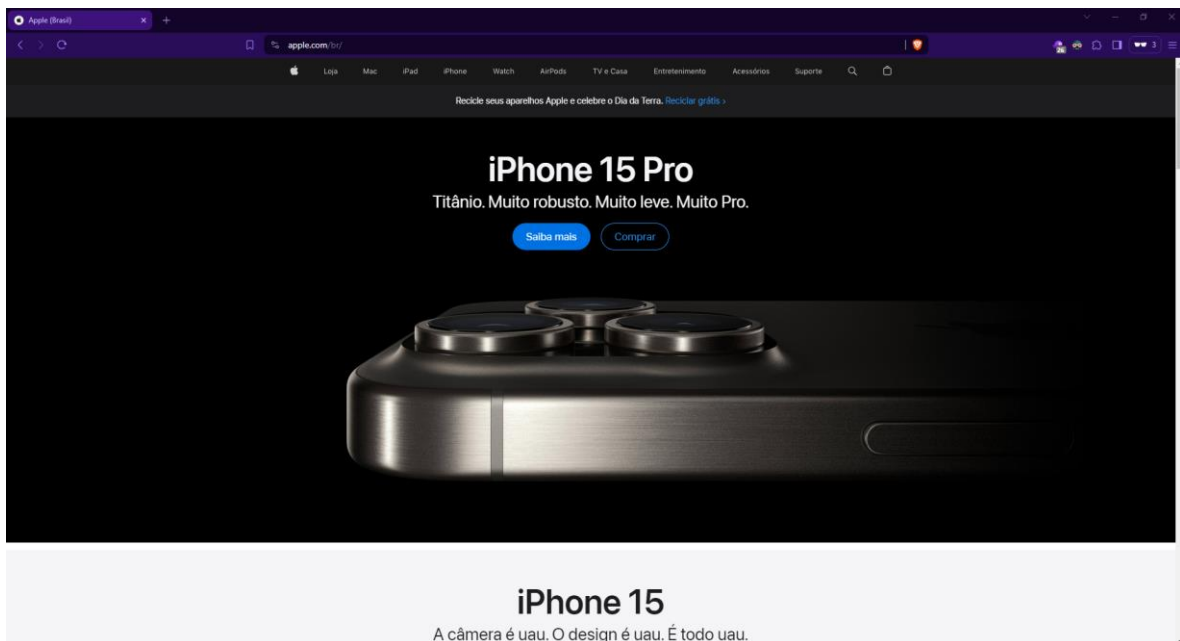


ATIVIDADE AVALIATIVA 1 - Análise de Usabilidade

Produtos escolhidos: Sites da **Apple**, **Dell** e **Lenovo**.

Objetivo: Efetuar a compra de um *MacBook M3 Pro* de 16 polegadas com 36 GB de memória RAM e um SSD de 512 GB no site da *Apple* e avaliar, enquanto isso, os pontos positivos e negativos, bem como os pontos a serem melhorados em sua interface, realizando, por fim, uma comparação com os dois produtos concorrentes.

Landing page

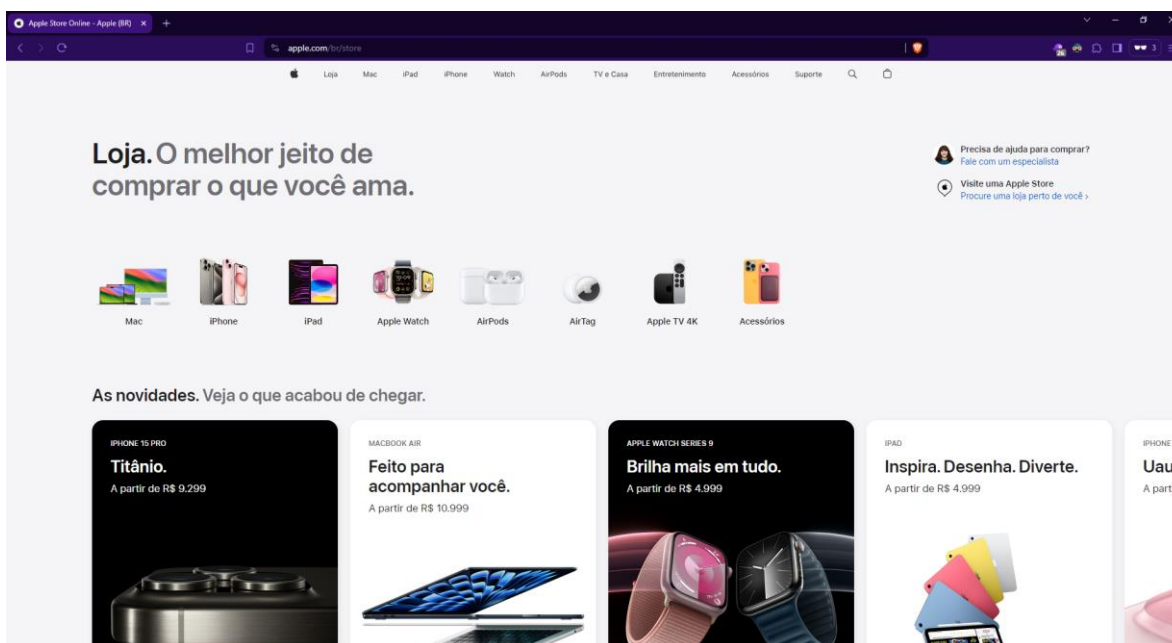


Landing page

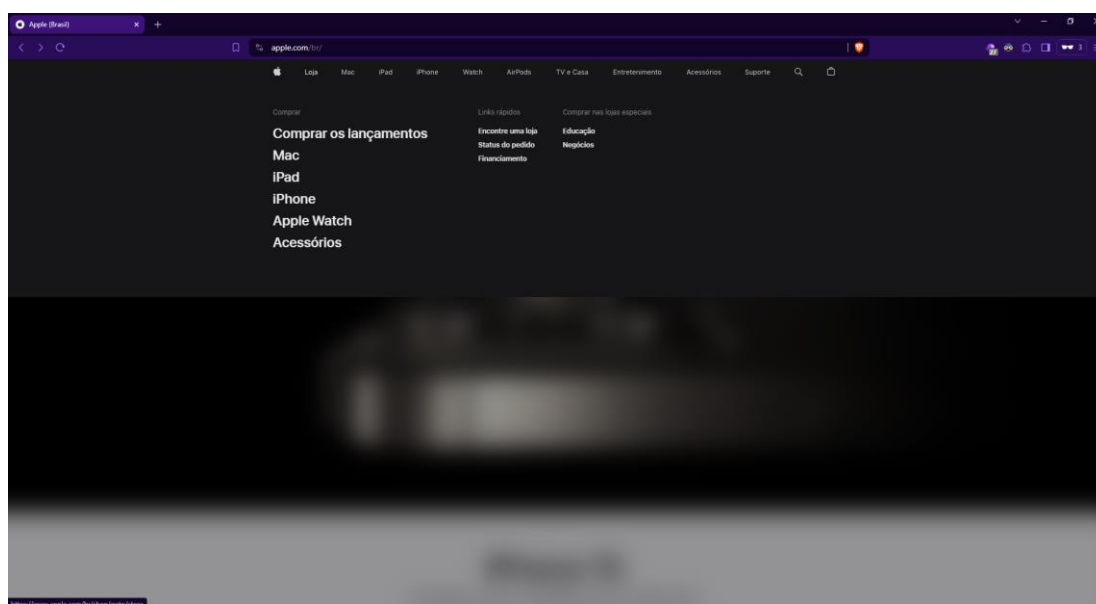
Ao acessarmos o site da *Apple*, podemos observar de imediato que a empresa utiliza a mesma identidade visual de seus produtos em seu *site*, com uma apresentação simples, porém elegante, e com uma paleta de cores agradável e moderna. O esquema de cores adotado no botão “*Saiba mais*” ocorre pela primeira vez nesta página e se repete na maioria das demais páginas da empresa, sempre se destacando dos demais elementos da interface e, geralmente, atrelado ao botão “*Comprar*” (curiosamente e, provavelmente não por acaso, exatamente o oposto do que ocorre na página *landing page*). Apesar do objetivo principal da página da empresa ser, no momento, a divulgação do mais novo *iPhone* da companhia, isso não diminui a eficácia e, tampouco, a eficiência da interface,

sendo possível encontrar, com uma visualização rápida e sem esforço, o caminho que nos leva ao nosso objetivo final de comprar um *MacBook*: o item “*Loja*” no menu de navegação, sendo esse, inclusive, e não por acaso, o primeiro item do menu.

