

Aula 1 - História

Apresentação geral sobre a metodologia, o glossário, as ferramentas e indicações de livros e vídeos.

Nessa jornada trabalharemos a história e a conceituação!

Exploraremos fatores humanos/ergonomia, design thinking, duplo diamante, human centered design, Legal UX/UI. Como podemos ter um design participativo, Cultura “Open Source” e “No Code Movement”!

O que são ferramentas generativas e onde o direito se encontra nessa bagunça?

Como nos encaixamos como “escritórios do futuro”, Law techs Legal techs e suas percepções jurídicas?

Design e métodos ágeis (entender/definir/rascunhar/decidir/prototipar/validar) e Método científico aplicado ao Legal Design (Hipóteses/ Validar/ Ideação e execução)

Aula 2 - Entender

Vamos aumentar nosso poder de compreensão.

A importância da observação, do conhecimento do negócio, a compreensão do mercado.

Pesquisa! Ensinaresmos o nosso aluno a realizar pesquisas quantitativas e qualitativas, comportamental e atitudinal. Ferramentas de pesquisa, UX Reserach

Correlações: Qual a melhor técnica?

De mercado, Product Market fit, nossa persona e também nossos competidores.

Ferramenta: How might we?

Aula 3 - Definir

Como definir? Como medir?

Dicas preciosas para ter sua equipe na mesma página.

Por onde começar?

definir contextos desejados e resultados almeçados, além de decidir por onde irá começar a sprint.

Ferramentas: business model canvas

Aula 4 - Rascunhar

Conceito de protótipo e MVP.

Conceitos e tipo de MVP, MVP Fumaça e também Mágico de OZ!

Ferramentas: crazy 8, folha da papel, figma, google drawing, canva, piktochart

Aula 5 - Decidir

Como decidir? O que decidir?

Traremos modelos de negócio para melhor precificação, público alvo, Branding, tipografia e estudo das cores!

Criação de Storytelling, Gamificação, visualizações e jogo da atenção, da transação e produtividade.

Ferramenta: matriz de decisão

Aula 6 - Rascunhar

Conceito de protótipo!

Métricas, o que são? Métrica qualitativa e quantitativa!

Métricas diretas (CAC, Receita Recorrente Mensal) e indiretas (ROI - retorno ao investimento), ARPO (ticket médio), stickiness, as qualitativas tendem a ser indiretas,

Métrica focal (focus), proxy (sintomática), performance, se ocorrer, atinge a visão dela e vanity (vaidade)!

Comparativo (tem ou não tem), competitivo (qual é melhor).

Métrica focal (focus), proxy (sintomática) -- performance, se ocorrer, atinge a visão dela e vanity (vaidade).

Cohort - grupo estatístico de usuários

Exemplo concreto:

Airbn: focus metric - noites reservadas, proxy metric, retenção, aquisição, ativação, métricas - sessões, resultado de marketing, conversão, resultados de satisfação,

Métricas propriamente dita, seja de faturamento, marketing ou de usuário: leads e conversão, Retenção, Churn, Sessão, NPS, ROI entre outras!

Aula 7 - Visual Law

O Design Sprint para solucionar problemas!
Identificar e entender seu usuário
Elementos visuais: Vídeos, Imagens, Fonte, Cor,
QR Code!

Visual Law além da moda, Visual Law além do
Hype.

É mesmo efetivo? Quais temas salientar?
Contratos com objetos intrincados

Nery Oxman - ciclo de krebs e objetos
intrincados, deficientes visuais.

Pirâmide de William Glasser