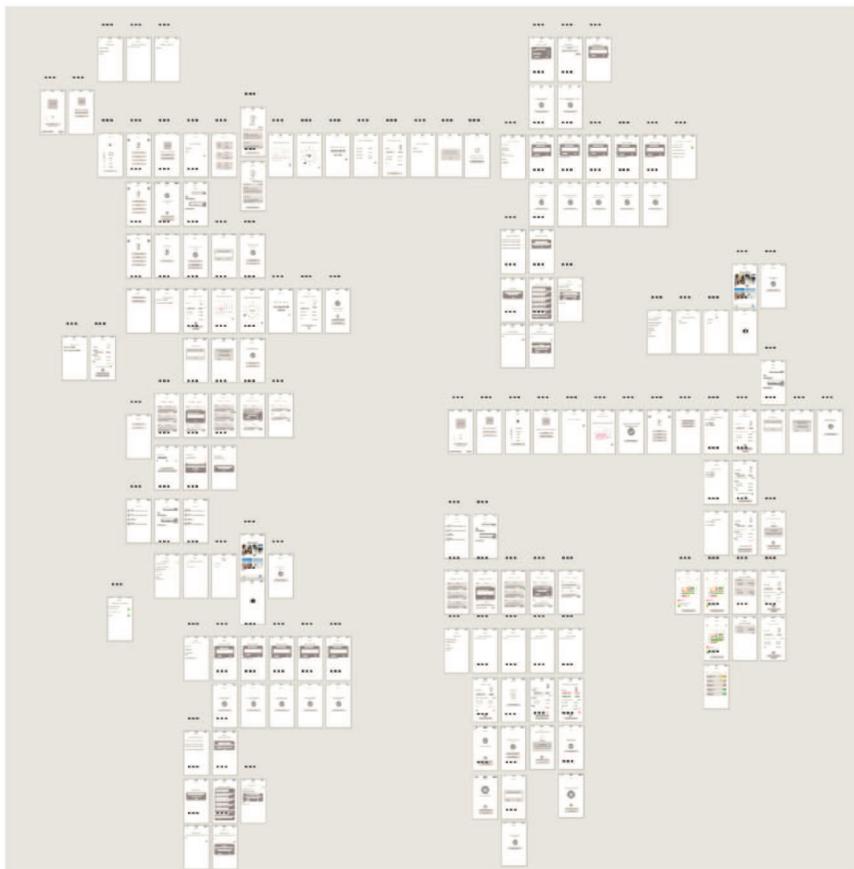
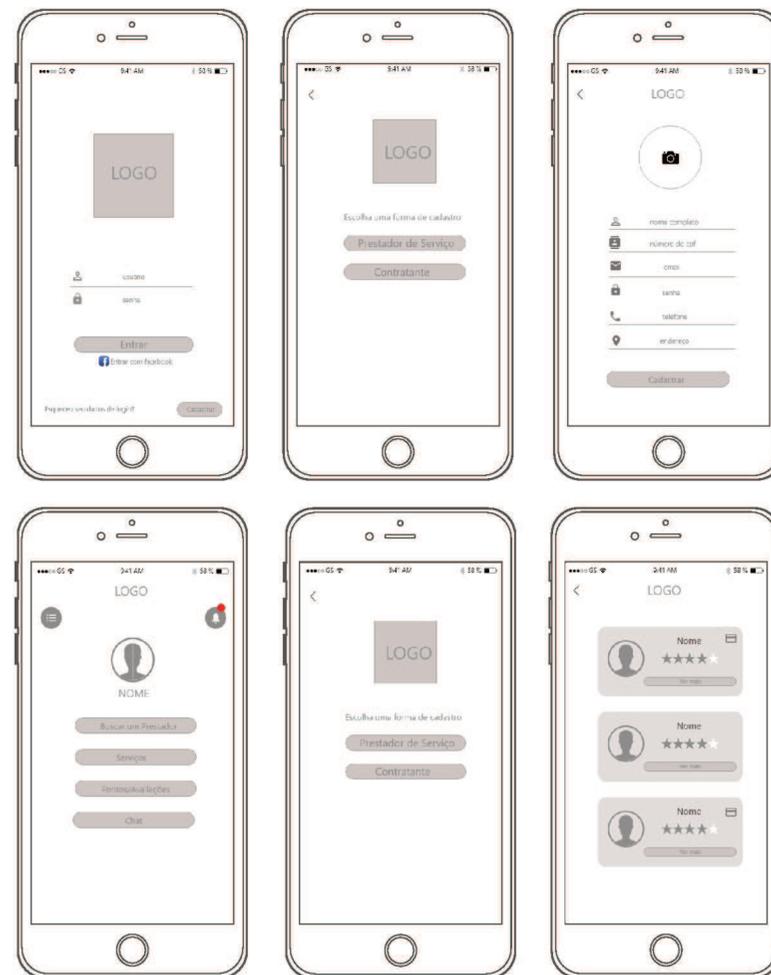


Figura 52: Wiframes Visão Geral
Fonte: Desenvolvido pelo autor

No desenvolvimento dos wiframes as ações definidas inicialmente no card sorting e no site map passam a ter características visuais e as serem organizadas. Neste projeto a ação principal é a busca por prestadores e serviços (por parte dos contratantes) e de capacitação/confirmação de serviços (por parte dos prestadores de serviços). Ações secundárias: cadastro, avaliação, comentários, notificações e configurações. A seguir algumas telas específicas:



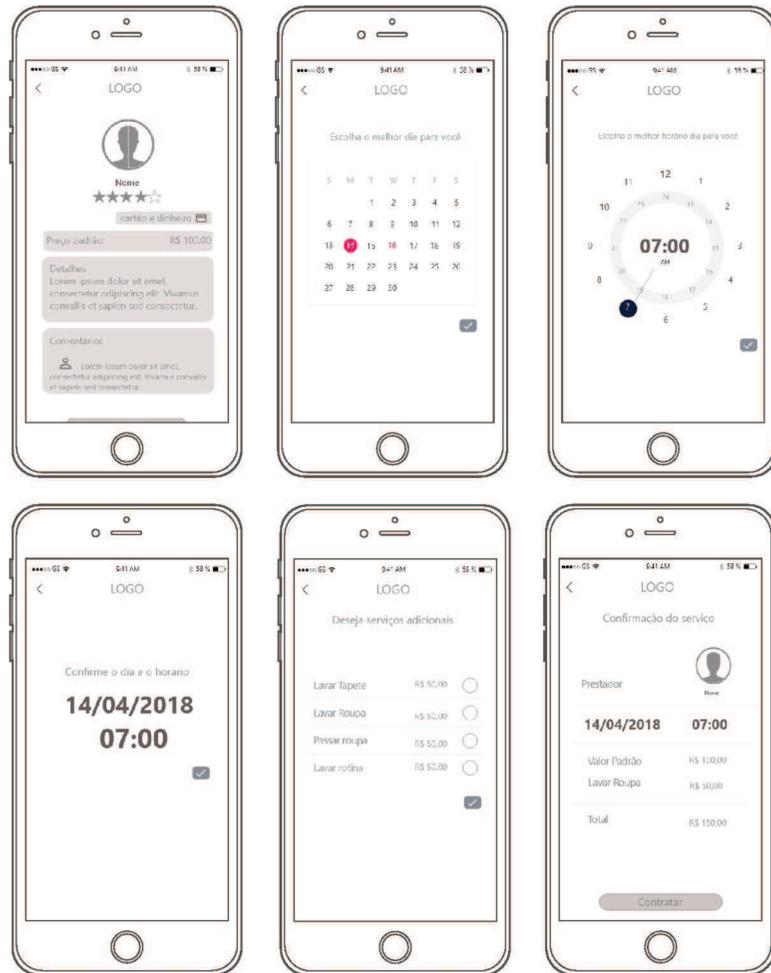


Figura 53: Wiframes de Telas de Cadastro e Perfil
 Fonte: Desenvolvido pelo autor

Para ver as demais telas dos wiframe mais detalhadas veja o Anexo 1.

5.2 - Prototype

Protótipos são a materialização de uma ideia de forma rápida, para que possa ser aprimorada antes do desenvolvimento ou de ser replicada em larga escala. Pode-se dizer que é um experimento. Protótipos navegáveis são aqueles construídos de acordo com os princípios da matéria digital: ao contrário de documentos estáticos, no protótipo navegável você clica e – como diz o nome – navega. (NAHRA, 2018).

