



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



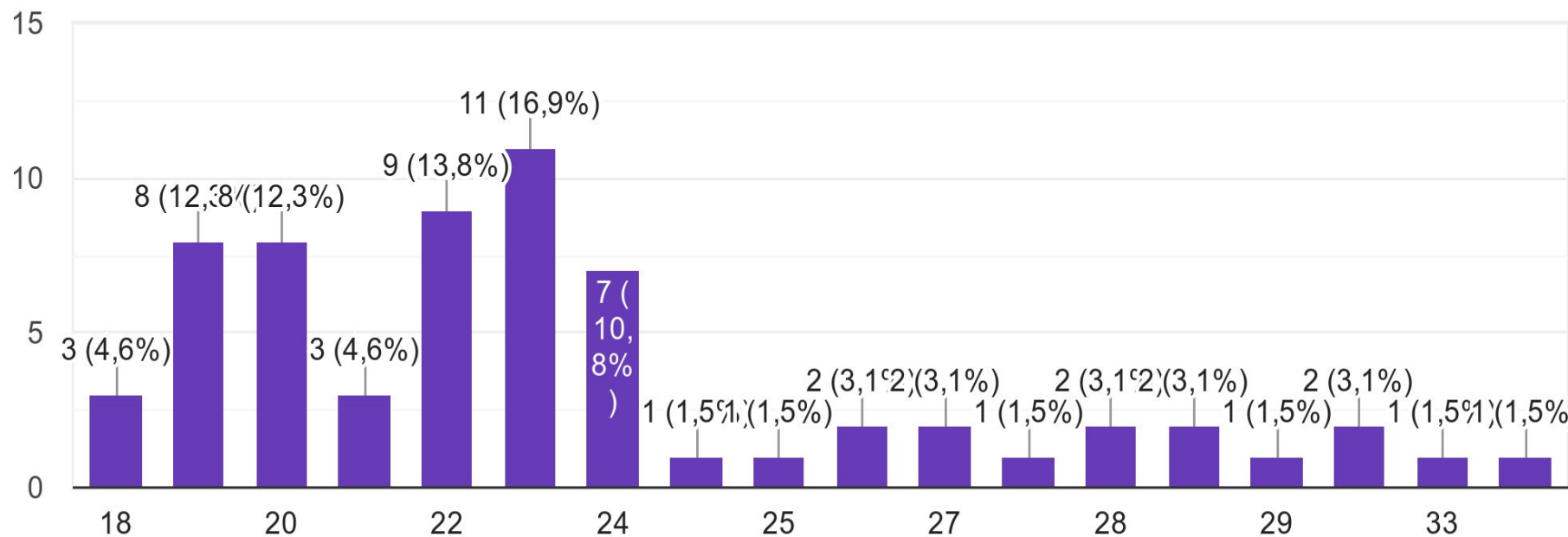


Ask - Questionário

- Foram obtidas respostas de pessoas de 10 cidades e 3 estados diferentes
- Idades entre 18 e 33 anos
- 45% 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

