



Como nós realmente
usamos a web

THE REALITY...

Read

Read

Read

se for

Finally, click on carefully chosen link



Look around feverishly for anything that

a) is interesting, or vaguely resembles what you're looking for, and

b) is clickable.

As soon as you find a halfway-decent match, click.

If it doesn't pan out, click the Back button and try again.

Fato nº1: Nós não lemos as páginas. Apenas as examinamos

Geralmente estamos com pressa.

Sabemos que não precisamos ler tudo.

Somos bons nisso. (“Leitura dinâmica”)

WHAT DESIGNERS BUILD...




Join Biztravel.com Now!

- ✈ Book A Trip
- 📊 Track My Miles
- 🏠 Book A Vacation
- 📅 Plan A Meeting
- ✈ Charter A Flight

- Fast, easy booking of flights, hotel rooms, & rental cars
- Automated Upgrades to help you fly First Class
- Flight status updates sent to your pager
- Exclusive travel deals for biztravel.com members
- Tracking of your points and miles

[Learn More](#) [Join Now!](#)

WHAT USERS SEE...



[✈ Book A Trip](#)

- Fast, easy booking of flights, hotel rooms, & rental cars

[🏠 Book A Vacation](#)

- Exclusive travel deals for biztravel.com members



I want to buy a ticket.



[📊 Track My Miles](#)

- Tracking of your points and miles



How do I check my frequent flyer miles?

Tendemos a focar nas palavras e expressões que se parecem com (a) a tarefa à mão ou (b) nossos interesses pessoais atuais. Além disso, é claro, (c) as palavras que causam algum efeito sobre nosso sistema nervoso, como “grátis”, “liquidação” e “sexo”, além do nosso próprio nome.

Fato nº 2: Não Fazemos escolhas ideais. Fazemos o que é suficiente

Nós **não** escolhemos a melhor opção - mas, sim, a **primeira opção razoável**, estratégia conhecida como satisfazimento¹. Assim que encontramos um link que pareça capaz de levar ao que estamos procurando, há uma boa chance de que cliquemos nele.

¹ O economista Herbert Simon cunhou o termo em Models of Man: Social and Rational (Wiley, 1957)

Por que os usuários web não procuram a melhor escolha?

Geralmente estamos com pressa. E, como Klein destaca, “Otimizar é difícil e demora muito. Fazer o que for suficiente é mais eficiente”

A punição para suposições incorretas não é lá grande coisa. À diferença de combater um incêndio, a punição para um equívoco em um site é, geralmente, clicar uma ou duas vezes no botão Voltar, o que torna satisfazimento algo eficaz. (Voltar é o botão mais usado nos navegadores)

Por que os usuários web não procuram a melhor escolha?

Avaliar as opções pode não melhorar as nossas chances. Em sites mal projetados, esforçar-se para realizar a melhor escolha não necessariamente ajuda. Você em geral se sairá melhor seguindo a sua primeira suposição e clicando no botão Voltar, caso ela não funcione.

Adivinhar é mais divertido. É menos trabalhoso do que avaliar as opções e, se você estiver certo, mais rápido. Além disso, introduz um elemento de sorte - a agradável possibilidade de deparar com algo surpreendente aprazível.

Fato nº 3: Nós não descobrimos como as coisas funcionam. Nós vamos direto ao ponto.

O que é o navegador?

Fato nº 3: Nós não descobrimos como as coisas funcionam. Nós vamos direto ao ponto.

O navegador, por exemplo - fundamental para navegar na Internet. Para quem desenvolve sites, é um aplicativo utilizado com o intuito de visualizar páginas web. Entretanto, se você perguntar para os usuários o que é um navegador, uma porcentagem surpreendente responderá algo como “É o que eu uso para buscar... encontrar coisas” ou “É o mecanismo de busca”.

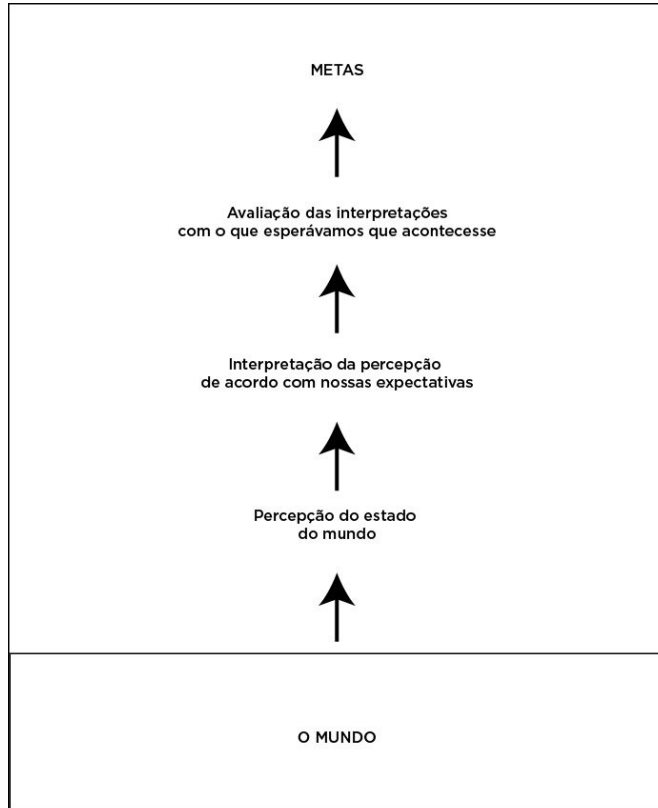
Sete estágios da ação

- Formalizar a meta
- Formalizar a intenção
- Especificar a ação
- Executar a ação
- Ter a percepção do estado do mundo
- Interpretar o estado do mundo
- Avaliar o resultado

Sete estágios da ação

Os sete estágios forma um *modelo aproximado*, não uma teoria psicológica completa. A maioria do comportamento não exige passar por todos os estágios na sequência, e a maioria das atividades não será satisfeita por ações singulares.

Estágios da Avaliação



Estágios da ação

