



Anne Freitas

Designer Consultant & Researcher

June 2021

ABOUT ME

USER INTERFACE

Design System | Visual Identity | Infographics | Email Communication | Visual Banners |
Art Direction | Branding

USER EXPERIENCE

Information Architecture | User Interviews | Prototyping | Personas | A/B Testes |
Usability Tests | Analytics

DESIGN THINKING

Canvas | Mind Maps | Design Research | UX Writing | User Journey | Research Data |
Digital Strategy



Product Specialist (October 2014 – June 2017)

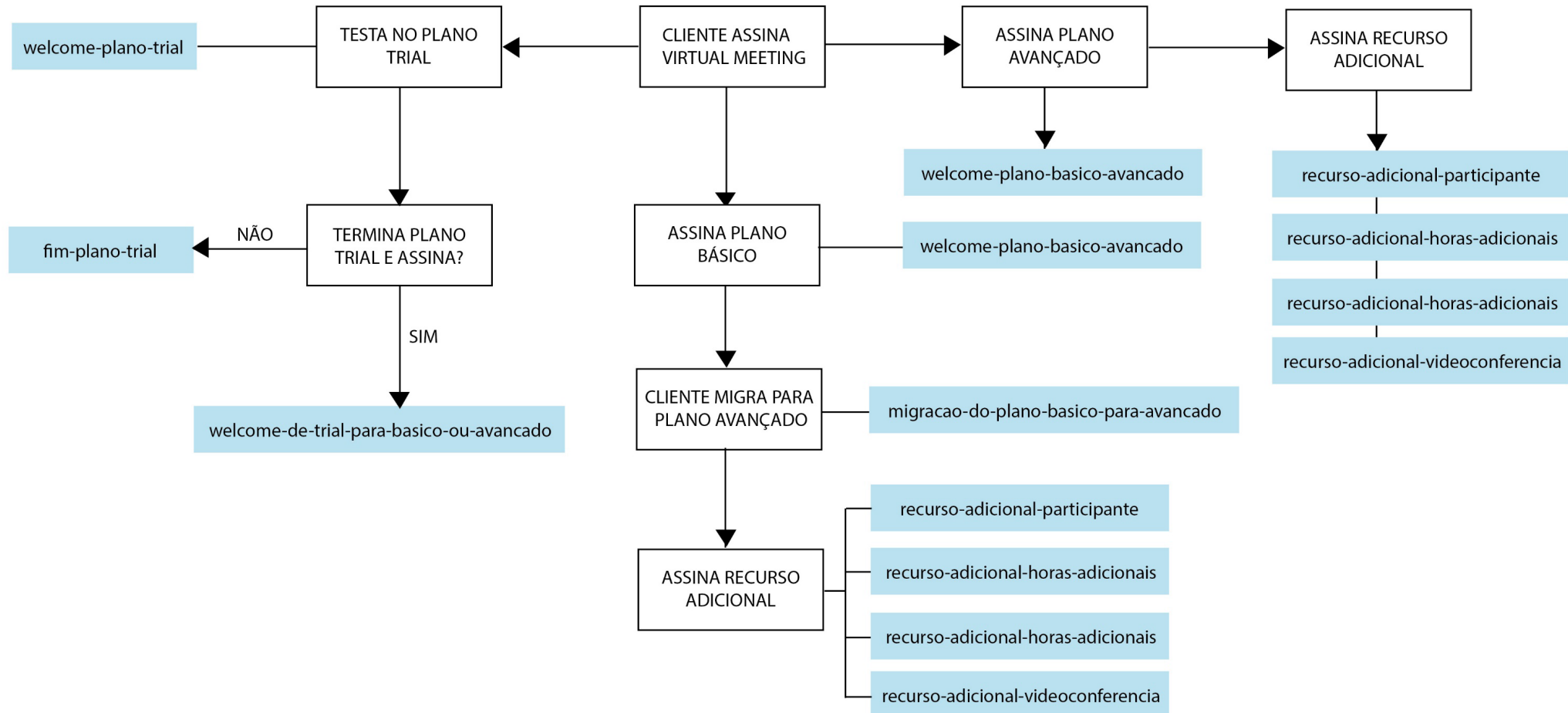
Responsible for the project design at all stages: conception, development, implementation and enhancement, focusing on the product perspective

Responsible for the alignment of design process with product development. using prototyping, analysis requirements, user flows, research, among other techniques. Implementation of best design practices and support activities related with internal stakeholders, such as UX writing, information architecture and design of interfaces.

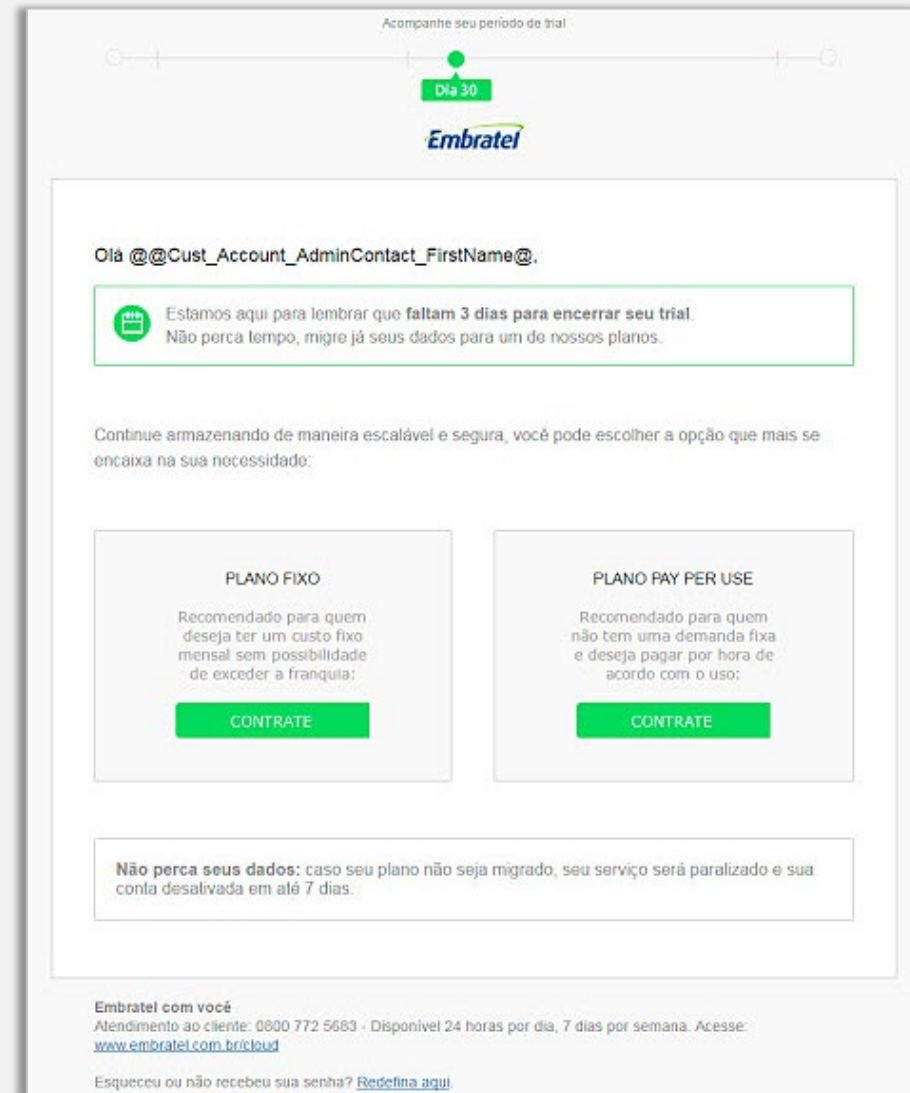
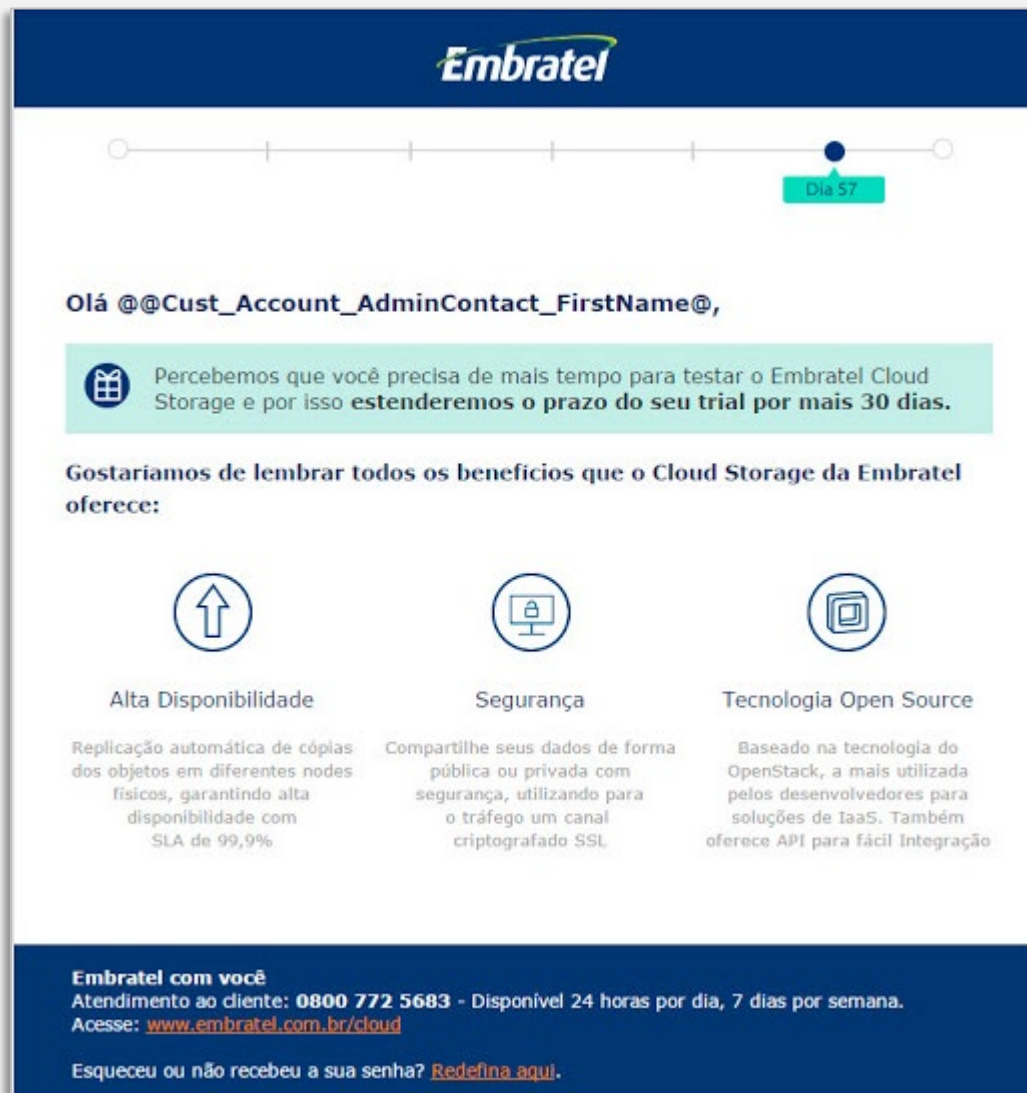
Customer Relationship

Communication Campaigns and process

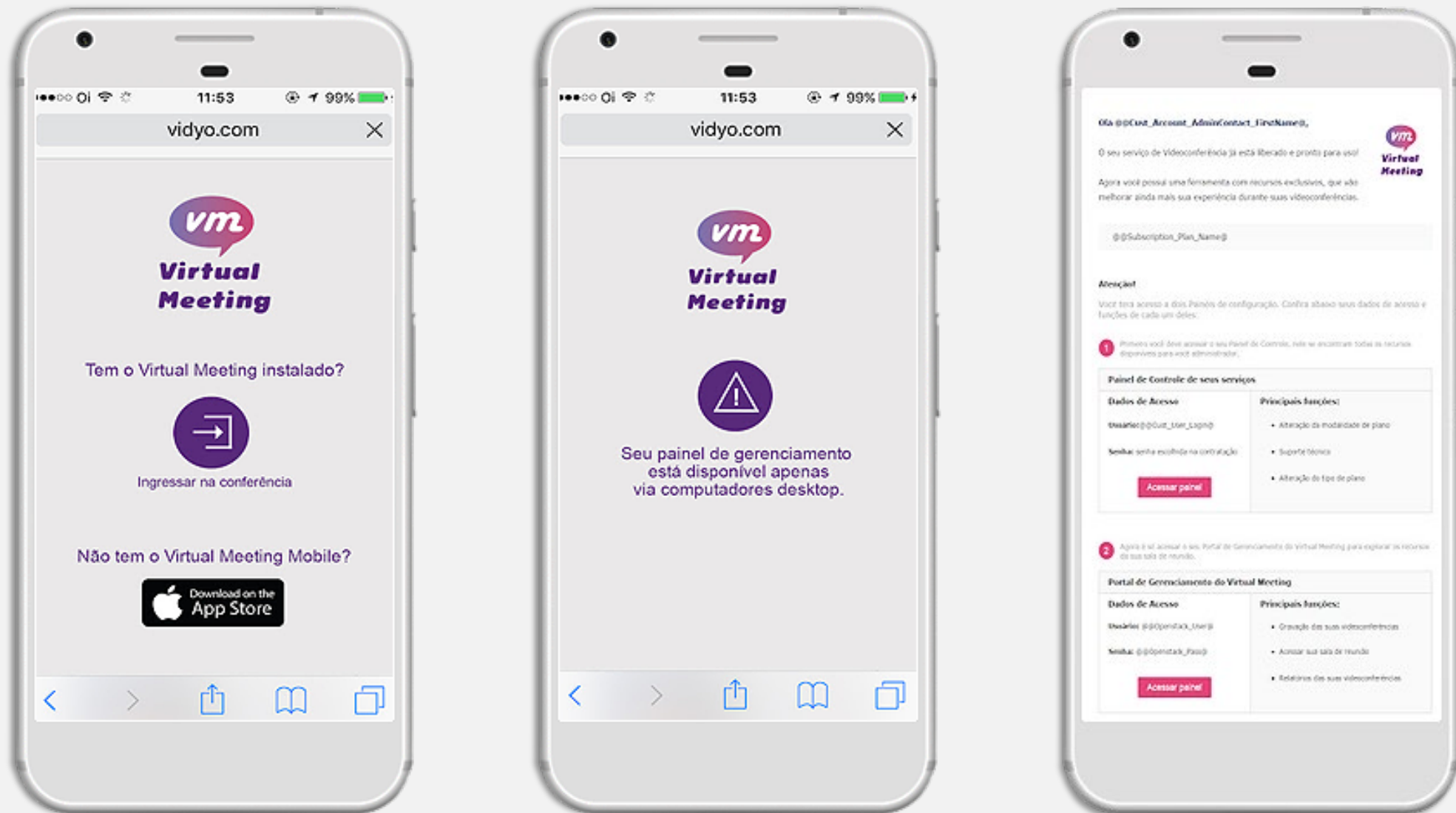
User Flow: Drawing of the email communication process



Automatization: email template of the activation process with coding tags applied



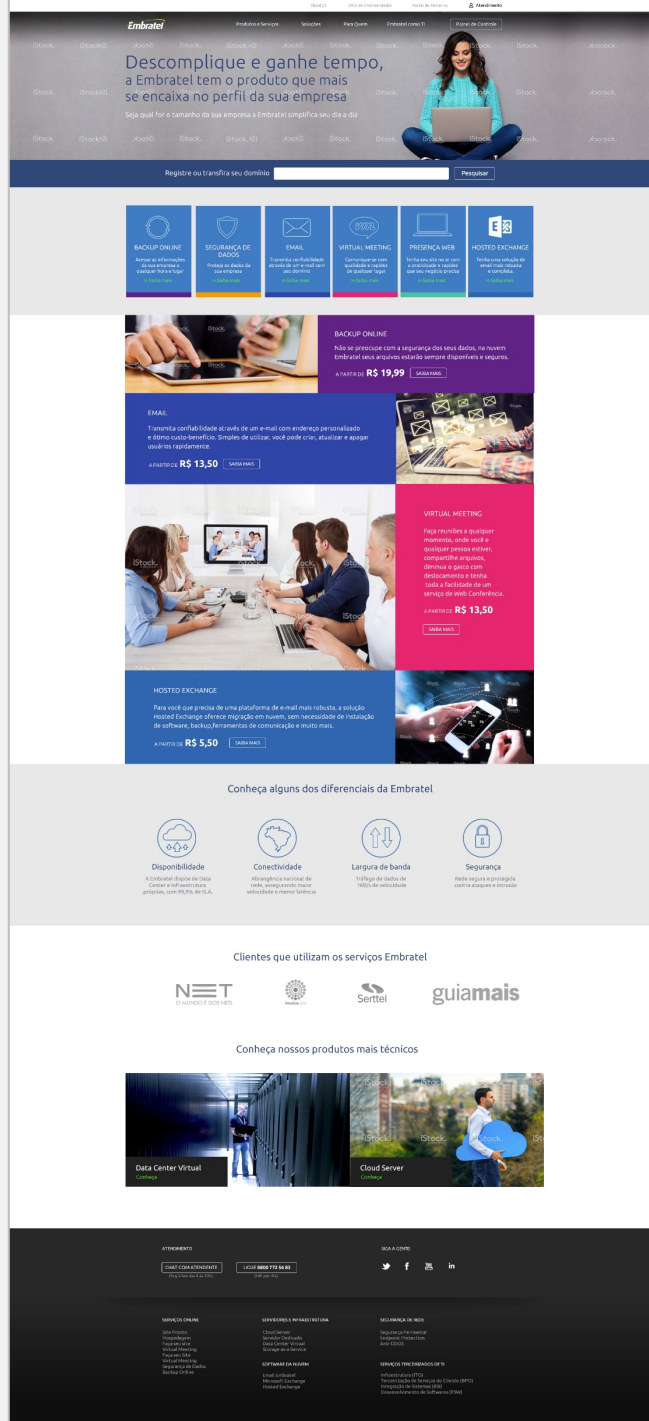
Fluid content: email template with front-end adapted for mobile devices



Interface/Visual Design

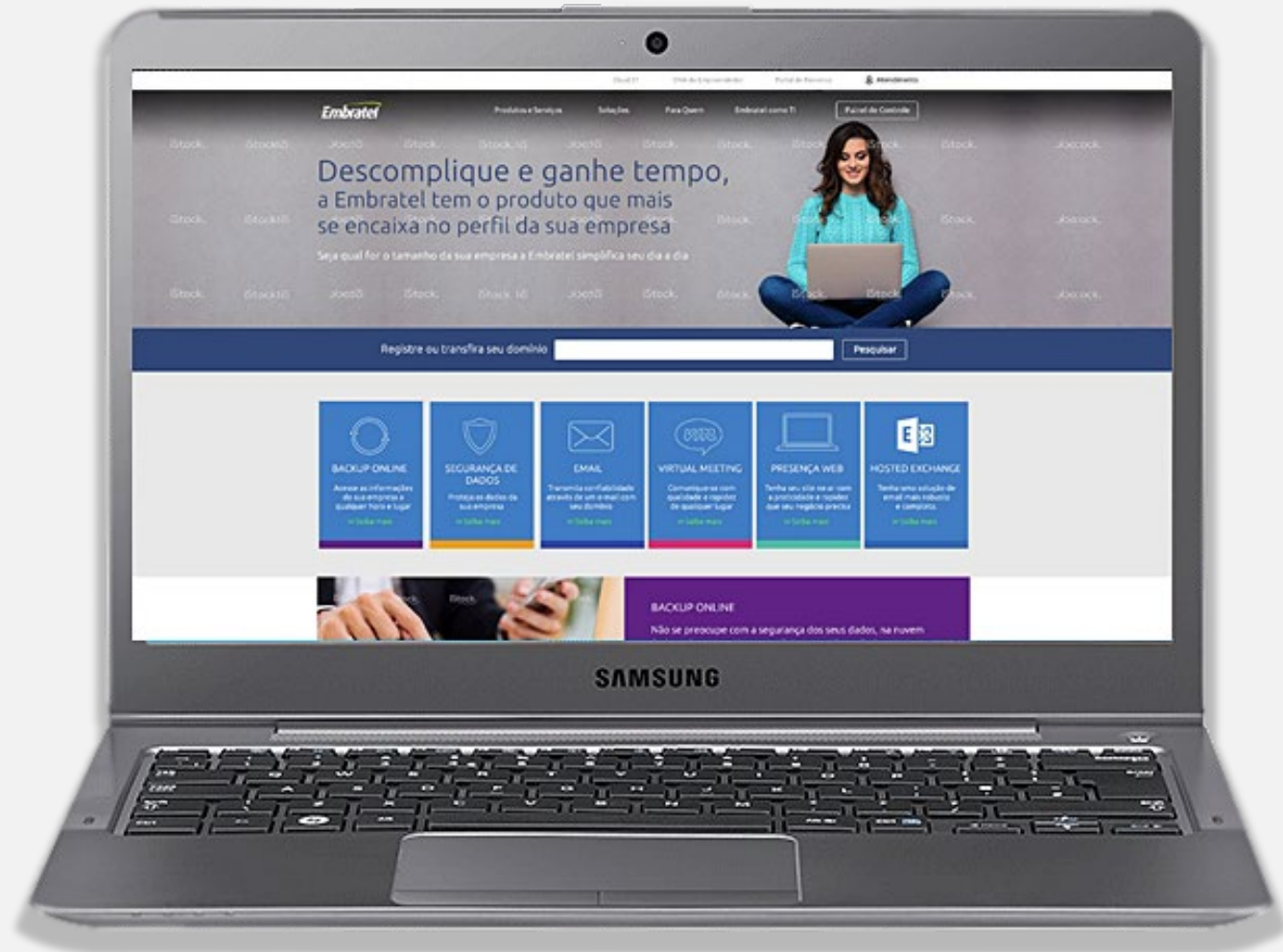
Product page, onepage, homepage

[Click here](#) to see more interface layouts

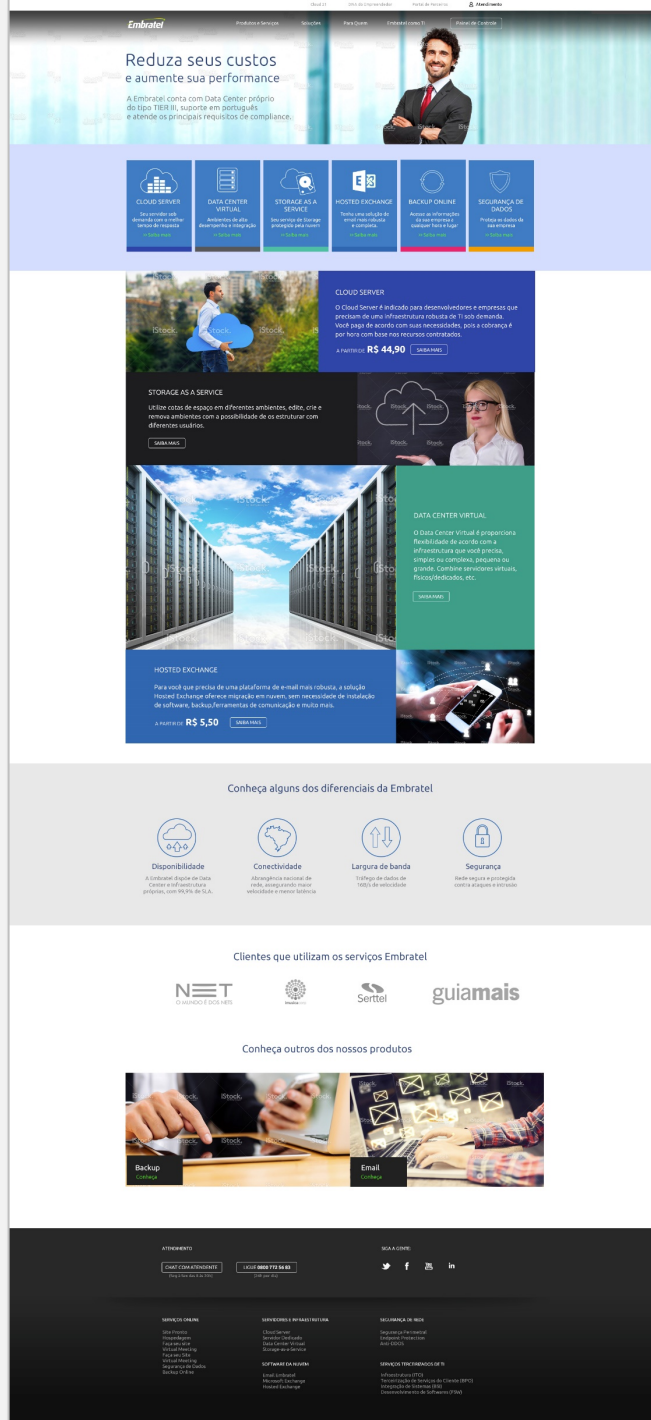


Anne's Portfolio

Homepage: interface design, information architecture e UX writing



[Click here](#) to see more interface layouts

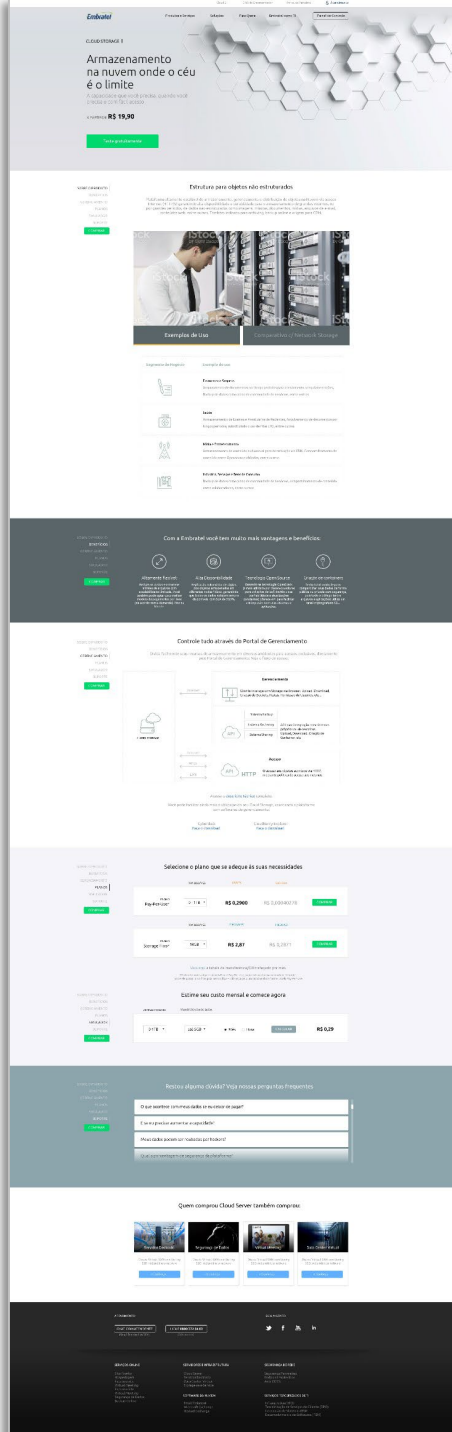


Anne's Portfolio

Homepage: interface design, information architecture e UX writing

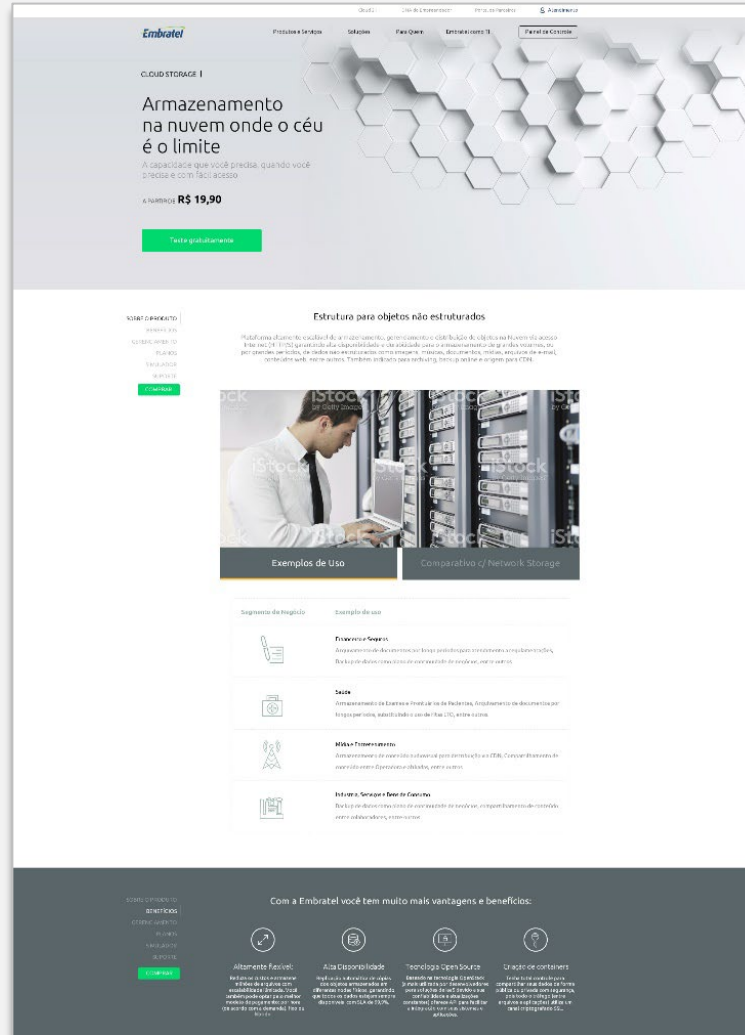


[Click here](#) to see more interface layouts



Anne's Portfolio

Product Page: interface design and infographic



[Click here](#) to see more interface layouts

Infographic: vector illustration using as interface content



Interface/Visual Design

Vector illustration, icons, art direction

RODRIGO,
Seu computador está protegido
das ameaças da internet?



Aproveite a oportunidade e garanta já a segurança completa dos seus dados e da sua empresa.

1 mês
GRÁTIS

Experimente agora

Conheça as vantagens!



Proteção contra vírus, spywares e adwares
Detecte e bloqueie vírus, spywares, adwares e outros programas indesejáveis que circulam diariamente na web.



Bloqueio de sites e filtro de conteúdo
Bloqueie sites e filtre conteúdos indesejáveis e maliciosos.



Pesquisa e navegação segura
Bloqueie sites e filtre conteúdos indesejáveis e maliciosos.



Firewall de desktop
Mantenha os hackers e ladrões de identidade longe da sua empresa.



Console de Gerenciamento na Nuvem
Gerencie seu ambiente de qualquer lugar, através do acesso Web ao administrador.

