Relatório de Usabilidade

**Mundo Corpo**

**Alunos:**

**Clara Mesquita Almeida RA: 321116374**

**Fernando Lopes Siqueira: RA: 321218450**

**Rian de Oliveira Rocha Gomes RA: 321128911**

**Sarah Costa Pinto Silva RA: 32228454**

**Suelem Lúcia Vieira RA: 0321126081**

**Stephanie da Silva luzia RA: 321214036**

1. **Elaboração de Perfil de Usuário**
   1. **Perfis**

Avaliação demográfica:

Faixa etária:

* Até 25 anos: 4,4 %
* Até 35 anos: 21,7 %
* Até 45 anos: 34,8%
* Até 60 anos: 17,4 %
* Acima de 60 anos: 21,7 %

Gênero:

* Mulheres: 75 %
* Homens: 25 %

Público - alvo:

Mulheres com 35 a 50 anos, classe média alta, com intenção de realizar procedimentos estéticos.

* 1. **Perguntas para entrevista/questionário**

**Objetivo da pesquisa de usuário:**

Entender como os usuários decidem realizar o agendamento para a realização de procedimentos estéticos e quais aspectos são importantes para que essa seja considerada uma experiência positiva.

**Roteiro**:

* Nome
* Idade
* Profissão
* Você realiza ou já realizou algum procedimento estético?
* Com qual frequência você faz procedimento estético?
* Como você escolhe o procedimento que quer realizar? Qual critério utiliza para decidir?
* Quais informações você procura no site para decidir qual procedimento realizar?
* Geralmente, como você realiza o agendamento dos seus procedimentos?
* Qual foi a última vez que você agendou um procedimento estético? Como foi sua experiência?
* Ao realizar seu último agendamento para realizar um procedimento estético, qual canal você utilizou?
* Para realizar a compra do procedimento, qual forma de pagamento você utiliza?
* Onde você se informa/se atualiza sobre cuidados com o corpo?
* Você tem o hábito de realizar compra de produtos para cuidado com o corpo?

1. **Elaboração de Personas**
   1. **Persona #1**

**Patrícia Silva**

Gestão de empresa

**Idade:** Adulta (40 anos)

**Status de relacionamento:** Casada

**Localização:** Belo Horizonte, MG

**Ensino:** Pós Graduação e MBA em gestão

**Biografia:** Patrícia sempre foi uma mulher vaidosa, sempre procura cuidar de sua pele e seu corpo. Ela é formada em Administração e possui pós-graduação em gestão, atualmente possui uma vida bem dinâmica e ocupada. Ela está em busca de novos produtos e procedimentos que pode realizar, e ela possuí

**Desafios:** Patrícia, devido à sua agenda corrida, gostaria de conseguir marcar e consultar horários em clínicas estéticas de uma maneira mais simplificada. Além disso, gostaria de saber os horários disponíveis para agendamentos, assim como preço, etc, de maneira fácil no site para não ter que gastar tempo ligando para a clínica.

**Marcas e influências:**

Instagram, Pinterest, Twitter, Mac, Sephora,

* 1. **Persona #2**

**Manuela Carvalho**

Supervisora em um grande hospital

**Idade:** 37 anos (Adulta)

**Status de relacionamento:** Noiva

**Localização:** Belo Horizonte

**Ensino:** Enfermeira

**Biografia:**Manuela tem 37 anos, está noiva, e ainda não tem filhos. É profissional em enfermagem, e ocupa cargo de supervisora em um grande hospital. Seu noivo também é enfermeiro . Moradora de Belo Horizonte, zona sul da cidade, é adepta de prática regular de atividade física em academias ou ao ar livre. Tem preferência por bicicleta e corrida.Manuela tem uma vida social intensa, participa de muitas reuniões com seus amigos e com os amigos e familiares de seu noivo. Por isso, gosta de estar bem arrumada, bem vestida e com uma boa aparência.

**Desafios**:Manuela tem uma vida financeira estável, porém sobra de recurso está sendo guardado para seu grande dia, o casamento. Mas não abre mão dos cuidados com sua estética e por isso procura sempre pelo melhor custo x benefício na hora de decidir por qualquer compra. E esta decisão se aplica quando ela precisa ir ao salão, fazer aplicações em gordura localizada ou se consultar com um profissional . Preço para ela é um diferencial, porém não abre mão de um bom atendimento, mas , neste momento prioriza preço.

