

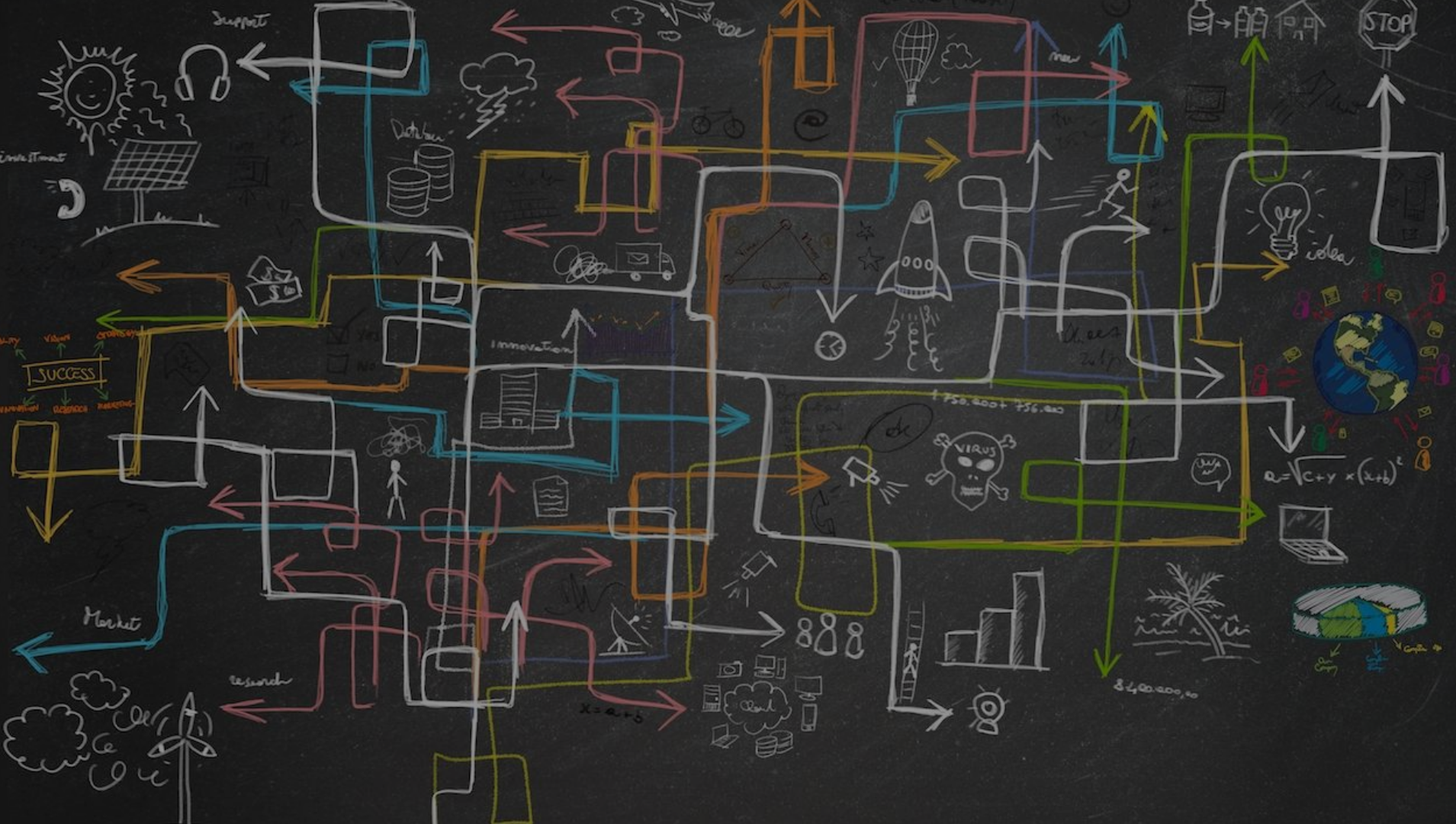


Como derrubar uma campanha publicitária com **DESIGN RESEARCH**



Isabela Miranda | Luciana Martins





pasteis
Agenda





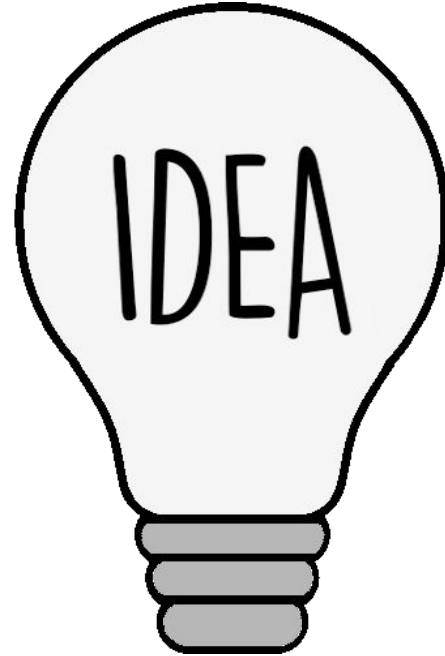
**Marketing
Produto**



**Produtos
Digitais**

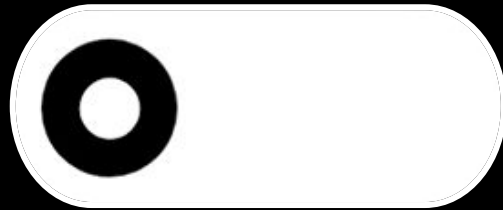


**Marketing
Produto**



MODO GRATUITO

*“O **modo gratuito** é um botão no app do cliente que pode **ser ativado para navegar sem gastar da franquia...**
porém com a velocidade reduzida”*





Internet não acaba
(mas fica devagar)



Muitas ligações
(sobre a internet devagar)

PROBLEMA

Hipótese

O cliente ter

autonomia

sobre o

consumo de seus dados

fará com que a

franquia não acabe

e as ligações diminuam...

Visão atual



Visão futura

(modo gratuito)

Internet não acaba



Cliente não entende porque
a internet está devagar
(dor do usuário)



Velocidade reduzida
involuntariamente



Internet não acaba



Cliente tem transparência de
consumo de dados



Velocidade reduzida
voluntariamente



Muitas reclamações
(dor da empresa)

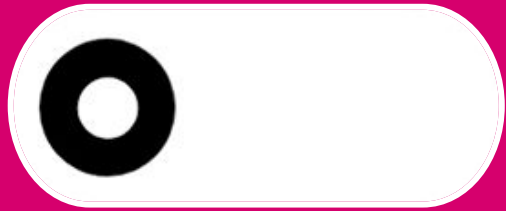
Menos reclamações

Além disso...

CAMPANHA NA TV



MODO GRATUITO



**Product
designer**



Por que Modo Gratuito?

Por que um botão?

Por que as pessoas vão utilizar o modo gratuito?

Como as pessoas consomem dados atualmente?

Clientes monitoram dados?

Qual a dor do cliente?

...

o nosso problema...