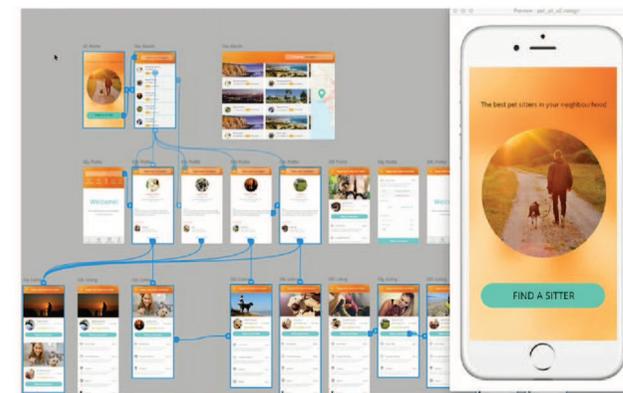


Figura 54: Prototipagem
 Fonte: https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/0*p97D9y1iBYi61Rjy.jpg

A criação do protótipo navegável está diretamente relacionada com a criação dos wiframes, essas duas ações andam juntas na construção do projeto. Logo podemos dizer que todo wiframe em algum momento irá se tornar um protótipo navegável. A vantagem e a importância do protótipo navegável está na facilidade e na praticidade de se compreender o projeto. Uma vez que estamos falando sobre um projeto de interface digital, ter um protótipo que permite que o usuário/designer navegue e simule as interações, se torna muito mais fácil de explicar e compreender o objetivo do projeto.

Para este projeto foi criado um primeiro protótipo navegável a partir do wiframes, e através dessa experiência foi possível lapidar cada vez mais o protótipo final. A ferramenta usada para desenvolver os protótipos foi o Abode Xd, para fazer essa simulação acontecer é necessário linkar um botão/tela/ícone a uma próxima ação, ao linkar e relacionar todas as ações no final você tem um fluxo que será o caminho pelo qual o usuário irá percorrer.

Como dito anteriormente a principal vantagem do protótipo é a possibilidade de interação, nele o usuário/designer consegue clicar e interagir, porém essa interação é limitada, não se consegue digitar ou selecionar algo. Mas através dele se consegue transmitir com mais fidelidade como o produto funcionará em sua versão final, e a medida com que o designer vai transformando o wiframe (desenho estático) para um protótipo (desenho interativo) se consegue detectar possíveis erros e corrigi-los.

Acesse os links para visualizar os primeiros protótipos:

- <https://xd.adobe.com/view/6a1939d5-e791-497c-79ac-c0a1869c641f-1c28/?fullscreen>

- <https://xd.adobe.com/view/6f90590f-a1ac-459f-7a91-58474f96d82d-19a1/?fullscreen>

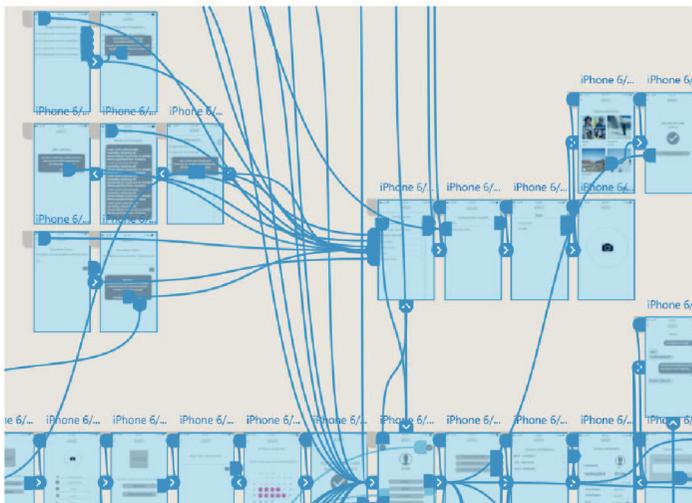


Figura 55: Prototipagem do projeto
Fonte:Desenvolvido pelo autor

6 UI DESIGN

Etapa do desenvolvimento e construção dos elementos de design.

Métodos:

- Moodboards;
- Ui elements;
- Style Guides.

6 - Ui Design

6.1 - MoodBoards

Segundo Fabrício Teixeira (2015, p.52), Moodboards são:

Uma coleção de imagens e referências que eventualmente se transformarão no estilo visual do produto.



Figura 56: MoodBoards

Fonte: <https://blogimagesxyz.blogspot.com/2016/10/design-patterns-of-gents-suits.html>

Os moodboards são usados durante o processo criativo com o intuito de organizar e selecionar imagens, cores, ícones, frases e outros elementos que poderão se tornar uma referência para o projeto final ou até mesmo fazer parte dele. Através dos moodboards o designer transmite a “cara” que aquela interface irá ter.

A vantagem e importância que esse método apresenta é a de facilitar no momento de montar o projeto final. Uma vez que o designer já tem selecionado o estilo e por qual segmento estético ele irá conduzir o projeto através do moodboard, a criação e execução do resultado final se torna mais dinâmica e ágil.

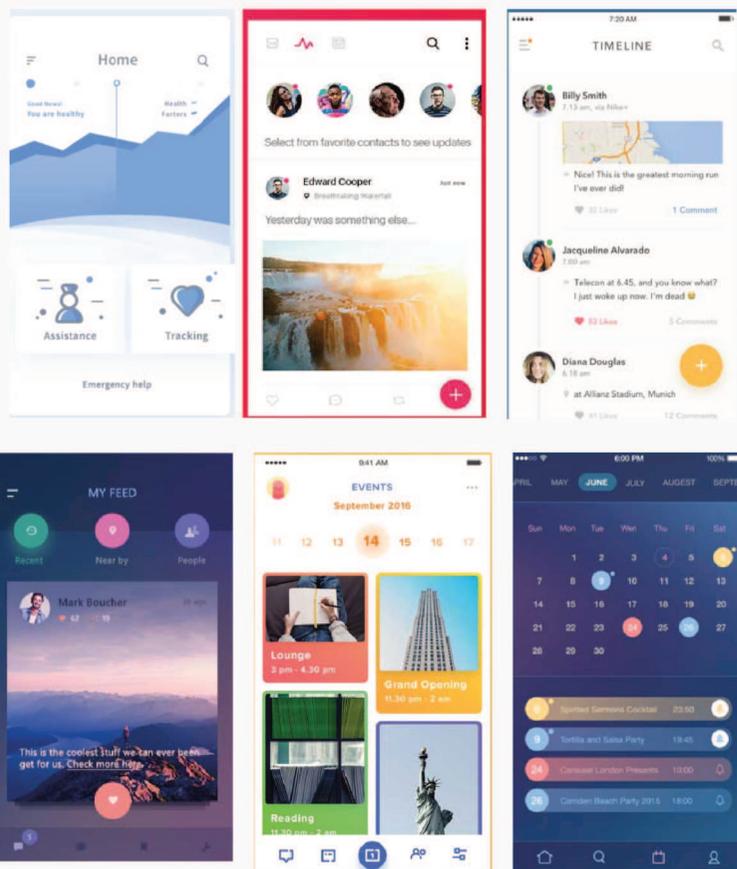
A construção dos moodboards desse projeto foi feita através de pesquisas de inspiração, vendo e analisando outros projetos quanto a estética e a partir dessa análise o que poderia ser aproveitado ou não para o projeto final. Por se tratar de uma interface digital para busca e interação entre prestadores de serviços domésticos e os contratantes, a ideia dos moodboards foi colocar elementos que remetessem as profissões de marido de aluguel e diarista. A paleta de cores proposta se dividiu em duas opções diferentes, uma opção com cores mais sóbrias e outra com cores mais vivas e claras, essas cores serão aplicadas e testadas para se definir qual a melhor opção para o resultado final.

Os elementos circulares foram destaque no moodboard e provavelmente todos os ícones e botões do projeto final vão apresentar esse acabamento arredondado. As palavras chaves anexadas ao moodboard tem como objetivo reproduzir a ideia de um pequeno e simples brainstorming, para que o conceito e o objetivo principal do aplicativo não seja esquecido durante o processo de criação.

Importante lembrar que o moodboard é somente uma primeira ideia de como serão os elementos do projeto, e que durante as próximas etapas eles poderão ir se modificando de acordo com os testes de aplicação feitos.

MOODBOARDS

Inspiração de telas e elementos



Cores



Palavras chaves

DIARISTA

MARIDO DE ALUGUEL

LIMPEZA

PRATICIDADE

FACILIDADE

CASA

FAMÍLIA

CUIDADO

SEGURANÇA

AMOR

Ícones



Figura 57: MoodBoards do projeto
Fonte: Desenvolvido pelo autor

6.2.1 - Ui Elements

Ui Design: UI Design, ou User Interface Design (Design de Interface do Usuário), é o meio pela qual uma pessoa interage e controla um dispositivo, software ou aplicativo. Esse controle pode ser feito por meio de botões, menus e qualquer elemento que forneça uma interação entre o dispositivo e o usuário. (MATIOLA, 2018).



Figura 58: Ui design

Fonte: https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1*Asobnxejkl99Pde8Td1ajg.png

O design da interface é o início da construção do projeto final, é através dele que irá se transmitir toda o conceito visual da interface. Porém não se pode levar somente em conta a parte estética, os elementos devem ser funcionais e transmitir os conceitos de usabilidade dentro do projeto.

