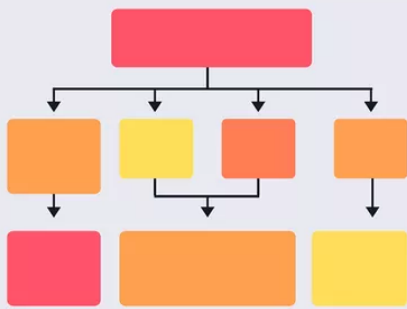
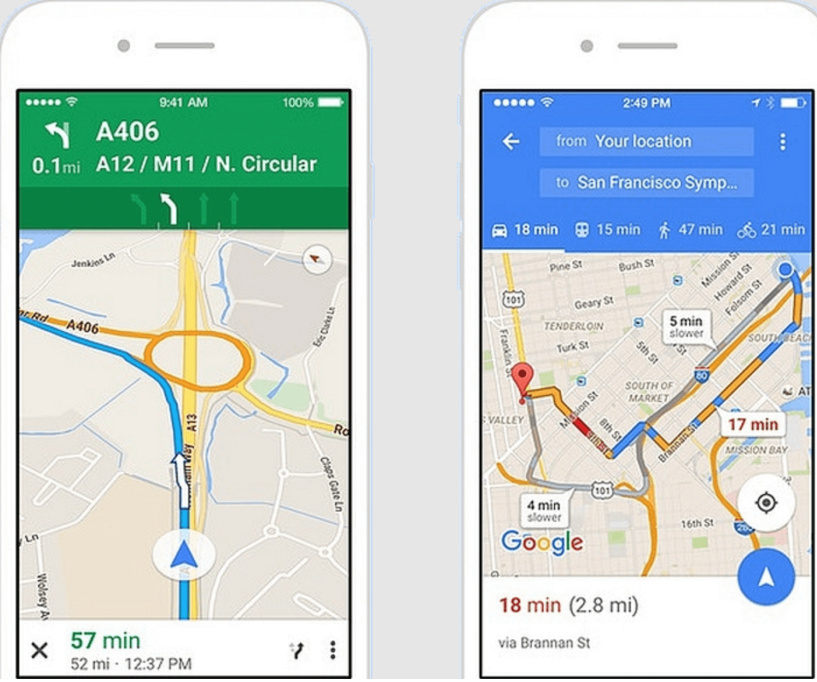


Guideline	Crie uma hierarquia visual clara.
Exemplo	Cores e contraste; Tamanhos dos elementos; Alinhamento do conteúdo; Formas; Motion Design; Perspectivas; Tipografia; Espaços Negativos; Proximidade dos Elementos; Textura.
Exceção	Tem vezes que é mais interessante usar elementos de interface não familiares para enfatizar alguma coisa do aplicativo. Por exemplo, um aplicativo de arte pode se beneficiar de elementos de interface não convencionais para criar uma experiência de uso mais artística.
Comentário	Consistência ajuda na orientação do usuário.
Imagem	 <p>O diagrama ilustra uma hierarquia visual em UI. No topo, há um retângulo rosa. Abaixo dele, há quatro retângulos: um laranja à esquerda, um amarelo no centro, um laranja à direita e um laranja à extrema direita. Linhas de conexão descem de cada um desses quatro retângulos para uma terceira linha de elementos. O elemento laranja da esquerda conecta-se a um retângulo rosa. O elemento amarelo do centro conecta-se a um retângulo laranja. O elemento laranja da direita conecta-se a um retângulo amarelo. O elemento laranja da extrema direita conecta-se a um retângulo amarelo.</p>
Link	https://aelaschool.com/designvisual/hierarquia-visual-em-ui-como-destacar-o-que-precisa-ser-destacado/

