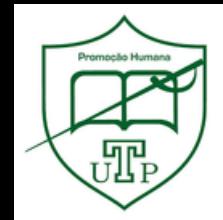


Aline Cabral da Silva
Gabriel G Monteiro

A psicologia por trás da experiência de compra da Amazon

Baseado no growth design



Aline Cabral da Silva
Gabriel G Monteiro

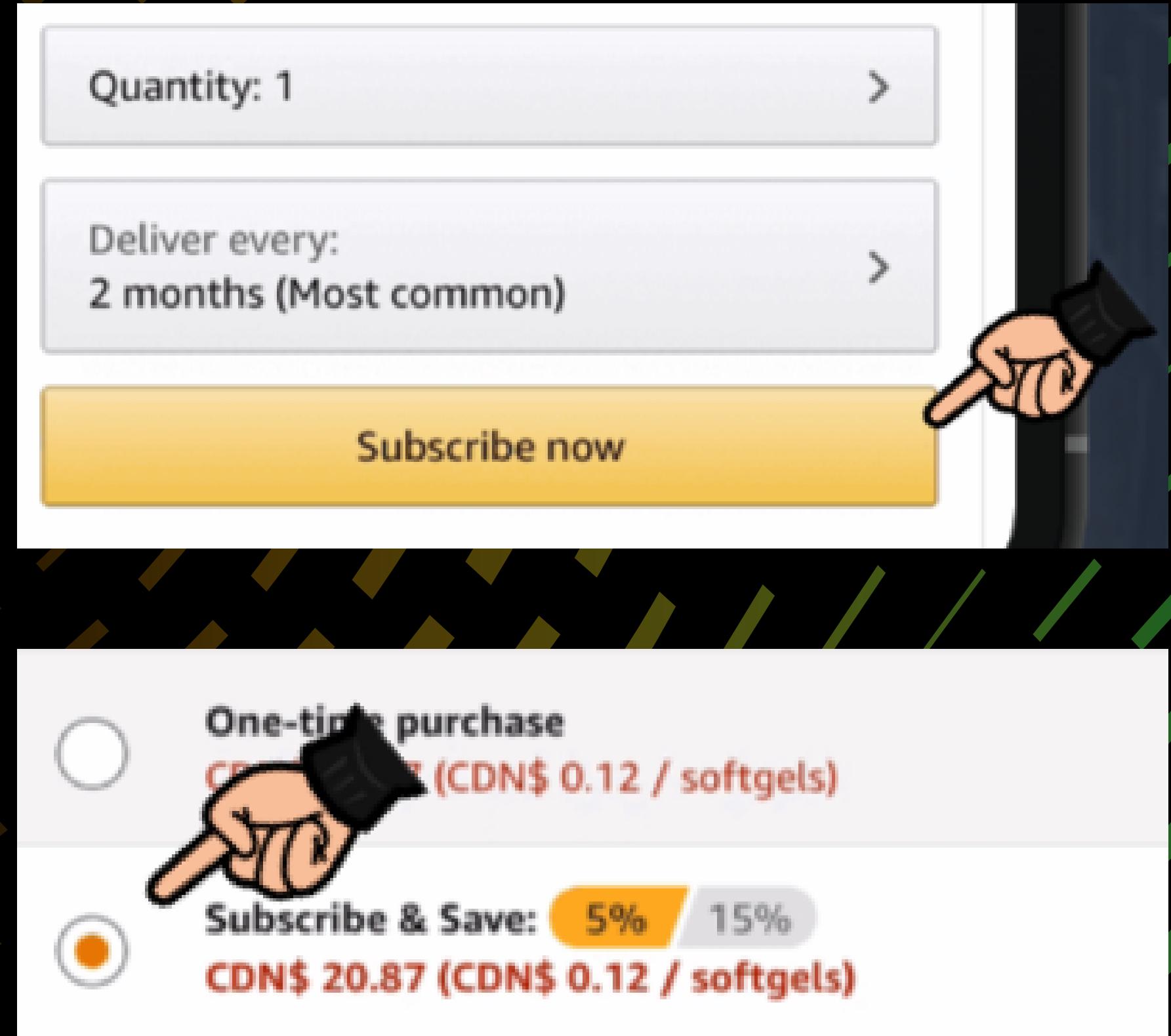
Introdução

A Amazon, uma das gigantes da tecnologia global, foi fundada por Jeff Bezos em 1994, emergindo durante os estágios iniciais da internet comercial. Começou como uma loja de livros online e cresceu para se tornar a maior empresa de comércio eletrônico do mundo, abrangendo uma vasta gama de produtos, desde eletrônicos até vestuário. Oferece o serviço Prime, que inclui frete grátis e acesso ao Prime Video, seu serviço de streaming de filmes e séries.