Embratel com você
Atendimento ao cliente: 0800 772 5663 - Disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana.
Acesse: www.portal.embratel.com.br/ideias

Anne's Portfolio

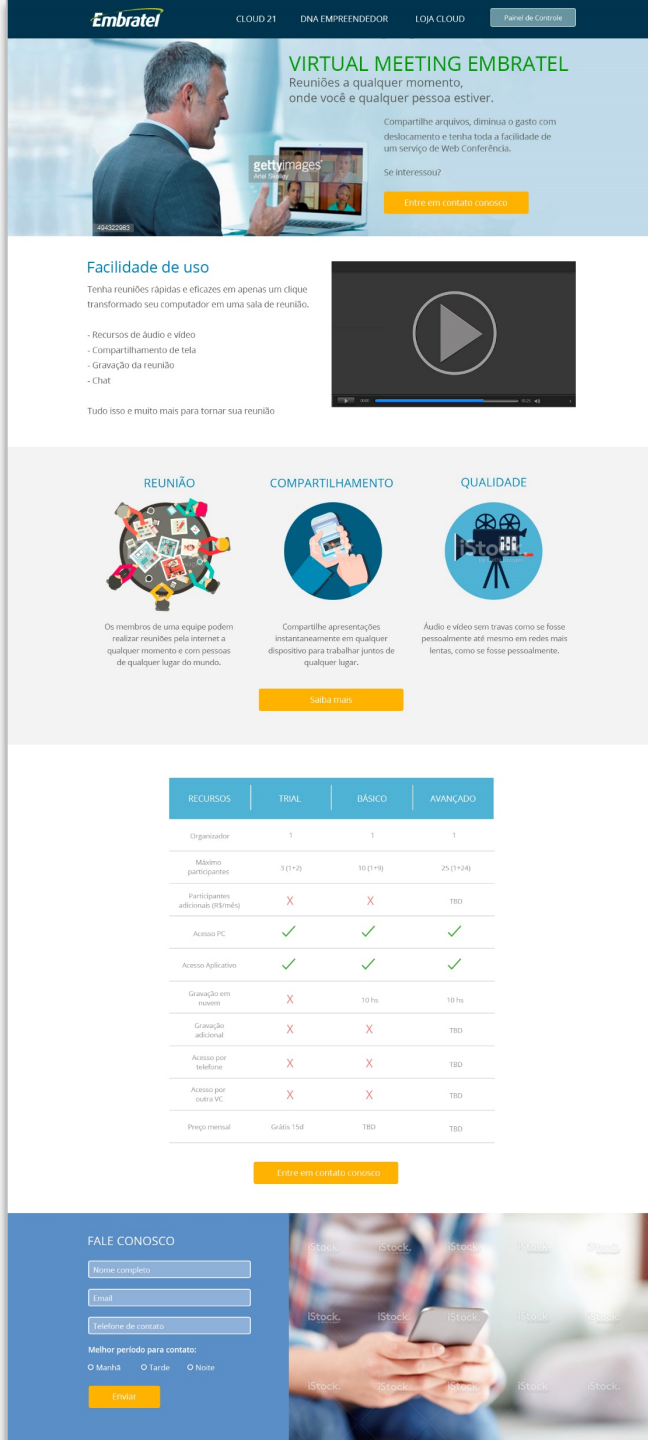
Vector illustration: interface design and infographic



[Click here](#) to see more interface layouts

Product Design

Usability analyses, prototyping, development process



Anne's Portfolio

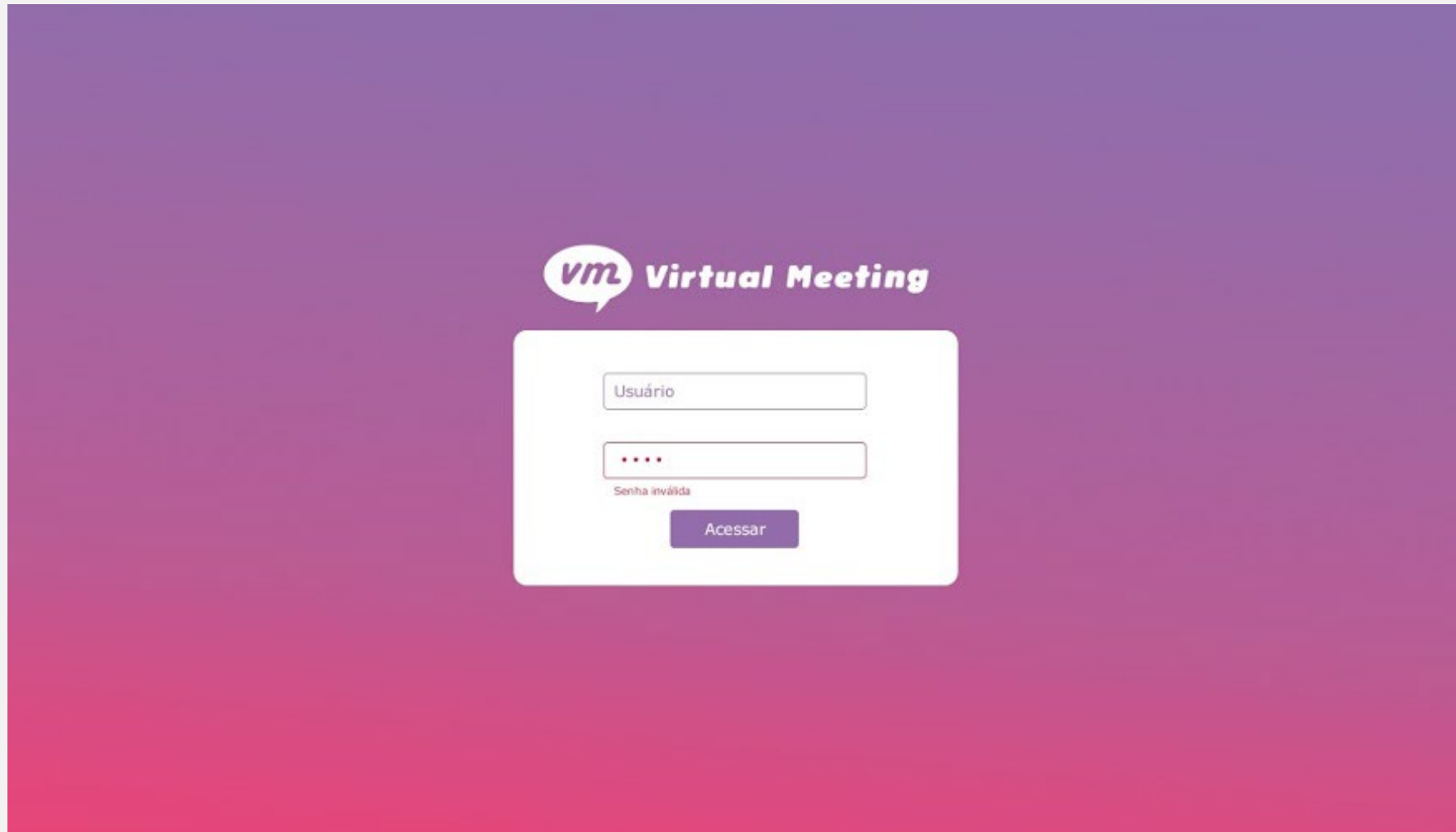
UX/UI: prototype of conceptual launch page

RECURSOS	TRIAL	BÁSICO	AVANÇADO
Organizador	1	1	1
Máximo participantes	3 (1+2)	10 (1+9)	25 (1+24)
Participantes adicionais (R\$/mês)	X	X	TBD
Acesso PC	✓	✓	✓
Acesso Aplicativo	✓	✓	✓
Gravação em nuvem	X	10 hs	10 hs
Gravação adicional	X	X	TBD
Acesso por telefone	X	X	TBD
Acesso por outra VC	X	X	TBD
Preço mensal	Grátis 15d	TBD	TBD

Entre em contato conosco

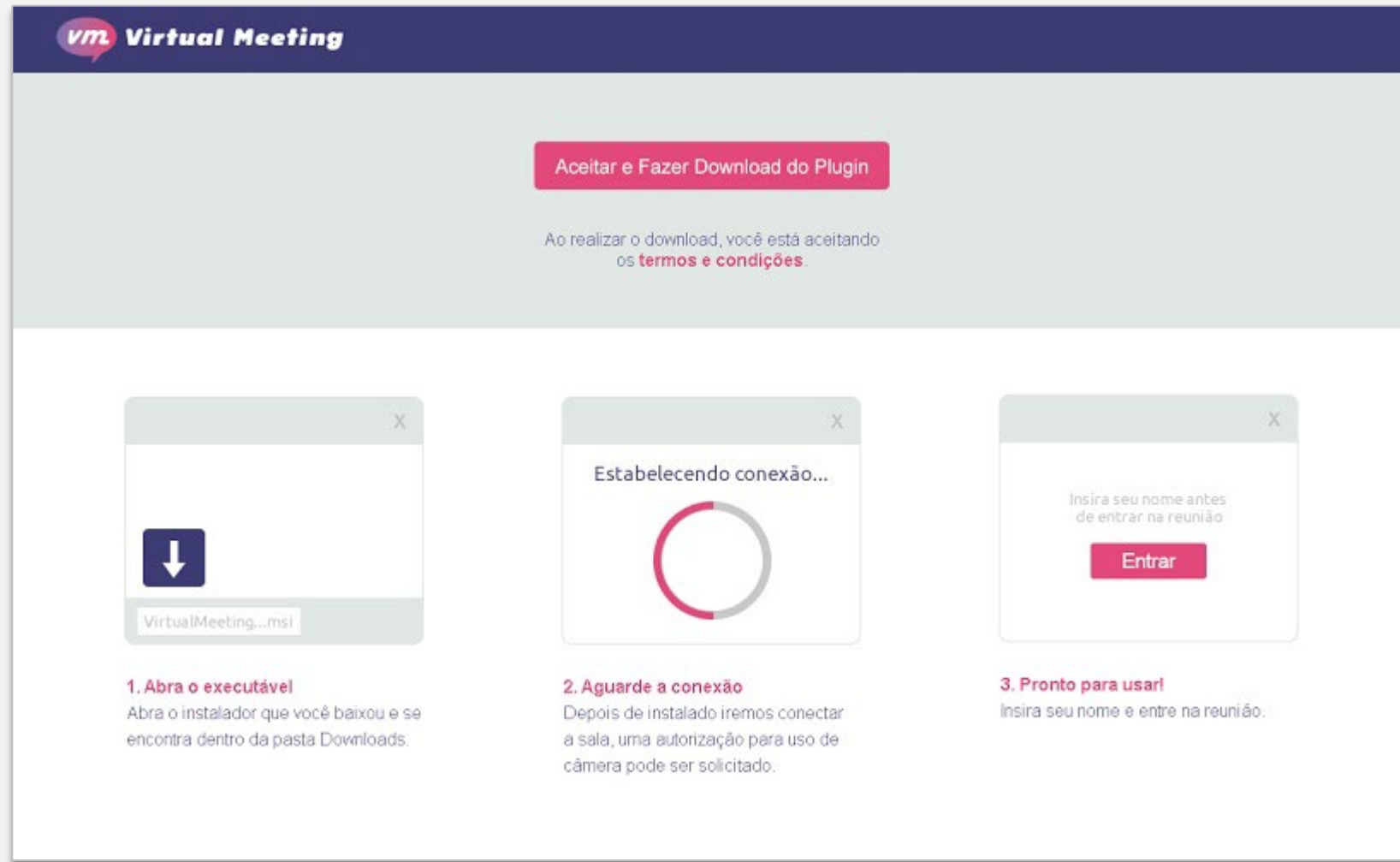
[Click here](#) to see all project

UX/UI: interface of the login area



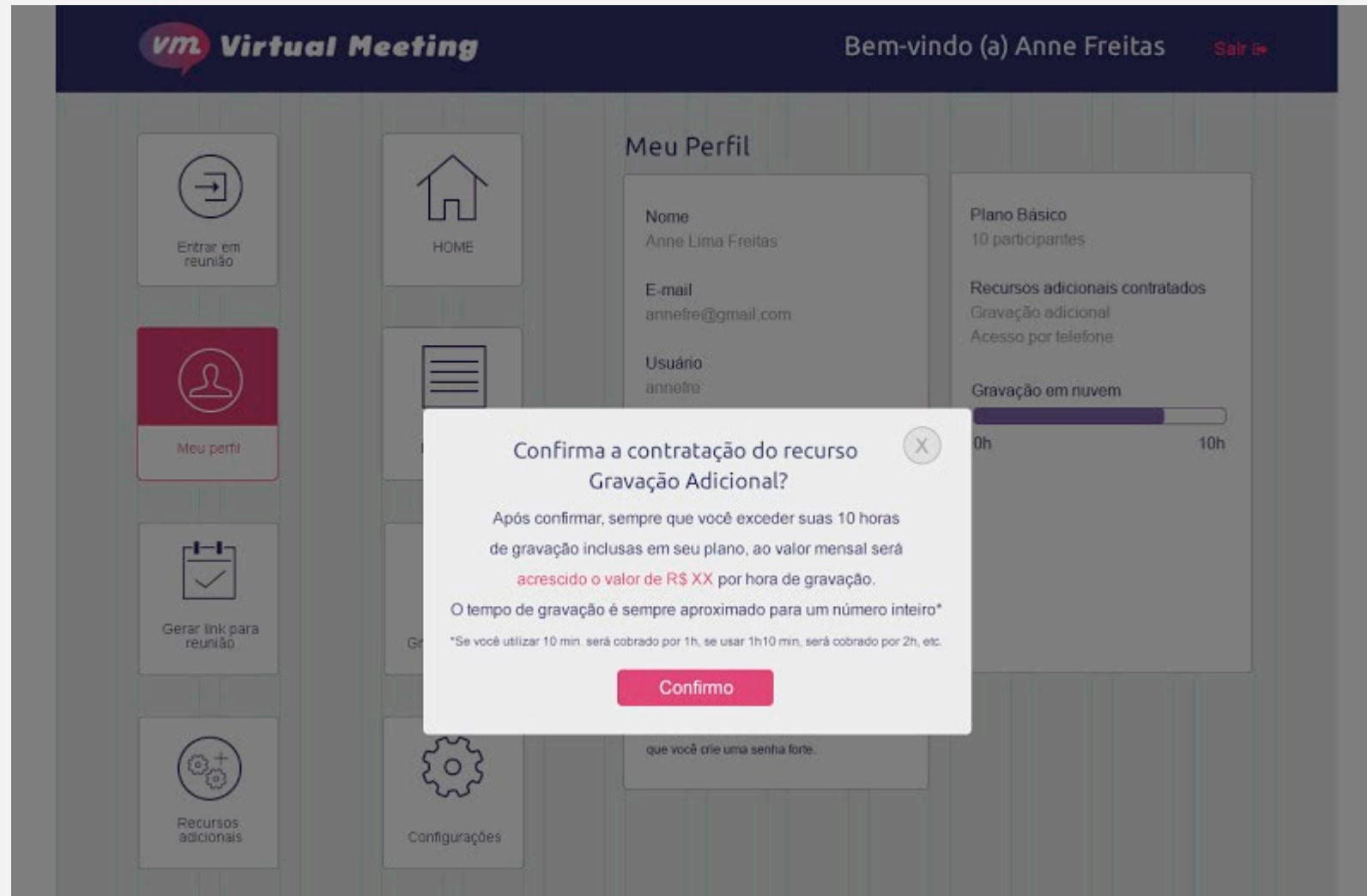
[Click here](#) to see all project

UX/UI: interface of download area

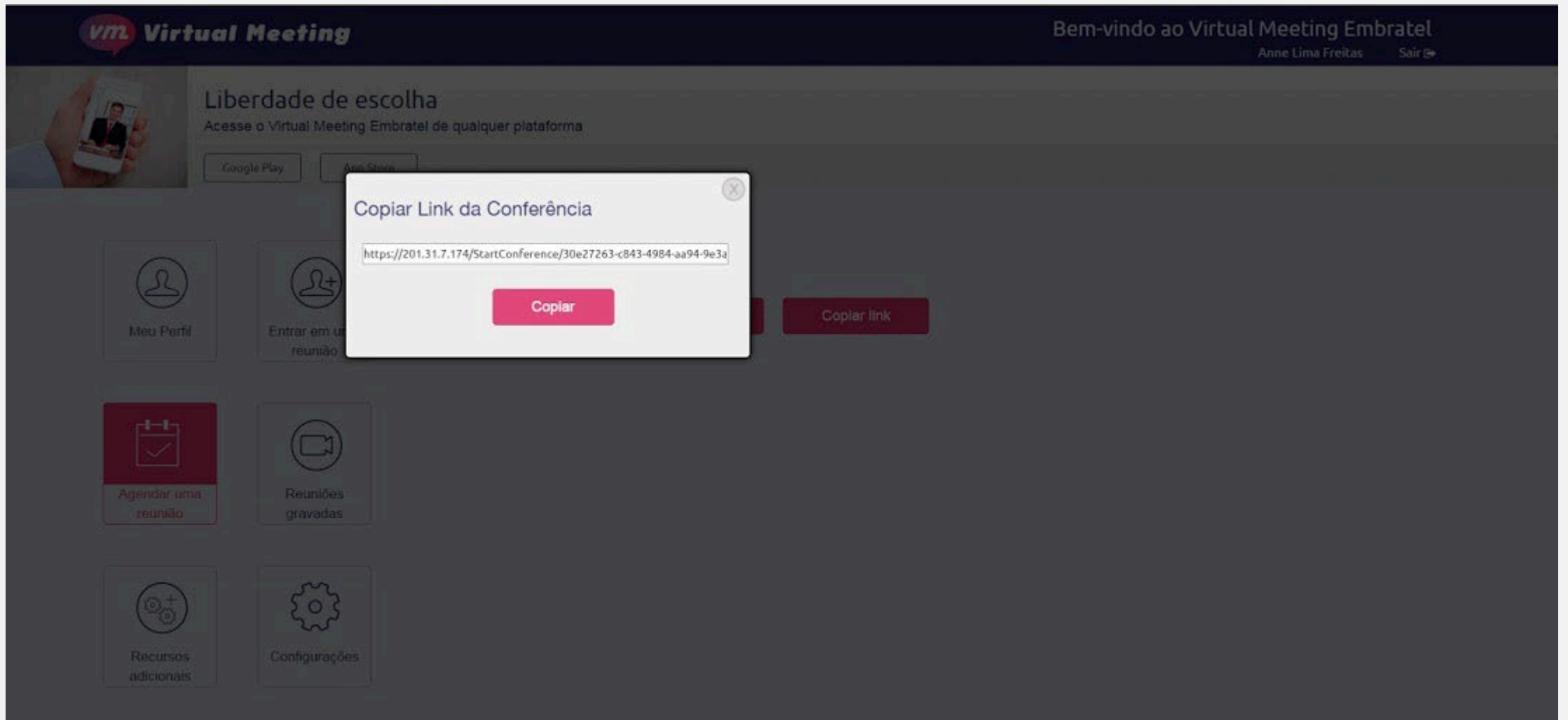


[Click here](#) to see all project

UX/UI: interface of alert messages

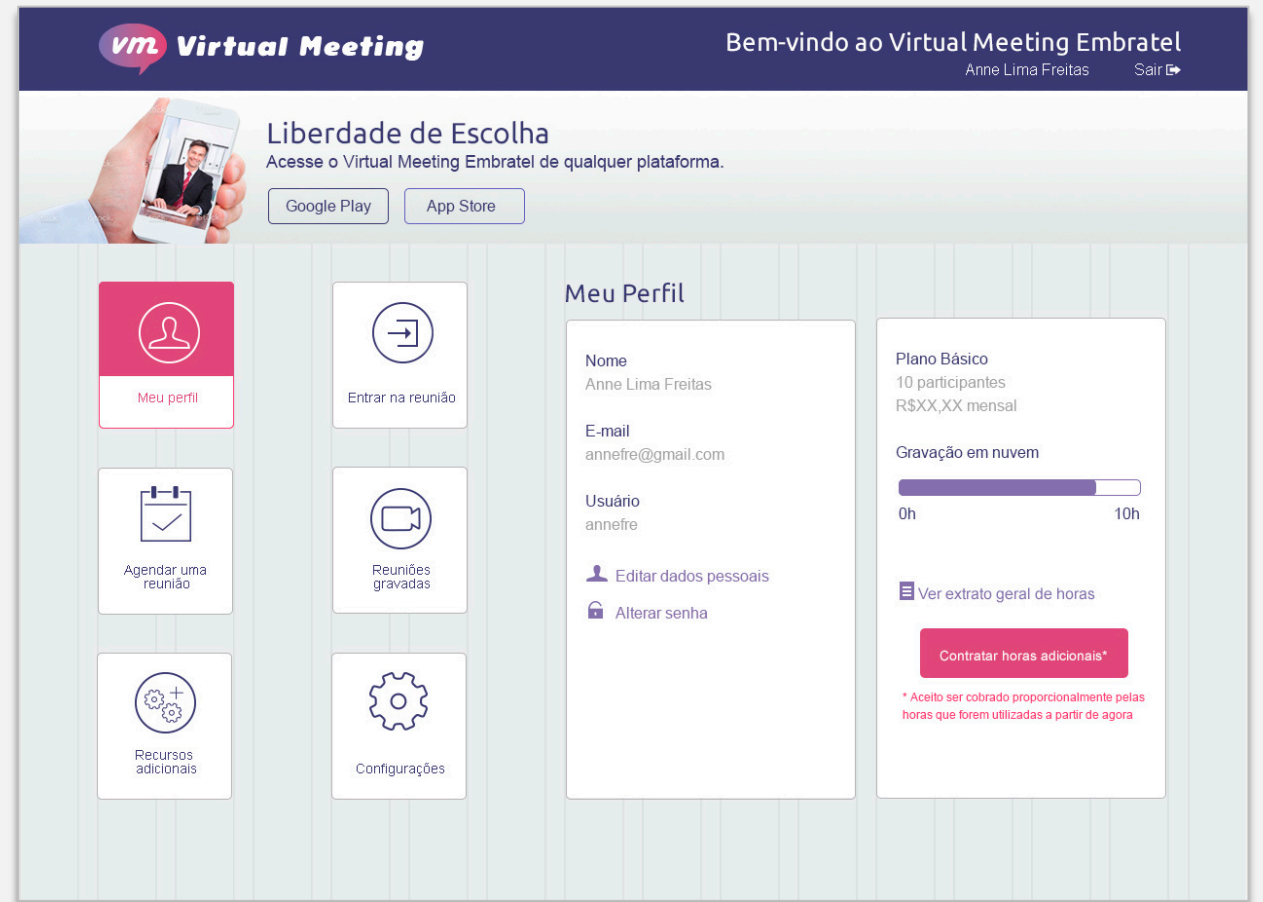
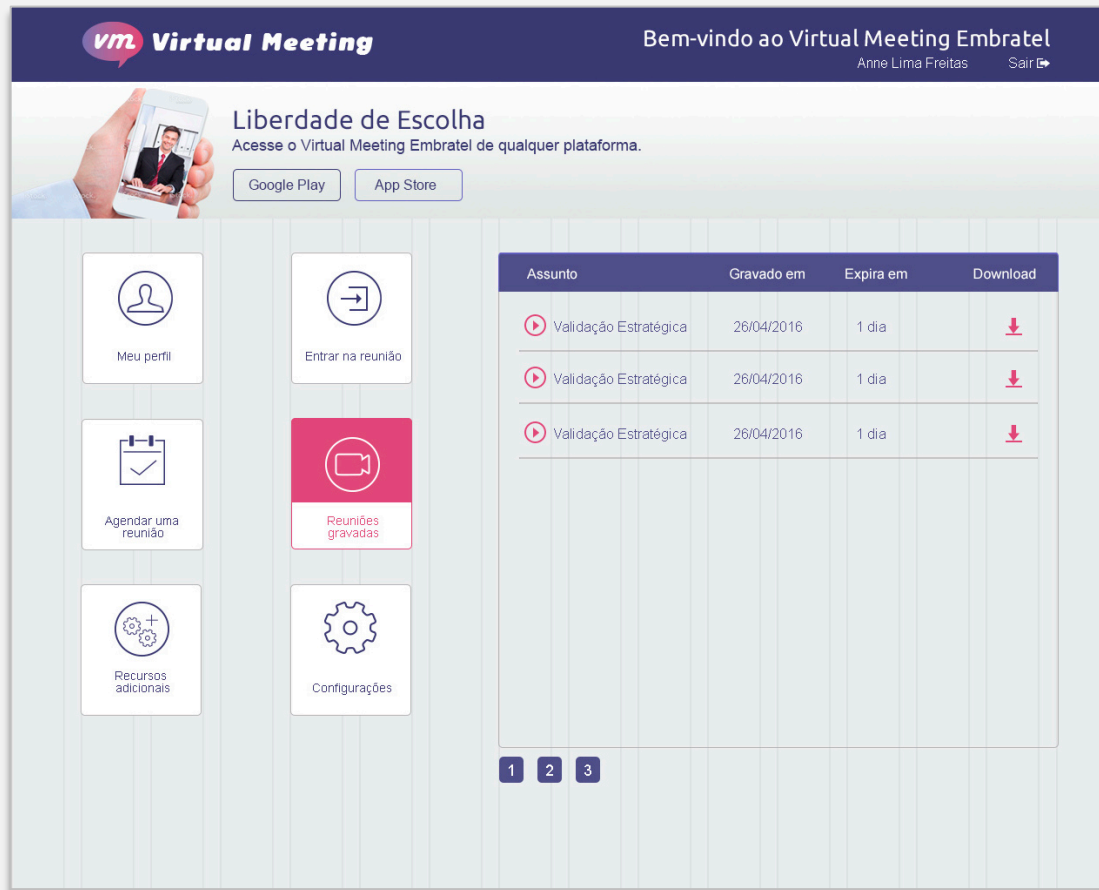


UX/UI: prototype of button interaction



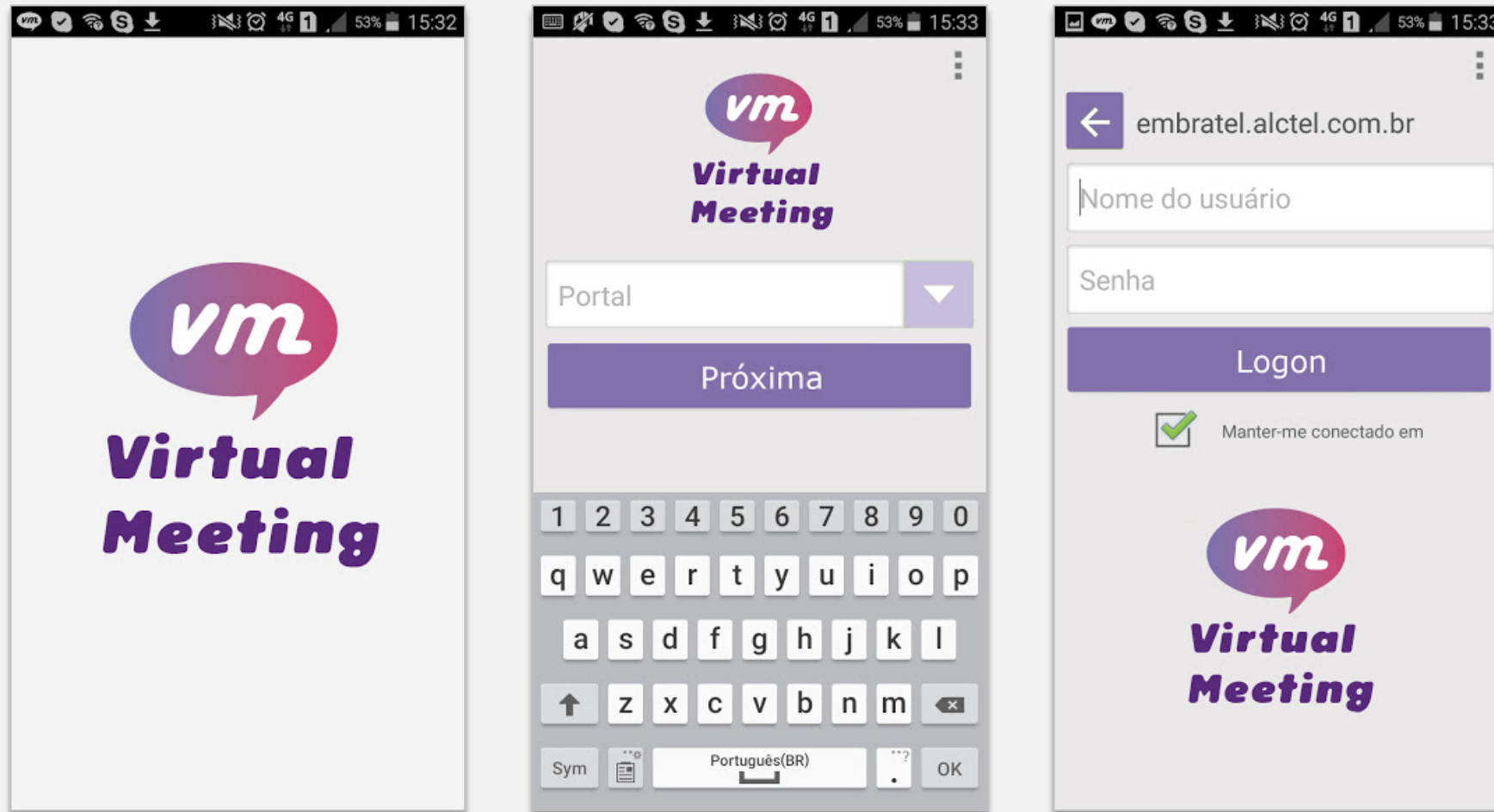
[Click here](#) to see all project

UX/UI: prototype of internal pages



[Click here](#) to see all project

UX/UI: prototype of user flow in mobile devices (android)



[Click here](#) to see all project



UX Design

Usability test, shadowing, prototyping

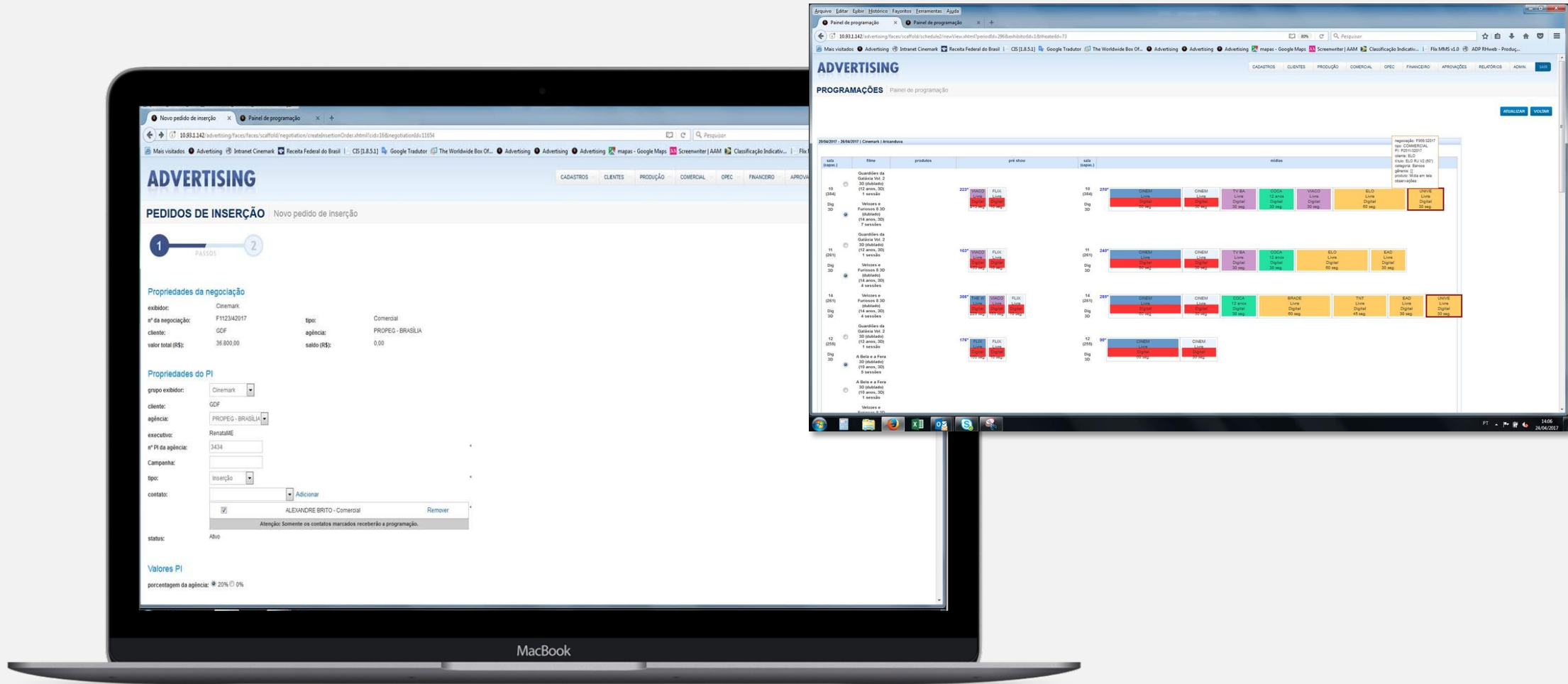
The challenge was implement usability requirements

The project was to improve the user experience of an internal software system, that was launched without design development.

The client was Flix Media and the users, in these case, was the area responsible for the contract's digitalization in media programming. The stakeholders were the project coordinator, system coordinator and the supervisor of the user's team.

