

MVP PUC-Rio – Sprint 2

Aluno: Giovanni Diniz Perrone

Curso: UX Experiência do Usuário e Interação Humano-Computador

Relatório de Desenvolvimento do Projeto de WebApp da Quero Estampar

**Quero
Estampar!**
É Personalizada. É do Seu Jeito.

Rio de Janeiro

2023

Sumário

I – QUERO ESTAMPAR.....	3
II – O PORQUÊ DO SISTEMA.....	5
III - MODELOS DE INTERAÇÃO (MoLic).....	8
IV – PROTÓTIPO (Wireframe).....	13

I - QUERO ESTAMPAR

A Quero Estampar é uma marca de produtos e presentes personalizados, que está atuando há 4 anos no segmento. Atualmente, não possui loja física. Seu atendimento é on-line, via redes sociais e WhatsApp. A empresa possui um site (www.lojaqueroestampar.com.br) porém, hoje ele é utilizado mais como uma espécie de vitrine, até é possível realizar a compra pela plataforma, mas a maioria dos clientes entra em contato pelo WhatsApp ou Instagram (@queroestampar). Outra maneira de comprar com a marca é pela loja disponível na Shopee.

Localizada em Jacarepaguá (RJ), busca sempre fidelizar os seus clientes no primeiro atendimento através da humanização da marca e, assim, trazendo uma identificação com o seu público. Exemplo disso é o uso do atendimento pelo WhatsApp, diretamente com um designer, sem o uso de *bots*. Apesar de estar no Rio de Janeiro, atende todo o Brasil através da internet e entrega via correios.

Hoje, seu posicionamento não é de brigar por preços e sim, pela qualidade nos serviços oferecidos, com produtos de boa durabilidade, estampas com cores vivas e bem acabadas, atenção aos detalhes, embalagem impecável e pronta para presentear algum amigo ou parente querido.

Alguns exemplos de produtos: canecas, camisetas, cangas, chaveiros, agendas, almofadas, lápis, adesivos... Todos eles podendo ser personalizados com a estampa que o cliente desejar ou solicitar via atendimento.

Abaixo veremos uma lista de concorrentes:

- Sheik Estamparia: se destaca por oferecer uma variedade de técnicas para estampar, do tradicional bordado até o moderno Silk Digital (DTG).

- Dimona: Tradição (marca atuante no mercado há mais de 50 anos). Se destaca pela variedade de técnicas para estampar uma camisa, com silk, bordado, silk digital, serigrafia e sublimação.

- Quero Canecas: Atualmente referência na Web em vendas de canecas personalizadas.

Demais concorrentes: Amora Stamp; Seu Jeitim; SOS Malhas; Print e Arte; Printare; Kmutuê Estamparia.

Entre os diferenciais da Quero Estampar, são destacados o atendimento direto com um designer para fazer as artes das estampas do jeito do cliente; a forma que o produto é entregue: já embalado, pronto para apresentar (o cliente pode até fazer um cartão com imagens e textos personalizados); não é necessário ter uma arte para personalizar, essas são feitas particularmente para o cliente, sem custo adicional; caso o cliente tenha uma arte, porém em baixa qualidade, a preparação será feita também sem custo adicional e sempre sendo enviado para aprovação antes do processo de estampagem.

Fontes: todos os dados acima foram coletados através de entrevistas com os líderes da empresa.

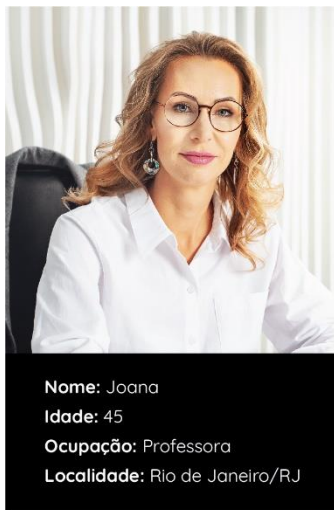
II – O PORQUÊ DO SISTEMA

Hoje, a Quero Estampar possui um site, porém este não tem funcionado como deveria. De acordo com a pesquisa realizada na sprint 1 deste curso na PUC-Rio, um dos motivos disso é a falta de opções para o cliente enviar suas referências de artes e textos pelo site, tendo assim que entrar em contato pelo WhatsApp para conseguir realizar a tarefa. Para a empresa, esse atendimento é rápido, porém é um pouco difícil manter uma ordem (fila) das solicitações, pois no aplicativo de mensagens, toda vez que o cliente envia uma nova mensagem sua conversa sobrepõe as demais, dando um certo trabalho para verificar quem solicitou primeiro. Sendo assim, para maior controle da empresa o ideal seria um sistema onde tudo ficasse registrado.

Focando nos usuários (clientes), o sistema poderia resolver seus problemas caso fosse possível enviar suas imagens e textos por ele. Além disso, mais um ponto levantado na pesquisa é que os clientes desejam ter o histórico de compras acessível no sistema, pois assim fica mais fácil solicitar pedidos idênticos e/ou com pequenas alterações. Entrando mais a fundo nesse assunto, também foi levantado o interesse dos usuários em conseguir realizar pedidos iguais aos que já foram feitos, por exemplo, há meses atrás, utilizando a mesma arte, alterando apenas o produto. Para exemplificar essas situações, vamos as personas e cenários.

PERSONAS E CENÁRIOS

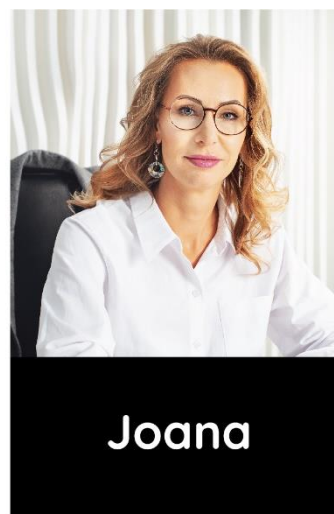
Persona 1:



Joana tem 45 anos e mora na Zona Sul do Rio de Janeiro. Formada em letras, trabalha dando aulas de inglês e sendo voluntária em uma ONG. Ela promove diversos aulas de idiomas na ONG e vive organizando eventos de incentivo à literatura lá dentro. Para atingir cada vez mais pessoas, divulga esse trabalho nas redes sociais e faz diversos brindes com a marca da ONG para distribuir aos participantes dos eventos e outros professores. Joana também precisa ter produtos institucionais como papel timbrado, agendas, cartões de visita, panfletos, camisas e canecas. Ela se sente muito feliz em poder ajudar os que mais precisam e incentivar a educação no país, mas as vezes se sente desmotivada por não entender muito de design, pois isso atrapalha muito nos momentos em que precisa fazer produtos personalizados. Muitas vezes ela não encontra os produtos exatamente como gostaria nos sites de estamparias disponíveis.

