

Universo das Lojas Digitais

UX aplicado a e-commerce

E COMMERCE
500 600



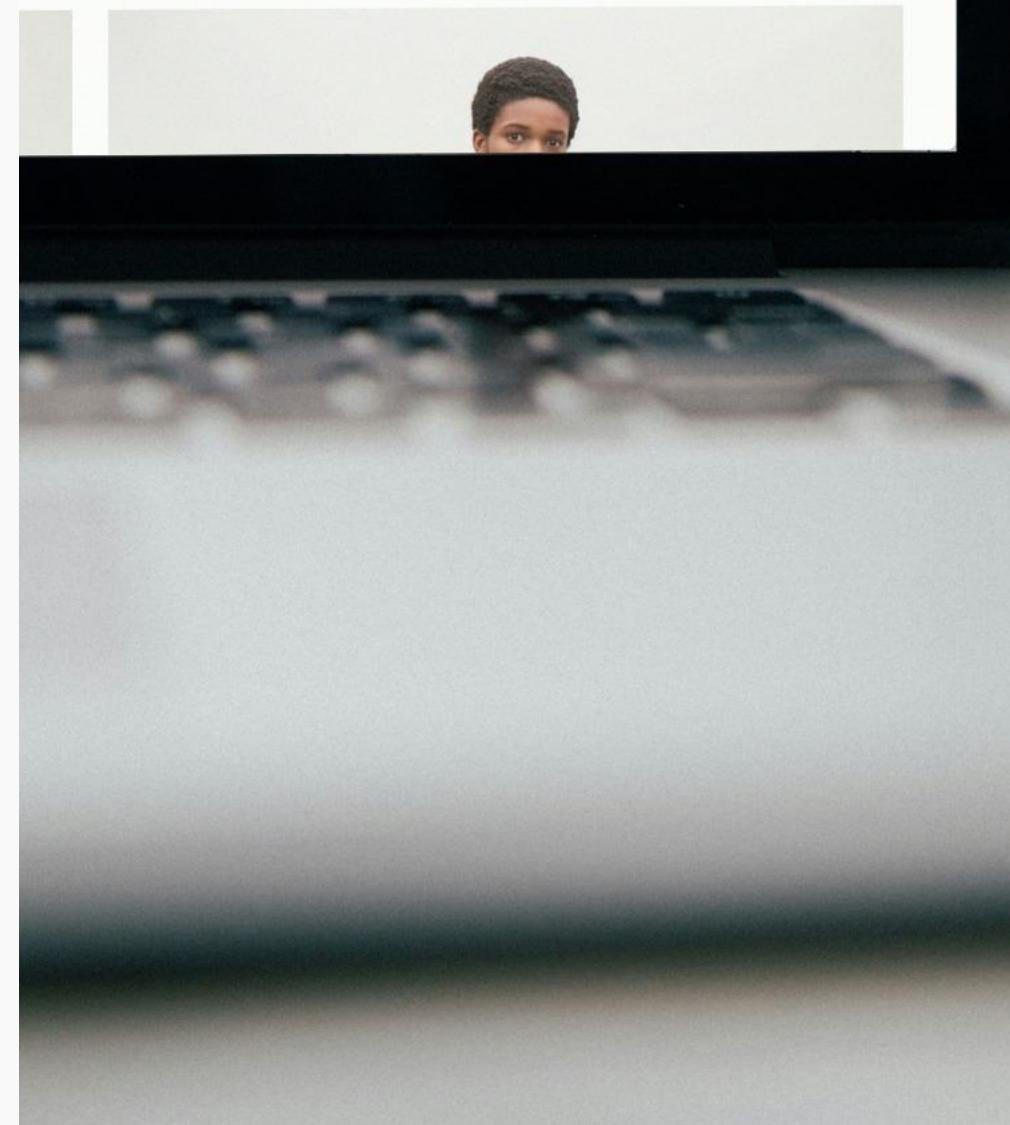
UX aplicado a Lojas Online!

A experiência do usuário em e-commerce refere-se a como os consumidores interagem com uma loja online, abrangendo aspectos como a facilidade de navegação, design intuitivo, tempos de carregamento, e a facilidade de encontrar produtos e realizar compras.

- **Aumento das Taxas de Conversão:** Uma interface bem projetada facilita o processo de compra, reduzindo a frustração e aumentando a probabilidade de o visitante converter-se em cliente.
- **Satisfação do Cliente:** Uma experiência agradável e eficiente incentiva a fidelidade do cliente, resultando em maior retenção e recomendações positivas.