Anne's Portfolio

Discovery: Navigation and learning of the prototype and system



Define: Usability analysis by heuristic principles and understanding of the software

períodos				
[ver] 20/04/17 - 26/04/17	[ver] 27/04/17 - 03/05/17	[ver] 04/05/17 - 10/05/17	[ver] 11/05/17 - 17/05/17	[ver] 18/05/17 - 24/05/17
20/04/2017 - 26/04/2017 exibidoras				
[ver] Cinemark	[ver] Kinoplex	[ver] CINEPLEX CINEMATOGRAFICA LTDA.	[ver] Ingresso.com LTDA	[ver] Filmm Marketing de Entretenimento LTDA
[ver] Cineclik Participações LTDA	[ver] Cine'n Fun	[ver] CINESYSTEM S.A.	[ver] Centerplex	[ver] CINEPOP
[ver] ESTRELANDO	[ver] Cinestar	[ver] FLIX MEDIA	[ver] GNC CINEMAS	

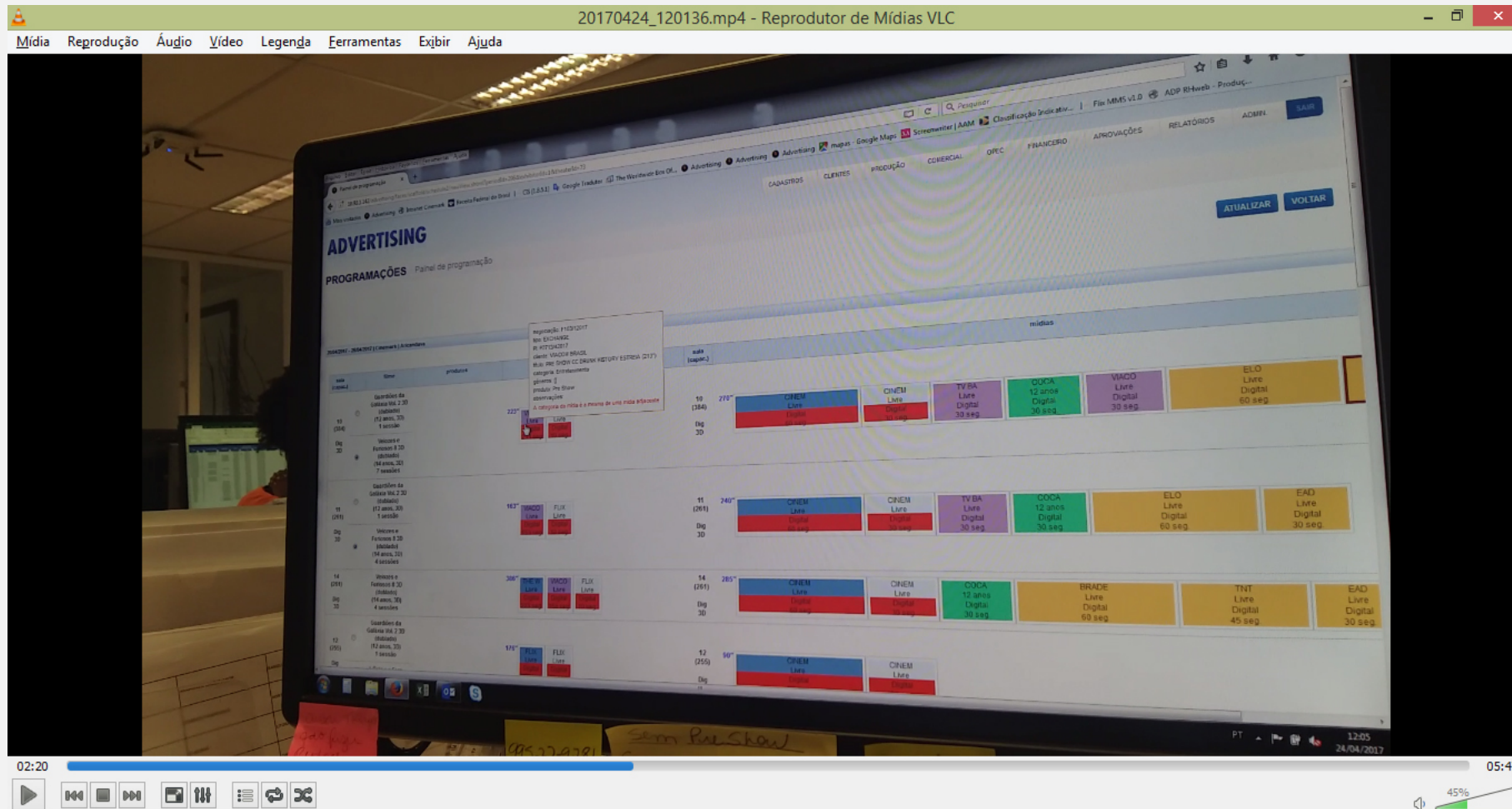
20/04/2017 - 26/04/2017 Cinemark cinemas				
[ver] [img] Aricanduva	[ver] [img] Atrium Shopping	[ver] [img] BH Shopping	[ver] [img] Barra Shopping Sul	[ver] [img] Botafogo
[ver] [img] Boulevard Londrina	[ver] [img] Boulevard Tatuape	[ver] [img] Bourbon Ipiranga	[ver] [img] Bragança Garden Shopping	[ver] [img] Camapani
[ver] [img] Campinas Iguatemi	[ver] [img] Campinas VIP	[ver] [img] Canoas Shopping	[ver] [img] Capim Dourado	[ver] [img] Carica Shopping
[ver] [img] Center Norte	[ver] [img] Center Shopping Rio - Jacarepagua	[ver] [img] Center Vale	[ver] [img] Central Plaza	[ver] [img] Cidade Jardim
[ver] [img] Cidade Sao Paulo	[ver] [img] Cinemark Internacional Shopping Guarulhos	[ver] [img] Cinemark Osasco	[ver] [img] Colinas Shopping	[ver] [img] Diamond Mall
[ver] [img] Downtown	[ver] [img] Eldorado	[ver] [img] Extra Anchieta	[ver] [img] Flamboyant	[ver] [img] Floripa Shopping
[ver] [img] Foz do Iguaçu	[ver] [img] Goiabeiras Shopping	[ver] [img] Golden Square	[ver] [img] Grand Plaza Shopping	[ver] [img] Iguatemi Brasília
[ver] [img] Interlagos	[ver] [img] Jacareí Shopping	[ver] [img] Jua Garden Shopping	[ver] [img] Lages Garden Shopping	[ver] [img] Lar Center
[ver] [img] Market Place	[ver] [img] Metro Santa Cruz	[ver] [img] Metro Tatuape	[ver] [img] Metro Tucuruvi	[ver] [img] Metropolitan Barra
[ver] [img] Midway Mall Natal	[ver] [img] Mogi das Cruzes	[ver] [img] Mooca Plaza Shopping	[ver] [img] Novo Shopping	[ver] [img] Park Shopping Sao Caetano
[ver] [img] ParkShoppingBarilui	[ver] [img] Patio Savassi	[ver] [img] Partage Shopping Betim	[ver] [img] Passeio das Águas	[ver] [img] Patio Higienopolis
[ver] [img] Patro Paulista	[ver] [img] Pier 21	[ver] [img] Plaza Shopping Nilais	[ver] [img] Praiamar Shopping	[ver] [img] Raposo Shopping
[ver] [img] Riomar Recife	[ver] [img] Roraima	[ver] [img] SP Market	[ver] [img] Salvador Shopping	[ver] [img] Shopping Campo Grande
[ver] [img] Shopping D	[ver] [img] Shopping Garças Viana	[ver] [img] Shopping Iguatemi SP	[ver] [img] Shopping Jardins	[ver] [img] Shopping Mueller
[ver] [img] Shopping Riomar	[ver] [img] Shopping Sao Jose	[ver] [img] Shopping Tambore	[ver] [img] Shopping Vila Velha	[ver] [img] Shopping Vitoria
[ver] [img] Studio 5 Shopping	[ver] [img] Taguatinga Shopping	[ver] [img] Tiete Plaza Shopping	[ver] [img] Uberlândia Shopping	[ver] [img] Via Cafe
[ver] [img] Via Vale Taubate	[ver] [img] Villa Lobos	[ver] [img] Village Mall		

aberto fechado alterado enviado enviado e alterado liberado confirmado pelo cinema
 Pronto para envio Enviando Envio necessário Falha no envio Sucesso no envio

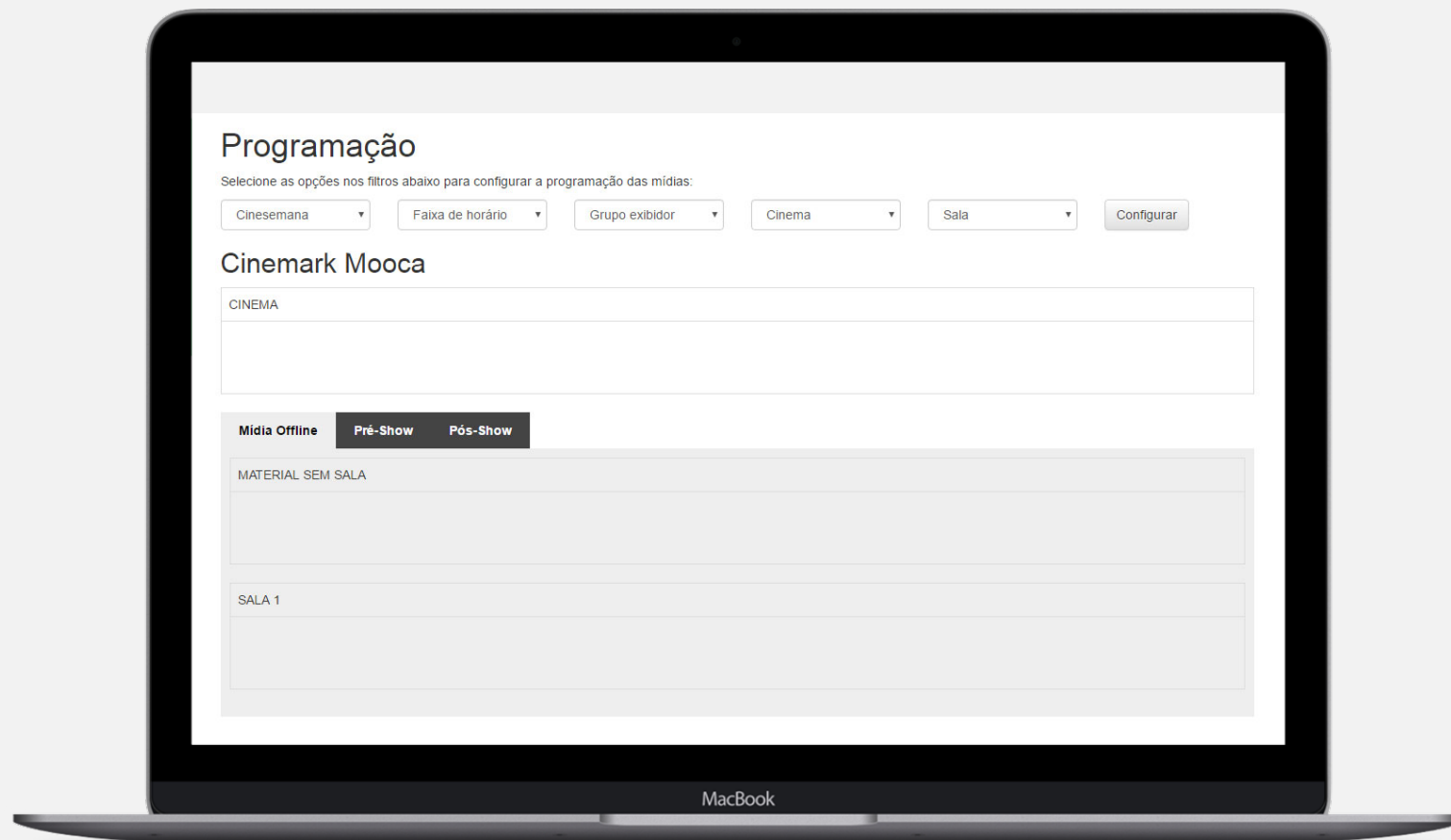
ENVIAR PROGRAMAÇÃO ENVIAR PROGRAMAÇÃO (BROADSIGN) VALIDAR PROGRAMAÇÃO (BROADSIGN) LIBERAR PROGRAMAÇÃO REL. PROGRAMAÇÃO FILMES REL. PROGRAMAÇÃO DE MÍDIAS

ADVERTISING					
CADASTROS CLIENTES PRODUÇÃO COMERCIAL OPEC FINANCEIRO AR					
PEDIDOS DE INSERÇÃO					
Detalhes do pedido inserção					
exibidor: Cinemark	período: 27/04/2017 - 03/05/2017	valor bruto (R\$): 1.716.700,00	valor agência (R\$): 343.340,00	publico esperado: 0	
cinesemanas: 18	valor líquido (R\$): 1.373.360,00	saldo (R\$): 0,00	publico previsto: 437.113		
produto(s):	Mídia em tela	titulo(s):	CRANICA CANDIANGA (80')		
determinação:					
TIPO DE CINEMA/ TIPO DE MÍDIA	CIDADES	CINEMAS	MAX. SALAS	SALAS	TIPO DE MÍDIA/ CINE SEMANAS
☒ Todos	☒ Todos	☒ Todos	☒ Todos	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D	☒ 18
☒ Padrão	☒ Aracaju (SE)	☒ Aricanduva (Padrão)	☒ 1	☒ Aricanduva A	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
☒ Premium	☒ Barueri (SP)	☒ Atrium Shopping (Padrão)	☒ 2	☒ Aricanduva B	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
☒ Super Premium	☒ Belo Horizonte (MG)	☒ Barra Shopping Sul (Padrão)	☒ 3	☒ Aricanduva C	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Belém (MG)	☒ BH Shopping (Padrão)	☒ 4	☒ Aricanduva D	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Boa Vista (RR)	☒ Botafogo (Premium)	☒ 5	☒ Atrium Shopping A	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
☒ 35mm	☒ Bragança Paulista (SP)	☒ Bragança Garden Shopping (Padrão)	☒ 6	☒ Boulevard Londrina (Padrão)	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
☒ Digital	☒ Brasília (DF)	☒ Boulevard Tatuape (Padrão)	☒ 7	☒ Atrium Shopping B	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
☒ 3D	☒ Campinas (SP)	☒ Bourbon Ipiranga (Padrão)	☒ 8	☒ Atrium Shopping C	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
☒ Lite D	☒ Campo Grande (MS)	☒ Bragança Garden Shopping (Padrão)	☒ 9	☒ Atrium Shopping D	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Canoas (RS)	☒ Camapani (Padrão)	☒ 10	☒ BH Shopping A	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Cota (SP)	☒ Campinas Iguatemi (Super Premium)	☒ 11	☒ BH Shopping B	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Curitiba (PR)	☒ Carica Shopping (Padrão)	☒ 12	☒ BH Shopping C	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Florianópolis (SC)	☒ Capim Dourado (Padrão)	☒ 13	☒ BH Shopping D	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Foz do Iguaçu (PR)	☒ Carica Shopping (Padrão)	☒ 14	☒ Barra Shopping Sul A	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Goiânia (GO)	☒ Center Norte (Premium)	☒ 15	☒ Barra Shopping Sul B	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Guarulhos (SP)	☒ Center Shopping Rio - Jacarepagua (Padrão)		☒ Barra Shopping Sul C	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Jacareí (SP)	☒ Center Vale (Padrão)		☒ Barra Shopping Sul D	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Juazeiro (BA)	☒ Central Plaza (Padrão)		☒ Botafogo A	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Lages (SC)	☒ Cidade Jardim (Super Premium)		☒ Botafogo B	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Londrina (PR)	☒ Cidade Sao Paulo (Premium)		☒ Botafogo C	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Manaus (AM)	☒ Cinemark Internacional Shopping Guarulhos (Padrão)		☒ Botafogo D	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D
	☒ Mogi das Cruzes (SP)	☒ Boulevard Londrina A		☒ Boulevard Londrina B	☒ 35mm ☒ Digital ☒ 3D ☒ Lite D

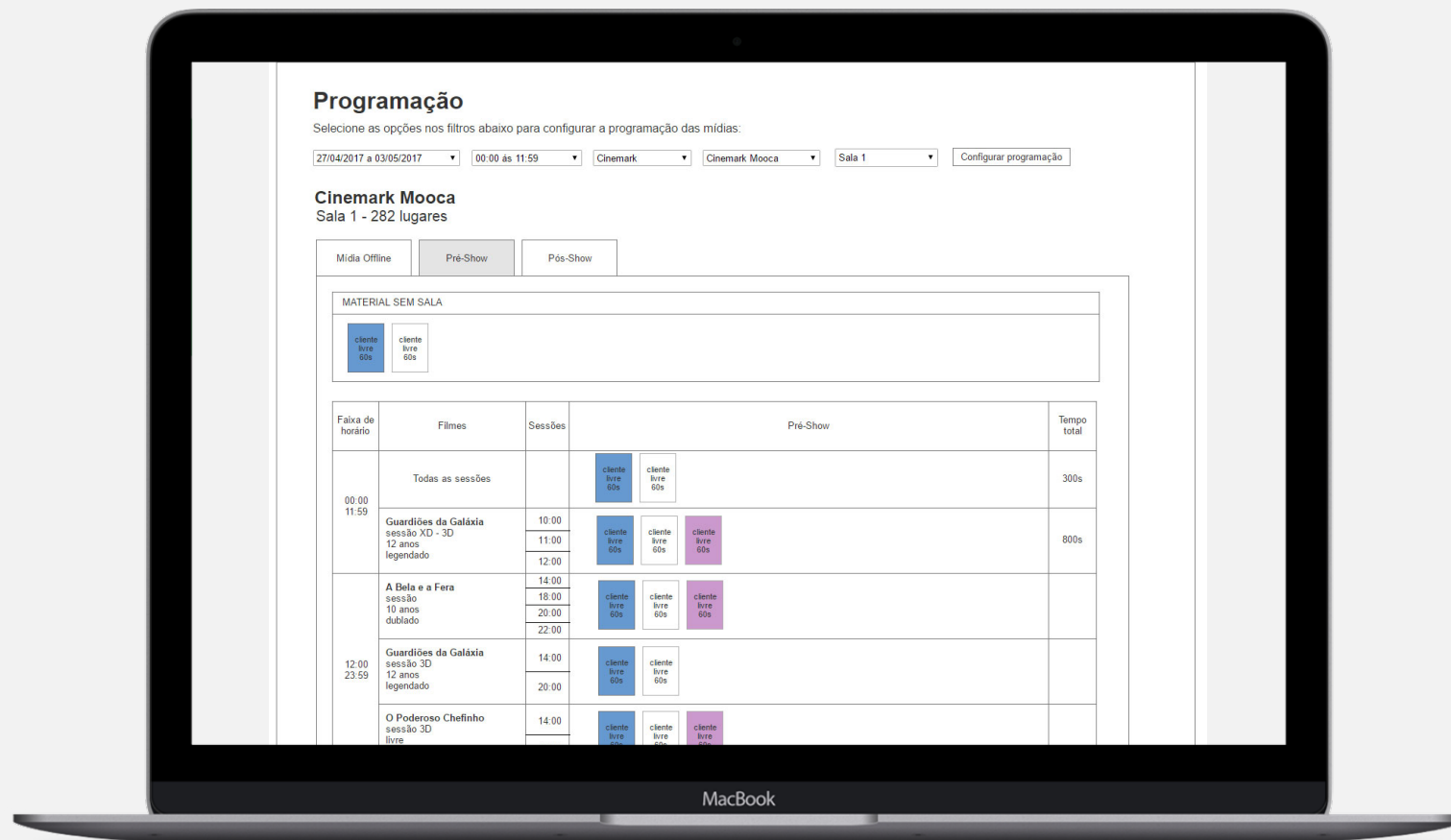
Insights: Shadowing and immersion with the users



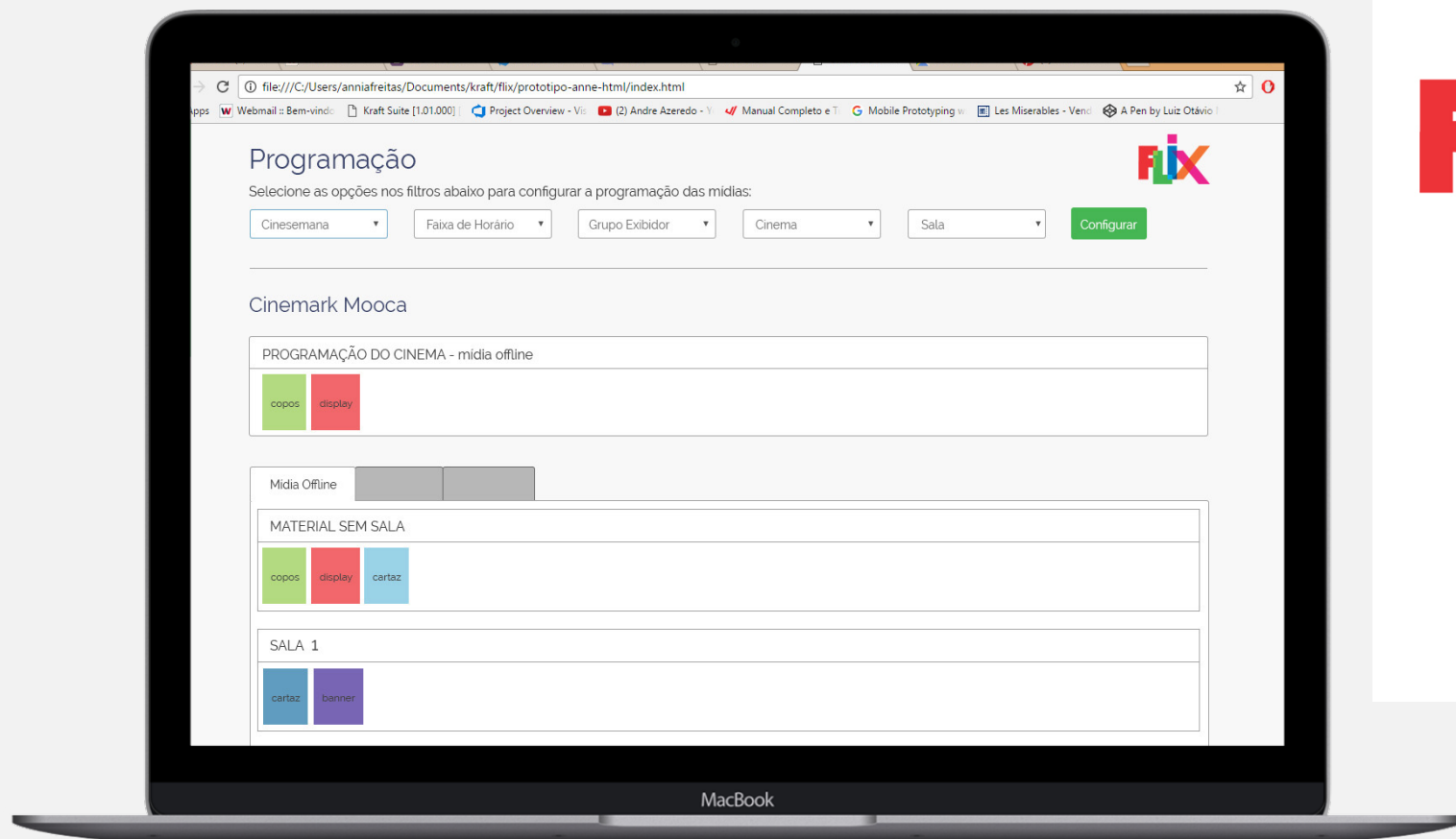
Ideation: Information Architecture, wireframing with Axure



Prototyping: Information Architecture, Prototyping with bootstrap



Prototyping: Interface layout, application of visual guide



Deliver: Validation with user test usability at Flix Media

ROTEIRO DO TESTE					
	OBJETIVO	TAREFA	REALIZAÇÃO DA TAREFA	COMENTÁRIO PARTICIPANTE	OBSERVAÇÕES
1	É intuitivo que a programação referente somente ao cinema fica no topo?	Você precisa organizar as mídias somente do cinema.	☐ c/ facilidade ☐ c/ dificuldade ☐ não conseguiu ☐ fez perguntas ☐ pediu ajuda		
2	É intuitivo que a parte de mídias sem sala também é segmentada em offline, pré e pós-show?	Você não precisa utilizar uma mídia offline para onde você moveria? E se fosse uma mídia pós-show ou <u>pré-show</u> ?	☐ c/ facilidade ☐ c/ dificuldade ☐ não conseguiu ☐ fez perguntas ☐ pediu ajuda		

Script of Usability Test

PROJECT DOCUMENTATION

DELIVERABLES ([click here](#))

(MVP prototype, usability reports)

DATA ([click here](#))

(shared data)

FINDINGS ([click here](#))

(discovery phase insights)

ESTRATEGY ([click here](#))

(presentations with the purpose of status)

UX Design

Desktop Research, taxonomy, prototyping



New structure of main e-commerce menu

The project was to increase the strategic potential of sells through a new structure of exhibition and maintenance

The client was Via Varejo a brand part of the Extra.com group

Step One: Check needs reported by stakeholders using usability analyses through data collected (heat map)



Information Architecture analysis with heat map

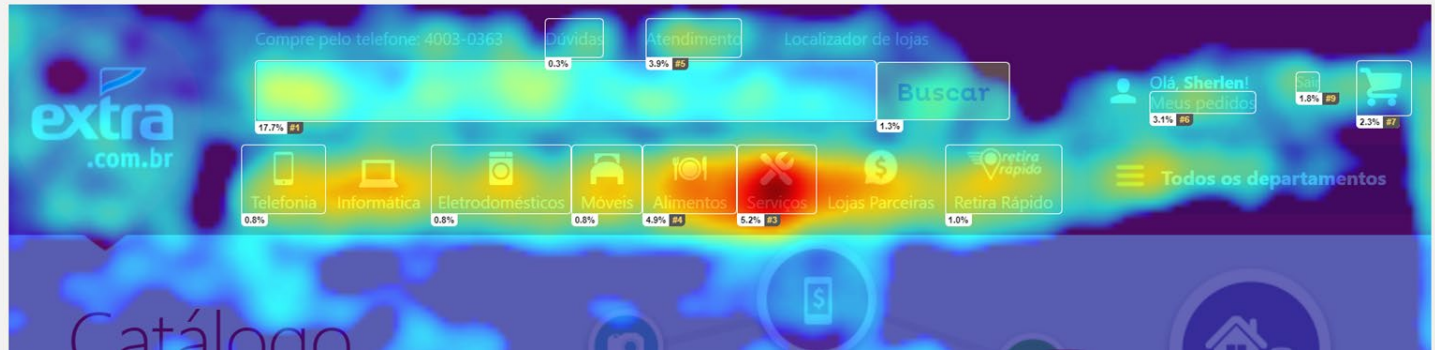
Step two: Analysis of the structure of information data through taxonomy study



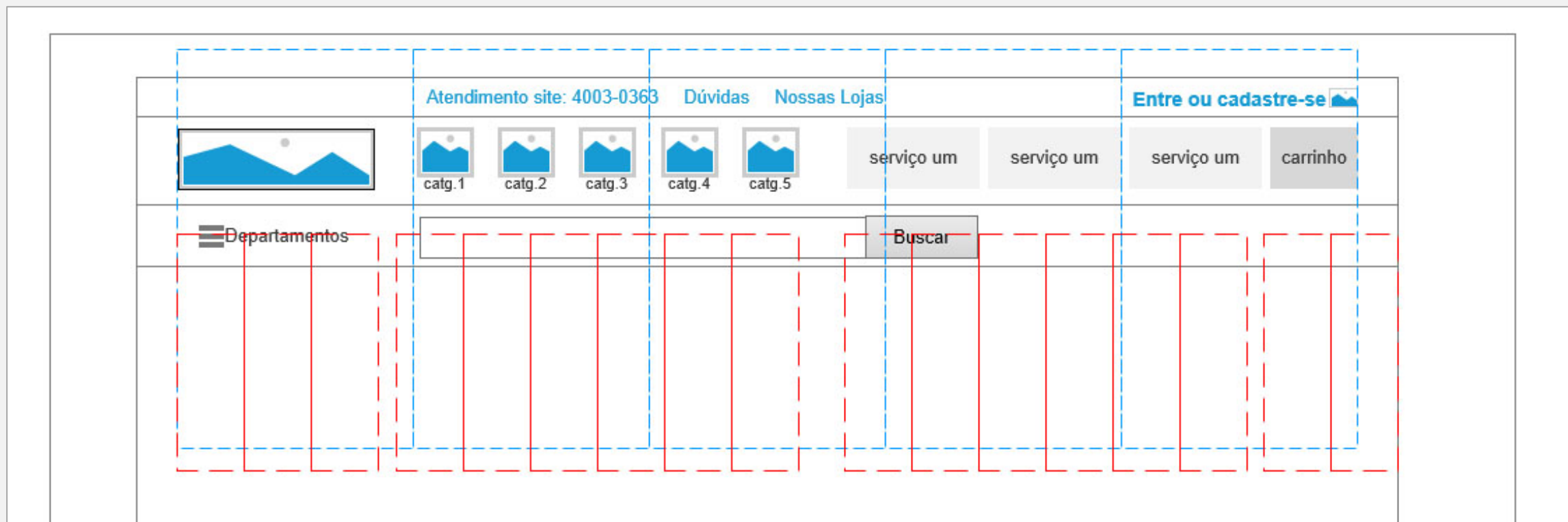
Current Taxonomy of the header area

New proposal of Taxonomy to implement

Step Three: Analysis of the path of the users

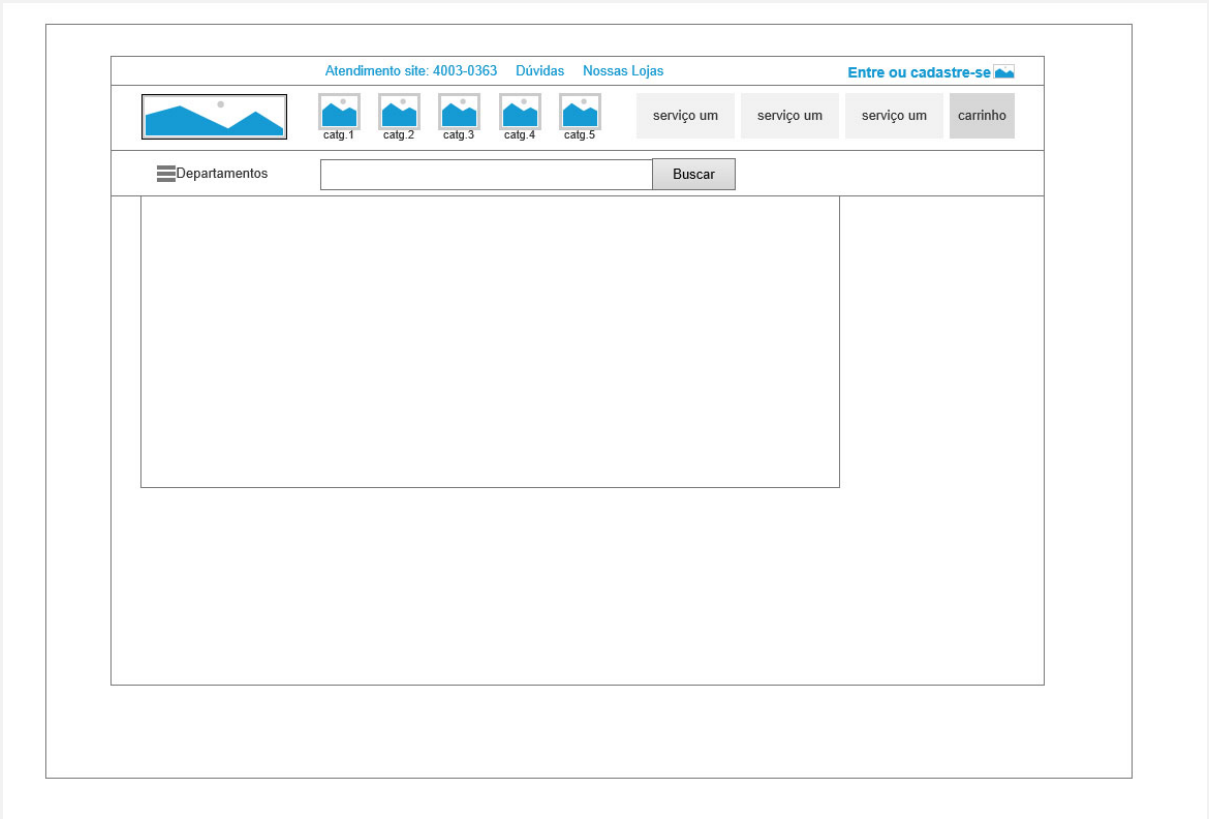


Step Four: prototyping in low fidelity, wireframing using grid structure

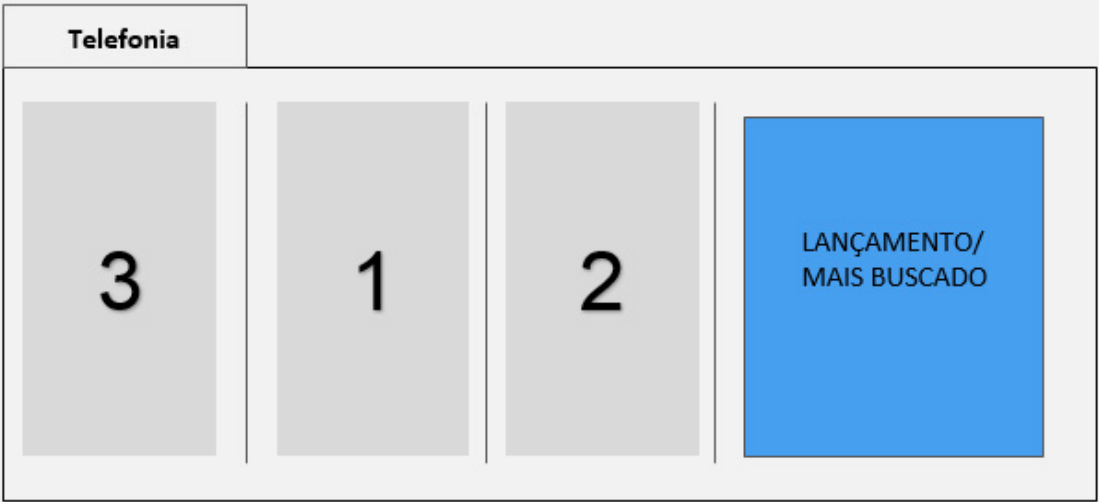


Static wireframe

Step Four: prototyping in low fidelity, wireframing using viewport relation with number of menu columns

