

UX Canvas

Transcrição

Já pensamos no cliente e também no usuário - agora, o que de fato nosso time irá fazer no próximo dia útil de trabalho? Lembra-se que fizemos as histórias do usuário?

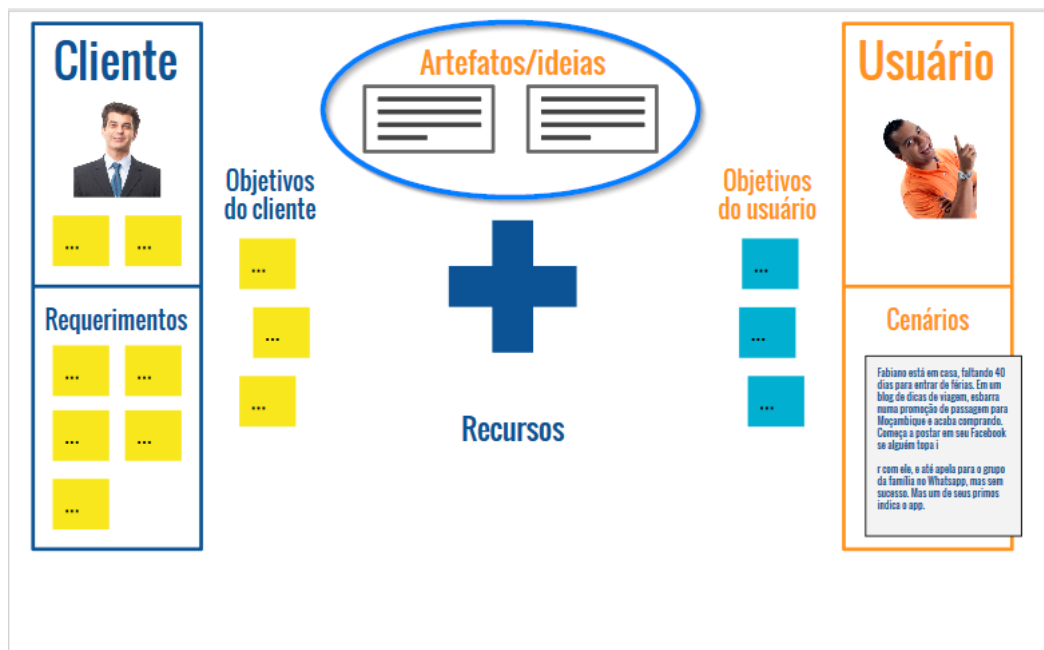
Destinos

Para... decidir para onde vou

Eu, como... um cara sem ideias de destinos

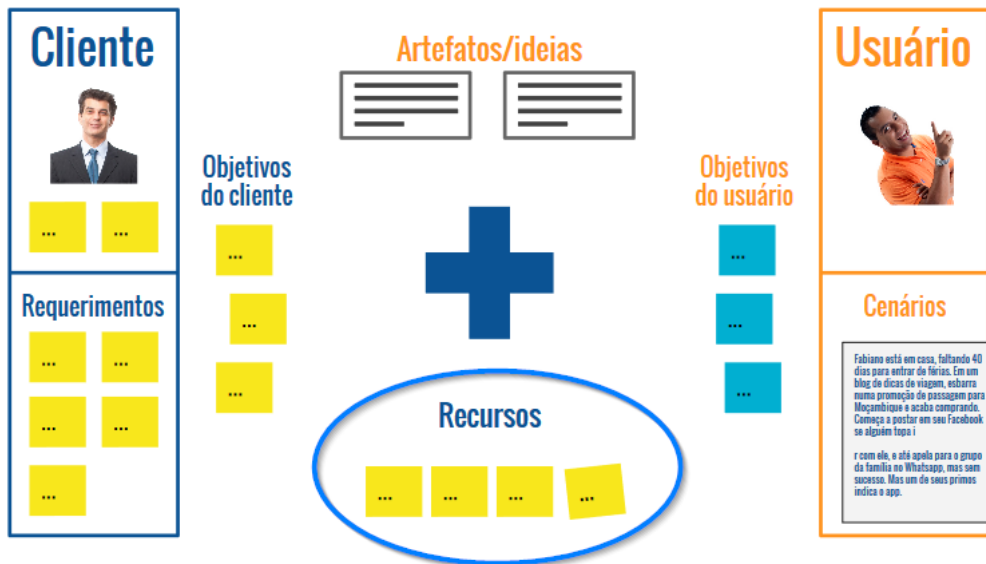
Quero... que o app me sugira lugares baseados no meu perfil

Você pode adicioná-la na parte de "Artefatos/Ideias":



"Artefatos/Ideias" corresponde às atividades que desenvolveremos e que, para serem realizadas, serão necessários alguns recursos. Precisaremos de um Analista de Seguranças, pois não queremos que as senhas de nossos clientes acabem vazando na internet. Um Pacote Adobe para trabalharmos, um fotógrafo, e *devices* (dispositivos), pois queremos que o aplicativo seja multiplataforma!