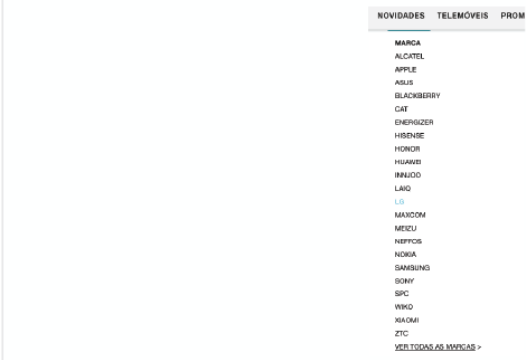
Guideline	Visualidade do sistema, saber o que está acontecendo.
Exemplo	O google maps tem flechas para indicar a direção que o usuário tem que ir e eles tem uma barra de status mostrando o futuro passo.
Exceção	Dependendo do app minimalismo é mais importante do que saber o que vai acontecer e o que está acontecendo.
Comentário	O usuário saber o que vai acontecer gera mais confiança no app.

Imagem	
Link	https://www.uxdesigninstitute.com/blog/10-user-interface-guidelines/


Guideline	Utilize um design responsivo, isto é, um design que se adapta a diferentes tipos de telas.
Exemplo	O facebook, se adapta muito bem a diferentes tipos de telas.
Exceção	Pode ser muito difícil se adaptar a tudo, então pode ser necessário usar como base os mais populares.
Comentário	Um design responsivo permite o uso correto para todos.
Imagem	
Link	https://www.uxdesigninstitute.com/blog/10-user-interface-guidelines/ https://designimador.com.br/design-responsivo/

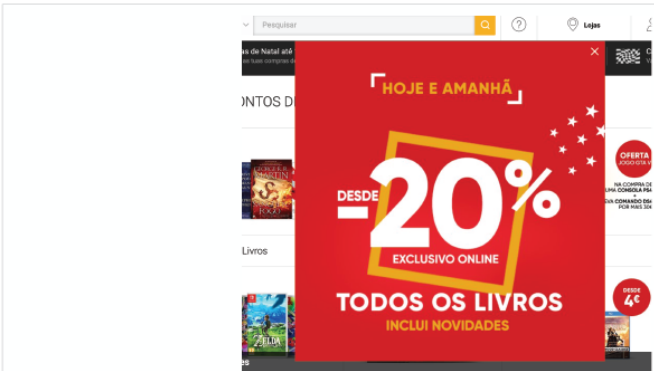
Guideline	Utilizar uma linguagem centrada nos clientes do seu site
------------------	--

Exemplo	Em vez de “smartphones”, utilizar a palavra “telemóveis”. Dependendo da região onde for o algo, usar palavras culturais.
Exceção	Pode ser desejável mudar formatos para distinguir entre tarefas diferentes.
Comentário	Os nomes das seções e os títulos das páginas, assim como outros elementos textuais do site, devem aproximar-se da linguagem natural utilizada pelos clientes, e não da utilizada ou escolhida internamente na empresa..
Imagem	
Link	https://uxpm.pt/ux-user-experience/guidelines-de-usabilidade-para-a-homepage-do-seu-site-de-e-commerce/

Guideline	Não utilizar links genéricos como “Ver mais”
Exemplo	O link deve seguir o contexto da lista de produtos ou serviços, isto é, se o utilizador está a ver marcas e existem mais do que aquelas que estão visíveis, o link deveria ser “Ver mais marcas”.
Exceção	Pode ser que fique muitas coisas à vista do usuário.
Comentário	Esta é uma prática comum que deve evitar.
Imagem	
Link	https://uxpm.pt/ux-user-experience/guidelines-de-usabilidade-para-a-homepage-do-seu-site-de-e-commerce/