Podemos clicar diretamente no item, sendo direcionado para a página geral da loja, ou podemos apenas manter o cursor sobre o item, o que exibe um novo menu, desta vez vertical, que permite a escolha da seção específica desejada, que, em nosso caso, é a seção “*Mac*”.



Página geral da loja

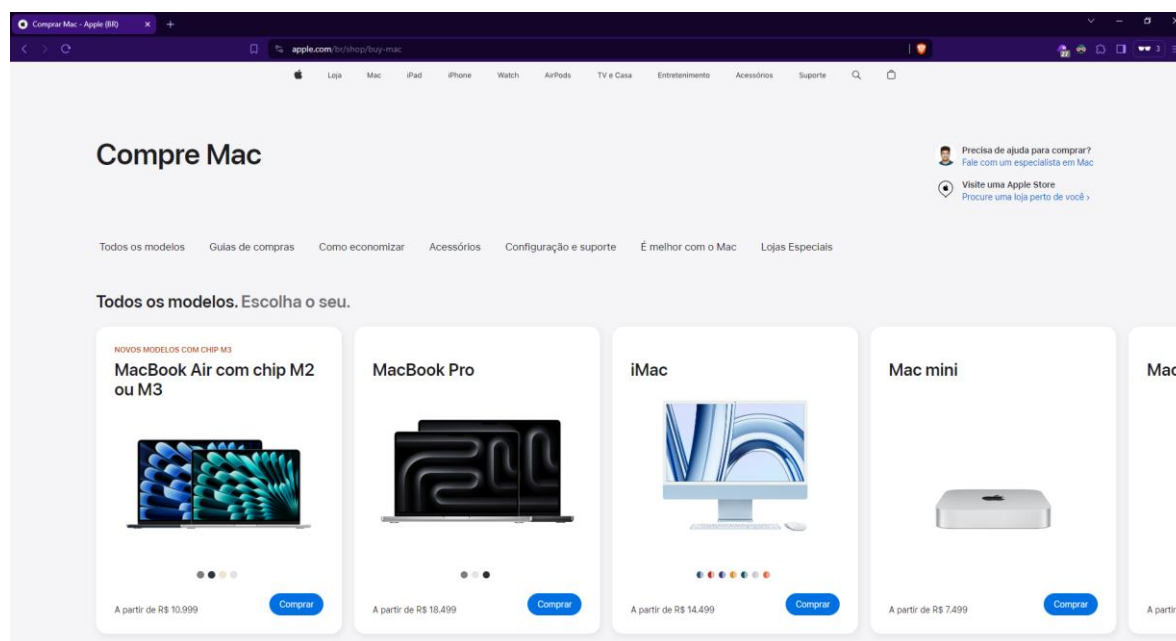


Mantendo o cursor sobre o item “Loja”

Permitir que o usuário chegue à loja de maneiras distintas aumenta a facilidade de aprendizado da interface, pois tanto o usuário que clica diretamente, quanto o usuário que aguarda o cursor exibir o novo menu são atendidos, e ambos conseguem chegar à loja. Fora que, caso o usuário não se recorde de como chegou à loja anteriormente, pode chegar de outra forma. Pode-se dizer, também, que esta página como um todo, bem como a maioria das outras da empresa, se enquadra na perspectiva de interação de mídia, onde ocorre, nesse caso, a comunicação unilateral dos designers do sistema (*site*) para com os usuários, sendo essa tanto explícita, com as instruções da interface, quanto implícita, através da seleção e disposição dos elementos de interface. Tal interação tem como objetivo apresentar os produtos para o usuário de forma simples e eficiente.

Como sabemos exatamente o que queremos, vamos seguir o caminho da loja específico dos *MacBooks*, que nos redireciona para a página “*Compre Mac*”.

Compre Mac

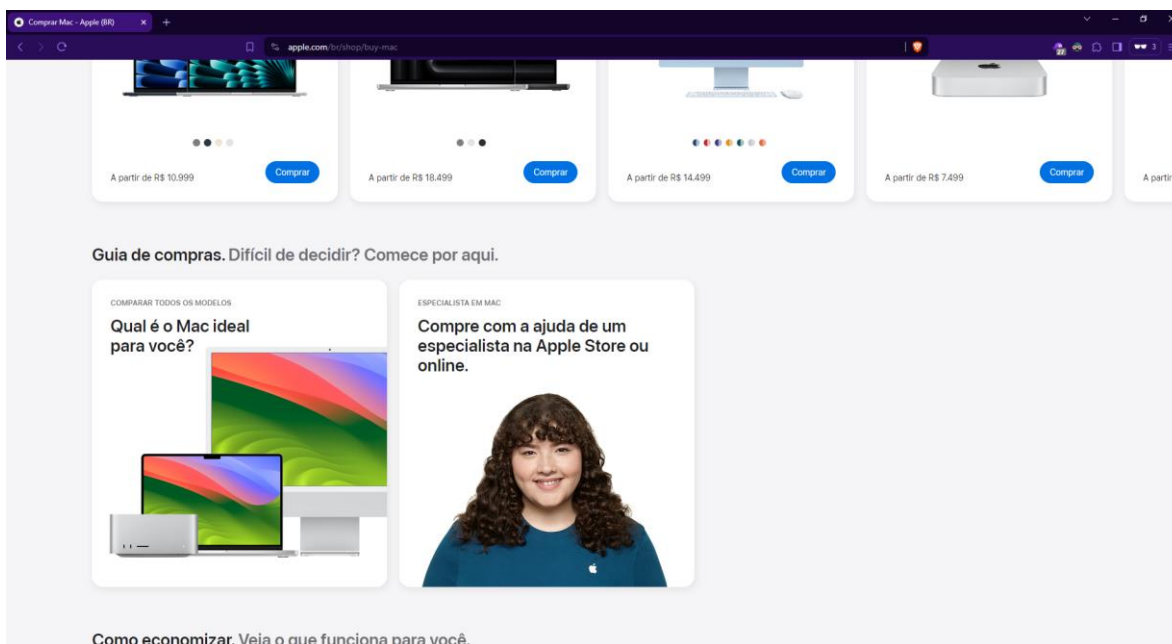


Compre Mac

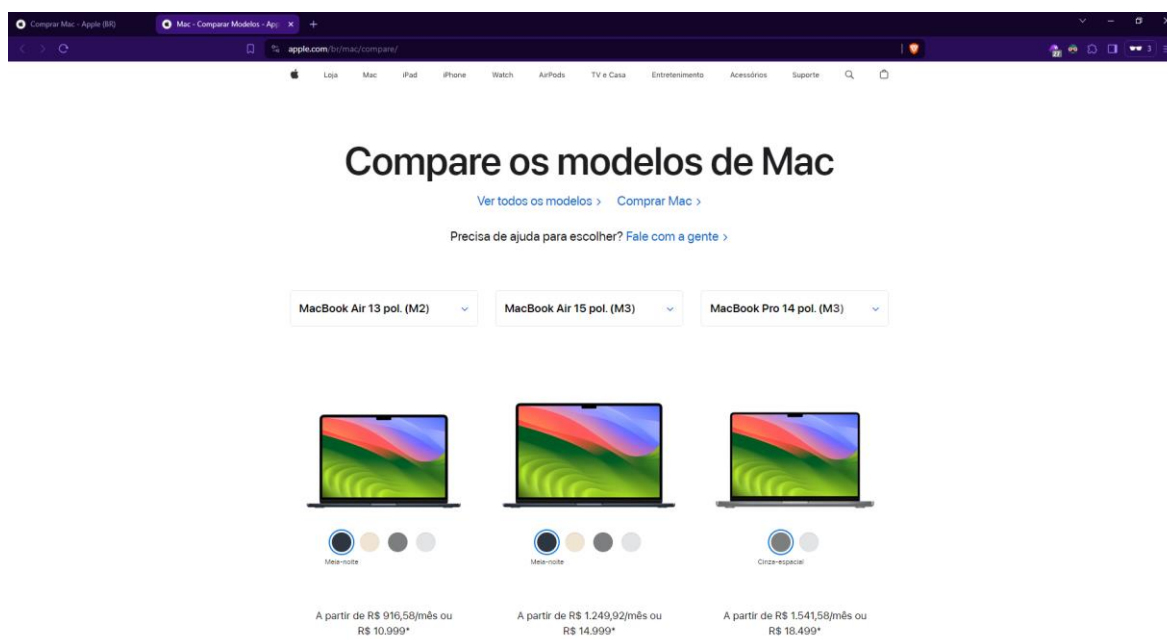
Estão elencados nesta página, sem ser necessário movimentá-la, os principais produtos oferecidos pela empresa, o que torna desnecessária qualquer reflexão por parte do usuário. Tal página é eficaz e eficiente, por motivos óbvios e facilita a aprendizagem, e recordação, pois não é necessário aprender nada, tampouco recordar. Sabemos o que queremos, porém, caso não soubéssemos exatamente qual *MacBook* escolher, por exemplo, poderíamos arrastar um pouco para baixo e buscar ajuda por nós mesmos, clicando na seção “*Qual o Mac ideal para você?*” e analisando as especificações dos computadores ou requerendo a ajuda de alguém, clicando na seção “*Compre com a ajuda de um especialista na Apple Store ou online.*” e reservando uma seção de compras na

