

Instituto Politécnico Viana do Castelo
Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Engenharia Informática

2021/2022

Grupo E

TugaKidsClothes

Unidade Curricular de Interação Homem Máquina

Docentes:

Pedro Faria

José Viana

Alunos:

Alexandre Santos, nº 24585

alsantos@ipvc.pt

Sofia Santos Sousa, nº23435

ssantossousa@ipvc.pt

CONTEÚDO

Introdução	2
Objetivo	3
Análise de tarefa	4
Questões da Análise de Tarefas:.....	5
MODELO CONCEPTUAL	12
Metáforas e analogias	12
Cenário de atividade	13
Cenário de atividades - Mobile e Desktop	13
Tarefa simples – Registo da Conta, login automático e seleção de uma categoria de produtos.....	13
Tarefa média – Adicionar produtos à lista de desejos e verificar a lista. ...	13
Tarefa difícil – Seleção de produtos da lista de desejos para compra e escolher loja para levantamento.	14
CONCLUSÃO.....	15
REFERENCIAS.....	16

INTRODUÇÃO

Este relatório foi feito com intenção de explicar o processo de análise de tarefas e criação do modelo conceptual, que serão utilizados para desenvolvimento de uma loja online de roupa de criança para mobile e web.

Será analisado um questionário, realizado através da ferramenta Google Forms fornecido a diferentes utilizadores para podermos desenvolver a loja com base no tipo de utilizador e as suas experiência com compras online. Por fim, serão descritas as tarefas que o sistema irá desempenhar.

OBJETIVO

Este trabalho tem como objetivo, auxiliar no desenvolvimento de uma loja online com determinadas funcionalidades, as quais tem de ser acessíveis do ponto de vista do utilizador normal, que poderá não estar tão familiarizado com a realização de compras através de aplicações móveis e websites. Esta fase do trabalho enquadra-se na primeira fase do trabalho prático da unidade curricular de Interação Homem-Máquina.

ANALISE DE TAREFA

Para a análise de tarefa, foram usadas 11 questões de forma a conhecer os utilizadores, em que faixa se encontram, se na sua família tem crianças e como procedem na compra de produtos online. As questões foram apresentadas ao utilizadores através da plataforma Google Forms, ferramenta que permite fazer uma análise mais detalhada das respostas obtidas.

Questões da Análise de Tarefas:

1. Quem vai utilizar o sistema?

Através dos seguintes gráficos podemos ver que a os utilizadores são maioritariamente pessoas numa faixa etária de 30 a 59 anos e do género feminino. Vemos ainda que a maioria dos utilizadores tem várias crianças na sua família, numa faixa etária de 1 ano aos 14 anos.

Qual a sua faixa etária?

21 respostas

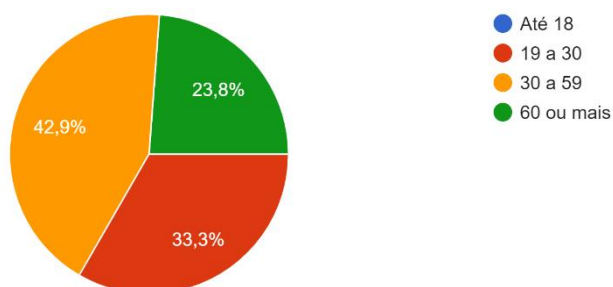


Figura 1

Qual o seu género?

21 respostas

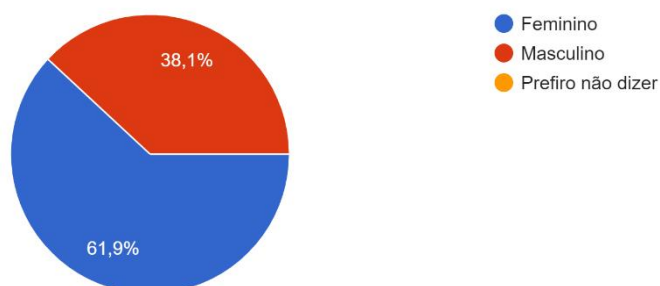


Figura 2

Tem crianças na família?