CRONOGRAMA



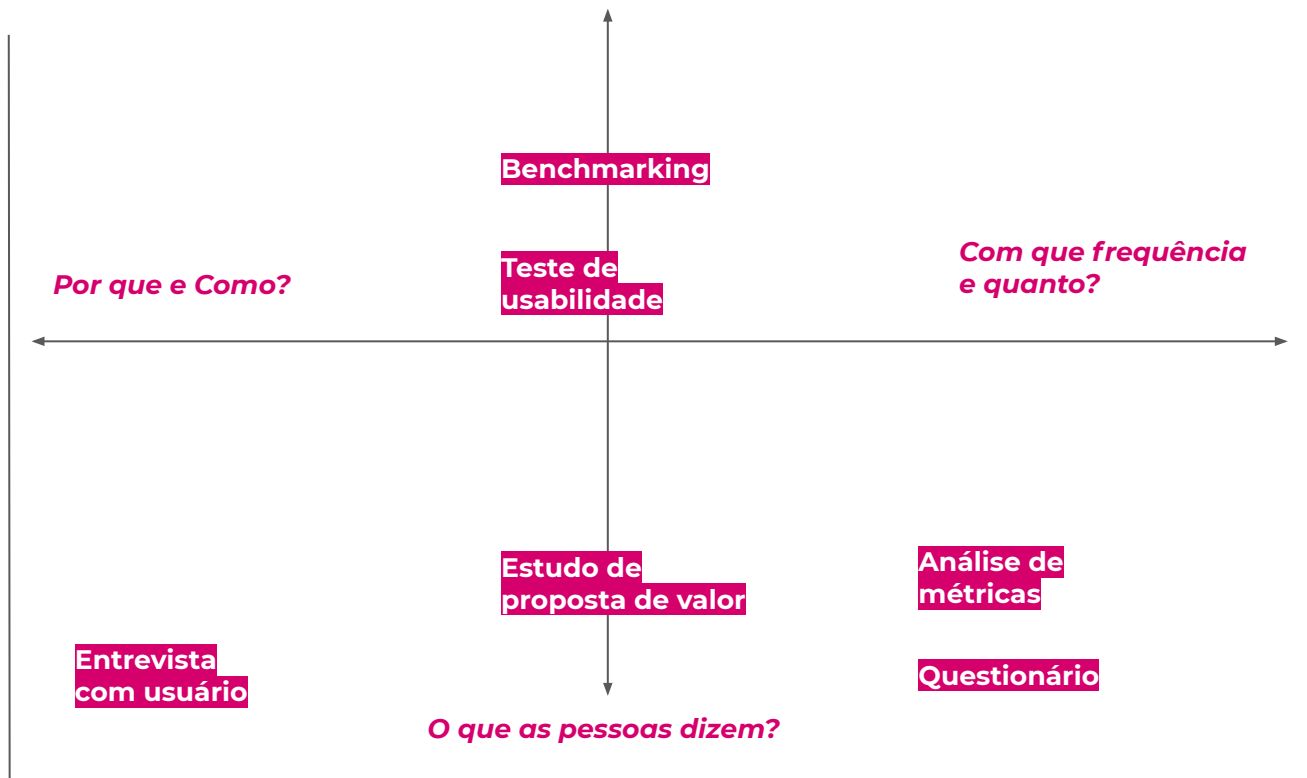


DESIGN RESEARCH

We're not our users.

Design research é uma abordagem **focada no cliente** por meio de **pesquisas** no qual o objetivo é extrair informações **para entender** como desenvolver **soluções de produtos e serviços** que geram **valor para o cliente**.

Comportamental



O que as pessoas fazem?

Benchmarking

Teste de usabilidade

Por que e Como?

Com que frequência e quanto?

