

PROJETO INTEGRADOR I

Curso Técnico Subsequente em Informática

Lucas Sampaio Leite



Motivação...

- Imagine investir tempo, dinheiro e talento em um produto incrível... e mesmo assim ver tudo isso não gerar os resultados esperados.

Motivação...

- Imagine investir tempo, dinheiro e talento em um produto incrível... e mesmo assim ver tudo isso não gerar os resultados esperados.
- Em muitos casos, o problema não está na qualidade da sua oferta, mas na desconexão com quem realmente vai usá-la.

Motivação...

- Imagine investir tempo, dinheiro e talento em um produto incrível... e mesmo assim ver tudo isso não gerar os resultados esperados.
- Em muitos casos, o problema não está na qualidade da sua oferta, mas na desconexão com quem realmente vai usá-la.
- Conhecer profundamente o seu público, suas dores, comportamentos e necessidades, é o que torna uma solução verdadeiramente eficaz.
- Precisamos entender o usuário, nos colocar no lugar dele, sentir suas dores e enxergar o mundo pela sua perspectiva.

Motivação...



<https://www.whatmobile.net/News/article/google-glass-game-trailer-released>

Motivação...

- Por que era um bom produto?
 - Inovador e tecnologicamente avançado.
 - Leve, portátil e com boa integração com outros serviços do Google.
 - Antecipava tendências como realidade aumentada e wearable tech.
- Por que fracassou?
 - Problemas de privacidade: usuários podiam filmar outras pessoas sem consentimento, o que gerou muita rejeição.
 - Design pouco atrativo: as pessoas não queriam usá-lo em público por parecer estranho ou chamar atenção negativa.
 - Mensagem confusa: o Google não deixou claro quem deveria usar o produto e para quê.
 - Preço elevado: lançado por US\$ 1.500, inacessível para o consumidor comum.

Motivação...

- Provavelmente, o Google Glass falhou não por ser ruim, mas porque não havia uma persona clara.
- O produto não se conectou com um público específico, nem resolveu um problema real de forma desejável. Ele era uma solução à procura de um problema.

Obsessão pelo usuário

- Jeff Bezos, CEO da Amazon, afirma:
 - “Os clientes estão sempre maravilhosamente insatisfeitos, mesmo quando relatam estar felizes e os negócios vão muito bem. Mesmo quando ainda não sabem, os clientes desejam algo melhor, e seu desejo de encantar os clientes o levará à invenção em nome deles.”



Obsessão pelo usuário

- Jeff Bezos, CEO da Amazon, afirma:
 - “Os clientes estão sempre maravilhosamente insatisfeitos, mesmo quando relatam estar felizes e os negócios vão muito bem. Mesmo quando ainda não sabem, os clientes desejam algo melhor, e seu desejo de encantar os clientes o levará à invenção em nome deles.”

Essa frase revela como a obsessão da Amazon pelo cliente vai além da satisfação imediata. Ela é o motor da inovação contínua e o principal diferencial competitivo da empresa.



