

Cesta Solidária



Melhoria do Site

Overall

Boa escolha de layout, mas a responsividade pode melhorar. Fonte do texto está muito grande para visualização por celular (foto) e tablet.

Atenção para o fato de ainda não termos definido se ficaremos com o nome “**Sou Cesta Solidária**” ou somente “**Cesta Solidária**”. Precisamos definir e alterar nas redes sociais o mais rápido possível (mesmo que o link do site seja *souceastasolidaria.com.br*, não tem influência absoluta sobre o nome do projeto).

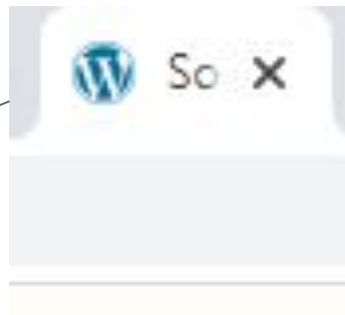


Ícone

Precisamos definir um ícone para substituir o W do Wordpress na aba da página (foto).

Este ícone também será útil para as redes sociais e deverá ter a mesma cor em todos os canais.

Sugiro mantermos o do Instagram, que está com um fundo bacana, mas teremos que verificar se esta opção dá leitura em todos os canais.



Processo de compra - Parte 1

A compra da cesta solidária se dá por um botão no menu da página principal.

Sem nenhuma explicação do que consiste a cesta, quantos itens vêm, o que posso fazer se eu tiver uma restrição alimentar... Não há um botão que vá para um texto introdutório, um “O que tem na Cesta?” ou “Como fazemos a Cesta”.




Processo de compra - Parte 2

Do botão no menu inicial, já vamos direto para a página de compra, para a pessoa colocar os dados do cartão, confirmar o valor e pagar.

Revise sua compra

Tenho um desconto ▾




Mastercard terminado em 9263
Mastercard

Alterar

Parcelas

0x Escolha ▾



Código de segurança

Últimos 3 números no verso


Detalhe da sua compra

1 Cesta Solidaria

R\$ 99

Você pagará

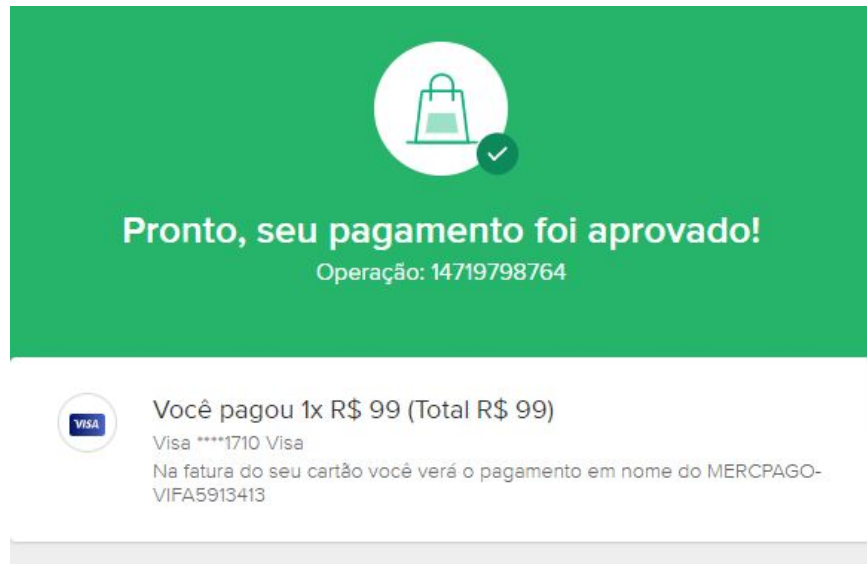
R\$ 99

 Pagar

Pagamento seguro pelo Mercado
Pago

Processo de compra - Parte 3

Inseridos os dados e clicando em “Pagar”, caso o pagamento seja aprovado (a aprovação ou desaprovação é instantânea), aparece esta tela, e uma cópia deste conteúdo é enviado para o e-mail do comprador.