Estudo de proposta de valor

Análise de métricas

Entrevista com usuário

Questionário

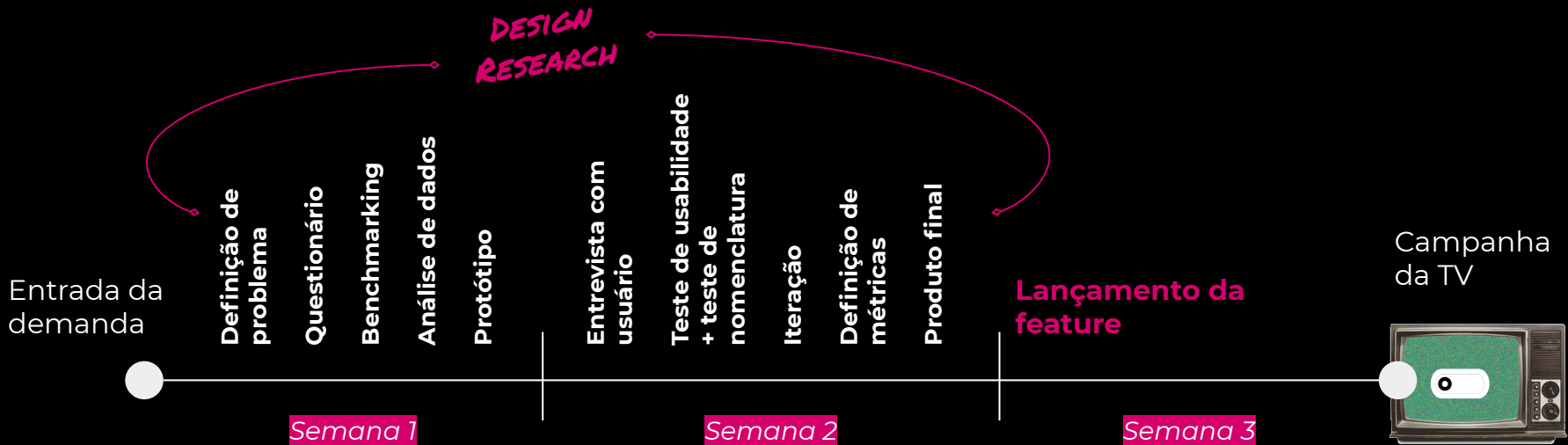
O que as pessoas dizem?