Cenário 1:

Joana vai realizar um curso gratuito de inglês na ONG onde é voluntária. Esse curso já foi realizado no ano passado e ela financiou os materiais de estudo dos alunos, como cadernos, livros, lápis e canetas. Tudo foi feito em uma estampa, com o material personalizado para a ONG, tendo sua marca e outras especificações. Ela entrou em contato com a estampa, mas não conseguiu fazer mais unidades dos itens do ano passado, pois a empresa não tinha o histórico de pedidos dela. Joana ainda tentou acessar o site para verificar como o pedido havia sido, porém lá só constavam os produtos comprados, sem a visualização das estampas e artes internas dos livros e cadernos. Então, ela desistiu de ter o trabalho de explicar tudo novamente e recorreu a produtos prontos.



Analisando o cenário, podemos dizer que se Joana conseguisse visualizar as artes feitas para os materiais do ano anterior, ela poderia realizar um novo pedido utilizando estas mesmas artes, solicitando apenas uma pequena alteração, como por exemplo, o ano do curso, desde que o sistema oferecesse essa ferramenta.

Persona 2:

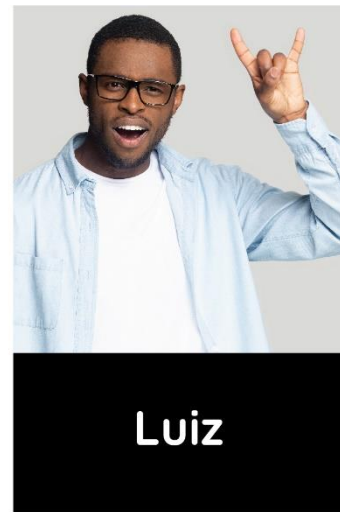


Nome: Luiz
Idade: 23
Ocupação: Universitário
Localidade: Rio de Janeiro/RJ

Luiz é um jovem de 23 anos, adora ir a eventos de rock e mora com os pais. Cursando Publicidade e Propaganda, ama a área de produção de eventos e já organizou alguns eventos de música na universidade onde estuda. Ele vive comprando camisetas de bandas, canecas e outros artigos com estampas que gosta. Quando descobriu que existem lojas que personalizam itens com seu nome ou o nome do seu evento, começou a fazer a busca por uma loja ideal. Apesar de cursar Publicidade, Luiz não gosta de lidar com programas de criação de layouts, então sempre procura estampas prontas e envia como referência para fazer seus personalizados. Ele também é uma pessoa que adora presentear os amigos com algo especial, mas nem sempre consegue ter ideias de presentes legais. Muitas vezes pesquisa no Google e já entra em contato com a loja onde achou o produto para fazer seu pedido. Outras vezes, ele acaba não encontrando um produto ideal. Sua maior vontade é se fidelizar com uma loja, que já conhece suas necessidades, evitando o trabalho de pesquisar no Google.

Cenário 2:

Luiz está organizando uma confraternização na sua casa. Na verdade, seu cachorrinho de estimação está fazendo 3 anos e como Luiz adora reunir os amigos e organizar eventos, decidiu fazer uma pequena festa com itens personalizados. Sua ideia é colocar temas de bandas de rock, mas não sabe muito bem quais bandas colocar e quais itens dar como brinde para os convidados. Então, ele pesquisou por brindes no Google, mas só encontrava estampas que não estavam de acordo com o tema. Quando finalmente decidiu dar uma caneca para cada convidado, ele encontrou uma com a estampa de uma banda, mas queria que tivesse o nome dos convidados no verso. Infelizmente, a loja não personalizava o produto. Ele comprou assim mesmo, mas queria também uma roupa para o cachorro que fosse com a mesma estampa da caneca. Acabou não conseguindo atingir seu objetivo por não ter a arte da caneca sem ser um print do site da loja onde comprou.



No caso de Luiz, observamos que se fosse possível enviar a referência da arte que gostaria acompanhada de um texto onde ele explicasse sua ideia, o pedido poderia ter sido atendido. Pelo WhatsApp da Quero Estampar, ele conseguiria resolver este problema, mas não é o caminho ideal tendo em vista as outras questões relatadas anteriormente neste relatório. Sendo assim, o site da Quero Estampar pode oferecer, no momento do pedido, campos para o usuário descrever o que deseja na estampa, além de enviar suas artes de referências. Além disso, Luiz passou por um problema semelhante ao de Joana: não conseguiu solicitar um produto diferente com as mesmas características do já pedido anteriormente, com a possibilidade de alterar algumas informações.

OBJETIVOS DOS USUÁRIOS

Seguindo os problemas levantados na pesquisa feita na sprint 1 que se traduz nos cenários das personas apresentadas acima, definimos os seguintes objetivos a serem atendidos pelo novo webapp sendo projetado para a Quero Estampar:

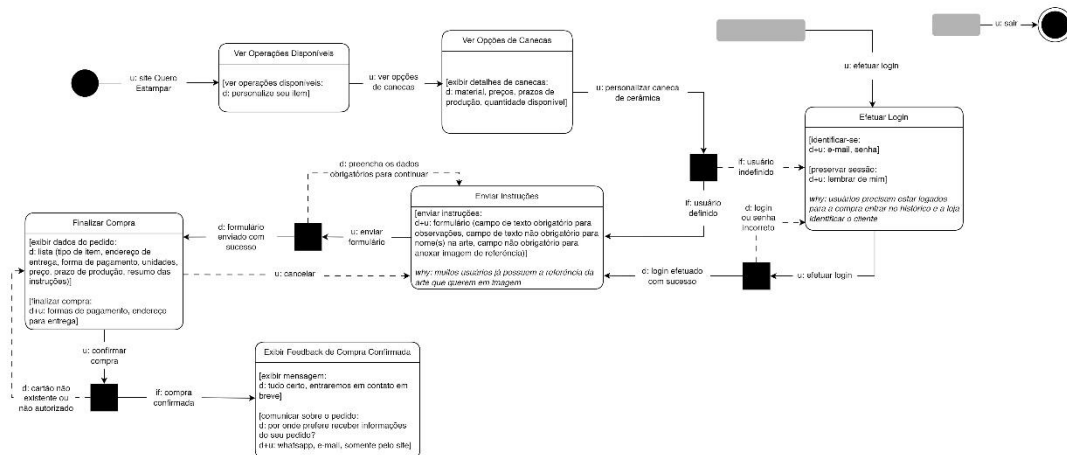
Objetivo 1: Realizar a compra de um produto personalizado, enviando suas artes e textos de referência.