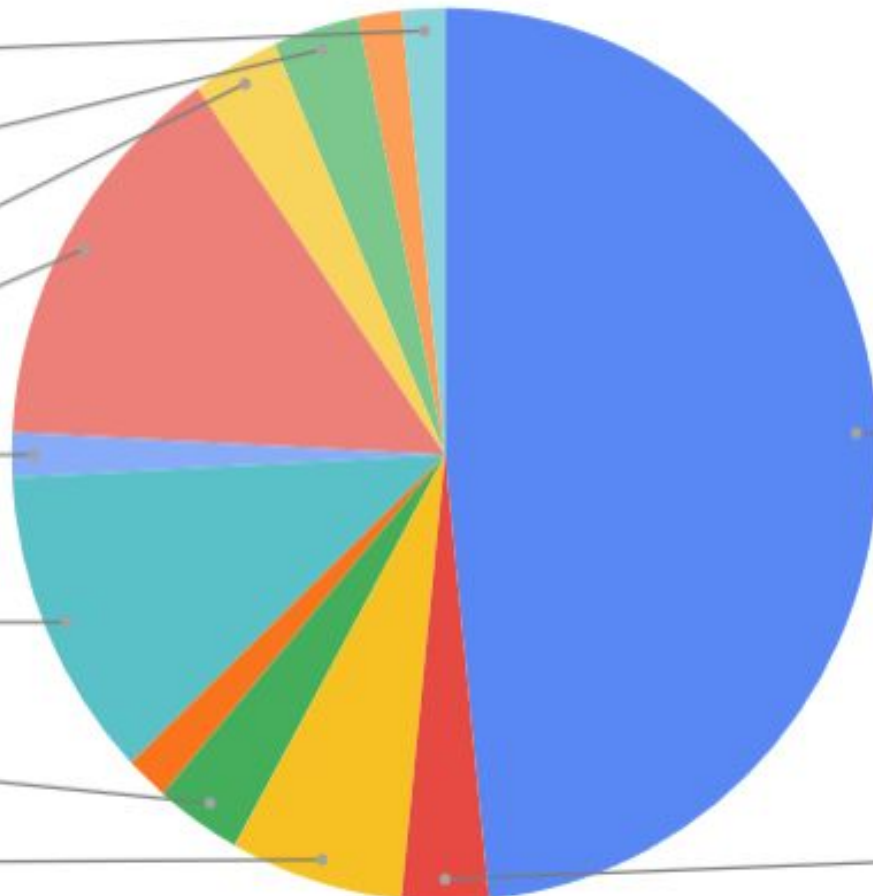
6.5%

São José dos Campos - SP

48.4%

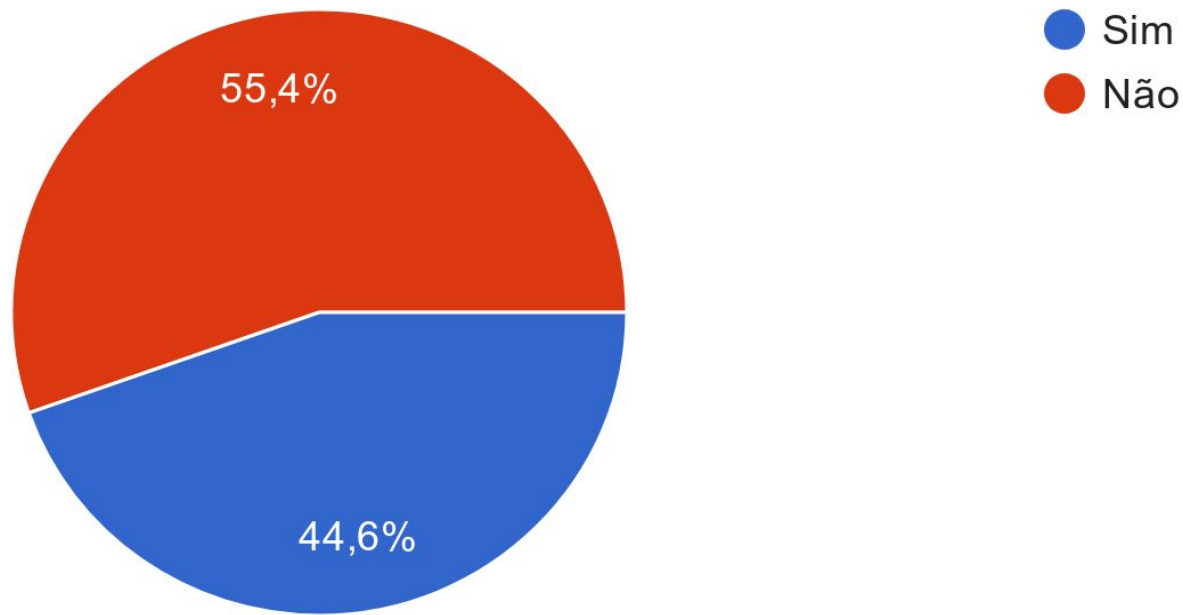
Caraguatatuba - SP

3.2%



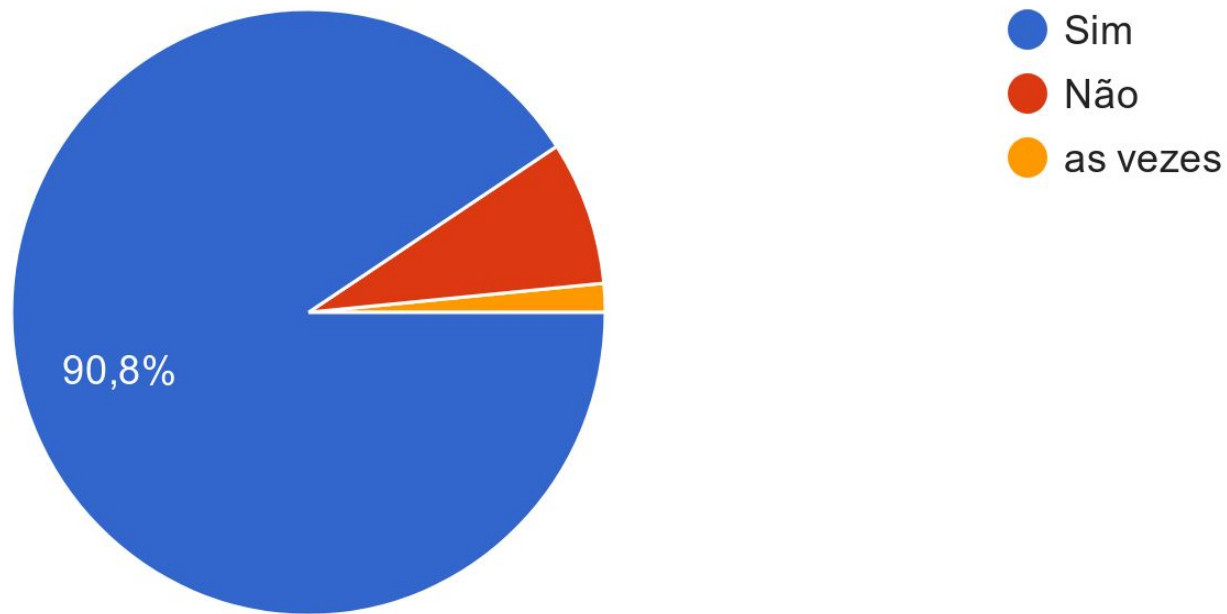
Você mora perto do centro de sua cidade?