6.2.2 - Ui Elements do Projeto

O início das escolhas dos elementos de Ui para este projeto tiveram como start a escolha do nome do aplicativo e a criação do logo.

Nome do Aplicativo

Como a principal função do aplicativo é facilitar a busca/interação entre prestadores de serviços domésticos e seus usuários, o nome teria que transmitir essa função e ser de fácil pronuncia e compreensão por ambas as partes. Depois de um brainstorming com várias palavras relacionadas ao projeto, o nome escolhido foi: Tá na mão!

A ideia do nome é disseminar a facilidade, praticidade e agilidade que o aplicativo irá trazer para o cotidiano dos usuários. “Tá na mão!” é uma gíria utilizada pelos brasileiros como forma de confirmação, rapidez e facilidade.

O Logo

O conceito do logo é transmitir a interação entre o prestador de serviços e o usuário. Durante o processo de criação vários sketches foram feitos tentando fazer uma união entre o desenho de uma mão (que estaria representando os prestadores de serviços) e uma casa (que representaria o contratante e o local onde esses serviços são prestados).

A ideia inicial era utilizar somente símbolos e elementos gráficos, porém conforme o logo foi se desenvolvendo foi necessário colocar a tipografia junto, como uma forma de complemento e destaque para a marca.

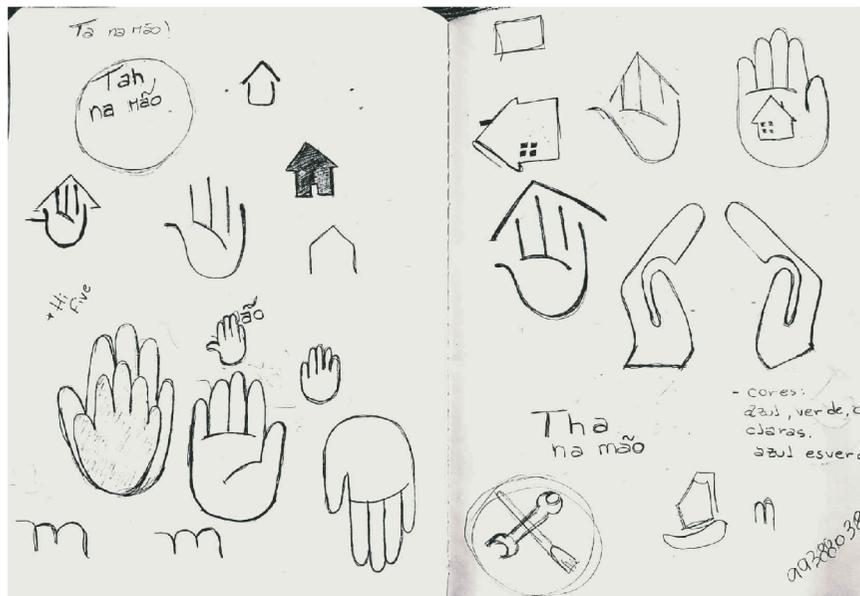


Figura 59: Alguns Skechts do desenvolvimento do Logo
 Fonte: Desenvolvido pelo autor.



Figura 60: Logo Final
 Fonte: Desenvolvido pelo autor.

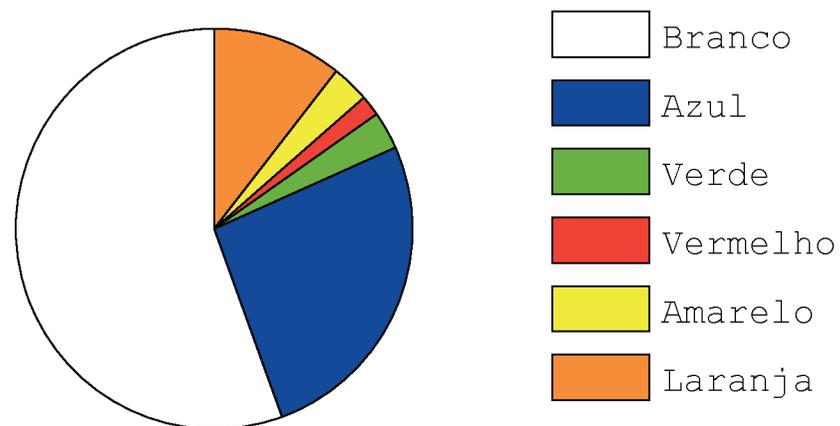
Após o desenvolvimento do logo o processo de escolha e testes dos elementos de Ui se iniciaram. A seguir a explicação de cada escolha:

Paleta de Cores

Para a escolha da paleta de cores do aplicativo foi realizado uma pesquisa rápida através de uma plataforma na internet, onde 65 pessoas deveriam assinalar a primeira cor que vinha a sua cabeça de acordo com as palavras chaves propostas.

Pergunta 1.

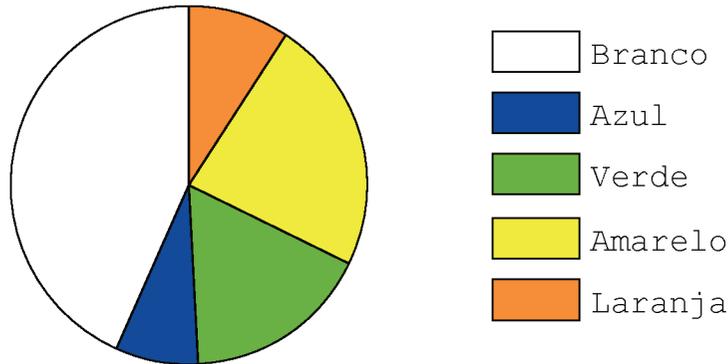
Qual a primeira cor que vem a sua mente quando você lê a palavra: LIMPEZA?



LIMPEZA - BRANCO

Pergunta 2.

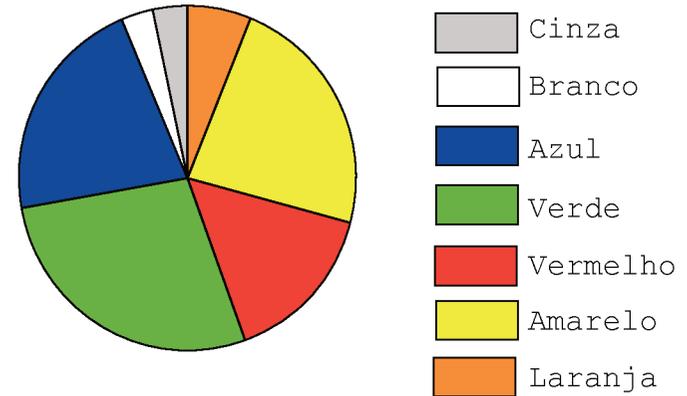
Qual a primeira cor que vem a sua mente quando você lê a palavra: CASA?



CASA - BRANCO

Pergunta 4.

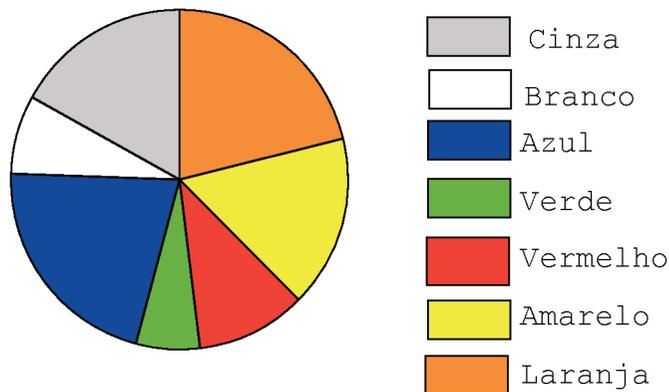
Qual a primeira cor que vem a sua mente quando você lê a palavra: AGILIDADE?



AGILIDADE - VERDE

Pergunta 3.

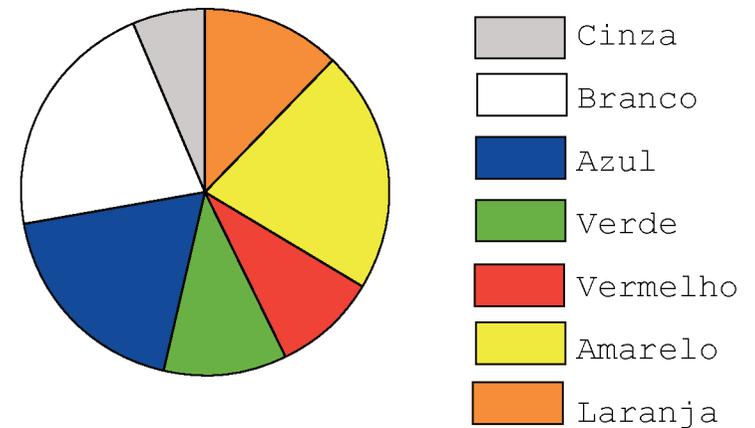
Qual a primeira cor que vem a sua mente quando você lê a palavra: PRESTAÇÃO DE SERVIÇO?



