



## Objetivo

O objetivo foi repensar e unificar a Take (a empresa) com a Blip (sua plataforma) sob uma identidade digital coesa. A meta era ajudar os clientes a reconhecer que ambas fazem parte do mesmo ecossistema e garantir que usuários técnicos e não técnicos pudessem entender claramente o valor dos produtos e serviços oferecidos.

## Problemas

- Muitos clientes não sabiam que a Blip era um produto desenvolvido pela Take.
- Havia confusão sobre as diferenças entre os serviços e soluções oferecidos.
- Os dois sites eram grandes e complexos, exigindo consolidação em um único portal intuitivo.
- Um alto número de chamados de suporte era causado pela falta de compreensão do produto.

## Soluções

Criamos um novo portal unificado e uma identidade visual que integrasse a Take e a Blip, incluindo um novo logotipo e uma estrutura de informação mais intuitiva. O portal passou a contar com seções claras como “Soluções”, “Plataforma”, “Cases” e “Conteúdo” (incluindo blog, comunidade e APIs para desenvolvedores).

## Em que atuei

- Participei deste projeto desde o início, trabalhando por 8 meses em colaboração com um time multidisciplinar de 11 pessoas (incluindo analistas de BI, PMs e UX writers). Minhas principais contribuições incluíram:
  - Pesquisa exploratória sobre o posicionamento de chatbots no mercado
  - Roteiros e condução de entrevistas com stakeholders (vendas, suporte, desenvolvedores e usuários de negócios)
  - Criação de jornadas de usuários com base nas personas fornecidas
  - Card sorting com 10 usuários (5 clientes e 5 membros da equipe interna)
  - Criação de sitemap e fluxo de navegação
  - Wireframes em sprints iterativas de 10 dias
  - Apresentações nas revisões de sprint com ideias de páginas
  - Documentação de acessibilidade para todos os elementos das páginas
  - Coordenação com o designer de UI e repasse para desenvolvedores

## Processo

### Benchmark | Entrevistas com stakeholders | Mapeamento da jornada do usuário | Card sorting | Definição do sitemap

Após uma imersão profunda no negócio e uma colaboração próxima com a equipe da TakeBlip, realizamos uma desk research para entender como as plataformas de chatbot estão posicionadas no mercado e o que torna cada uma única.

Desenvolvemos roteiros de entrevista personalizados para stakeholders-chave — incluindo atendentes do suporte, equipes de vendas, desenvolvedores e colaboradores não técnicos — para identificar seus pontos de dor.

Esses insights orientaram nossas entrevistas com usuários e nos ajudaram a focar no que o novo portal precisava melhorar.

O cliente nos forneceu uma persona principal: um usuário de negócios não técnico, com o objetivo de aprimorar a comunicação e os canais de contato.

Com base nisso, mapeamos uma jornada detalhada do usuário para alinhar com suas necessidades. Para estruturar o conteúdo, conduzimos uma atividade de card sorting com 10 participantes (5 clientes e 5 membros da equipe interna).

Isso nos ajudou a entender como os usuários categorizam naturalmente as informações, o que influenciou diretamente a estrutura do sitemap unificado e do menu de navegação.

### Wireframes e revisões de sprint | Documentação de acessibilidade | Handoff

Desenhamos todo o wireframe do portal em sprints de 10 dias. Cada sprint incluía pesquisa de referências, esboços de ideias e revisões colaborativas com a equipe da TakeBlip. Ao final de cada ciclo, apresentávamos e validávamos as páginas propostas durante as revisões de sprint.

Uma vez aprovados os wireframes, documentamos cada elemento das páginas com diretrizes de acessibilidade para garantir um design inclusivo. A interface final (UI) foi desenvolvida por um designer de UI dedicado.

Após a aprovação visual, todo o design foi repassado para os desenvolvedores para implementação e lançamento.