|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | |
| Ícone  Descrição gerada automaticamente  ***FATEC COTIA*** | | | | | | | |
| Aluno (a):  **Everton Freitas de Souza** | | | | | | | R.A.: |
| Curso: DSM | | | Disciplina: Experiência do Usuário | | | | |
| Semestre Letivo: 2025 | Período: Nortuno | | | Semestre: 4º | | Prof.: Eduardo Tadeu de Almeida | |
| **Boa** | Data da Avaliação: | Nota | | | Visto do Aluno: | | |
| **Prova!** | **28/05/2025** |  | | |  | | |
| **Instruções:**   * **Avaliação individual e sem consulta** * **O aluno deve assinar todas as folhas** * **Responda a todas as perguntas à caneta.** | | | | | | | |

1. (10 pontos)

**Cenário:**

A empresa, "OfficeSupply Online", é uma plataforma de e-commerce consolidada no mercado de materiais de escritório. Recentemente, a análise de dados revelou um problema crítico: **produtos com a mais alta margem de contribuição (aqueles que trazem maior lucro por unidade vendida) estão com um desempenho de vendas abaixo do esperado**, não alavancando seu potencial de receita. Essa situação está impactando diretamente a lucratividade geral do negócio.

**Objetivo:**

Implementar uma **estratégia de otimização focada nesses produtos de alta margem**, utilizando a metodologia de Testes A/B para identificar a abordagem mais eficaz na promoção e conversão de vendas.

**Tarefa Detalhada:**

**Identificação do Ponto de Alavancagem:**

**Problema:** Defina **uma hipótese clara** sobre o *porquê* os produtos de alta margem não estão vendendo como deveriam.

**Local de Aplicação:** Escolha um ponto estratégico na interface do usuário (UI) da aplicação de vendas online onde o teste A/B será aplicado. Pode ser a **página de detalhes do produto**, um **banner promocional na página inicial**, a **lista de resultados de busca**, ou o **carrinho de compras**.

**Desenvolvimento das Versões de Teste:**

**Versão de Controle (A):** Anexo

**Versão Variante (B):** Proponha uma **alteração específica e mensurável** na interface ou funcionalidade escolhida, com base na sua hipótese. Detalhe exatamente o que será modificado.

**Configuração e Aplicação do Teste A/B:**

**Ferramenta:** Indique qual **plataforma ou ferramenta de Teste A/B** você utilizaria para configurar e rodar este experimento (ex: Google Optimize (embora esteja sendo descontinuado, ainda é um exemplo válido para fins de exercício), VWO, Optimizely, AB Tasty, ou mesmo uma implementação manual simples).

**Divisão de Tráfego:** Descreva como você dividiria o tráfego de usuários entre a Versão A e a Versão B (e.g., 50/50, 70/30).

**Período do Teste:** Estipule um tempo mínimo e máximo para a duração do teste, justificando essa janela (ex: para garantir significância estatística, capturar ciclos de compra).

**Definição e Monitoramento de Parâmetros e Métricas:**

**Métrica Primária (KPI - Key Performance Indicator):** Defina a métrica mais importante que indicará o sucesso ou falha da variante.

**Métricas Secundárias:** Indique outras métricas relevantes que você monitoraria para entender o impacto mais amplo do teste. Exemplos:

**Ferramentas de Monitoramento:** Mencione as ferramentas que seriam usadas para coletar e analisar esses dados (ex: Google Analytics, Clarity, ferramentas de BI internas).

**Avaliação de Desempenho e Indicação do Melhor Resultado:**

Descreva o processo de **análise dos resultados**, considerando a significância estatística

**~~Indique qual versão (A ou B) trouxe o melhor resultado~~** ~~com base nas métricas definidas e por quê.~~

**Recomendação:** Qual ação você tomaria após a conclusão do teste

**Requisitos**

Desenvolver versão variante

Publicar versão de controle e versão variante

**Entregas**:

Código da versão variante

URL da versão de controle e versão variante

**Hipótese:** Se alterarmos a disposição do texto de descrição inicial e posicionarmos o preço ao lado, então melhoraremos a hierarquia da estrutura com cada elemento tendo seu destaque sem comprometer a visualização como um todo, porque o usuário vai ler da esquerda para a direita a imagem, depois a descrição e por fim o preço, melhorando assim sua leitura e experiencia.