loja ou conversando, não com um robô (perspectiva de parceiro de discurso), mas efetivamente com uma pessoa (perspectiva de mídia).

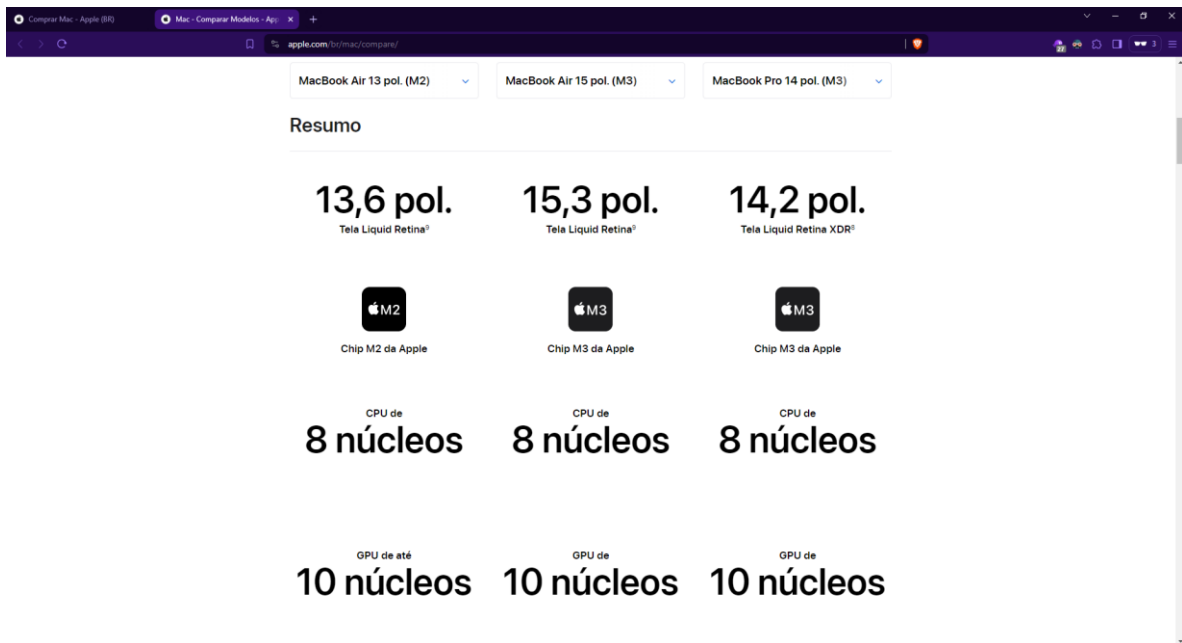
Da mesma maneira que a anterior, a página apresenta uma perspectiva de interação de mídia, sendo, novamente, explícita e implícita, com os mesmos objetivos já abordados.



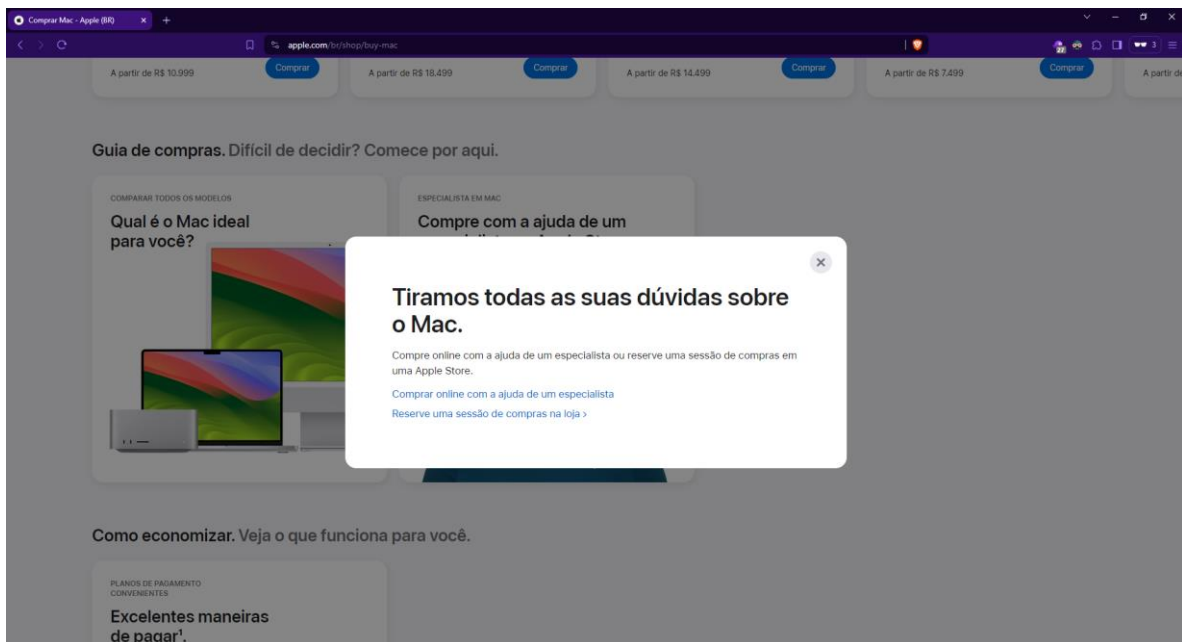
Guia de compras



Compare os modelos de Mac

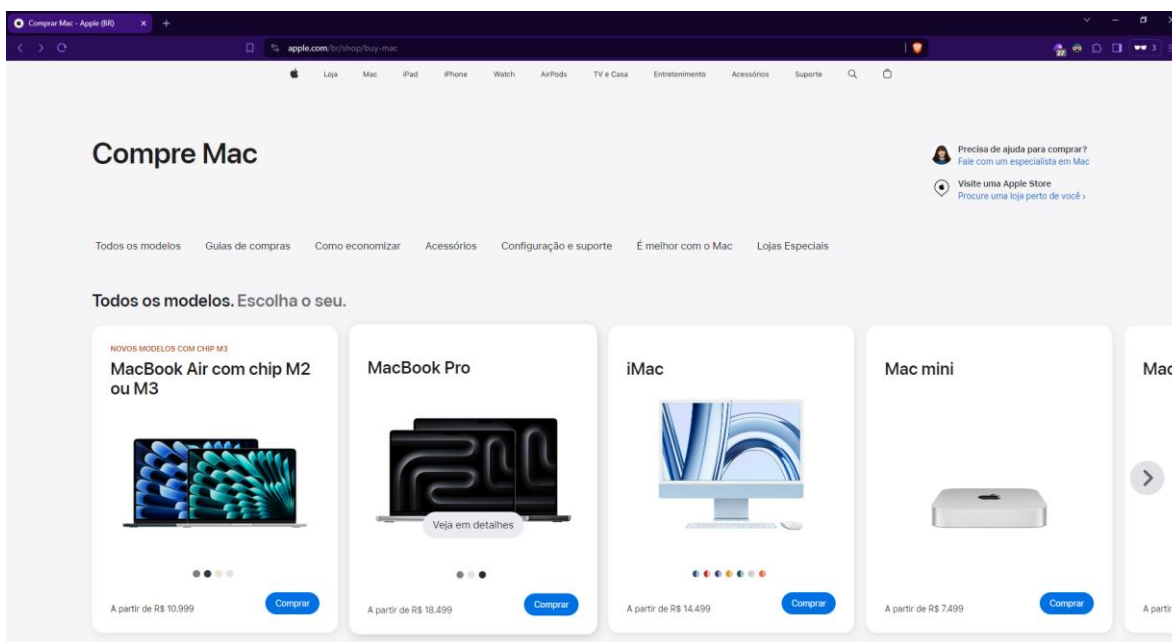


A página “Compare os modelos de Mac”, entretanto, apresenta, além da perspectiva de interação de mídia, também uma perspectiva de interação de sistema, tendo como objetivo permitir o que o usuário selecione quais modelos deseja comparar, interagindo por meio de caixas nas quais escolhe os modelos a serem comparados.