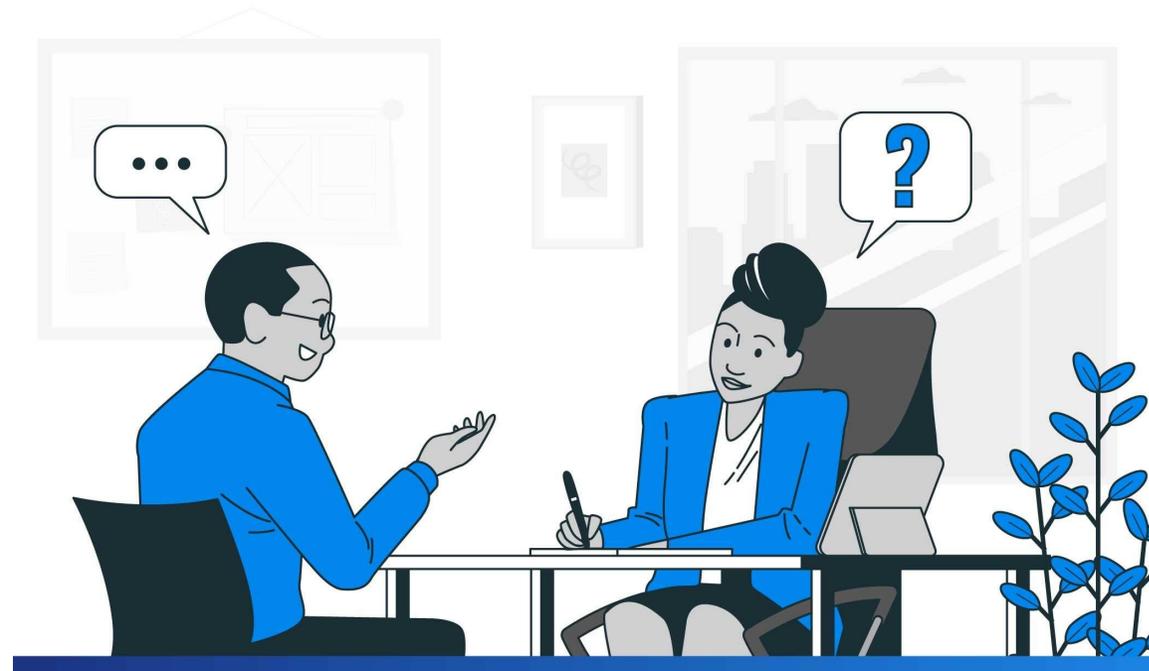
Obsessão pelo usuário

- Gibson Biddle - Ex VP de produto da Netflix:
 - “Para mim, a obsessão pelo cliente significa uma preocupação saudável com as necessidades imprevistas e futuras dos clientes por meio de uma mistura de técnicas de pesquisa que colocam o cliente no centro de tudo o que você faz.”



Entrevistas com usuários

- As entrevistas com usuários são métodos qualitativos que têm como principal objetivo compreender como as pessoas realmente pensam, o que esperam de um produto ou serviço e como se relacionam com determinada área ou indústria.

