

Projeto Saboaria Web

Link github:

https://github.com/LucasRodrigues0102/Projeto_SaboariaWeb/tree/main/Interacao%20Humano-Computador

Giovana Giovanini - CP3026337

Isac Caria Leite - CP3031306

Lucas Moreira Lima Prado Rodrigues - CP3029867

Parte 1: Entendimento do Problema de Design

1. Análise da situação - Contextualização

A ideia do projeto é criar um site, chamado “SaboariaWeb” para auxiliar um pequeno negócio de sabonetes artesanais. Esse negócio opera apenas com uma proprietária e um gerente, fazendo todas as suas vendas ocorrerem de forma presencial no estabelecimento.

O site visa facilitar a interação entre cliente e vendedor, além de permitir que negócios sejam feitos a distância ao invés de somente forma presencial, expandindo as possibilidades de venda da loja.

Para isso, o site exibirá exemplos de produtos atualmente no estoque com imagens e descrições, permitindo que o comprador monte um pedido com seus produtos de preferência e os envie a saboaria. Nisso, a própria saboaria irá revisar o pedido e, caso tudo esteja de acordo, enviar os produtos ao comprador.

O site foi projetado para atender 3 perfis: O cliente, que nesse caso tem uma deficiência visual que causa a perda parcial da visão, o gerente, que auxilia a proprietária a manter o site e o negócio, além da própria proprietária que é a dona da saboaria.

2. Coleta de Dados

1ª Persona: Cliente - Camila Rocha



Nome, perfil Persona 1: Cliente – Camila Rocha "Adoro produtos naturais, mas preciso de praticidade para comprar."	Informações demográficas e comportamento Camila tem 29 anos, é solteira, trabalha como designer gráfica freelancer e estuda à noite. Valoriza sites intuitivos e com informações claras. Prefere produtos veganos e artesanais. Dá prioridade a sites que a auxiliem quanto aos seus problemas de visão parciais.
Pontos de conflitos e necessidades Camila precisa encontrar produtos com facilidade, visualizar claramente os ingredientes, e de assistência para absorver as informações da página. Muitas vezes abandona carrinhos quando o processo de compra é confuso ou lento.	Possíveis funcionalidades e funções Ferramenta no site de "texto-em-fala" para auxiliar sua navegação. Checkout simplificado e claro Área de avaliações de clientes

Mapa de empatia: Camila Rocha (Cliente)

O que pensa e sente? <ul style="list-style-type: none">• Quer consumir produtos naturais e sustentáveis.• Valoriza estética e transparência nos ingredientes.• Fica frustrada com sites lentos ou com navegação confusa.	O que vê? <ul style="list-style-type: none">• Muitos sites mal organizados.• Produtos parecidos sem informações claras.• Concorrentes com maior acessibilidade para sua visão.	O que escuta? <ul style="list-style-type: none">• Recomendações de amigos sobre sabonetes veganos.• Influencers indicando marcas artesanais.• Reclamações sobre entregas demoradas.
O que fala e faz? <ul style="list-style-type: none">• Comenta com amigos sobre compras online.• Compartilha boas experiências nas redes sociais.• Abandona o carrinho se houver problemas no checkout.	Dores <ul style="list-style-type: none">• Dificuldade de confiar em novos sites.• Preocupação com seu acesso às informações da página.• Falta de informações claras sobre produtos.	Desejos <ul style="list-style-type: none">• Processo de compra ágil e seguro.• Descrições e textos compatíveis com ferramentas de acessibilidade• Site com bom design e fácil de usar.

Cenário de problema:

Camila está em sua pausa do trabalho, entre um projeto e outro, e decide aproveitar esse tempo para comprar sabonetes artesanais, algo que ela valoriza por serem naturais, veganos e sustentáveis. Acessa o site da pequena loja pelo celular, já que está em movimento, e logo de início encontra dificuldades: precisa rolar por uma longa lista de produtos genéricos, pois a organização da página não facilita a navegação.

Ela tenta acessar a descrição de um sabonete que parece interessante, mas as informações são vagas e mal estruturadas. Os ingredientes aparecem em fonte pequena, e o contraste entre o texto e o fundo é sutil, dificultando a leitura — especialmente para Camila, que possui uma condição visual que reduz sua capacidade de enxergar com nitidez: 30% de visão em um olho e 50% no outro.