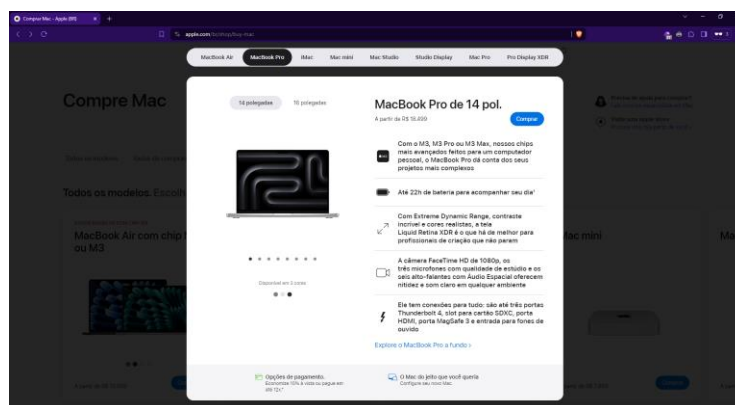


A seção “*Tiramos todas as suas dúvidas sobre o Mac*” apresenta a perspectiva de interação de mídia com, além dos objetivos já elencados, o objetivo de ajudar o usuário a realizar sua escolha.

Ao passarmos o mouse sobre o item “*MacBook Pro*”, podemos observar que surge uma indicação com a escrita “*Veja em detalhes*”, que, ao ser clicada, abre uma seção que sobrepõe a página e demonstra as especificações dos *MacBooks*, permitindo também que escolhamos entre o modelo de 14 e 16 polegadas. Outras opções de personalização, como memória e capacidade de armazenamento, podem ser realizadas na página seguinte, “*Escolha seu MacBook Pro.*”, que é acessada ao clicarmos no botão “*Comprar*”.



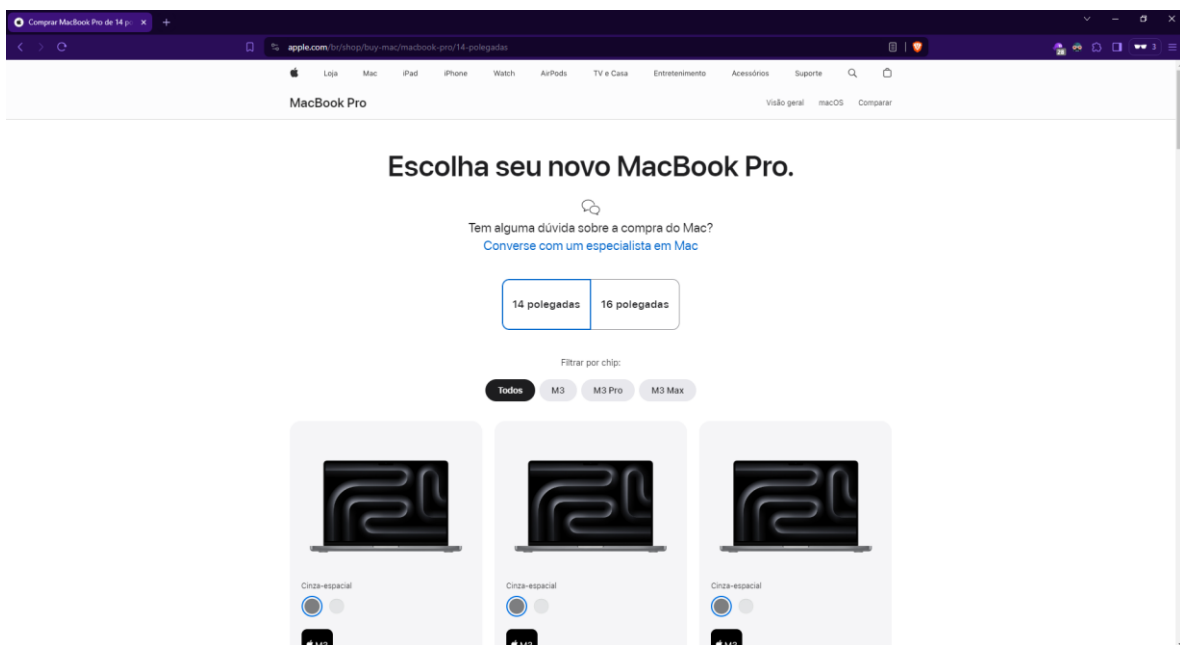
Veja em detalhes



MacBook Pro de 14 pol.

A interface é autoexplicativa, o que é ótimo, e como sabemos exatamente o que queremos, selecionamos a opção 16 polegadas e clicamos no botão “*Comprar*” (botão esse, destacado de todos os outros e que apresenta a paleta de cores tratada na *landing page*). Tal botão nos redireciona para página “*Escolha seu novo MacBook Pro.*”. Essa seleção que fizemos se deu por meio, novamente, de uma interação com perspectiva de sistema, onde somos limitados pela interface, por meio de dois botões, a escolher uma opção se desejamos progredir. Nesse caso específico, para facilitar a usabilidade da aplicação, a opção de 14 polegadas já está selecionada para o usuário, tornando essa interação menos restrita e não “obrigando” o usuário a escolher.

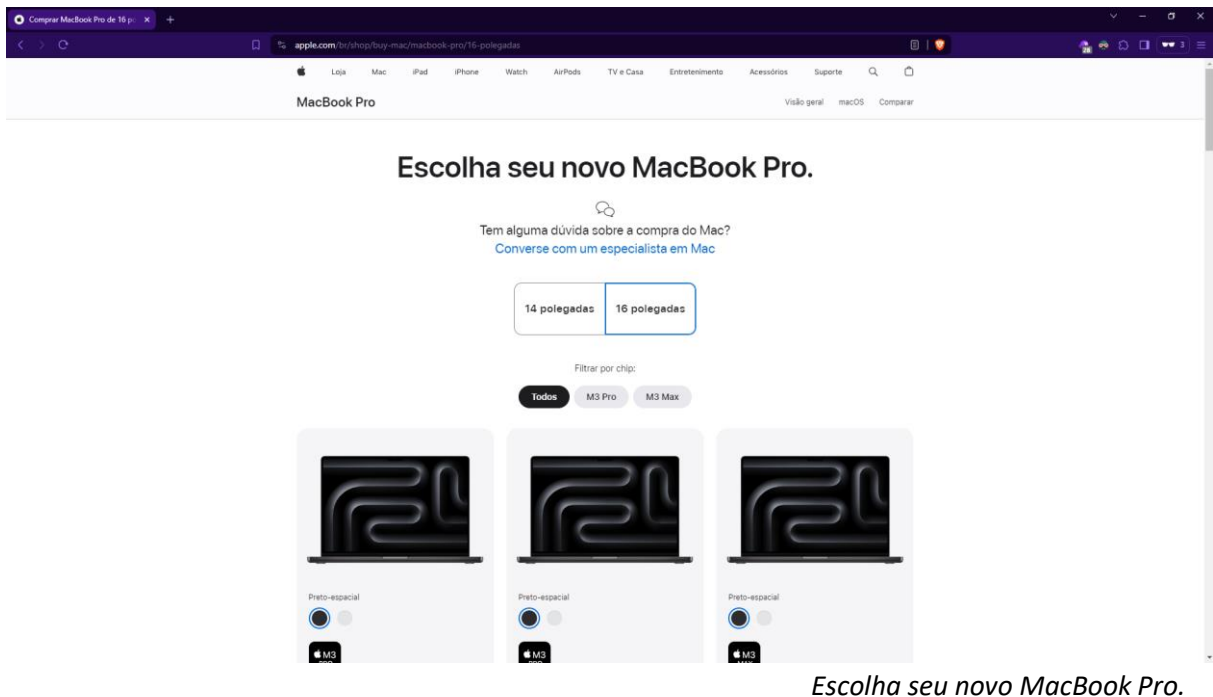
Alternativamente, poderíamos clicar diretamente no botão “*Comprar*” presente sob a imagem do *MacBook Pro*, o que nos levaria à página “*Escolha seu MacBook Pro.*” padrão, que apresenta diretamente modelos de 14 polegadas. Novamente, assim como na *landing page*, formas distintas de chegar no mesmo lugar, algo muito útil e que facilita a aprendizagem do usuário e reduz a necessidade de recordar exatamente como navegar pela interface.