Objetivo 2: Repetir as características de uma compra, aplicando-as em outro produto, com a possibilidade de alterar o texto e enviar novas imagens de referência.

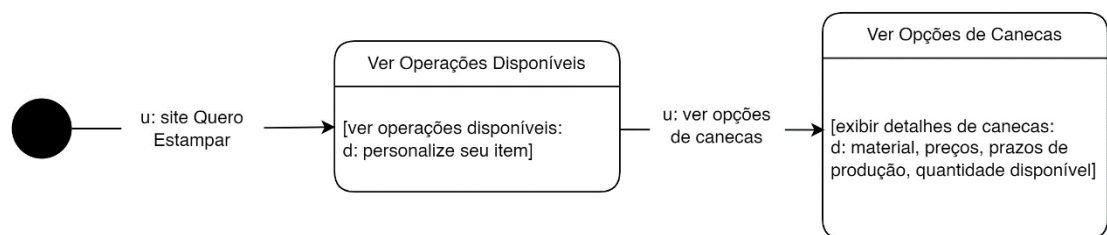
III – MODELOS DE INTERAÇÃO (MoLic)

MoLic do Objetivo 1

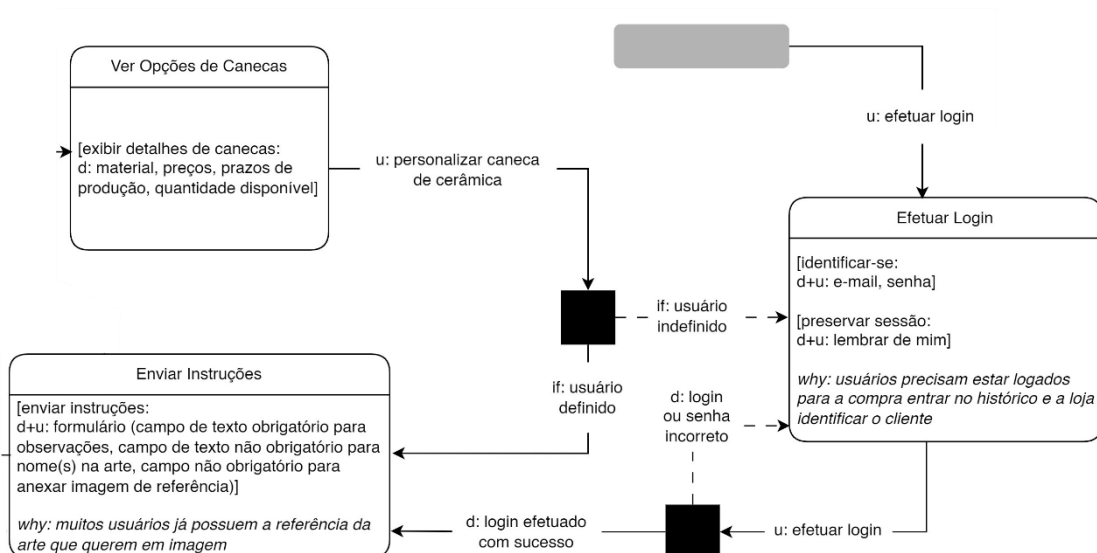
Para cada um dos dois objetivos, foi realizado um modelo de interação na linguagem MoLic. Vejamos abaixo o modelo referente ao Objetivo 1, com alguns comentários sobre as decisões tomadas.



Para melhor visualização, o PDF (MOLIC - Compra Personalizada.pdf) com os dados em vetor está anexado junto a este relatório no GitHub. Vamos focar em algumas cenas para fazermos os comentários.

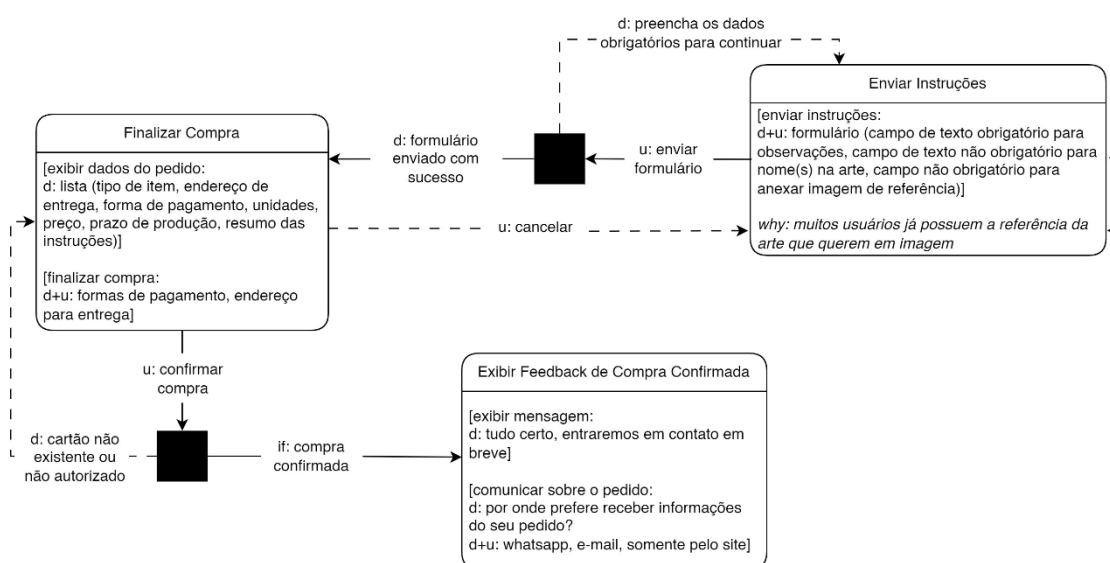


Ao entrar no site o usuário irá se deparar com a tela inicial, onde terão algumas operações disponíveis. Para não ficar muito extenso e acabar se desviando do assunto, optou-se por exibir no modelo apenas o que é interessante para a realização do objetivo definido. Assim, exibimos apenas a área de personalização dos itens. O usuário solicita o item desejado (u: ver opções de canecas) e o design exibe as informações sobre diferentes tipos de canecas na cena Ver Opções de Canecas.