**Marcas e influências:**

Mac, Dior, Instagram, Truss

* 1. **Persona #3**

**Laura Correa**

Gestão comercial , fez uma pós graduação em gestão de pessoas

**Idade:** 46 anos

**Status de relacionamento:** Divorciada

**Localização:** Belo Horizonte

**Ensino:** Atua como vendedora

**Biografia:**Tem 46 anos, está na pré menopausa, é divorciada e tem um filho de 12 anos, é formada em Gestão comercial , fez uma pós graduação em gestã**o** de pessoas e atua há mais de 10 anos em uma empresa de materiais elétricos como vendedora.Neste momento está na fase final para adquiri seu primeiro imóvel na zona sul de Belo Horizonte, onde irá morar com seu filho.Em casa, não realiza grandes atividades domésticas, prefere orientar sua ajudante quanto a manutenção do seu esforço, Neste momento está mantendo o foco em sua vida financeira, para adquirir seu primeiro imóvel , sua casa própria. É do tipo que tenta obter destaque junto aos amigos, conhecidos sempre com um celular novo e roupas da moda. É muito apegada ao celular e influenciada por blogueiros e influencers.

**Desafios:** Preocupada com sua saúde e com sua aparência física, ela tem frequentado centros de estética, nutrólogos, endócrinos e personal trainer para melhorar sua condição física interna e externa. Para isto, tem lançado mão de aulas no CrossFit, reposição de vitaminas com endócrinos e nutrólogos . Faz aplicações diversas no corpo para melhorar sua autoestima. Laura gosta de ser bem atendida, ser mimada e de novas tecnologias, porém gosta de pagar o justo por isso e não tem tempo para buscar profissionais que não se enquadrem dentro destas perspectivas.

**Marcas e influências:**

Loreal Paris, Instagram, Iphone, Boticário, Prada

1. **Elaboração de Cenários**
   1. **Cenário #1**

Patrícia tem 40 anos e sempre foi uma mulher preocupada com sua saúde e aparência e está em busca de novos procedimentos estéticos , devido à sua agenda corrida, gostaria de conseguir marcar e consultar horários em clínicas estéticas de uma maneira mais simplificada. Além disso, gostaria de saber os horários disponíveis para agendamentos, assim como preço, etc, de maneira fácil no site para não ter que gastar tempo ligando para a clínica.

* 1. **Cenário #2**

Manuela tem 37 anos, está noiva, e ainda não tem filhos. Tem uma vida social intensa, participa de muitas reuniões com seus amigos e familiares. Por isso, gosta de estar bem vestida e com uma boa aparência.Investe em roupas e cuidados com a estética. Seu casamento está próximo, ela quer emagrecer e melhorar o tônus capilar e facial para seu grande dia.Manuela tem uma vida intensa está em busca de uma clínica que tenha seu próprio site que faça marcação de horários, solicitação de orçamentos tire dúvidas sobre procedimentos estéticos...etc

Ela sempre procura pelo melhor custo x benefício na hora de decidir por qualquer compra. Preço para ela é um diferencial, porém não abre mão de um bom atendimento

* 1. **Cenário #3**

Laura tem 46 anos, preocupada com sua saúde e com sua aparência física, ela quer frequentar centros estético, nutrólogos, endócrinos e personal trainer para melhorar sua condição física interna e externa. Adora ser bem cuidada e aplica uma parte dos recursos financeiros na melhoria estética, sobretudo a capilar, pois tem tendência a queda de cabelo. Devido a menopausa, com a baixa de hormônios, percebeu que precisa cuidar mais dessa área do seu corpo.Laura gosta de ser bem atendida, adepta a novas tecnologias, e está em busca de um site em que ela possa cuidar da sua saúde com agilidade e com melhores profissionais.

1. **Entrevista**
   1. **Gráficos**

|  |
| --- |

* 1. **Melhorias sugeridas pelos entrevistados**

| De acordo com os entrevistados essas são as melhorias sugeridas por eles: A estética do site, principalmente tamanho de fonte , de acordo com ele o site poderia ser acho que poderia ser interativo. O arranjo dos menu não muito agradável é , além de muitas subpáginas desnecessárias, a área de login continua na tela mesmo após as rolagem, sugiro deixar apenas no cabeçalho. |
| --- |