Dark Pattern (Crítica)

“Um Dark Pattern é uma interface de usuário que foi criada para induzir os usuários a fazerem coisas, como [...] ou se inscreverem para receber contas recorrentes.”



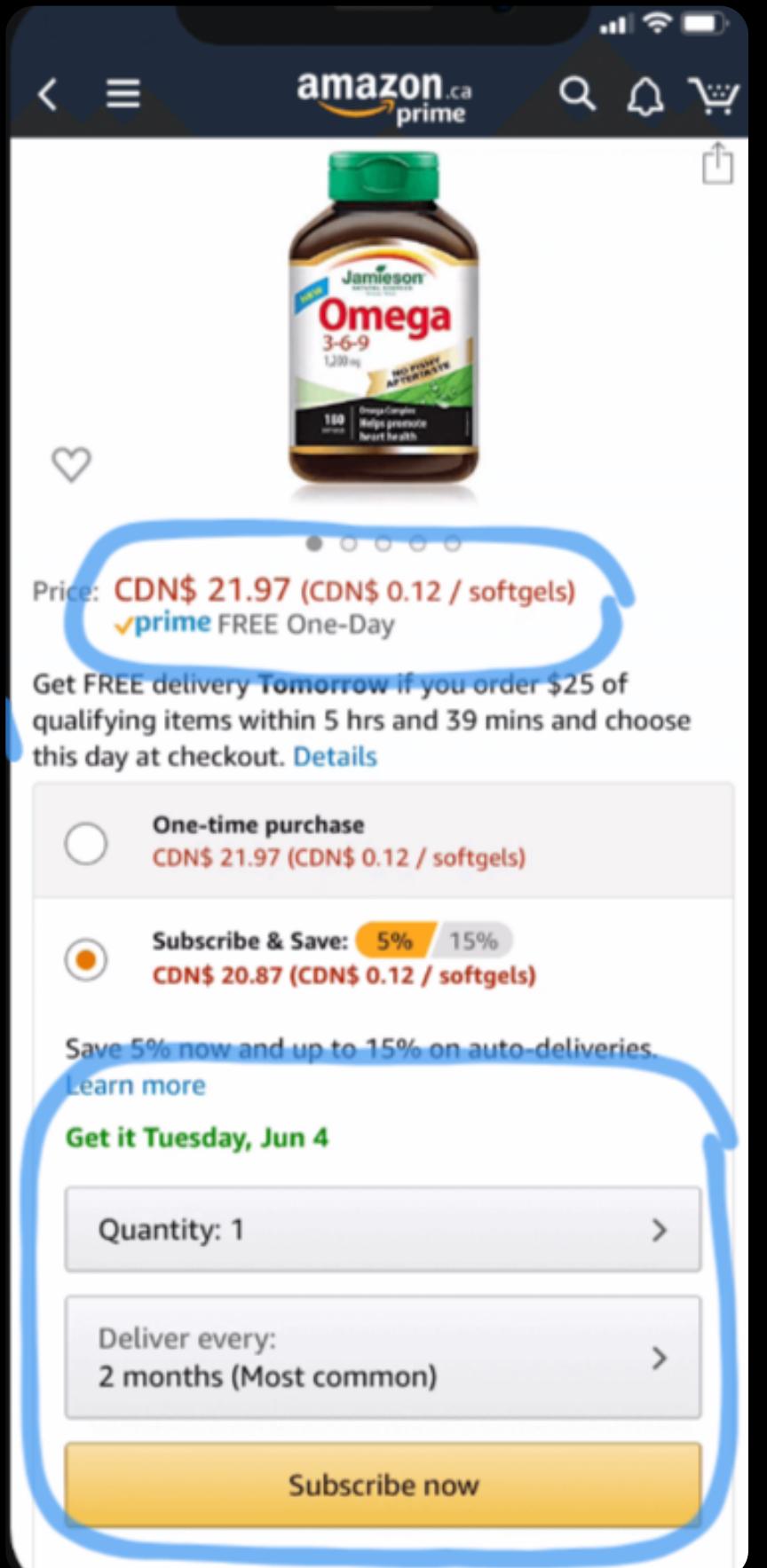
[Voltar ao índice](#)

Ancoragem

Ancoragem em UX é uma técnica de design que mantém elementos de interface de usuário em posições fixas na tela, como barras de navegação ou botões de ação. Isso facilita a navegação e a interação do usuário, proporcionando uma experiência mais intuitiva e eficiente.

