



# Routed Estudo de Caso

Alberto Carvalho Sardinha  
Bruno Carmonia de Matos  
Marcos Paulo Bispo Magueta



# Sobre

- Pesquisa de usuário para a idealização de um protótipo de alta fidelidade
- Aplicativo cujo objetivo é facilitar o rastreo e envio dos produtos a serem entregues por transportadoras
- Proposta do aplicativo **Routed**
- Metodologias aplicadas pelos integrantes do grupo:
  - **Questionário** geral para a idealização do consumidor
  - **Entrevistas** específicas com foco maior nas concepções do aplicativo
  - **Shadowing** para ter uma base de comportamento dos usuários vendedores
  - **Pesquisa** sobre outras tecnologias e aplicativos parecidos buscando observar tendências.



# Proposta

- O aplicativo de alta fidelidade proposto - Routed
- Plataforma para gerenciamento e atualização de entregas
- Facilitadora de serviços de entrega entre usuários comuns e transportadoras
- Facilitar a organização e visualização dos produtos enviados ou a serem recebidos pelo usuário final.
- Entrar com contas das principais lojas e pedidos postados e atualizados serem filtrados para um mesmo local de fácil acesso e organização



# Ask - Questionário

- Questionário básico contendo 14 perguntas
- Abrangem desde idade e localidade do usuário, até sua forma de comprar produtos online:
  - Quais lojas utiliza com mais frequência
  - Realiza vendas ou participa de grupos informais de venda
  - Quais os serviços de entrega mais utilizam
  - Quais os problemas relatados nos mesmos e como costumam acompanhar o pedido/entrega
- 64 respostas após a divulgação



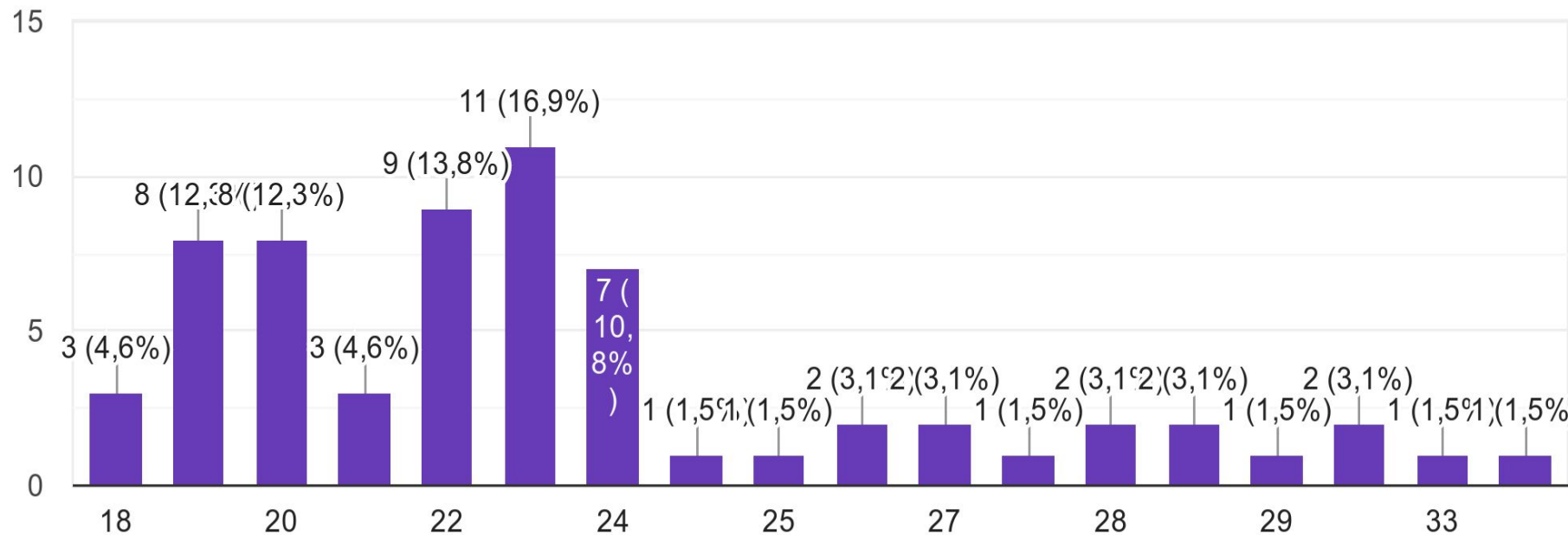


# Ask - Questionário

- Foram obtidas respostas de pessoas de 10 cidades e 3 estados diferentes
- Idades entre 18 e 33 anos
- 57% moram próximas ao centro de suas cidades
  - o que pode ser um incentivo maior para realizar compras online
- 92% das pessoas costumam comprar produtos online
  - 85% delas possuem idades entre 20 e 30 anos
  - Pessoas com essa faixa etária são potenciais usuários do aplicativo em questão
- Outra informação importante acerca das pessoas que costumam comprar produtos é que 68% dessas pessoas costumam comprar produtos com uma frequência 3 ou mais, numa escala de 1 a 5 de frequência