65 respostas



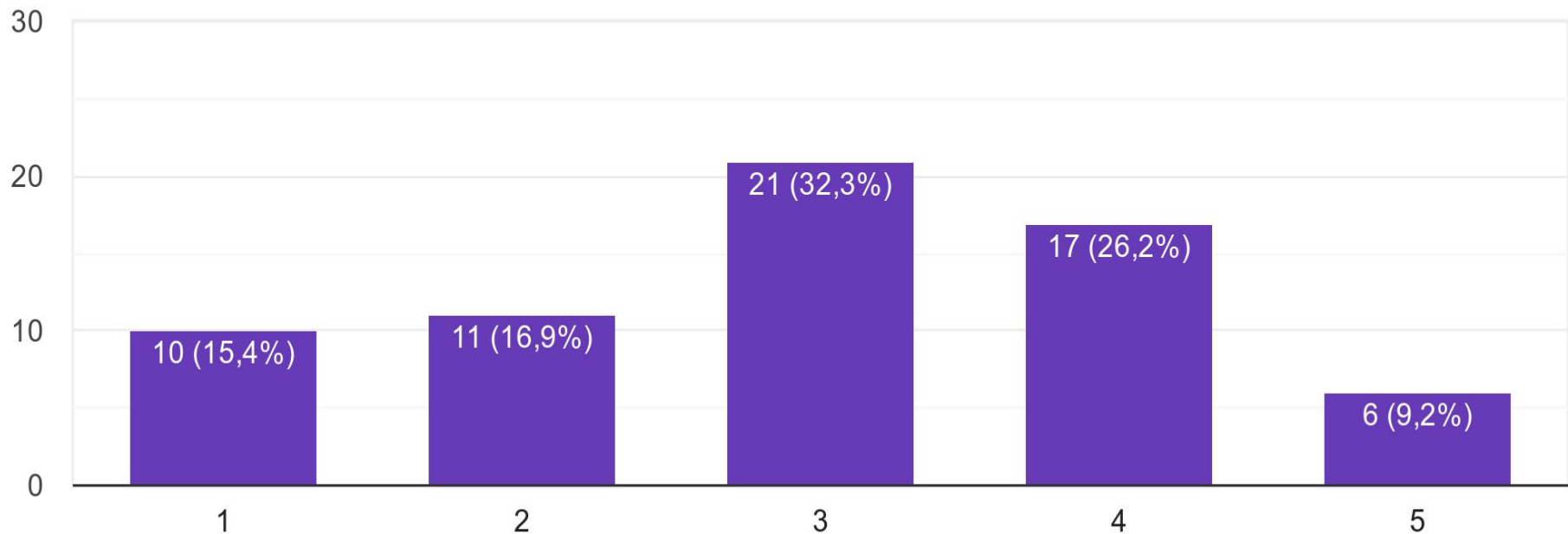
Costuma comprar produtos online?

65 respostas



Se costuma comprar, com que frequência ?