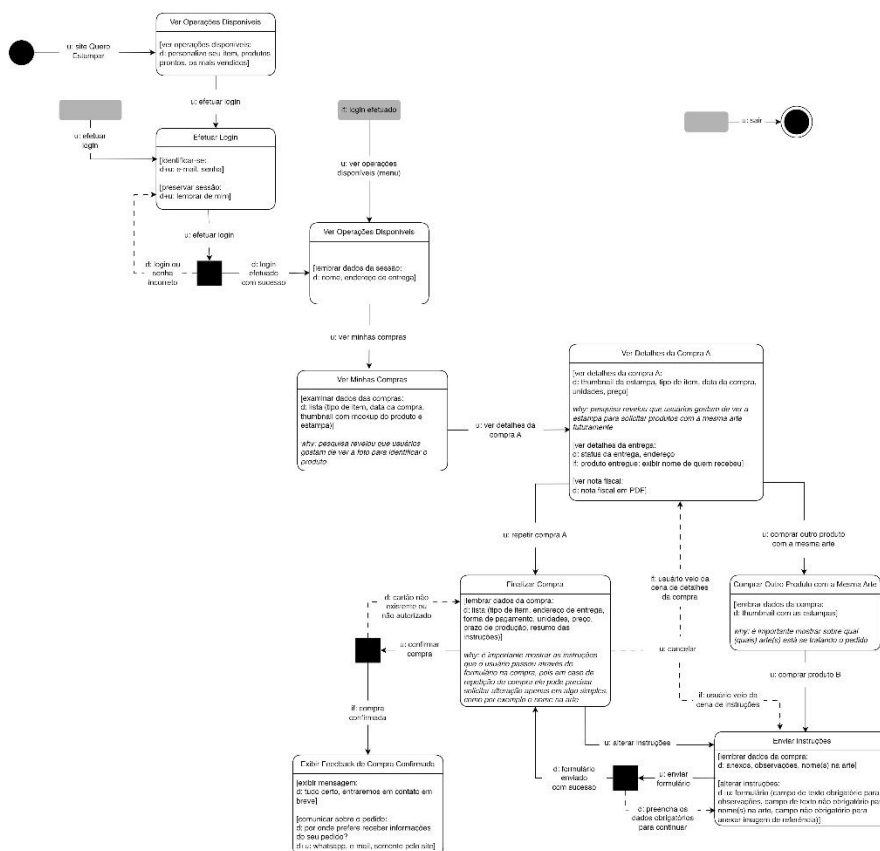


O usuário escolher qual caneca deseja personalizar (u: personalizar caneca de cerâmica). Nesta etapa, como o usuário está partindo para uma compra, o sistema precisa de sua identificação para poder prosseguir, afinal a compra deverá ficar salva em seu histórico e precisará do fornecimento de seus dados. Assim, o sistema passa um processamento e caso o usuário esteja logado (repare também que ele pode logar a qualquer momento através da caixa cinza na parte superior do modelo), exibirá a próxima cena para o envio das instruções e referências do pedido.

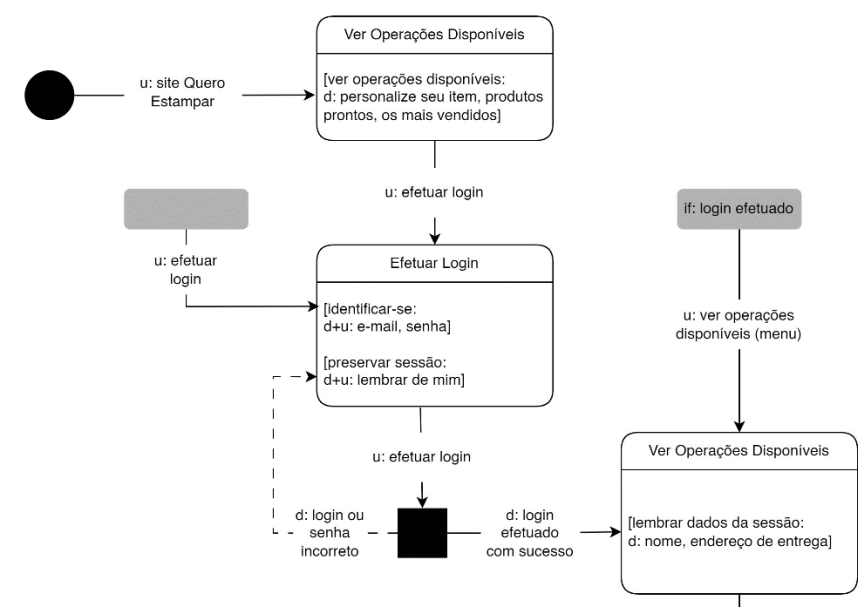
Na cena Enviar Instruções, o campo de texto para observações é obrigatório, pois se trata de um produto personalizado, então o usuário precisa informar à loja o que deseja estampar no produto. Os demais campos não são obrigatórios, porque o usuário pode não ter imagens de referências, nem desejar colocar nomes nas artes.



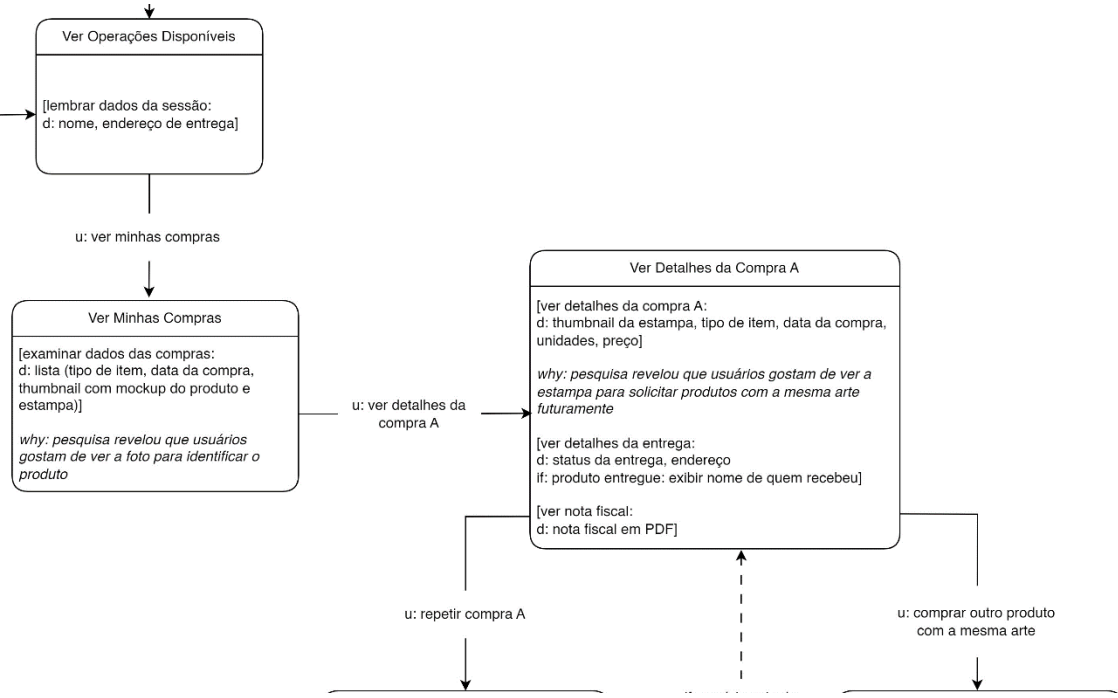
Se a compra for confirmada (if) o design exibe a última cena deste objetivo. Esta cena se trata de um feedback fornecido pelo sistema para que o usuário saiba que está tudo certo com o seu pedido. Além disso, é possível dizer ao sistema se pretende receber informações pelo WhatsApp, E-mail ou prosseguir somente pelo site. Estes campos foram fornecidos, pois na pesquisa muitos entrevistados comunicaram que preferem resolver diversas questões pelo WhatsApp e E-mail.