# Idade

65 respostas



# Cidades

Vitória da Conquista - BA

1.6%

Goiânia - GO

3.2%

Americana - SP

3.2%

Porto Seguro - BA

14.5%

Guaratinguetá - SP

1.6%

São Paulo - SP

11.3%

Caçapava - SP

3.2%

Jacareí - SP

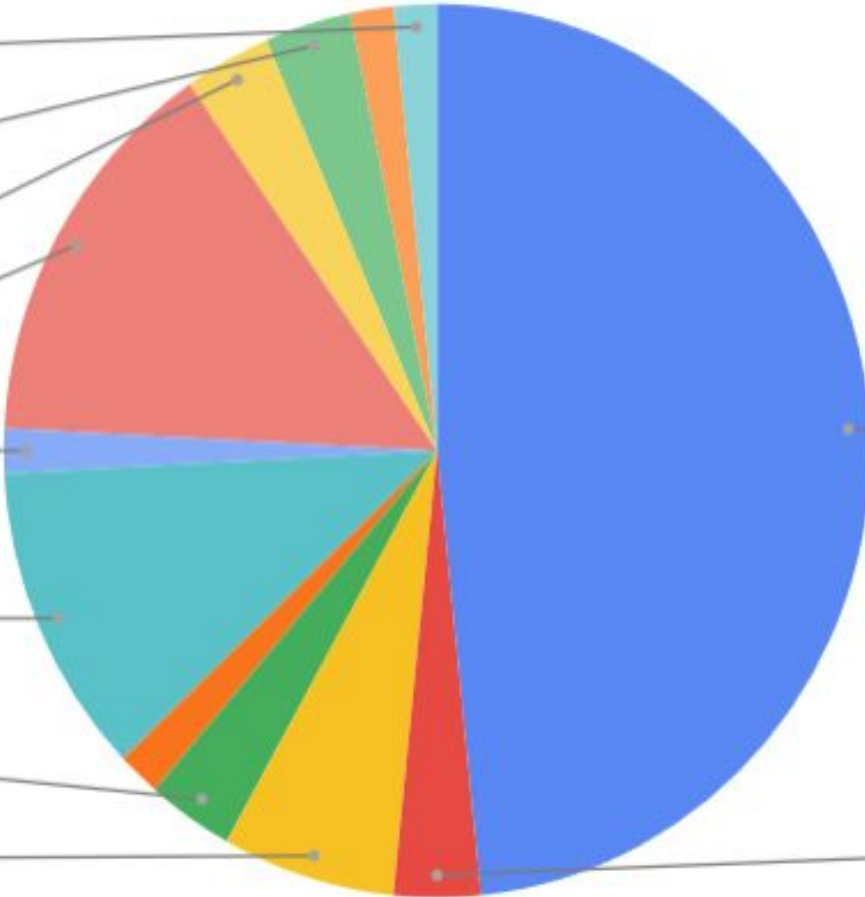
6.5%

São José dos Campos - SP

48.4%

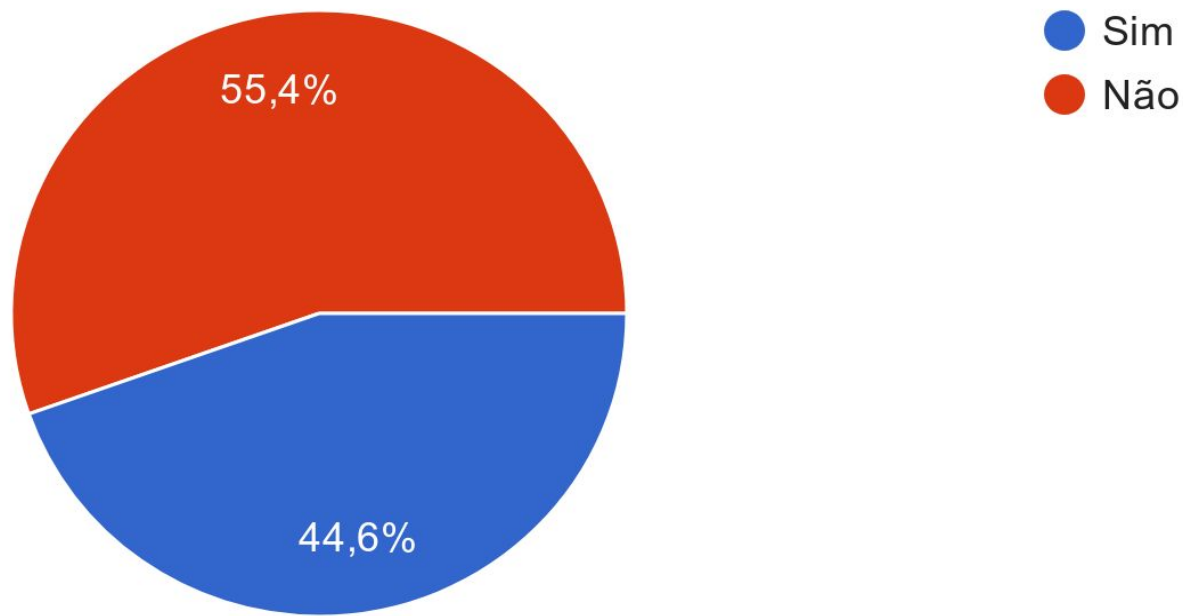
Caraguatatuba - SP

3.2%



# Você mora perto do centro de sua cidade?

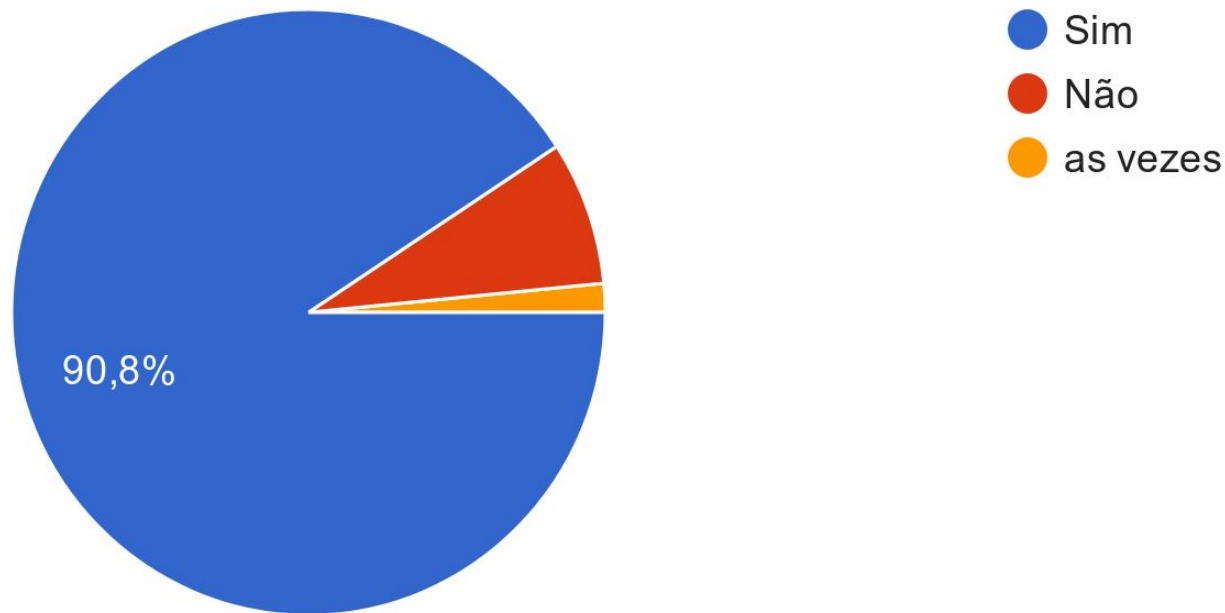
65 respostas





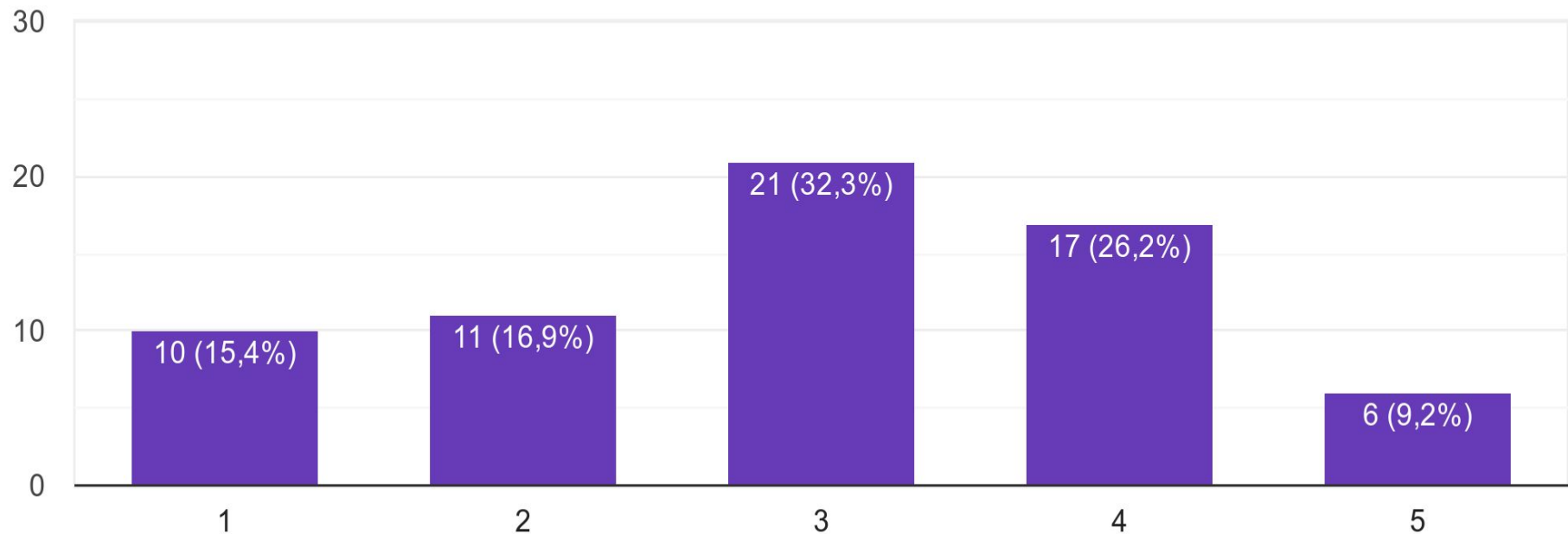
# Costuma comprar produtos online?

65 respostas



# Se costuma comprar, com que frequência ?

65 respostas



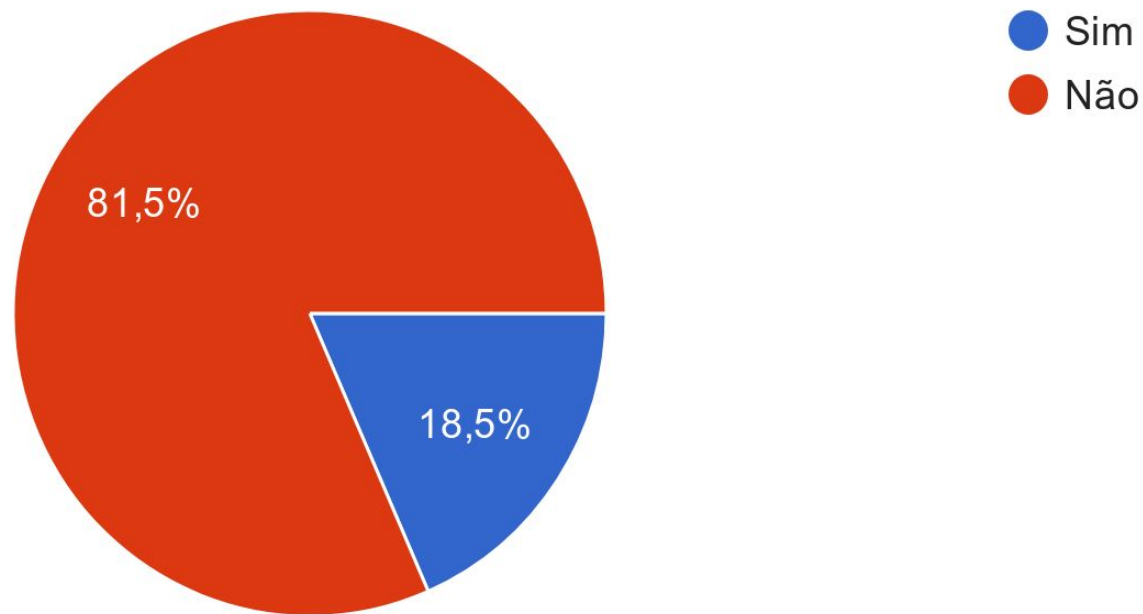


# Ask - Questionário

- Apenas 19% das pessoas possuem prática de vendas online
  - Sendo que 91,7% delas costumam entregar os produtos pessoalmente ou por meio de transportadoras
- 89.1% dos usuários utilizam várias lojas virtuais para as compras de seus produtos
  - Do mesmo grupo 50.8% fazem compras de produtos informalmente, sem uma empresa como intermediária
- A respeito das lojas virtuais que utilizam as cinco principais foram:
  - Mercado Livre, Americanas, Amazon, Submarino, Netshoes
- Outra informação interessante é a utilização de marketplaces do Facebook e de lojas de importação chinesas tais como AliExpress e GearBest