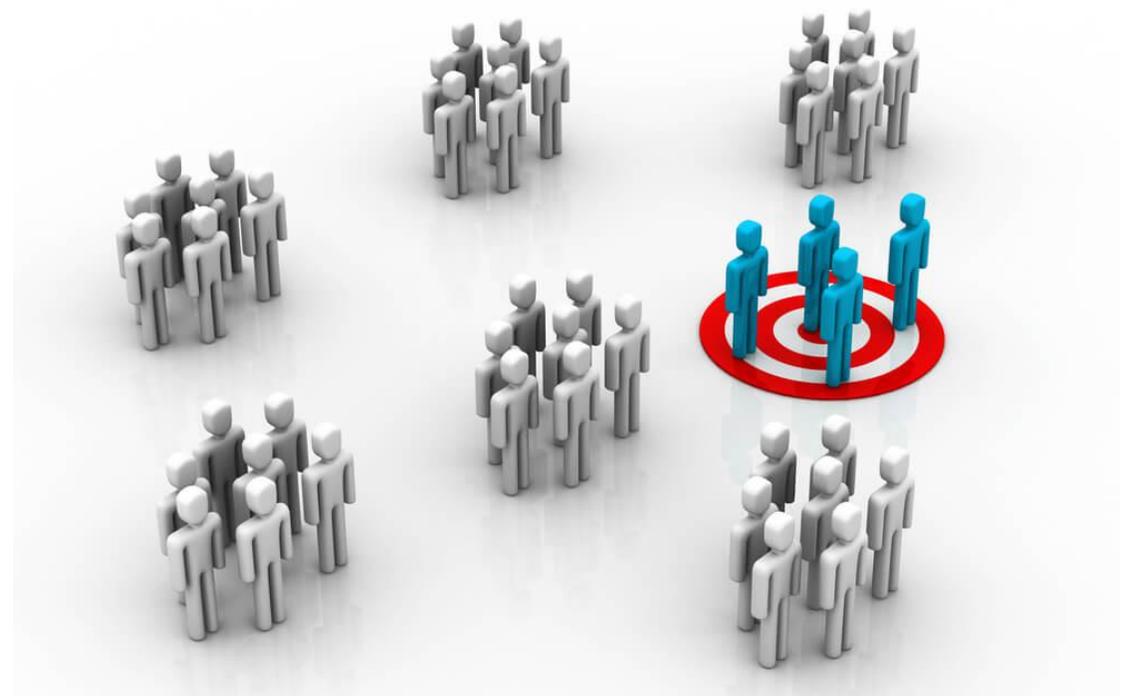


Entrevistas com usuários

- Entrevistas permitem coletar rapidamente informações valiosas, como:
 - Informações de perfil: faixa etária, localização, aspectos demográficos e etnográficos;
 - Uso geral de tecnologia: dispositivos utilizados, familiaridade com ferramentas digitais;
 - Interação com o seu produto: seja no uso atual ou na expectativa futura;
 - Motivações, dores e necessidades: quais problemas enfrentam, o que desejam resolver, o que valorizam e o que os frustra.

Entrevistas com usuários

- Quem são os meus usuários? O que eles procuram?
- O público-alvo é um grupo específico de pessoas que compartilham características, comportamentos ou necessidades semelhantes e que têm maior probabilidade de se interessar pelos produtos ou serviços oferecidos por uma empresa.

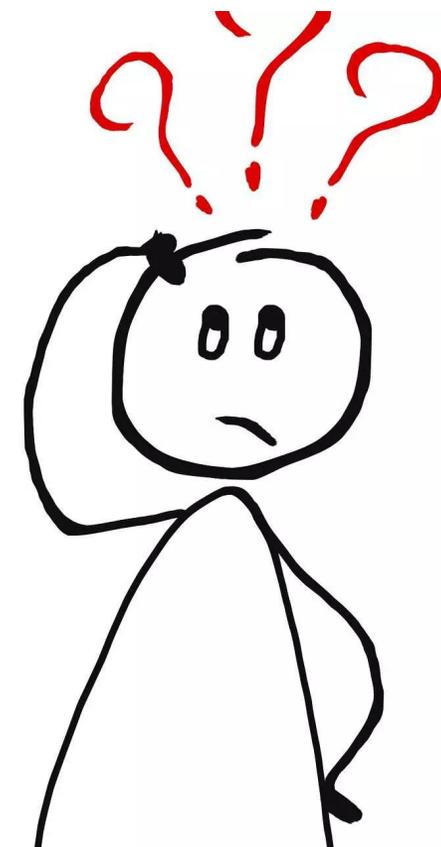
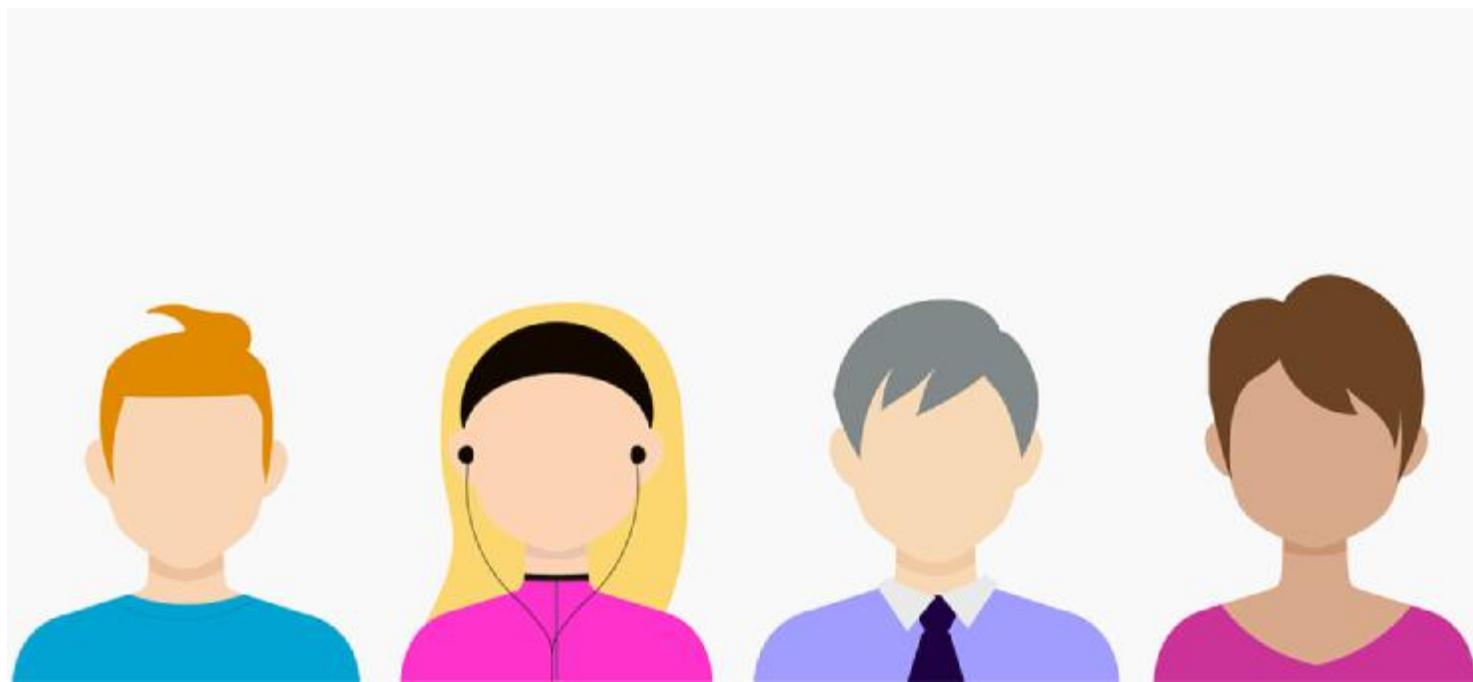