Para melhor visualização, o PDF (MOLIC - Histórico de Compras.pdf) com os dados em vetor está anexado junto a este relatório no GitHub. Vamos focar em algumas cenas para fazermos os comentários.

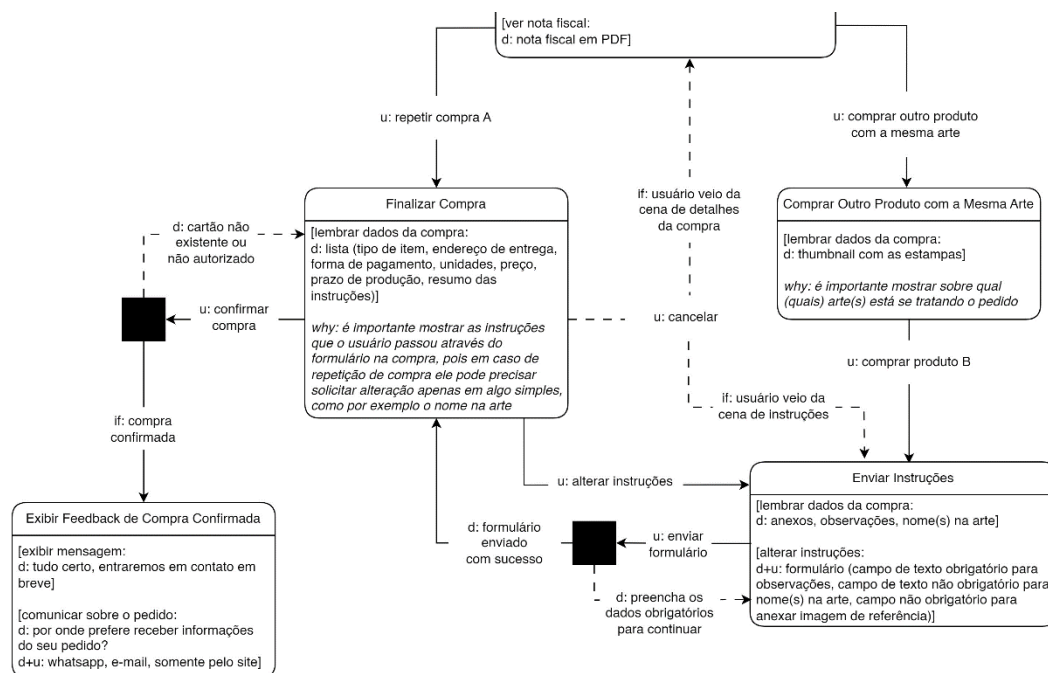


A primeira e a terceira cena representam o que seria a Home. Se for identificado o login salvo na máquina, o usuário vai direto para a terceira cena, caso contrário irá para a primeira cena e, para cumprir o Objetivo 2, ele precisará realizar login a fim de visualizar seu histórico de compras (Cena 2).



Para acessar o histórico solicita-se o acesso às compras (u: ver minhas compras). Logo após, o designer revela os dados solicitados em forma de lista, necessariamente com a foto do produto final estampado, pois a pesquisa exploratória revelou o interesse dos clientes nessa informação.

Solicitando a visualização dos detalhes de determinada compra, o designer exibe as fotos de todas as estampas e as informações detalhadas daquela compra. A partir disso, o usuário decide se quer repetir a compra da mesma forma ou se deseja alterar o produto que foi personalizado (exemplo: se comprou uma agenda com determinada estampa, pode solicitar uma caneca com as mesmas artes).



O último recorte nos mostra as cenas para cada uma das possíveis opções. Repetindo a compra do mesmo produto, o usuário irá direto para uma tela de confirmação visualizando os dados preenchidos na compra anterior, sendo possível alterar cada dado. Já na outra opção, ele se depara com a Cena onde precisa escolher qual produto deseja comprar com as estampas existentes (o designer irá exibir as thumbs com as estampas). Após a escolha do produto, se depara com a Cena de instruções. Esta exibe as instruções enviadas na compra anterior (lembrar dados da compra), onde é possível alterar essas informações. Concluindo, finalmente o usuário chega à Cena de finalizar compra. Tudo estando correto, o designer dá seu feedback solicitando os canais que o usuário deseja receber notificações (as opções WhatsApp e E-mail foram as mais mencionadas na pesquisa pelos clientes). Caso contrário, o designer exibe as mensagens de erro.