65 respostas



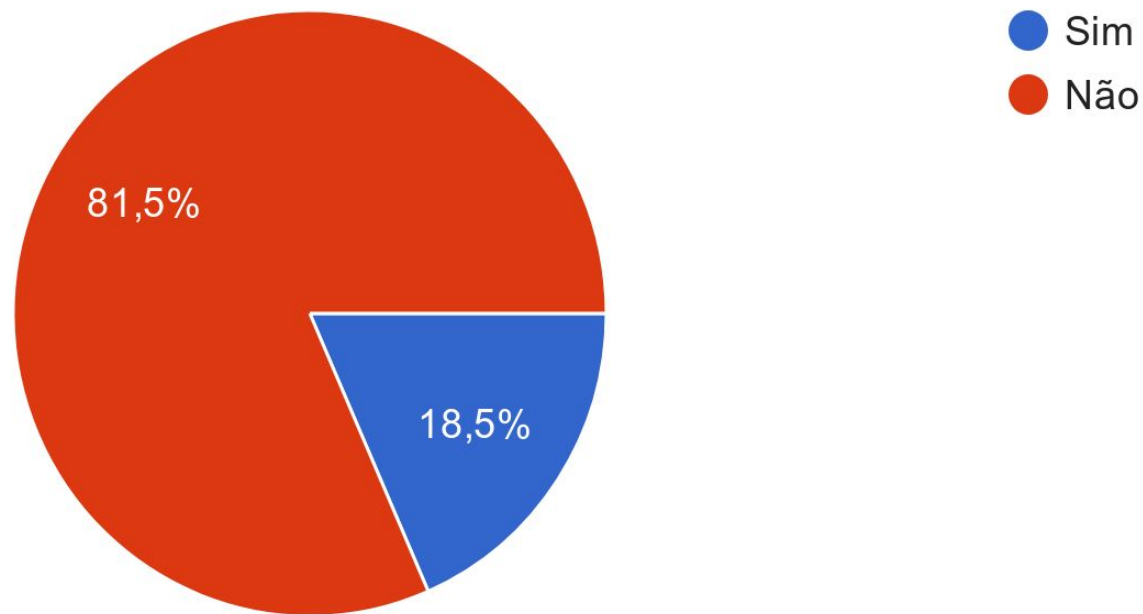


Ask - Questionário

- 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

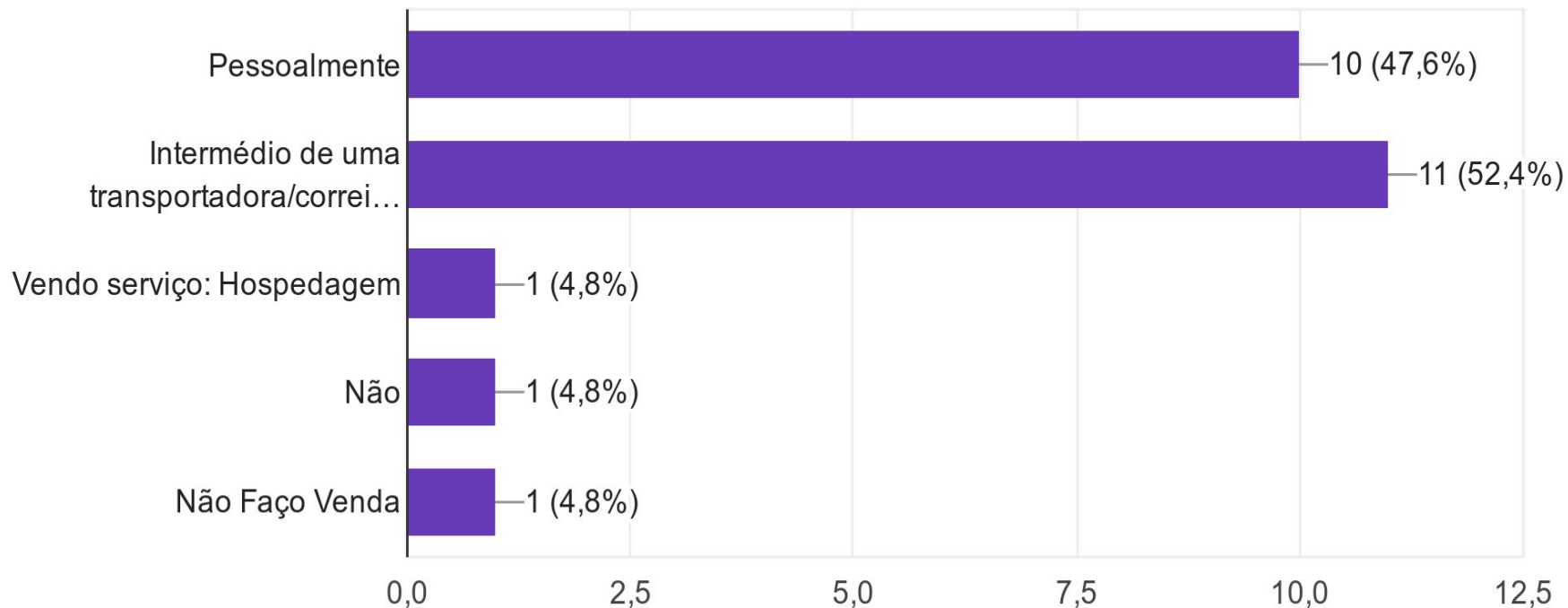
Você faz vendas de produtos online?