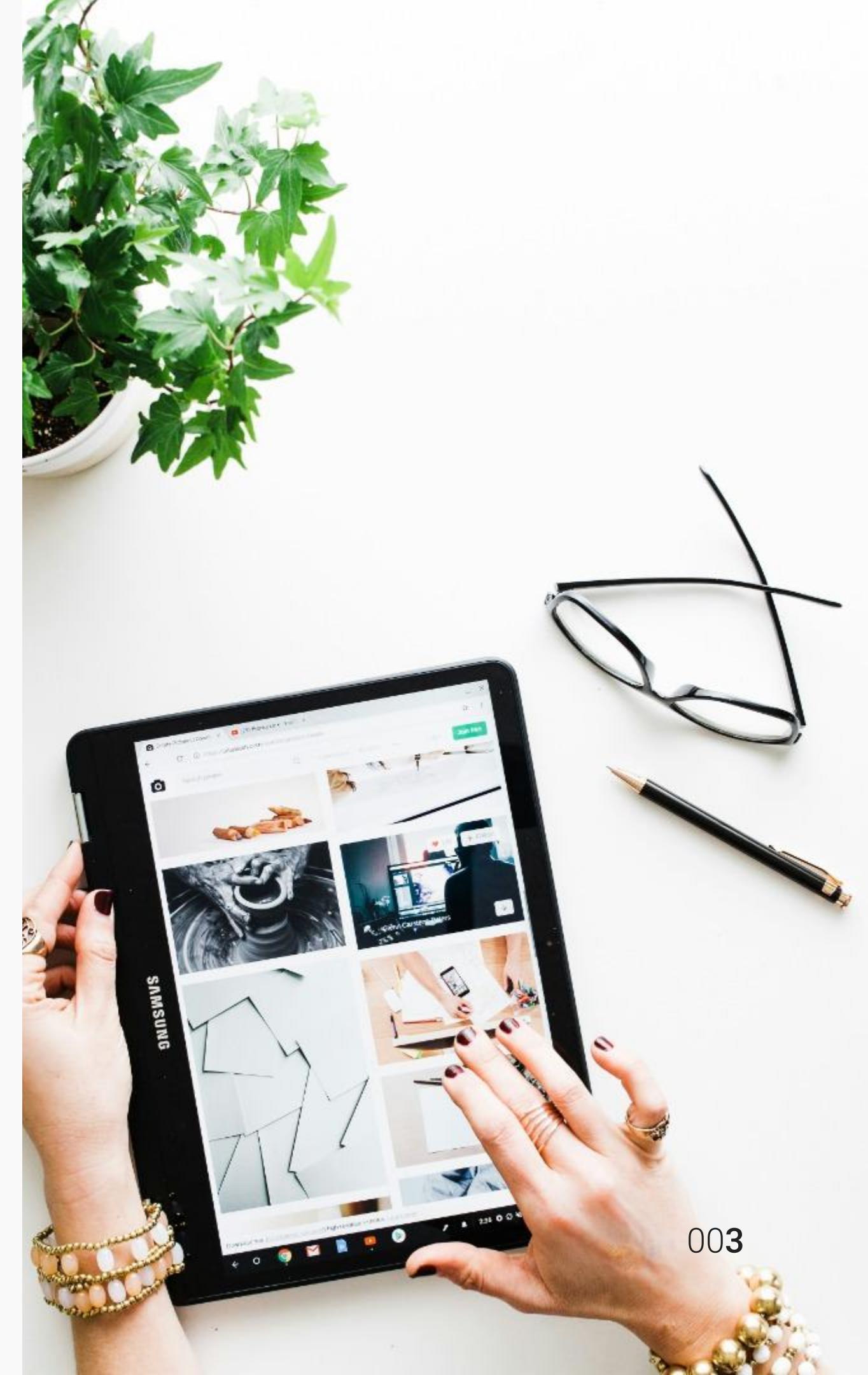
ROUND-NECK T-SHIRT
\$19.99 \$10
[color swatches]



Princípios de UX em E-commerce

Facilidade de Navegação

- **Estrutura do Site:**
 - Organização clara dos menus, categorias e filtros para ajudar os usuários a encontrar produtos facilmente.
 - Exemplo: Um menu bem organizado com subcategorias claras pode reduzir o tempo de busca do usuário.
- **Barra de Busca Eficiente:**
 - Implementação de uma barra de busca funcional que sugira produtos e corrija erros de digitação.
 - Exemplo: Amazon utiliza uma barra de busca robusta que antecipa as intenções dos usuários e sugere resultados relevantes.