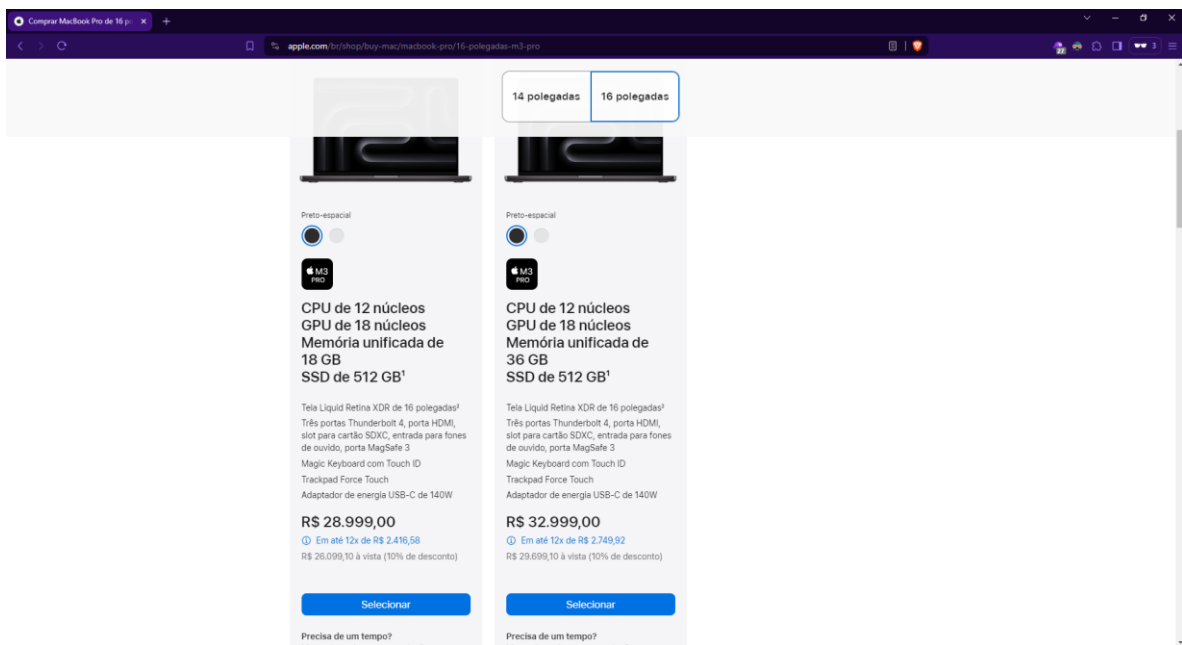
Escolha seu novo MacBook Pro. padrão

Escolha seu novo MacBook Pro.

Já com os modelos de 16 polegadas selecionados, vamos buscar o modelo que nos interessa, o que contém o chip *M3 Pro*, 36 GB de memória RAM e um SSD de 512 GB. Escolhemos a opção “*M3 Pro*” no campo “*Filtrar por chip:*” e, enfim, encontramos o produto que queríamos.



Escolha seu novo MacBook Pro.



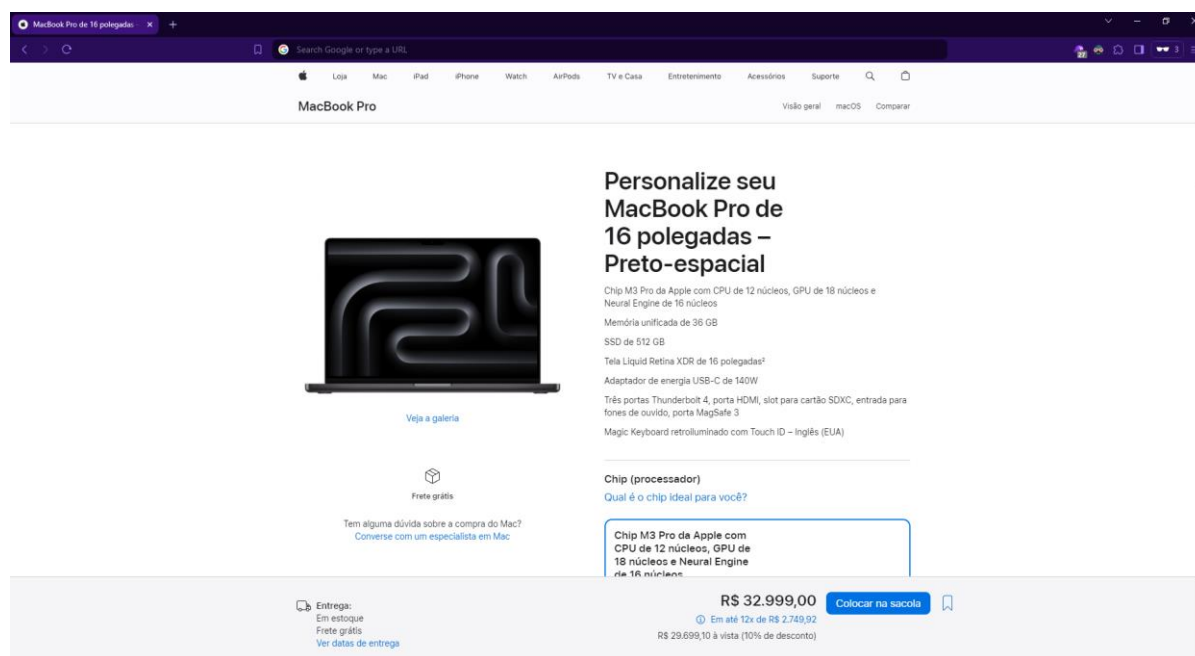
MacBooks Pro com o chip M3 Pro

Podemos classificar a filtragem dos *chips*, bem como a possível escolha de cor do *MacBook*, como interações com perspectiva de sistema, além da página como um todo ter uma perspectiva de interação de mídia.

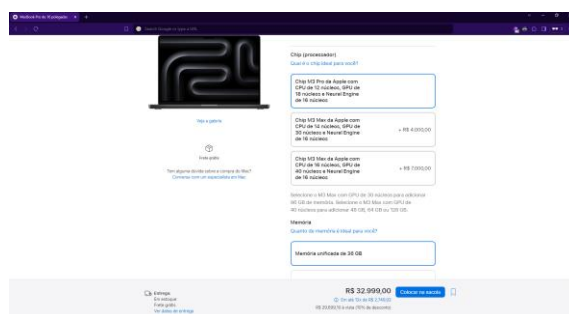
Ao clicar no botão “*Selecionar*”, devidamente destacado, somos redirecionados para a página “*Personalize seu MacBook Pro de 16 polegadas – Preto-espacial*”.

Personalize seu MacBook Pro de 16 polegadas - Preto-espacial

Aqui podemos personalizar ainda mais nosso *MacBook*, podendo alterar seu *chip*, capacidade de armazenamento, e *softwares* pré-instalados. Tais personalizações se dão por meio de uma interação com perspectiva de sistema, onde o usuário é convidado a escolher as especificações de seu sistema, além da perspectiva de mídia.



