



PFS_UC9 – CODIFICAÇÃO PARA FRONT-END
SA1 – PLANEJAMENTO DE INTERFACE
APRESENTAÇÃO DE PROTÓTIPOS



THIERRY HOMEM DE SÁ
TURMA 18



APRESENTAÇÃO DE PROTÓTIPOS PARA *E-COMERCE*



DISPONÍVEIS EM:

<https://www.figma.com/file/zmrlEafgKN0evnvzaOSaHv/SA1---Planejamento-de-Interface?node-id=0%3A1&t=JFHKinOeh58ZKbpt-0>



ESTRATÉGIA DE MERCADO

Como solicitado pela cliente em seu *briefing*, o site foi totalmente repaginado com a estratégia de atingir diretamente o mercado *gamer* e elevar o padrão em relação a concorrência.

DESAFIOS

Os maiores desafios foram: **1)** Trazer uma loja física bem conceituada localmente para o vasto mercado *e-commerce*, atendendo os padrões do mesmo sem perder a essência inicial; **2)** Transmitir os sentimentos contidos na missão da empresa para os meios digitais; **3)** Fazer o dimensionamento de uma tela para a outra, conservando as informações de modo que continuem compreensíveis sem torná-las grandes ou pequenas de mais; **4)** Por fim, a falta de uma apresentação comercial formal da empresa também dificultou a tarefa.

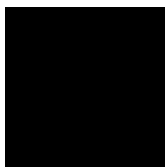


PRINCÍPIOS DE *USER EXPERIENCE* (UX)

Focado na projeção de uma experiência agradável ao usuário final, o UX foi aplicado com base nos dados coletados no *briefing*, como a tipografia, o público-alvo e o destaque ao diferencial da empresa.

PRINCÍPIOS DE *USER INTERFACE* (UI)

1) **Paleta de Cores** - Seguindo as recomendações da cliente, a paleta de cores evidenciou o branco nos textos, o preto nos fundos e um pouco tanto do azul quanto do vermelho presentes na logomarca, porém, em tons mais escurecidos.



#000000



#FFFFFF



#152238



#820000



2) Minimalismo - Presente em todo o trabalho, o minimalismo facilita o acesso a informação por ser mais limpo, objetivo e agradável esteticamente. O objetivo do mesmo é diminuir elementos secundários, aumentando, conseqüentemente, o foco nos mais importantes.



Exemplo 1 – Área de jogos em promoção.



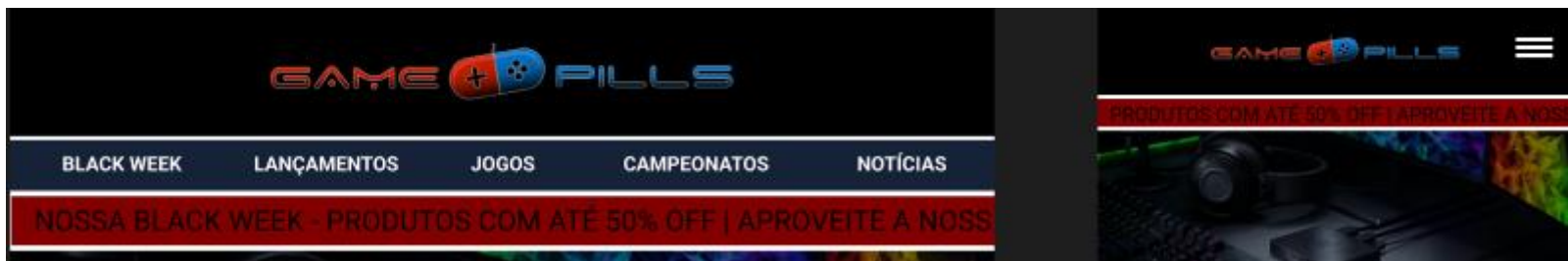
Exemplo 2 – Área para campeonatos online.



Exemplo 3 – Área de notícias do setor.



3) Layout – Sabendo que a disposição dos elementos facilita a navegação, houve uma preocupação também em relação ao ajuste das telas, a fim de conservar a qualidade como um todo. Por exemplo, o menu para a versão *mobile* do site precisou ser transformando. Além dele, as informações de contato no rodapé também foram alteradas.



Exemplo 1 – Transformação do menu na versão *mobile*, tornando-se um menu de *hamburger*.

Exemplo 2 – Transformação das informações de contato, tornando-se links de acesso somente com a informação gráfica, sem os dados.





PRINCÍPIOS DE DESIGN INTERATIVO

1) **Usabilidade** – A página inicial do site é dividida por seções, acompanhada pela mudança das cores e por títulos.

2) **Intuitividade** – A presença de elementos gráficos facilitam a navegação do site, como o menu, os botões de compra e os botões de ampliação, dito carrocél.



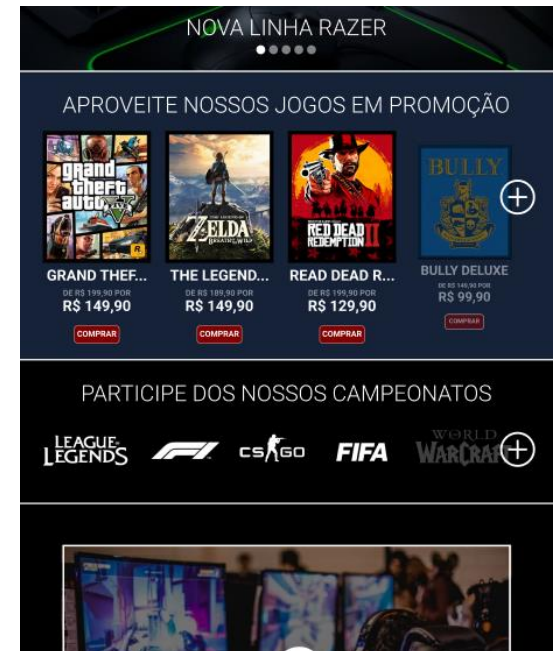
2. Exemplo 1 – Menu inicial.



2. Exemplo 2 – Carrocél.



2. Exemplo 3 – Botão de compra e ampliação.



1. Exemplo – Divisão por seções.

FIM