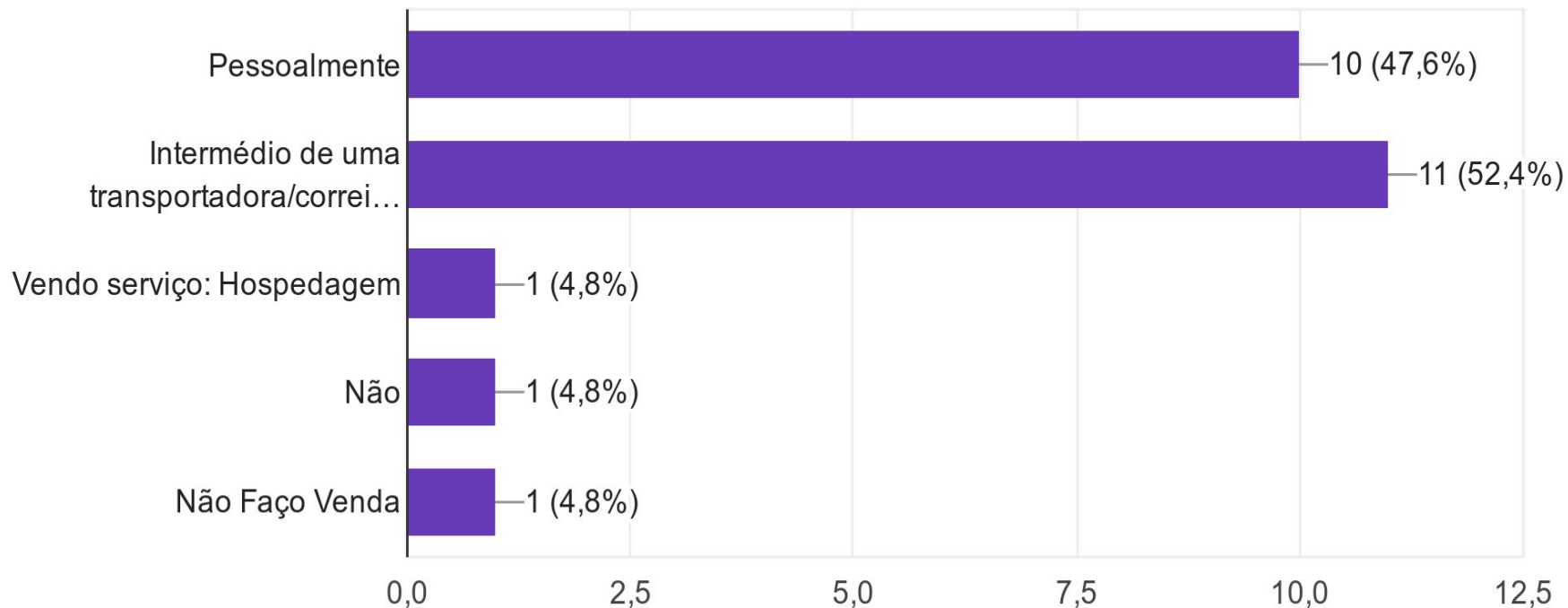
# Você faz vendas de produtos online?

65 respostas



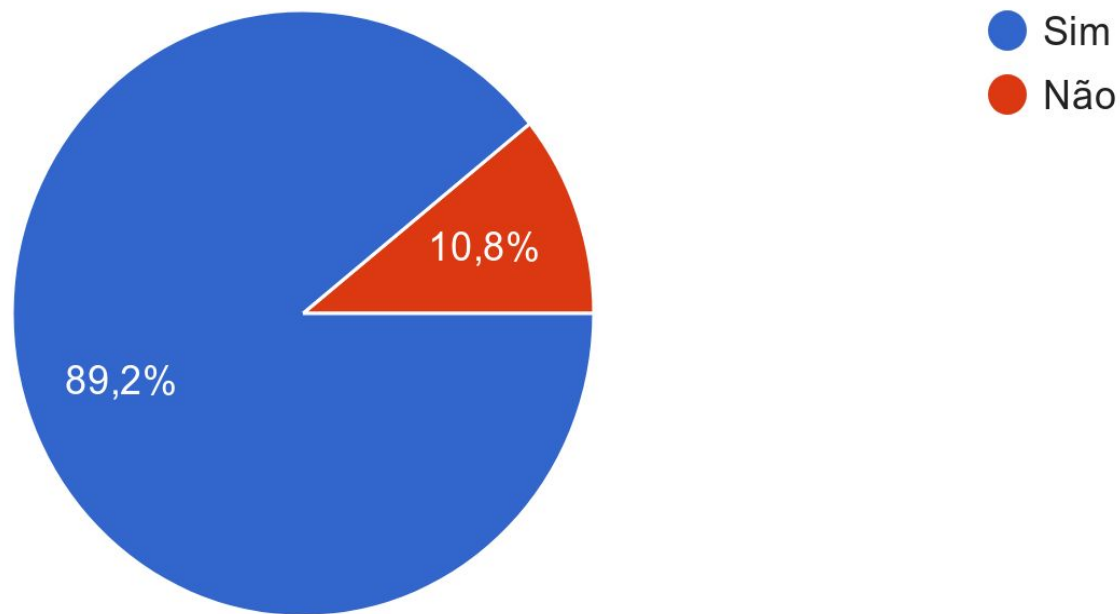
# Caso faça venda de produtos online, como costuma entregar?

21 respostas



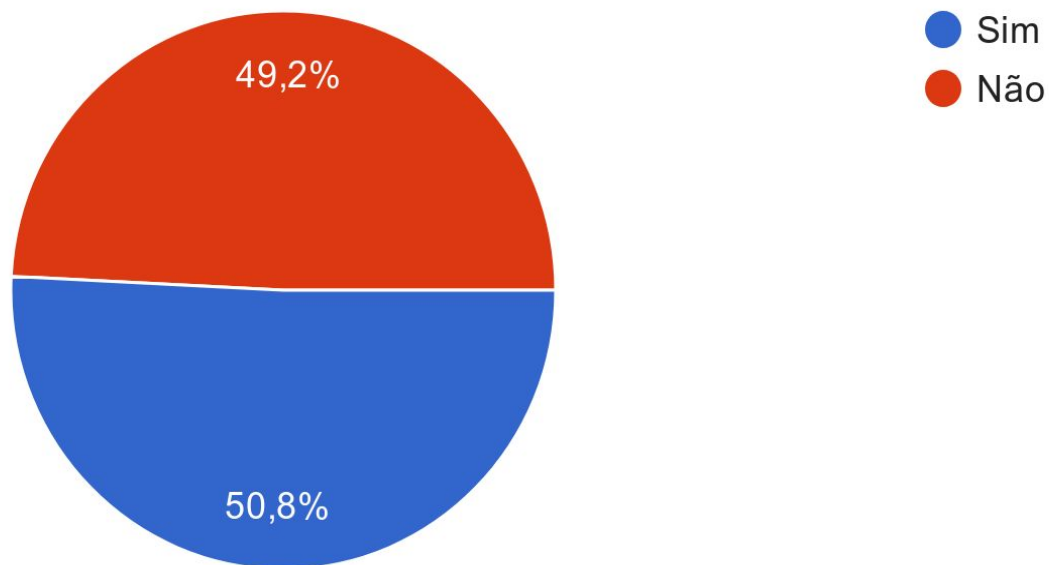
# Você usa várias lojas virtuais para suas compras?