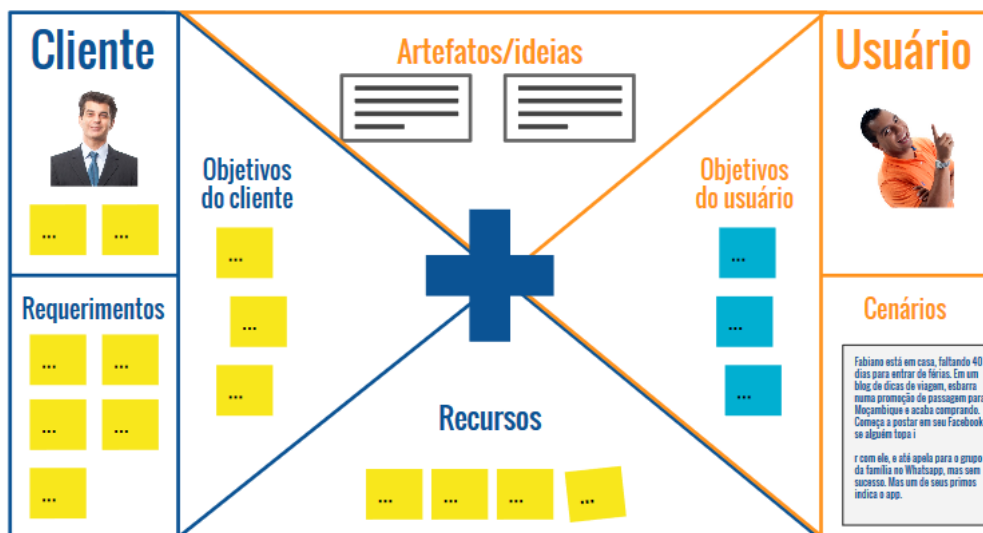
Todos estes recursos serão encaixados no espaço "Recursos":



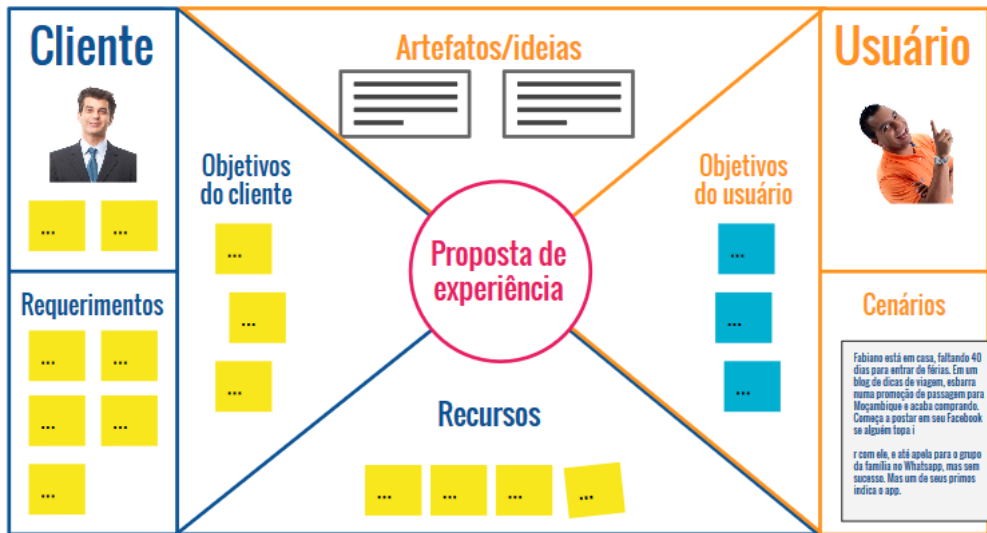
Algo que precisamos ter em mente é que recursos e pessoas não são sinônimos. Se preferir, pode-se demarcar com um traço a divisão entre esses itens.

Observando nosso esquema até o momento, veremos que ele está um tanto desorganizado, e por tratar-se de um *Canvas* e estarmos organizando tudo em cartões, podemos pensar em uma divisória. De um lado colocaremos o que o cliente quer, seus objetivos, requerimentos e recursos, e do outro incluiremos os artefatos, ideias, objetivos do usuário e cenários.

O objetivo desse Canvas é justamente somar os interesses do cliente com os do usuário.



E é no centro do nosso esquema que consta a solução, cujo nome técnico é **Proposta de Experiência**. Neste caso, a nossa solução é "Conectar viajantes".



Nós fomos bastante sucintos, portanto se você achar mais adequado, pode escrever na "Proposta de Experiência" uma frase curta. A ideia é preenchermos isto levando em conta, preferencialmente, a percepção do usuário, e encarnando seu modelo mental.

Perceba que a proposta de experiência - que é o centro e o coração do *Canvas* - é algo bastante subjetivo e também muito estratégico. Imagine uma situação em que um funcionário novo chegue em sua empresa e observe o quadro. Pelo destaque no centro, ele já compreende o objetivo.

Essa ferramenta que criamos tem um nome, é a UX Canvas, uma ferramenta brasileira, fruto do Trabalho de Conclusão de uma dupla de Curitiba. Infelizmente, o site saiu do ar, mas nos links a seguir, há uma [apresentação da ferramenta](https://pt.slideshare.net/fernandaparis/apresentacao-ux-canvas) (<https://pt.slideshare.net/fernandaparis/apresentacao-ux-canvas>) — feita pelas pessoas que a criaram — e uma [versão antiga do site](https://web.archive.org/web/20161005095504/http://uxcanvas.com:80/) (<https://web.archive.org/web/20161005095504/http://uxcanvas.com:80/>).

Após essa explicação, vamos propor um gamestorming!

- Tempo: no máximo 45 minutos (é mais interessante fazer essa atividade com várias pessoas, no mínimo duas ou três).
- Ambiente: flip-chart, canetas, post its, personas, cenários e histórias de usuários.
- Objetivo: juntar a visão do cliente e do usuário. Mesmo que as visões sejam muito distintas umas das outras, é preciso saber negociar.