65 respostas



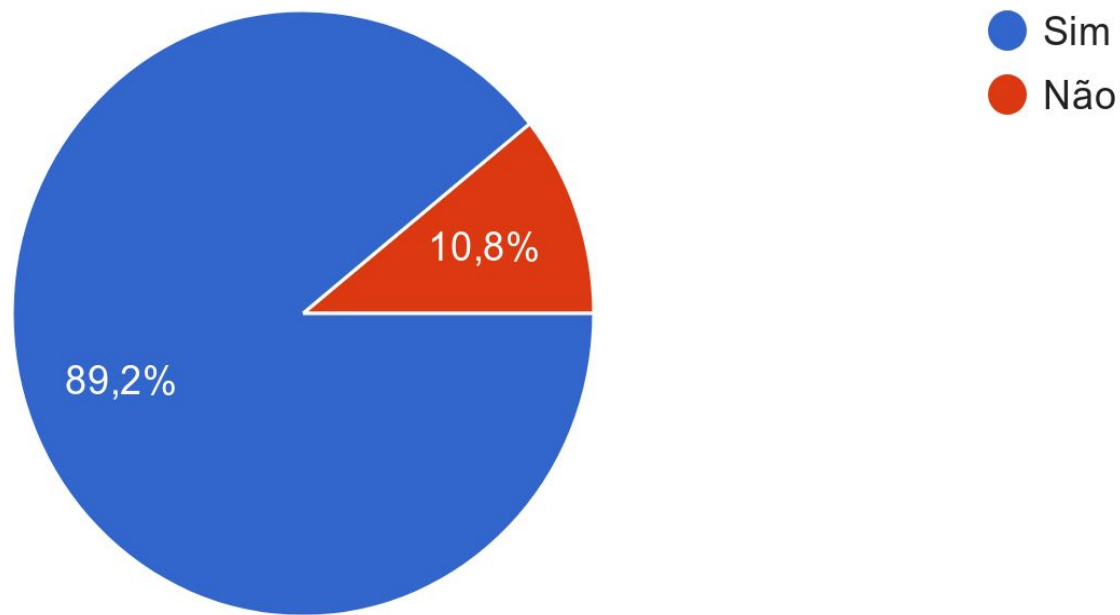
Caso faça venda de produtos online, como costuma entregar?

21 respostas



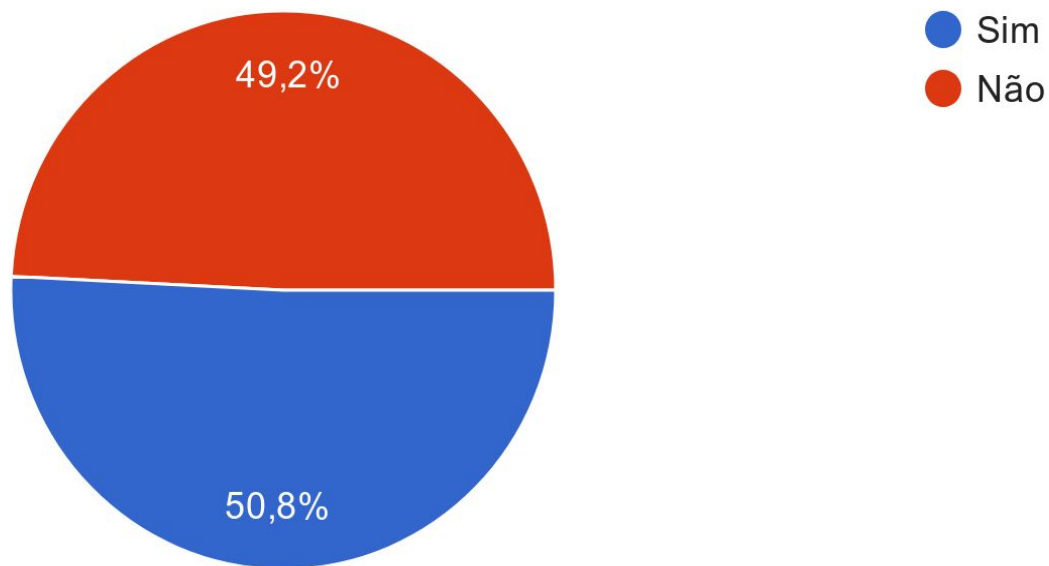
Você usa várias lojas virtuais para suas compras?