Princípios de UX em E-commerce

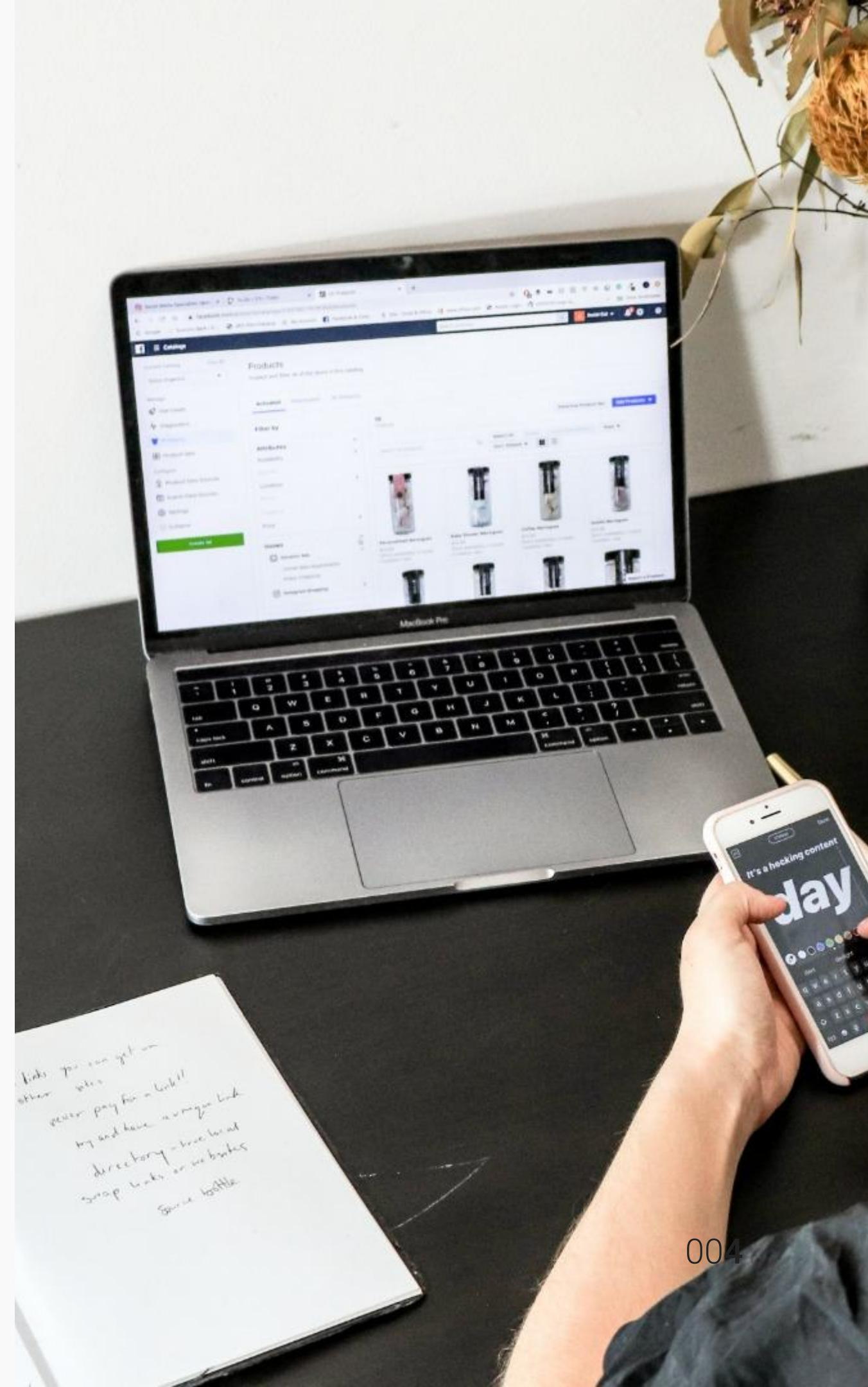
Design Intuitivo

- **Layouts Limpos e Atrativos:**

- Utilização de um layout organizado que destaque produtos e ofertas sem sobrecarregar o usuário.
- Exemplo: A página inicial da Apple é conhecida por seu design minimalista que destaca os produtos principais.

- **Tipografia e Paleta de Cores Adequadas:**

- Escolha de fontes legíveis e uma paleta de cores que reflete a marca e melhora a legibilidade.
- Exemplo: A tipografia e as cores do site da Nike são cuidadosamente escolhidas para criar uma experiência visual atraente e coerente.



Princípios de UX em E-commerce

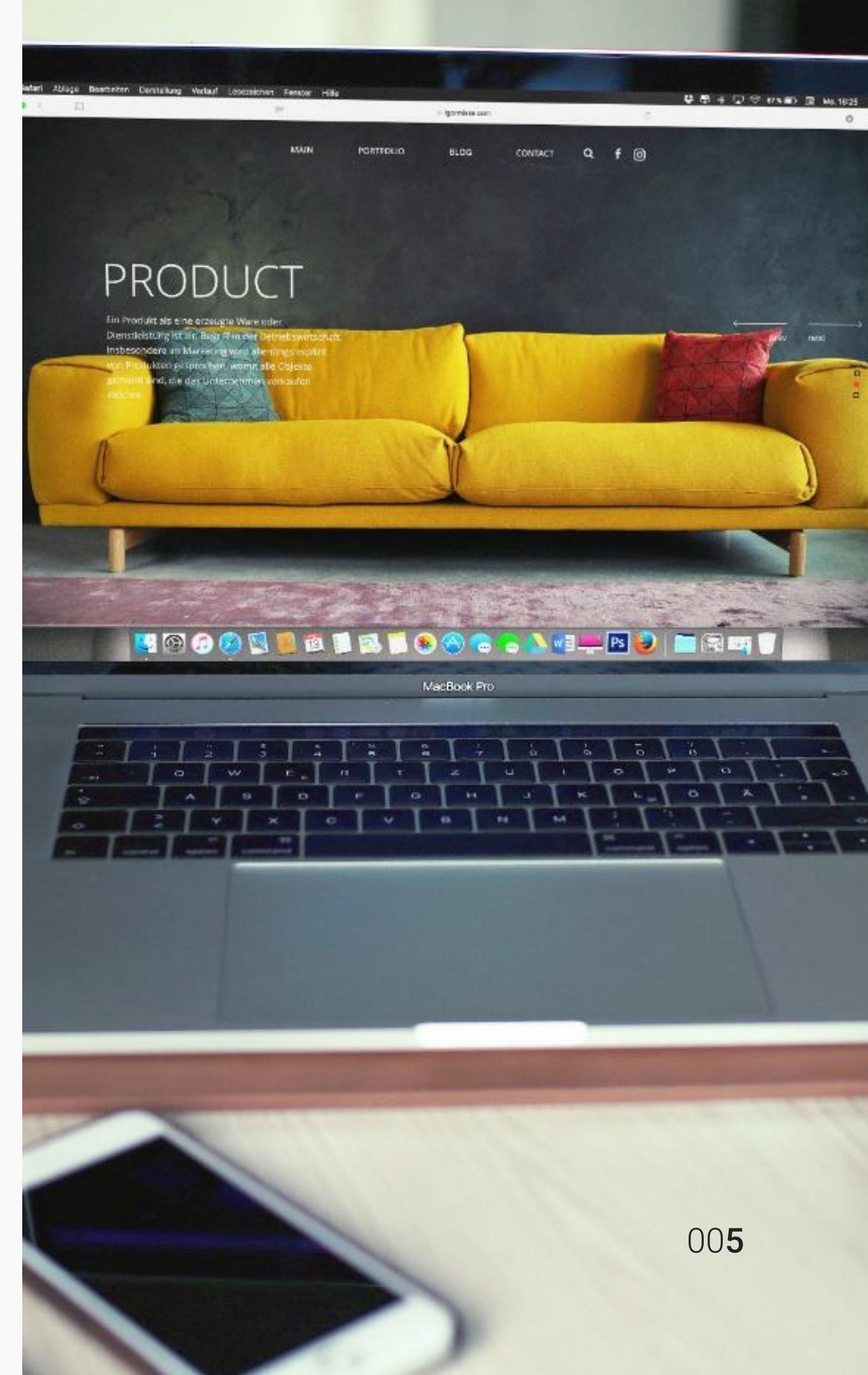
Usabilidade

- **Tempos de Carregamento Rápidos:**

- Otimização de imagens e scripts para garantir que as páginas carreguem rapidamente.
- Exemplo: O estudo do Google mostra que a probabilidade de um usuário sair de um site aumenta em 32% quando o tempo de carregamento passa de 1 para 3 segundos.