A combinação de letras pequenas, falta de contraste e imagens sem descrição clara (nem alternativa de acessibilidade) faz com que ela tenha que ampliar várias vezes a tela. Mesmo assim, não consegue confirmar se o produto é realmente adequado para seu tipo de pele sensível.

Após decidir por um sabonete, ela parte para o processo de finalização da compra. No entanto, a página de checkout é demorada e mal otimizada para o mobile. A cada clique, ela precisa esperar longos segundos para os campos carregarem — e sem feedback visual de progresso, não sabe se o site está funcionando corretamente ou travado.

Frustrada com a experiência, ela fecha o navegador e abandona a compra. Provavelmente, buscará outra loja com navegação mais acessível e inclusiva.

2ª Persona: Gerente - Rafael Lima



<p>Nome, perfil</p> <p>Persona 2: Gerente – Rafael Lima</p> <p>"Preciso manter o catálogo atualizado e atender os pedidos sem complicação."</p>	<p>Informações demográficas e comportamento</p> <p>Rafael tem 35 anos, é casado e trabalha diretamente na loja física e online. Atua como gerente, controlando estoque e acompanhando os pedidos feitos pelo site. Usa o sistema diariamente para inserir e ajustar produtos.</p>
<p>Pontos de conflitos e necessidades</p> <p>Precisa de uma área administrativa funcional e segura, com acesso restrito, que permita editar descrições, preços e estoque dos produtos. Também precisa visualizar rapidamente os pedidos feitos e seu status.</p>	<p>Possíveis funcionalidades e funções</p> <p>Painel de controle com visualização dos pedidos por status</p> <p>Ferramentas para editar e cadastrar produtos com fotos e descrições</p> <p>Acesso restrito apenas à área de produtos e pedidos (sem permissão para editar layout ou usuários)</p> <p>Notificações sobre novos pedidos</p>

Mapa de empatia: Rafael Lima (Gerente)

<p>O que pensa e sente?</p> <ul style="list-style-type: none"> Quer que os produtos estejam sempre atualizados. Sente pressão para não errar no controle de estoque. Deseja um sistema simples para evitar retrabalho. 	<p>O que vê?</p> <ul style="list-style-type: none"> Sistema limitado ou desatualizado. Dificuldade para visualizar pedidos em tempo real. Dependência do dono para mudanças maiores no site. 	<p>O que escuta?</p> <ul style="list-style-type: none"> Clientes cobrando entregas e atualizações. A dona cobrando agilidade e precisão. Feedback dos clientes nas redes sociais.
<p>O que fala e faz?</p> <ul style="list-style-type: none"> Verifica e confirma pedidos com frequência. Atualiza descrições de produtos. Reporta bugs ou erros para o dono. 	<p>Dores</p> <ul style="list-style-type: none"> Interface administrativa pouco intuitiva. Complicações ao atualizar o estoque atual de produtos. Dificuldade em acompanhar todos os pedidos manualmente. 	<p>Desejos</p> <ul style="list-style-type: none"> Painel simples para atualizar produtos. Notificações em tempo real de pedidos. Ferramentas automatizadas de gestão.

Cenário de problema:

Durante uma manhã movimentada na loja, Rafael, responsável pela organização do estoque e pela gestão dos pedidos online, percebe que um dos sabonetes mais populares — o de carvão ativado — esgotou na prateleira física. Sabendo que o produto ainda consta como disponível no site, ele se apressa para acessar o painel administrativo e atualizar o status de disponibilidade.


Ao tentar fazer essa alteração, Rafael se depara com um sistema confuso e pouco funcional. O painel de administração é visualmente desorganizado, com menus pouco claros e sem atalhos rápidos para localizar produtos. Além disso, a página leva muito tempo para carregar e não possui indicadores visuais de carregamento, deixando Rafael sem saber se sua ação foi concluída ou se o sistema travou.

Enquanto tenta resolver o problema, novos pedidos continuam entrando com o sabonete ainda listado como "em estoque". Rafael tenta, sem sucesso, encontrar uma opção de pausa rápida ou uma ferramenta de bloqueio temporário. Com isso, pelo menos três pedidos são concluídos por clientes que acreditam estar comprando um item disponível — o que não é mais verdade.

Horas depois, ele precisa entrar em contato com esses clientes para informar que o produto está em falta e oferecer substituições ou reembolsos. Essa tarefa é delicada e desgastante, pois gera frustração em consumidores que esperavam uma experiência de compra simples e confiável. Além disso, o acúmulo de tarefas manuais para corrigir o erro o impede de cuidar de outras atividades da loja.