65 respostas

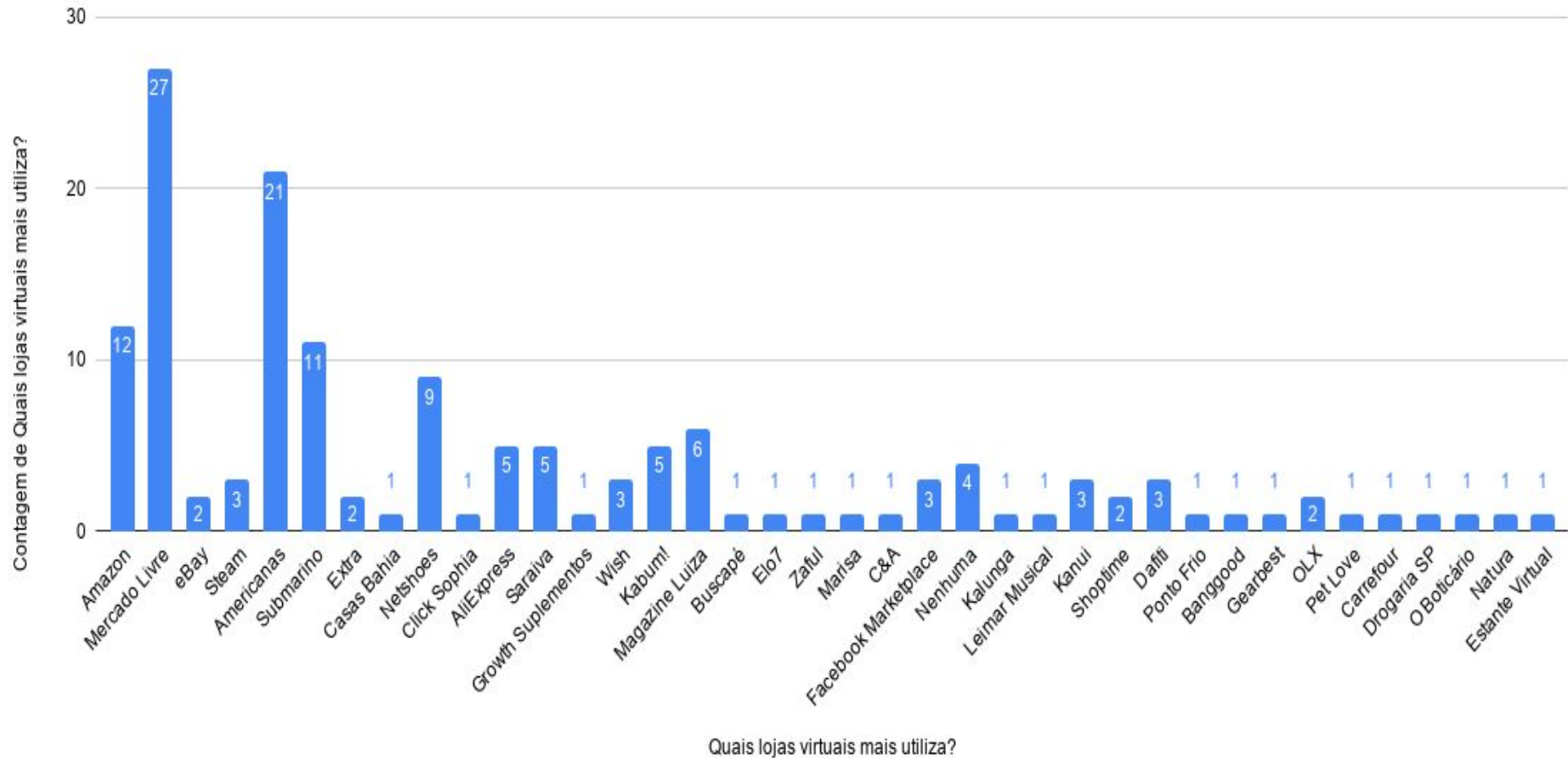


Faz compras de produtos informalmente? (grupos do Facebook, por exemplo)

63 respostas



Contagem de Quais lojas virtuais mais utiliza?