- **Design Responsivo:**

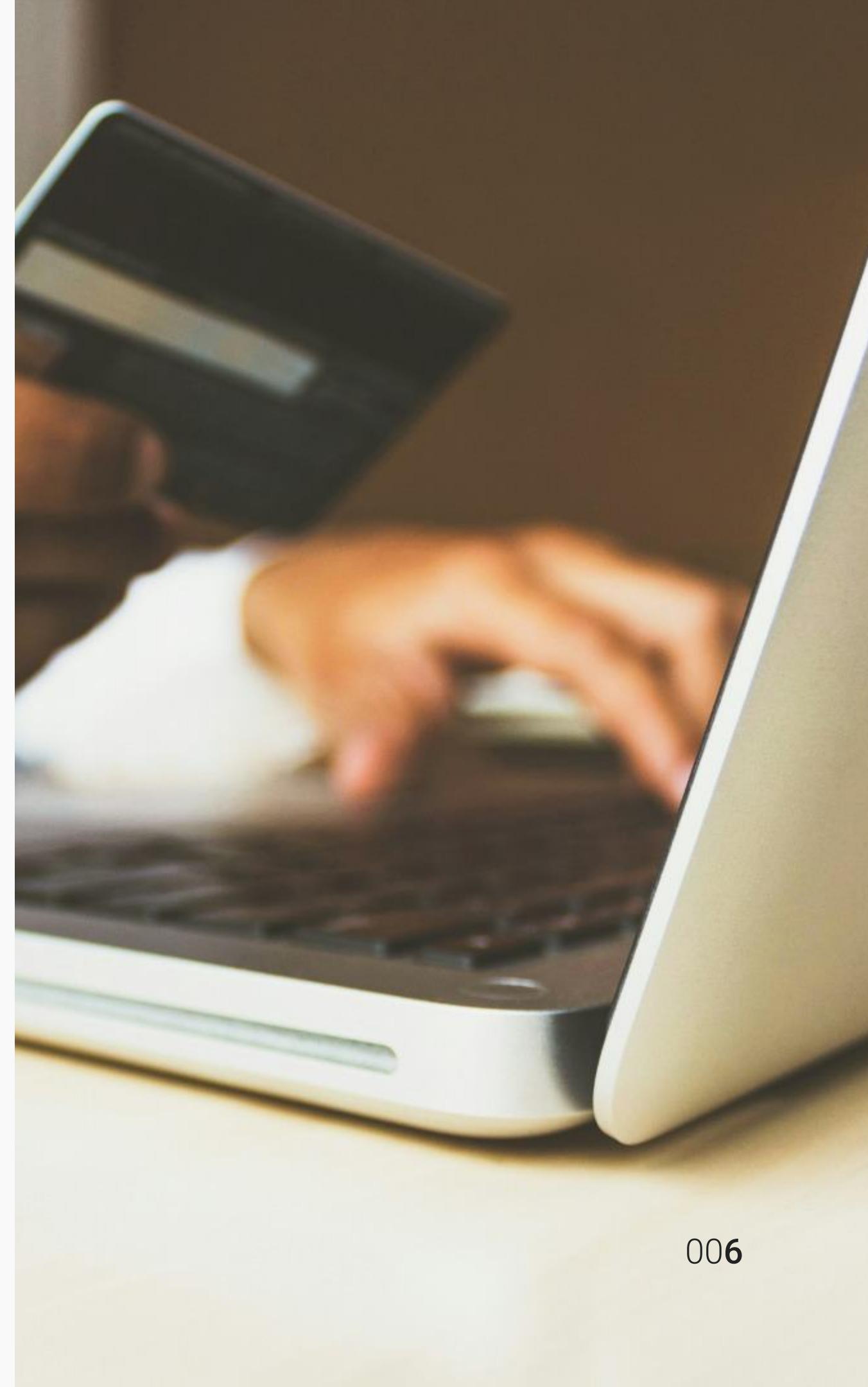
- Garantia de que o site seja acessível e funcional em todos os dispositivos, incluindo smartphones e tablets.
- Exemplo: Shopify permite que os comerciantes criem lojas online que são automaticamente otimizadas para dispositivos móveis.



Princípios de UX em E-commerce

Acessibilidade

- **Inclusão de Todos os Usuários:**
 - Projeto do site para ser acessível a usuários com deficiências, seguindo diretrizes de acessibilidade web (WCAG).
 - Exemplo: Adição de descrições de imagem (alt text) e navegação por teclado para usuários com deficiências visuais.
- **Ferramentas de Acessibilidade e Melhores Práticas:**
 - Implementação de ferramentas como leitores de tela e contrastes de cores adequados.
 - Exemplo: Sites como a BBC seguem rigorosas diretrizes de acessibilidade, garantindo que o conteúdo seja acessível a todos.