Essa situação se repete com frequência: quando um novo sabonete é lançado, o processo de cadastrá-lo no sistema é igualmente demorado, e Rafael muitas vezes adia essas atualizações porque o sistema não é intuitivo nem eficiente. Como resultado, o catálogo online fica desatualizado, com poucos produtos ou com itens fora de estoque ainda disponíveis, o que afeta diretamente a percepção de profissionalismo da marca.

3ª Persona: Proprietária - Sandra Marques

	<p>Nome, perfil</p> <p>Persona 3: Proprietária – Sandra Marques</p> <p>"Quero que o site reflita a alma do meu negócio."</p>	<p>Informações demográficas e comportamento</p> <p>Sandra tem 48 anos, é proprietária do pequeno negócio de sabonetes artesanais. É apaixonada pela marca que criou e cuida de tudo, desde a produção até a identidade visual do site. Usa o sistema para editar páginas, atualizar conteúdos e analisar o desempenho das vendas.</p>
	<p>Pontos de conflitos e necessidades</p> <p>Sandra quer liberdade total para personalizar o site, criar campanhas e acompanhar estatísticas de venda. Precisa de uma interface acessível, mesmo sem ter conhecimentos técnicos profundos.</p>	<p>Possíveis funcionalidades e funções</p> <p>Acesso à partes simples estrutura do site (produtos disponíveis, descontos)</p> <p>Dashboard com gráficos e relatórios de vendas</p> <p>Área para cadastrar e remover usuários e definir permissões</p> <p>Editor visual de páginas</p>

Mapa de empatia: Sandra Marques (Proprietária)

<p>O que pensa e sente?</p> <ul style="list-style-type: none">• Quer que o site represente bem a marca.• Sente orgulho do que construiu.• Fica frustrada quando depende de outros para fazer alterações simples.	<p>O que vê?</p> <ul style="list-style-type: none">• Concorrentes investindo em marketing visual.• Sites modernos e dinâmicos.• Clientes exigentes com design e navegação.	<p>O que escuta?</p> <ul style="list-style-type: none">• Feedbacks sobre a aparência e a usabilidade do site.• Dicas de melhorias vindas de amigos e clientes.• Sugestões de campanhas promocionais.
<p>O que fala e faz?</p> <ul style="list-style-type: none">• Toma decisões sobre o layout e a identidade visual.• Acompanha vendas e interage com os clientes nas redes sociais.• Atualiza banners e textos promocionais.	<p>Dores</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de autonomia técnica para mudanças complexas.• Ferramentas pouco acessíveis para personalização.• Dificuldade em monitorar o desempenho do site.	<p>Desejos</p> <ul style="list-style-type: none">• Editor visual intuitivo.• Acesso a relatórios e métricas de venda.• Controle do conteúdo e da identidade do site.

Cenário de problema:

Com a chegada do Dia das Mães, Sandra, fundadora e dona da marca de sabonetes artesanais, decide lançar uma nova linha temática com fragrâncias florais e embalagens especiais. Para acompanhar esse lançamento, ela planeja oferecer uma promoção: 10% de desconto na compra de quatro ou mais sabonetes. A ideia é criar uma campanha visualmente atrativa na página inicial do site, destacando a promoção com um aviso chamativo e adaptando o conteúdo da home para refletir a data comemorativa.

Motivada a colocar a campanha no ar, Sandra acessa o painel administrativo do site com a intenção de fazer as alterações por conta própria. No entanto, logo se depara com uma grande limitação: o editor do site é engessado e oferece apenas funcionalidades básicas, como a troca de textos fixos e imagens dentro de blocos padronizados. Ele não permite personalizar o layout da página principal com liberdade, nem criar seções novas ou destacar conteúdos promocionais de forma criativa.

Além disso, para fazer qualquer alteração mais significativa — como reposicionar um aviso na parte superior da página, mudar as cores temáticas do site ou ajustar o layout para dar mais destaque à promoção — seria necessário usar código HTML ou CSS, conhecimentos que Sandra não possui. Apesar de ser a administradora com permissões completas no sistema, ela não consegue executar sua ideia sem ajuda externa.