21 respostas

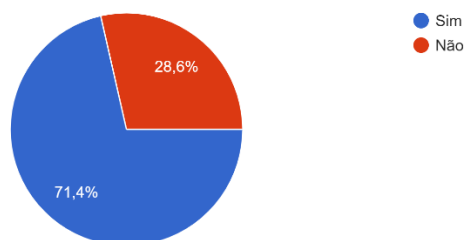


Figura 3

Quantas crianças tem na família?

20 respostas

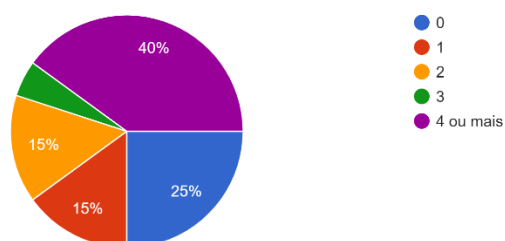


Figura 4

Faixa etária das crianças? (uma ou mais)

15 respostas

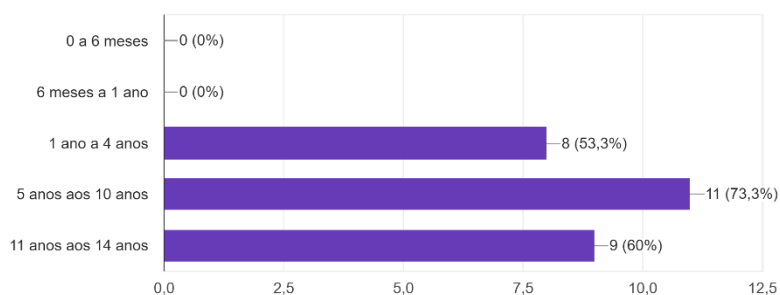


Figura 5

2. Que tarefas executa atualmente?

- Registrar utilizador;
- Efetuar Login;
- Pesquisar Produtos;
- Efetuar compra;
- Selecionar método de compra;
- Adicionar produto à lista de desejos;
- Avaliar um produto;
- Comentar produto;

3. Que tarefas são desejáveis?

- Consultar compras já feitas.

4. Como se aprendem as tarefas?

De forma a facilitar a utilização da loja online aos utilizadores com maior dificuldade, podem ser incluídas dicas para auxílio.

5. Onde são desempenhadas as tarefas?

Com a análise feita vemos que, a maioria dos utilizadores não realiza sempre compras online mas quando fazem alguma compra utilizam principalmente o computador como ferramenta de compra, apesar de ser usado muito o smartphone também.

Com que frequência realiza compras online?

19 respostas

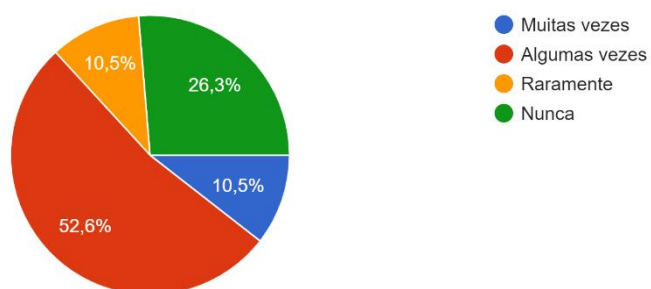


Figura 6

Qual o dispositivo que costuma usar para fazer compras online? (um ou mais)