Atitudinal

Qualitativa

Quantitativa

CRONOGRAMA



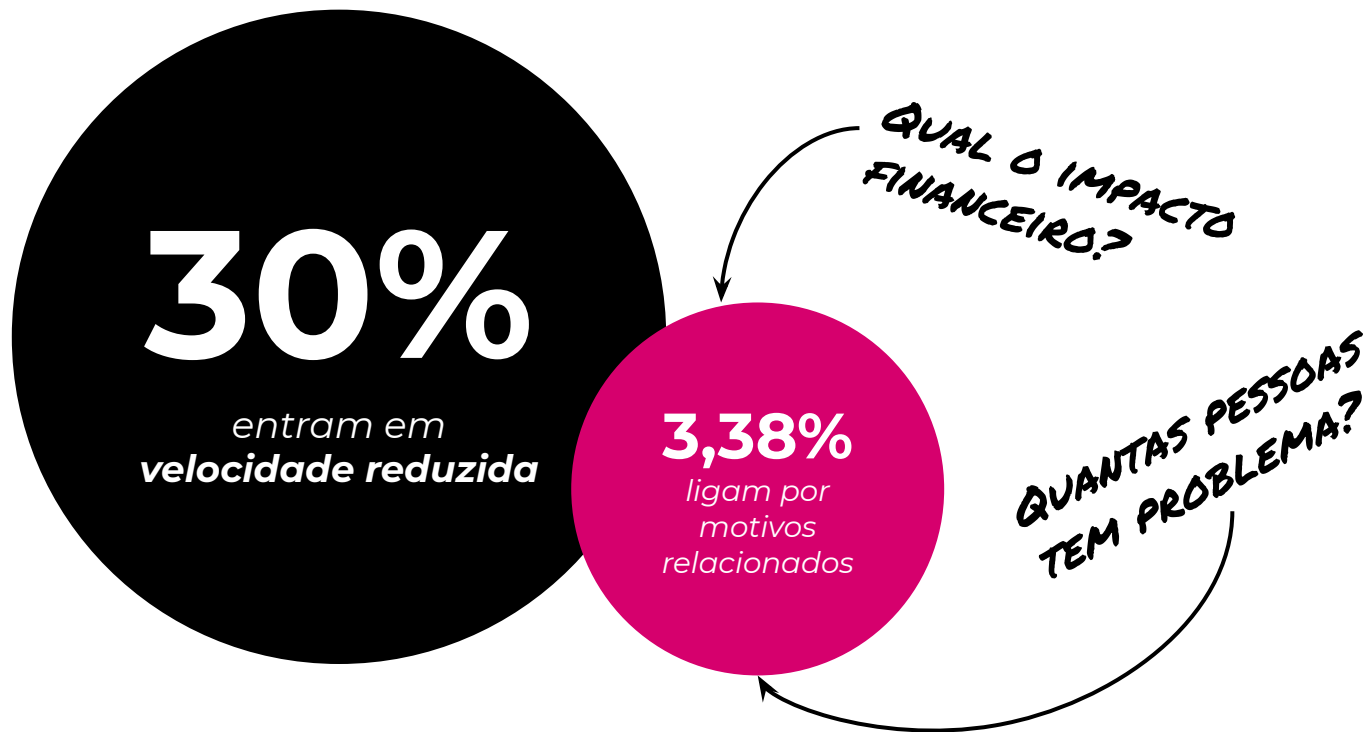
Semana 1



Definição de problema

**Como é o consumo
de dados dos clientes?**

Análise de dados



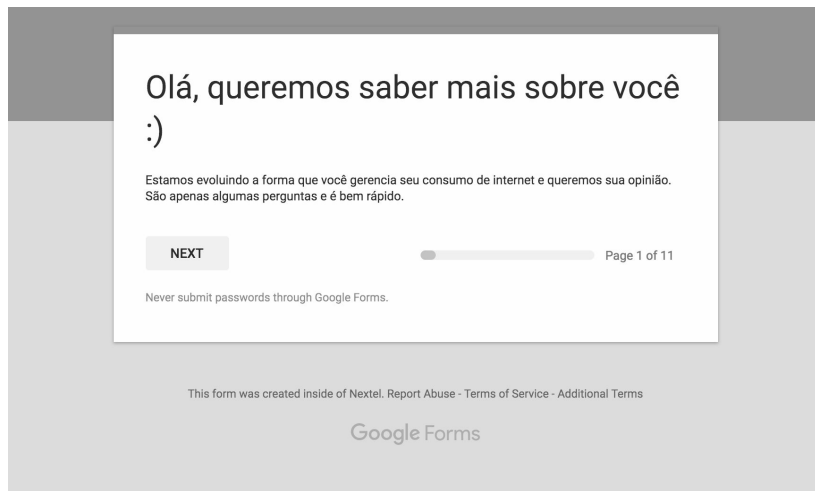
*Problemas de utilização e não funcionamento geral dos serviços • Consultas de saldos • Serviço - Pacotes adicionais Cancelamento - Dificuldade de utilizar o 3g • Internet não funciona • Falha de internet em local específico Solicitação de upgrade • Internet lenta • Solicitação de downgrade • Pacote adicional não renovado

*Ligações relacionadas a velocidade reduzida

Pesquisa quantitativa

Objetivo:

Entender a **relevância do monitoramento de dados**



Olá, queremos saber mais sobre você :)

Estamos evoluindo a forma que você gerencia seu consumo de internet e queremos sua opinião. São apenas algumas perguntas e é bem rápido.

NEXT

Page 1 of 11

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside of Nextel. Report Abuse - Terms of Service - Additional Terms

Google Forms



**Cientes que não entram
velocidade reduzida**



**Cientes que entram
velocidade reduzida**

Análise da pesquisa quantitativa



A maioria usam ou já usaram o **app**

Alguns não sabem a quantidade de internet do seu plano

Análise da pesquisa quantitativa



Acompanham diariamente e semanalmente o consumo de dados. Porém, **clientes em velocidade reduzida acompanham menos o consumo de dados** do que os que não usam velocidade reduzida

Análise da pesquisa quantitativa



Entram em velocidade reduzida todos os meses e não compram pacote extra de dados

Os clientes em velocidade reduzida **ficam ansiosos e inseguros** quando acompanham o consumo de dados

Nova hipótese

Os clientes que entram velocidade reduzida **não monitoram dados**, pois isso antecipa a ansiedade de que a internet vá acabar, porém não querem gastar mais dinheiro para ter internet.

O que pode gerar **mais valor** é **ter mais internet para não entrar em velocidade reduzida**.