Ela tenta buscar tutoriais, mas a linguagem técnica e a ausência de pré-visualização dificultam ainda mais o processo. Sem outra opção, Sandra recorre a um web designer de confiança. Porém, como ele não está disponível no momento, a atualização do site atrasa, e a campanha entra no ar de forma incompleta e com divulgação apenas pelas redes sociais.

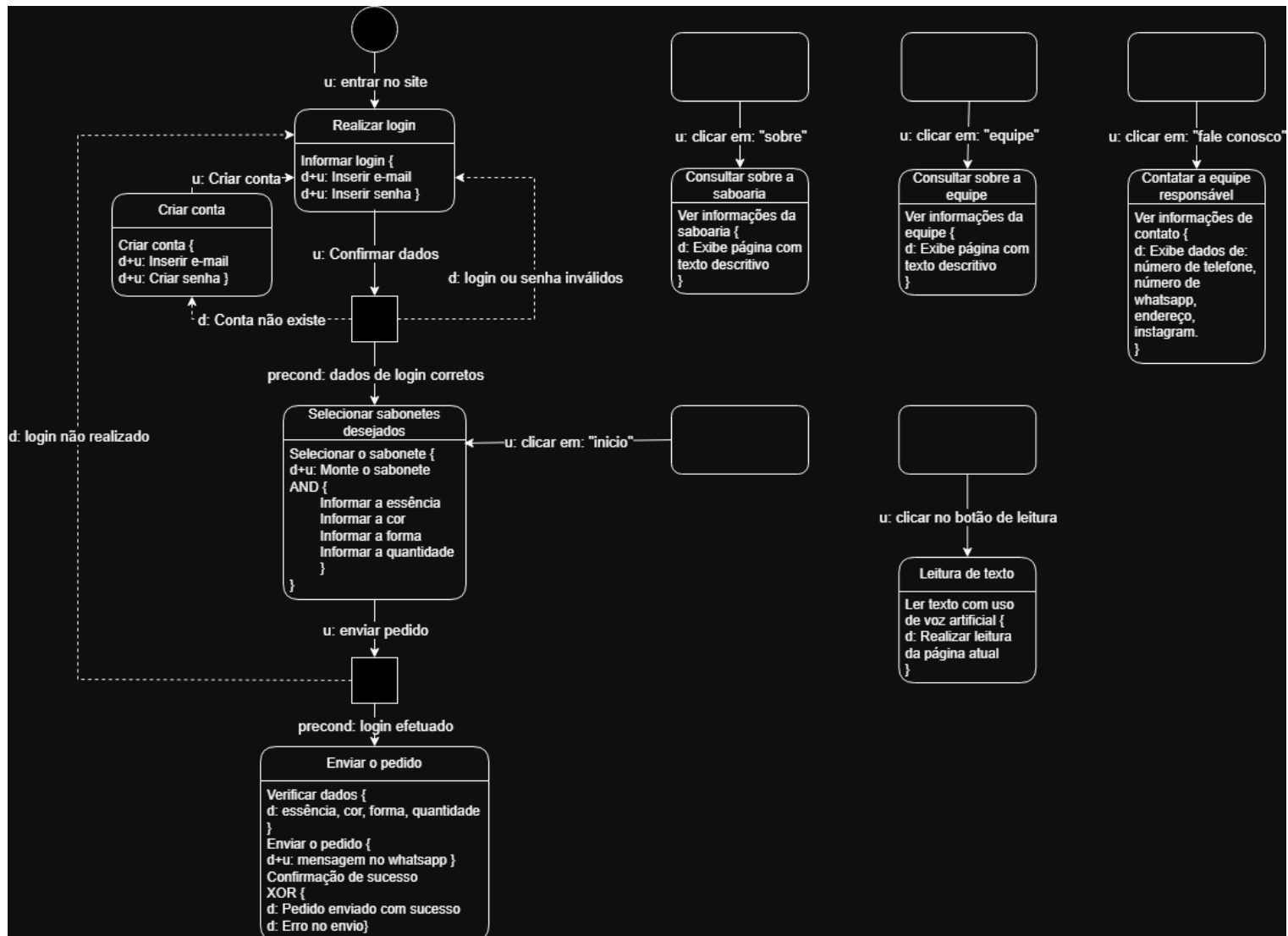
O site, que deveria ser a vitrine principal da campanha, permanece visualmente igual aos demais períodos do ano. Isso enfraquece o impacto da promoção e prejudica a conversão de visitantes em compradores, já que a oferta não está visível nem bem comunicada. Sandra fica frustrada com a falta de autonomia e percebe que está constantemente dependente de suporte técnico para executar ações simples de marketing.