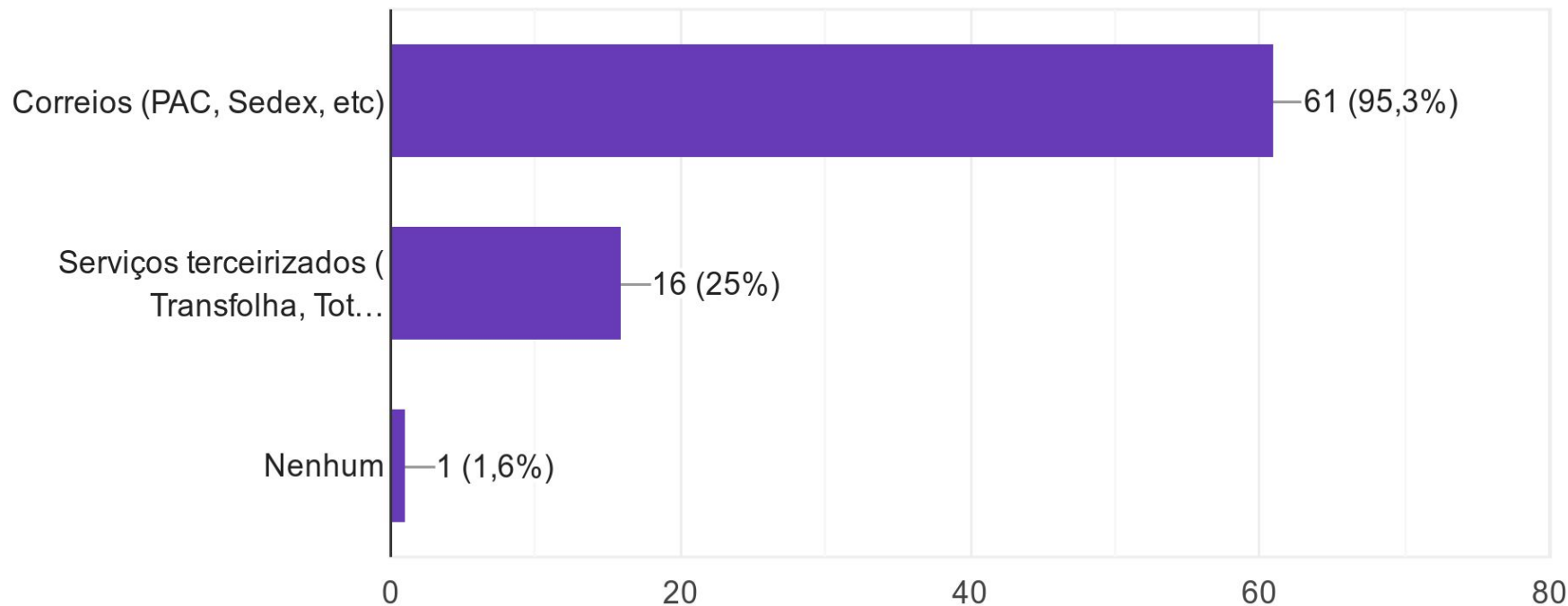


Ask - Questionário

- 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

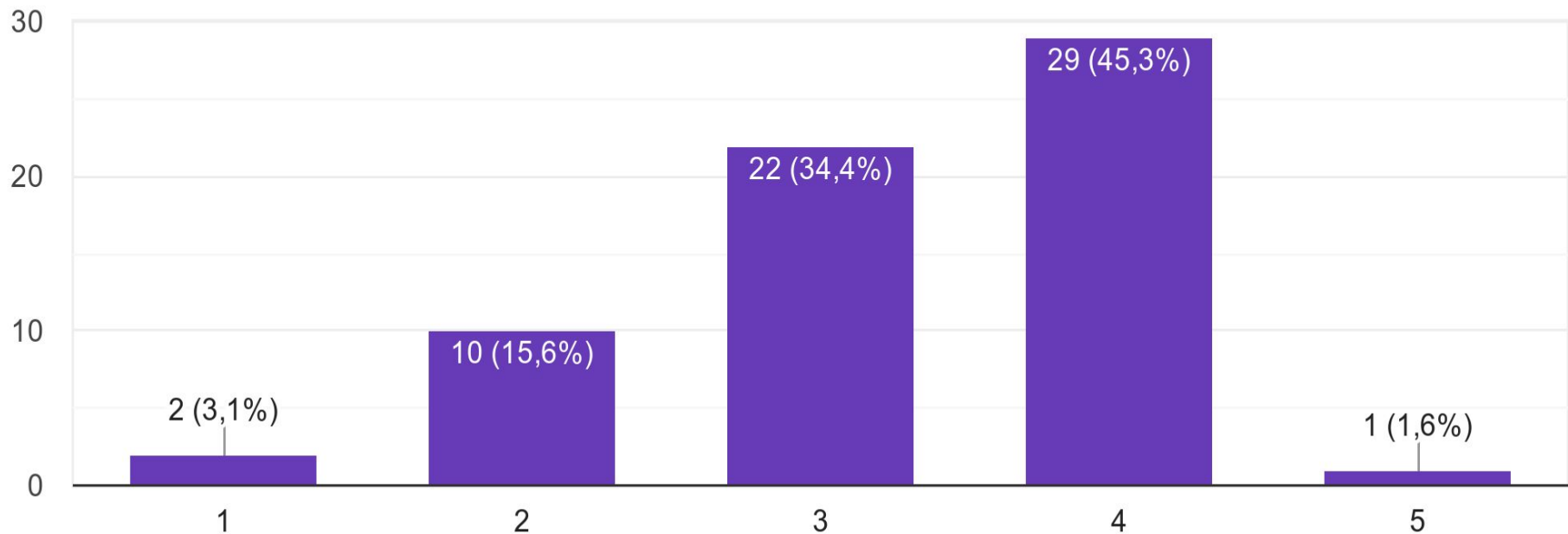
Quais os serviços de entrega geralmente utiliza?