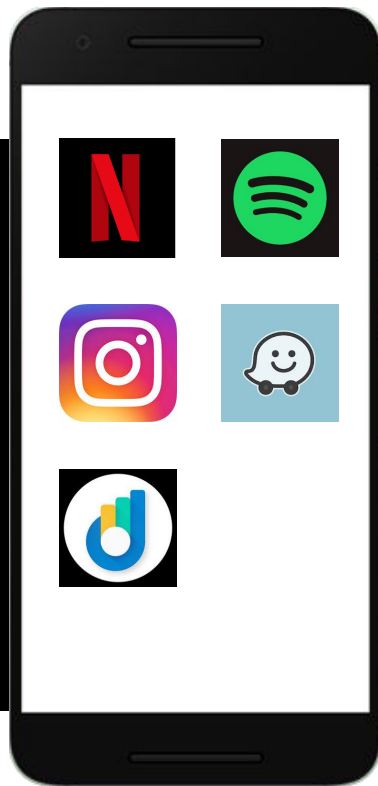
Um forma de se ter mais internet, sem gastar dinheiro é *economizar dados*.

Semana 2



**Como outras empresas lidam
com situações de economia?**

Benchmarking



- **Régua de comunicação** indicando o **melhor momento para ativação** de economia de bateria
- **Monitoramento** de consumo de dados em **tempo real**
- **Atalho para ativar/desativar** status de economia
- **Linguagem menos técnica** e mais informal
- **Economia de internet por app**
- **Gráfico de consumo** de internet por aplicativo

**Protótipo +
Teste de usabilidade +
Teste de nomenclatura +
Entrevista de campo**

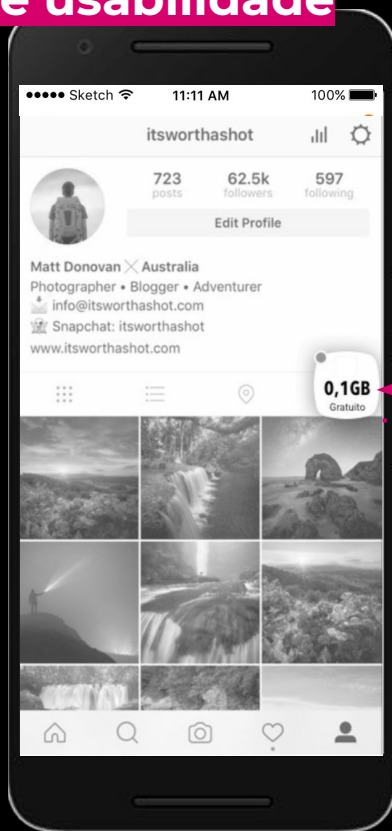
Teste de usabilidade + Entrevista de campo



