

MVP PUC-Rio – Sprint 3

Aluno: Giovanni Diniz Perrone

Curso: UX Experiência do Usuário e Interação Humano-Computador

Relatório de UX Evaluation do protótipo 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 – AVALIAÇÃO POR INSPEÇÃO.....	8
IV – AVALIAÇÃO POR OBSERVAÇÃO DE USO.....	19

Relatório de UX Evaluation do protótipo de WebApp realizado em agosto/setembro de 2023 para a marca Quero Estampar.

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 e Mercado Livre.

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

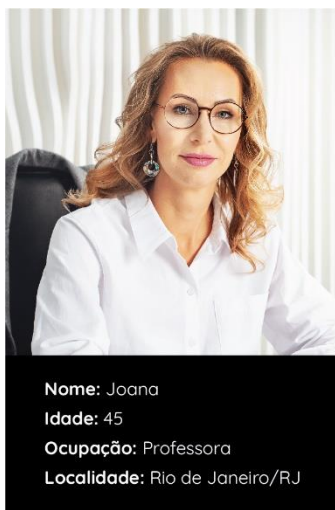
Hoje, a Quero Estampar possui um site, porém este não tem funcionado como deveria. De acordo com a pesquisa realizada na sprint 1 deste curso na PUC-Rio, um dos motivos disso é a falta de opções para o cliente enviar suas referências de artes e textos pelo site, tendo assim que entrar em contato pelo 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.

Obs.: Essas personas e cenários foram construídas nas sprints anteriores do curso e contribuirão para os objetivos das avaliações que serão realizadas.

PERSONAS E CENÁRIOS

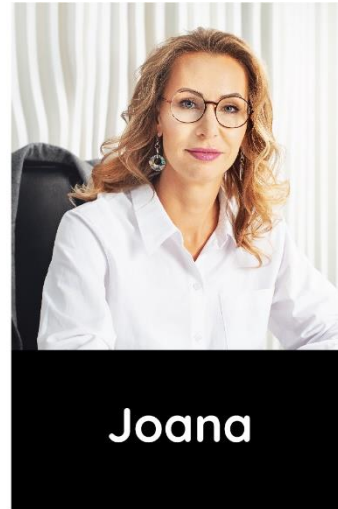
Persona 1:



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 aulões 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.

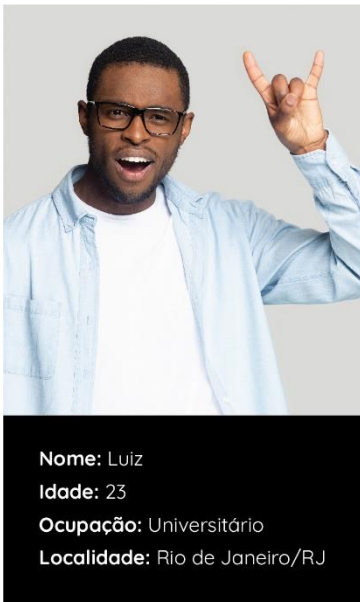
Cenário 1:

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:

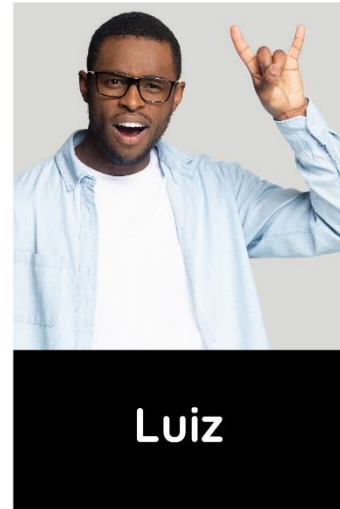


Nome: Luiz
Idade: 23
Ocupação: Universitário
Localidade: Rio de Janeiro/RJ

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.

Obs.: Esses objetivos foram definidos na sprint 2 e serão utilizados agora na avaliação. Assim, poderemos identificar se estes estão sendo atingidos.

III – AVALIAÇÃO POR INSPEÇÃO

O método utilizado para fazer a inspeção no protótipo será a Avaliação Heurística (conjunto de 10 heurísticas definidas por Nielsen), visando encontrar problemas de usabilidade durante o processo de design interativo.

PLANEJAMENTO

Objetivo da avaliação:

Identificar problemas de usabilidade do protótipo na realização das tarefas.

Objetivos e tarefas do avaliador:

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

Tarefas:

- Fazer login;
- Escolher produto para personalizar;
- Comprar produto;
- Enviar instruções;
- Confirmar a compra.

Objetivo 2: Repetir as características de uma compra, aplicando-as em outro produto, alterando os textos e as imagens de referência.

Tarefas:

- Fazer login;
- Visualizar minhas compras;
- Escolher uma das compras;
- Escolher outro produto através das mesmas instruções;
- Comprar produto;
- Enviar instruções iguais ou editar as instruções;
- Confirmar compra.

Usuários finais:

Pessoas com pouco ou nenhum conhecimento em técnicas de design que gostariam de fazer produtos personalizados.

Avaliador:

Aluno: Giovanni Diniz Perrone

Idade: 25 anos

Designer com experiência em fechamento de arquivo para gráficas e estamparias.

Aspectos necessários para a avaliação:

- Uso de smartphone com acesso à internet;
- Conhecimento do domínio;
- Se colocar no lugar dos usuários;
- Considerar os cenários e personas;
- Estar atento à tarefa que está sendo realizada;
- Realizar anotações sobre cada heurística;
- Avaliar o grau de severidade de cada problema encontrado.