Parte 2: Design da Interação e da Interface

2.1. Design da Interação

O design da interação do projeto foi feito através de um diagrama MOLIC construído com base em um mapa de objetivos. O mapa foi feito pensando na interação com o site pela visão do cliente, que concluímos ser a pessoa mais importante do processo.

Diagrama MOLIC:



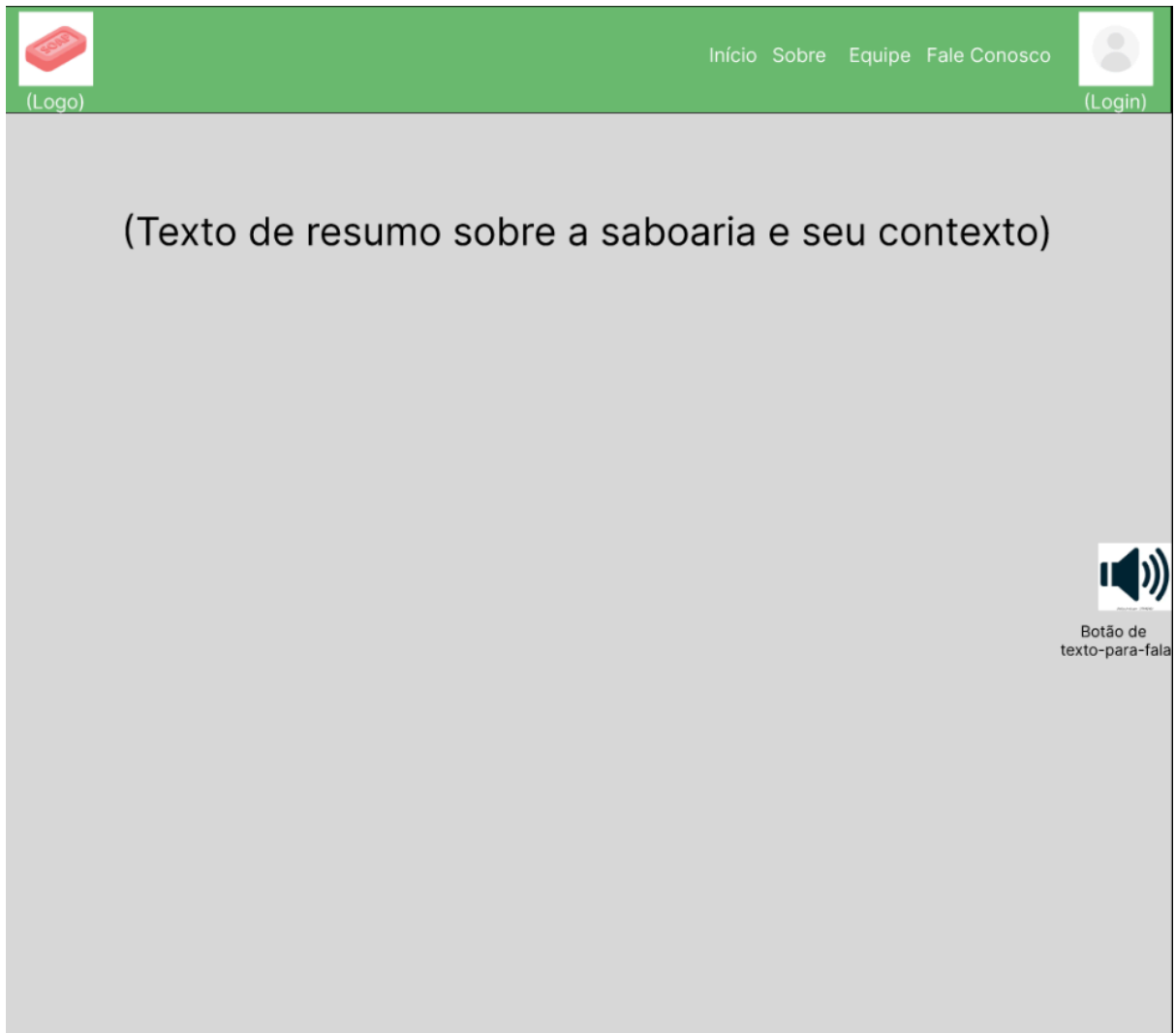
2.2. Design da Interface

O design da interface do projeto foi feito com base em um protótipo, esse que por sua vez foi feito com base no diagrama MOLIC, usando uma ferramenta chamada figma. A ideia foi fazer um protótipo de baixa fidelidade, mostrando apenas a ideia do site com vários “placeholders”, indicando o posicionamento de botões e imagens.