**Clientes da operadora em
velocidade reduzida**

**Clientes de outras
operadoras**

Teste de usabilidade



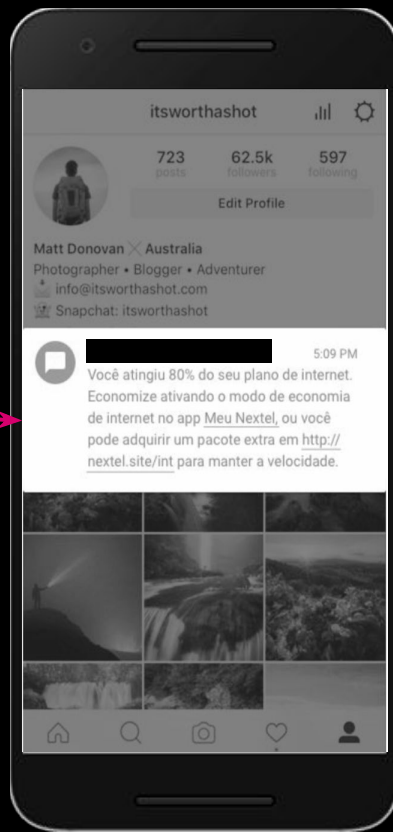
CONSUMO DE DADOS
EM TEMPO REAL



ATALHO PARA
ATIVAR/DESATIVAR

UX writing

ALERTA DE CONSUMO



ALERTA DE DIAS RESTANTE

MODO GRATUITO

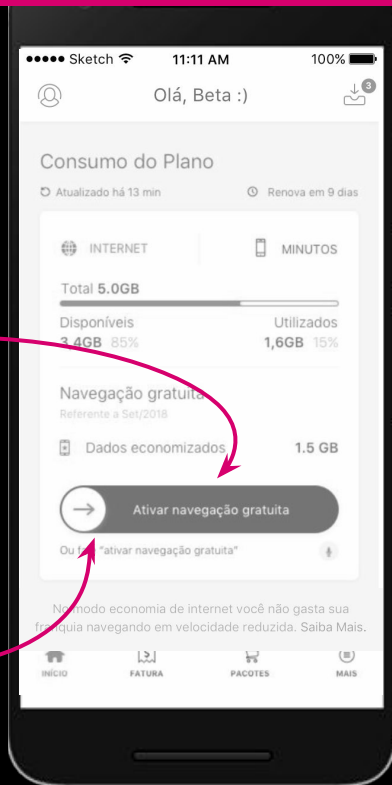


ECONOMIA DE INTERNET



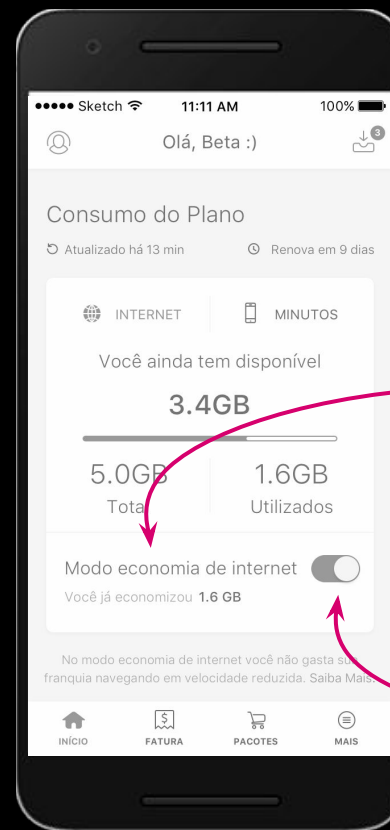
Teste de usabilidade + UX writing

"MODO GRATUITO"



SLIDER

"ECONOMIA DE INTERNET"



TOGGLE

Resultados

Modo Gratuito = Desconfiança/Ganho de internet a algum custo

Não relaciona com velocidade reduzida



"Nunca é de graça, sempre vem depois cobrando. Está muito suspeito isso aí."

"Ninguém não dá nada de graça pra ninguém, né?!"

Economia de internet = Perda de velocidade

Mais transparente e não gera desconfiança



"Quando eu colocar aqui, ativar Economia de Internet, eu acho que vai demorar mais para carregar."

"Eu acho que não vai ser rápida. Acho que vai ser uma velocidade menor."

Conclusão

Clientes da operadora **rejeitam** internet com **velocidade reduzida**, porém **não se preocupam em economizar dados**.

O feature poderá **auxiliar** o cliente a uma **educação de economia de dados, em alguns contextos**, para que a internet permaneça em velocidade normal por **mais tempo**.



LET'S TALK.



“Nada é de graça, ainda mais vindo de Telecom”

Frase de um cliente na entrevista

Entrega no prazo

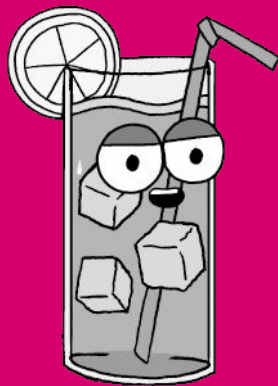
Novo nome:

Modo economia de internet

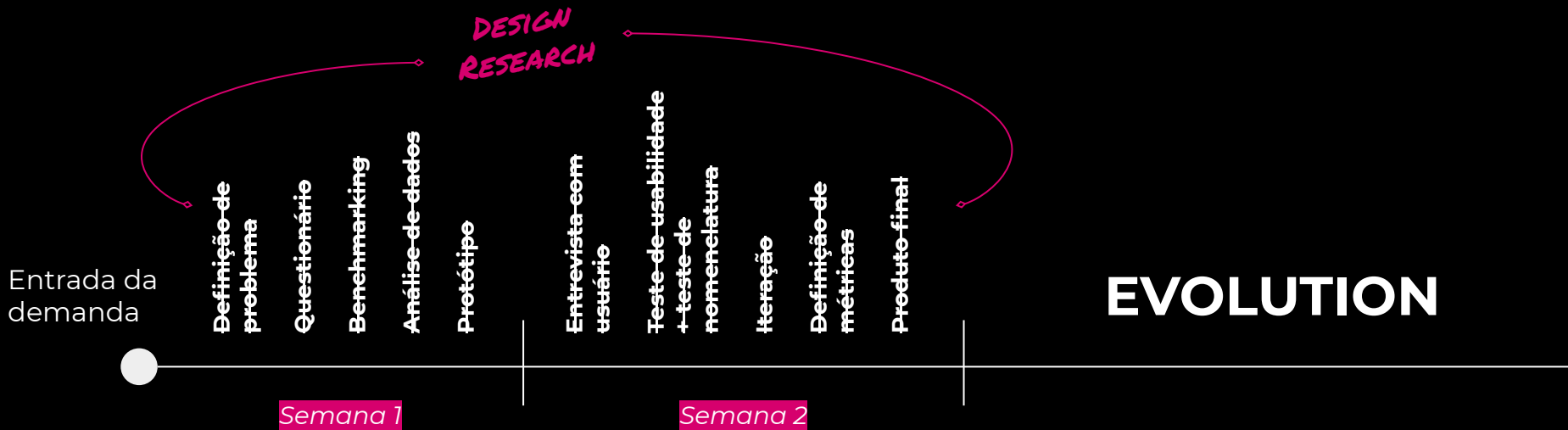


~~Semana 3~~

**PLANEJAMENTO DA
EVOLUÇÃO DA FEATURE**



CRONOGRAMA



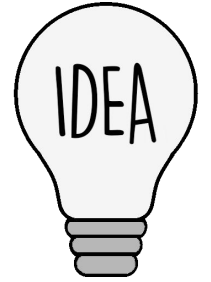
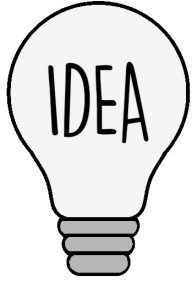
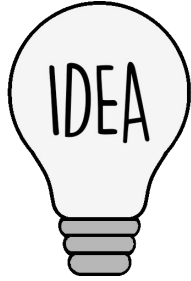
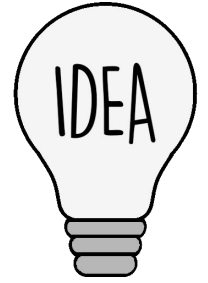
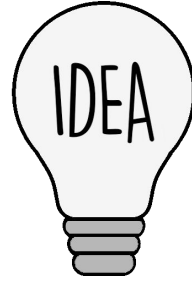
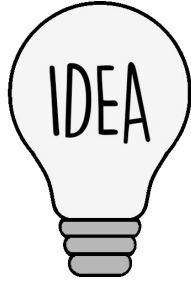
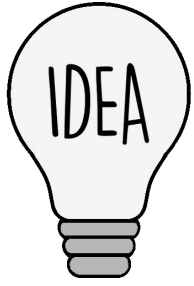
**Marketing
Produto**

+

**Product
Designer**

+

**Produtos
Digitais**



"Se houvesse um pré-requisito para o sucesso de futuro digital criativo, seria a paixão pela descoberta."

John Maeda

Let's research!

Obrigada



ISABELA MIRANDA

www.linkedin.com/in/isabelamiranda90



LUCIANA MARTINS

<https://www.linkedin.com/in/lucianamartins>