Personalize seu MacBook Pro de 16 polegadas - Preto-espacial



Escolhendo as especificações

Como esse é exatamente o modelo desejado, vamos clicar no botão que detém o esquema de cores adotado pela empresa para dar destaque, “Colocar na sacola”, que nos redireciona para a página “Tudo do que você precisa. E muito mais.”.

Tudo do que você precisa. E muito mais.

MacBook Pro de 16 polegadas – Preto-espacial

Ver sacola

Tudo do que você precisa. E muito mais.

AppleCare Protection Plan para Mac
Receba até três anos de suporte técnico de especialistas Apple e mais opções de reparo de hardware.

- Acesso prioritário a especialistas Apple
- Reparos certificados pela Apple usando peças originais
- Cobertura para Mac, bateria e acessórios incluídos

Saiba mais >

R\$ 2.499,00

Colocar na sacola

Entrega: Em estoque

Adaptador de USB-C para USB
Este adaptador permite que você conecte acessórios com USB padrão, como pen drives e câmeras, e aparelhos com iOS e iPadOS à porta Thunderbolt 4 (USB-C) do seu MacBook Pro.

R\$ 219,00

Colocar na sacola

Entrega: Em estoque

Cabo Thunderbolt 4 Pro (USB-C)
Na cor preta e com design trançado para prevenir nós, este cabo é compatível com Thunderbolt 3, Thunderbolt 4 e USB 4 para transferência de dados a até 40 Gbps, USB 3 para transferência a até 10 Gbps, saída de vídeo DisplayPort (HBR3) e recarga com até 100W de potência. Use este cabo para conectar o MacBook Pro a monitores e aparelhos com Thunderbolt (USB-C) e USB, como o Studio Display, o Pro Display XDR, bases e discos rígidos.

Comprimento
1 metro

R\$ 729,00

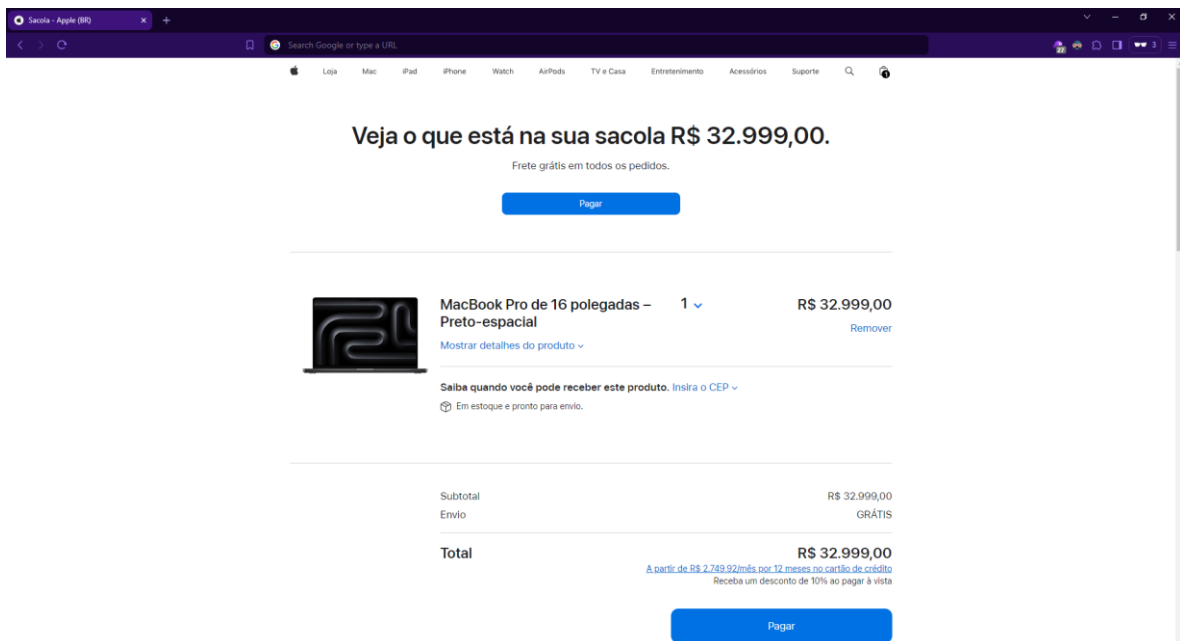
Colocar na sacola

Tudo do que você precisa. E muito mais.

Ao invés de nos levar diretamente para a “sacola”, passamos por uma última página, como se estivéssemos em uma loja física esperando na fila, ou passando pelo corredor que leva ao caixa, e que nos oferece coisas que não exatamente viemos buscar, mas podemos (ou muitas vezes achamos que podemos) precisar, e “aproveitamos” para levar. Como sabemos exatamente o que queremos, vamos ignorar esta página e todos seus botões “Colocar na sacola” que buscam nos “atrair” e clicar no botão, também destacado, “Ver sacola”, que nos leva, agora sim, para a “sacola”.

Aqui a interação ocorre pela perspectiva de mídia, onde o site tenta apresentar seus produtos de forma clara e dando destaque aos elementos que buscam chamar a atenção do usuário, com os botões realçados. Ademais, ocorre a interação pela perspectiva de sistema, onde é possível escolher o comprimento do cabo apresentado, por meio de uma caixa de seleção.

Veja o que está na sua sacola R\$ 32.999,00.



Veja o que está na sua sacola R\$ 32.999,00.

Por fim, na “sacola”, conferimos os itens que adicionamos, e o valor de tais, e finalizamos nosso pedido clicando no botão em destaque “Pagar”. É interessante perceber a existência de dois botões “Pagar”, um logo abaixo do valor da “sacola” e outro ao final da página, abaixo dos itens, subtotal, envio e total. O motivo de tal medida é, provavelmente, o de “capturar” o usuário de todas as formas possíveis, diretamente, após informar o valor do produto, e informar que o frete é grátis em todos os pedidos, ou ao final da página, após a leitura de toda a “sacola”.

A interação desta página se dá pela perspectiva de mídia, com a apresentação da “sacola” para o usuário e, também, pela perspectiva de sistema, onde o usuário pode escolher a quantidade de itens, clicando em uma caixa e escolhendo um número ou digitando diretamente a quantidade desejada do produto.

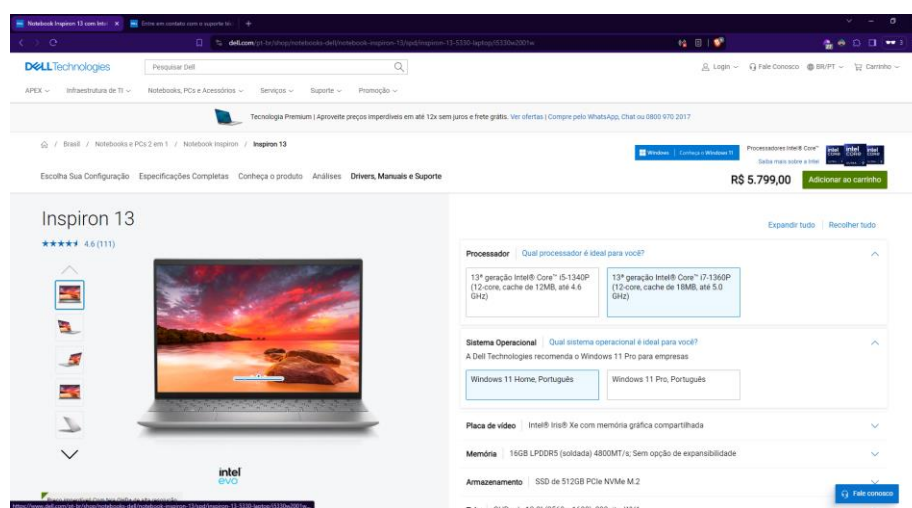
Daqui somos redirecionados para uma página de preenchimento de dados e finalização do pedido, onde ocorre, novamente, uma interação de mídia, onde é apresentado ao usuário os detalhes finais e o mesmo é convidado a revisar o pedido, e de sistema, onde o usuário preenche seus dados para, aí sim, concluir o pedido.