No caso da Amazon usaram para nos lembrar que cada softgel é MUITO barato comparado ao preço geral.
(Logo abaixo a imagem do produto)

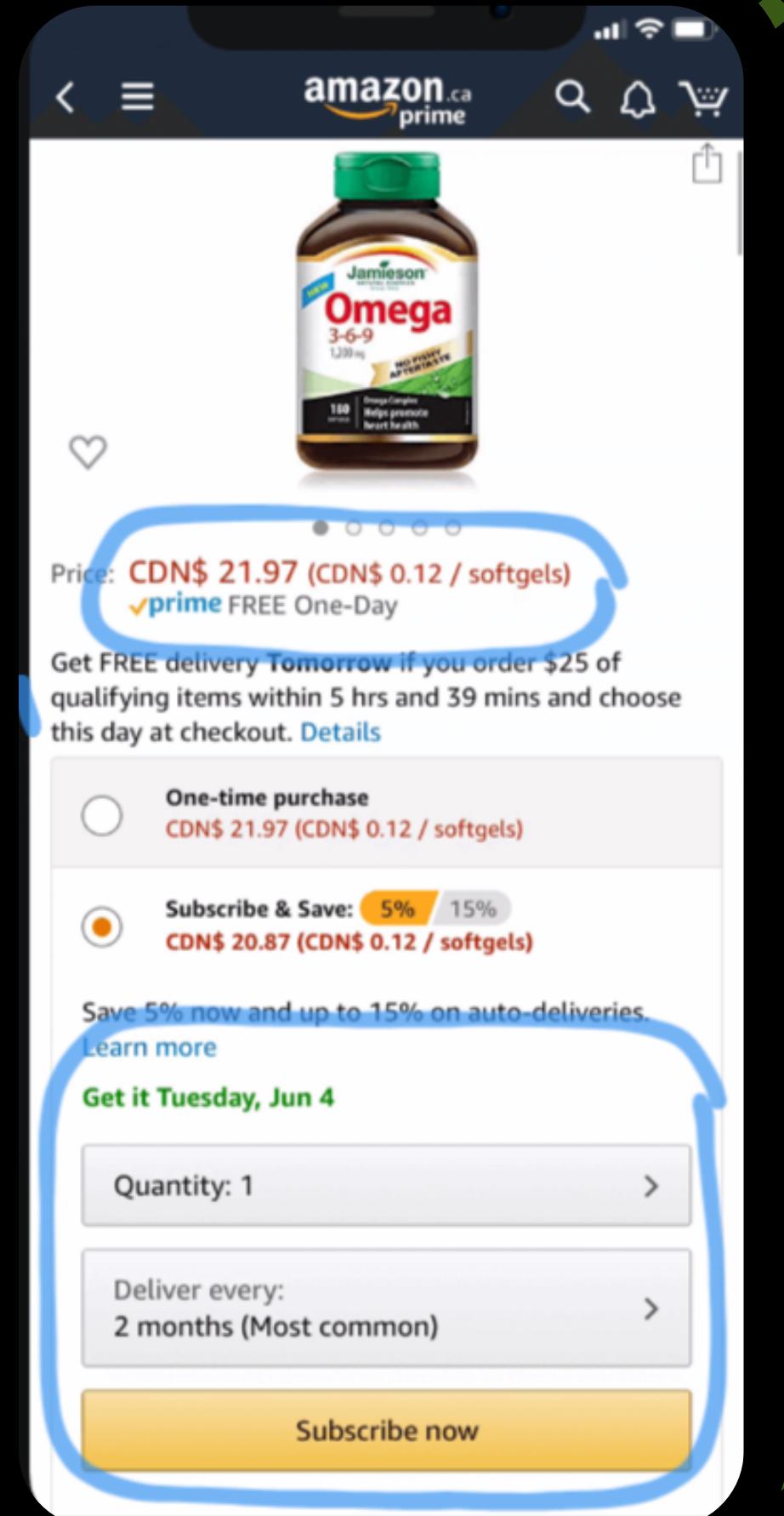
[Voltar ao índice](#)



Efeito Endowment

O efeito Endowment em UX destaca a tendência dos usuários de valorizarem mais o que já possuem ou estão familiarizados. Designers podem aproveitar isso, reforçando elementos familiares para melhorar a experiência do usuário e aumentar a aceitação e a satisfação com o produto ou sistema.