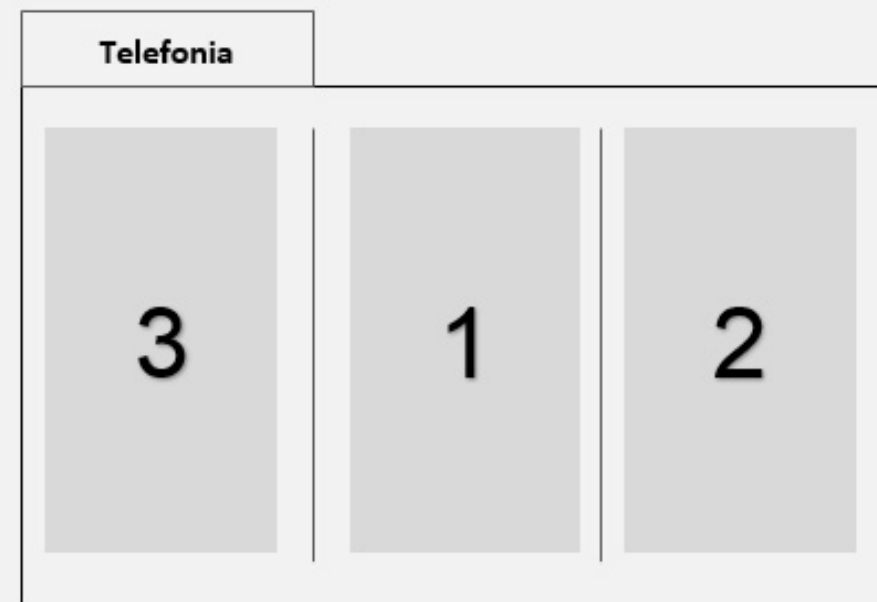
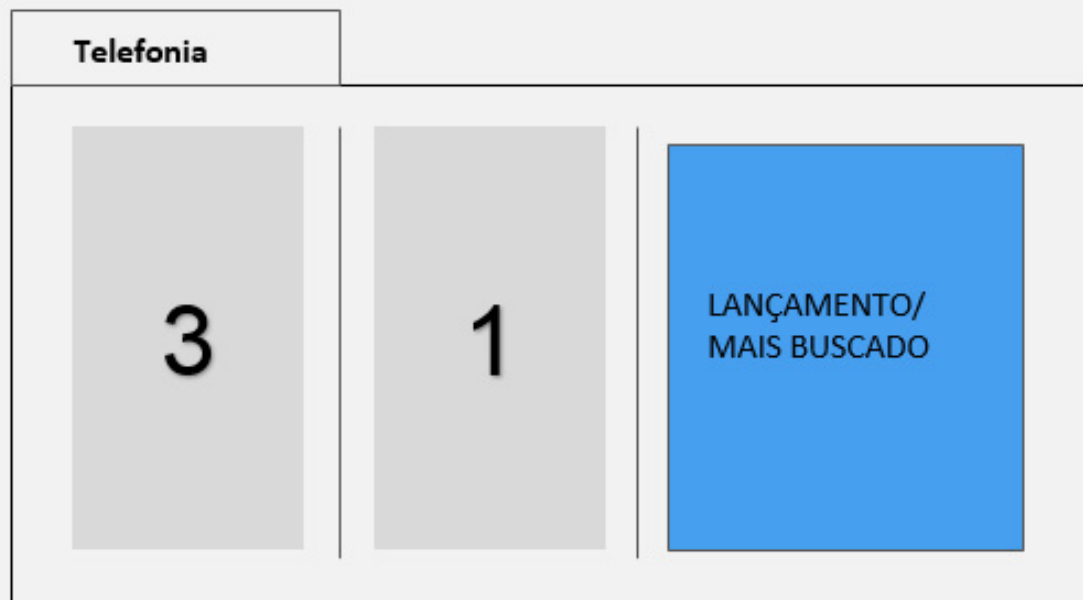


Static wireframe designed with Axure



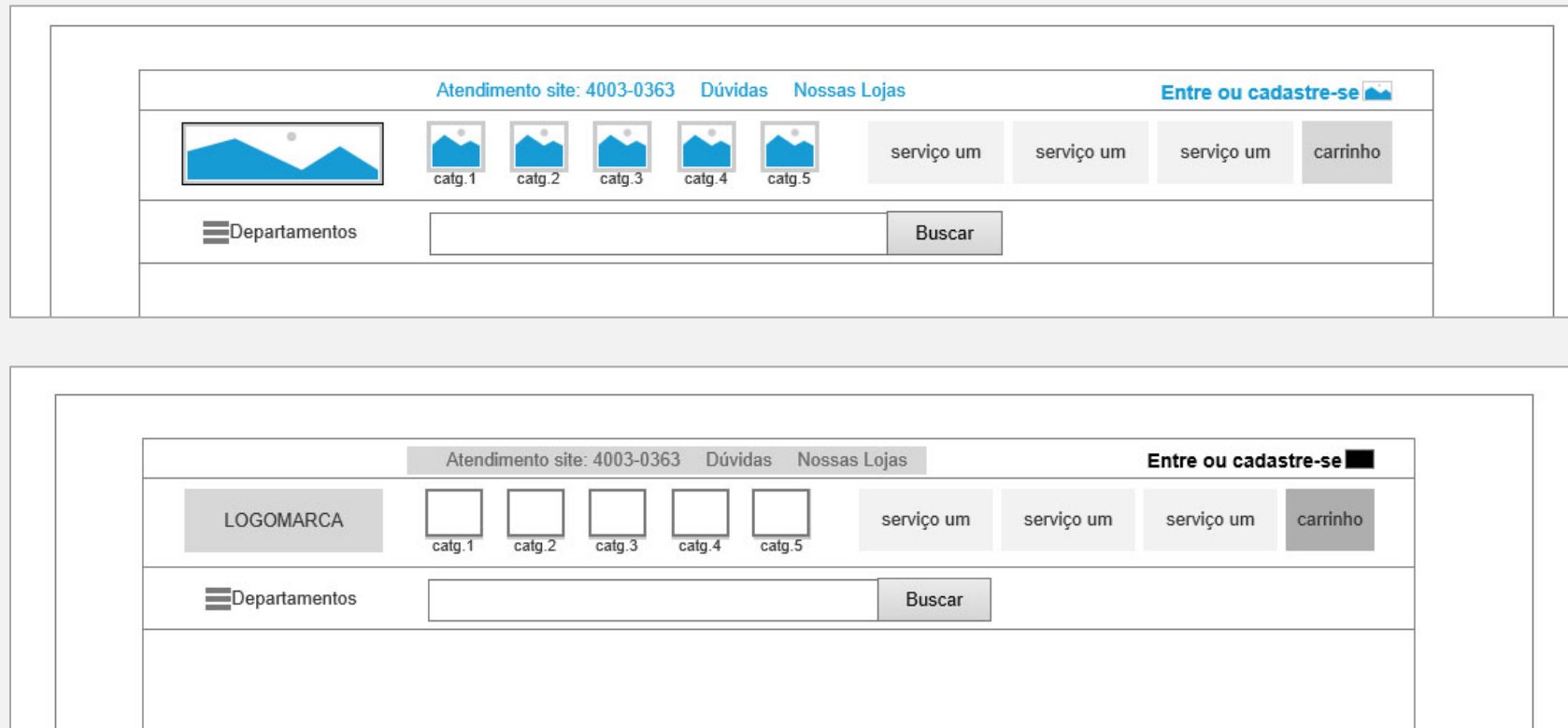
Menu hierarchy wireframe designed with Photoshop

Step Five: new proposal of header covering the strategic functions – order and number of columns



Menu hierarchy wireframe designed with Photoshop

Step Five: new proposal of header covering the strategic functions – functions and areas content



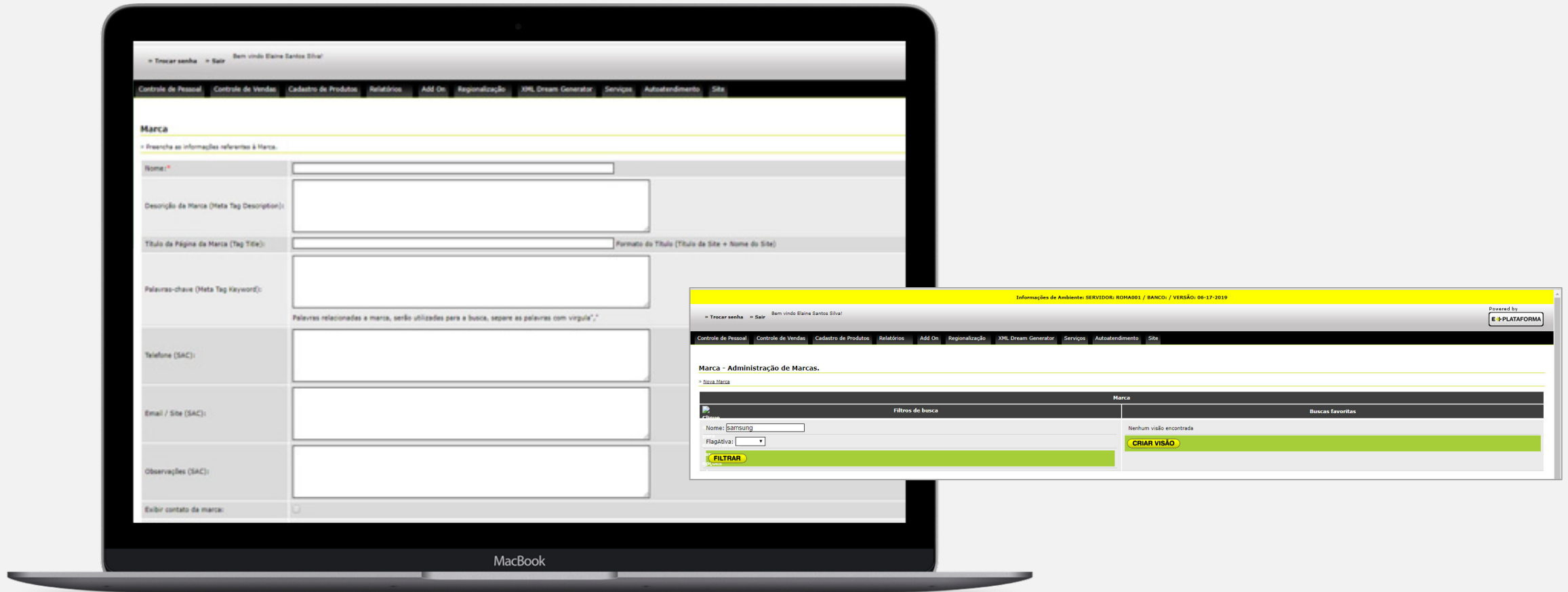
Static wireframe designed with Axure

New interface structure of admin system

The task was project new screens using information architecture in order to insert new functions

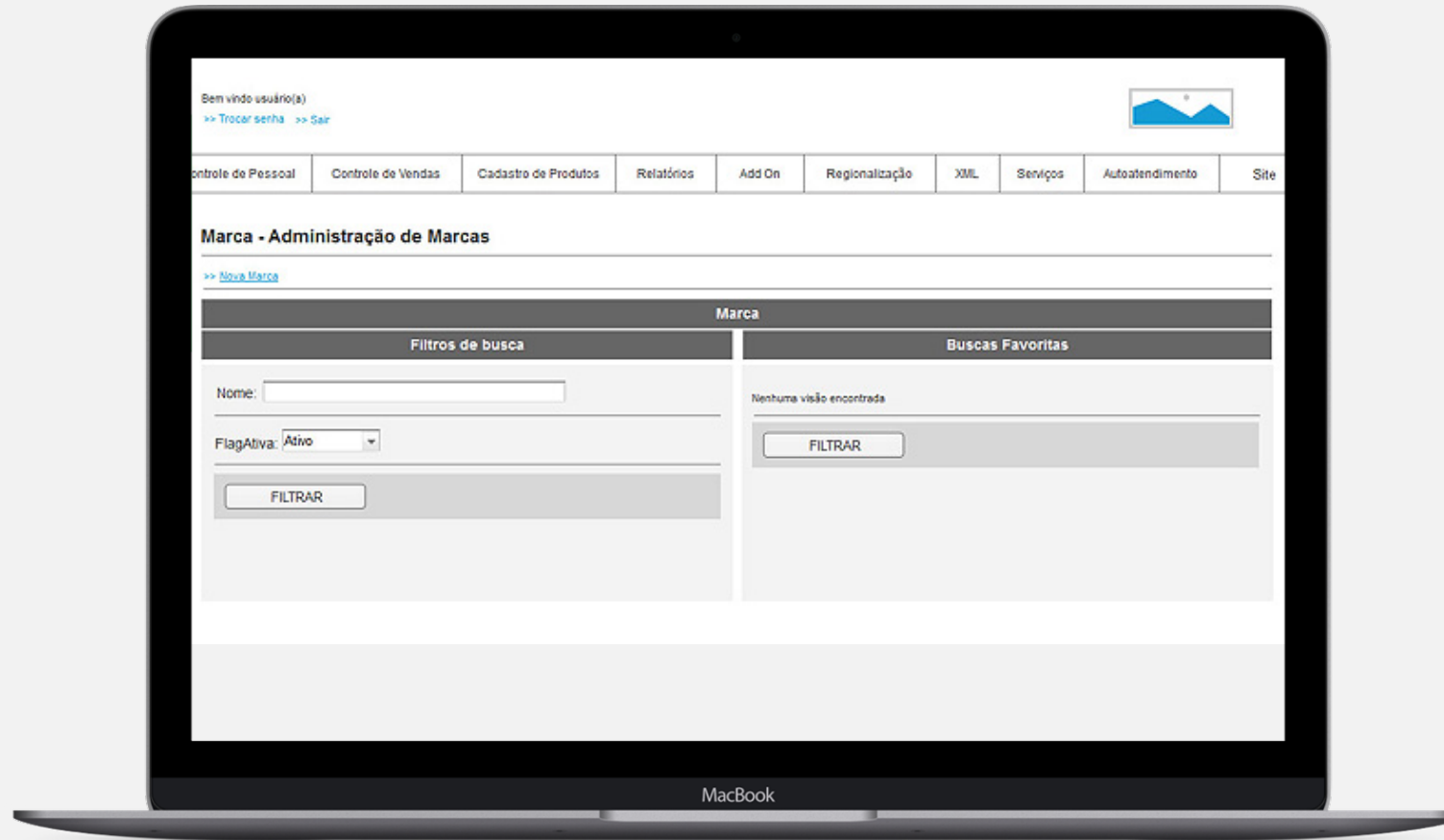
The client was Via Varejo for the brand Casas Bahia

Step One: Heuristic and Usability Analysis



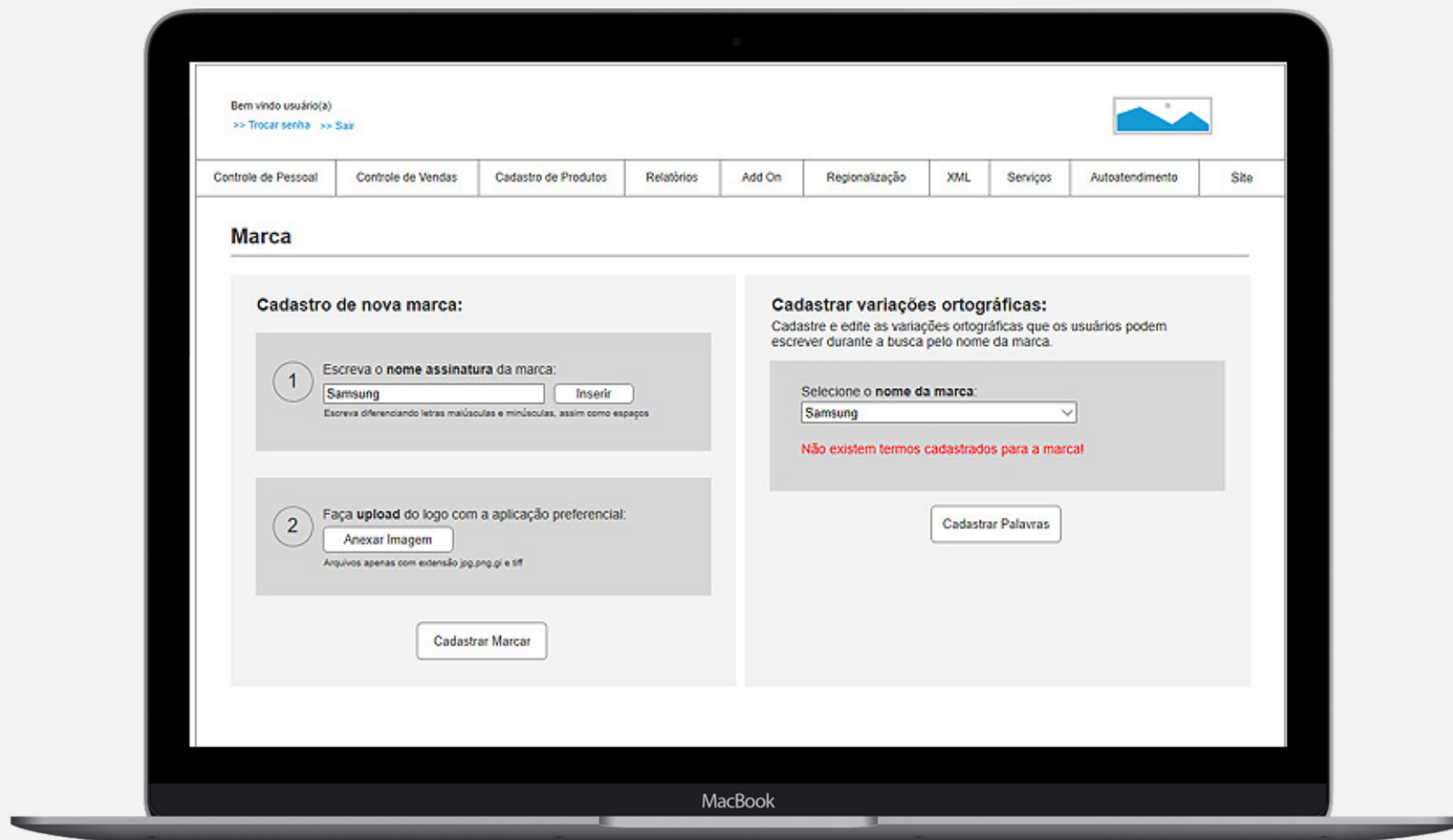
Current admin system screens

Step Two: Analysis through information architecture mapped by functions

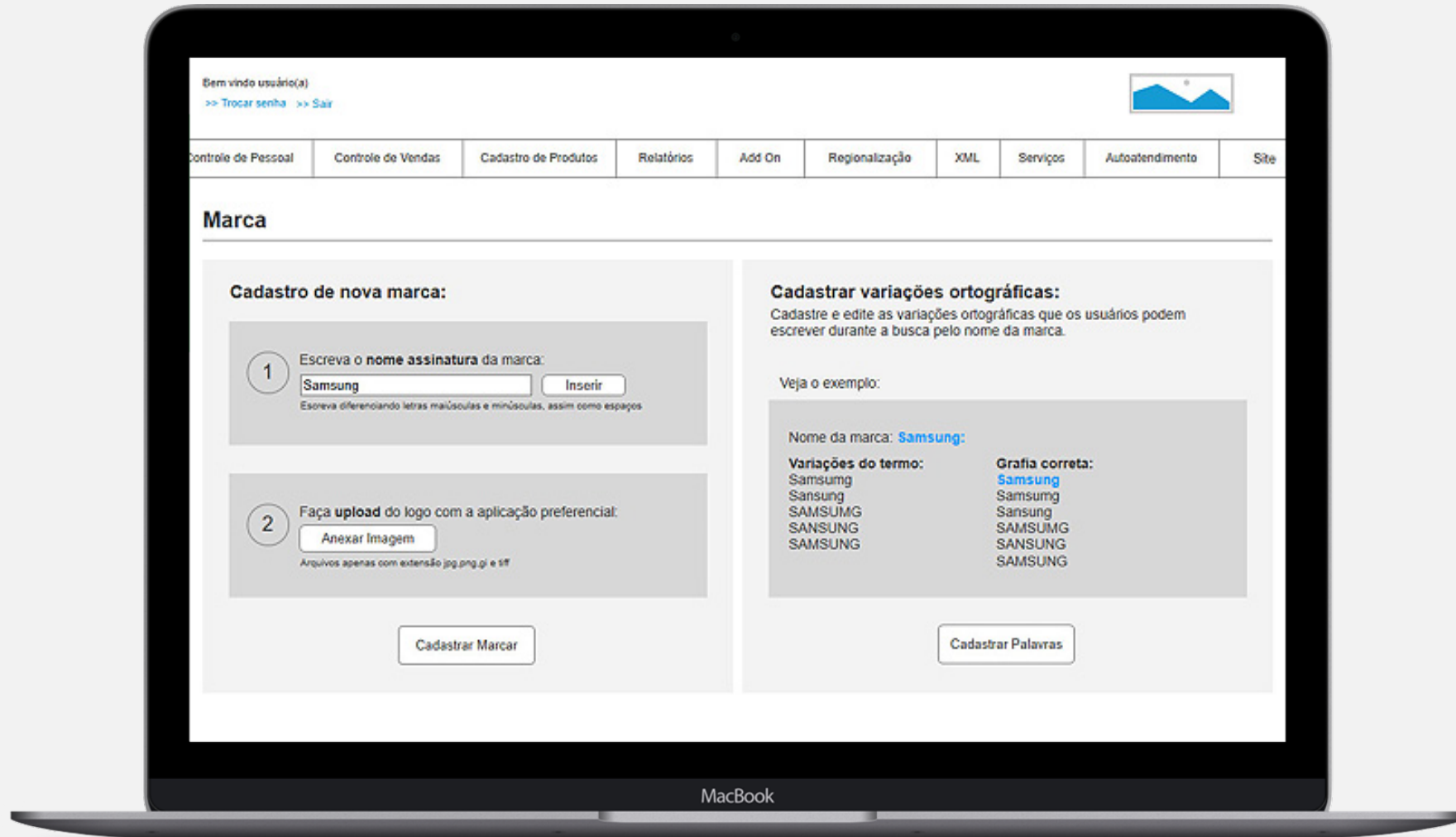


Wireframe of the admin system modified

Step Three: Prototype of new design proposal – interface screens



Step Three: Prototype of new design proposal – interface screens





Duratex

Soluções para melhor viver

<https://www.duratex.com.br>

UX Design

Consultancy focused on Design Thinking
applied to User Experience

HOW to define a PROBLEM ?

It is a problem focused on user experience or design research?

Client's perspective

We use the client's perspective when we consider data focused on selling products or on the buying process.

The context is also defined by the media and device as form of interaction, supported on digital interfaces as e-commerce, online campaigns, banners, among others.

User's perspective

When we talk in terms of mapping experience, users are the persons who navigate online and interact with digital platforms.

They could be personas, where their behavior are traced by data driven, based on their consumer pattern through services and products.

WHAT IS THE PROBLEM (THE CLIENT PERSPECTIVE)?

Increase the user navigation in the new app

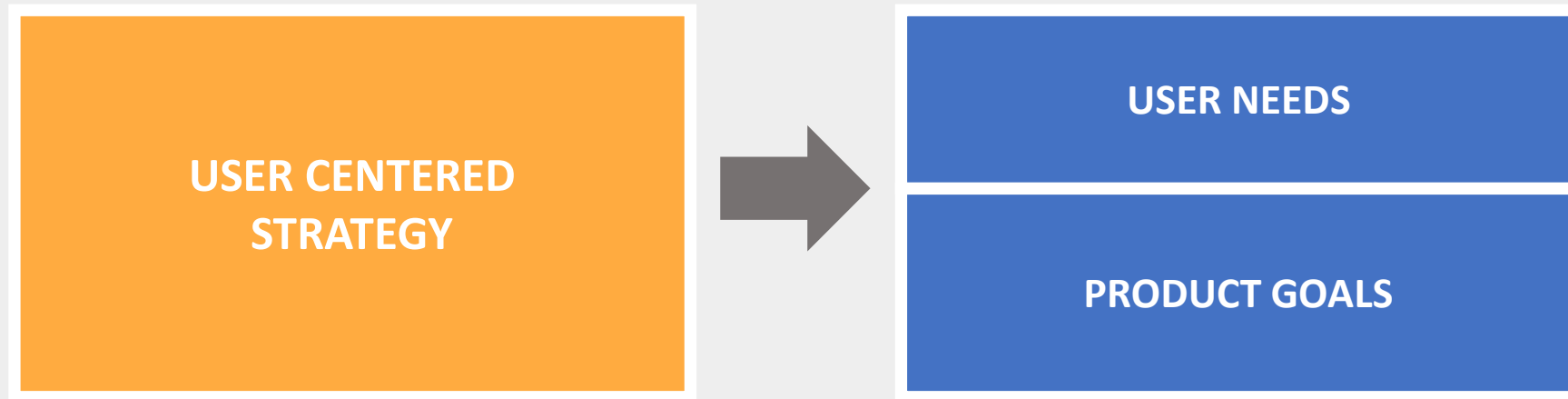
WHAT IS THE PROBLEM (USER CENTERED SOLUTION)?

How to measure the impact in terms of usability during the use?

DEVELOPMENT TEAM INSIGHTS

1. How to discover if the users are finding easily the products?
2. The showcase area since it was launched have been useful to the architects, in which manner?

HOW TO STRUCTURE THE ROADMAP



COVERING THE SQUAD GOALS

1. How to elaborate an activity plan **focused on the Product?**
2. How to elaborate an activity plan **valuated by the bussiness needs?**
3. How to **verify if a prototype** is the best way to reach the PO needs?

COVERING THE SQUAD GOALS

1. How to plan the activities focused on the product needs?

Relating the data available with the Product Owner needs:

Data available	PO Pains
Internal navigation of the app	Improve internal navigation
User's number of the list	Increase number of users with data information
User's number logged	Increase the number of users logged

DESIGN PLANNING

2. How to elaborate an activity plan valuated by the bussiness needs

ESTRATEGY		
Conception	Implementation	Distribution
Planning of goals/challenges	1.Benchmark 2.Interview with stakeholders 3.Desktop Research 4.Usability and data analyses	1.Taxonomy study 2.User flows 3. Information architecture 4.Interaction 5.High fidelity protoype
DESENVOLVIMENTO		
Solution	Actitivity	Value
New HEAD	Information architecture improvements	New menu with new structure of products and comercial banner

TAXONOMY MAPPING

GOOGLE SEARCH

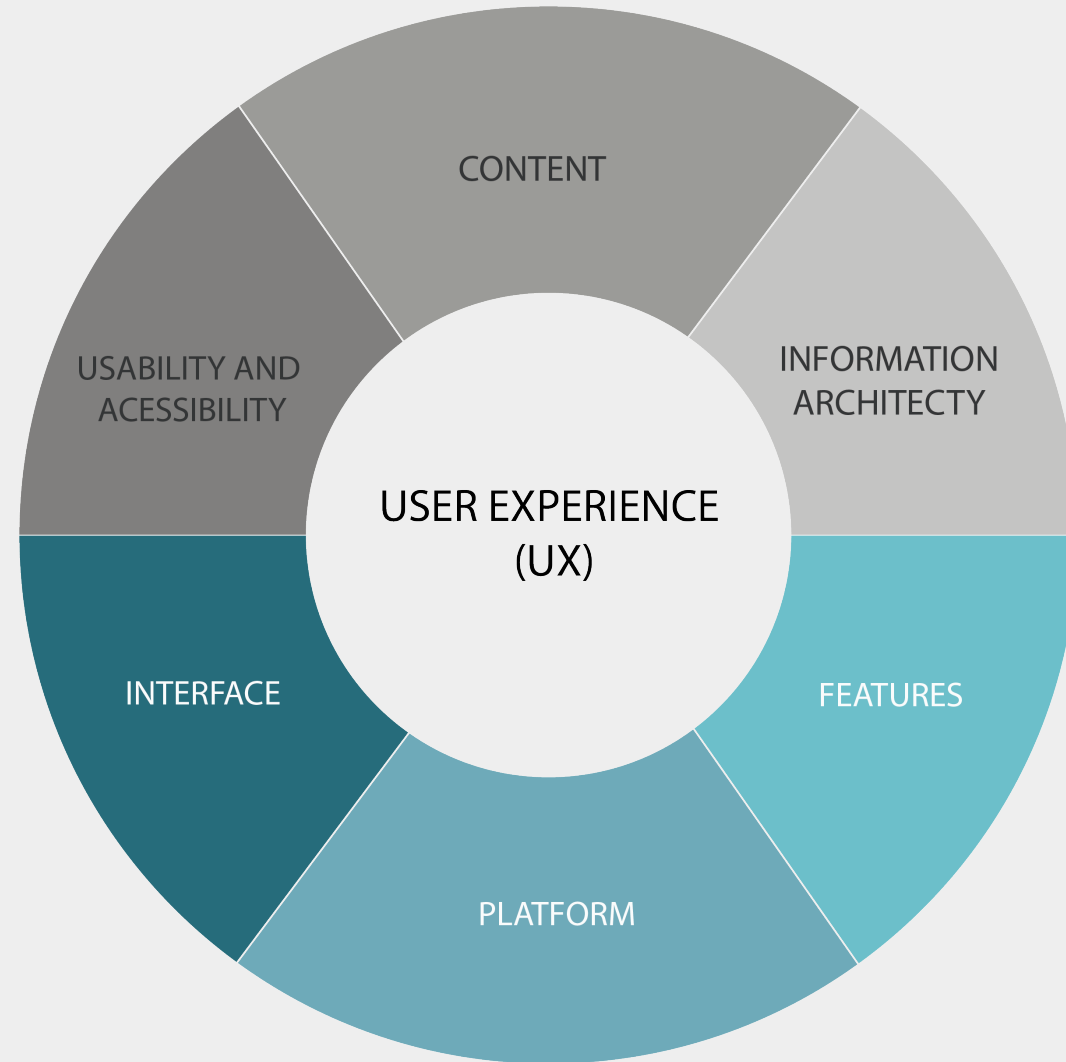
- What product's name are searched by brand (Hydra, Deca, Duratex)?
- How other brands are structuring its product's categorization?;
- What are considered the best menu interfaces?;
- How to improve searching with naming process;
- Currently what are the results of searching by product's name?

Mapping **CATEGORIZATION** of
products name

DONE

Propose new structure of
MENU CATEGORIZATION

DONE

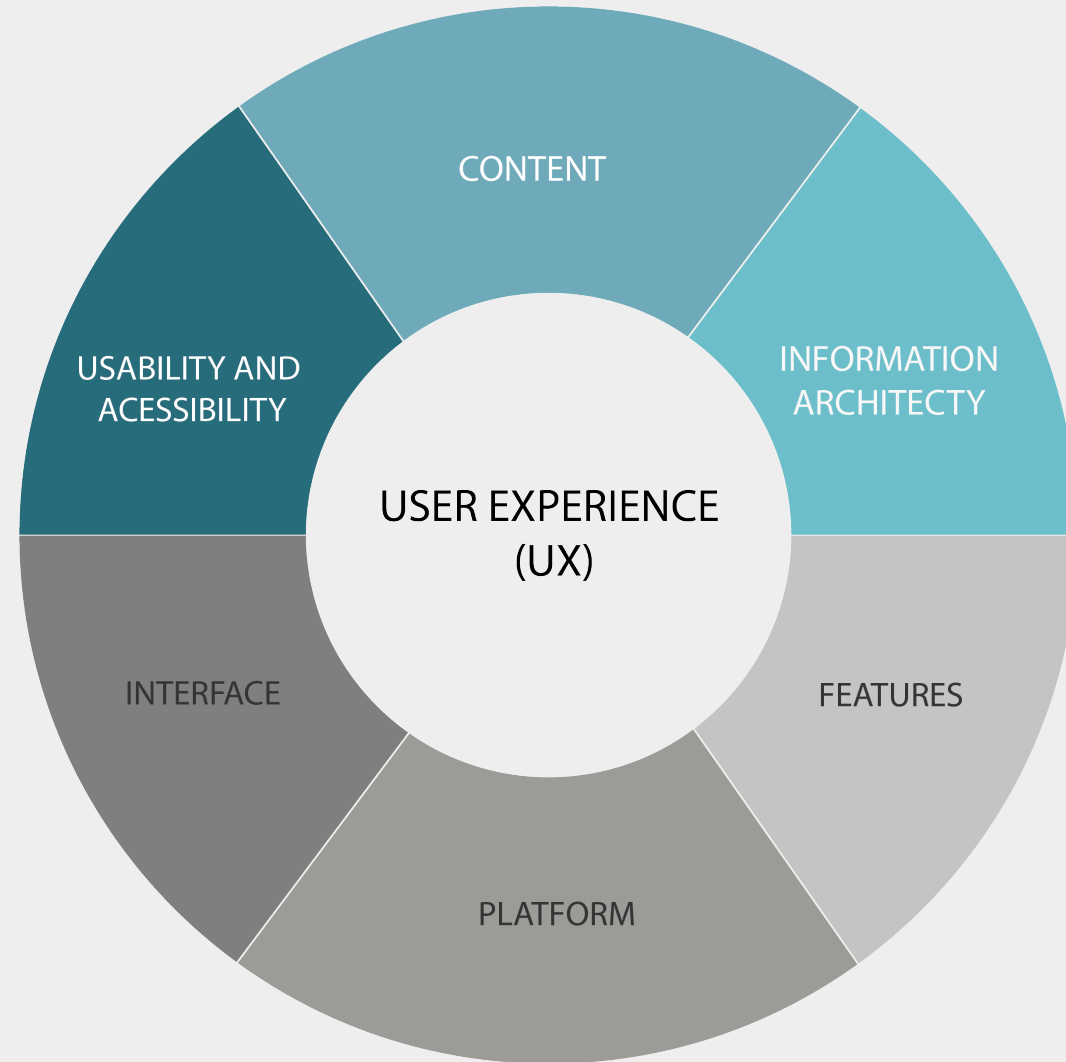


BENCHMARK of
other brand's menus

DONE

PROJECT Duratex
new interface of menu

DONE



Results of the search by the name DECA

The screenshot shows a Google search for 'deca'. The search bar at the top contains the word 'deca'. Below the search bar, there are tabs for 'Todas', 'Shopping', 'Imagens', 'Maps', 'Notícias', 'Mais', 'Configurações', and 'Ferramentas'. The search results show approximately 36,200,000 results in 0.47 seconds. The first result is an advertisement for 'Deca | Maior Liquidação é Hoje | Milhares de Produtos em Oferta' from www.padovani.com.br. The second result is an advertisement for 'Peças Deca Hydra - decatec.com.br' from www.decatec.com.br. Below these, there is a section titled 'Itens também pesquisados' with a list of related search terms: produtos deca, deca anabólico, loja deca, deca anabolizante, catalogo deca, deca assistencia tecnica, deca telefone, and deca durateston. The final result is a link to 'Deca - Louças e metais para banheiro, cozinhas e área de serviço' from https://www.deca.com.br/.