Pontos negativos e/ou a melhorar

A interface abordada é, além de portadora de um *design* agradável aos olhos, muito eficiente, sendo praticamente impossível do usuário não encontrar o que deseja, da forma que deseja. Seria interessante, porém, a implementação de algumas funcionalidades não essenciais, mas acessórias, à sua interface, algumas destas, inclusive, já implementadas por produtos concorrentes. São elas:

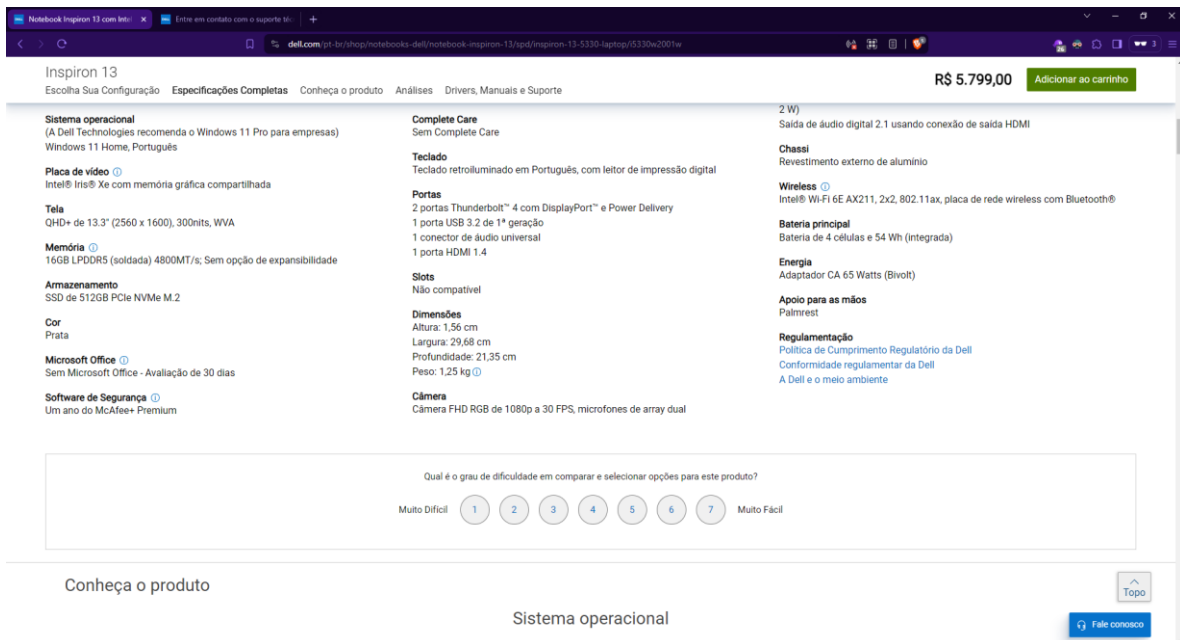
- **Modo escuro:** Apesar da interface direta e eficiente, seria muito bem vinda a introdução de um modo escuro, onde as cores do site são invertidas, e a maior parte do corpo do mesmo seria em tonalidade inversa à atual. Tal funcionalidade também não é encontrada em produtos semelhantes.
- **Botão de retorno ao topo:** Toda a vez que o usuário “desce” a página e deseja retornar ao topo, é necessário utilizar o *scroll* do mouse. Na maior parte dos casos, como a interface é intuitiva e clara, não é necessário navegar por toda a página, entretanto, um botão simples (mesmo que apenas em páginas de produtos, e não na *landing page*), não seria algo ruim.
- **Botão de atendimento:** Para acessar o suporte, seja esse relacionado à compra de um produto ou à manutenção de um já adquirido, é necessário acessar o item “Suporte”, no menu horizontal de navegação. Um botão que acompanhasse o usuário (novamente, mesmo que não em todas as páginas), seria conveniente.
- **Suporte via autoatendimento:** Todo o suporte do produto ocorre por meio do contato com pessoas, seja esse contato físico ou virtual. Algum tipo de mecanismo de inteligência artificial para resolução de problemas simples seria de grande utilidade.

Como exemplo de produto que contém alguma dessas melhorias, temos o site da Dell:



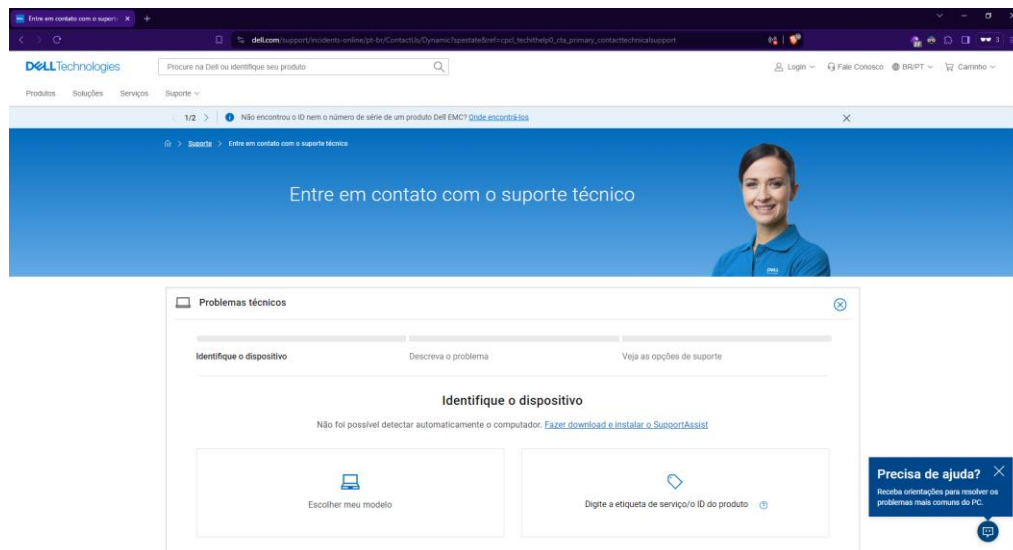
Exemplo do botão de atendimento

Um dos possíveis motivos da inexistência do botão é o de que ele não é bonito, e moderno. Porém, como mencionado anteriormente, ele pode aparecer apenas em determinadas páginas, como nesse exemplo, em que ele aparece em uma página de produto, no canto inferior direito da tela.

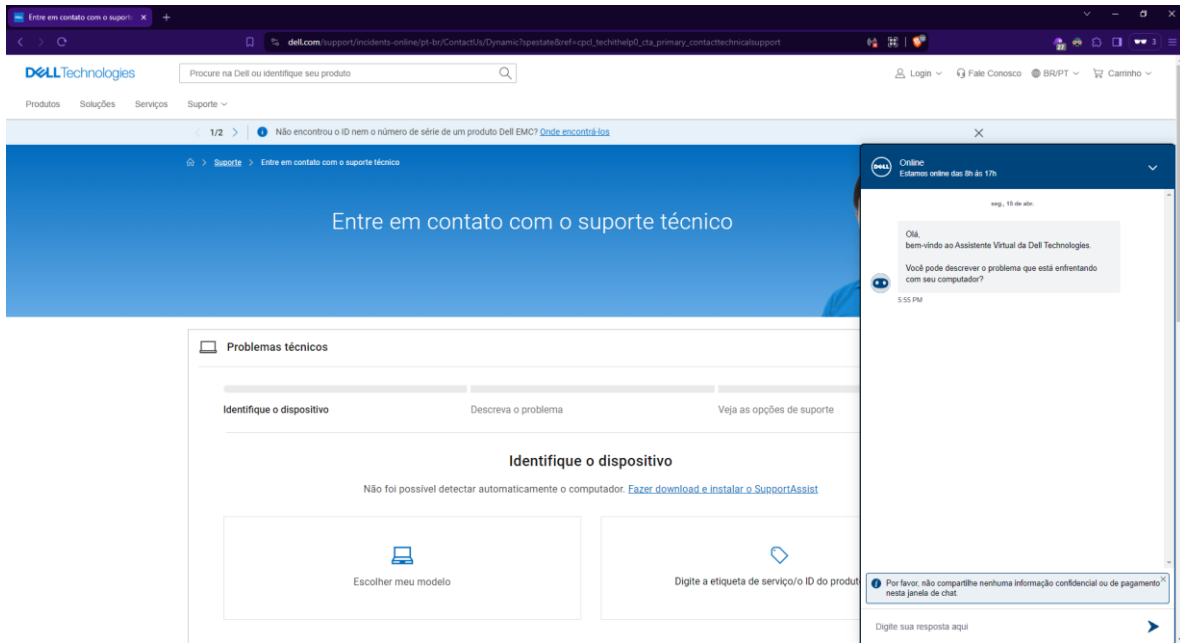


Exemplo do botão de retorno ao topo

Da mesma forma e posição que o botão anterior, este aparece apenas em determinadas páginas e ainda é apresentado de maneira ainda mais discreta. Ademais, vale destacar o questionamento do *site* para o usuário avaliar sua experiência, o que é um ponto positivo, além de ser uma interação com perspectiva de sistema.



