

A ADAPTAÇÃO DOS SITES AOS DIVERSOS TAMANHOS DE DISPOSITIVOS

Dennis van den Berg

Atualmente os dispositivos mobile já são responsáveis por maior parte do tráfego aos sites, além disso maior parte das compras realizadas on-line também são realizadas através destes dispositivos. Enquanto que em 2012 os dispositivos mobile eram responsáveis por aproximadamente 15% do tráfego e os dispositivos desktop em torno de 80%, o uso dos aparelhos mobile foi aumentando gradativamente, e no ano de 2018 já podíamos observar um tráfego de 77% através de dispositivos mobile (IOT, 2020). Segundo Pacheco (2022) 67% das vendas realizadas na Black Friday de 2021 foram realizadas a partir de um dispositivo móvel.

Outro dado muito interessante de se observar é que a porcentagem de vendas pelo mobile sempre é inferior a porcentagem do tráfego, independente do setor (IOT, 2020), ou seja, apesar do tráfego pelo desktop ser menor, a chance de vender é maior. O tempo de permanência nos sites no site em aparelho mobile é a metade, quando comparada aos desktops, além de possuírem uma taxa de rejeição 10 pontos percentuais maior (ENGE, 2021). Mostrando que os visitantes mobile são um publico crescente, mas além disso um público mais exigente e imediatista, e que por isso precisam de um atenção especial.

Levando em conta o foco no público que acessa os sites através destes dispositivos, surgiu em 2009 um conceito chamado do Mobile First. Neste conceito se cria um site inicialmente focando nos usuários mobile e posteriormente se adiciona recursos para a versão desktop (RIBEIRO, 2021). Os sites criados com design Mobile First tem um layout mais limpo, com informações fáceis de serem encontradas e com uma melhor experiência de uso, além de carregar mais rápido e deixar a marca do site com uma aparência mais inovadora, sem contar que desde 2018 o Google começou a considerar o esses fatores importantes na indexação de suas pesquisas, tornando a mais fácil de ser encontrada em seus mecanismos de busca (PEREZ).

O grande crescimento dos acessos através de dispositivos mobile e os desafios que vem junto com ela faz necessário o uso de estratégias especiais de design, e dentre elas se destaca o Mobile First, que tem como objetivo maximizar a experiência dos usuários que acessam o site através de dispositivos móveis.

Referências

MOBILE ACCOUNTS FOR 65% OF ALL ECOMMERCE TRAFFIC - SO WHY ARE MOBILE SALES STILL LAGGING? **Iot**, feb. 2020. Disponível em: <http://iotcommunication.com.vn/news/mobile-accounts-for-65-of-all-ecommerce-traffic-so-why-are-m.html>. Acessado em: 18 mar. 2022.

PACHECO, Victor. Compras em smartphones são maioria no e-commerce. **Showmetech**. Jan. 2022. Disponível em: <https://www.showmetech.com.br/estudos-sobre-compras-em-smartphones-no-e-commerce/>. Acessado em: 18 mar. 2022.

RIBEIRO, Gabriel M. Mobile First: a chave do sucesso para sua estratégia de marketing digital. **Racoon**. Jun. 2021. Disponível em: <https://racoon.ag/blog/estrategias-e-dicas/mobile-first/>. Acessado em: 18 mar. 2022.

PEREZ, Otávio. Mobile First: o que é e quais as vantagens. **Avio**. Disponível em: <https://avio.com.br/blog/mobile-first-o-que-e-e-quais-as-vantagens-dessa-estrategia/>. Acessado em: 18 mar. 2022.