Google

deca

Todas Shopping Imagens Maps Notícias Mais Configurações Ferramentas

Aproximadamente 36.200.000 resultados (0,47 segundos)

Deca | Maior Liquidação é Hoje | Milhares de Produtos em Oferta
[Anúncio] www.padovani.com.br/ ▼
A Maior Liquidação Deca da História. Promoção por Tempo Limitado, Aproveite!

Peças Deca Hydra - decatec.com.br
[Anúncio] www.decatec.com.br/ ▼ (11) 2941-8492
Válvula Hydra. Louças e Metais. Peças Reposição. Entrega Brasil.
Aceita Cartões · Pagamento Via Boleto
Tipos: Misturador, Kit Adaptador, Arejador de Vazão, Tubo Sifão
Peças de Reposição Hydra · Serviço Autorizado Deca · Fale Conosco · Conheça Nossos Produtos

Itens também pesquisados ✕

produtos deca	deca anabólico
loja deca	deca anabolizante
catalogo deca	deca assistencia tecnica
deca telefone	deca durateston

Deca - Louças e metais para banheiro, cozinhas e área de serviço
https://www.deca.com.br/ ▼
Deca - tudo para louças e metais para banheiro, cozinha e área externa. Milhares de produtos para você montar a sua casa. Inspire-se no blog com notícias de ...

Pesquisar em deca.com.br

List of the product's name associated with the search:

- Válvulas Hydra;
- Louças e Metais;
- Misturador;
- Tubo Sifão;
- Kit Adaptador;
- Arejador de Vazão;
- Louças;
- Metais para banheiro;
- Cozinha;
- Área de Serviço;
- Área externa;
- Lavatórios;
- Bacias com caixa acoplada;
- Louças sanitárias;

Results of the search by the name HYDRA

Peças Deca Hydra - válvula Hydra. Louças e Metais - decatec.com.br

[Anúncio](#) www.decatec.com.br/ ▼ (11) 2941-8492

Peças Reposição. Entrega Brasil.

Aceita Cartões · Pagamento Via Boleto

Tipos: Misturador, Kit Adaptador, Arejador de Vazão, Tubo Sifão

Peças de Reposição Hydra

Peças e reparos originais
para válvulas Hydra.

Serviço Autorizado Deca

Atendimento domiciliar Deca Hydra.
Profissionais treinados na fábrica.

Alameda Hydra - Colinas da Anhanguera

Santana de Parnaíba - SP, 06543-650

Hydra-Corona

www.hydra-corona.com.br/ ▼

Hydra Duchas Elétricas. Soluções diversas para garantir o conforto e a qualidade do banho. prev. next.

NEWSLETTER: Fique por dentro das novidades da ...

Empresa

1968. 90% do mercado. A Hydra já é
responsável por 90% do ...

Torneiras

Slim 4T - Lumen - Hydralar - ...

Duchas

Duchas. As duchas são divididas em
quatro categorias. Conheça ...

Autorizados

RUA RUA CORONEL OSCAR
RAFAEL JOST, 1304. CENTRO ...

Contato

(Ligação gratuita de todo o Brasil)
sac@hydra-corona.com.br. De ...

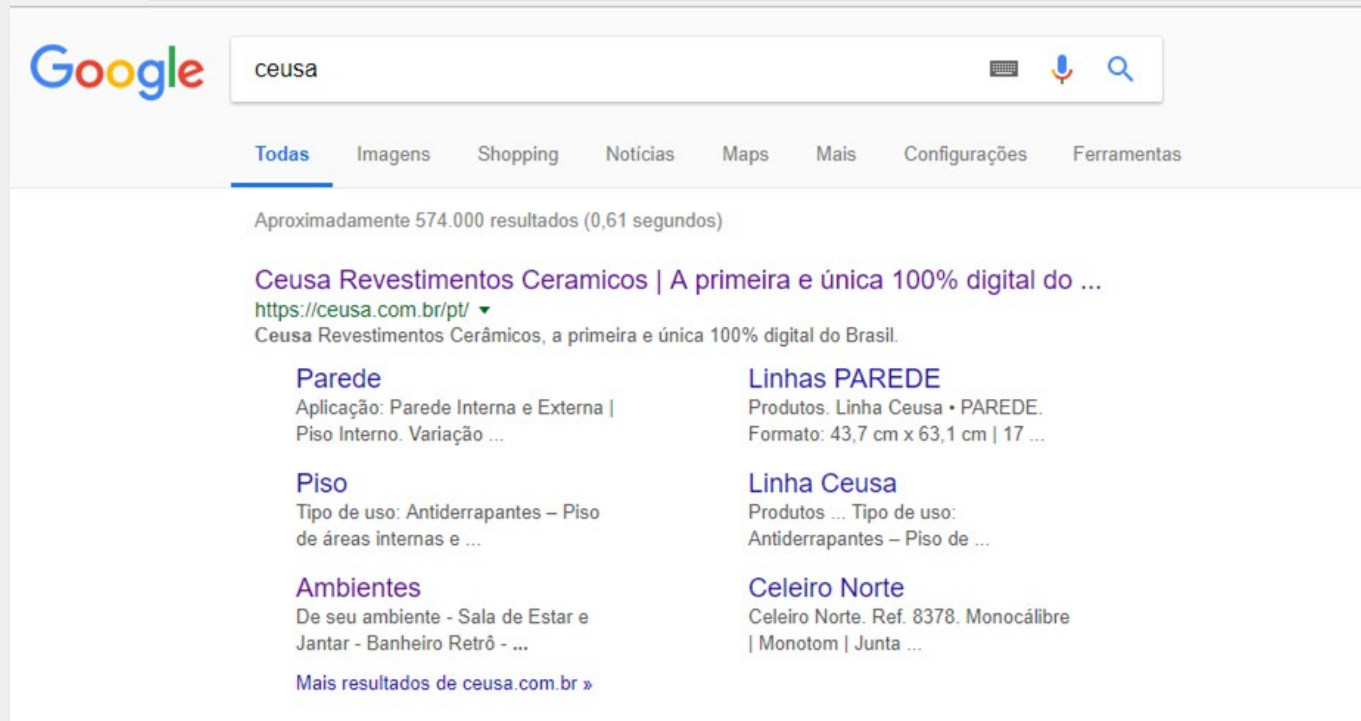
Optima Music

A primeira ducha do Brasil com
música. Toca músicas no ...

List of the product's name associated
with the search:

- Misturador
- Kit Adaptador
- Arejador de Vazão
- Tubo Sifão
- Válvulas Hydra
- Hydra-Corona
- Duchas Elétricas

Results of the search by the name CEUSA



List of the product's name associated with the search:

- Revestimentos cerâmicos
- Pisos e Revestimentos
- Porcelanatos
- Revestimentos
- Revestimentos Internos

MAPPING PROCESS

PRODUCTS NAME GROUPED IN MENUS



Menu structure of name's categorization – Bathroom (SODIMAC)

Especial Copa do Mundo;

Área externa e jardim;

Pisos e tintas;

Banheiros e Cozinhas

Ventiladores e Aquecedores

Construção e Ferramentas

Elétrica e Hidráulica

Móveis e Decoração

Organização e Limpeza

Área de Serviço;

Área externa;

Lavatórios;

Bacias com caixa acoplada;

Louças sanitárias;

Banheiros

Cozinhas

Aquecedores

Acessórios de Banheiro

Chuveiro Elétrico

Duchas Frias

Sanitários

Lavatórios e Cubas

Torneiras de Banheiro

Móveis de Banheiro

Banheiras

Box e Colunas de Banho

Assentos Sanitários

Organização de Banheiro

Segurança e Acessibilidade

Produtos Economizadores de Água

Menu structure of name's categorization – Bathroom (SODIMAC)

Especial Copa do Mundo;

Área externa e jardim;

Pisos e tintas;

Banheiros e Cozinhas

Ventiladores e Aquecedores

Construção e Ferramentas

Elétrica e Hidráulica

Móveis e Decoração

Organização e Limpeza

Área de Serviço;

Área externa;

Lavatórios;

Bacias com caixa acoplada;

Louças sanitárias;

Banheiros

Cozinhas

Coifa

Gabinetes

Torneiras de Cozinha e Lavanderias

Pias e Cubas

Eletrodomésticos

Tampo

Organização de Cozinha

Lavanderia

Móveis Modulares

Utilidades

Menu structure of name's categorization – Hydraulics (SODIMAC)

Especial Copa do Mundo;

Área externa e jardim;

Pisos e tintas;

Banheiros e Cozinhas

Ventiladores e Aquecedores

Construção e Ferramentas

Elétrica e Hidráulica

Móveis e Decoração

Organização e Limpeza

Área de Serviço;

Área externa;

Lavatórios;

Bacias com caixa acoplada;

Louças sanitárias;

Elétrica

Hidráulica

Aquecedores

Tubos e Conexões

Projeto para Água Quente

Torneiras de Cozinha e Lavanderias

Acessórios de Hidráulica

Ralo

Caixa D'água

Ferramentas de Hidráulica e Soldagem

Desentupidores

Filtros para Água

Instalação de Fogão à Gás

Equipamentos de Proteção Individual

Projeto de Piscina

Irrigação Agrícola



BANHEIROS

Acessórios para Banheiro
Tapetes para Banheiro
Lixeiras para Banheiro
Espelhos para Banheiro
Móveis para Banheiros
Nichos para Banheiro
Cestos de Roupas
Vasos Sanitários
Dispenser para Banheiro
Secador de Mãos
Acessibilidade e Segurança
Cortinas de Box
Torneiras para Banheiro
Chuveiros
Duchas Frias
Acabamentos para Registro
Aquecedores de Água
Assentos Sanitários
Pias e Cubas para Banheiro
Mictórios
Bidês
Duchas Higiênicas
Banheiras, SPAs e Ofurôs
Box para Banheiro
Trituradores Sanitários

COZINHAS E ÁREA DE SERVIÇO

Móveis de Cozinha
Pias e Cubas de Cozinha
Torneiras para Cozinha
Lixeiras
Torneiras para Área de Serviço
Eletros para Cozinha
Organizadores de Cozinha
Tanques
Aquecedores de Água
Cestos de Roupas
Armários de Área de Serviço
Organizadores de Área de Serviço
Tábuas de Passar
Varais
Bebedouros, Purificadores e Filtros
Limpeza
Blocos de Vidro
Banquetas para Cozinha
Jogos Americanos
Solução para Máquina de Lavar
Decoração para Cozinha
Tapetes para Cozinha



PISOS E REVESTIMENTOS

Acessórios para Colocação de Pisos e Revestimentos
Rejuntas
Acabamentos e Acessórios
Produtos e Ferramentas para Instalação
Ladrilhos
Pisos para Jardim
Pisos e Revestimentos de Cimento
Revestimentos Decorativos e Acessórios para Parede
Nichos para Banheiro
Pastilhas
Mosaicos
Pedras Naturais
Revestimentos Externos de Lajota
Revestimentos Externos de Parede
Revestimentos e Acabamentos para Piscinas
Porcelanatos e Pisos Cerâmicos Internos
Porcelanatos e Pisos Cerâmicos Externos
Pisos Vinílicos
Pisos Laminados
Ladrilhos Hidráulicos e Pisos Decorados
Acabamento para Piso Cerâmicos e Porcelanatos
Rodapés
Revestimentos Internos de Parede

MATERIAIS HIDRÁULICOS

Torneiras
Acabamentos para Registro
Válvulas para Pia
Sifão para Pia
Aquecedores de Água
Canos e Conexões Hidráulicas
Pressurizadores de Água
Acessórios Hidráulicos
Caixas de Esgoto
Ralos e Grelhas
Descargas
Registros e Bases
Filtros de Uso Geral
Combate a Incêndio



O que você está precisando?

Departamentos ▾

Lojas ▾ Projetos e C

Banheiros

Cozinhas e Áreas de Serviço

Pisos e Revestimentos

Organização da Casa

Jardim e Varanda

Decoração

Tapetes

Iluminação

Climatização e Ventilação

Ferramentas

Ferragens

Materiais de Construção

Materiais Elétricos

Materiais Hidráulicos

Madeiras

Portas, Janelas e Portões

Tintas e Acessórios

Segurança e Comunicação

Manutenção e Limpeza da Casa

MADEIRAS

Chapas e Painéis

Pallets

Rodapés

Deck

Madeiras para Construção

Madeiras para Telhado

Madeiras para Bricolagem

Forros

Escadas Fixas

Pisos de Madeira

Menu structure of name's categorization – Hydraulics Materials (C&C)



TUBOS E CONEXÕES

Abraçadeiras
Adaptadores
Anéis
Buchas

CHUVEIROS E DUCHAS

Duchas Higiênicas
Duchas
Chuveiros
Pressurizadores
Acessórios

Categorização do menu da C&C – Metals and accessories



DECA MENU STRUCTURE

CURRENT MENU

Current structure of Deca menu

LANÇAMENTOS

Acabamentos
Acessórios
Assentos
Bacias
Bidês
Chuveiros e Duchas
Complementares
Cubas
Duchas Higiênicas
Mictórios
Misturadores
Monocomandos
Registros
Sistemas de Descarga
Torneiras
Válvulas

BANHEIROS

Assentos
Sistemas de Descarga
Bidês
Mictórios
Acessórios
Acabamentos
Registros
Duchas Higiênicas
Complementares

COZINHA

Torneiras
Misturadores
Monocomandos
Filtros

ECONOMIZADORES

Acabamentos
Bacias
Duchas Higiênicas
Chuveiros e Duchas
Mictórios
Misturadores
Monocomandos
Sistemas de descarga
Torneiras

BÁSICOS

Adaptador para hidrante
Base Desviador
Base Misturador Chuveiro
Base Monocomando
Chuveiro
Base Registro Gaveta
Base Registro Pressão
Base Termostato
Chave
Conexão
Filtro
Misturador de Ducha
Monocomando Ducha
Registro de Gaveta
Registro de Pressão
Suporte para Dry Wall
Tampa Hidrante
Torneira de Bóia
Válvula de Esfera
válvula de Retenção
Válvula para Hidrante

BÁSICOS INDUSTRIAIS

Filtro
Indicador de Nível
Registro de Gaveta
Válvula Agulha
Válvula Alívio
Válvula de Duplo
Comando
Válvula de Esfera PN20
Válvula de Macho
Válvula de Retenção
Válvula Globo PN16
válvula para Tambor
Visor

CONCEPTION OF NEW MENU

PROPOSAL OF NAME CATEGORIZATION

Project of new menu structure

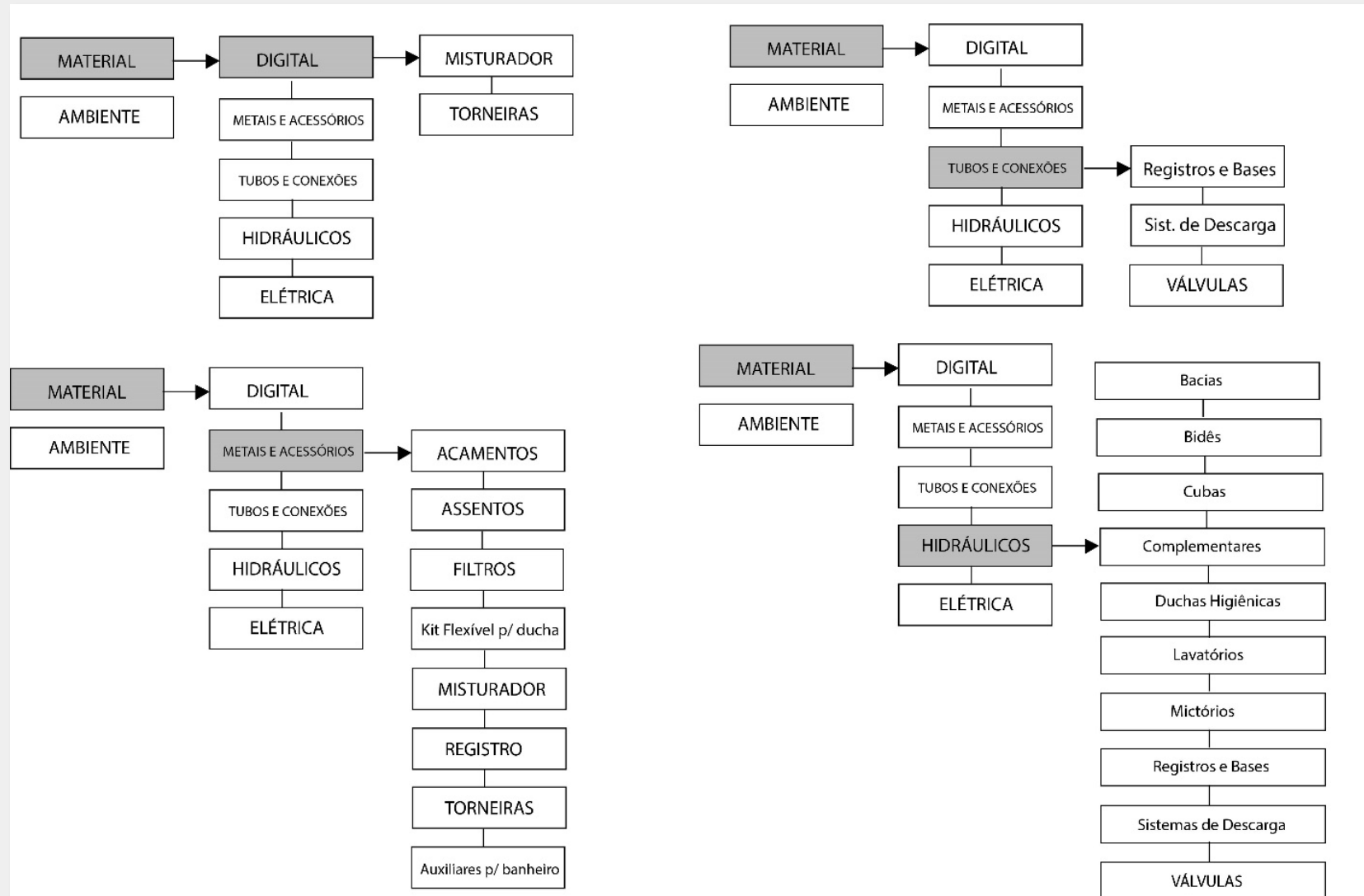
MATERIAL
AMBIENTES

Digital
Tubos e Conexões
Hidráulicos
Elétrica

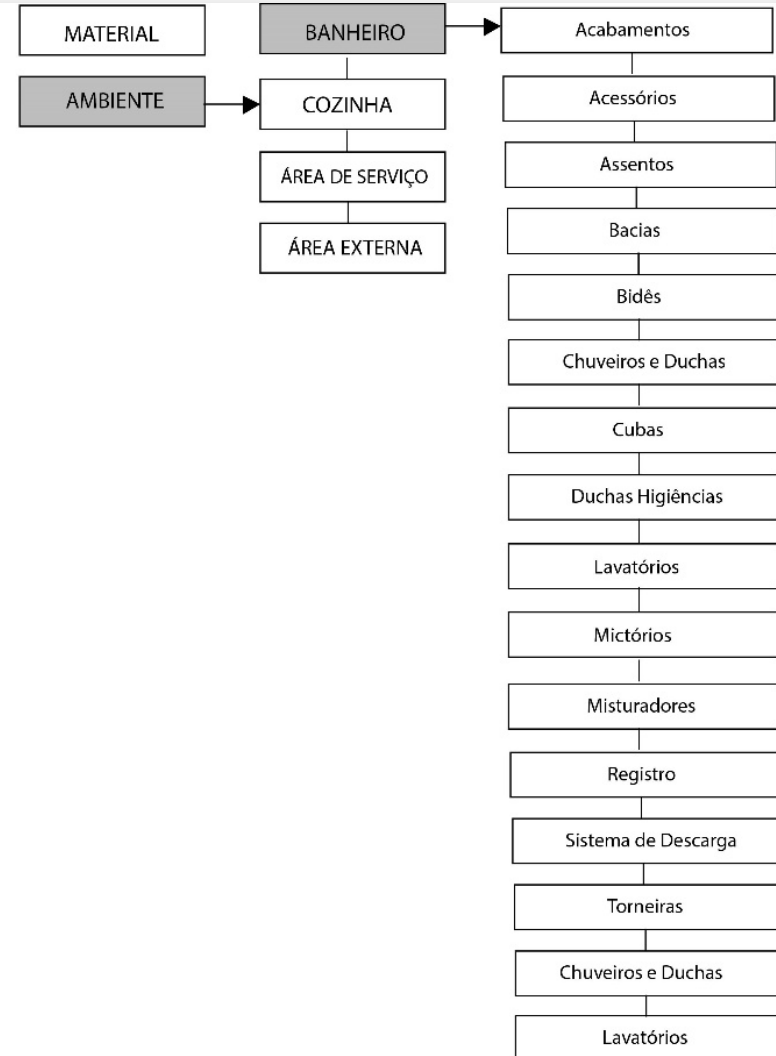
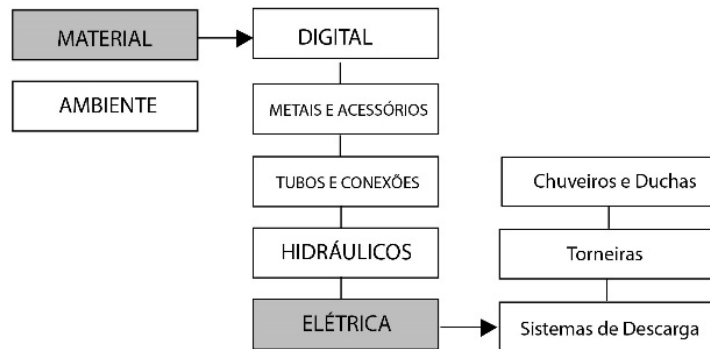
Acabamentos
Bacias
Base Válvula de Descarga
Bidês
Cubas
Complementares
Ducha Higiênica
Lavatórios
Mictórios
Misturadores
Registros e Bases
Sistemas de descarga
Válvulas

Acabamentos monocomando
Acabamentos para registro
Acabamentos para válvula

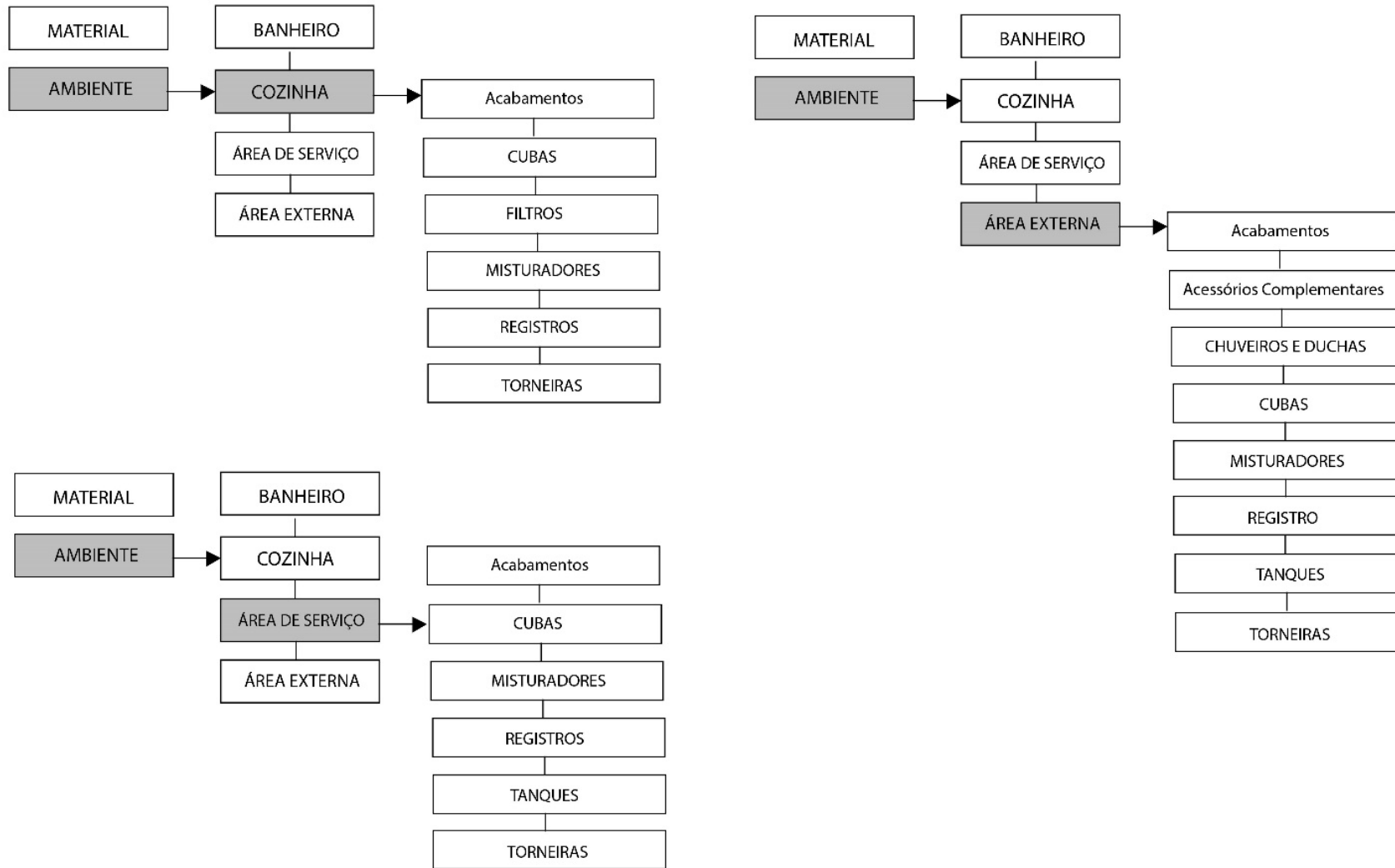
User flow of new menu structure



User flow of new menu structure



User flow of new menu structure



BENCHMARK of other brand's
(same market share)
MENU INTERFACE



TOK&STOK



Menu interface posioned on top and aside (TOK&STOK)

TOK&STOK Olá
Identifique-se

fale conosco → minhas listas → meu carrinho ↓

Atendimento e Televendas 0800 7010 161

hall estar e home cinema home office jantar bar cozinha quarto banheiro lavanderia garden office acessórios

home → **estar e home cinema**

Móveis
Aparadores
Armários e Buffets
Bancos e Recamiers
Blombos
Carrinhos
Chaise Longues
Estantes
Mesas de centro
Mesas laterais
Poltronas
Pufes
Racks e Painéis para TV
Sofás

Acessórios
Almofadas, Capas e Enchimentos

Estar e Home Cinema

**Sofás >**

**Pufes >**

**Racks >**







Top menu interface (Etna)



procure pelo nome ou código do produto



 lista de casamento

 nossas lojas

 olá, faça seu login [cadastre-se](#)



móveis ▾

decoração ▾

utilidades domésticas ▾

cama e banho ▾

iluminação ▾

novidades ▾

quinzena do sofá ▾

super preço ▾

mais ▾

Aparadores

Armários Escritório

Bancos e Banquetas

Buffets e Cristaleiras

Cabeceiras

Cadeiras

Camas e Camas Box

Colchões

Cômodas

Criados-mudos

Escrivaninhas e Gaveteiros

Estante

Guarda-Roupas

Linha Infantil e Infantojuvenil

Linhas Completas

Mesas

Móveis Complementares

Painéis

Penteadeiras

Poltronas

Prateleiras e Nichos

Puffs

Racks

Recamiers

Sofás

Sofás-cama

Todos de Móveis



Sofá Bilbao
2 e 3 lugares

a partir de

R\$ 999,90

10x R\$ 99,99 sem juros

CONFIRA

<https://www.etna.com.br/etna/c/moveis>

Top menu interface (Sodimac)

TELEVENDAS 0300 763 4622 | ATENDIMENTO AO CLIENTE 0300 763 4622 | LOJAS | STATUS DE SUA COMPRA





 0

 Entre

 **Categorias**

Especial Copa do Mundo >

Área Externa e Jardim >

Pisos e Tintas >

Banheiros e Cozinhas >

Ventilação e Aquecedores >

Construção e Ferramentas >

Elétrica e Hidráulica >

Móveis e Decoração >

Organização e Limpeza >

Tecnologia e Segurança >

Utilidades Domésticas >

 **Catálogo e Inspiração**

Banheiros >

Cozinhas >

Aquecedores

Acessórios de Banheiro

Chuveiro Elétrico

Duchas Frias

Sanitários

Lavatórios e Cubas

Torneiras de Banheiro

Móveis de Banheiro

Banheiras

Box e Colunas de Banho

Assentos Sanitários

Organização de Banheiro

Segurança e Acessibilidade

Produtos Economizadores de Água

Selecione a Loja da sua Região: [Tamboré](#)

 **Parcele em até 10x**
Parcela mínima R\$ 50,00

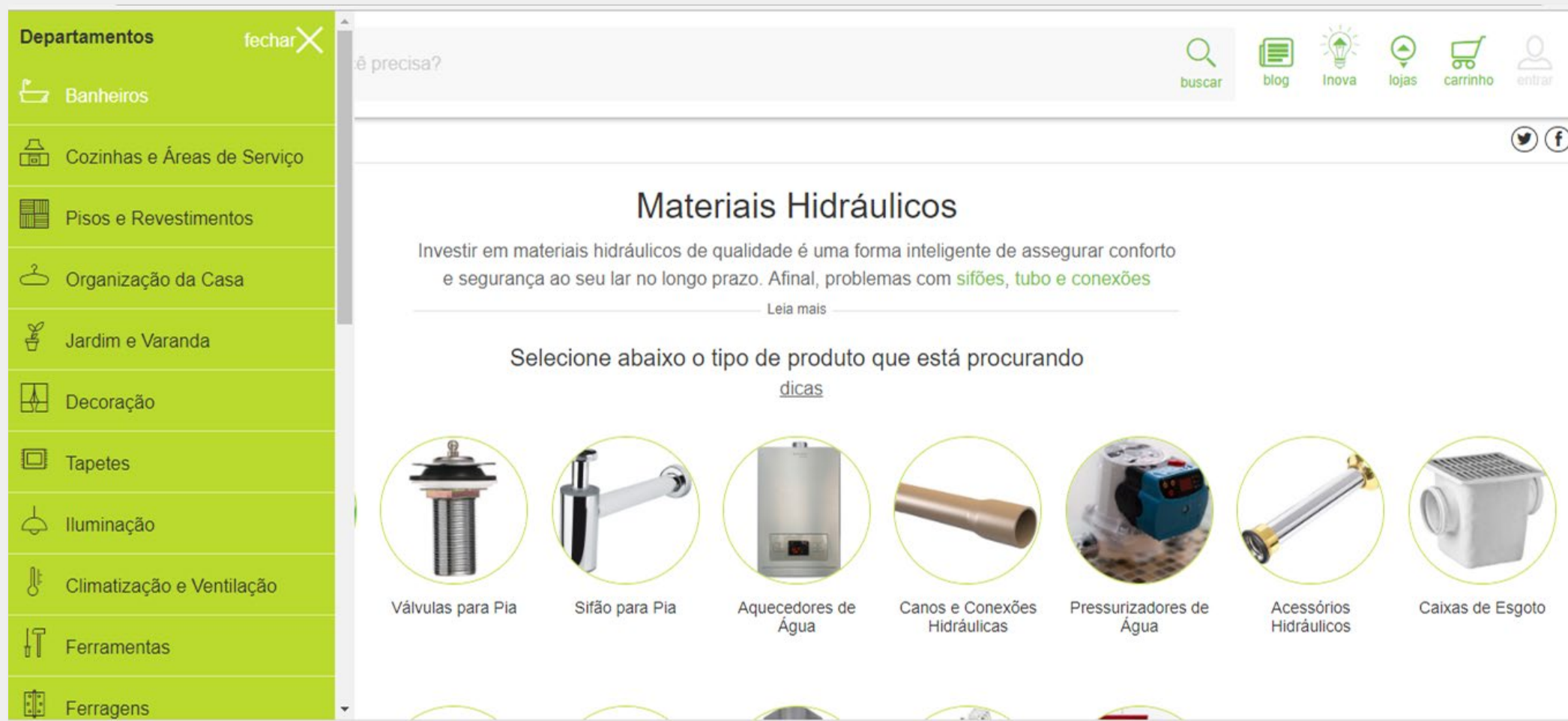
 **Compre no site**
Retire em mais de 50 Lojas

 **Acompanhe**
Seu Pedido

 **Sodimac Constructor**
Tudo para sua obra!

Produtos Destacados

Menu interface posioned aside oppened (Leroy Merlin)



Menu interface posioned on top oppened (Leroy Merlin)



O que você está precisando?