Elementos Essenciais do E-commerce

Página de Produto

- **Descrições Detalhadas:**

- Fornecimento de informações completas sobre o produto, incluindo características, benefícios e especificações técnicas.
- Exemplo: Descrições detalhadas ajudam a esclarecer dúvidas dos clientes e podem reduzir a taxa de devoluções.

- **Imagens de Alta Qualidade e Vídeos:**

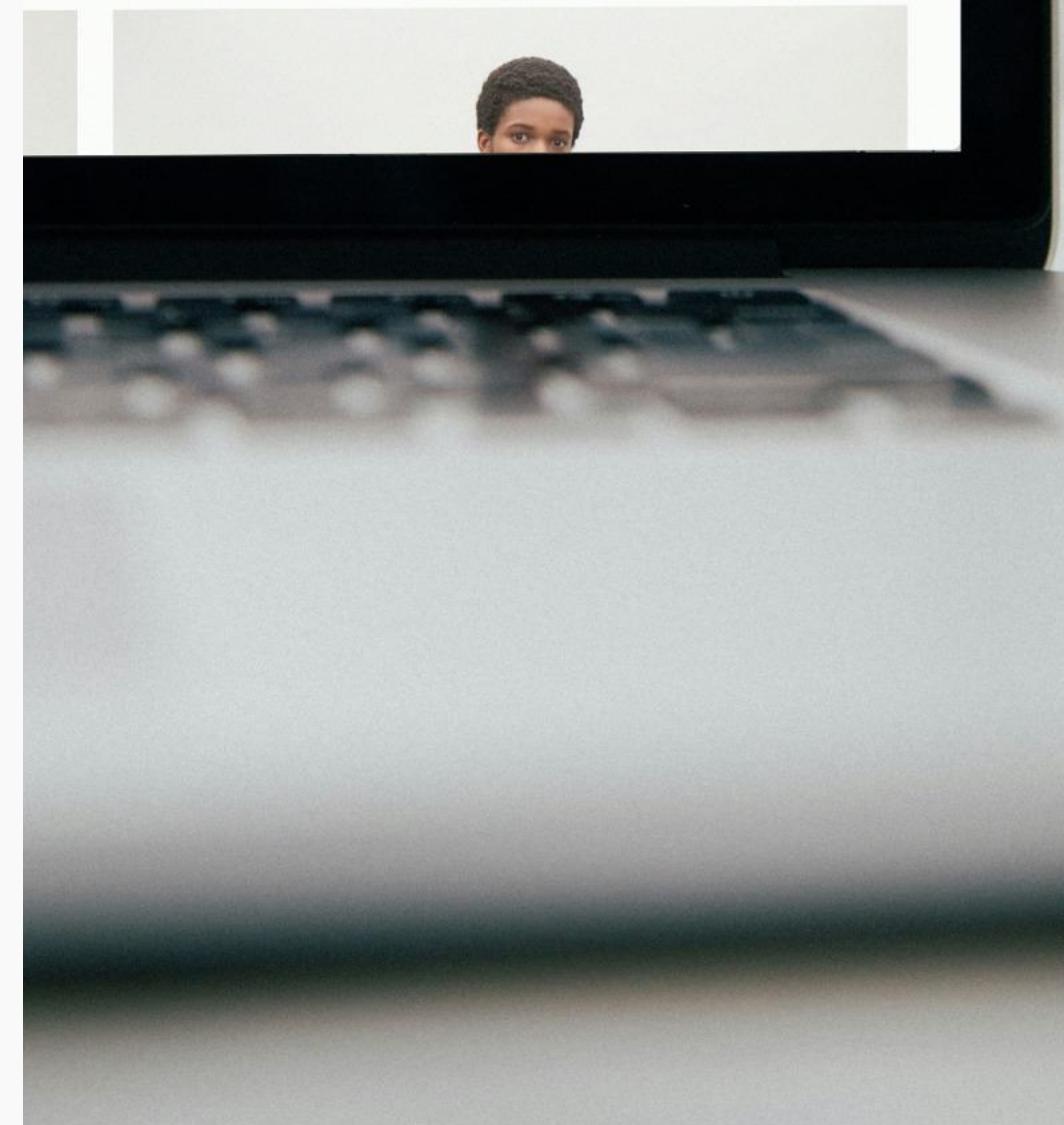
- Utilização de imagens de alta resolução e vídeos que mostram o produto em uso.
- Exemplo: Imagens de múltiplos ângulos e vídeos demonstrativos aumentam a confiança do cliente na compra.