PRESTAÇÃO DE SERVIÇO - LARANJA/AZUL

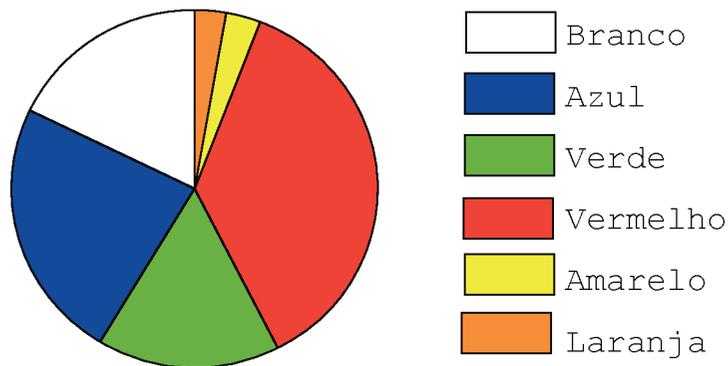
Pergunta 5.

Qual a primeira cor que vem a sua mente quando você lê a palavra: PRATICIDADE?



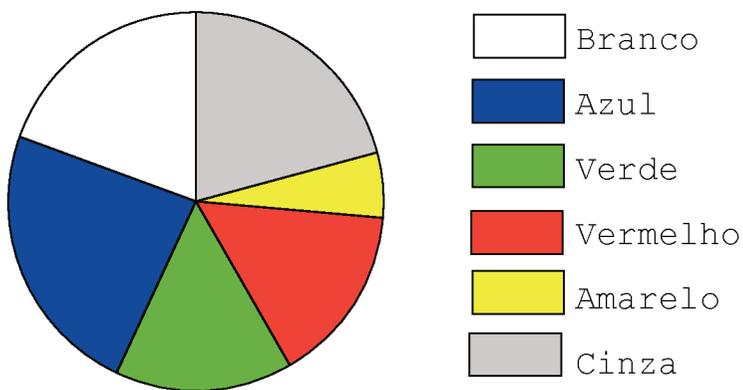
PRATICIDADE - BRANCO/AMARELO

Pergunta 5.
Qual a primeira cor que vem a sua mente quando você lê a palavra: FAMÍLIA ?



FAMÍLIA - VERMELHO

Pergunta 6.
Qual a primeira cor que vem a sua mente quando você lê a palavra: SEGURANÇA ?



SEGURANÇA - AZUL

Após a pesquisa feita se observou que as cores que se repetiram em mais de uma palavra foram: Branco e Azul. As tonalidades das cores Laranja, Amarelo e Vermelho apareceram separadamente como correspondência a algumas palavras, uma vez que essas cores derivam da mesma família, foram levadas em consideração no momento dos testes de cor.



Figura 61: Teste paleta de cores no logo
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Alguns testes quanto as cores e contrastes foram realizados, e então se chegou à conclusão de trabalhar com um degradê entre o Azul e o Vermelho no fundo com uma opacidade de 67% e os elementos (casa e mão) permaneceriam brancos. Portanto a paleta de cores definida no final da pesquisa e testes foi:

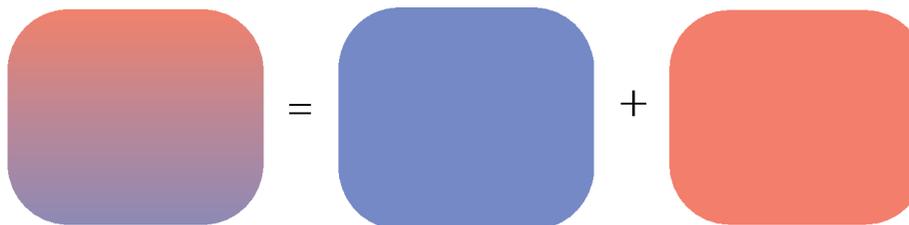




Figura 62: Aplicação da paleta de cores no Logo
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Ícones e Botões

Os ícones e botões escolhidos apresentam o padrão do acabamento arredondado, seguindo o padrão de curvas dos elementos do logo. As cores utilizadas nesses elementos seguem a paleta de cores, porém para os ícones e botões não foram utilizados o degradê e sim as cores sólidas: Azul, Vermelho e Branco. Foi utilizado também elementos vazados e elementos somente com o contorno.

A ideia é que o aplicativo tivesse elementos simples e de fácil compreensão, a utilização de ícones faz com que o entendimento do usuário em relação a ação proposta seja mais rápida, otimizando o tempo que o mesmo passa dentro do aplicativo.

Os botões são usados durante todo o processo pelo qual o usuário irá percorrer dentro do aplicativo, as vezes uti-

lizados com tipografias e outras utilizados com ícones. As cores dos botões também se dividem entre as cores sólidas: Azul, Vermelho e Branco. Nos botões de cor branca foi utilizado um sombreado preto com opacidade de 16% com o intuito de destacar o botão do fundo branco da tela.

Outro elemento utilizado são boxes de interação que aparecem no decorrer do processo como resposta, confirmação, orientação e alerta a alguma ação desenvolvida pelo usuário. O padrão de cor criado para esses boxes foi o mesmo degradê da paleta de cores, porém com uma opacidade de 41%, alguns desses boxes são brancos com um sombreado preto com opacidade de 16%.

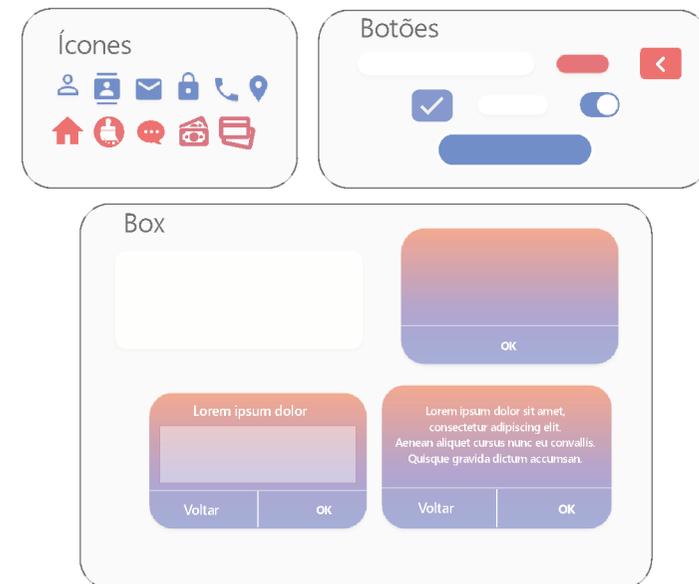
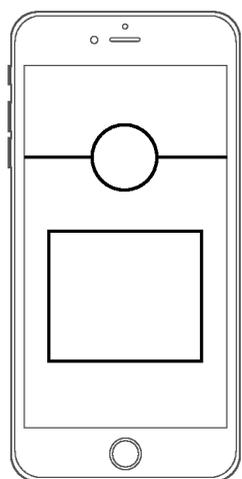


Figura 62: Ícones, botões e boxes do projeto
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Composição das Telas

Para a composição das telas se estabeleceu um grid padrão e algumas variações desse grid foram feitas quando havia alguma mudança na ação, afim de mostrar visualmente para o usuário que a ação estava se modificando. A seguir o grid padrão e algumas telas para exemplificar:



O grid padrão foi criado para que na parte superior estivesse o degradê da paleta de cores e o nome do aplicativo em Branco e o restante da tela com o fundo branco para que o usuário não ficasse cansado durante a permanência dentro da interface, sendo usado como área de respiro.

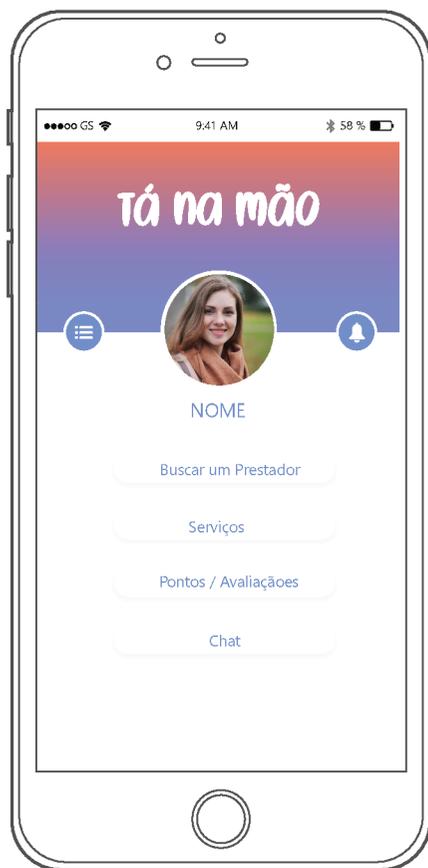
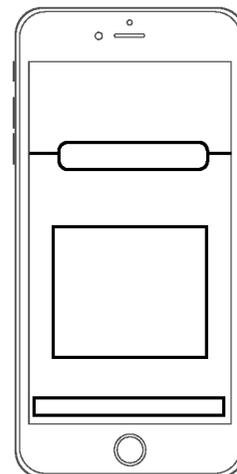


Figura 63: Grid/Composição
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

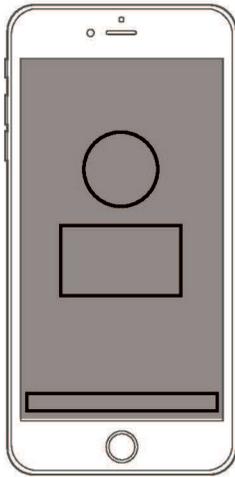


Uma variação do grid padrão é quando se retira a imagem e é adicionado uma tipografia para direcionar o usuário sobre qual ação ele deve fazer. No rodapé foi adicionado uma barra fixa de atalhos, afim de facilitar a volta ao menu principal e deixar fácil o acesso as principais e mais frequentes ações.