No caso da Amazon usaram para nos fazer sentir como se fosse quase nosso: "Pegue na terça..."

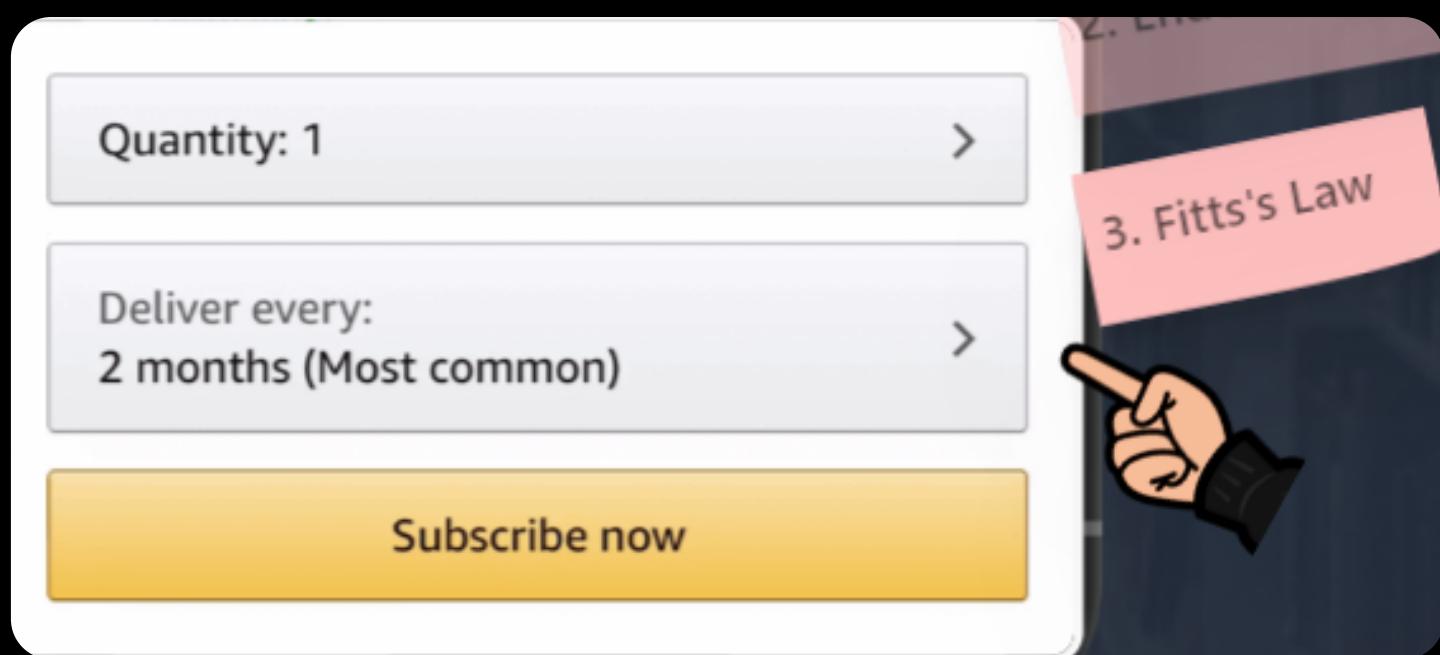


[Voltar ao índice](#)

Lei de Fitts

A Lei de Fitts em UX postula que a facilidade de uso de uma interface é influenciada pela proximidade e tamanho dos elementos interativos. Quanto mais próximo e maior o alvo, mais fácil é alcançá-lo. Isso é aplicado por designers para melhorar a acessibilidade e usabilidade, garantindo que elementos frequentemente usados sejam mais acessíveis na interface.

Aqui no caso da Amazon, quase 1/3 da tela é dedicada à configuração da sua assinatura, em vez de um pequeno botão de opção para compra única.