ROUND-NECK T-SHIRT

\$19. ~~\$10~~

■ ■ ■



Elementos Essenciais do E-commerce

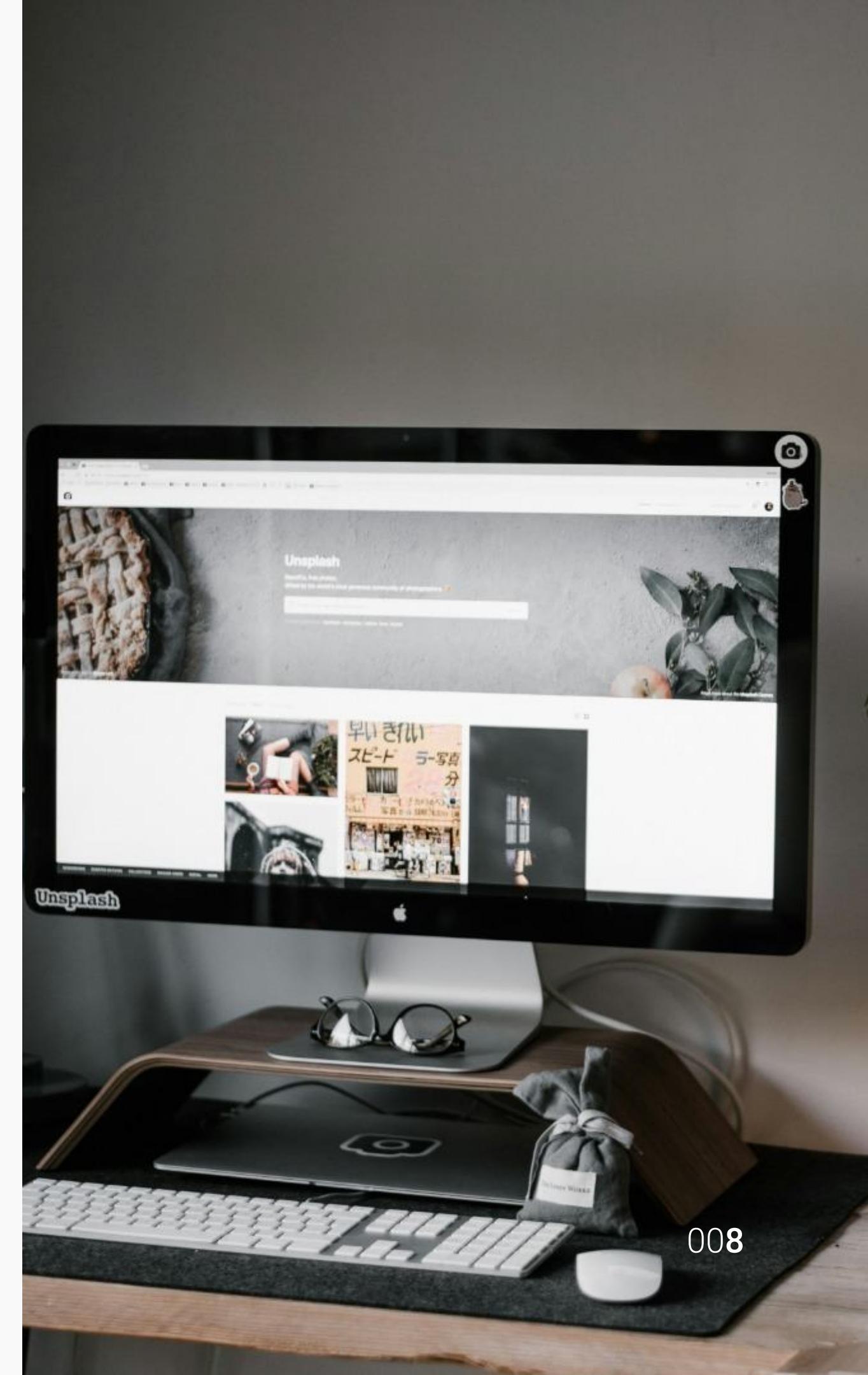
Carrinho de Compras

- **Processo de Checkout Simples:**

- Simplificação do processo de checkout com o mínimo de etapas necessárias.
- Exemplo: Utilização de um processo de checkout em uma única página pode reduzir o abandono de carrinho.

- **Opções de Pagamento Variadas e Seguras:**

- Oferecimento de múltiplas formas de pagamento, incluindo cartões de crédito, PayPal e métodos locais.
- Exemplo: A inclusão de opções de pagamento seguras como o PayPal pode aumentar a confiança do cliente e as taxas de conversão.



Feedback e Avaliações

Feedback e Avaliações

- **Importância das Avaliações de Clientes:**
 - Destacar a relevância das avaliações e comentários de clientes para construir confiança.
 - Exemplo: Sites como a Amazon mostram avaliações detalhadas que influenciam significativamente as decisões de compra.
- **Implementação de Sistemas de Feedback:**
 - Criação de mecanismos para que os clientes deixem suas avaliações e feedbacks após a compra.
 - Exemplo: A coleta de feedback pode ser utilizada para melhorar produtos e serviços, além de proporcionar uma melhor experiência ao cliente.