Buscar



Blog



Inova



Carrinho



Entrar



Ajuda

Departamentos ▾

Lojas ▾

Projetos e Calculadoras ▾

Inspire-se ▾

Dicas ▾

Serviços ▾

Vantagens e Benefícios ▾

Banheiros

Cozinhas e Áreas de Serviço

Pisos e Revestimentos

Organização da Casa

Jardim e Varanda

Decoração

Tapetes

Iluminação

Climatização e Ventilação

Ferramentas

Ferragens

Materiais de Construção

Materiais Elétricos

Materiais Hidráulicos

Madeiras

Portas, Janelas e Portões

Tintas e Acessórios



Acessórios para Banheiro



Tapetes para Banheiro



Lixeiras para Banheiro



Espelhos para Banheiro



Móveis para Banheiros



Nichos para Banheiro



Cestos de Roupas



Vasos Sanitários



Dispenser para Banheiro



Secador de Mãos



Acessibilidade e Segurança



Cortinas de Box



Torneiras para Banheiro



Chuveiros



Duchas Frias



Assentos



Pias e Cubas



Mictórios



Bancada de banheiro: como organizar com a ajuda de bandejas e porta-utilitários

» Ler mais



Chuveiro elétrico ou eletrônico: saiba como funcionam e o que diferencia um modelo do outro

» Ler mais



Banheiro grande com decoração essencial

» Ler mais



Decoração de banheiro pequeno: ideias para transformar o ambiente e aproveitar melhor o espaço

» Ler mais

<https://www.leroymerlin.com.br/banheiros>

BENCHMARK of other brand's
(different products and services)
MENU INTERFACE

Menu interface posioned on top oppened (Lojas Americanas)

The screenshot shows the Americanas.com website. At the top, there's a banner with the text "corre que ainda dá tempo de comprar a sua tv. vem escolher!". Below this is a red navigation bar containing the "americanas.com" logo, a search bar with the placeholder "O que você quer agora? :)", a magnifying glass icon, a user profile icon with the text "olá, faça seu login ou cadastre-se", and a shopping cart icon.

Below the navigation bar is a horizontal menu with the following items: "seja a prime", "10% de volta com Ame", "tvs para torcer", "baixe o app", "anuidade grátis", "namorados", "#temtudo", and "a oferta do dia".

The "compre por departamento" menu is open on the left side, listing the following categories with right-pointing chevrons:

- automotivo
- brinquedos e bebês
- celulares e telefonia fixa
- informática e tablets
- tv, áudio e home theater
- eletrodomésticos e split
- eletroportáteis
- móveis e decoração
- moda, beleza e perfumaria
- games, livros e filmes
- utilidades domésticas
- para sua empresa
- cartão parceiros e serviços

The main content area features two large banners. The top banner is purple and promotes "ame DIGITAL" with a QR code and the text "Todo o site com 10% de volta* e parcelamento em 12x sem juros". It includes a "saiba mais" button and a link to "*veja as regras". The bottom banner is dark and features a Samsung Notebook Odyssey laptop with specifications: "Full HD PLS 178°", "Até 32GB", and "Placa de vídeo GeForce® GTX 1050". A "PUBLICIDADE" label and a right-pointing arrow are also visible on the right side of this banner.

Menu interface posioned on top with the view of categories (Lojas Americanas)



Menu interface positioned on top opened (Buscapé)

The screenshot displays the Buscapé website interface. At the top, there is a yellow header bar containing the Buscapé logo, a search bar with the placeholder text "Buscar os melhores produtos nas melhores lojas...", a green "BUSCAR" button, and a user login link "ENTRAR" with a person icon. Below the header, a horizontal navigation menu lists various product categories: Celulares, TV e Áudio, Eletrodomésticos, Notebook, Games, Casa e Decoração, Moda e Acessórios, Viagens, and Mais Categorias. The "Celulares" category is currently selected and underlined.

Below the navigation menu, the main content area is divided into two columns. The left column is titled "CELULAR E SMARTPHONE" and lists several smartphone models: Galaxy, Iphone, Moto G, and Zenfone. The right column lists smartphone brands: Smartphone Samsung, Smartphone Motorola, Smartphones LG, and Smartphone Sony. A link "TUDO EM CELULAR E SMARTPHONE" is located at the bottom of the left column.

In the center of the main content area, there is a large image of a Samsung Galaxy J5 smartphone. To the right of the phone, the text "Samsung Galaxy J5" is displayed, followed by "Preços a partir de:" and the price "719,89".

At the bottom of the page, there is a green banner. On the left side of the banner, the text "NAVEGUE POR PREÇOS" is followed by five buttons: "TODOS", "ATÉ R\$ 299,00", "ATÉ R\$ 999,00", "ATÉ R\$ 1.599,00", and "MAIS DE R\$ 1.599,00". On the right side of the banner, the text "SELEÇÃO DE OFERTAS" is displayed in large, bold letters, with the subtitle "Produtos para torcer com super descontos!" below it.

INTERFACE AND ARCHITECTURE ANALYSES

PRODUCT PAGES

Interface of the product page (living room) – Tok&Stok

TOK&STOK Olá
Identifique-se

[fale conosco →](#) [minhas listas →](#) [meu carrinho ↓](#)

Atendimento e Televendas 0800 7010 161

[hall](#) [estar e home cinema](#) [home office](#) [jantar](#) [bar](#) [cozinha](#) [quarto](#) [banheiro](#) [lavanderia](#) [garden](#) [office](#) [acessórios](#)

[home →](#) [estar e home cinema](#)

Móveis

- Aparadores
- Armários e Buffets
- Bancos e Recamiers
- Biombos
- Carrinhos
- Chaise Longues
- Estantes
- Mesas de centro
- Mesas laterais
- Poltronas
- Pufes
- Racks e Painéis para TV
- Sofás

Acessórios

- Almofadas, Capas e Enchimentos

Estar e Home Cinema



Sofás >



Pufes >



Racks >







Interface page with filter applied – Tok&Stok

TOK&STOK Olá
Identifique-se

[fale conosco →](#) [minhas listas →](#) [meu carrinho ↓](#)

Atendimento e Televendas 0800 7010 161

[hall](#) [estar e home cinema](#) [home office](#) [jantar](#) [bar](#) [cozinha](#) [quarto](#) [banheiro](#) [lavanderia](#) [garden](#) [office](#) [acessórios](#)

[home →](#) [estar e home cinema →](#) [sofás](#)

preço

☐ de R\$ a R\$

situação

☐ produto primeiro preço (13)

☐ produto novo (18)

☐ ponto vermelho (40)

recomendação

☐ uso intenso (3)

☐ uso intenso (5)

☐ uso leve (63)

☐ uso regular (115)

cor

☐ bege (19)

☐ branco (7)

☐ cinza (9)

☐ marrom (10)

☐ preto (15)

ordenar por ↓

exibir como

itens por página ↓

208 produtos encontrados

[comparar selecionados](#)

[adicionar selecionados à lista](#) ↓

[comprar selecionados →](#)

[1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) →

☐ astor mód. sofá retrátil 2 lugares dir.
Loja R\$ 3.699,00
Casa R\$ 3.899,00

☐ astor módulo retrátil 3lug c/chaise dir.
Loja R\$ 6.348,00
Casa R\$ 6.698,00

☐ astor módulo retrátil 3lug c/chaise esq.
Loja R\$ 6.348,00
Casa R\$ 6.698,00

☐ astor módulo retrátil 3lug c/chaise esq.
Loja R\$ 6.348,00
Casa R\$ 6.748,00

Interface page with filter applied – Mercado Livre

BUSCAR ENTRAR

CelularesTV e ÁudioEletrodomésticosNotebookGamesCasa e DecoraçãoModa e AcessóriosViagensMais Categorias

Home > Telefonia > Celular e Smartphone

Celular e Smartphone Moto G

Celular e Smartphone Moto G nas melhores lojas e com os melhores preços. Aqui você também compara os produtos das melhores marcas.

Todos os Filtros x

SELEÇÃO ATUAL

x Moto G

Palavra-Chave x

Preço x

16 produtos encontrados





★★★★★



★★★★★



★★★★★

Ordenar por: v

Menor Preço

Popularidade

Maior Preço

Interface page with buttons and bookmarks – Buscapé



[BUSCAR](#)

 [ENTRAR](#)

[Celulares](#) [TV e Áudio](#) [Eletrodomésticos](#) [Notebook](#) [Games](#) [Casa e Decoração](#) [Moda e Acessórios](#) [Viagens](#) [Mais Categorias](#)

Preço ×

☐ Menos de R\$ 824,00

☐ De R\$ 824,00 até R\$ 930,00

☐ De R\$ 930,00 até R\$ 1.050,00

☐ De R\$ 1.050,00 até R\$ 1.244,00

☐ A partir de R\$ 1.244,00

Marca ×

☐ Motorola (16)

Linha ×

☒ Moto G (16)

★★★★☆
Smartphone Motorola Moto G 5S
XT1792

R\$ 764,09
em até 10x 84,89
Shoptime

[IR À LOJA](#) ↗
[Veja preços em mais lojas](#)

★★★★☆
Smartphone Motorola Moto G 5
XT1672

R\$ 649,00
em até 10x 64,90
Amazon

[IR À LOJA](#) ↗
[Veja preços em mais lojas](#)

★★★★☆
Smartphone Motorola Moto G 5S Plus
XT1802

R\$ 1.019,90
em até 12x 99,99
KaBuM!

[IR À LOJA](#) ↗
[Veja preços em mais lojas](#)

Interface page of listed products – Bucapé



Buscar os melhores produtos nas melhores lojas...

BUSCAR

ENTRAR

Celulares

TV e Áudio

Eletrodomésticos

Notebook

Games

Casa e Decoração

Moda e Acessórios

Viagens

Mais Categorias

Velocidade do Processador

+

Memória Interna

+

Memória RAM

+

Entradas

+

Sistema Operacional

+

Versão

+

Internet

+

Recursos

+

Proteção

+



★★★★★

Smartphone Motorola Moto G 4
XT1626

R\$ 929,99

em até 10x 92,99

Amazon

IR À LOJA

↗

Veja preços em mais lojas



★★★★★

Smartphone Motorola Moto G 3ª
Geração Music XT1543 16GB

R\$ 955,99

em até 9x 106,22

Casas Bahia

IR À LOJA

↗

Veja preços em mais lojas



★★★★☆

Smartphone Motorola Moto G 3ª
Geração XT1543 2GB RAM 16GB

R\$ 949,00

em até 11x 86,27

Casas Bahia

IR À LOJA

↗

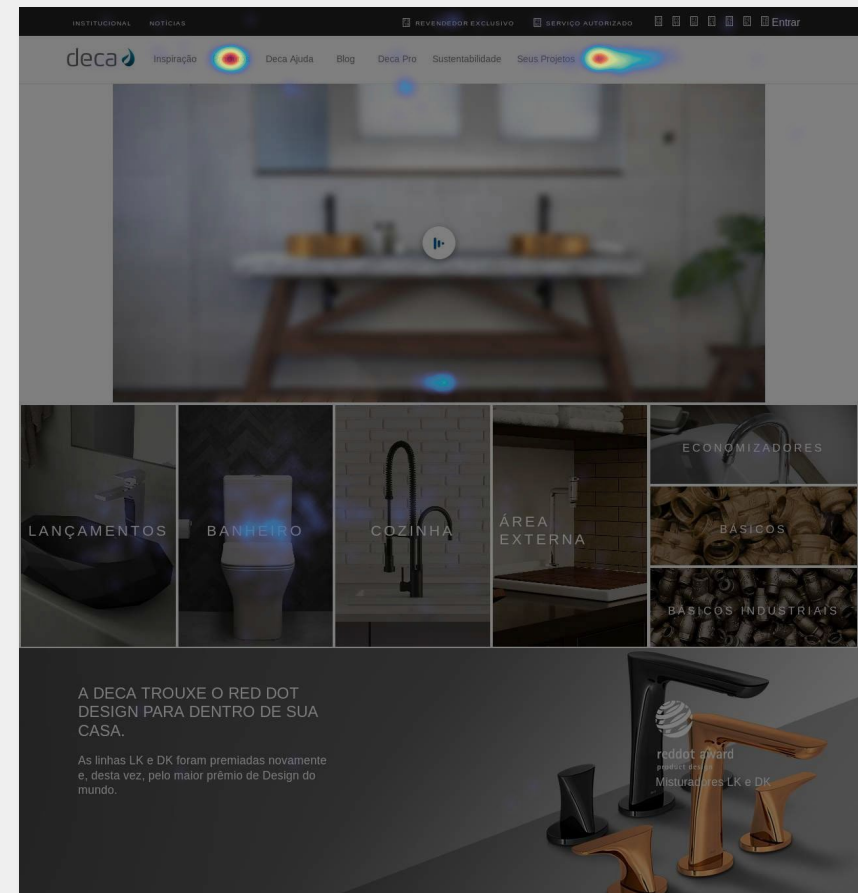
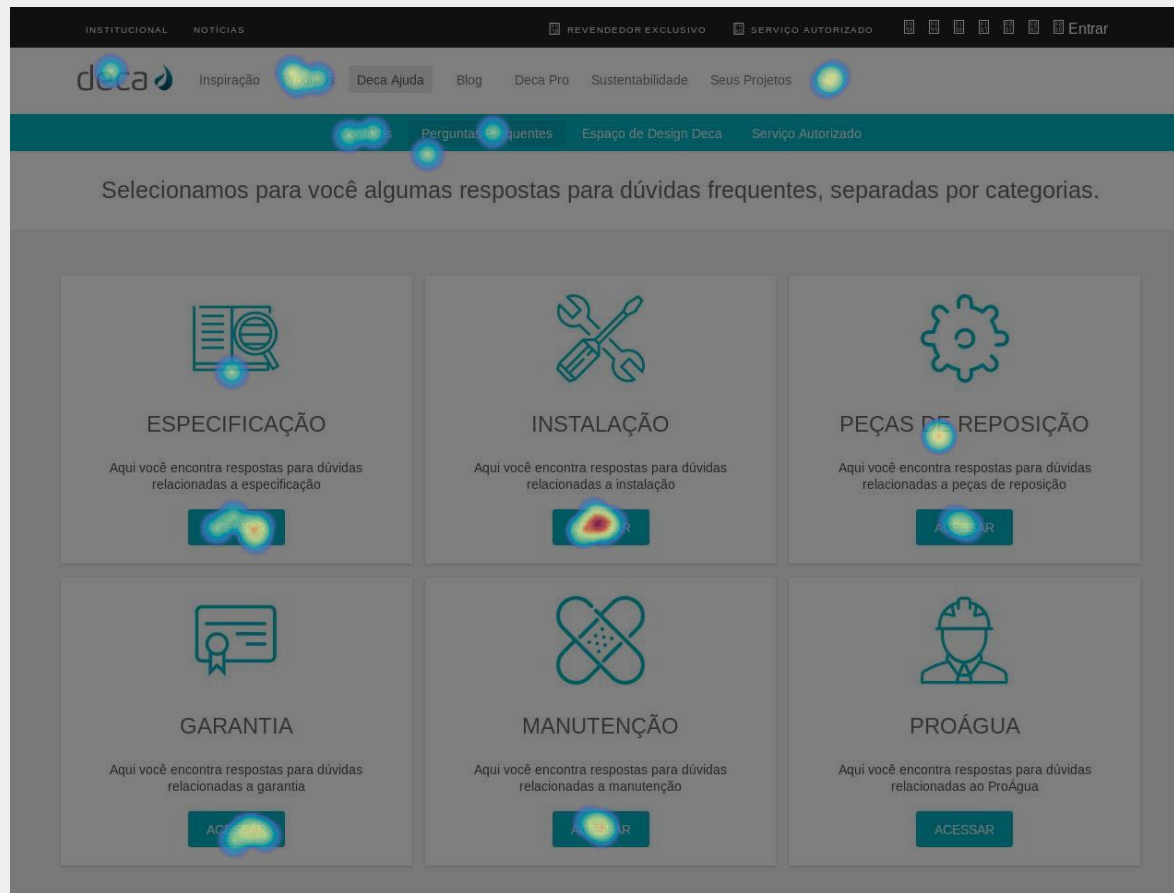
Veja preços em mais lojas

CELULARES E SMARTPHONES BARATOS

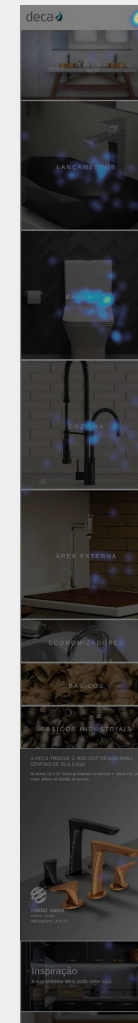
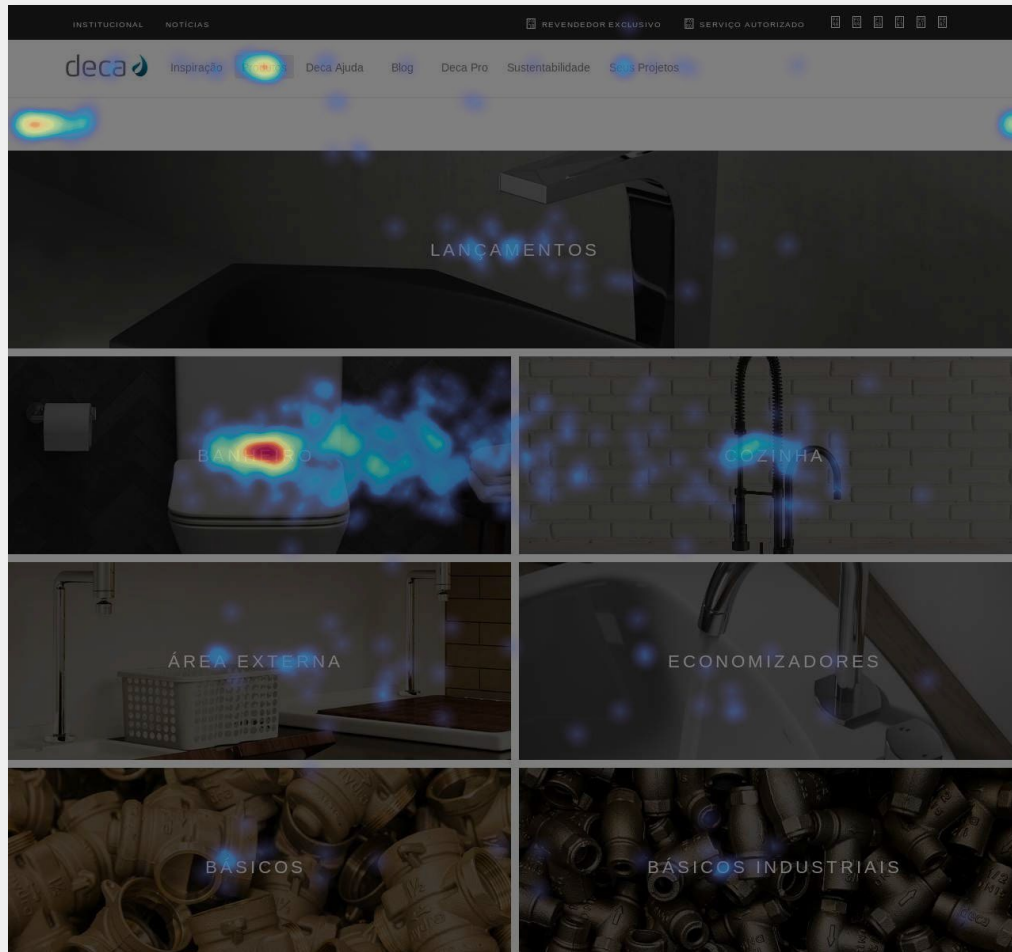
HIT MAP ANALYSES

DIGITAL INTERFACES

View of the user's interactions with hit map



View of the user's interactions with hit map



INTERFACE AND ARCHITECTURE MAPPING

superior area - HEAD

View of the HEAD comparing the Sodimac brand with Leroy Merlin

4

5

6

7

9

3

TELEVENDAS 0300 763 4622 | ATENDIMENTO AO CLIENTE 0300 763 4622 | LOJAS | STATUS DE SUA COMPRA

8

10

1

2

11



O que está procurando?





 Entre

 Categorias

 Catálogo e Inspiração

Selecione a Loja da sua Região: [Tamboré](#)


A casa da sua casa

O que você está precisando?

 Buscar

 Blog

 Inova

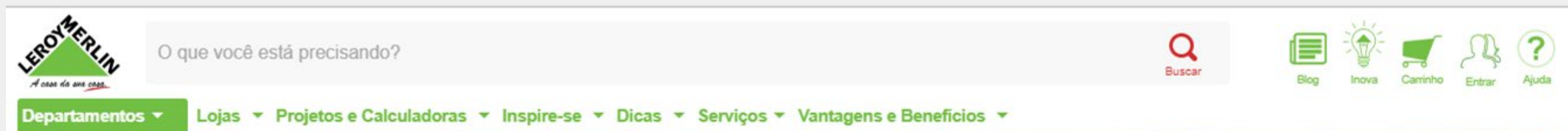
 Caminho

 Entrar

 Ajuda

Departamentos ▾ Lojas ▾ Projetos e Calculadoras ▾ Inspire-se ▾ Dicas ▾ Serviços ▾ Vantagens e Benefícios ▾

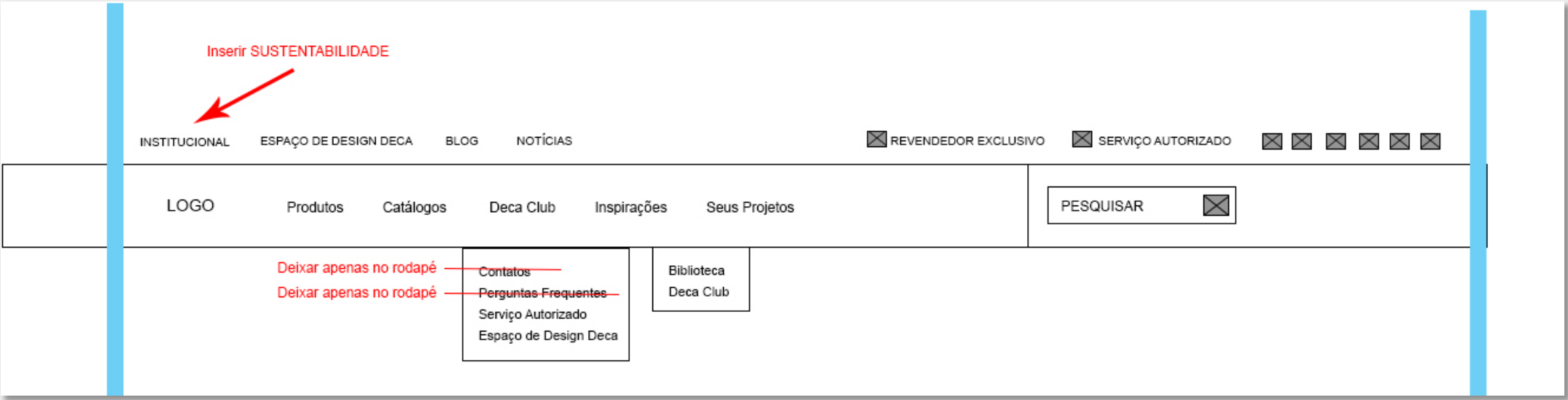
View of the HEAD comparing the Lojas Americanas brand with Leroy Merlin



INTERFACE AND ARCHITECTURE ANALYSES

superior area - HEAD

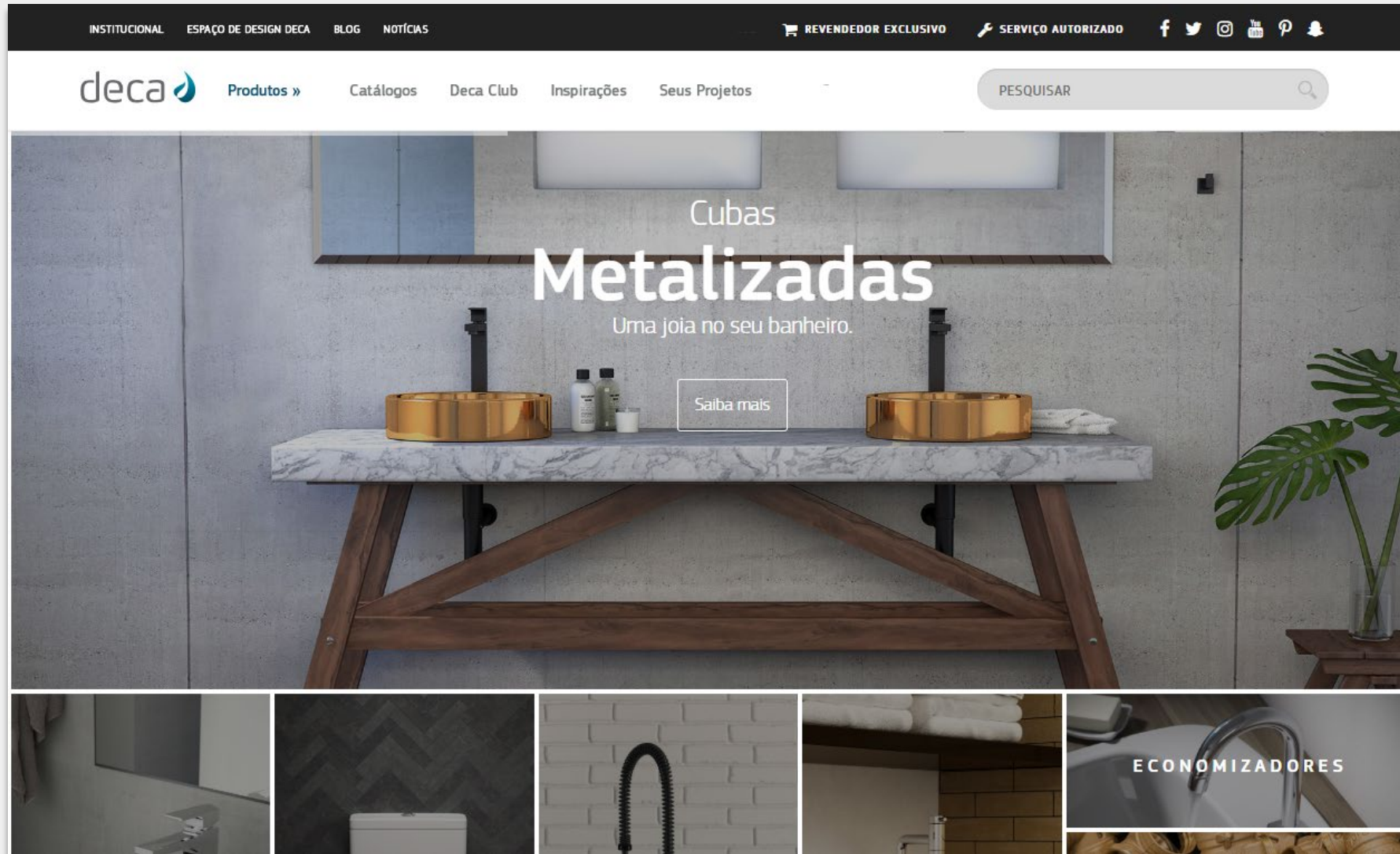
Information architecture of the new head – desktop view



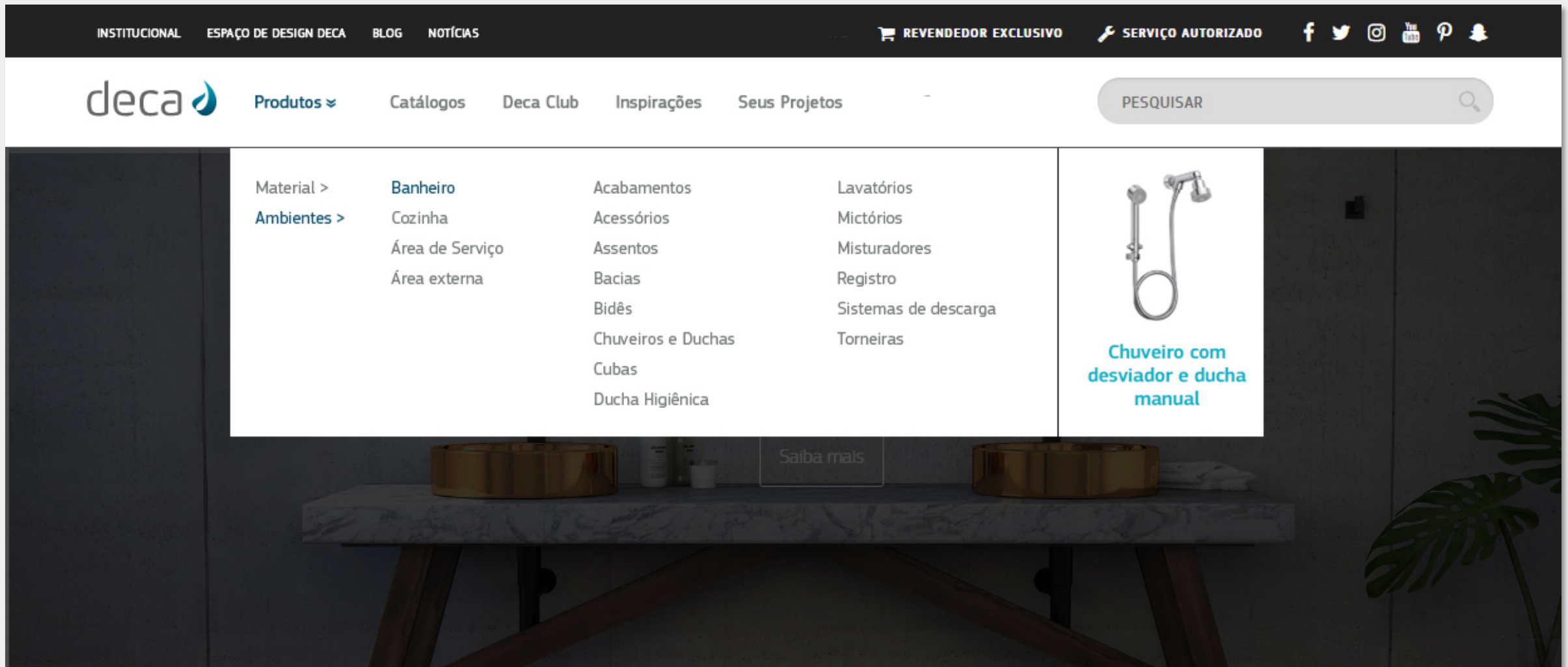
HIGH FIDELITY PROTOTYPE

Interaction using Invision

Visual interface with application of the new head proposal



High fidelity prototype



PROJECT DOCUMENTATION

DELIVERABLES ([click here](#))

(MVP prototype, usability reports)

DATA ([click here](#))

(shared data)

FINDINGS ([click here](#))

(discovery phase insights)

CASE ([click here](#))

(documentation)

ESTRATEGY ([click here](#))

(presentations with the purpose of status)



More Clients Project

Design Strategy

CX –Card Owner

More Clients Project

Use design research process
as tool to collect data in order to conceive
new user experience by prototyping
new area on the app Meu Alelo

Goals to be accomplished:

- 1 Map the app **architecture information** focusing on areas attached by services
- 2 Understanding of the difference between **client's vision and needs**
- 3 Sketch **current user flow** to project new navigation flow

Value as gains of the activity

Evolverment of the Design System with new visual elements aligned with the current style guide

Improve communication assertiveness using information architecture principles at the design conception;

Enhance the user experience with application of usability methods

Ensure consistency of the brand using UX/UI combined.



Mapping of Apps

Requirements | Information Architecture

Initiatives and activities status

1

Use of architecture information for categorization process

How features could be used to project different functions

Navigate in different apps in order to map the users actions traced by information data: clicks, words, buttons, among others.