65 respostas

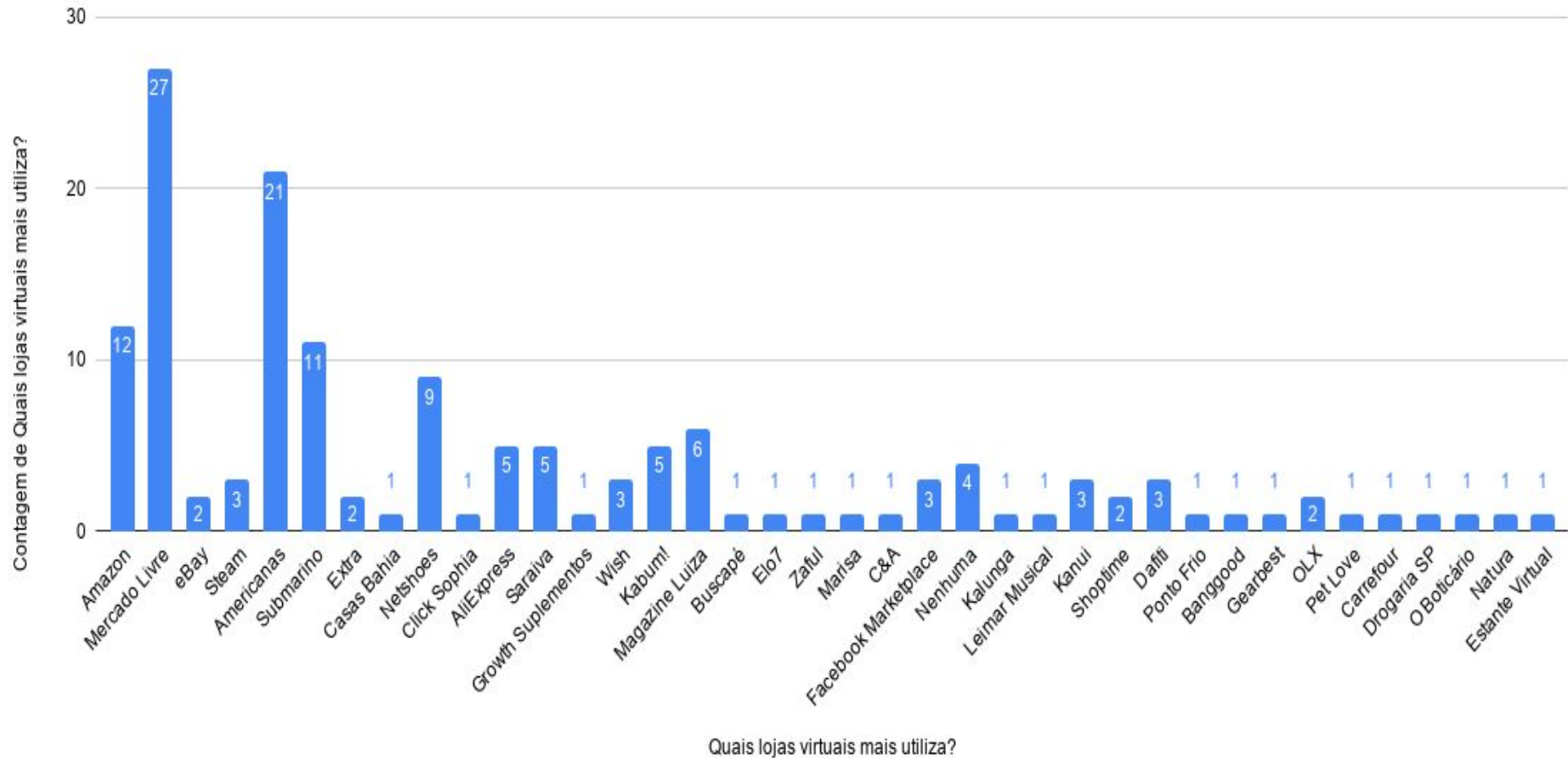


# Faz compras de produtos informalmente? (grupos do Facebook, por exemplo)

63 respostas



## Contagem de Quais lojas virtuais mais utiliza?





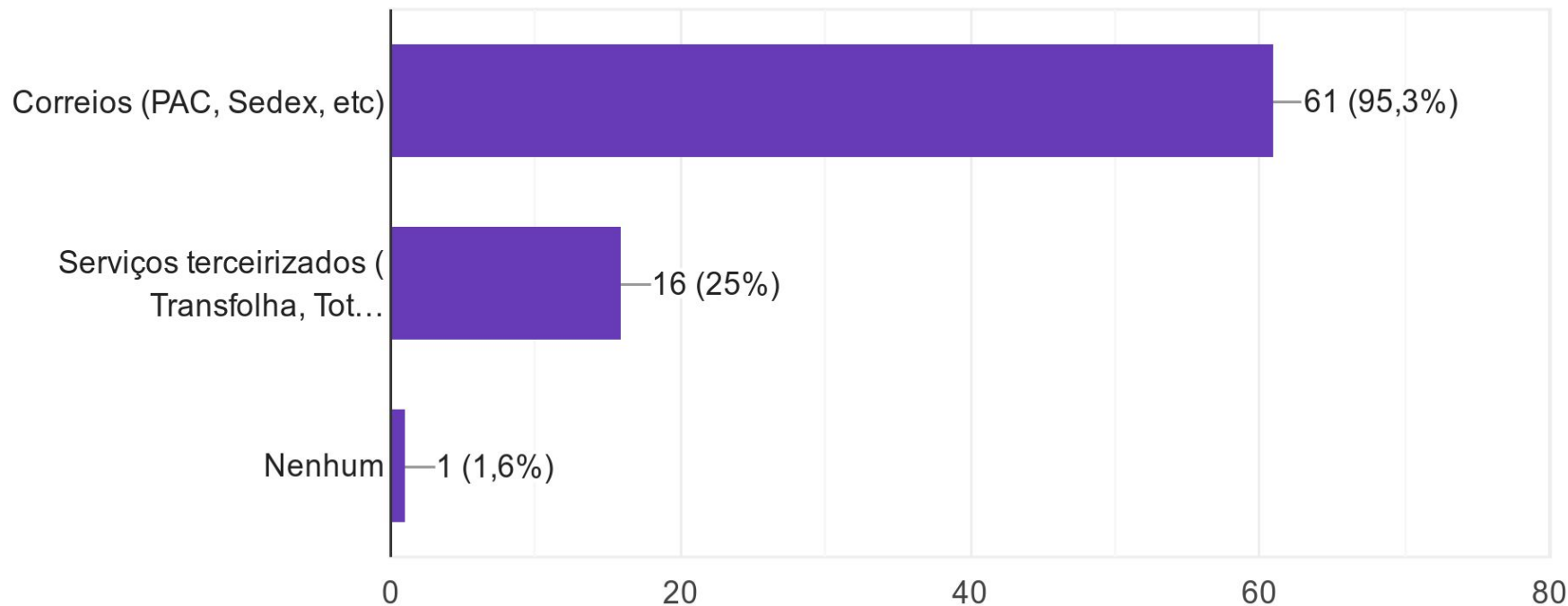


# Ask - Questionário

- 95% dos usuários utilizam o sistema dos Correios
  - além desse serviço 25% também usam de serviços terceirizados
- A maioria das respostas apontam para o acompanhamento de entrega por meio de sites da loja ou nos próprios sites das transportadoras, com média de 65% dos usuários, seguidos por acompanhamento via e-mail e por SMS
- Além disso 79,7% dos usuários consideraram os serviços atuais de entrega entre medianos a bons, e entre as reclamações dos serviços estão a falta de velocidade de entrega e a falta de atualizações nas postagens

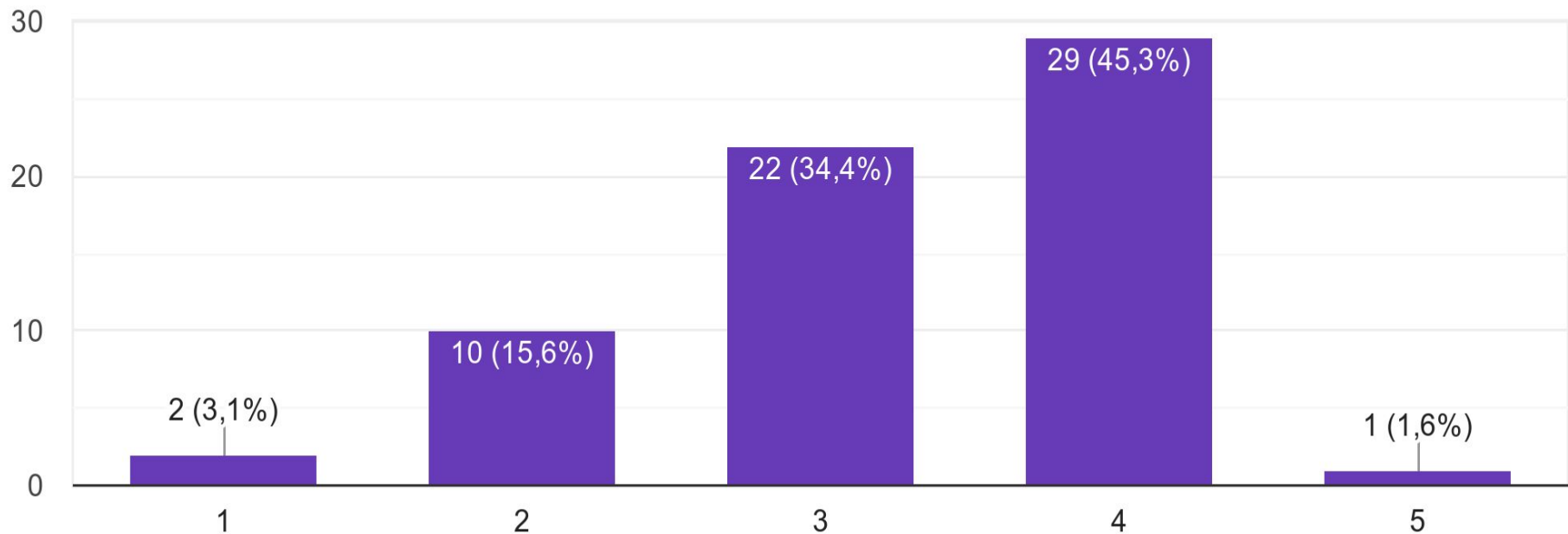
# Quais os serviços de entrega geralmente utiliza?

64 respostas



# O que acha dos serviços de entrega atuais?

64 respostas





# Ask - Entrevista

- Foram feitas entrevistas com 10 pessoas entre 20 e 56 anos de idade.
  - Durante as entrevistas, os entrevistados foram perguntados sobre hábitos de compra e rastreamento de pedidos online, além disso, foram feitas também algumas perguntas em relação aos aplicativos mais usados pela pessoa
- Todas possuem o hábito de comprar produtos online
  - 70% das pessoas compram produtos online com uma frequência maior ou igual a 3 (1 a 5)
- As lojas mais utilizadas pelos entrevistados nas compras online são Amazon, Mercado Livre e Kabum
  - Prática comum o rastreamento dos pedidos por meio do site da transportadora/correios, utilizando o código de rastreamento ou link direto para a transportadora que geralmente são enviados por e-mail