Psicologia do Usuário e Persuasão

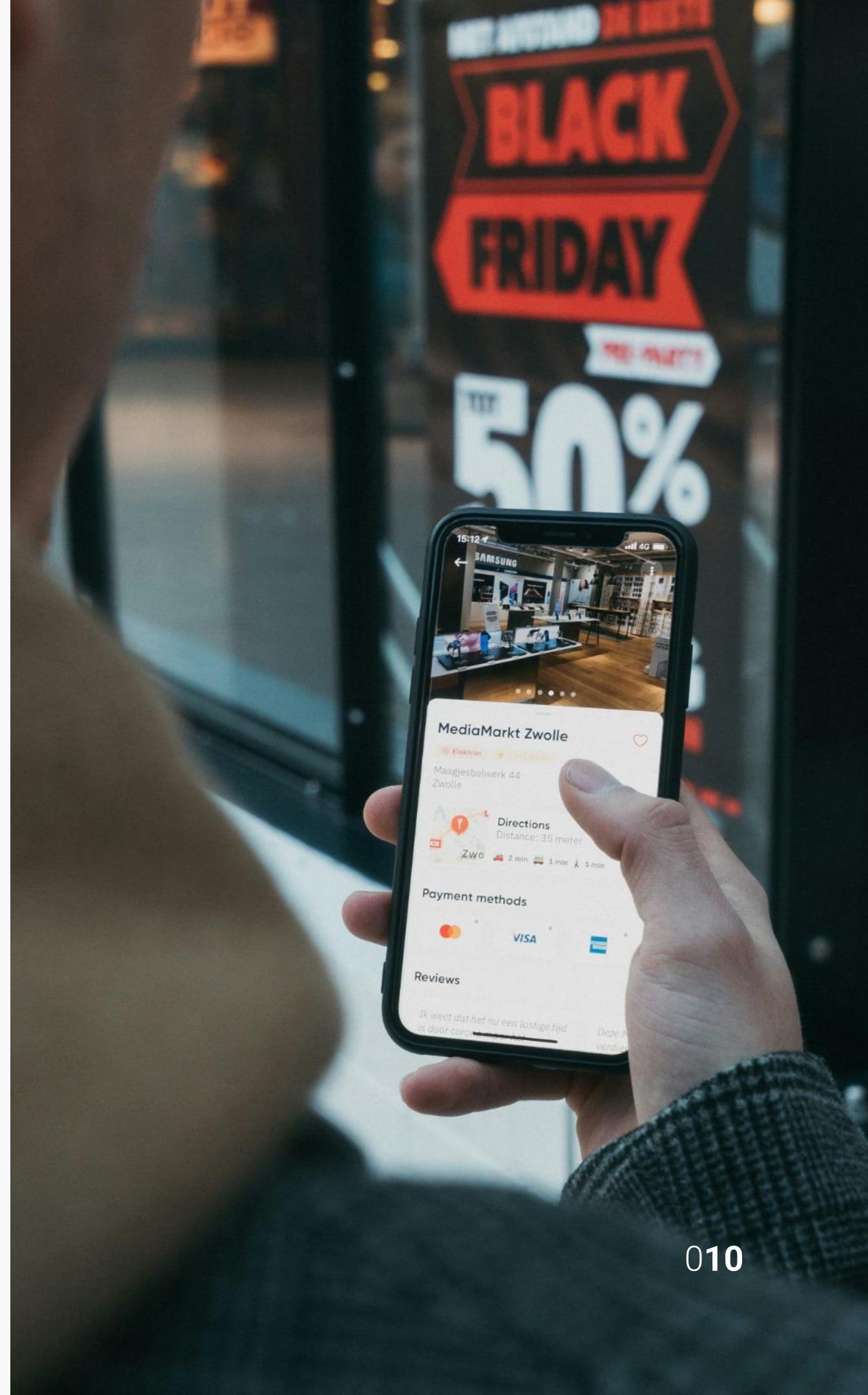
Princípios de Persuasão:

- **Escassez:**

- Criação de uma sensação de exclusividade e urgência ao limitar a disponibilidade de um produto.
- Exemplo: "Apenas 3 unidades restantes!" ou "Oferta por tempo limitado!" aumentam o desejo de compra.

- **Urgência:**

- Incentivo à ação rápida por meio de prazos e promoções temporárias.
- Exemplo: "Compre agora e aproveite 20% de desconto somente hoje!"

