

1. Introdução

Esta análise de utilizadores e tarefas realizada por nós, tendo por objetivo organizar as perguntas que iremos realizar aos utilizadores, e, desta forma, conseguir tirar mais proveito do questionário AUT. Para tal pretendemos com esta análise feita por nós, compreender com detalhe os potenciais utilizadores, as suas características, tarefas, e preferências, de modo a identificar os requisitos necessários para o desenvolvimento de uma interface interativa, com foco em atender as respetivas necessidades, permitindo uma melhor conversão.

2. Caracterização dos Utilizadores

2.1. Quem vai utilizar o sistema?

- **Faixa etária:** Adultos jovens a idosos (25–60 anos), com variações dependendo do segmento (móveis vs. roupas).
- **Etapas de utilização:** Desde clientes ocasionais a habituais (frequência variável).
- **O que gostam/desgostam:** Preferem sistemas intuitivos, detestam interfaces complicadas ou lentas.
- **Deficiências físicas:** Necessidade de acessibilidade para pessoas com limitações visuais ou motoras.
- **Hábitos de trabalho:** Utilizadores geralmente multitarefas; podem navegar enquanto comparam preços ou decoram espaços.
- **Características físicas:** Uso do sistema principalmente em casa, com tablets, smartphones ou computadores.
- **Escolaridade e aptidões:** Escolaridade média a alta; aptos a utilizar tecnologia básica e ferramentas visuais simples.
- **Conhecimento tecnológico:** Variável; desde utilizadores experientes até iniciantes.

Os utilizadores do sistema variam em faixa etária, incluindo desde adultos jovens (25 anos), recém-formados ou com 12º ano, até pessoas mais idosas, com idade até aos 60 anos, estes são os utilizadores que representam a principal base de clientes da La Redoute, não só devido à sua experiência e situação da vida, mas também porque crianças não costumam comprar este tipo de produtos sozinhas, e a vida de jovens adultos não lhes permite comprar casa em Portugal tão cedo.

A maioria dos utilizadores utiliza a plataforma para explorar produtos de decoração e moda, com diferentes níveis de frequência e objetivos. Enquanto alguns clientes são apenas ocasionais, por necessitarem de algum produto num determinado momento, outros possuem hábitos de compra mais regular, da mesma maneira, ambos os grupos tendem a procurar produtos específicos, ou inspiração para os projetos pessoais.

A nível de preferências, os utilizadores preferem uma interface simples e intuitiva de modo a ter a navegação facilitada e que elimine frustrações, da mesma forma, possuem pouca tolerância para sistemas lentos, complexos e que podem originar confusão.

As deficiências físicas mais comuns incluem dificuldades visuais ou motoras, ambas características que reforçam a necessidade de um sistema acessível, com paletas de cores compatíveis com as dificuldades oculares, ao mesmo tempo que também deverá ter acesso a controladores adaptados para as dificuldades motoras.

Em termos de conhecimento tecnológico, a maioria dos utilizadores mais comuns possui familiaridade relativamente a interfaces online básicas, não só pelo seu grau de escolaridade, mas também devido ao grande impacto que a tecnologia assentou na sociedade, contudo, é importante reforçar que alguns utilizadores possuem menos experiência e podem necessitar de algum suporte complementar.

Os hábitos de navegação na internet geralmente são multitarefa, ou seja, ao mesmo tempo que analisam o produto, procuram sempre vantagens, desvantagens do mesmo, e comparam os preços relativamente a lojas concorrentes.

3. Tarefas dos Utilizadores

3.1. Que tarefas executam atualmente?

- **Tarefas realizadas:**
 - Navegar no catálogo de produtos.
 - Filtrar produtos por categorias, preço ou relevância.
 - Adicionar itens ao carrinho.
 - Consultar avaliações de clientes.
 - Finalizar compras.
- **Importância relativa:** Navegar e comparar produtos são as mais críticas.
- **Frequência:** Filtragem e visualização de produtos são tarefas mais frequentes.

3.2. Que tarefas são desejáveis?

- **Novas tarefas desejadas:**
 - Explorar produtos em 3D (girar, ampliar).
 - Visualizar móveis em cenários personalizados.
 - Simular combinações de roupas em avatares.
 - Integração de realidade aumentada (RA) para testar produtos em casa.
 - Listas colaborativas de compras.
- **Priorização:** Começar pelas tarefas essenciais (ex.: visualização 3D) e escalar para funcionalidades mais complexas (ex.: RA).

3.3. Como se aprendem as tarefas?

- **Método atual:** Interfaces intuitivas; tutoriais breves e autoexplicativos.
- **Nível de escolaridade mínimo:** Ensino médio.
- **Solução proposta:** Incluir guias interativos dentro do sistema para facilitar a aprendizagem.

3.1. Que tarefas executam atualmente?

Atualmente, os utilizadores navegam pelo catálogo da La Redoute, filtram os produtos por categorias, possivelmente ordenados por preço ou relevância, buscam avaliações de outros clientes para ter mais confiança no produto que pretendem comprar, adicionam produtos ao carrinho e finalizam a compra. A navegação com as capacidades de filtrar os produtos, consoante o seu objetivo, é a tarefa mais realizada e crucial para o processo de compra.

