



O que aprendemos

- A importância de conhecer o público-alvo do produto para podermos falar a língua dele. Podemos nos permitir ser informal apenas se o público e a marca também forem assim;
- Podemos usar Microcopy como recurso para atingir esferas emocionais das pessoas que usam a aplicação, sempre levando em conta seus objetivos e modelos mentais;
- Usar bons CTAs (*call to action*) aparentes pode guiar seu usuário de maneira mais satisfatória;
- Links precisam parecer links, devemos ter cuidado em deixar a *affordance* (<https://www.homemmaquina.com.br/design/o-que-e-affordance/>) dos elementos fazendo sentido.