Outra observação importante em relação a composição de telas é que no topo da maioria das telas irá conter o nome do aplicativo e em baixo dele uma descrição da ação, categoria ou menu que o usuário está. Como exemplificado na imagem acima, onde abaixo do logo está escrito Marido de Aluguel, alertando e informando o usuário que ele está no menu para escolher um marido de aluguel.



Figura 64: Grid/Composição 2
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

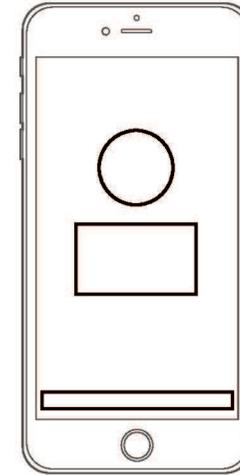


Esta composição é usada em poucas telas, geralmente para avisar ao usuário que ele deve aguardar ou avisar uma confirmação, cancelamento e fim da experiência. A ideia desta composição foi retirar os espaços branco e deixar o fundo com cor total, para chamar a atenção do usuário que a ação mudou, e para que ele preste atenção no próximo passo.

A barra de atalhos no rodapé se faz presente ao longo de todos os processos e o uso de ícones para informar as interações são utilizados ao longo de todo o caminho pelo qual o usuário irá percorrer.



Figura 65: Grid/Composição 3
Fonte: Desenvolvido pelo autor.



Esta composição é utilizada para os menus secundários dentro de cada ação. O fundo branco é utilizado como área de respiro e também para deixar a experiência mais leve e simples. Importante observar que em todas as telas existe a opção do botão de voltar, trazendo para o usuário a facilidade de navegação e usabilidade.



Figura 66: Grid/Composição 4
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Uma observação a ser feita nesta tela é a barra de atalho, que aqui aparece com somente três opções. Quando o usuário estiver em uma tela que corresponde a um dos ícones contidos na barra de atalho, esse ícone desaparece. Na tela acima, o ícone de busca (lupa) foi retirado, pois o usuário já está no menu de busca.

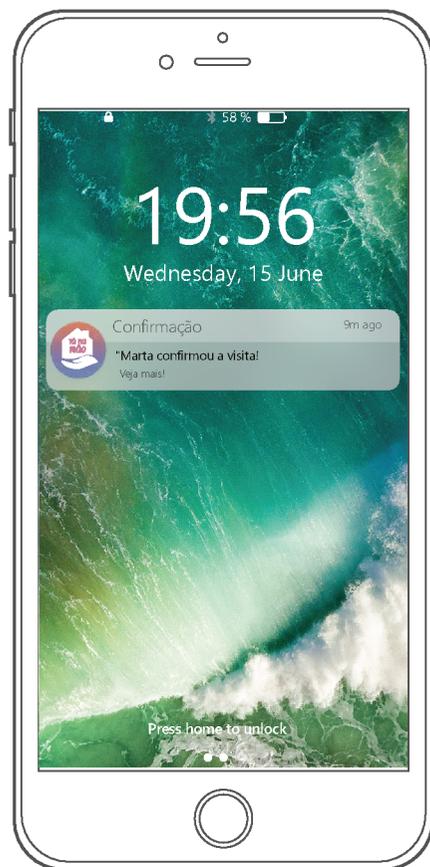


Figura 67: Notificação
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

Quando a tela do celular estiver bloqueada, as notificações do aplicativo vão aparecer de acordo a imagem ao lado. Essas notificações podem ser de confirmação, cancelamento, alerta ou conversas do chat, elas iram aparecer nos dois tipos de perfis, dos contratante e dos prestadores de serviços. As notificações facilitam as interações dos usuários com o aplicativo, e servem de alertas para as ações realizadas dentro da interface.



Os ícones apresentados acima, são utilizados como barra de atalho para os usuário que se cadastram como contratantes. Estão presentes em quase todas as telas da interface, e elas representam as principais atividades e funções dentro do aplicativo.

- A casa: simboliza o perfil do contratante;
- A lupa: simboliza a ação de pesquisa, ou seja, pesquisar por um prestador de serviço;
- O balão: é o atalho para o chat;
- O sino: atalho para as notificações.



Para o perfil dos prestadores de serviços existe a mesma barra de atalho porém com uma mudança:

- A casa: simboliza o perfil do prestador de serviço;
- A ferramenta: representa todos os serviços que o prestador irá executar e os já executados, é central de serviços;
- O balão: é o atalho para o chat;
- O sino: atalho para as notificações.

Tipografia

A escolha da tipografia foi feita através de testes de compreensão, visualização e usabilidade. Após os testes feitos a fonte escolhida para ser utilizada dentro do aplicativo foi: Segoe Ui. Em todas as telas foi utilizado somente esta fonte, e suas variações de tamanhos e tipos (regular, bold, semi-bold). Foi utilizado as variações da fonte em bold para título de menus e direcionar a ação ao usuário, as semi-bold foram utilizadas em ações secundárias ou informações/alertas, e o modo regular foi utilizado para os conteúdos e ações padrões.

Segoe Ui -13 - Regular

Segoe Ui - 17 - Semibold

Segoe Ui - 20 - Regular

Segoe Ui - 24 - Bold

Segoe Ui - 27 - Semibold

Segoe Ui - 31 - Bold

Para compreender melhor o funcionamento do aplicativo assista os vídeos contidos no Anexo 2.

Para visualizar e interagir com o aplicativo Tá na mão acesse o link:

<https://xd.adobe.com/view/d27e6a07-23a1-46cc-5824-ec-64f263447a-a44f/?fullscreen>

6.3 - Style Guide

O UI Style Guide serve como um guia visual e ajuda a manter toda a equipe na mesma página. Isso oferece um ponto de partida flexível para ajudar a definir como um estilo visual será aplicado em um projeto, incluindo interfaces de usuário orientadas para desktop e celulares, tudo isso em uma maneira acessível que os clientes possam compreender. (NUNES, 2018)



Figura 68: Style Guide

Fonte: <https://medium.com/inspiration-supply/style-guides-by-pro-designers-5605707afc07>

O style guide é o processo que fica entre o moodboards e o projeto final e este método consiste em catalogar todos os UI elementos que serão utilizados no aplicativo. As categorias que são abordadas no style guides são: paleta de cores, tipografia, ícones, estilo dos botões e variação de cor dos ícones e botões.

A criação do style guide gera muitos benefícios para o desenvolvimento final do projeto, entre eles: estabelece um padrão visual (o designer pode fazer variações mas deve trabalhar dentro dos limites daqueles padrões pré estabelecidos pelo style guide), agiliza o desenvolvimento no projeto final (uma vez que o designer já fez todos os teste de cor e dimensão através do style guide, a montagem da versão final se torna ágil) e permite a criação para outros devices (com o style guide já estabelecido fica mais fácil e prático fazer as adaptações para cada tipo de formato).

O style guide deste projeto foi desenvolvido e dividido seguindo as categorias:

- Ícones: que são todos os elementos que tem como objetivo comunicar visualmente a interação ou o que irá acontecer na próxima ação. O uso deles é importante pois facilita e reforça o objetivo da ação, minimizando dúvidas dos usuários. Muitas vezes os ícones são utilizados também para substituir uma informação escrita, otimizando o tempo do usuário.

- Botões: esses estão presentes durante todo o percurso da interface, eles são responsáveis por direcionar o usuário para a próxima ação. Existem vários tipos e formatos de botões, e eles devem ser usados e escolhidos de acordo com o objetivo que o designer queira transmitir. Os botões podem ser utilizados com tipografia, tipografia e ícone ou somente o ícone.

- Box: eles geralmente são uma resposta a uma ação

feita pelo usuário. Podem aparecer para informar, alertar, confirmar uma ação ou gerar uma ação secundária.