15 respostas

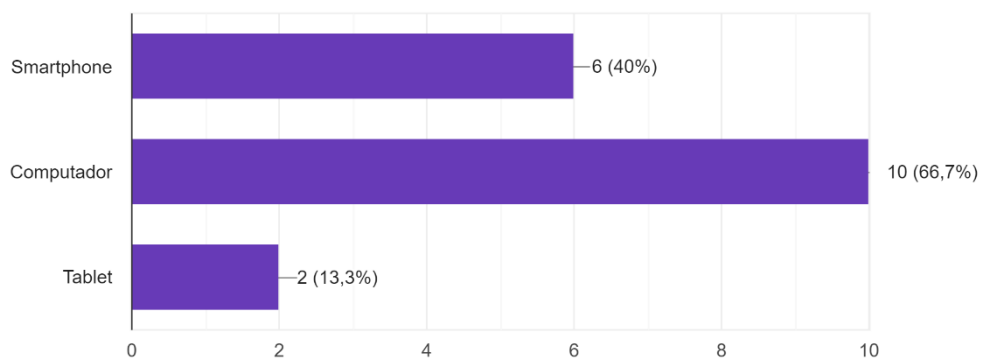


Figura 7

6. Quais as relações entre utilizadores e informação?

- Verificar comentários;
- Verificar classificação do produto;
- Comparar com vendedores diferentes;
- Ver mais artigos para além do pretendido, no mesmo vendedor.

8. Como comunicam os utilizadores entre si?

Como é possível ver, os utilizadores tiram partido da informação que outros utilizadores deixam na forma de comentários e avaliações após terem recebido os seus produtos. E fazem também comparações não só com produtos equivalentes mas também com outros vendedores que poderão oferecer preços diferentes.

Costuma verificar os comentários antes de seleccionar um produto?

15 respostas

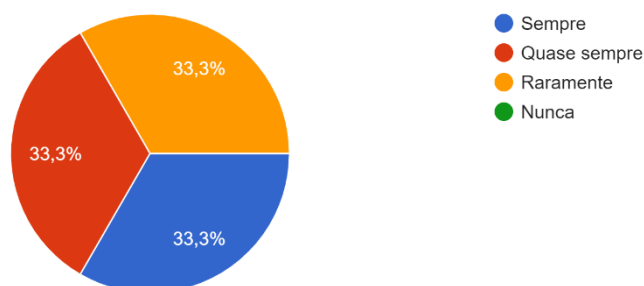


Figura 8

Costuma verificar a classificação do produto antes de comprar?

15 respostas

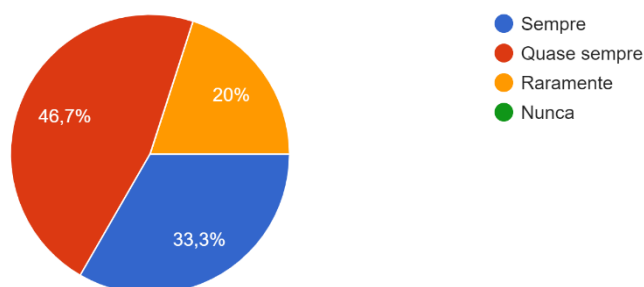


Figura 9

Costuma comparar os produtos em vendedores diferentes?

15 respostas

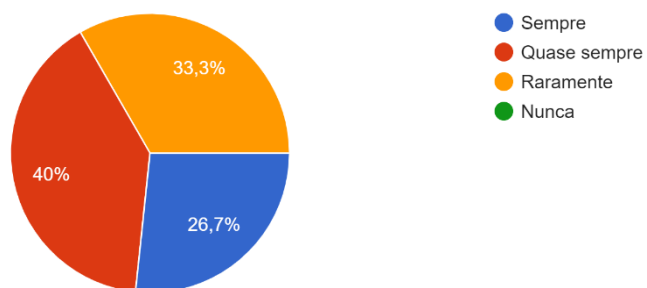


Figura 10

Costuma ver mais artigos para além do pretendido, no mesmo vendedor?

13 respostas

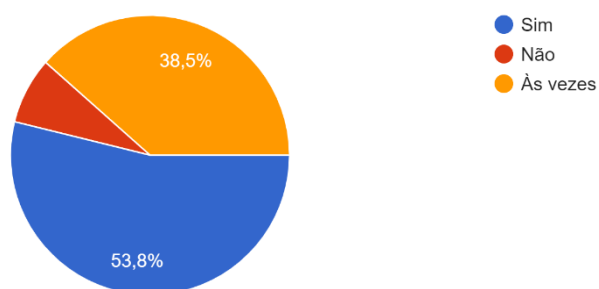


Figura 11

9. Qual a frequência de desempenho das tarefas?

Através do gráfico da figura 12, percebemos que mais de metade dos utilizadores não realiza sempre as suas compras online, poderão ainda visitar as lojas físicas para verem como são os produtos na realidade.