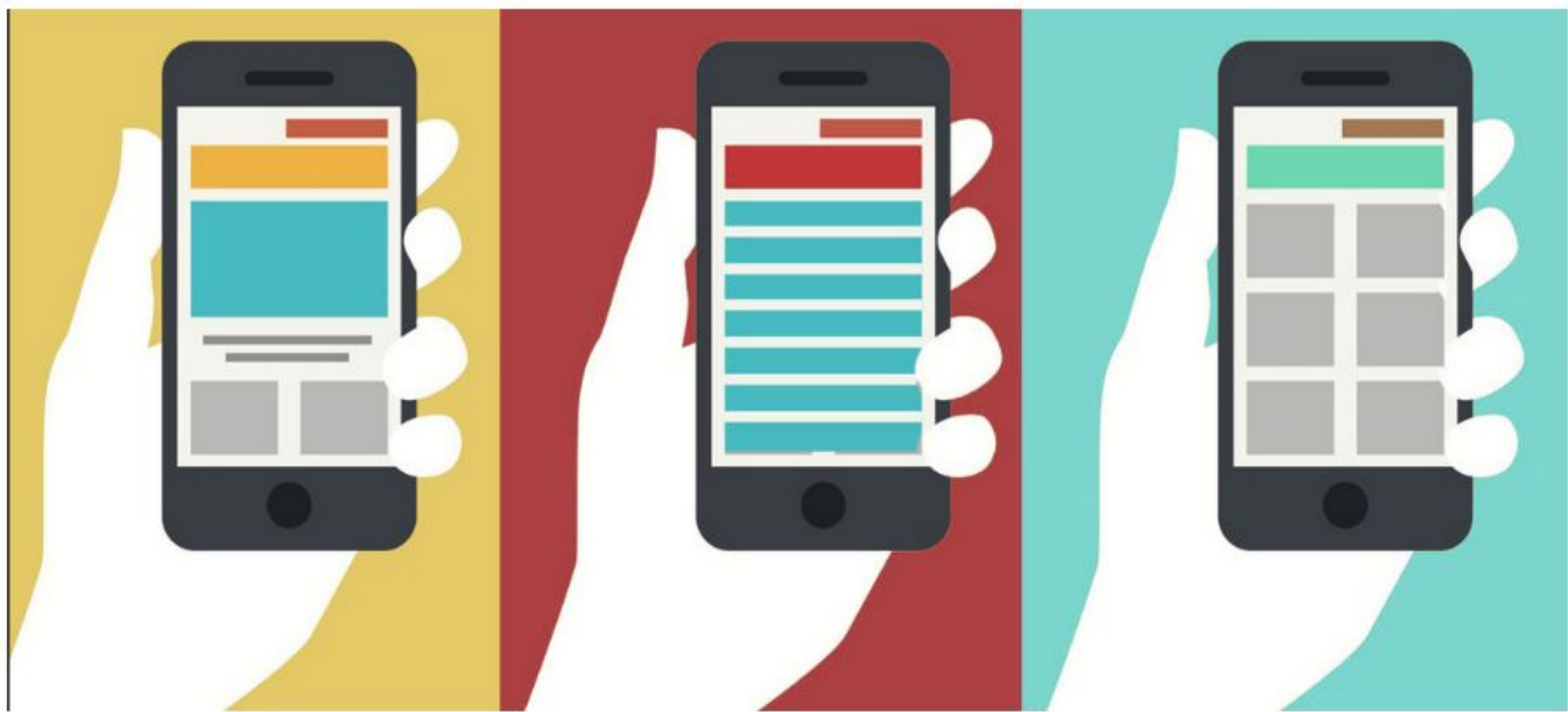
# Ask - Entrevista

- Também foi perguntado aos entrevistados sobre os aplicativos que eles mais utilizam, além das redes sociais, assim como os maiores problemas e as melhores virtudes desses aplicativos
- Os aplicativos mais utilizados pelos entrevistados são aplicativos de banco em geral e o YouTube.
- Em relação aos problemas de usabilidade encontrados de modo geral pelos entrevistados, parte deles estão relacionados à disposição das informações no aplicativo assim como a navegação pelo mesmo, reforçando a importância de se desenvolver uma interface clean e intuitiva, de modo que não haja informações demais na tela ao passo que as informações importantes não sejam de difícil acesso



# Ask - Entrevista

- Em contrapartida, a maioria dos elogios feitos pelos entrevistados a alguns aplicativos estão relacionados à facilidade de acesso às informações e a navegação pelo aplicativo, além da possibilidade de personalização do aplicativo
- Em relação às redes sociais, por sua vez, a maioria das reclamações estão relacionadas à informações desinteressantes na tela, como notificações e propagandas irrelevantes
- Uma imagem foi mostrada aos entrevistados e os mesmos foram perguntados sobre qual das telas da imagem é a mais bonita e qual é a melhor para visualizar informações
  - A tela escolhida como a mais bonita foi a tela de letra 'A', ao passo que a tela escolhida como a melhor para a visualização de informações foi a tela de letra 'C'.



