

# IHC - Entendimento do Problema de Design

Feito por: Giovana Giovanini, Isac Caria, Lucas Lima  
Rodrigues.

# Análise da situação

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.



<p>Nome, perfil</p> <p><b>Persona 1: Cliente – Camila Rocha</b></p> <p>"Adoro produtos naturais, mas preciso de praticidade para comprar."</p>	<p>Informações demográficas e comportamento</p> <p><b>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 auxiliam quanto aos seus problemas de visão parciais.</b></p>
<p>Pontos de conflitos e necessidades</p> <p><b>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.</b></p>	<p>Possíveis funcionalidades e funções</p> <p><b>Ferramenta no site de “texto-em-fala” para auxiliar sua navegação.</b></p> <p><b>Checkout simplificado e claro</b></p> <p><b>Área de avaliações de clientes</b></p>



<p>Nome, perfil</p> <p><b>Persona 2: Gerente – Rafael Lima</b></p> <p>"Preciso manter o catálogo atualizado e atender os pedidos sem complicação."</p>	<p>Informações demográficas e comportamento</p> <p><b>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.</b></p>
<p>Pontos de conflitos e necessidades</p> <p><b>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.</b></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>



<p>Nome, perfil</p> <p><b>Persona 3: Proprietária – Sandra Marques</b></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><b>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.</b></p>	<p>Possíveis funcionalidades e funções</p> <p><b>Acesso à partes simples estrutura do site (produtos disponíveis, descontos)</b></p> <p><b>Dashboard com gráficos e relatórios de vendas</b></p> <p><b>Área para cadastrar e remover usuários e definir permissões</b></p> <p><b>Editor visual de páginas</b></p>

# Mapa de empatia: Camila Rocha (Cliente)

## O que pensa e sente?

- Quer consumir produtos naturais e sustentáveis.
- Valoriza estética e transparência nos ingredientes.
- Fica frustrada com sites lentos ou com navegação confusa.

## O que vê?

- Muitos sites mal organizados.
- Produtos parecidos sem informações claras.
- Concorrentes com maior acessibilidade para sua visão.

## O que escuta?

- Recomendações de amigos sobre sabonetes veganos.
- Influencers indicando marcas artesanais.
- Reclamações sobre entregas demoradas.

## O que fala e faz?

- Comenta com amigos sobre compras online.
- Compartilha boas experiências nas redes sociais.
- Abandona o carrinho se houver problemas no checkout.

## Dores

- Dificuldade de confiar em novos sites.
- Preocupação com seu acesso às informações da página.
- Falta de informações claras sobre produtos.

## Desejos

- Processo de compra ágil e seguro.
- Descrições e textos compatíveis com ferramentas de acessibilidade
- Site com bom design e fácil de usar.

# Mapa de empatia: Rafael Lima (Gerente)

## O que pensa e sente?

- Quer que os produtos estejam sempre atualizados.
- Sente pressão para não errar no controle de estoque.
- Deseja um sistema simples para evitar retrabalho.

## O que vê?

- Sistema limitado ou desatualizado.
- Dificuldade para visualizar pedidos em tempo real.
- Dependência do dono para mudanças maiores no site.

## O que escuta?

- Clientes cobrando entregas e atualizações.
- A dona cobrando agilidade e precisão.
- Feedback dos clientes nas redes sociais.

## O que fala e faz?

- Verifica e confirma pedidos com frequência.
- Atualiza descrições de produtos.
- Reporta bugs ou erros para o dono.

## Dores

- Interface administrativa pouco intuitiva.
- Complicações ao atualizar o estoque atual de produtos.
- Dificuldade em acompanhar todos os pedidos manualmente.

## Desejos

- Painel simples para atualizar produtos.
- Notificações em tempo real de pedidos.
- Ferramentas automatizadas de gestão.

# Mapa de empatia: Sandra Marques (Proprietária)

## O que pensa e sente?

- Quer que o site represente bem a marca.
- Sente orgulho do que construiu.
- Fica frustrada quando depende de outros para fazer alterações simples.

## O que vê?

- Concorrentes investindo em marketing visual.
- Sites modernos e dinâmicos.
- Clientes exigentes com design e navegação.

## O que escuta?

- Feedbacks sobre a aparência e a usabilidade do site.
- Dicas de melhorias vindas de amigos e clientes.
- Sugestões de campanhas promocionais.

## O que fala e faz?

- Toma decisões sobre o layout e a identidade visual.
- Acompanha vendas e interage com os clientes nas redes sociais.
- Atualiza banners e textos promocionais.

## Dores

- Falta de autonomia técnica para mudanças complexas.
- Ferramentas pouco acessíveis para personalização.
- Dificuldade em monitorar o desempenho do site.

## Desejos

- Editor visual intuitivo.
- Acesso a relatórios e métricas de venda.
- Controle do conteúdo e da identidade do site.



# Cenários de problema - Camila Rocha (Cliente)

Camila acessa o site durante uma pausa no trabalho. Ela quer comprar um sabonete vegano, mas não consegue filtrar por categoria, e a descrição do produto não informa claramente os ingredientes. Além disso, devido ao seu problema de visão que faz com que ela enxergue 30% a menos em um olho e 50% a menos no outro, ela tem dificuldades a ler as informações na página e identificar as imagens. Ao tentar finalizar a compra, a página demora para carregar e ela desiste da compra.

**Problema:** Nenhuma acessibilidade no site para pessoas com problemas de visão, falta de filtros de busca e desempenho lento.

# Cenários de problema - Rafael Lima (Gerente)

Rafael percebe que um sabonete está em falta no estoque. Ele tenta atualizar o status do produto, mas o painel administrativo está confuso e leva tempo para carregar. Enquanto isso, novos pedidos continuam entrando com o produto ainda disponível, gerando reclamações depois.

**Problema:** Painel administrativo insuficiente, o que faz com que Rafael tenha dificuldades em gerenciar as opções de produtos atualmente disponíveis, sofrendo para adicionar novas ou remover as que estão em falta, o que acaba gerando falta de confiança ou decepção dos clientes pela falta de opções novas ou pela compra de uma opção que parecia estar disponível mas na realidade não estava.

# Cenários de problema - Sandra Marques (Proprietária)

Sandra quer lançar uma nova linha de sabonetes para o Dia das Mães e personalizar a página inicial com um aviso de desconto especial de 10% na compra de quatro ou mais sabonetes. Ao tentar fazer isso, percebe que precisa recorrer a um web designer para ajustes simples, pois o editor do site é limitado.

**Problema:** Falta de autonomia para editar o layout e poder adicionar seus novos tipos de sabonete como prévias aos clientes, além de não conseguir editar o site para criar, editar ou encerrar campanhas promocionais de forma prática.