Layers Assets

LOGIN ^

Pages



_Cover

FLUXO-PROMOCIONAL

INICIO

✓ LOGIN

FILTROS

MENUS

MEUS PEDIDOS

ENTREGA

PAGAMENTO

PROMOÇÕES

ENQUETES

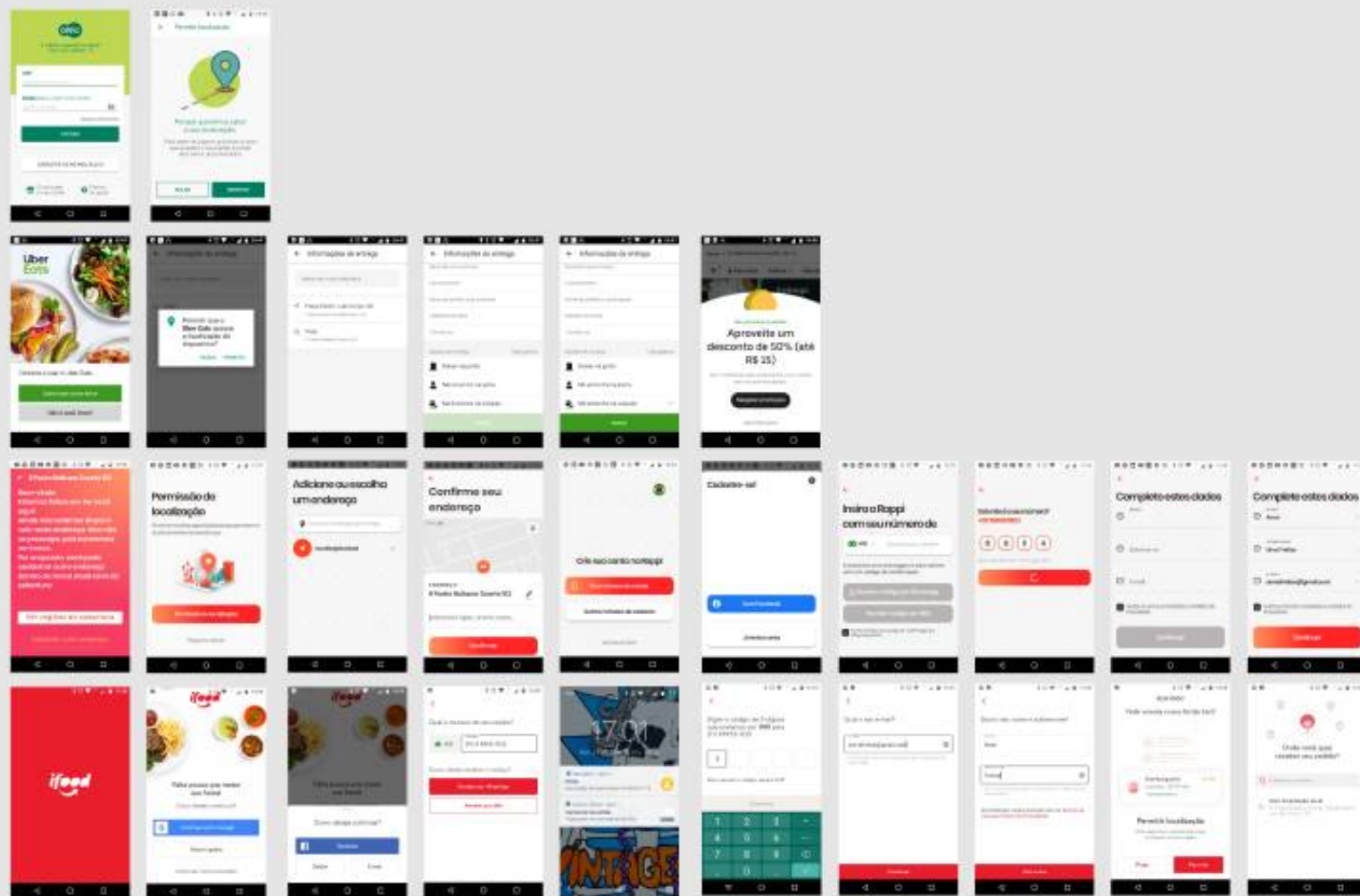
VANTAGENS

AVALIAÇÃO E FAVORITOS

Screenshot_20200625-165919 1

-4000 -3000 -2000 -1000 0 1000 2000 3000 4000 5000 6000 7000 8000 9000

-4000
-3000
-2000
-1000
0
1000
2000
3000
4000



Insights mapped

Visual Identity with the use of colors without degrade applied on the images and banners interaction, improving the reading.

More resources centered on the menu, by actionable clicks, creating an user perception of less clicks at the navigation

Several payment forms, a highlight point when compare all the brands

The filter as element, also a highlight point when compare all the brands

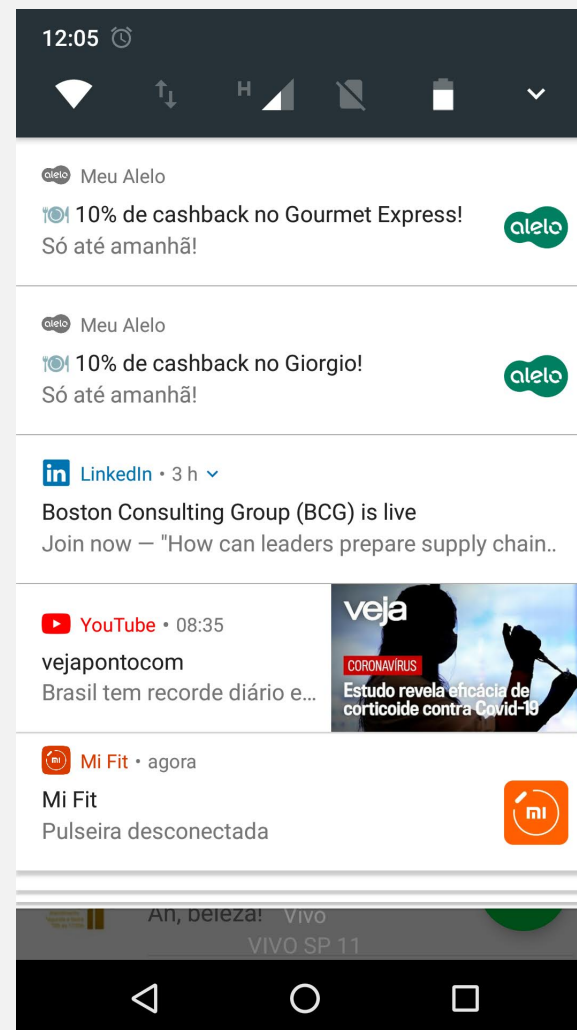


Design Roadmap

CX – Client Card Holder

NEXT STEPS – TO BE PLANNED

AGILE EXPERIMENT RUNNED – Current user communication flow



AGILE EXPERIMENT RUNNED – UX/UI communication proposal

Dinheiro de volta ?

Cashback de 10%

Ver oferta



Dinheiro de volta no pagamento?

Pague com Alelo Alimentação

Ver oferta



10% de **CASHBACK** no

GIORGIO

Resgatar dinheiro

 **TAKEOUT RETIRE VOCÊ MESMO NO CENTRO COMERCIAL!**

Calçada das Violetas, 202 - Barueri/SP

DELIVERY EM TODA A ALPHAVILLE

As entregas serão feitas em toda a região de Alphaville (até o residencial 4) e Tamboré. Entregas das 11:00h às 16:00h de Segunda a Sexta.

 **FAÇA SEU PEDIDO AQUI**

Pelo nosso WhatsApp (11) 99955-2723

TENHA CASHBACK TODOS OS DIAS!

Confira as regras:

- A oferta pode ser usada todos os dias da promoção, até uma vez por dia;
- A oferta é válida durante o período de 16/06 até XX/XX;
- O pedido mínimo deve ser no valor de R\$35,00;
- Pagamentos acima de R\$100,00 terá o cashback limitado a R\$10,00.

 alelo.com.br

 **alelo** Inteligência que conecta pessoas e negócios

Esta oferta é exclusiva para você e portanto intransferível.
A Alelo não envia SMS informando saldo disponível no seu cartão Alelo.
Ouvidoria Alelo: 0800 202 6161 | De 2ª a 6ª feira, das 10h às 16h (exceto feriados nacionais).



Design Thinking

Client CX | Card Holder| PROTOPERSONA

USER STORY MAP - personas

Portador – Louco pelo saldo do Alelo

Tipo de EC	Quilo
Uso do cartão	Almoço – todos os dias
Ticket médio	R\$ 15,00
Modelo de serviços	Salão
Fidelidade dos clientes	Baixa, vai no que mais gosta com o menor preço
Oportunidades	Muito suscetível a ofertas que façam o seu saldo durar mais, de acordo com os eu comportamento,
Riscos	Pouco acesso ao app
Rentabilidade para Alelo	Alta



Necessidades: Saldo do Alelo durar até o final do mês

Problema: Portador não consegue manter a sua alimentação até o final do mês utilizando apenas o cartão Alelo Refeição, e esta aberto a formas para conseguir essa necessidade, como participação a ofertas

USER STORY MAP - personas

Portador – Gosto do saldo, mas também da natureza

Tipo de EC	Vegetariano
Uso do cartão	Almoço – todos os dias
Ticket médio	R\$ 20,00
Modelo de serviços	Salão
Fidelidade dos clientes	Alta, visto as poucas opções de restaurantes vegetarianos
Oportunidades	Geralmente não recebe ofertas relacionadas ao seu perfil, visto que não são direcionadas ao seu comportamento de uso
Riscos	Não visualiza ofertas
Rentabilidade para Alelo	Média



Necessidades: Saldo do Alelo durar até o final do mês

Problema: Portador não consegue manter a sua alimentação até o final do mês utilizando apenas o cartão Alelo Refeição também possui comportamento de uso restrito a um tipo de estabelecimento que geralmente que tem poucas ofertas, sendo assim acaba recebendo ofertas que não lhe são atrativas, o que não permite que aumente o poder de compra com o seu saldo



Receber ofertas ou informações das opções de restaurantes

Escolher o Restaurante

Vai ao restaurante

Receber o benefício da oferta

Portador – Louco pelo saldo do Alelo

Receber a ofertas

Logar APP

Escolher ofertas

Selecionar o EC

Confirmar o endereço

Confirmar o as regras das ofertas

Utilizar a oferta

Pagar o EC

Receber o benefício "prêmio"

Comunicação do ganho do "prêmio"

Consultar o saldo do cartão

Acompanhar os seus benefícios

Eu, portador, desejo receber ofertas para utilizar

Eu, portador, preciso logar no APP para ver as ofertas

Eu, portador, preciso ver todas as ofertas direcionadas para mim no APP

Eu, portador, preciso ter acesso as regras de elegibilidade de cada uma das ofertas

Eu, portador, seleciono a oferta que desejo utilizar e o EC que vou me dirigir

Eu, portador, confirmo o endereço do EC escolhido

Eu, portador, devo confirmar as regras da oferta para que eu seja elegível a oferta

Eu, portador, devo consumir no EC de acordo com as regras da oferta

Eu, portador, devo pagar a minha conta com o meu refeição com meu Alelo Refeição

Eu, portador, desejo receber o "prêmio" descrito na oferta

Eu, portador, desejo ser informado do recebimento do o "prêmio" descrito na oferta

Eu, portador, desejo consultar o meu ganho na oferta

Eu, portador, desejo consultar no meu extrato a oferta que participei

Eu, portador, desejo acompanhar todas as ofertas que participei

Portador quer se alimentar no tipo de EC de sua preferência

P1

Eu, portador, devo receber ofertas adequadas ao meu ticket médio

Eu, portador, devo escolher ofertas que sejam adequadas ao meu ticket médio

Portador quer economizar, fazer o saldo durar mais

P2

Eu, enquanto EC, preciso que o benefício seja gerado de forma automática para o portador

Eu, portador, desejo saber quando ganharei por utilizar a oferta

Eu, portador, desejo saber quando poderei utilizar o meu prêmio (qnd esta disponível no saldo)

Eu, portador, desejo ter uma forma de ver os meus ganhos em todas as ofertas

Portador precisa ver vantagens em utilizar as ofertas

P3

Eu, portador, desejo logar o APP da Alelo e ver todos os benefícios que tenho

Eu, portador, desejo selecionar a oferta que tenho por der portador Alelo

Eu, portador, desejo escolher ofertas que meus amigos também possa receber ou que eu compartilhe com eles

Eu, portador, desejo que meu cadastro na oferta seja feito de forma automática

Eu, portador, desejo que no pagamento não precise ser feito nada (apresentar cupom ou QR code)

Eu, portador, desejo ter uma forma de ver os meus ganhos em ser um portador Alelo Refeição

Eu, portador, desejo ter uma forma de ver os meus ganhos em ser um portador Alelo

Oferta por EC (Indicadores semanal) (Indicador por vigência)	Push	Qtd de clientes	Volume R\$
	Qtd enviado	Qtd de clientes antes	Volume R\$ antes
	Qtd aberto	Qtd de clientes depois	Volume R\$ depois
Design Métrica da eficácia	Telas ofertas		
	Validação off-line (NPS)		
	Validação online (NPS)		
Oferta cashback Métrica eficácia	Click em “falso”		
Oferta para Mais Clientes Métrica eficácia	Click em “falso”		



Receber ofertas ou informações das opções de restaurantes

Escolher o Restaurante

Vai ao restaurante

Receber o benefício da oferta

Portador – Gosto do saldo, mas também da natureza

Portador quer se alimentar no tipo de EC de sua preferência

Portador quer economizar, fazer o saldo durar mais

Portador precisa ver vantagens em utilizar as ofertas

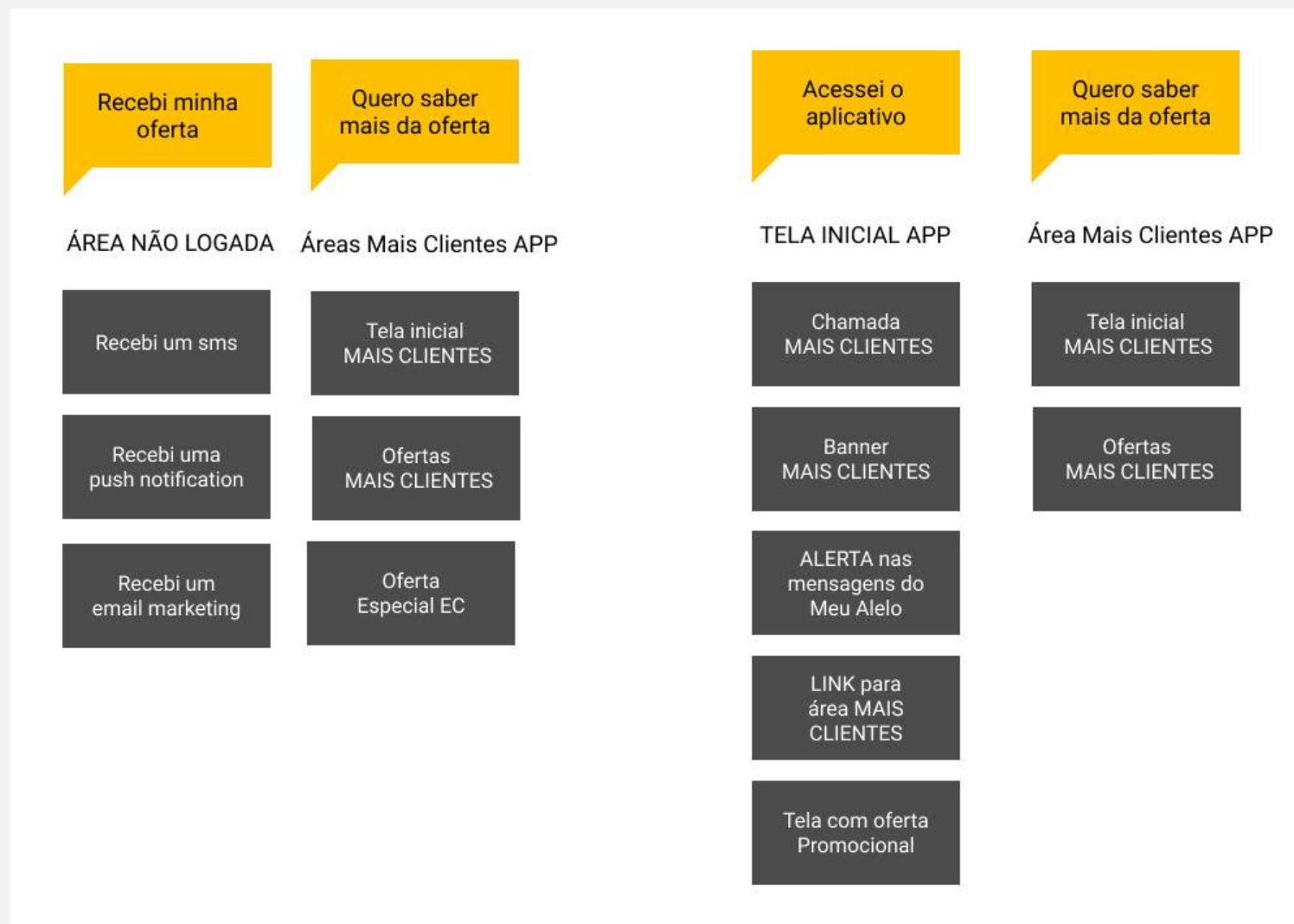
	Receber a ofertas	Logar APP	Escolher ofertas	Selecionar o EC	Confirmar o endereço	Confirmar o as regras das ofertas	Utilizar a oferta	Pagar o EC	Receber o benefício "prêmio"	Comunicação do ganho do "prêmio"	Consultar o saldo do cartão	Acompanhar os seus benefícios
P1	Eu, portador, desejo receber ofertas para utilizar	Eu, portador, preciso logar no APP para ver as ofertas	Eu, portador, preciso ver todas as ofertas direcionadas para mim no APP	Eu, portador, seleciono a oferta que desejo utilizar e o EC que vou me dirigir	Eu, portador, confirmo o endereço do EC escolhido	Eu, portador, devo confirmar as regras da oferta para que eu seja elegível a oferta	Eu, portador, devo consumir no EC de acordo com as regras da oferta	Eu, portador, devo pagar a minha conta com o meu refeição com meu Alelo Refeição	Eu, portador, desejo receber o "prêmio" descrito na oferta	Eu, portador, desejo ser informado do recebimento do o "prêmio" descrito na oferta	Eu, portador, desejo consultar o meu ganho na oferta	Eu, portador, desejo acompanhar todas as ofertas que participei
P2	Eu, portador, devo receber ofertas adequadas ao meu ticket médio		Eu, portador, preciso ter acesso as regras de elegibilidade de cada uma das ofertas								Eu, portador, desejo consultar no meu extrato a oferta que participei	
P3	Eu, portador, recebo apenas ofertas adequadas ao meu comportamento de uso (vegetariano)	Eu, portador, desejo logar o APP da Alelo e ver todos os benefícios que tenho	Eu, portador, desejo selecionar a oferta que tenho por der portador Alelo				Eu, portador, desejo que meu cadastro na oferta seja feito de forma automática	Eu, portador, desejo que no pagamento não precise ser feito nada (apresentar cupom ou QR code)				Eu, portador, desejo ter uma forma de ver os meus ganhos em ser um portador Alelo Refeição
			Eu, portador, desejo escolher ofertas que meus amigos também possa receber ou que eu compartilhe com eles									Eu, portador, desejo ter uma forma de ver os meus ganhos em ser um portador Alelo



User Experience

Prototyping | User Flows | User Journey

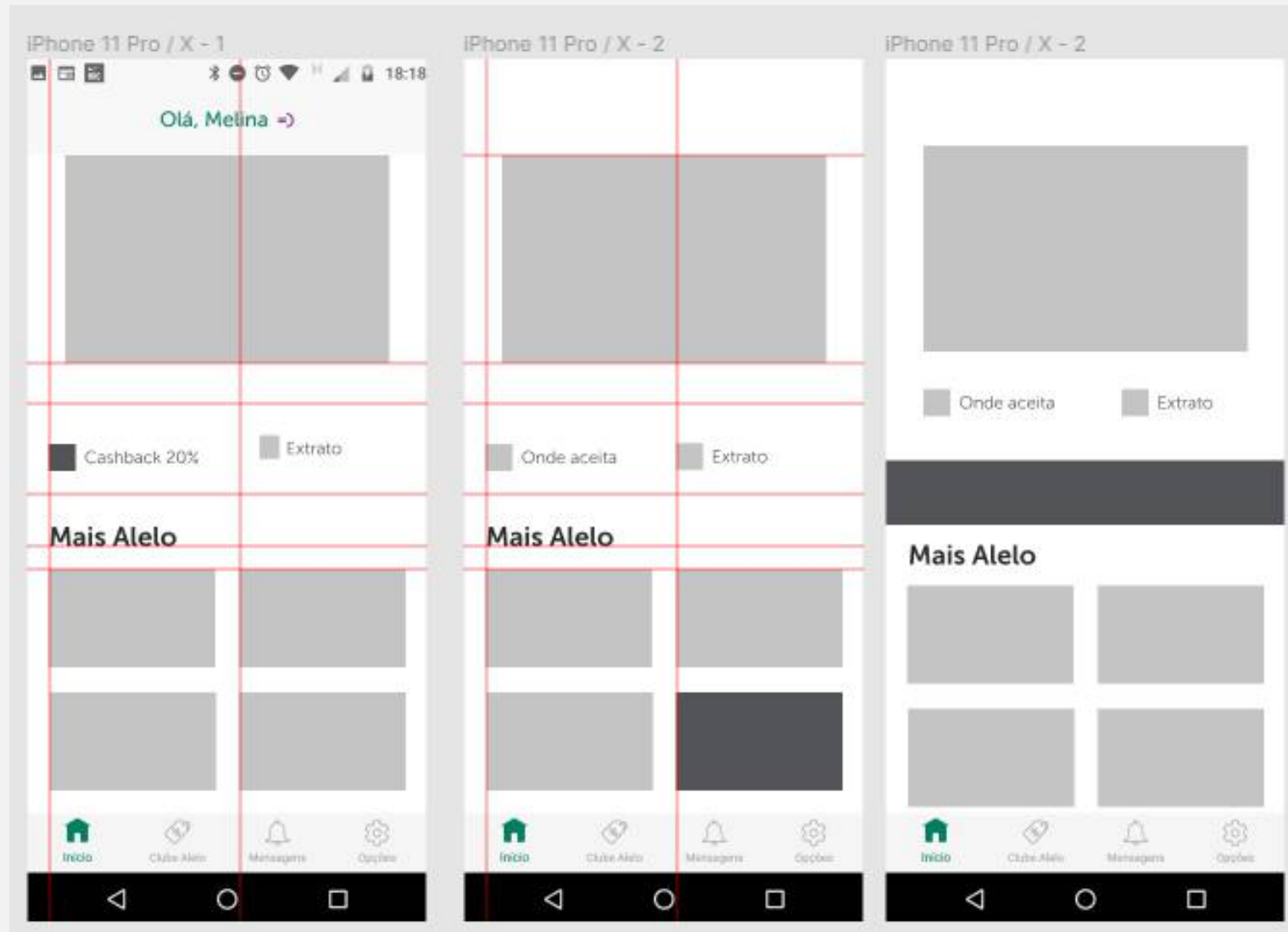
User's journey with contact points – media communication mapped



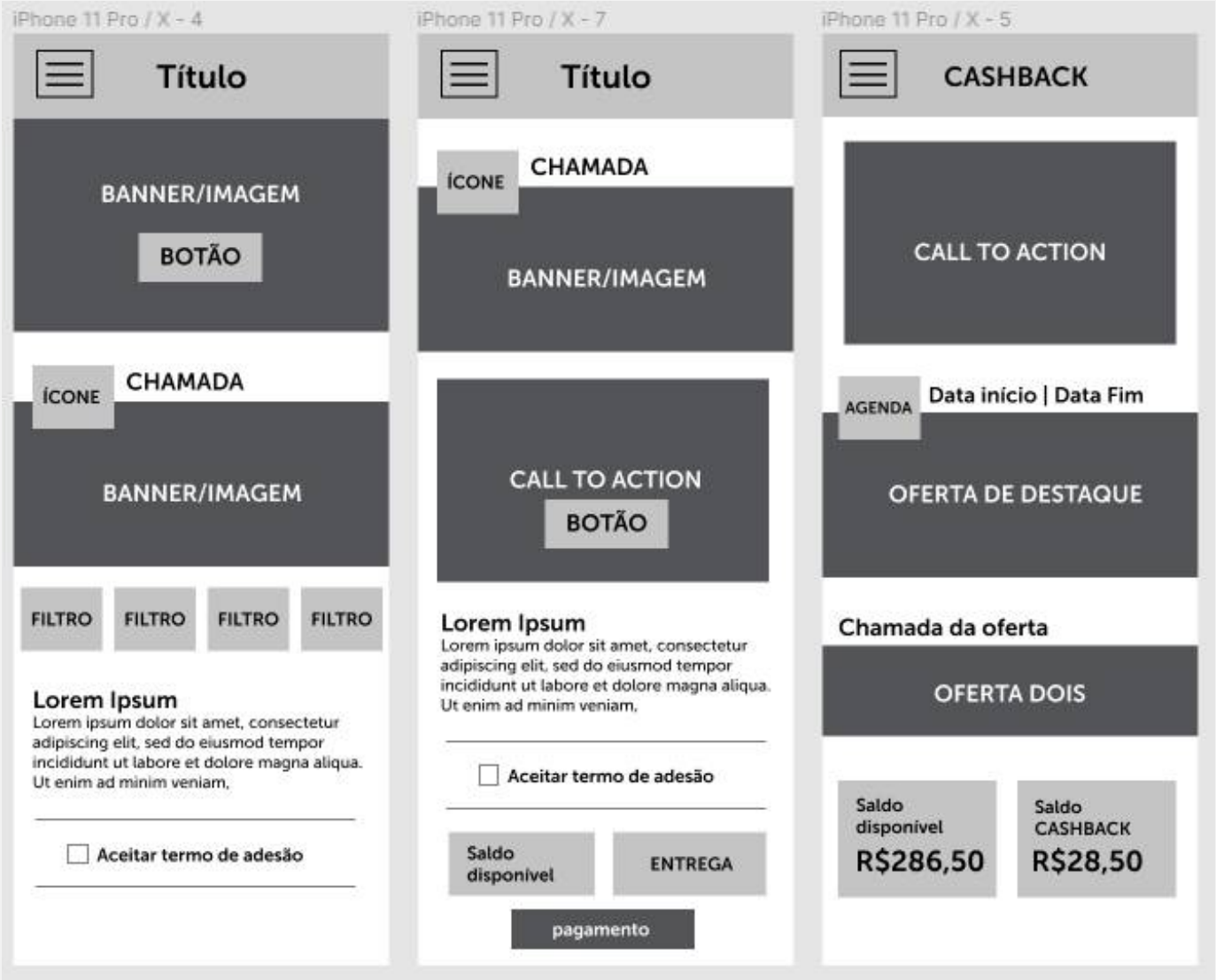
User's flow developed in order to mapp actions relating with areas

MAIS CLIENTES	OFERTAS MAIS CLIENTES	LEMBRETES/ALERTAS	AGENDA
O QUE É O MAIS CLIENTES?	COMO FUNCIONA O CASHBACK	INÍCIO DA OFERTA	AGENDAR RETIRADA
COMO FUNCIONA	PERÍODO DE DISPONIBILIDADE	SALDO DE CASHBACK	CRIAR LEMBRETES
VANTAGENS	TIPO DE ENTREGA	FIM DA OFERTA	VER OFERTAS POR DATA
TERMO DE ADESÃO	PEDIDO MÍNIMO	SOBRE O EC	VER SALDO POR DATA
	DIETAS ESPECIAIS	ME AVISE - DIETAS ESPECIAIS	VER ECS POR DATA
	FAIXA DE VALOR		

Sketches in low fidelity in order to project UX/UI and propose A/B tests



Wireframes with mapped content in order to project UX/UI and propose A/B tests



LIST OF TASKS DELIVERED TO BE WRITTED IN FORM OF STORIES

		Evolução do MVP - Visão PORTADOR
	Benchmark do serviço de CASHBACK	Entendimento do modelo de cashback e sua atratividade para o PORTADOR
	Benchmark UX/UI	Modelos de áreas do cliente de empresas
	User Flow de navegação	Concepção de Arquitetura de informação que amarre feature em serviços e texto
	Protótipo Baixa Fidelidade	Criação de área no MEU ALELO para a visão PORTADOR do MAIS CLIENTES
	Mapeamento/Análise Heurística	Como as funcionalidades do MAIS CLIENTES são usadas pelo PORTADOR X outros elementos
	Personas PORTADOR	Entendimento comportamento de uso durante e pós-pandemia
	Mapa de Empatia PORTADOR	Entender o valor dos modelos de ofertas para o PORTADOR
	Jornada do Portador de adesão das promoções	Mapeamento das comunicações existentes antes, durante e após o uso da oferta
		Quais informações do PORTADOR são relevantes para as EC'S
		Informações do PORTADOR a serem coletadas durante o uso do MAIS CLIENTES

LIST OF TASKS TO BE REFINED AND ALIGNED WITH THE PRODUCT OWNER

	jul/20																														
	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX				
	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
EXPERIÊNCIA USUÁRIO																															
DESIGN THINKING																															
Dinâmica de Design Thinking																															
Mapas de Empatia ESTAKEHOLDER																															
Mapas de empatia PORTADOR																															
Protopersona PORTADOR																															
Protopersona EC																															
Jornada de serviços MAIS CLIENTES																															
Jornada de serviços Portador																															
PROTOTIPAÇÃO																															
Mapa de Navegação Mais Clientes																															
Mapeamento features/serviços/ações																															
Priorização de Backlog para implementação																															
Criação Telas Figma Baixa Fidelidade																															
Aprovação de textos																															
INTERFACE																															
Telas com Layout																															
Prototipação alta fidelidade																															
Design System																															
TESTE USABILIDADE																															
Protótipo funcional navegável																															
Verificação de Desenvolvimento																															
Teste de Usabilidade																															

Design Research approach

HOW TO VALUATE THE PROBLEM DISCOVERY

It is a more complex problem, part of the environment or the company context. Usually is not based in isolated data or business metrics and goals. To solve based on strategic planning, I used to start with a design thinking discovery process.



<https://prox.com.br>



<https://mutant.com.br>

Discovery process

Aligning process, defining backlog
and implement interactive research

Briefly description of the project scope

Provide a concept view describing the Project Journey divided on sells, *Salesforce* e Excel

Context of the problem:

Lack of integration between the process stages: the Excel worksheet and Salesforce

How to frame the problem-solving:

1. What is considered the Bussiness Project currently?

It is the Excel documentation in form of worsheet

2. What is the conection between Salesforce?

It stores the acceptance of the financial cost

3. Client Pain/Point of View of Solution

Not use Excel anymore

Design Thinking process

Discovery Phase

METHOD

1. In-depth interviews with key stakeholders
2. Desk Research: reading of the documentation (screenshots, spreadsheets, requirements)
3. Map of the current user flow;
4. Validation using briefing and clusterization of insights;
5. Concept model - view illustrated;
6. Division in epics;

DISCOVERY PROCESS (all canvas used as tools)

miro

Gestão de Caixa e cobrança ☆

↗

↶

↷

🚩

M

A

Share

👤

6

🔍

☰

Briefing

Frameworks

Fluxos macro mapeados

Briefing Download

Dores e insights

Discovery model

Personas

Mapa de empatia

Fluxo de dados

Entrada de dados - C

Entrada de dados - E

Entrada de dados - R

Entrada de dados - A

Entrada de dados - D

Entrada de dados - CR

🖱

📄

T

📄

📄

↗

✎

💬

🔗

📄

⋮

➡➡

🔍

📖

🔍

—

+

< 1%

DISCOVERY PROCESS (insights collected after desktop reserch)

Certezas

O que nós já sabemos a respeito?

Caixa diário é alimentado pelo Contas a receber e pelo Contas a pagar

Régua de cobrança é alimentada pelo Contas a receber

NECESSÁRIO Mapeamento da régua e pontos de contato (quem recebe)

NECESSÁRIO Mapeamento da régua existente

Suposições

Quais são as nossas hipóteses?

O faturamento contempla a parte de informações da cobrança

O faturamento contempla a parte de preenchimento da emissão de nota fiscal

O faturamento contempla a parte de dados do projeto (relatórios, dados da empresa, contratos)

4 Dashboards (contas a pagar, receber, caixa diário, régua de cobrança)

As empresas têm classificação ou tipo: cliente, fornecedor ou prestador serviços

O faturamento contempla a parte de dados do projeto - relatórios

O faturamento contempla a parte de dados do projeto - dados cadastrais das empresas

O faturamento contempla a parte de dados do projeto - contratos

O faturamento deve ter a visão realizado x orçado x fechado x finalizado

O caixa deve ter a visão pago x pendente x a pagar

A régua deve contemplar informações pendentes entre áreas?

Os dashboards devem contemplar: reembolso, top 10, vagens, cartão corporativo

Dúvidas

Quais perguntas ainda devem ser respondidas?

Qual melhor forma de organizar os dados?

Teremos perfis de acesso diferentes como:
- financeiro
- jurídico
- admin

Como melhorar a comunicação e compartilhamento de dados?

Qual melhor forma de automatizar o fluxo de trabalho?

Já existe uma hierarquia/árvore de usuários?

Quais informações do projeto de faturamento são requisitos para o caixa?

Como é feito o report dos dados de caixa p/ os usuários das BU's hoje?

Como é controlado o SLA das cobranças ao cliente hoje?

Quais as decisões do caixa que precisam ser tomadas pelos usuários?

Quais as decisões de cobrança que precisam ser tomadas pelos usuários?

Quais informações tem o sistema que cada empresa do grupo tem que fornecer diariamente para que sejam gerados os provision diários?

Executam alguma tarefa?

Quando falamos faturamento no projeto estamos falando dos processos de vendas?

Quando falamos faturamento no projeto estamos falando da especificação do projeto?

Já existe regra no protótipo de visualização de dados?