Entrevistas com usuários

- Antes de sentar com o usuário, é importante planejar bem a entrevista para garantir que ela seja produtiva e gere insights relevantes. Para isso, leve em consideração os seguintes pontos:
 - Monte um time para conduzir a entrevista (entrevistador, anotador, observador, se necessário);
 - Defina claramente o objetivo da entrevista: o que você quer descobrir?
 - Prepare as perguntas com antecedência, priorizando clareza e foco no usuário;
 - Escolha o formato da entrevista (presencial, online, individual, em grupo etc.);
 - Considere o tempo e os recursos disponíveis para planejar logística e duração.

Personas

- O que são Personas?



Personas

- O que são Personas?

persona

Significado de Persona

substantivo feminino

[Psicologia] Segundo C.G.Jung, refere-se à personalidade que o sujeito apresenta aos demais como sendo real, no entanto pode ser uma versão muito contrária à verdadeira.

Personagem literário em que o autor se faz presente e/ou se incorpora.

Figura ou imagem que um indivíduo assume e apresenta aos demais.



[Por Extensão] Marketing. Representação simplificada dos clientes ideais de uma empresa.

Etimologia (origem da palavra **persona**). Do latim persona.

Personas

- O que são Personas?
 - Representações fictícias de usuários ideais.
 - Baseadas em dados reais (entrevistas, pesquisas, análises).
 - Humanizam o público-alvo.

Personas são perfis que criamos com base em dados de usuários reais. Não são apenas suposições: elas refletem necessidades, comportamentos, objetivos e desafios. É como criar um personagem que representa um grupo de pessoas com características similares.