IV – PROTÓTIPO (Wireframe)

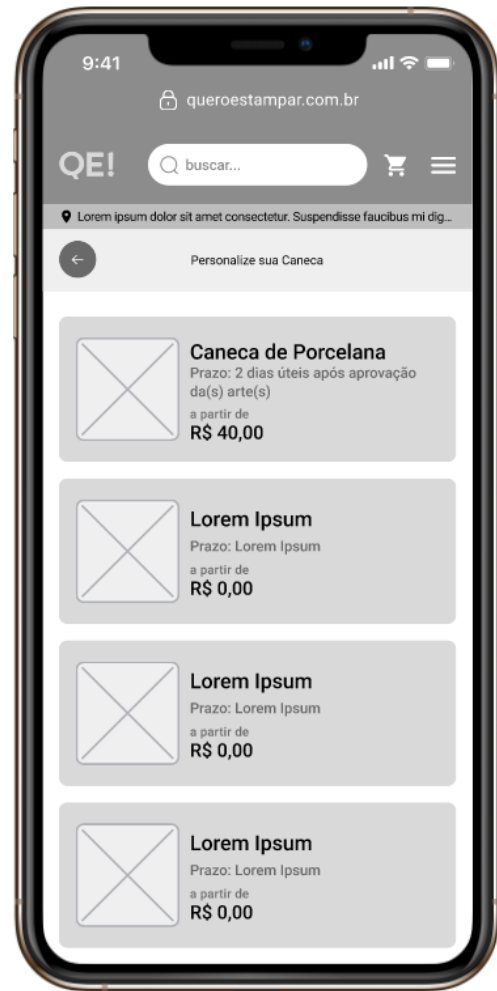
Para melhor entendimento, o protótipo realizado no Figma está disponível no GitHub para interagir.

Vamos começar a interação do usuário pelo protótipo a partir do Objetivo 1:

Realizar a compra de um produto personalizado, enviando suas artes e textos de referência.

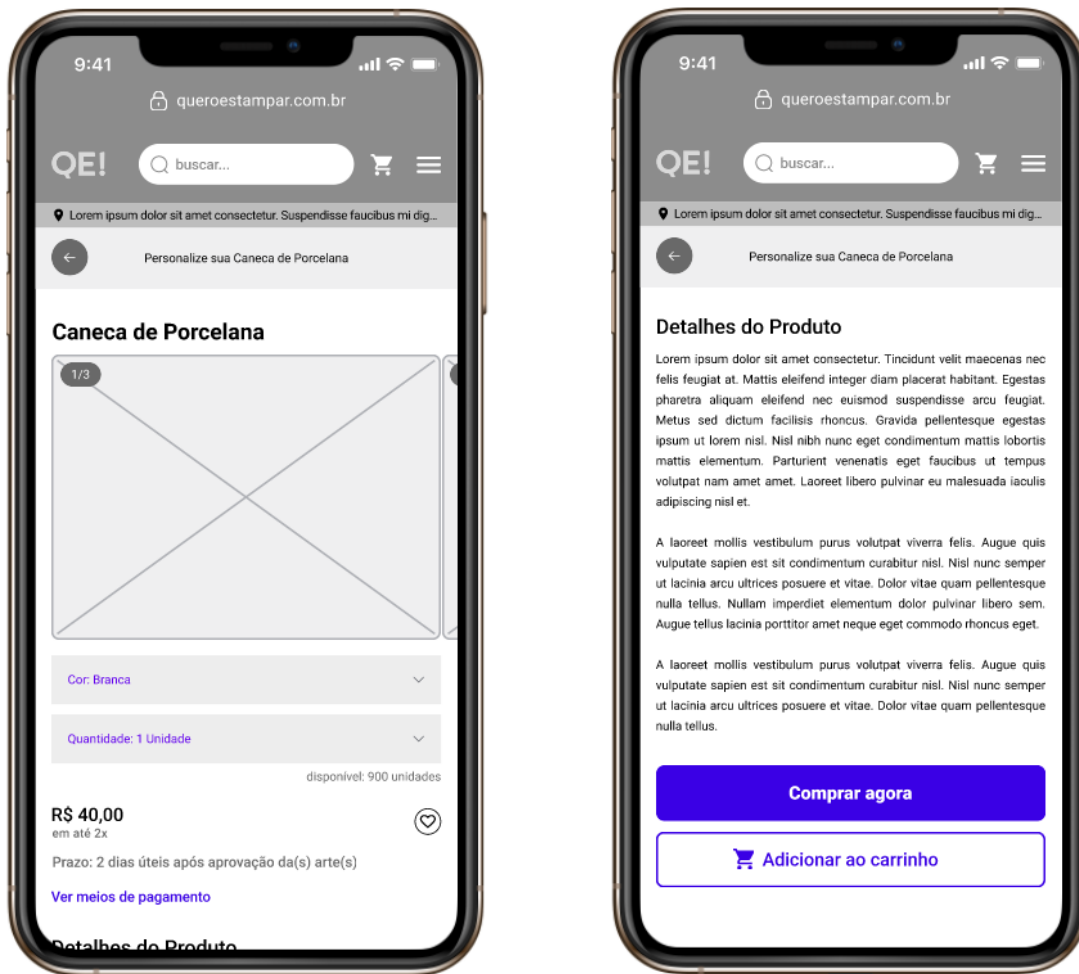


Componentes: home, barra de status, scroll vertical, scroll horizontal, anúncios, títulos de seção, ícones, cartões, menu hambúrguer, barra de ferramentas, placeholder de busca, thumbnail.

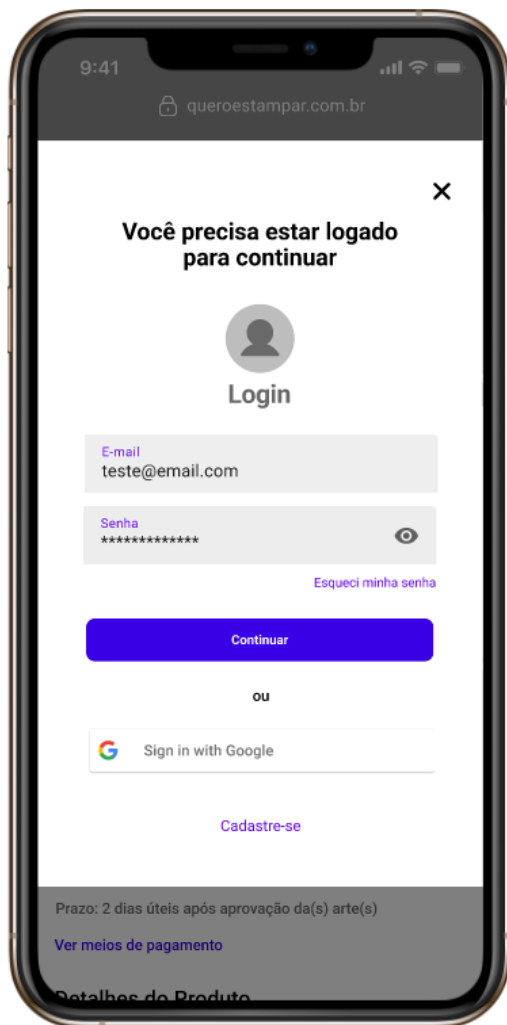


Componentes: barra de status, scroll vertical, título, ícones, cartões, menu hambúrguer, barra de ferramentas, button, placeholder de busca, thumbnail.