**A**

**B**

**C**



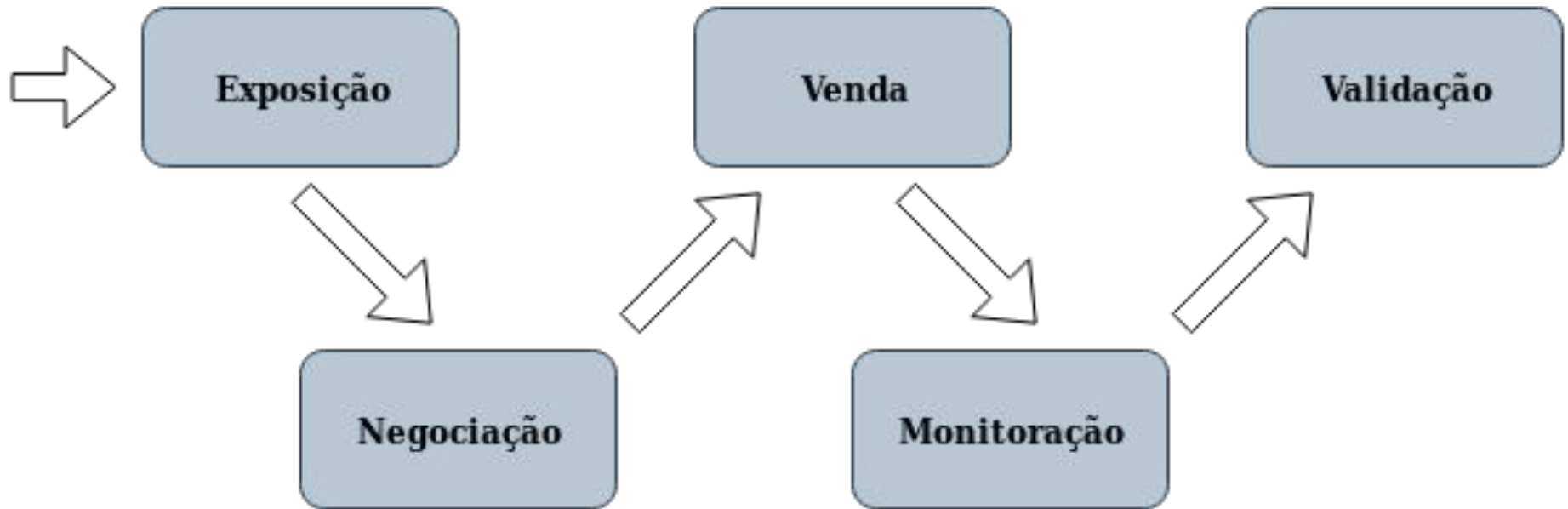
# Look - Shadowing

- Foram observados processos de vendas informais em grupos de redes sociais.
- Estas vendas correspondem à grande parte do ideal creditado ao protótipo
- Entender o processo de interação dos indivíduos em um ciclo de exposição, negociação, venda, monitoração e por fim, validação.
- Para a análise experimental, um vendedor foi analisado em um processo de venda e um comprador em contraponto.





# Look - Shadowing - Processo





# Shadowing - Vendedor

- O primeiro vendedor observado anunciou um produto às 17:45;
- O produto consistia em "amiibos" de certo grau de demanda;
- O preço estava um pouco abaixo da média em que os outros foram vendidos;
- Dois minutos depois, outros dois usuários da plataforma de vendas do Facebook comentaram barganhando e indagando o frete para os respectivos endereços;
- Vendedor consultou a faixa de frete considerando aumentar um pouco o lucro com a entrega;
- As opções de entrega eram envio via PAC/Sedex ou entrega pessoal;



# Shadowing - Vendedor

- A entrega pessoal foi descartada quase que de imediato na negociação por limitantes de distância;
- Logo em seguida, dos possíveis compradores, ambos iniciaram um leilão;
- O vendedor escolheu um usuário que apareceu logo em seguida oferecendo um valor ligeiramente maior;
- Logo em seguida, a negociação ocorreu por chat;
  - Algo interessante a ser mencionado é que, o comprador em questão não aparentou estar apreensivo na compra informal;



# Shadowing - Vendedor

- O vendedor apenas o enviou um código QR code um aplicativo de pagamentos, que foi pago com prontidão, após isso o endereço foi requisitado, o vendedor informou o frete, levando em outro QR code;
- Segundo o vendedor, o produto seria postado na manhã da segunda em alguma agência dos Correios, e quando o foi feito, seguiu o envio imediato de uma foto do vendedor com o produto ainda na agência para o cliente, acompanhado do código de rastreio;
- Na quarta o produto foi recebido e validado pelo cliente, seguido de um comentário no anúncio agradecendo e avaliando o vendedor.
  - É perceptível que existe um grau de confiança entre os vendedores.



# Shadowing - Comprador

- Outra perspectiva necessária para análise é a do papel de compradores. Para isso, um comprador regular, colecionador de jogos, concedeu permissão para comentar e ser observado em um processo de compra informal online;
- Por volta das 17:10h de uma quinta-feira, o comprador iniciou um processo de análise dos anúncios, avaliando com diferentes sites de apoio com preços diversificados;
- Após a análise dos itens para venda, um foi escolhido, uma cópia do jogo "Fire Emblem Radiant Dawn" foi a escolhida, é um item caro e de certa raridade e preciosidade para colecionadores, desta forma, a aparência do anúncio indicava todo um processo cirúrgico de cuidado com o produto, bem como a credibilidade do comprador;



# Shadowing - Comprador

- Havia um outro anúncio do mesmo item, porém o CD estava exposto sobre a capa em piso; ao ver o anúncio, o comprador em questão começou a resmungar, descartando-o completamente;
- Em seguida da meticulosa análise, o vendedor foi escolhido e o envio foi combinado nos mesmos moldes do que já foi descrito: o CEP foi enviado para confirmação da taxa de frete, assumindo uma margem de erro acima do valor estipulado para suprir custos de envio, como empacotamento;
- O comprador efetuou o pagamento por QR, confiando totalmente no vendedor;



# Shadowing - Comprador

- O produto foi enviado por carona de um amigo de um dos outros usuário do grupo, que faz entregas frequentes, segundo o comprador;
- O processo foi acompanhado por GPS e atualizações constantes do produto por parte do entregador;
- O produto chegou no mesmo dia pela noite pelo entregador, que cobrou uma taxa pelo serviço prestado;
- Dentro do carro era perceptível um grande volume de mercadorias, sinalizando que mais entregas seriam feitas.



# Avaliação Heurística - Correios

- Tempo de carregamento; [1]
- Permissões duvidosas; [2]
- Dados de entrada inconsistentes na tela de login; [10]
- Campos sem descrição detalhada do formato de dados, como telefone; [10]
- Falta de feedback para as ações tomadas; [9]
- Sistema de chamadas para reestabelecimento de login com número inexistente; [9]
- Tela de login vazia, com poucas opções consistentes ao propósito; [8]
- Falta de consistência entre os aplicativos da mesma companhia, que por sua vez estão divididos em diversos módulos independentes e redundantes; [4]
- Opções que linkam estes aplicativos mencionados; [4]
- Opções duplicadas na mesma tela, ou dispostas em menus de fácil acesso desnecessariamente; [3]





# Avaliação Heurística - Correios

- Timeline de rastreio de pacotes com texto inconsistente e de difícil identificação dos pontos importantes; [6]
- Features com nomes incorretos ou inteligíveis e com ícones duvidosos (Senhas de atendimento é um módulo de mensura do tempo gasto em uma agência X); [6,2]
- Opções “quebradas”, dependentes de outras opções (Senhas de atendimento); [7]
- Aplicativo para de funcionar se uma pesquisa de endereço é efetuada; [9]
- Valores de entrada inúteis, como nome do remetente e destinatário para verificação do preço de envio em formulário de endereço. [2]