3.2. Que tarefas são desejáveis?

Para a maioria dos utilizadores, as tarefas mais desejáveis são as que os mesmos utilizem mais, ou seja, garantir que a procura, a filtragem e o processo de compra dos produtos seja intuitivo, sem grande margem de erro. Desta forma, os utilizadores sentem-se mais envolvidos no ecossistema da interface, e assim, não se sentem frustrados devido ao facto de tudo funcionar perfeitamente, como foi projetado para tal.

Por outro lado, utilizadores com um nível acima da média de experiência tecnológica, poderiam vir a requer funcionalidades mais exigentes para os designers de interface como a vista dos produtos em 3D, possivelmente em um determinado cenário, ou então com integração em realidade aumentada, de modo a conseguirem observar em tempo real o seu futuro produto.

3.3. Como se aprendem as tarefas?

A facilidade de aprendizagem da interface é crucial para o sucesso da interface devido ao facto de os utilizadores aprenderem através da prática e da própria interface. Com novas funcionalidades poderá vir a ser necessário reforçar de forma simples, com metáforas do dia a dia, as novas funcionalidades, de modo a se tornarem mais familiares, ou caso o mesmo não seja possível, seria bom oferecer guias interativos ou tutoriais breves para apoiar os utilizadores menos experientes. Contudo, como a escolaridade média dos utilizadores é do ensino secundário para cima, em princípio, não haverá grandes barreiras de compreensão da interface, desde que o design da mesma seja objetivo, claro e familiar.

5. Ambiente das Tarefas

5. Onde são desempenhadas as tarefas?

- **Ambiente físico:** Casas e escritórios.
- **Condições ambientais:** Geralmente iluminados e tranquilos; desafios podem incluir interrupções domésticas.

A maioria das tarefas irá ser realizada pelo utilizador em casa, no seu espaço de conforto, geralmente um ambiente mais calmo e bem iluminado, o que poderá gerar distrações, quer por meios domésticos, ou por multitarefas frequentes. Por outro lado,

a realização das tarefas também pode ocorrer no local de trabalho, seja por necessidade do cliente ou pela própria empresa.

Desta forma, fatores como o pó/sujidade possuem um impacto limitado, contudo a iluminação pode ser um fator relevante, porque os utilizadores podem aceder à interface num local bem iluminado, o que pode tornar difícil de conseguir ver a informação apresentada pelo ecrã.

Por outro lado, a interface também deve ter em conta o fator histórico, social, religioso, político e cultural que rodeia os utilizadores, de modo a que os mesmos se sintam familiarizados, e incluídos, não originando desgostos culturais que reduziram o número de vendas pela interface. Dentro disto, a interface em si deve ser também inclusiva e adaptada a diferentes níveis de alfabetização digital e aos diferentes estilos de comunicação, ou seja, usar linguagem clara que não origine dúvidas, o que garante uma experiência positiva para um público diversificado.

6. Relação entre utilizadores e informação:

- **Armazenamento:** Dados pessoais protegidos por criptografia.
- **Acesso restrito:** Apenas a utilizadores autorizados.
- **Privacidade:** Informações sensíveis (ex.: cartões de crédito) devem ser protegidas.

Independentemente da situação em que o utilizador se insira, é muitíssimo importante que as questões de privacidade estejam protegidas, não só durante a navegação pela interface, mas também quando se utiliza informação sensível, de modo a conseguir a segurança dos utilizadores. Para tal, é essencial implementar medidas de cibersegurança (criptografia), especialmente quando estamos perante informação sensível, nomeadamente dados de pagamento, como cartões bancários, e quando é necessário introduzir password/PIN.

Caso não seja implementada este tipo de proteção, estamos perante um erro suficiente para causar problemas, não só para o cliente, o que origina grande descontentamento para o mesmo, mas também poderá vir a provocar questões jurídicas na empresa.

7. Ferramentas Auxiliares

7 Instrumentos usados pelos utilizadores:

- **Ferramentas auxiliares:**
 - Calculadoras para orçamento.
 - Aplicações de decoração para comparar combinações.
 - Blocos de notas para anotar referências.

- Durante a utilização do sistema, é comum que os utilizadores recorram a ferramentas auxiliares, como blocos de notas para anotações, calculadoras para orçamentos ou até aplicativos externos de decoração para comparar combinações de produtos. O novo sistema pode integrar algumas dessas funcionalidades, reduzindo a necessidade de alternar entre plataformas.
- Quanto à comunicação, os utilizadores não dependem diretamente de interações com outros clientes durante as tarefas, mas podem querer compartilhar listas de compras ou consultar opiniões de amigos. O sistema pode facilitar isso por meio de integração com redes sociais ou partilha direta de itens via e-mail.

Durante a utilização da interface, é relativamente habitual que os utilizadores recorram a ferramentas auxiliares como um bloco de notas para escrever anotações, calculadoras para construir orçamentos, ou até mesmo aplicações externas de design de interiores para conseguirem ter uma simulação melhorada e outra perceção do produto no seu espaço. Construir um sistema que possuam este tipo de funcionalidades mais requeridas pelos utilizadores, é fundamental para reduzir distrações e manter o foco no site da La Redoute.