1. **Avaliação Heurística**
   1. **Tela Analisada:**

|  |
| --- |

**1.1. Problema de Usabilidade #01**

| **Descrição do Problema** |
| --- |
| Layout: olhar para o site é extremamente cansativo, não existe uma boa separação de informações, o que aumenta as chances de o usuário não querer prosseguir utilizando o sistema, dados mal separados na tela e muitas coisas desnecessárias. |
| **Heurística(s) Violada(s)** |
| * 1- visibilidade do status do sistema; * 4- consistência e padrões; * 7- flexibilidade e eficiência de uso; * 8- design estético e minimalista**;** |
| **Localização (descrever e indicar)** |
| * Cores que dificultam o entendimento do sistema; (3) * O mapa aparece em todas as páginas e, além disso, já existe o endereço informado, polui muito a tela sendo que um link ou botão de redirecionamento resolveria o problema; (3) * Formulário para contato em todas as telas também não é necessário, um botão de redirecionamento para uma tela destinada às dúvidas ou para a tela inicial seria melhor. Caso realmente haja necessidade deste formulário em todas as telas, organizar melhor os dados na tela diminuiria o problema; (3) * O botão de agendamento em ‘entre em contato’ apenas redireciona para o início da tela, não há necessidade; (3) * Informações como ‘Terapia capilar’ e ‘capilar’ causam dificuldade de entendimento, já que a palavra capilar está sendo usada em dois contextos diferentes; (1) |
| **Classificação da Gravidade do Problema** |
| | **Nota** | **Classificação** | **Observação** | | --- | --- | --- | | **3** | **problema grande** | **Importante de ser consertado e receber alta prioridade;** | |

**1.2. Problema de Usabilidade #02**

| **Descrição do Problema** |
| --- |
| Dados informados na tela: apesar de sucinto abre margem para dúvidas, por não ter clareza de informação, necessário textos mais bem elaborados. |
| **Heurística(s) Violada(s)** |
| * 2- Compatibilidade entre o sistema e o mundo real; * 5- prevenção de erros; * 9- ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros; |
| **Localização (descrever e indicar)** |
| * Não existe uma validação para e-mails enviados no formulário ‘entre em contato’; (3) * Possui valores irreais, como um serviço por 1 real; (1) |
| **Classificação da Gravidade do Problema** |
| | **Nota** | **Classificação** | **Observação** | | --- | --- | --- | | **4** | **catastrófico** | **É imperativo consertar este problema antes do lançamento do produto;** | |

* 1. **Tela Analisada:**

| **Tela Home** |
| --- |

**2.1. Problema de Usabilidade #01**

| **Descrição do Problema** |
| --- |
| Layout: o site é extremamente cansativo, não existe uma boa separação de informações o que aumenta as chances de o usuário não querer prosseguir utilizando o sistema, dados mal separados na tela e muitas coisas desnecessárias. |
| **Heurística(s) Violada(s)** |
| * 1- visibilidade do status do sistema; * 4- consistência e padrões; * 7- flexibilidade e eficiência de uso; * 8- design estético e minimalista; |
| **Localização (descrever e indicar)** |
| * Menu com letras enormes e uma má separação de cada tópico; (3) * Acesso a telas no menu com informações redundantes ou até mesmo sem informações como na tela ‘O que deseja tratar’; (3) * O carrinho aparece apenas na tela home, o que faz com que o usuário tenha dificuldade de se orientar na sua compra; (1) * Fotos com pouca resolução, causa a dúvida se realmente carregou todas as informações da tela; (1) |
| **Classificação da Gravidade do Problema** |
| | **Nota** | **Classificação** | **Observação** | | --- | --- | --- | | **3** | **problema grande** | **Importante de ser consertado e receber alta prioridade;** | |

**2.2. Problema de Usabilidade #02**

| **Descrição do Problema** |
| --- |
| Navegação: confusa e redundante, causa incômodo de usar pois parece que estamos rodando em círculos dentro do sistema; |
| **Heurística(s) Violada(s)** |
| * 2- Compatibilidade entre o sistema e o mundo real; * 4- Consistência e padrões; * 8- design estético e minimalista; * 9- ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros; |
| **Localização (descrever e indicar)** |
| * Quatro botões de redirecionamento que encaminha para a mesma página; (3) * Não é possível concluir nenhuma compra pois não existem formas de pagamento válida; (1) |
| **Classificação da Gravidade do Problema** |
| | **Nota** | **Classificação** | **Observação** | | --- | --- | --- | | **4** | **Catastrófico;** | **É imperativo consertar este problema antes do lançamento do produto;** | |

1. **Protótipo**

|  |
| --- |