

[fonte 1](#)

[fonte 2](#)

DEFININDO A MÉTRICA

Necessário pensar nas métricas que melhorem a experiência E devem estar ligadas aos outros objetivos do produto. Deve-se pensar em 3 dimensões:

- **Métricas descritivas**, para ajudar a contar o que aconteceu;
- **Métricas de percepção**, para concentrar em como os clientes percebem o produto;
- **Métricas de resultados**, para ajudar a descrever o que os clientes fizeram ou esperam fazer com base em suas percepções.

TIPOS DE KPI

- **QUANTITATIVO**: avaliação de quantos usuários conseguem de fato completar um fluxo de trabalho, quais foram os erros e quais correções mais/menos urgentes para a equipe de projeto avaliar/ resolver. Dados coletados a partir de uma amostra grande de usuários, sem interação entre eles. Monitoramento através de ferramentas como Google Analytics
- **QUALITATIVO**: melhor modo para avaliação de performance do produto. Dados coletados por um número menor de usuários pois é necessário interagir com eles através de um teste de usabilidade ou entrevista, garantindo feedback real

Comparativo de métricas usadas pelo Marketing

<i>Métricas de Marketing</i>	<i>Métricas de UX</i>
<i>Taxa de conversão</i>	<i>Taxa de sucesso da tarefa</i>
<i>Custo por conversão (CPC)</i>	<i>Sucesso percebido</i>
<i>Visitas a comprar</i>	<i>Tempo de tarefa</i>
<i>Visualização de página</i>	<i>Entrada de dados</i>
<i>Taxa de rejeição</i>	<i>Taxa de erro</i>

MÉTRICAS PARA AVALIAÇÃO DE USABILIDADE

i - usabilidade - métricas usadas para entender a facilidade de usar o sistema

ii - engajamento - métricas usadas para entender o quanto a pessoa interage, qual a atenção dada ao produto, quanto tempo gastam em um fluxo de trabalho e se sentem bem em utilizar o produto

iii - conversão - ajudam a entender tendências e a projetar novas soluções para a assertividade do produto

1 - TAXA DE CONCLUSÃO

(Métrica de Usabilidade Fundamental ou Métrica do Gateway)

Descrição	Tarefa Sucesso (1) / Falha na Tarefa (0)
Tarefa 1	1
Tarefa 2	1
Tarefa 3	0

2 - PROBLEMAS DE USABILIDADE

Descr. do Probl. encontrado pelo usuário	Quem encontrou	Total
Problema 1	Usuário A	2
	Usuário B	
Problema 2	Usuário A	1
Problema 3	Usuário C	1

- Conhecer a probabilidade de um usuário encontrar um problema em cada fase de desenvolvimento pode se tornar uma métrica chave para medir o impacto da atividade de usabilidade e ROI.
- Saber qual usuário encontrou, você pode prever melhor os tamanhos de amostra, as taxas de descoberta de problemas e quais problemas são encontrados por um único usuário.

3 - TEMPO DE TAREFA

- Duração total da tarefa = fato de eficiência e produtividade. Medir a realização da tarefa em segundos/ minutos. Marcar o tempo após o usuário ler a tarefa e após concluir a tarefa (incluindo revisão)

4 - SATISFAÇÃO DO NÍVEL DA TAREFA

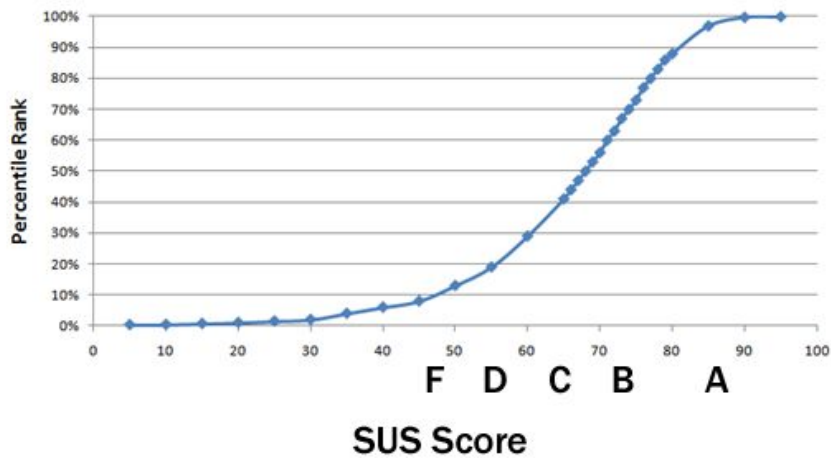
- Questionar se usuário pode passar feedback da dificuldade da tarefa.

- Métricas compararão quão difícil foi uma tarefa em relação às outras do banco de dados.
- Foco no quão fácil é usar o produto. (Pode incluir métrica para reconhecimento de ícones, navegação de menus, momentos de confusão, hesitação, etc)
- Escala para Software/ Dispositivos Móveis: System Usability Scale (SUS)
 - Efetividade (os usuários conseguem completar seus objetivos?)
 - Eficiência (quanto esforço e recursos são necessários para isso?)
 - Satisfação (a experiência foi satisfatória?)
 -
 - Consiste em 10 perguntas, escala 1 a 5. Deve ser aplicado ao final de um teste de usabilidade quantitativo.