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



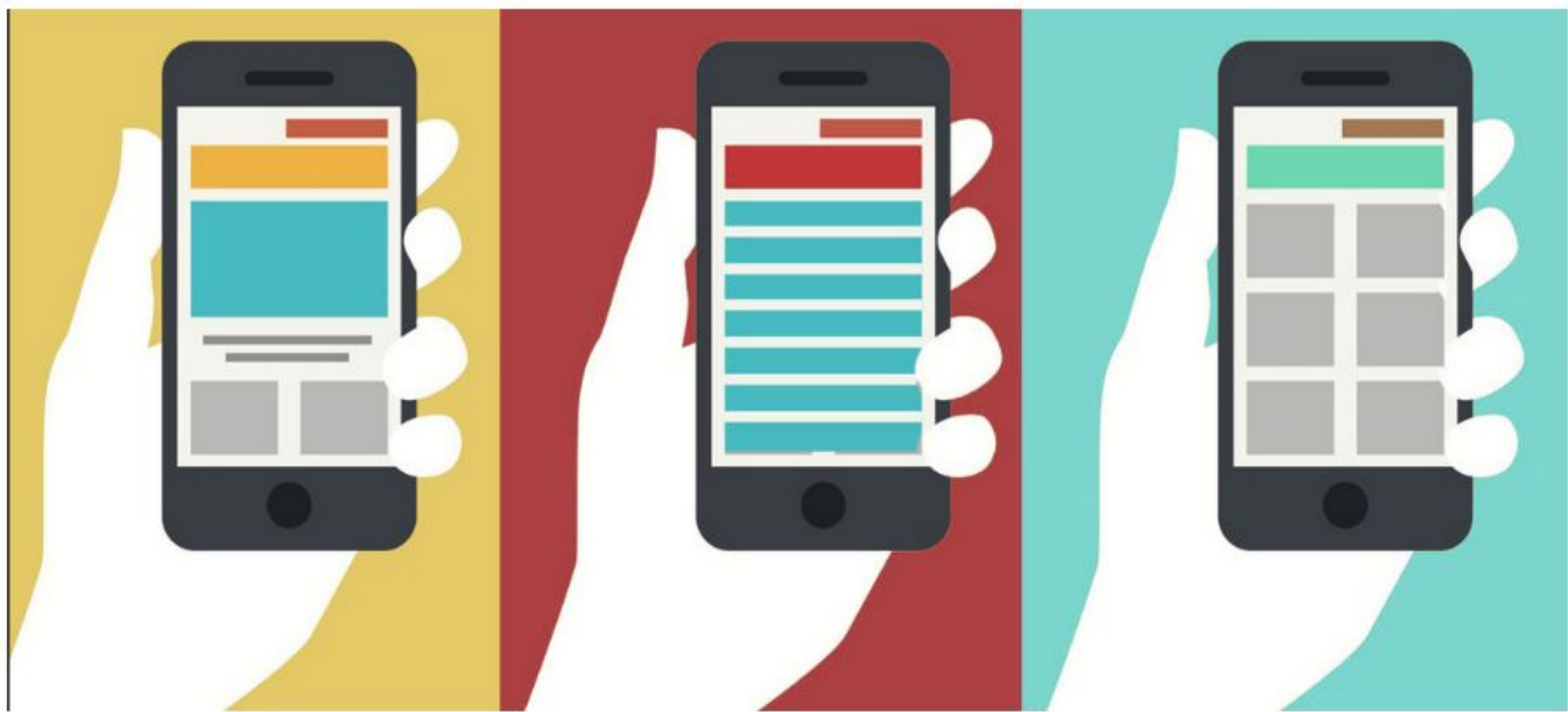
Ask - Entrevista

- 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

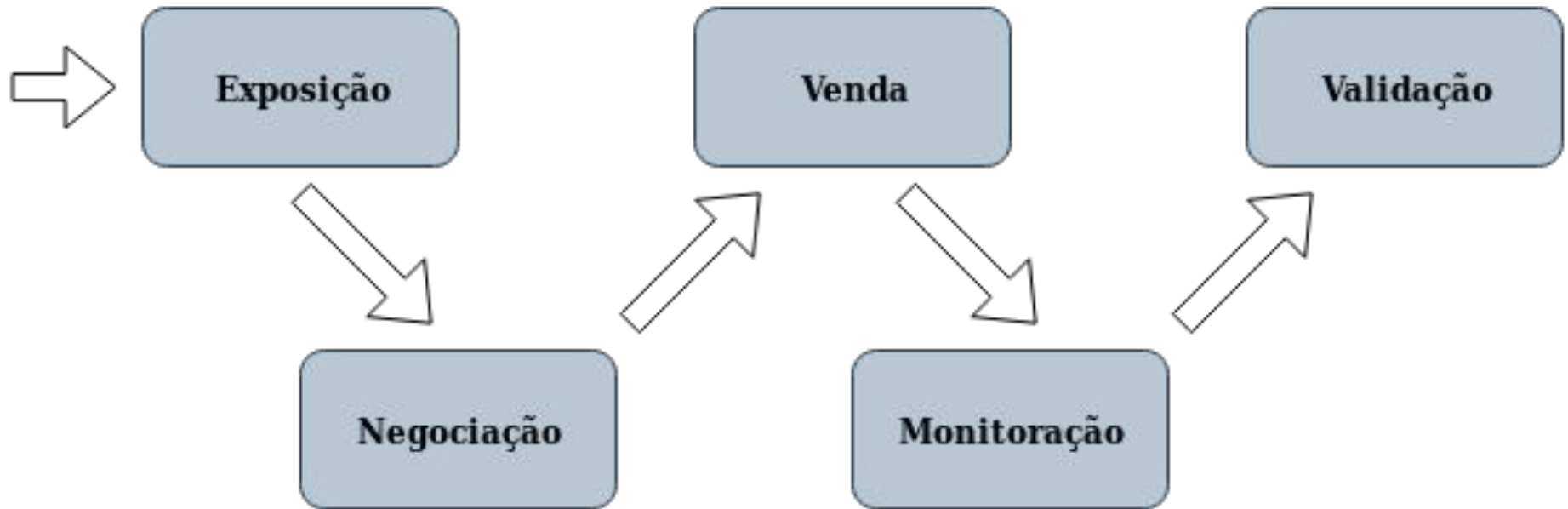


Look - Shadowing

- 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]