- Imagens/foto: essas são usadas para que o usuário se sinta parte da interface, esta ferramenta funciona como uma personalização da interface pelo usuário. Dentro do style guide é importante informar como esta irá aparecer e as diferentes dimensões, caso for necessário.

- Cores: a paleta de cores escolhida está relacionada com o tipo de informação/sensação que o designer queira transmitir para o seu usuário. Dentro do style guide elas devem vir descritas com seus códigos e variações.

- Tipografia: a escolha da tipografia deve ser feita através de testes de leitura, para que o usuário consiga ler as informações corretamente. No style guide ela aparece com todas as suas variações usadas, estilos e os tamanhos utilizados.

Portanto podemos dizer que o style guide é o manual técnico da interface, e sua importância está em facilitar e minimizar erros estéticos, como por exemplo, usar uma variação de cor diferente ou uma fonte diferente no projeto final.

STYLE GUIDE

Tá na mão

Ícones

Botões

Box

Dimensão das imagens

Cores

	#1D60E7 RGB: 29 96 231 67% OPACIDADE	#E3312D RGB: 227 49 45 67% OPACIDADE
	#1D60E7 RGB: 29 96 231 41% OPACIDADE	#E3312D RGB: 227 49 45 41% OPACIDADE
	#F3CED1 RGB: 243 206 209 41% OPACIDADE	#D77984 RGB: 215 121 132
	#A07FAD RGB: 160 127 173	#FFFFFF RGB: 255 255 255

Tipografia

Segoe Ui - 13 - Regular
 Segoe Ui - 17 - Semibold
 Segoe Ui - 20 - Regular
Segoe Ui - 24 - Bold
 Segoe Ui - 27 - Semibold
Segoe Ui - 31 - Bold

Figura 69 : Style Guide
 Fonte: Desenvolvido pelo autor



PESQUISA E VALIDAÇÃO

Etapa de validação e teste do projeto final

Métodos:

- Avaliação Heurística;
- Teste com usuários.

7 - Pesquisa e Validação

7.1 - Avaliação Heurística

Avaliação Heurística (originalmente proposta por Nielsen e Molich em 1990) é uma técnica de inspeção que ajuda a identificar problemas de usabilidade em uma interface. Em outras palavras, uma avaliação heurística pode ser definida como uma revisão da sua interface, levando em consideração os aspectos da experiência do usuário. (TREINAWEB, 2018).



Figura 70: Avaliação Heurística

Fonte: <https://www.treinaweb.com.br/blog/avaliacao-heuristica-o-que-e-e-como-conduzir/>

A Avaliação Heurística faz parte da etapa de validação da interface, onde depois da interface finalizada aplica-se essa avaliação para cercar possíveis problemas ou erros e a partir dela fazer uma revisão de acordo com os pontos abordados. Esta avaliação permite que o designer faça uma revisão em alguns dos principais pontos dentro de uma interface. Importante lembrar que a aplicação da avaliação Heurística não deve substituir os testes de usabilidade feitos com usuários reais, essas duas formas de validação se complementam.

As vantagens da aplicação da avaliação Heurística são: fornecer um feedback rápido e barato, pode ser feita em várias fases do projeto para colher diferentes feedbacks do processo e pode ser utilizado como complemento para mais de uma forma de avaliação ou teste.

A avaliação consiste em uma lista de tópicos com vários pontos a serem analisados entre eles:

- Diálogos simples e naturais: deve-se apresentar exatamente a informação que o usuário precisa no momento, nem mais nem menos. A seqüência da interação e o acesso aos objetos e operações devem ser compatíveis ao modo pelo qual o usuário realiza suas tarefas.

- Falar a linguagem do usuário: a terminologia deve ser baseada na linguagem do usuário e não orientada ao sistema. As informações devem ser organizadas conforme o modelo mental do usuário.

- Minimizar a sobrecarga de memória do usuário: o sistema deve mostrar os elementos de diálogo e permitir que o usuário faça suas escolhas, sem a necessidade de lembrar um comando específico.

- Consistência: um mesmo comando ou ação deve ter sempre o mesmo efeito. A mesma operação deve ser apresenta-

da na mesma localização e deve ser formatada/apresentada da mesma maneira para facilitar o reconhecimento.

-Feedback: o sistema deve informar continuamente ao usuário sobre o que ele está fazendo. 10 segundos é o limite para manter a atenção do usuário focalizada no diálogo.

-Saídas claramente demarcadas: o usuário controla o sistema. Ele pode, a qualquer momento, abortar uma tarefa, ou desfazer uma operação e retornar ao estado anterior.

-Atalhos: para usuários experientes executarem as operações mais rapidamente. Abreviações, teclas de função, duplo clique no mouse, função de volta em sistemas hipertexto. Atalhos também servem para recuperar informações que estão numa profundidade na árvore navegacional a partir da interface principal.

-Boas mensagens de erro: linguagem clara e sem códigos. Devem ajudar o usuário a entender e resolver o problema. Não devem culpar ou intimidar o usuário.

-Prevenir erros: evitar situações de erro. Conhecer as situações que mais provocam erros e modificar a interface para que estes erros não ocorram.

- Ajuda e documentação: o ideal é que uma interface seja tão fácil de usar (intuitivo) que não necessite de ajuda ou documentação. Se for necessária a ajuda deve estar facilmente acessível e on-line.

Para esse projeto a avaliação heurística feita foi sobre esses mesmos tópicos listados acima. A seguir a avaliação heurística deste projeto:

1. Diálogos simples e naturais:

Nesse primeiro quesito o aplicativo atende bem a indicação de apresentar somente as informações necessárias para

o usuário, além de passar essas informações de forma clara e direta.

2. Falar a linguagem do usuário:

O aplicativo usa a linguagem adequada para seus usuários, sendo essa linguagem de fácil entendimento e direta.

3. Minimizar a sobrecarga de memória do usuário:

Neste quesito o aplicativo também oferece esse suporte, durante toda a permanência do usuário dentro do aplicativo ele possui elementos que facilitam e otimizam a memória do usuário.

4. Consistência:

Os ícones e menus se repetem durante todas as etapas do aplicativo. Fazendo com que o usuário memorize os comandos e não se percam durante as ações.

5. Feedback:

O processo de feedback dentro do aplicativo é apresentado somente quando necessário, sendo utilizado como forma de alertar, confirmar, cancelar ou informar os usuários.

6. Saídas claramente marcadas:

As saídas dentro do aplicativo são claras, em todas as telas existe a opção com o botão voltar e há uma barra de atalho fixa em todas as telas, no qual aparecem as principais ações e sempre uma saída para o perfil inicial.

7. Atalhos:

Os atalhos são utilizados durante todas as ações do aplicativo através de uma barra fixa com as principais ações.

8. Boas mensagens de erro:

Existem algumas mensagens informando possíveis erros, todas são claras, porém talvez nem todos os erros foram cercados ainda.

9. Prevenir erros:

Nem todos os erros foram cercados, talvez os principais, porém a maioria dos erros não vistos, poderão surgir durante os testes com os usuários.

10. Ajuda e documentação :

A interface é bem simples e direta, intuitiva e auto-explicativa, porém talvez alguns usuários podem ficar confusos quanto algum processo, mas esta questão irá se esclarecer depois dos testes de usabilidade com os usuários.

Após a Avaliação Heurística, será aplicado um teste com os usuários para se obter o feedback do público, e depois de analisar os dois junto analisar os pontos necessário de mudança ou alterações, caso necessário.

7.2 - Usability Testing

“Teste de usabilidade é uma técnica de pesquisa utilizada para avaliar um produto ou serviço. Os testes são realizados com usuários representativos do público-alvo. Cada participante tenta realizar tarefas típicas enquanto o analista observa, ouve e anota.” (Christian Rohrer, 2008)

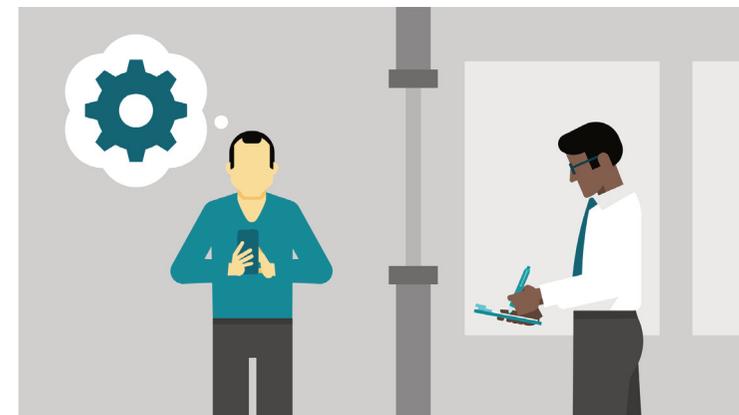


Figura 71: Usability Testing

Fonte: <https://www.lynda.com/Web-User-Experience-tutorials/Foundations-UX-Making-Case-Usability-Testing/140844-2.html>

As avaliação de usabilidade com os usuários é uma etapa muito importante do processo de validação, pois será através dessa avaliação com o público alvo que serão notados os pontos positivos ou negativos e partir desse feedback fazer um redesign minimizando ou eliminando de vez os possíveis erros. Existem várias formas de se aplicar um teste com os usuários,

pode ser feito através de entrevistas particulares ou com um grupo focal. Na primeira opção é passado para o usuário desenvolver alguma atividade dentro da interface, fazendo com que ele passe por várias ações dentro do aplicativo, e posteriormente o entrevistado fala sobre sua experiência enquanto o designer anota as principais observações. Já a segunda opção é quando se reúne um grupo de pessoas para discutir sobre a interface.