Com que frequência realiza compras online?

19 respostas

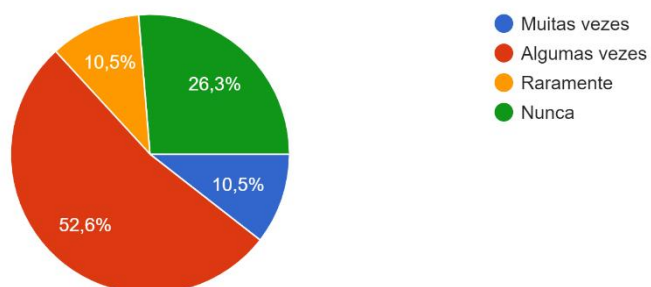


Figura 12

11. Que acontece se algo correr mal?

Em caso de ocorrer algum problema nas suas compras, os utilizadores tem acesso a apoio ao cliente, e em ultimo caso podem fazer reclamações através da página de reclamações da loja.

MODELO CONCEPTUAL

Metáforas e analogias

CENÁRIO DE ATIVIDADE

Cenário de atividades - Mobile e Desktop

TAREFA SIMPLES – REGISTO DA CONTA, LOGIN AUTOMÁTICO E SELEÇÃO DE UMA CATEGORIA DE PRODUTOS.

O João vai ser pai e por isso esteve a pesquisar lojas onde poderia adquirir roupa para o seu bebé. Após encontrar a TugaKidsClothes, uma loja com aplicação móvel e website, decidiu fazer download da aplicação e após concluir entrou na aplicação e surgiu-lhe um pop-up a questionar se gostaria de se registar ou criar conta na loja online. O João decidiu criar conta então clicou no botão registar e assim foi-lhe apresentada a pagina de registo onde preencheu os dados necessários. No final submeteu os seu dados e clicou em terminar, sendo feito login automático e enviado para a pagina inicial onde no canto inferior esquerdo existe um botão que ao clicar lhe apresenta um menu em cascata onde tem as diferentes categorias de produtos. O João decide ver camisolas então clica no botão “camisolas”.

TAREFA MEDIA – ADICIONAR PRODUTOS À LISTA DE DESEJOS E VERIFICAR A LISTA.

Após o João ter procurado na categoria pretendida, adicionou o produto que mais lhe agradou à lista de favoritos, usando o botão em forma de coração. Após adicionar diferentes produtos, o João clica no botão em forma de coração no canto inferior esquerdo, abrindo uma nova tab onde se encontram todos os produtos que adicionou. Ao clicar num produto da lista é dirigido para a página do produto.

TAREFA DIFÍCIL – SELEÇÃO DE PRODUTOS DA LISTA DE DESEJOS PARA COMPRA E ESCOLHER LOJA PARA LEVANTAMENTO.

Depois de ter efetuado uma pesquisa de diversos produtos, o João pretende agora comprar os produtos que adicionou à lista de desejos. Quando entra na tab da wish list vê a listagem de produtos e a baixo do nome encontra-se um botão com ícone de um carrinho de compras que quando carregado adiciona o produto ao carrinho. Na barra inferior, onde se encontram os ícones de acesso rápido tem também o ícone do carrinho que envia o João para a tab do carrinho onde estão os produtos que pretende comprar, e das duas opções de compra seleciona “Levantamento em loja”, esta opção abre um pop-up com as opções de lojas físicas disponíveis. O João clica na loja que pretende e segue para a tab de pagamento onde escolhe a opção de pagamento e termina a compra.

| CONCLUSÃO

REFERENCIAS

Documentação fornecida pelo professor Pedro Faria:

- Etapa_1_03_Indicacoes_Genericas_Questionarios (pdf);
- Etapa_1_04_Conceptual_Models_Johnson__Henderson (pdf);

Google Forms:

- <https://www.google.com/forms/about/> ;
- <https://forms.gle/vS8ScNUq5PaAMK5V7> (Link para o questionário utilizado).