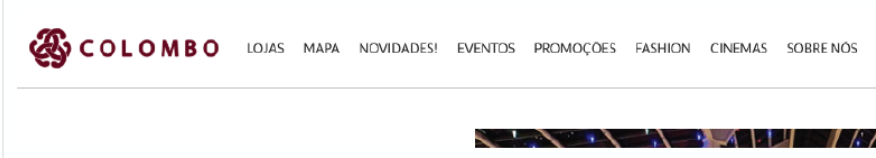
Guideline	Mostrar informação relevante para o utilizador junto do produto
Exemplo	Os produtos que são mostrados na homepage devem ter as informações que o cliente procura, nomeadamente o preço, uma forma de adicionar o produto ao carrinho de compras, indicação de uma promoção, caso exista, a classificação do produto por parte de outros clientes (quando existem comentários reais de quem já utilizou) e, possivelmente, a opção de adicionar à lista de produtos preferidos.
Exceção	Pode ser desejável, dependendo da empresa, esconder algumas informações.
Comentário	Os dados mais relevantes sobre o produto, devem surgir junto do mesmo.


Imagem	
Link	https://uxpm.pt/ux-user-experience/guidelines-de-usabilidade-para-a-homepage-do-seu-site-de-e-commerce/

Guideline	Evitar as janelas pop-up, o aparecimento inesperado de novas janelas no ecrã, que o utilizador não pediu para abrir, é frequentemente interpretado como publicidade indesejada.
Exemplo	Como tal, introduz ruído e desvia o utilizador da tarefa que está a tentar completar. Esta perceção vai levá-lo a fechar imediatamente a janela, quer tenha, ou não, conteúdo relevante.
Exceção	Pode ser que seja mais interessante ganhar 1 assinante e perder 5 visitantes para uma empresa que seu foco principal não é o site ou app.
Comentário	Se existe uma informação que o site quer mostrar ao utilizador, mas que não lhe é útil ou necessária naquele momento específico, deve ser mostrada apenas quando fizer sentido e em contexto (progressive engagement).
Imagem	
Link	https://uxpm.pt/ux-user-experience/guidelines-de-usabilidade-para-a-homepage-do-seu-site-de-e-commerce/

Guideline	Dar a possibilidade de comparar produtos
Exemplo	Quando os clientes estão a pesquisar, têm frequentemente a necessidade de comparar produtos semelhantes, para poderem analisar as suas características e tomarem uma decisão mais informada e com mais confiança.
Exceção	Produtos que não são comparáveis com especificações simples, como arroz e feijão.
Comentário	É importante ter a opção de comparar produtos, sem terem que “saltitar” entre páginas.

Imagem	
Link	https://uxpm.pt/ux-user-experience/guidelines-de-usabilidade-para-a-homepage-do-seu-site-de-e-commerce/

Guideline	Haver uma área destinada à apresentação da empresa
Exemplo	Uma recomendação eficaz passa por disponibilizar uma opção no menu principal do site chamada “Sobre (nome da empresa)” ou “Sobre nós”.
Exceção	Pode ser desejável mudar formatos para distinguir entre tarefas diferentes.
Comentário	A apresentação da empresa não é o foco principal dos utilizadores, mas quando o cliente quiser saber mais sobre quem está a comprar, deve conseguir encontrar facilmente esta informação. Além disso, é uma forma de transmitir confiança e de criar uma relação com os utilizadores, pois mostra que existe uma empresa real por trás daquele site.
Imagem	
Link	https://uxpm.pt/ux-user-experience/guidelines-de-usabilidade-para-a-homepage-do-seu-site-de-e-commerce/

Guideline	Não ter um logotipo, mas, sim, uma logomarca
Exemplo	Quando as empresas são pouco conhecidas, mostrar no site só um logótipo não chega. Opte por uma logomarca, ou seja, acompanhe o logótipo de uma “assinatura” (tagline), que pode ser uma frase curta ou até só uma palavra.
Exceção	Quando o foco é minimalismo.
Comentário	O objetivo é que a assinatura descreva resumidamente a área de negócio da empresa e a sua atividade.
Imagem	
Link	https://uxpm.pt/ux-user-experience/guidelines-de-usabilidade-para-a-homepage-do-seu-site-de-e-commerce/