

Heurísticas para Serviços

Fases de projeto: Avaliação

Lista de heurísticas identificada por [Usability Matters](#) [1] e [traduzida para o português por Fabrício Teixeira](#) [2].

1. **Resolva um problema real dos usuários.** Resolve problemas que as pessoas realmente tenham, e ofereça valor que faça valer o esforço. Baseie modelos de serviços em necessidades identificadas através de [pesquisa com usuários](#) [3].
2. **Explique sua oferta de serviço com clareza.** Use termos familiares para o consumidor na hora de nomear o seu serviço. Consumidores devem conseguir entender rapidamente se um serviço é ideal para eles ou não.
3. **Construa relações duradouras.** O sistema deve suportar interações apropriadas, permitir flexibilidade de uso, e alimentar relações duradouras. O nível certo de engajamento permite que o serviço e a experiência que o consumidor tem nele continue sempre evoluindo.
4. **Utilize recursos existentes.** Considere o sistema como um todo e quais partes já existentes podem ser usadas para entregar o serviço de uma melhor forma. Encontre oportunidades para expandir, reinventar ou redistribuir recursos.
5. **Dê liberdade e autonomia aos consumidores.** O ecossistema do serviço deve ser construído em torno de hábitos já existentes. Não espere que as pessoas adaptem seu estilo de vida ou estilo de trabalho para conseguir se encaixar ao seu modelo de serviço.
6. **Entre e saia com leveza.** Ofereça pontos de entrada e saída que sejam flexíveis e naturais para o seu consumidor. Considere o momento certo para novos atores entrarem no sistema, ou o momento certo para encerrar um ciclo.
7. **Alinhe as expectativas.** Deixe os consumidores saberem levemente o que esperar em cada etapa do serviço. Ajude-os a entender onde eles estão no sistema.
8. **A informação certa na hora certa.** Informe os consumidores o que eles precisam saber com o nível certo de detalhe e na hora exata. Pese os prós e contras de oferecer informação mais detalhada ou menos detalhada a cada momento da experiência.
9. **Seja consistente em diferentes canais.** Continuidade de marca, de experiência e de informação deve sempre ser prioridade. Os consumidores devem ser capazes de mover de um canal para o outro sem dificuldades.
10. **Defina o ritmo apropriado de entrega.** Todos os consumidores devem poder definir o ritmo e a cadência pela qual experimentam o serviço.

URL de origem (recuperadas em 28/03/2024 - 15:59): <https://www.corais.org/livro/node/93685>

Links:

[1] <http://usabilitymatters.com/service-design-heuristics-field-guide/>

[2] <http://arquiteturadeinformacao.com/user-experience/10-heurísticas-do-design-de-servicos/>

[3] <http://arquiteturadeinformacao.com/pesquisa-com-usuarios-2/>