Exemplo de suporte via autoatendimento

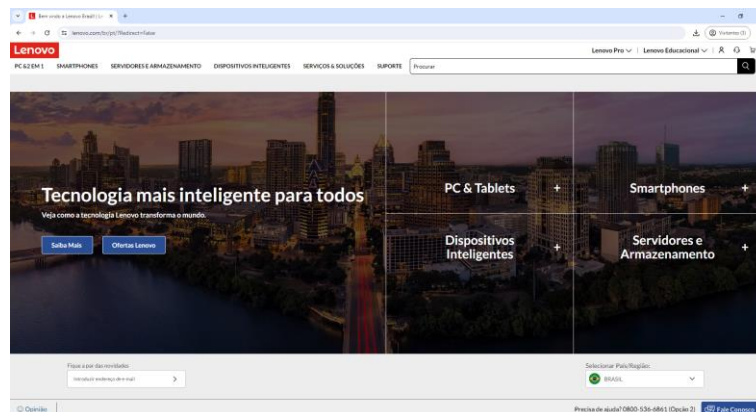


Exemplo de suporte via autoatendimento

Também presente no produto concorrente, está a funcionalidade de suporte via autoatendimento, para eventos que não necessariamente requerem uma pessoa ou para atendimentos realizados fora do horário comercial. Inclusive, tal recurso interage com o usuário com uma perspectiva de parceiro de discurso, uma perspectiva ausente no site da *Apple*. Para acessar este recurso, porém, o usuário tem de buscar a seção de suporte do *site*.

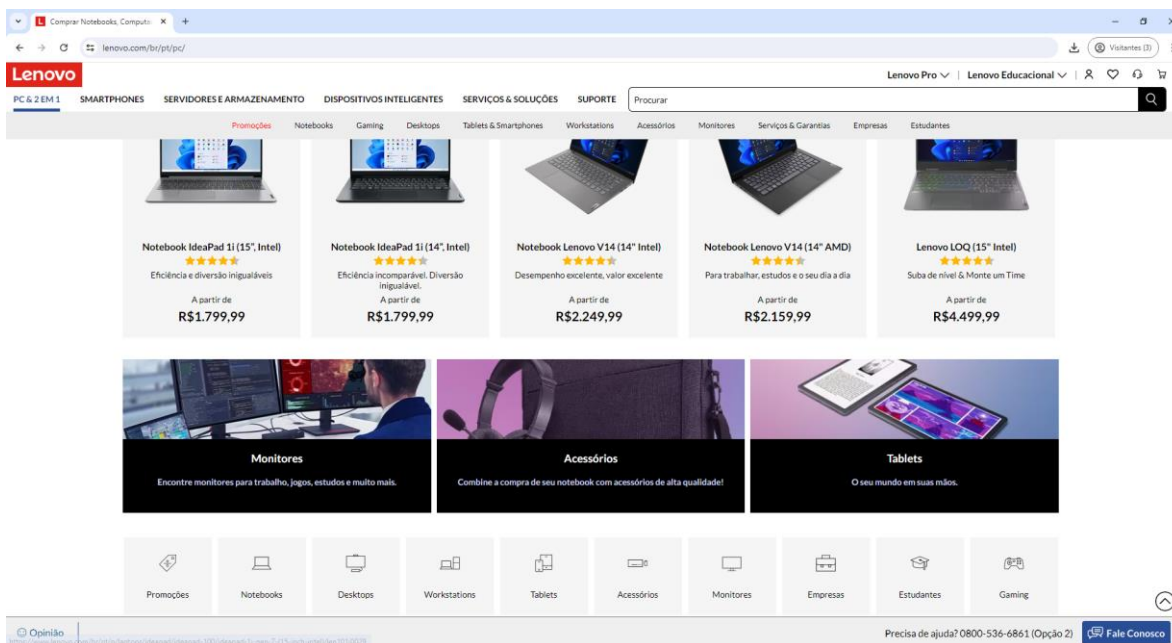
Negativamente, podemos dizer que o site da *Dell* apresenta um *design* bem mais comum e simplório, se comparado ao site da *Apple*, o que, entretanto, não prejudica em grande escala a experiência do usuário quanto à eficácia e eficiência. Tal experiência poderia, tão somente, ser menos “poluída”.

Outro produto concorrente que contém estas melhorias é o *site* da *Lenovo*:



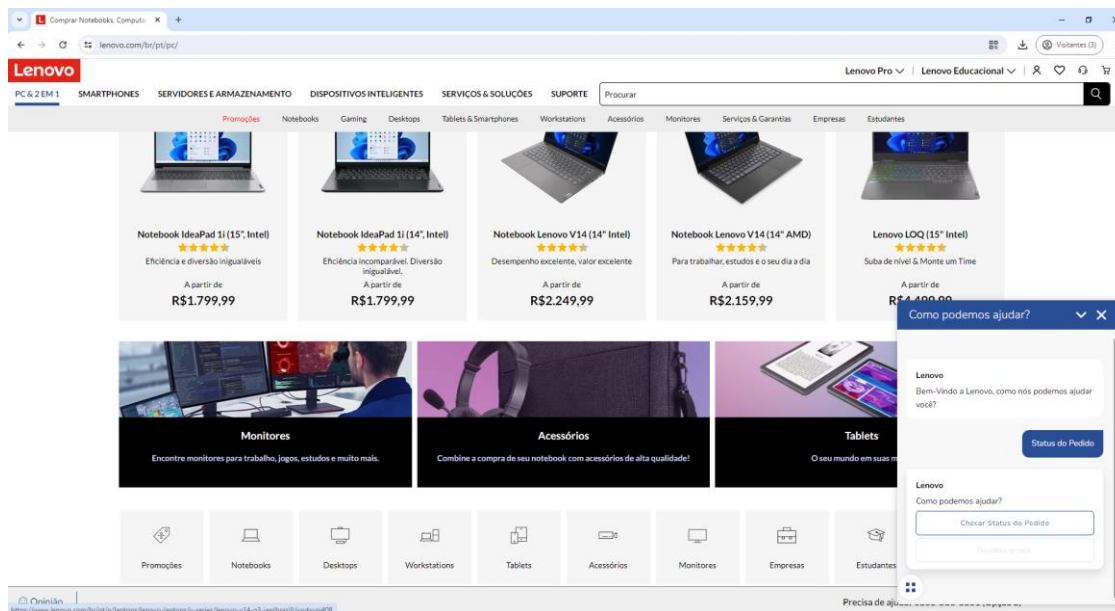
Exemplo do botão de atendimento

De imediato, diferentemente dos exemplos anteriores, pode-se perceber que o *site* demora a carregar, além de ser muito poluído, tornando a navegação pesada e desconfortável, com informações em excesso. Apesar disso, o botão de atendimento está presente na interface web.



Exemplo do botão de retorno ao topo

Bem como o botão de retorno ao topo, no canto inferior direito da tela.



Exemplo de suporte via autoatendimento

Por fim, um exemplo de suporte via autoatendimento, desta vez, porém, diretamente no botão de atendimento, algo ausente tanto no *site* da *Apple* quanto do *site* da *Dell*.

Apesar dessas vantagens frente aos produtos apresentados anteriormente, o *site* da *Lenovo* apresenta a pior interface dentre todos, sendo o mais pesado e poluído e o menos claro, tornando essas vantagens acessórias pouco úteis, pois o “saldo” de satisfação do usuário acaba sendo negativo.