O principal objetivo e importância de se fazer esse teste de usabilidade com os usuários é melhorar o projeto final, conseguir detectar os erros e concertá-los. Através desses testes os designers conseguem entender como os usuários realmente interpretam o design, e se eles conseguem entender a mensagem proposta pela interface.

Para este projeto o teste de usabilidade com os usuários foi feito com 5 entrevistados, onde quatro são usuários representando os contratantes e um é o usuário representando os prestadores de serviços. O método utilizado para essas entrevistas foi o individual, onde para todos os usuários foram passadas as mesmas tarefas dentro do aplicativo, eles teriam que executar e relatar a experiência, dúvidas ou dificuldades caso acontecessem. Para os quatro entrevistados que representavam os contratantes as tarefas propostas foram: Buscar uma diarista, buscar um marido de aluguel e fazer alguma mudança na configuração do perfil. Já para o entrevistado que representava os prestadores de serviço foi proposto: configurar agenda, confirmar um serviço e avaliar um contratante.

A seguir uma tabela explicativa com o feedback de cada entrevistado:

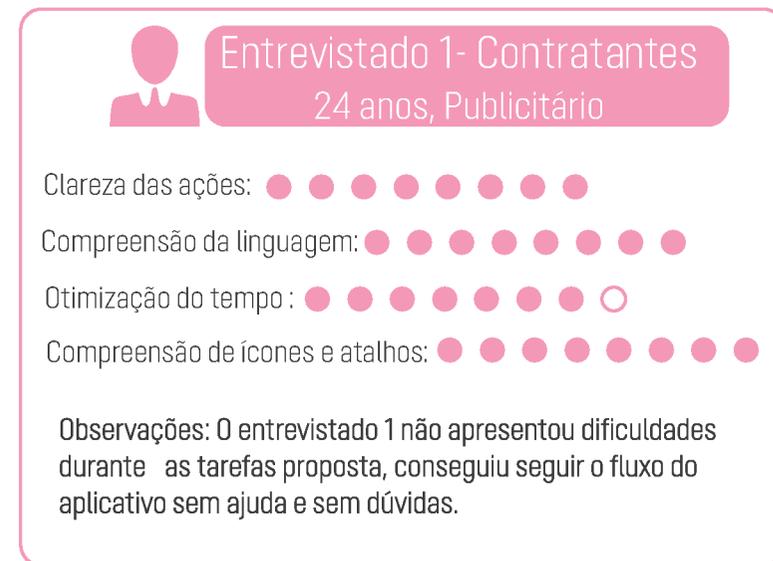


Figura 72: Teste de usabilidade 1
Fonte: Desenvolvido pelo autor

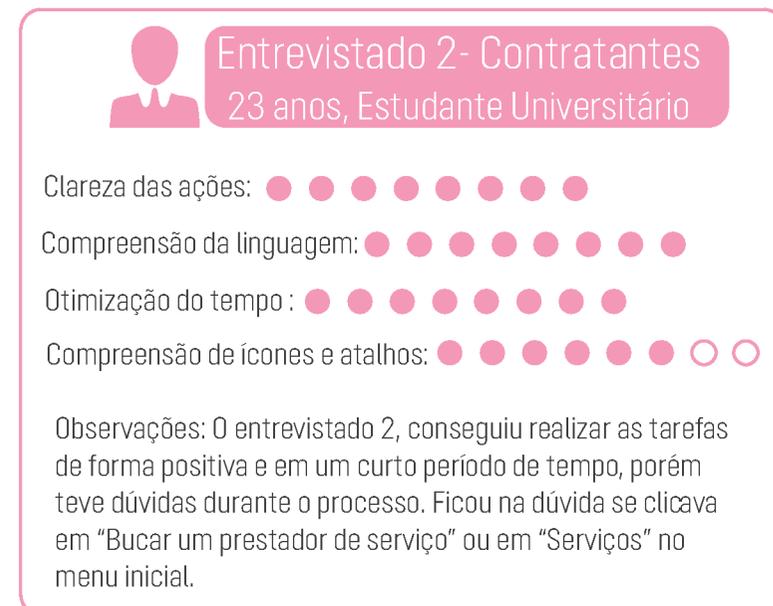


Figura 73: Teste de usabilidade 2
Fonte: Desenvolvido pelo autor

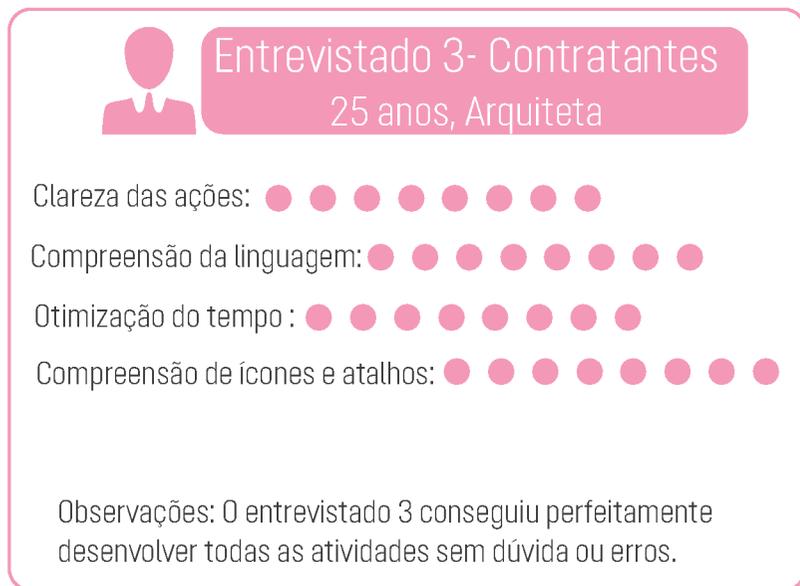


Figura 74: Teste de usabilidade 3
Fonte: Desenvolvido pelo autor

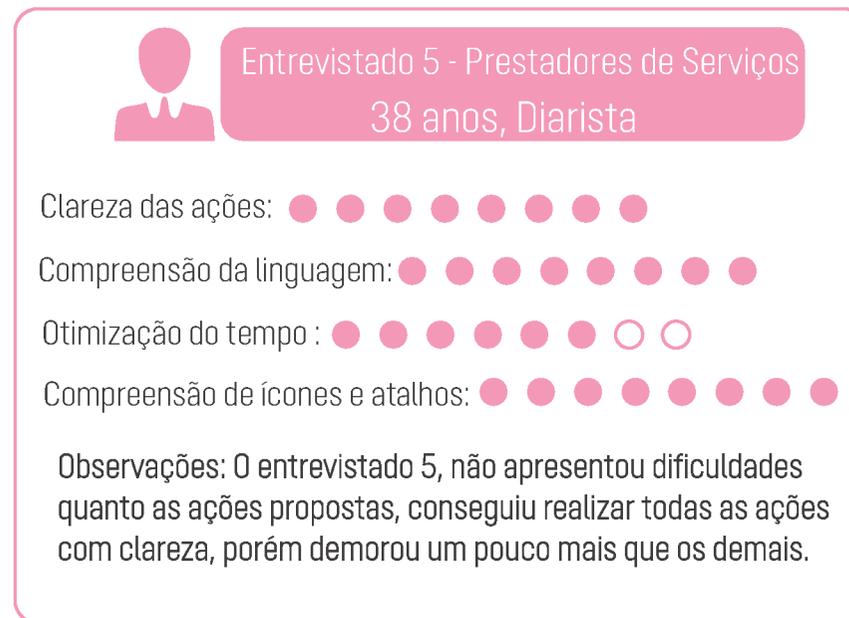


Figura 76: Teste de usabilidade 5
Fonte: Desenvolvido pelo autor

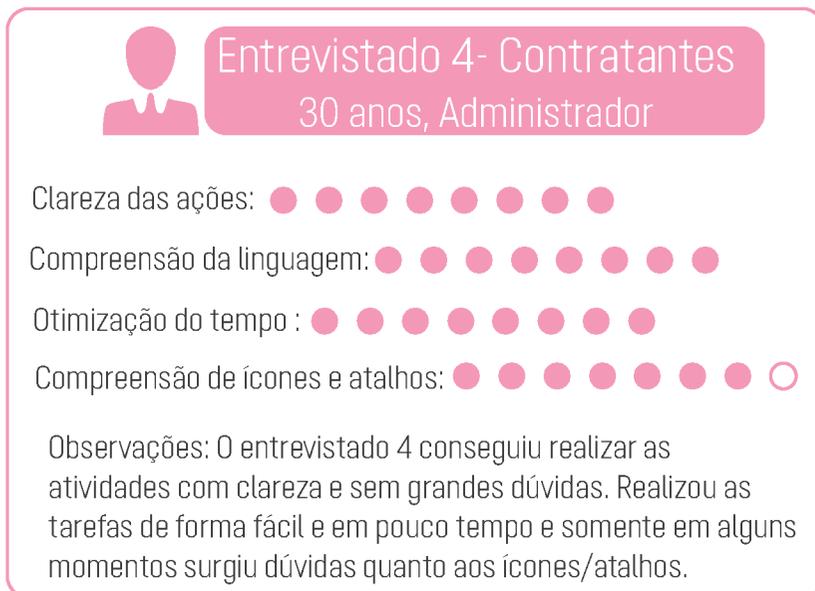


Figura 75: Teste de usabilidade 4
Fonte: Desenvolvido pelo autor

Portanto como conclusão dessa etapa, pode se dizer que o feedback foi positivo por parte de todos os entrevistados, todos afirmaram que o aplicativo seria de grande utilidade no cotidiano e que ele se apresenta de forma clara e intuitiva, compreendendo com a sua proposta inicial de facilitar a interação e a busca de prestadores de serviços domésticos.

CONCLUSÃO DO PROJETO

Desde o início do estudo do projeto e nos primeiros métodos aplicados a complexidade sempre esteve presente. Estudar e compreender mais sobre os conceitos e aplicações de Ux e Ui foram um grande desafio, cada método aplicado foi estudado e analisado antes para que se conseguisse o melhor resultado e conseqüentemente o projeto pudesse avançar.

Porém a cada etapa e de acordo com o resultado dos métodos foi necessário realizar mais de uma vez os testes, o que tornou o processo de criação e desenvolvimento longo e demorado. Neste projeto foram selecionados alguns dos vários métodos que existem dentro de Ux e Ui, tentando abordar as várias áreas e seguindo o Teorema do Iceberg.

O Teorema do Iceberg foi fundamental para se traçar uma linha de raciocínio mediante um assunto tão complexo e com várias vertentes de estudo. A cada etapa avançada o projeto foi tomando forma, provando que os métodos aplicados foram essenciais para que se chegasse no prototipo final e comprovando que o Teorema do Iceberg está correto. O projeto final do aplicativo foi construído devido primeiramente uma base sólida de estudos e estratégias de Ux e como consequência o design final se desenvolveu.

Sabemos que quanto mais testes e métodos são aplicados melhor o projeto pode ficar, pode-se refinar cada vez mais o aplicativo. Erros e complicações em relação a usabilidade podem aparecer, e devem ser registradas pelos usuários como uma forma de feedback do projeto. Para ir eliminando esses possíveis erros, atualizações do projeto irão surgindo para que o mesmo

se torne cada vez melhor para seus usuários.

Em relação ao projeto final, os testes feitos com os usuários foram positivos e pode se dizer que o aplicativo conseguiu atingir o seu principal objetivo: facilidade na interação e busca de prestadores de serviços domésticos. A interface ficou simples e sem grandes complexidades para os usuários. Importante lembrar que se tratando de aplicativos eles sempre podem melhorar e devem ser atualizados mediante o feedback dos usuários.

Concluo que estudar e desenvolver um projeto de design gráfico de interface foi um grande desafio principalmente por ser um assunto complexo e nunca visto antes durante o decorrer da faculdade. Porém ele foi de grande importância para o meu fechamento deste ciclo, principalmente por me fazer sair da zona de conforto e aprender algo diferente e que com certeza será levado adiante na minha carreira profissional.



