

Explicação

Com toda a parte de tecnologia e design alinhados, lembramos de uma parte muito importante do produto: o conteúdo.

Quer dizer, entendemos que precisamos recheiar nosso produto com um determinado conteúdo porque, afinal de contas, ele passará informações aos usuários.

E então, como podemos fazer essa definição?

Existem algumas formas de conseguirmos isso, mas no caso da Andarilho já tínhamos um documento que facilitava esse processo. Nesse documento, há uma relação do que é a Andarilho e também uma segunda seção com as definições de Voz e tom da marca, indicando como escrever o conteúdo e o que evitar.

Ainda que esse documento não exista, pode ser uma boa oportunidade de alinhar com os UX writers, copywriters, marketing ou quem quer que esteja responsável pela produção de conteúdo do produto para fazer essas definições.

Porém, esse documento apenas auxiliou no processo de construção da parte de conteúdo. Quer dizer, é importante irmos um pouco mais além e deixar a orientação ainda mais assertiva. Se estamos falando de produto, podemos lembrar de descrever e falar no detalhe do que estamos desenvolvendo.

Tendo um alinhamento claro do que é o produto, conseguimos desenrolar melhor nossas ideias de melhoria e construção.

É importante que essa documentação sobre o conteúdo e o produto estejam alinhadas com uma linguagem acessível e clara. Não é o momento de ser vendedor, mas, sim, de ser informativo.

Também percebemos a grande influência que a definição do conteúdo pode ter para as decisões de produto, as melhorias ou mesmo na orientação de decisões visuais.