[Voltar ao índice](#)

Melhorias

Gatilhos autoiniciados

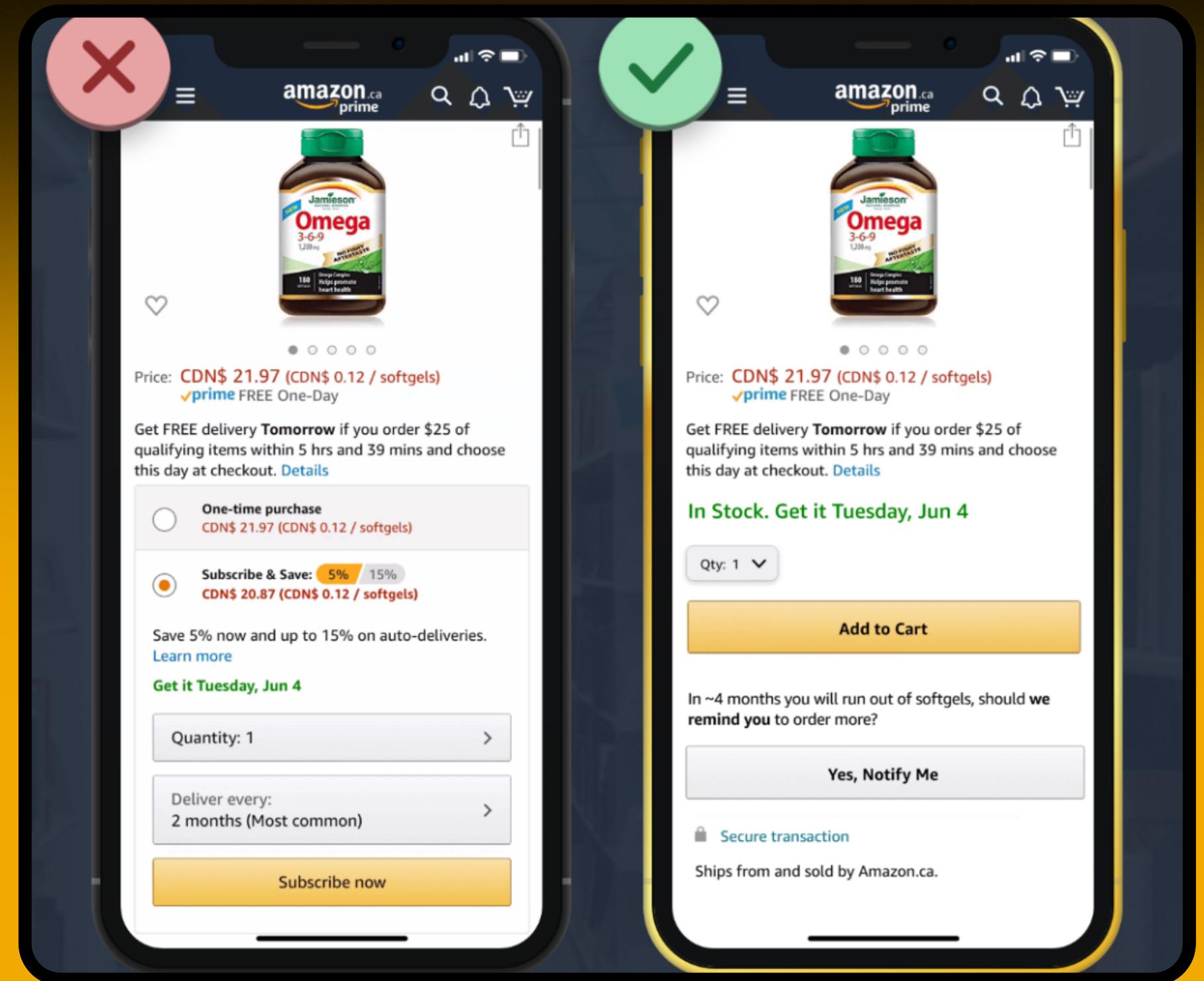
Gatilhos autoiniciais em UX são elementos da interface que são ativados automaticamente, sem ação direta do usuário, para fornecer feedback ou iniciar uma ação. Por exemplo, o carregamento automático de conteúdo ao rolar uma página da web. Esses gatilhos podem melhorar a experiência do usuário, mas devem ser usados com cautela para evitar interrupções indesejadas.

Spark Effect (Efeito Faísca)

O "Spark Effect" em UX refere-se à reação emocional positiva que os usuários experimentam ao interagir com um produto ou serviço devido a elementos surpreendentes, encantadores ou inovadores no design da interface. Isso pode incluir microinterações encantadoras, recompensas, personalização e design inovador. Esses elementos ajudam a criar experiências mais envolventes e memoráveis para os usuários.

[Voltar ao índice](#)

Comparação



[Voltar ao índice](#)