REFERÊNCIAS

TEIXEIRA, Fabricio. Introdução e boas práticas em Ux zDesign. São Paulo: Casa do Codigo, 2015. 270 p.

GARRET, Jesse James. The Elements of User Experience. Berkley: New Riders, 2011.

O iceberg de Ux. Disponível em: < <https://brasil.ux-design.cc/o-iceberg-de-ux-d8002393924a>> Acesso em: 15 de agosto de 2017.

Diarissima, Quem Somos. Disponível em: <<https://www.diarissima.com.br/quem-somos/>> Acesso em: 25 de maio de 2017, 08:28

Marketing Moderno, A influência das cores na publicidade e propaganda. Disponível em: <<http://www.marketing-moderno.com.br/a-influencia-das-cores-na-publicidade-e-propaganda/>> Acesso em: 25 de abril de 2017.

Exame.com, Helpling permite que usuário contrate diarista pela internet. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/helpling-permite-que-usuario-contrate-diarista-pela-internet/>> Acesso em: 22 de maio de 2017.

Raffcom, O que é Ui?. Disponível em: <<http://www.raffcom.com.br/blog/o-que-e-ui>> Acesso em: 25 de abril de 2017.

Uilab, Os princípios do design em User Interface. Disponível em: < <https://medium.com/ui-lab-school/os-princ%C3%ADpios-do-design-em-user-interface-80f300cb81e0>> Acesso em: 26 de abril de 2017.

GetNinjas, Quem Somos. Disponível em: < <https://www.getninjas.com.br/quem-somos>> Acesso em: 26 de abril de 2017.

Por Onde Começar na área de Ux. Disponível em: <<https://uxdesign.blog.br/por-onde-come%C3%A7ar-na-%C3%A1rea-de-ux-49237cc7de90>>. Acesso em: 12 de Outubro de 2017.

Using Mind Map for Ux. Disponível em: <<http://www.inspireux.com/2013/02/10/using-mind-maps-for-ux-design-part-sketch-mapping/>> Acesso em: 25 de Setembro de 2017.

Entrevistas. Disponível em: <<https://julianaconstantino.wordpress.com/tag/entrevista/>> Acesso em: 15 de outubro de 2017.-

Gamification. Disponível em: < <http://info.geekie.com.br/gamificacao/>> Acesso em: 28 de outubro de 2017.

WHY DOES YOUR MOBILE APP IDEA NEED A SWOT ANALYSIS? Disponível em: < <https://theappsolutions.com/blog/marketing/swot-for-mobile-app/>> Acesso em: 01 de

outubro de 2017.

Avaliação Heurística: O que é e como conduzir. (Disponível em: <<https://www.treinaweb.com.br/blog/avaliacao-heuristica-o-que-e-e-como-conduzir/>> Acesso em: 18 de Junho de 2018).

Teste de Usabilidade - Christian Rohrer, 2008 (Disponível em :< <https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>>)

SHEDD, Catriona. Using Mind Maps for UX Design: Part 1 – Sketch Mapping. Disponível em: <<http://www.inspireux.com/2013/02/10/using-mind-maps-for-ux-design-part-sketch-mapping/>>. Acesso em: 12 abr. 2017.

ANNA. WHY DOES YOUR MOBILE APP IDEA NEED A SWOT ANALYSIS? Disponível em: <<https://theappso-lutions.com/blog/marketing/swot-for-mobile-app/>>. Acesso em: 01 out. 2017.

SANTANA, Flavio. Card Sorting: a arquitetura de informação construída pelos usuários. Disponível em: <<https://coletivoux.com/card-sorting-a-arquitetura-de-informacao-construida-pelos-usuarios-54b9f892e38e>>. Acesso em: 4 out. 2017.

NAHRA, Alessandra. Os protótipos navegáveis e o charme da documentação interativa. Disponível em: <<http://www.saiba-mais.com/2016/02/23/os-prototipos-navegaveis-e-o-charme-da-documentacao-interativa/>>. Acesso em: 14

jun. 2018.

MATIOLA, Willian. O que é UI Design e UX Design? Disponível em: <<https://designculture.com.br/o-que-e-ui-design-e-ux-design>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

NUNES, Mark Claus. UI Style Guide—Definindo a Abordagem Visual. Disponível em: <<https://medium.com/ui-lab-school/ui-style-guide-definindo-a-abordagem-visual-fb8c682b2c7e>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

TREINAWEB, Redação. Avaliação Heurística: O que é e como conduzir. Disponível em: <<https://www.treinaweb.com.br/blog/avaliacao-heuristica-o-que-e-e-como-conduzir/>>. Acesso em: 18 jun. 2018.

(FIGUEIRÊDO, Eduardo. A INFLUÊNCIA DAS CORES NA PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Disponível em: <<http://www.marketingmoderno.com.br/a-influencia-das-cores-na-publicidade-e-propaganda/>>. Acesso em: 25 abr. 2017),

AGNI, Edu. Por onde começar na área de UX? Disponível em: <<https://uxdesign.blog.br/por-onde-comecar-na-area-de-ux-49237cc7de90>>. Acesso em: 12 out. 2017)