As imagens abaixo representam a mesma tela (scroll).



Componentes: barra de status, scroll vertical, scroll horizontal, títulos de seção, título, ícones, menu hambúrguer, barra de ferramentas, placeholder de busca, button, toggle, flat button, thumbnail, dropdown, raised button.

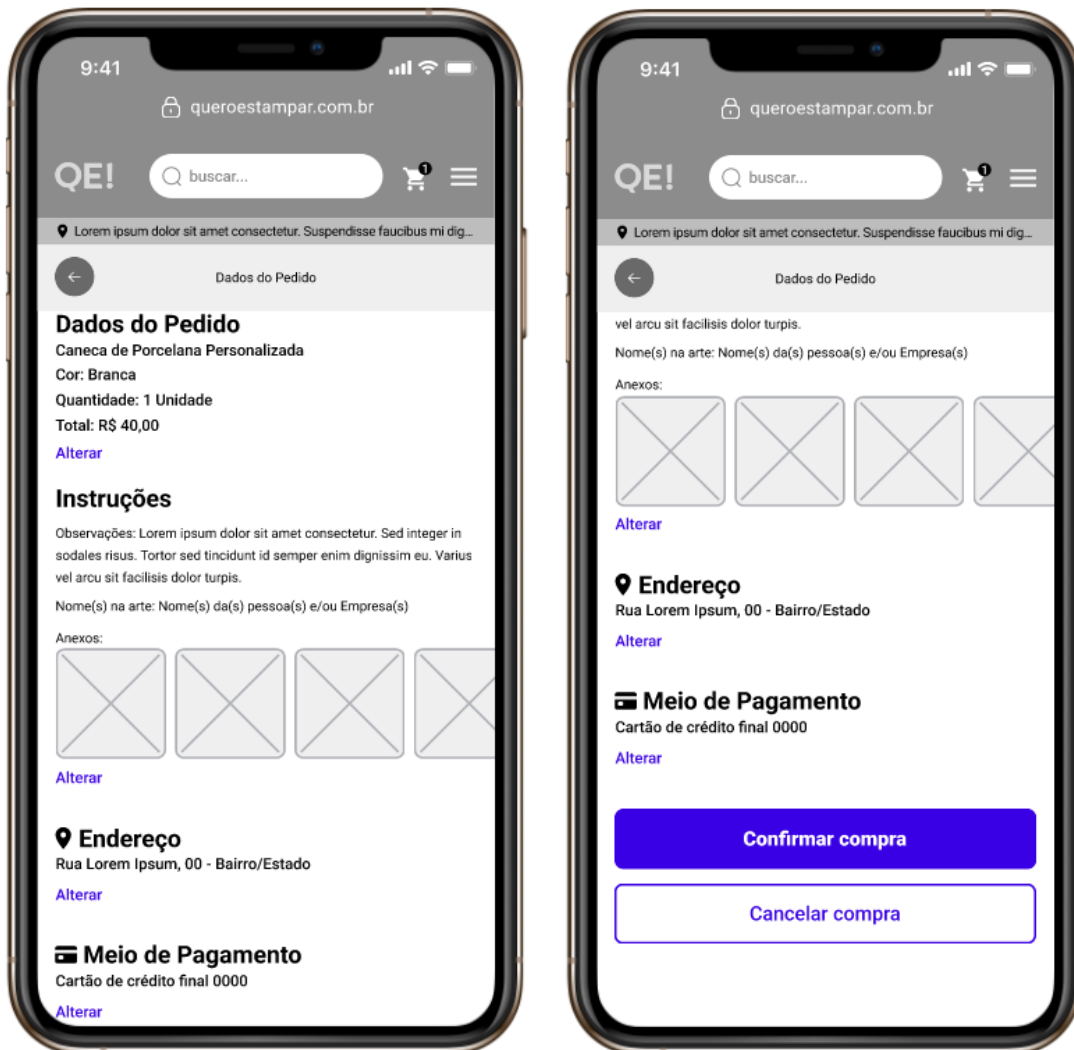


Componentes: barra de status, ícones, button, placeholder de busca, raised button, text field, flat button, toggle.

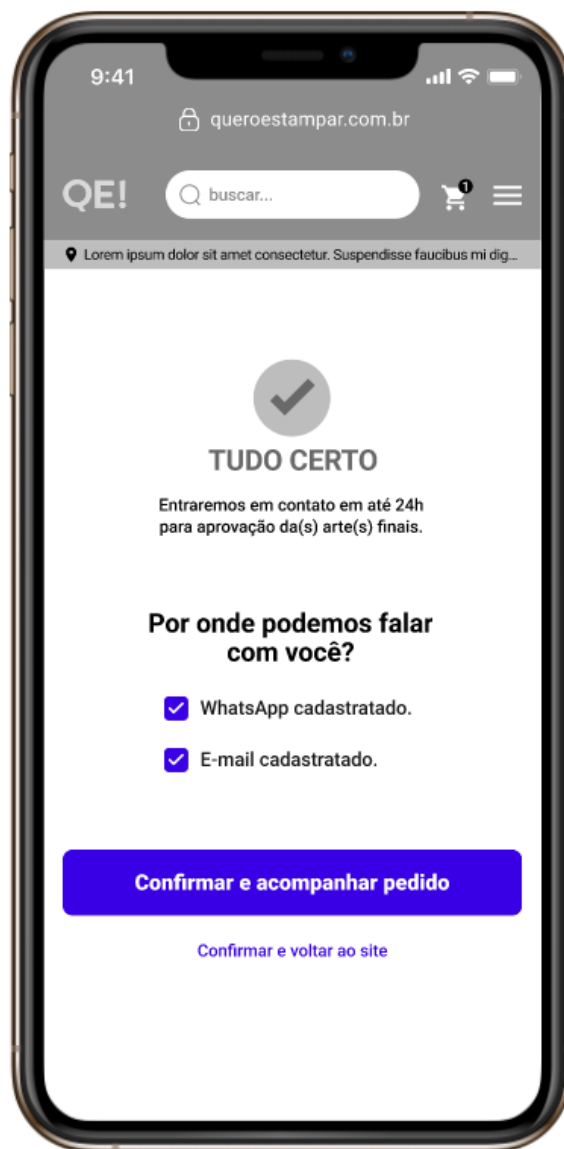


Componentes: barra de status, scroll horizontal, títulos de seção, título, ícones, menu hambúrguer, barra de ferramentas, placeholder de busca, thumbnail, button, raised button, flat button, text field.