Personas

- Persona ≠ Público alvo

Público-Alvo	Persona
Mulheres de 25 a 35 anos	Juliana, 30 anos, professora, mãe.
Foco em dados demográficos	Foco em comportamentos, objetivos, desafios e motivações pessoais.
Definição genérica e ampla	Representação específica, com nome, rotina, desejos e dores reais.
Útil para segmentação inicial	Essencial para criar comunicação e soluções mais empáticas e eficazes.

Personas

- Exemplo de Persona:

Nome: Juliana Silva

Idade: 29 anos

Profissão: Professora de Ensino Fundamental

Objetivos: Conciliar trabalho e maternidade; consumir conteúdos educativos.

Frustrações: Falta de tempo, excesso de burocracia em plataformas.

Citação: “Quero soluções simples e que funcionem logo.”

Personas

- Componentes principais de uma persona:
 - Nome e foto fictícia
 - Idade, profissão, localização
 - Objetivos
 - Frustrações/dificuldades
 - Comportamentos digitais
 - Frases que ela diria

Personas

- Etapas para construção de uma persona:
 1. Coletar dados reais (entrevistas, formulários, análise de métricas).
 2. Identificar padrões.
 3. Criar a persona com base nesses dados.
 4. Validar e revisar conforme necessário.

Lucas Soares.

Motivação:

“Eu me relaciono através do esporte.”



Quando acontece um lance inusitado no jogo, Lucas é o primeiro a mandar no grupo. Ele não é a enciclopédia do esporte, mas **está por dentro de todos os memes**. Campeonato de Curling? Com amigos, tá valendo.

Comportamentos.

- Não gosta de assistir aos jogos sozinho
- Participa de um grupo de torcida no Facebook
- Procura melhores momentos no intervalo e manda para os amigos pelo WhatsApp
- Vê as notícias mais lidas no globoesporte.com
- Assinou o El Plus na promoção da TV LG
- Segue perfis de jogadores no Instagram

Objetivos.

- Divertir-se
- Ficar próximo dos amigos e família
- Ser popular

Atividades.

- Zoar o adversário
- Ler notícias mais populares
- Assistir ao jogo no bar
- Compartilhar conteúdo
- Comentar sobre a partida
- Assistir melhores momentos
- Acompanhar os gols da partida



Vitor Fernandes.

Motivação:

“Eu preciso entender para me divertir.”



Sabe aquele seu amigo que lembra a escalação do time no campeonato estadual de 2002, inclusive os reservas? Esse é o Vitor. Ele não perde uma partida do seu esporte preferido, e **sabe as estratégias do jogo melhor que o técnico**.

Comportamentos.

- Sempre assiste ao seu comentarista favorito
- Faz pequenas apostas com amigos antes do jogo
- Assina o Premiere por que não suporta a TV aberta
- Acompanha mais de um esporte
- Joga Cartola

Objetivos.

- Sentir-se inteligente
- Saber de tudo que acontece no seu esporte preferido
- Ser um expert

Atividades.

- Assistir ao jogo em casa
- Consumir opinião de especialistas
- Ver replays de partidas
- Acompanhar lance a lance
- Simular a tabela
- Acompanhar o mercado da bola
- Comentar o jogo no WhatsApp



Importante!!!

- AV1 - Entrega Parcial do Projeto Integrador -
 - Descrição do Projeto Integrador: Apresentar de forma clara o tema escolhido para o projeto, seu contexto, a motivação para sua realização, os objetivos que se pretende alcançar e o problema que será resolvido.
 - Visão de Produto: visão de produto do projeto seguindo o modelo proposto por Geoffrey Moore (aula 3).
 - Personas (mínimo duas): Construir pelo menos duas personas representativas dos usuários finais do produto. Cada persona deve conter informações relevantes como nome fictício, idade, ocupação, hábitos, necessidades e dores relacionadas ao problema que o projeto pretende resolver.

Dúvidas



PROJETO INTEGRADOR I

Curso Técnico Subsequente em Informática

Lucas Sampaio Leite