Strongly Disagree 1	2	3	4	Strongly Agree 5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Exemplos de 10 perguntas básicas que podem ser adaptadas para se encaixarem no contexto:
 1. Eu acho que gostaria de usar esse sistema com frequência.
 2. Eu acho o sistema desnecessariamente complexo.
 3. Eu achei o sistema fácil de usar.
 4. Eu acho que precisaria de ajuda de uma pessoa com conhecimentos técnicos para usar o sistema.
 5. Eu acho que as várias funções do sistema estão muito bem integradas.
 6. Eu acho que o sistema apresenta muita inconsistência.
 7. Eu imagino que as pessoas aprenderão como usar esse sistema rapidamente.
 8. Eu achei o sistema atrapalhado de usar.
 9. Eu me senti confiante ao usar o sistema.
 10. Eu precisei aprender várias coisas novas antes de conseguir usar o sistema.
- Cálculo da pontuação:
 - Para as respostas ímpares (1, 3, 5), subtraia 1 da pontuação que o usuário respondeu.
 - Para as respostas pares (2 e 4), subtraia a resposta de 5. Ou seja, se o usuário respondeu 2, contabilize 3. Se o usuário respondeu 4, contabilize 1. Calma, já vai fazer sentido.
 - Agora some todos os valores das dez perguntas, e multiplique por 2.5.
 - Essa é sua pontuação final, que pode ir de 0 a 100.
- Comparando os resultados: A média do System Usability Score é 68 pontos. Se você fez menos pontos do que isso, você provavelmente está enfrentando problemas sérios de usabilidade em seu produto. Não é nada 100% científico, e o SUS serve apenas para ajudar os designers e pesquisadores a entenderem o quão grave é o problema. Se um site possui resultados abaixo de 50, é um sinal de que os investimentos em design e usabilidade

precisam ser priorizados dentro de seu plano de negócios — antes que a má usabilidade leve o seu produto ao fracasso



- Escala para Websites: SUPR-Q
 - Questionário validado psicometricamente com 8 itens para medir a qualidade da experiência do usuário em relação ao site estudado.
 - Capta o sentimento de confiança e aparência do usuário em fatores separados (ajudando a entender como esses fatores afetam a intenção de compra e probabilidade de retornar e recomendar
 - S de SUPR-Q é de Standardized, padronizado. Possui um banco de dados normatizado de 150 sites, comparando a pontuação bruta geral e subfatores de usabilidade, cujas infos são atualizadas trimestralmente, sendo a comparação de benchmark atualizada

5 - ERROS

- Gravar e registrar e descrever todas ações, falhas, erros, omissões não intencionais do usuário ao realizar a tarefa.

Descrição das ações	Gravidade dos erros
Falha A	3
Erro B	1
Omissão C	4
Erro D	2

6 - EXPECTATIVA

- Diagnosticar as áreas problemáticas questionando ao usuário quão difícil eles esperam que seja a tarefa e comparar a classificação da dificuldade da tarefa real (dos mesmos ou diferentes usuários)

7 - VISUALIZAÇÃO DE PÁGINAS/ CLIQUES

- Clique = Time-on-task/ Tempo de Tarefa => Melhor eficiência
- O primeiro clique pode ser altamente indicativo de um sucesso ou falha na tarefa

8 - CONVERSÃO

- Métrica de conversão essencial para avaliação de e-commerce
- Medir se usuário pode se inscrever ou comprar um produto
- Medição Binária: 0 = Não convertido; 1 = Convertido

9 - MÉTRICA DE USABILIDADE ÚNICA (medida de desempenho)

- standardized, summated and single usability metric
- Uma das métricas mais utilizadas
- Média padronizada das medidas de eficácia, eficiência de satisfação composta por 4 métricas: conclusão, satisfação no nível da tarefa e tempo de tarefa, contagem de erros
- Ver modelo SUM Calculator [aqui](#)

FRAMEWORK H.E.A.R.T.

Criado pela Digital Telepathy e o Google Ventures, usa-se para diferir das métricas para negócios (dados como o número de produtos vendidos ou os leads gerados).

- Happiness (felicidade): mede as atitudes do usuário e seu nível de satisfação, normalmente coletadas através de pesquisa.
- Engagement (engajamento): mede o nível de envolvimento do usuário com seu produto, podendo ser o número de vezes que ele interaje com seu produto em um período de 7 dias.
- Adoption (adoção): mede a quantidade de novos usuários que chegam até o produto através/por causa de alguma funcionalidade.
- Retention (retenção): mede a frequência com a qual os usuários retornam ao produto.
- Task success (sucesso da tarefa): mede a eficácia, eficiência e taxa de erros cometidos ao tentar realizar uma tarefa.

Não é necessário usar todas de uma vez, assim como é possível criar outras desde que faça sentido para a avaliação. É de praxe avaliar dentro de cada categoria os seguintes itens:

- **Goals (metas):** de modo abrangente, cada métrica atender a um objetivo dentro do produto.
- **Signals (sinais):** em diversos momento durante o uso do produto, o usuário emitirá sinais altos e baixos que ajudarão a entender o fracasso ou o sucesso de algumas metas.
- **Metrics (métricas):** devem ser bem específicas e sempre lembradas em qualquer momento do projeto.

	Goals	Signals	Metrics
Happiness			
Engagement			
Adoption			
Retention			
Task Success			