As imagens abaixo representam a mesma tela (scroll).



Componentes: barra de status, scroll vertical, scroll horizontal, títulos de seção, título, ícones, menu hambúrguer, barra de ferramentas, placeholder de busca, thumbnail, button, raised button, flat button.



Componentes: barra de status, ícones, menu hambúrguer, barra de ferramentas, placeholder de busca, action button, raised button, flat button, checkbox.

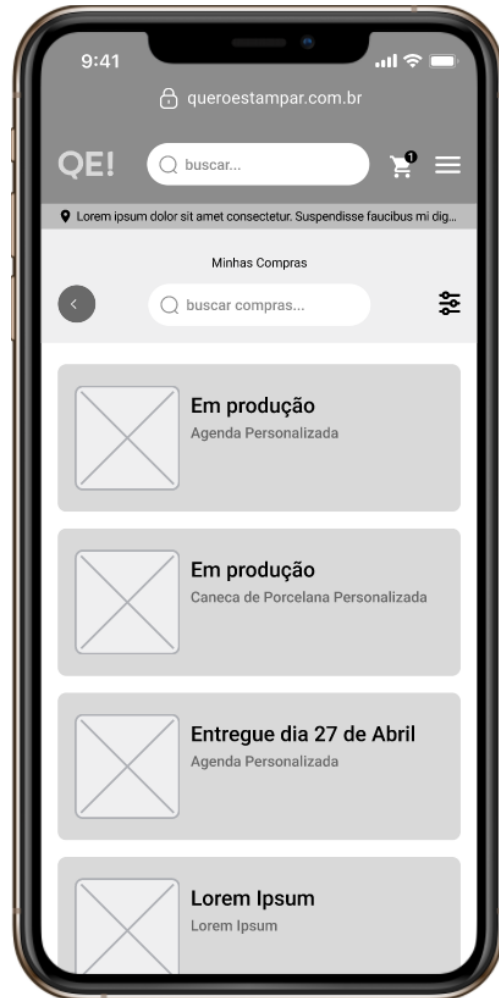
A seguir, vamos exibir as telas do Objetivo 2:

Repetir as características de uma compra, aplicando-as em outro produto, com a possibilidade de alterar o texto e enviar novas imagens de referência.

Obs: Telas semelhantes serão puladas.

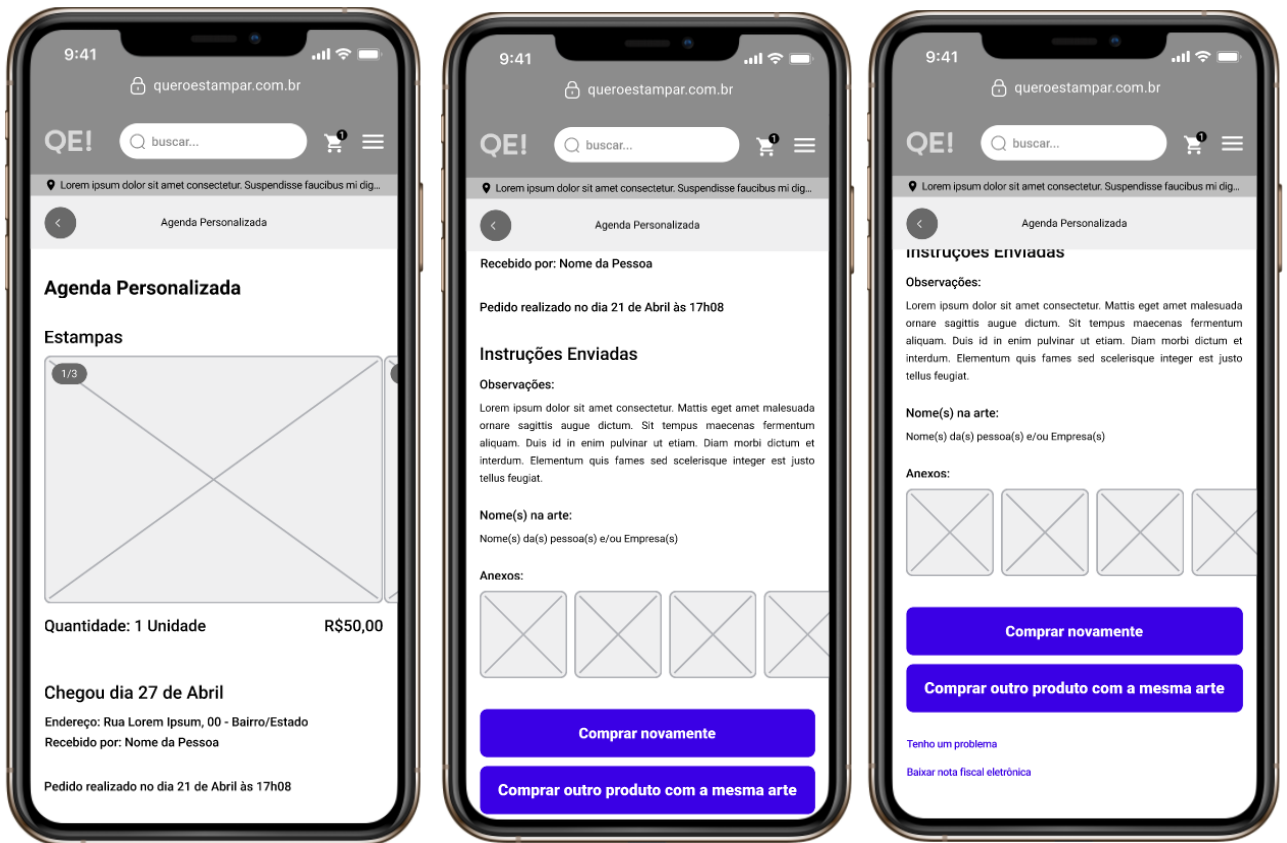


Componentes: ícones, button



Componentes: barra de status, scroll vertical, título, ícones, cartões, menu hambúrguer, barra de ferramentas, button, placeholder de busca, thumbnail.

As imagens abaixo representam a mesma tela (scroll).



Componentes: barra de status, scroll vertical, scroll horizontal, títulos de seção, título, ícones, menu hambúrguer, barra de ferramentas, placeholder de busca, button, flat button, thumbnail, raised button.



Componentes: barra de status, scroll vertical, scroll horizontal, título, títulos de seção, ícones, cartões, menu hambúrguer, barra de ferramentas, button, placeholder de busca, thumbnail.



Componentes: barra de status, ícones, button, scroll horizontal, thumbnail.