Outra ferramenta essencial em qualquer interface é a existência de um mapa com a identificação das lojas físicas, refiro isto porque caso a interface não possua um mapa com a localização das lojas, o utilizador necessitará de recorrer a uma aplicação de mapa externa e muito provavelmente irá encontrar também outras lojas que vendem o mesmo tipo de produtos. Desta forma, incorporar esta ferramenta no próprio site é indispensável para reduzir o número de distrações.

8. Comunicação entre Utilizadores

E-mail ou mensagens: Para enviar links de produtos ou listas de compras.

Redes sociais: Para partilhar inspirações ou coleções.

Chamadas ou conversas pessoais: Para discutir decisões de compra.

A comunicação direta entre utilizadores não é essencial para se completarem as tarefas no sistema, contudo, a mesma pode ser útil em situações específicas, como partilhar uma lista ou um produto para amigos ou familiares, com o intuito de pedir opinião, ou receber algum feedback da sua decisão.

Este tipo de eventos geralmente ocorre fora do sistema, recorrendo a E-mail/Mensagens, redes sociais e chamadas/conversas pessoais. Assim não há uma

hierarquia direta de comunicação devido ao facto dos utilizadores recorrerem aos seus próprios métodos com base em preferências e afinidades pessoais.

A nível de interface, é importante que a mesma implemente este tipo de partilhas, seja por link, ou através da integração direta com as mais diversas plataformas populares atualmente.

9. Frequência de Desempenho das Tarefas

Os utilizadores podem ser classificados em dois grupos diferentes, considerando como critério a sua frequência de utilização:

- **Frequentes:** São os utilizadores que interagem de forma regular com o sistema, desta forma, são mais propensos a lembrarem-se de detalhes nas tarefas que realizam. De um modo geral, este tipo de utilizador domina as funcionalidades importantes, não tendo dificuldade na interação.
- **Compra Única:** São os utilizadores ocasionais, que geralmente realizam uma compra única, e passam muito tempo sem voltar à interface. Este tipo de utilizador geralmente possui mais dificuldade em interagir com o sistema, especialmente detalhes importantes, devido ao longo tempo sem usar a interface. Esta ideia reforça ainda mais a necessidade de uma interface intuitiva, com tutoriais, se necessário.

A própria frequência também varia entre tarefas, ou seja, visualizar os produtos enquanto os mesmos são filtrados por algum parâmetro são ações recorrentes, enquanto a finalização de uma compra ocorre muito menos vezes. Assim, o sistema deve estar otimizado, de modo a que as ações mais frequentes sejam mais fáceis e rápidas, não negligenciando as funcionalidades que possuem um uso menor.

10. Restrições de Tempo

- **Quando há pressa:** Navegação rápida, filtragem eficiente.
- **Tempo médio disponível:** 5 a 15 minutos por sessão.

O tempo disponível para realizar determinada tarefa varia consoante o contexto do utilizador. Em situações que o utilizador está com pressa, as funcionalidades mais utilizadas com os filtros e as pesquisas com navegação simplificada, permite procurar e encontrar os produtos específicos de forma mais eficiente.

Por outro lado, quando o utilizador possui bastante tempo disponível, é comum que o mesmo explore as diferentes funcionalidades do site, como a interação 3D, analise o catálogo de produtos com mais calma, e esteja atento com bastante detalhe às características dos produtos.

Desta forma, as restrições temporais impactam diretamente as expectativas dos utilizadores quanto ao desempenho do sistema, ou seja, em tarefas rápidas, os utilizadores aguardam resultados instantâneos em pesquisas e filtragens, e em tarefas demoradas, os mesmos não se importam que certa funcionalidade demore ligeiramente mais tempo a carregar, dentro de um limite, desde que a interface esteja funcional. Assim é preferível dar foco às funcionalidades mais comuns, permitindo eficiência nos casos de falta de tempo, não negligenciando os outros casos

11. Gestão de Erros

Erros no sistema, como falhas de carregamento ou interrupções inesperadas, podem gerar frustração. As reações dos utilizadores variam conforme o contexto, mas em geral, esperam soluções simples e claras. Quando algo corre mal, é comum que:

- Alguns utilizadores iriam preferir reiniciar o processo do início, especialmente se não existir um ponto claro de recuperação.
- Outros tentariam retomar a tarefa a partir do local em que ocorreu o erro.

O sistema deve oferecer suporte adequado para ambas as abordagens, incluindo:

- **Mensagens de erro claras:** que explicam o problema e oferecem instruções para resolução.
- **Funcionalidade de recuperação:** Por exemplo, restaurar o carrinho de compras ou reabrir a página de visualização após uma falha.
- **Suporte adicional:** Disponibilizar “chatbots” ou linhas de apoio para lidar com problemas mais complexos.

Por fim, estratégias de contingência, como o armazenamento automático do progresso e notificações em tempo real sobre problemas conhecidos, ajudam a minimizar impactos e a manter a confiança dos utilizadores no sistema.