Processo de compra - CONCLUSÃO

Durante o processo de compra, não fica claro para o comprador o que está incluso e o que não está incluso em sua compra.

“Tem frete ou eu pago à parte?” “O que vem na minha cesta?” “Quando vocês entregam?” “E se eu não estiver em casa quando vocês entregarem?” “E se vocês mandarem algo que eu não como? Vou ter burocracia para trocar um item da minha cesta?” “Qual a validade destes alimentos?”

Estas são apenas algumas das perguntas que o pessoal que está comprando vai fazer. Precisamos prevêê-las e colocá-las de forma bem clara no site, de preferência antes que a pessoa se depare com uma página onde ela insere os dados do cartão e clica em “Pagar”.

Processo de compra - SUGESTÕES

1 - Inserir um texto bacana sobre o conceito de “Box Surpresa” ou “Caixa Surpresa”, explicando o porquê da pessoa não escolher seus próprios itens. Atualmente temos outros lugares vendendo orgânicos:

- <https://www.livup.com.br/quitanda/hortifruti>
- <https://www.raizs.com.br/>
- <https://www.hortadavovo.com.br/>

Por que a pessoa vai comprar uma caixa com alimentos que ela não pode escolher sendo que nestes sites ela pode escolher o que comprar?

Nós de dentro do projeto sabemos, mas o comprador não. Ele precisa comprar nossa **ideia** antes de comprar a cesta.

Processo de compra - SUGESTÕES

2 - Usar um Google Form ou similar para fazer um cadastro do comprador, com dados como nome, e-mail, idade, estado civil, o que gosta de comer e quais suas restrições alimentares para que possamos fazer duas coisas ao mesmo tempo: uma triagem do que NÃO colocar na cesta para esta pessoa (restrição alimentar) e cadastrá-la futuramente em nosso mailing para que ela fique por dentro de nossas atividades (o que gera engajamento). Nem todo mundo usa redes sociais... mas com certeza todo mundo tem e-mail e o poder do e-mail MKT nunca deve ser subestimado.

Mais um argumento para o cadastro/triagem: pense em você comprando uma Cesta Surpresa e você não tem certeza se vem cebola (um item que você não consome). Não há nenhum lugar do site para você colocar que não quer receber cebola na sua cesta, você vai precisar arriscar a compra e depois encontrar algum meio de se comunicar com o vendedor. Você compraria mesmo assim?

Aba - SOBRE

Tem muita informação nesta aba. Geralmente a aba sobre é mais sintética em um site:

- <https://www.raizs.com.br/institucional/quemsomos>
- <https://www.hortadavovo.com.br/quem-somos/>
- <https://www.livup.com.br/dna-liv-up>

A ideia aqui é contar a história do nascimento do projeto/empresa e de seu idealizador/fundador. Todo o restante sobre como o projeto funciona, como ajudar e etc deve ser colocado com um texto bem curtinho e separado por títulos fáceis de visualizar, ou em outras abas dentro do site.

Também percebi que existem informações desatualizadas ou divergentes, precisamos checar e uniformizar.

Aba - FALE CONOSCO

O formulário está bacana. Quando alguém preenche, vai para qual e-mail? Você tem acesso frequente?

Precisa especificar quais são as redes sociais que temos. Tem apenas uma menção nesta aba e não fica claro que se trata do Instagram.

WhatsApp: precisa colocar entre parênteses o seu nome, se for apenas você a receber estes contatos por WhatsApp. As pessoas gostam de saber o nome com quem elas estão falando.

Aba - ENDEREÇO MONTAGEM

Qual o objetivo desta página? É funcional?

É um direcionamento para o Google Maps, o endereço da Associação. Se a pessoa não entrar no site e não ler até a parte em que mencionamos a Associação, ela jamais saberá do que se trata e ficará confusa.