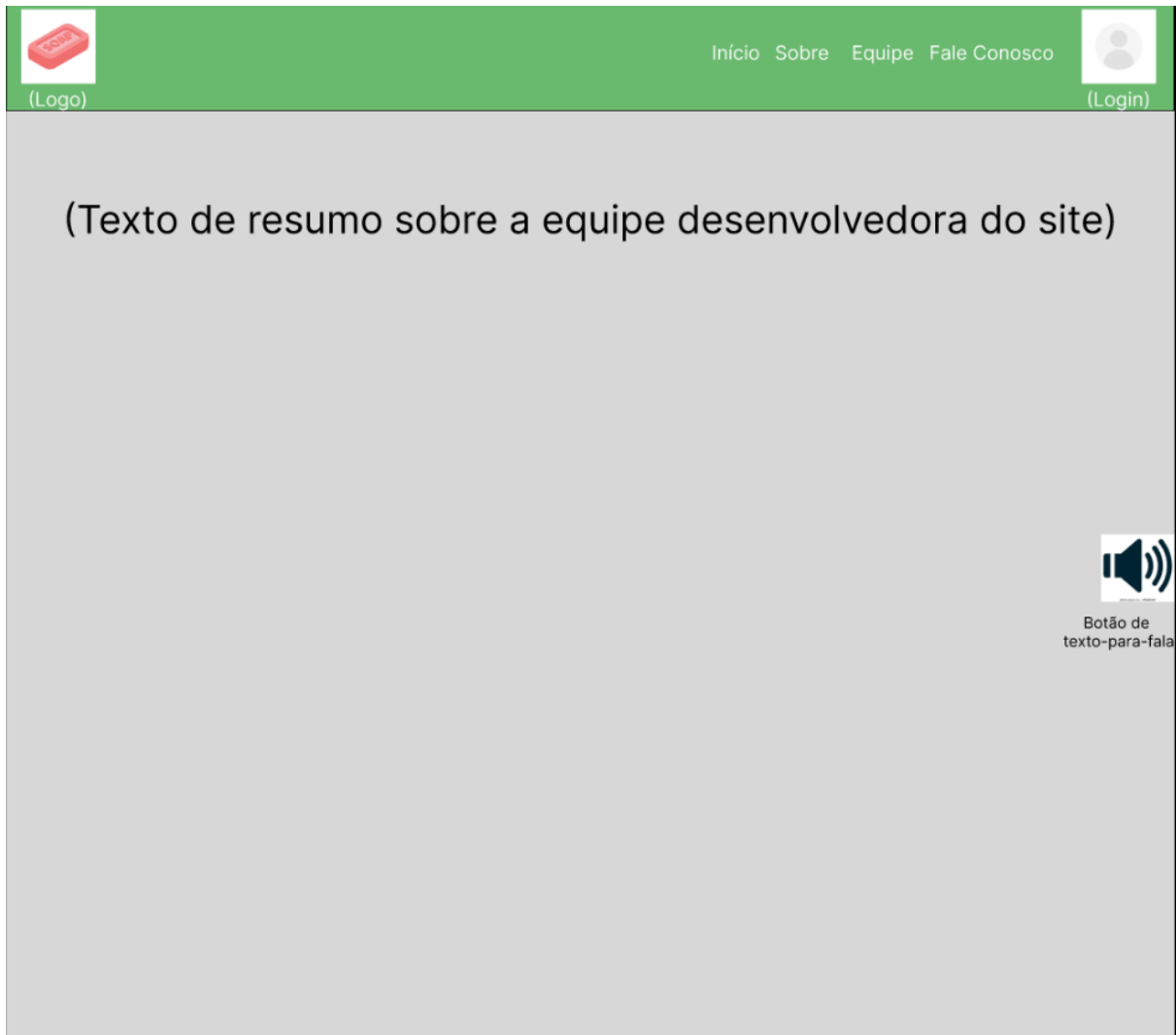
2.2.1. Tela principal



2.2.2. Tela “Sobre”



2.2.3. Tela “Equipe”



2.2.3. Tela “Fale Conosco”