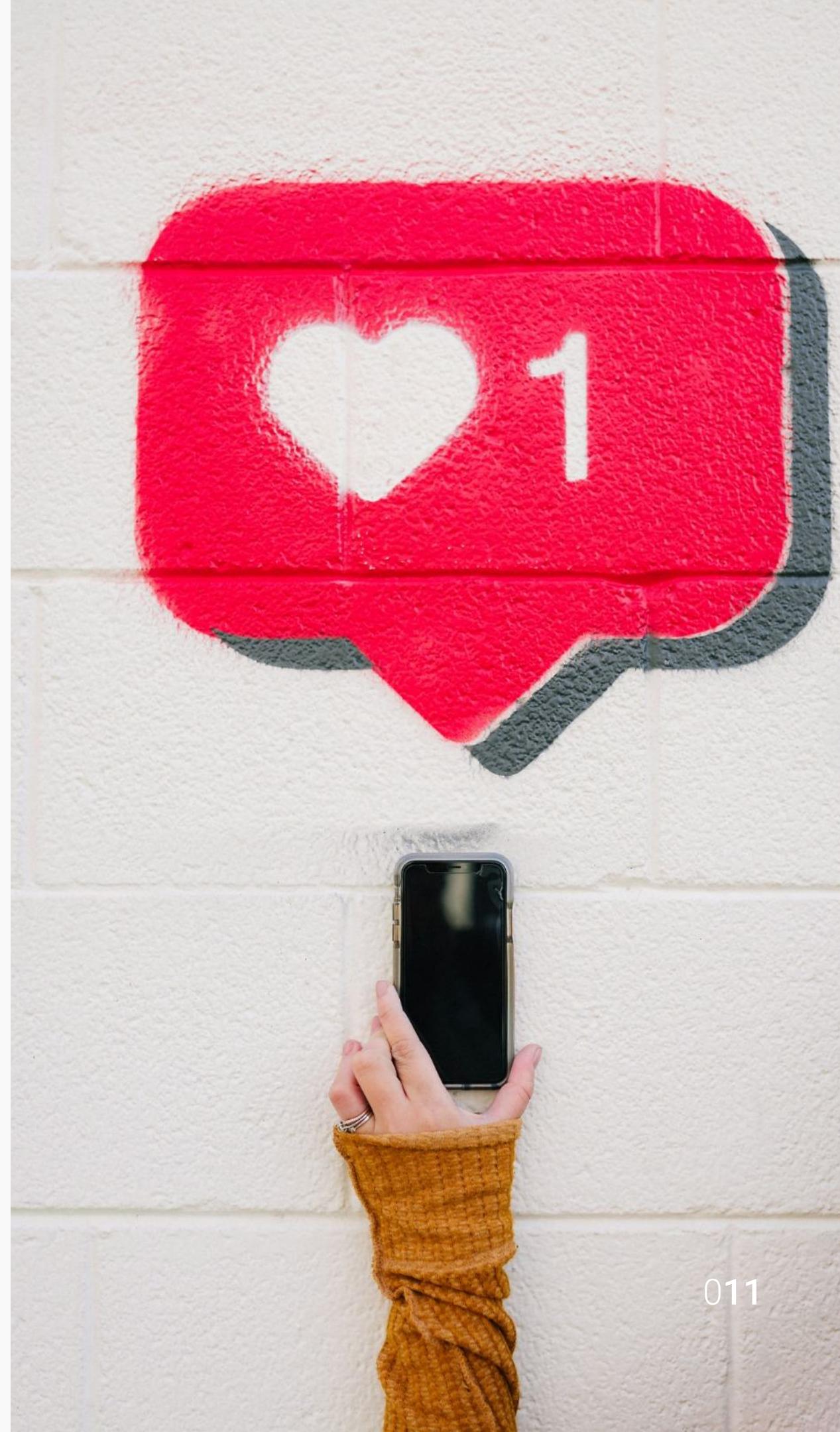


Psicologia do Usuário e Persuasão

Provas Sociais:

- **Testemunhos e Reviews:**

- Utilização de feedback positivo de outros clientes para construir confiança e credibilidade.
- Exemplo: Mostrar depoimentos de clientes satisfeitos e avaliações de produtos para influenciar novos clientes.



Psicologia do Usuário e Persuasão

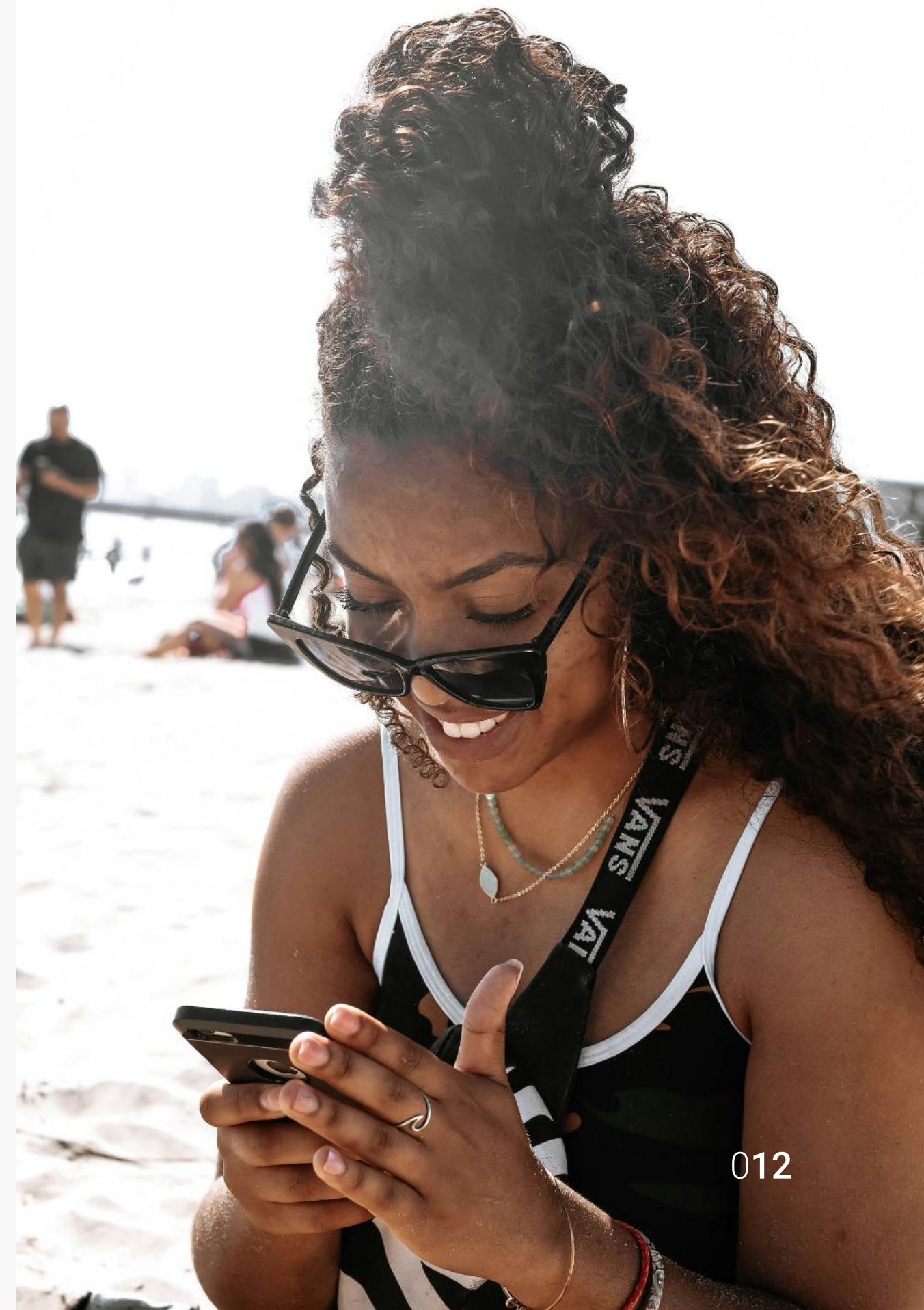
Engajamento do Usuário:

- **Personalização da Experiência:**

- Adaptar a navegação e recomendações de produtos com base no comportamento e preferências individuais do usuário.
- Exemplo: Exibir produtos recomendados com base nas compras anteriores ou itens visualizados recentemente.

- **Programas de Fidelidade e Recompensas:**

- Criação de incentivos para que os clientes voltem a comprar e se mantenham engajados com a marca.
- Exemplo: Oferecer pontos de fidelidade por cada compra que podem ser trocados por descontos ou produtos gratuitos.



Atividade

Obrigado