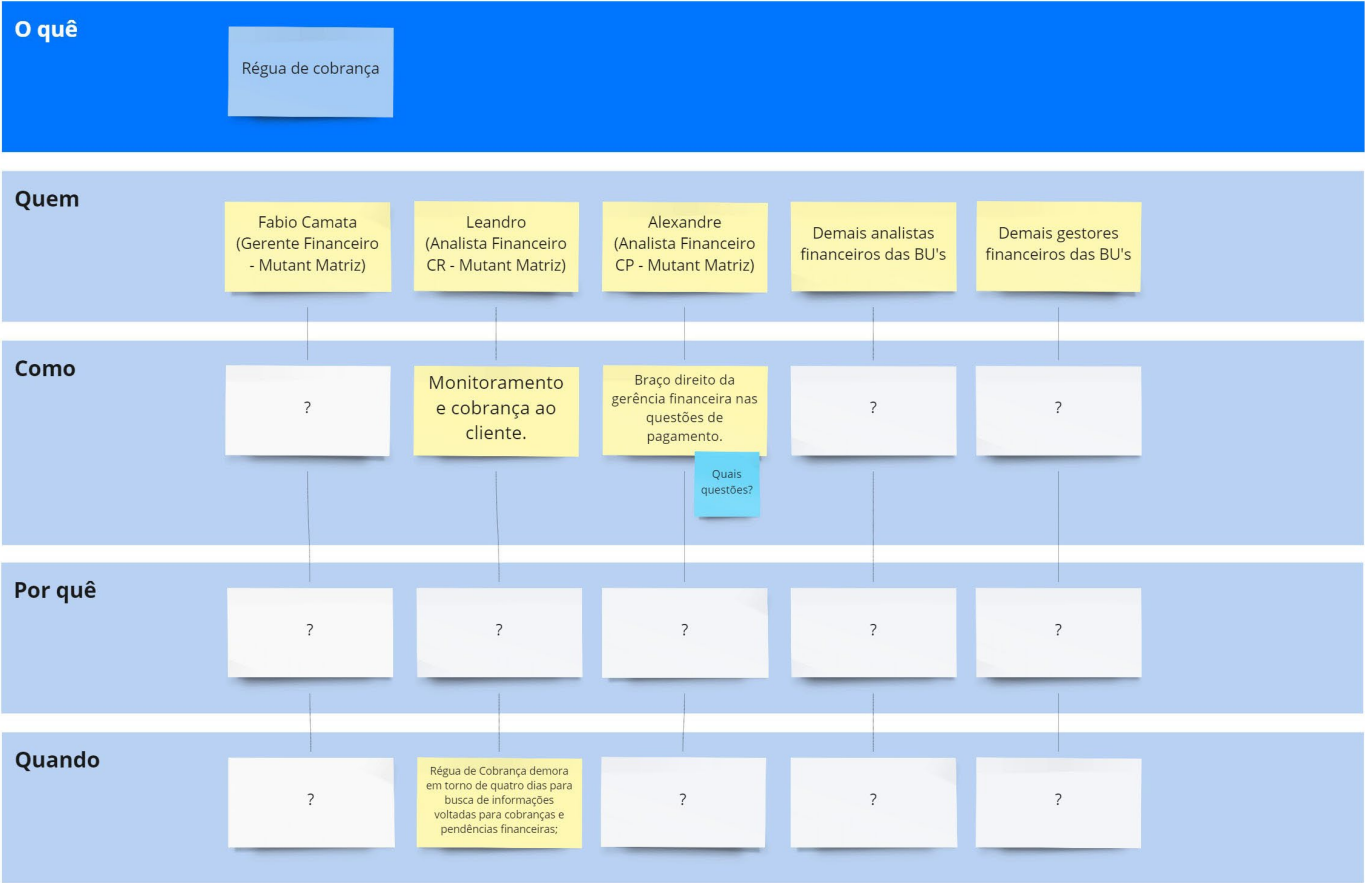
O que é o forecast?

É necessária uma visão dos clientes top 10 no caixa?

O que é o headcast?

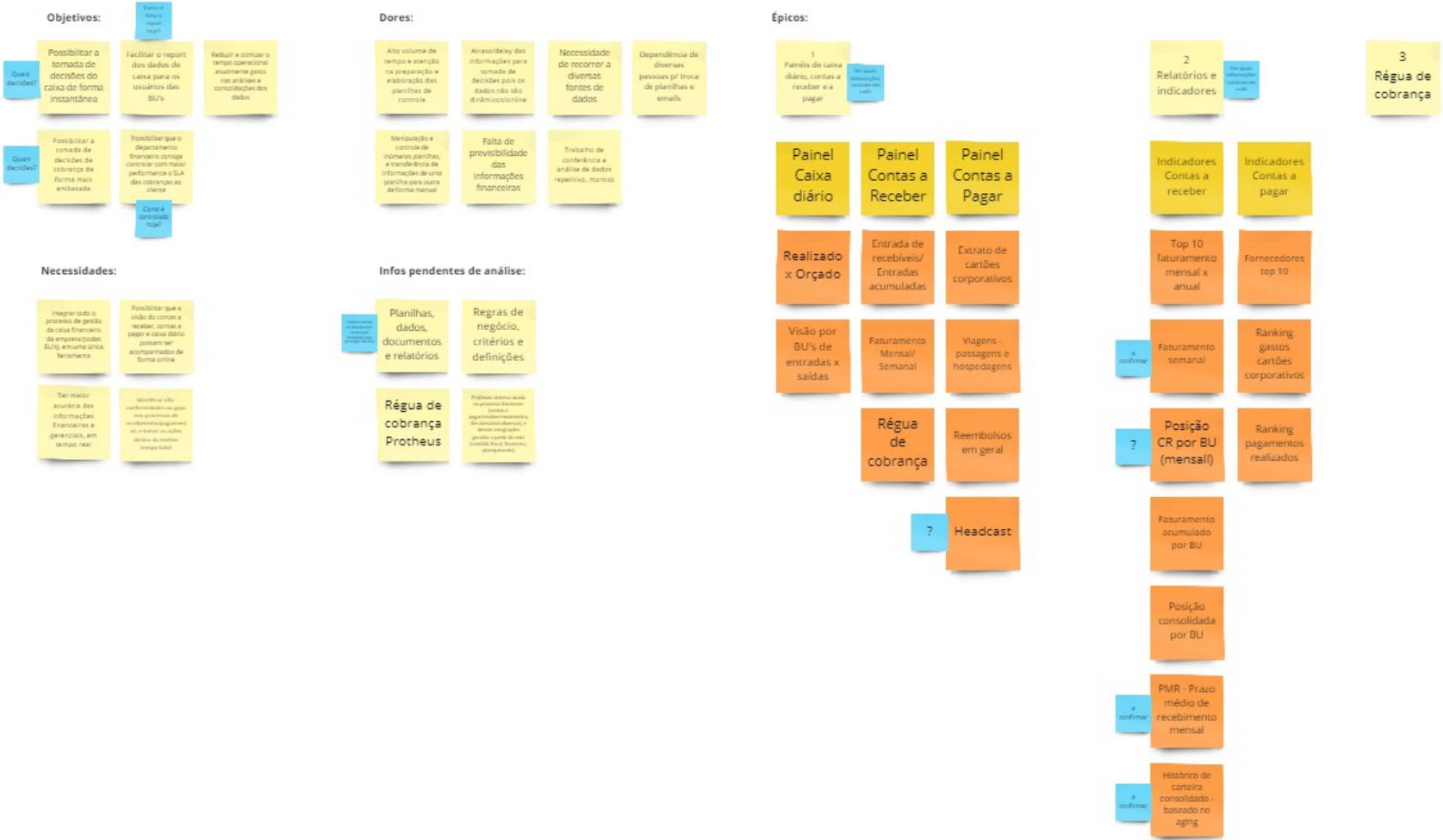
DISCOVERY PROCESS (process, actors, points of interactions mapped with canvas)

Gestão de Cobrança | Discovery model



DISCOVERY PROCESS (scope mapped in UX e Agile Epics)

Briefing Download

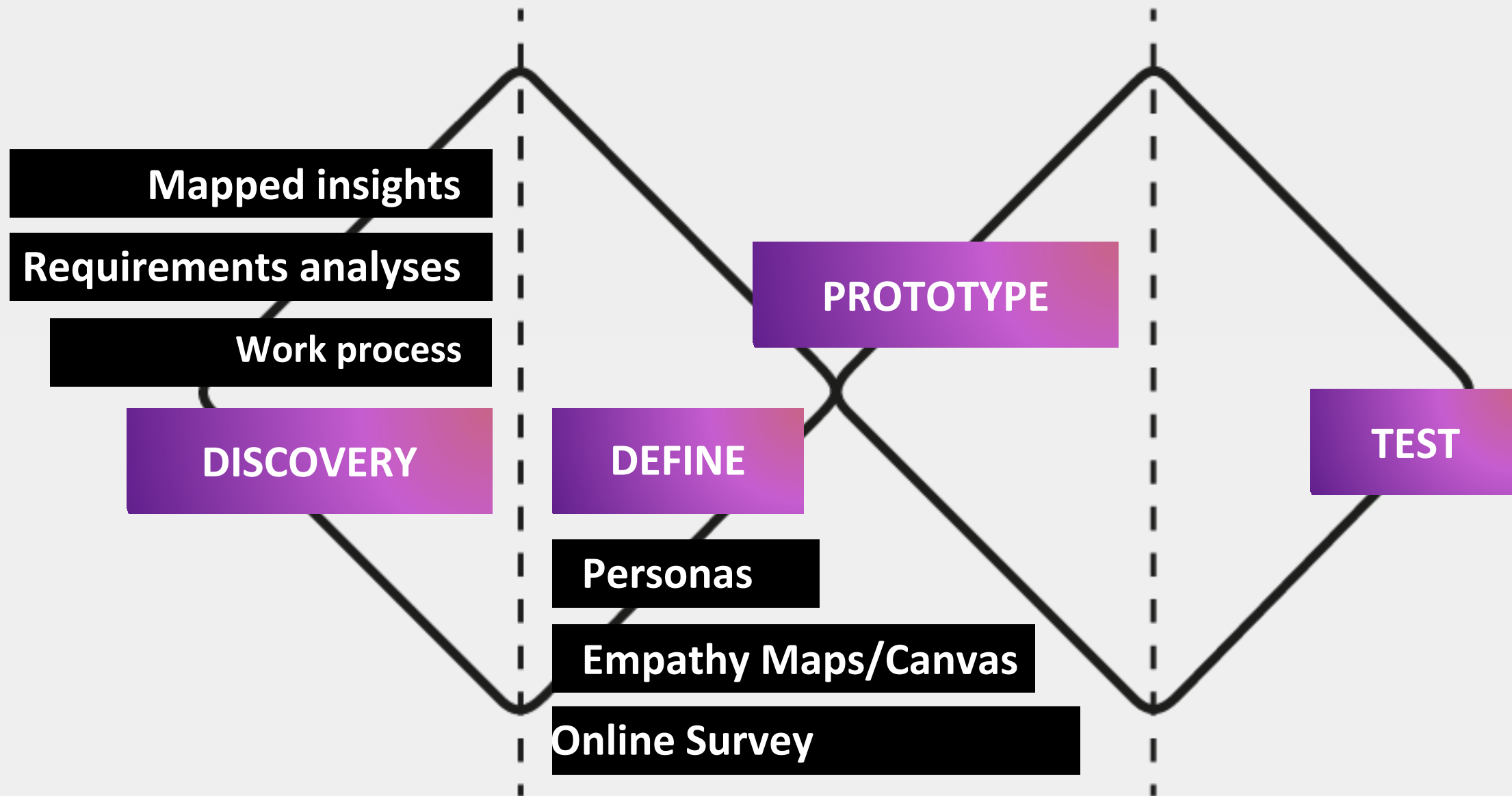


WHAT is the difference
between UX Research and Design Research?
What the common process,
tools and which data is shared?

 **Mutant**

**DESIGN
THINKING**





DESKTOP RESEARCH

In this project the Desktop Research was used to gather data for the Discovery, it provided the project documentation history. Both were compiled in form of report, as form to maximize the strategic value of the design to the client and allow the planning of next steps.



Discovery BP - Projeto Business Plan

(Desktop Research documentation)

Project Description

O projeto da criação de um sistema único de BP(Bussiness Plan) para o grupo Mutant, é considerado o maior projeto da empresa devido ao seu teor estratégico, porque impacta todas as BU's (Unidades de Negócio) no processo de tangibilização da composição de valor dos produtos, ofertas e serviços de todas as empresas (Dextra, Zoly, Interaxa e Myra).

Com um sistema único de BP, a empresa visa promover a transformação digital de maneira com que a automatização de processos e tarefas, maximize o uso da tecnologia interna e externamente projetando a experiência de uso ideal, integrando os colaboradores pelo engajamento de sua cultura orientada a entrega de dados (data driven) aliando o pensamento estratégico durante a tomada de decisões durante toda a jornada dos produtos e serviços.

1

Discovery BP - Projeto Business Plan

(Desktop Research documentation – development strategy)

What is the strategic value of the solution?

Review the sells process through strategic development, combined with a consistent process, integrating each step of the business plan conception, in every phase: purchase, lead, sells and price.

1

Discovery BP - Projeto Business Plan

(Desktop Research documentation – development strategy)

- **What the client team vision of the Business Project inside the company?**

The record of worksheet storage on Salesforce.

- **What they considered the main problem?**

Conflicting information caused by the time spent to update and correct data.

- **What is the main challenge?**

Conceive a solution that covers all elements during the composition cost, connected with the users needs during the creation of their strategic plane.

1

Discovery BP - Projeto Business Plan

(Desktop Research documentation – development strategy)

Gains at the implementation of the solution

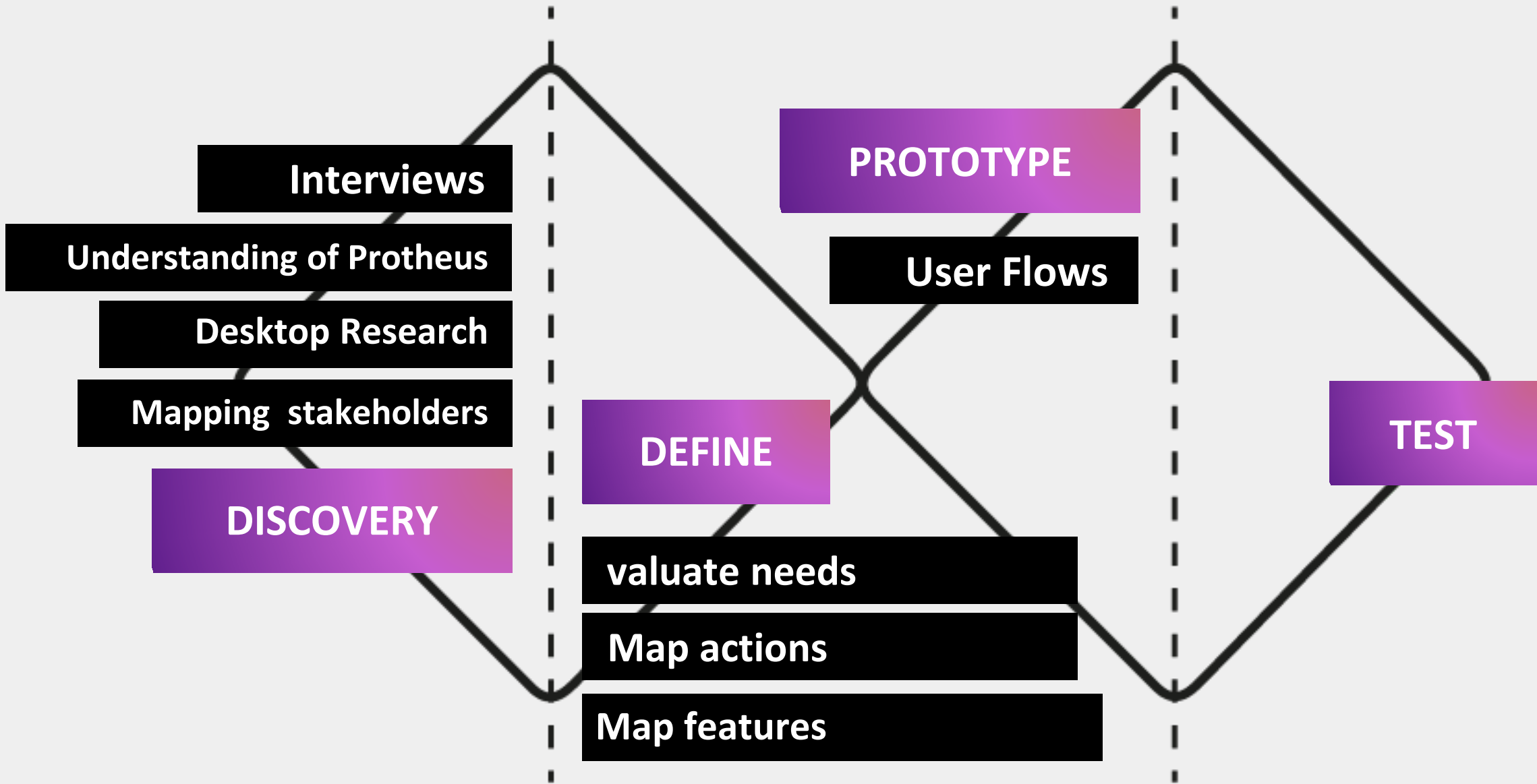
- To solve/fix systemic errors;
- Security during the storage, sharing and download of data;
- Detect inconsistency during the process;
- Provide more detailed information in terms of strategic solution;
- Construct a single repository simplifying the access of all data record;
- Deliver digital interfaces based on the user actions when access data.



GESTÃO DE CAIXA

A network diagram consisting of numerous grey dots (nodes) connected by thin grey lines (edges). The nodes are distributed across the right half of the image, with a higher density in the center-right area. The overall shape is irregular, resembling a complex web or a cluster of points.

**USER
EXPERIENCE**



Contextual research

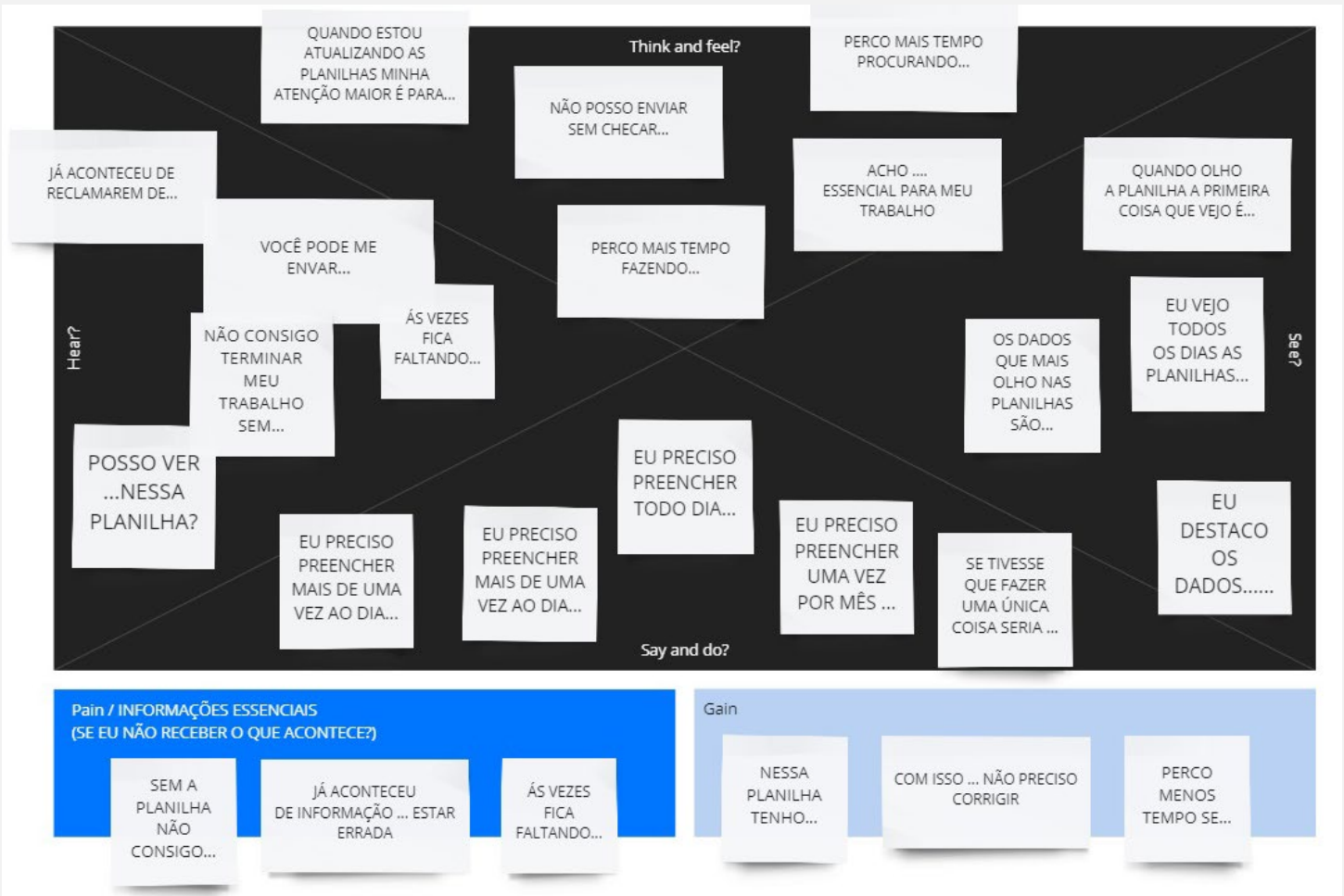
Aligning process, defining backlog
and implement interactive research

**ESCALE OF VALUATION PROPOSED TO USE WITH PM E PO
(Prisma Design Thinking Method)**



2

Immersion BP- Insights collected (Data survey and insights grouped in form of empathy map)



2

Immersion BP- Insights collected (Pains mapped and grouped in terms of data impact)

Dores Mapeadas

Dados

Problema

"Chutes" nos preços para alcance de Margem

Não há micro gerenciamento

Recursos não precificados (Salarios)

Pobreza de detalhes no BP/Salesforce

Sempre necessita conversa com pessoas para debater preços

Não possuem SLA

Duplicidade no Protheus

Informações discordantes no Protheus

Potencial de incremento não definido (diz ser maior dor)

Buscar informações todo o tempo para compor BP

Não há previsão de receita clara

Custo Médio de funcionários é um problema

Impacto

Baixa financeira em serviços executados

Falta de acompanhamento das execuções

Sem visibilidade financeira na composição

Dependência de mais pessoas envolvidas para fechamento de propostas

Dependência de mais pessoas envolvidas para fechamento de propostas

Sem visão de tempo e esforço

Ocorrendo a discordância de preços entre os times

Despadronização e desalinhamento de serviços do BP

Baixa financeira em serviços executados

Dependência de mais pessoas envolvidas para fechamento de propostas

Baixa financeira em serviços executados

Baixa financeira em serviços executados

2

Immersion BP- Insights collected (Pains mapped and grouped in terms of process impact)

Dores Mapeadas

Processos

Problema

Sem prazo de devolutiva do BP

Cobrança por produtividade é complexa

Stakeholders pouco envolvidos

Dão mais ênfase no acordo verbal ao invés do formal (email e BP)

Sempre usam base de maior valor para compor o BP

Custo não é fixo

Valores de softwares em dolar

Preços não padronizados entre as BU's

Impedimento de composições em planilhas amarradas

Pouca visão e alinhamento no uso do BP

Centralizado em especialista

5/6 perfis por projeto

Comercial define preço antes de viabilização

Processos não é claro

Impacto

Sem visão de tempo e esforço

Baixa financeira em serviços executados

Sem visibilidade financeira na composição

Despadronização e desalinhamento de serviços do BP

Sem visibilidade financeira na composição

Ocorrendo a discordância de preços entre os times

Baixa financeira em serviços executados

Ocorrendo a discordância de preços entre os times

Despadronização e desalinhamento de serviços do BP

Despadronização e desalinhamento de serviços do BP

Gera dificuldade de pessoas novas na equipe de pré-vendas saberem usar o BP

Dependencia de mais pessoas envolvidas para fechamento de propostas

Baixa financeira em serviços executados

Sem BP, o cliente não consegue entender o valor e o custo do serviço

2

Immersion BP- Insights collected (Pains mapped and grouped in terms of usability impact)

Dores Mapeadas

Usabilidade

Problema

Não há especificação de pessoas a serem consultadas para precificação

Não poder anexar no Salesforce a resposta do time de Ops

Atualmente não é intuitivo a composição do BP

Não há integração entre as equipes

Custos Capex amarrados

Desconto na atividade atrapalha no fechamento

Não há um piloto a ser seguido na venda do serviço

"Protheus é um saco, chato de mexer"

BP's diferentes atrapalham em vendas cross

Planilhas negociadas e feitas manualmente

Impacto

Gera dificuldade de pessoas novas na equipe de pré-vendas saberem usar o BP

Não há como formalizar e ter respaldo da execução dos serviços descritos no BP

Gera dificuldade de pessoas novas na equipe de pré-vendas saberem usar o BP

Leva muito tempo para colher todas as informações e concretizar a venda

Sem possibilidade de personalizar a proposta para o cliente

Ocorrendo a discordância de preços entre os times

Despadronização e desalinhamento de serviços do BP

Equipe desmotivada em usar ferramenta

Impedimento de criar vendas casadas em alguns casos

Leva muito tempo para colher todas as informações e concretizar a venda

2

Immersion BP- Insights collected (Data grouped in form of valuate research process)



2

Immersion BP- Insights collected

(Template proposal with data mapped in form of Persona)

NOME
ÁREA
SÃO MEMBROS DO TIME.....
MINHA ROTINA DE TRABALHO É
ME REPORTO PARA.....
SE REPORTAM PARA MIM /ME PROCURAM PARA.....
EM POUCAS PALAVRAS EU FAÇO.....
PARA MEU TRABALHO É ESSENCIAL:
(TEMPO/ATENÇÃO/AGILIDADE, SEGURANÇA, etc)

RECEBO AS PLANILHAS.....
NESSAS PLANILHAS CONTÉM.....

ENVIO AS PLANILHAS
NESSAS PLANILHAS CONTÉM.....

DADOS QUE VISUALIZO
EMAILS QUE RECEBO

DADOS QUE COMPARTILHO
EMAILS QUE ENVIO

RELATÓRIOS QUE FAÇO

PRECISO DA APROVAÇÃO

HOW define and refine HYPOTHESES ?

Aligning process, defining backlog
and implement interactive research

LIST OF TASKS DELIVERED TO BE WRITTEN IN FORM OF STORIES

[illegible]

LIST OF TASKS TO BE REFINED AND ALIGNED WITH THE PRODUCT OWNER

[illegible]



IN-DEPTH INTERVIEWS

Documentation using
UX writing aligned with Research

3

BP Project Migration – client immersion

(Interviews transcriptions)

“Hoje dentro da área de Operações, ou CXM, eu vim para a Mutante para atender essa área, **ser um braço de RH, o meu cargo hoje a gente chama de Business Partner**”

- **É um braço do RH dentro da operação (Ponto focal tudo que diz respeito a pessoas, processos, recrutamento)**

“Eu não executo essas atividades, mas eu sou uma ponte e busco todas essas áreas para fazerem essas coisas acontecerem”

“**Meu contato com os BP´s é quase que todos os dias do meu trabalho,** quando começa, quando começa a acontecer um BP, já em fase de aprovação, e tudo mais eu já sou acionada para começar a passar aquela parte do BP que diz respeito a pessoas”

3

BP Project Migration – client immersion

(Gathered of interviews data)

Fatos	Insights	Conclusões	Glossário
Faz uma análise prévia dos aspectos: performance, faturamento, meta e direciona para as alçadas	Projetos por performance, Projetos faturamento fixo, Projeto está batendo a Meta	Eu, Camila, sou o "financeiro da Mutant" que faz essa triagem do arquivo de pricing nível I	FATURAMENTO, META, RECEITA, COMPETÊNCIA
Faz parte da primeira alçada de	Fluxo de aprovação no Salesforce	Analisa a planilha anexada na oportunidade,	
Está recusando os BP's que não tem a	Olha histórico mensal e anual para	Precisa desses dados para o SALESFORCE	
Mostrou uma planilha de critérios de	Faz a margem mensal para compor a	CUSTO DE SETUP	CUSTO DE SETUP
Cada BU existe um critério de	Existe uma planilha que documenta	PRINTSCREEN DAS TELA APRESENTADAS, pode	
Novas contratações pedimos para incluir	É um dos critérios de aprovação dela para	COMPUTADORES COMPÕE O CUSTO DO CAPEX	CAPEX
Outro análise que realiza é se o número	É um dos critérios de aprovação dela para	Checa se o número de funcionários não está	
Têm dificuldade quando não tem a	É uma das DORES, talvez selecionar	Devido ao número de HEADCOUNT está coberto	HEADCOUNT
	Sugeriu ter visibilidade dos recursos	Pela reiteração do cliente pode ser considerada	
Se o projeto for composto de um		Quando envia para o nível III não é direcionado	
"Não conhecer a OFERTA a fundo é um	DOR LATENTE HEADACCOUNT, Leo	pela ênfase é uma necessidade	OFERTA
"Precisa ter uma análise e um link com	ITX analisa o HEADCOUNT e as outras se		
Base de recursos com possibilidade de	Variação das informações da base de	Inconsistência ou variação na composição desse	
No caso da Interaxa quando a margem	IVR/VDA/CHATBOT/Solução única de voz		
Mesmo automatizado tem a opinião que			

3

BP Project Migration – client immersion

(Model of Persona developed)

Camila “Hoje dentro da área de Operações, ou CXM,(...) o meu cargo hoje a gente chama de Business Partner” “Meu contato com os BP´s é quase que todos os dias do meu trabalho”		PROCESS CONDUCTED ON BP • Recebe apenas o número do BP; • Recebe o BP em si (a planilha com todas as abas) com todos os custos, com tudo, não apenas pessoas; • Faz um entendimento (quais são os cargos definidos, quais foram os salários) e faz um fluxo de aprovação para o time de recrutamento; • Não têm acesso ao Salesforce (que atualmente é o que considera o processo).	FROM WHAT PERSONS collet BP information “...recebo sempre pelos gerentes, que a gente chama de JO´s (Journey Owners), que são responsáveis por todo o projeto acontecer e são os gestores das pessoas
DATA SHARED • Cargo; • Headcount; • Composição do time.	PAINS “Estamos com vários problemas na faixa salarial de DEV porque desenvolvedor no mercado (...), o salário e a remuneração está totalmente fora do que está ali”	INSIGHTS “A ideia é construir faixas salariais para cada cargo de forma uniforme alinhando expectativa interna e refletindo o mercado”	Actors – Points of contact Marcos – Ponto focal do financeiro que faz acompanhamento e também recebe solicitações financeiro;

3

BP Project Migration – client immersion (Journey's sketch)

PROBLEM	HOW IT HAPPENS?	BP PRÉ-VENDAS (features)	PAINS
Falta de integração dos processos do BP	Composição do BP entre várias planilhas e cadastro da oportunidade no Salesforce	Prover uma interface que concentre os dados da versão final da planilha BP	Fluxo de alterações Tempo de aprovação
Falta de delimitação clara entre o processo em Excel e o Salesforce	Identificação dos agentes no processo da composição das informações na planilha BP	Atualmente o processo Que acontece no Salesforce é a aprovação do preço final do BP	Impossibilidade de edição dos custos de Headcount

THANK YOU FOR YOUR TIME!

Following are our contacts:

anniafreitas@gmail.com

<http://prismaconsultoriadedesign.com.br>

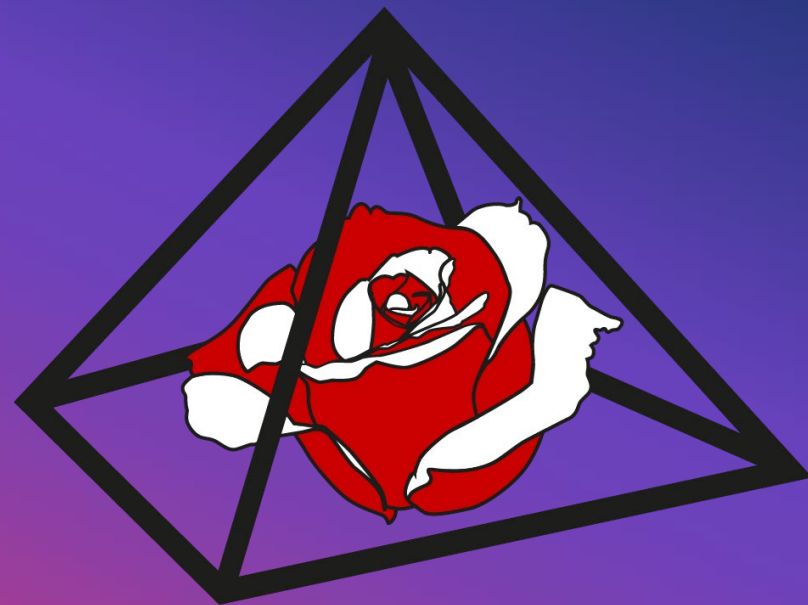
<https://medium.com/prisma-design-thinking>

<https://annefreitas.com>

<http://behance.com/annefreitas>



PRISMA CONSULTORIA
DE DESIGN



ANNEFREITAS
DESIGN