Vamos escolher a tarefa de realizar uma compra em um site de e-commerce para análise do comportamento do usuário com a interface em relação à eficiência de uso.

Observando o comportamento do usuário ao realizar uma compra, podemos avaliar a eficiência de uso da interface. Algumas das métricas que podem ser observadas são:

Tempo gasto para realizar a compra: quanto mais rápido o usuário conseguir finalizar a compra, mais eficiente será a interface.

Quantidade de cliques realizados: se o usuário precisar de muitos cliques para concluir a compra, a interface pode ser considerada menos eficiente.

Fluxo de navegação: se o usuário conseguir navegar facilmente entre as diferentes etapas da compra, sem ficar perdido ou confuso, isso indica uma interface mais eficiente.

Para avaliar a eficiência de uso da interface em relação à tarefa de compra, pode-se utilizar a métrica de taxa de conversão, que indica a porcentagem de usuários que finalizaram a compra em relação ao número total de usuários que acessaram a página de compra. Uma taxa de conversão alta indica que a interface é eficiente, enquanto uma taxa baixa indica que a interface precisa ser melhorada em termos de eficiência.

Uma das maneiras de melhorar a eficiência da interface para a tarefa de compra é utilizar a técnica de design simplificado, buscando reduzir o número de passos e cliques necessários para finalizar a compra. Além disso, é importante fornecer um feedback claro ao usuário sobre cada etapa da compra, para que ele saiba em que ponto do processo está e o que precisa fazer para avançar.