EXECUÇÃO**Estratégia:****Avaliação por tela.**

Primeiramente, o avaliador terá o desafio de se colocar no lugar do usuário final, pois os usuários não terão a experiência em design que o avaliador possui. Visto isso, fará o percurso pelo wireframe duas vezes em um smartphone, a fim de identificar se consegue realizar as tarefas com tranquilidade. Depois, fará a inspeção utilizando a estratégia de tela (uma tarefa de cada vez), onde é feito o percurso avaliando tela por tela, considerando todas as dez heurísticas em cada uma delas. Foi definido utilizar essa estratégia por ter apenas um avaliador, visto que a estratégia de analisar uma heurística de cada vez poderia ser desgastante e o avaliador não ter a mesma atenção nas últimas heurísticas da lista, além disso, o prazo é curto e a estratégia por tela será executado mais rapidamente.

Heurísticas:

1. Visibilidade do estado do sistema;
2. Correspondência entre o sistema e o mundo real;
3. Controle e liberdade do usuário;
4. Consistência e padronização;
5. Prevenção de erros;
6. Reconhecimento em vez de memorização;
7. Flexibilidade e eficiência de uso;
8. Design estético e minimalista;
9. Ajuda aos usuários para reconhecerem, diagnosticarem e se recuperarem de erros;
10. Ajuda e documentação.

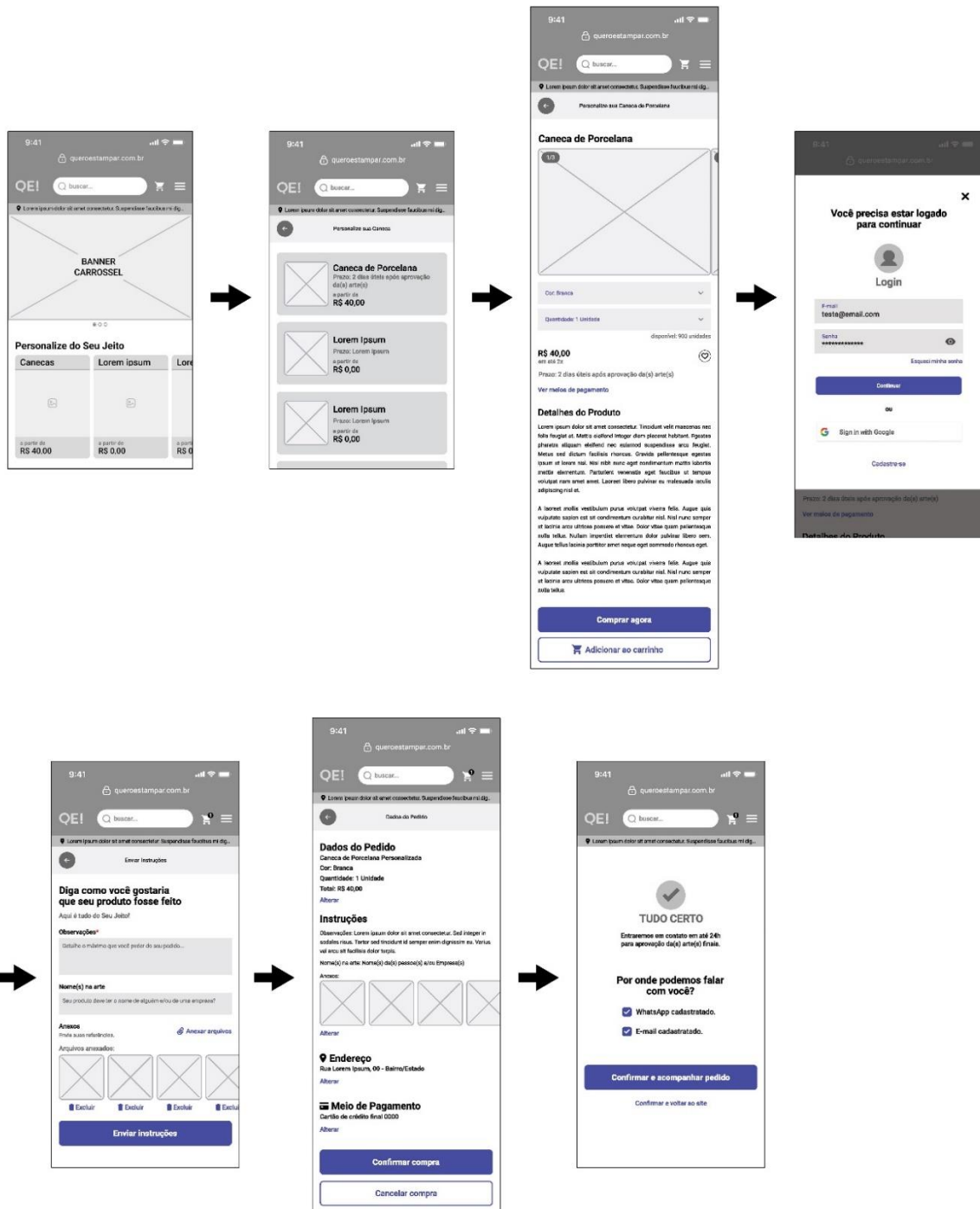
Escala de Severidade:

1. Problema apenas cosmético: não precisa ser consertado, a menos que haja tempo disponível no projeto;
2. Problema pequeno: problema que recebe baixa prioridade para consertá-lo.
3. Problema grande: problema importante de ser consertado e que deve ter alta prioridade;
4. Problema catastrófico: problema extremamente importante de ser consertado, antes de se lançar o sistema.

Inspeção:

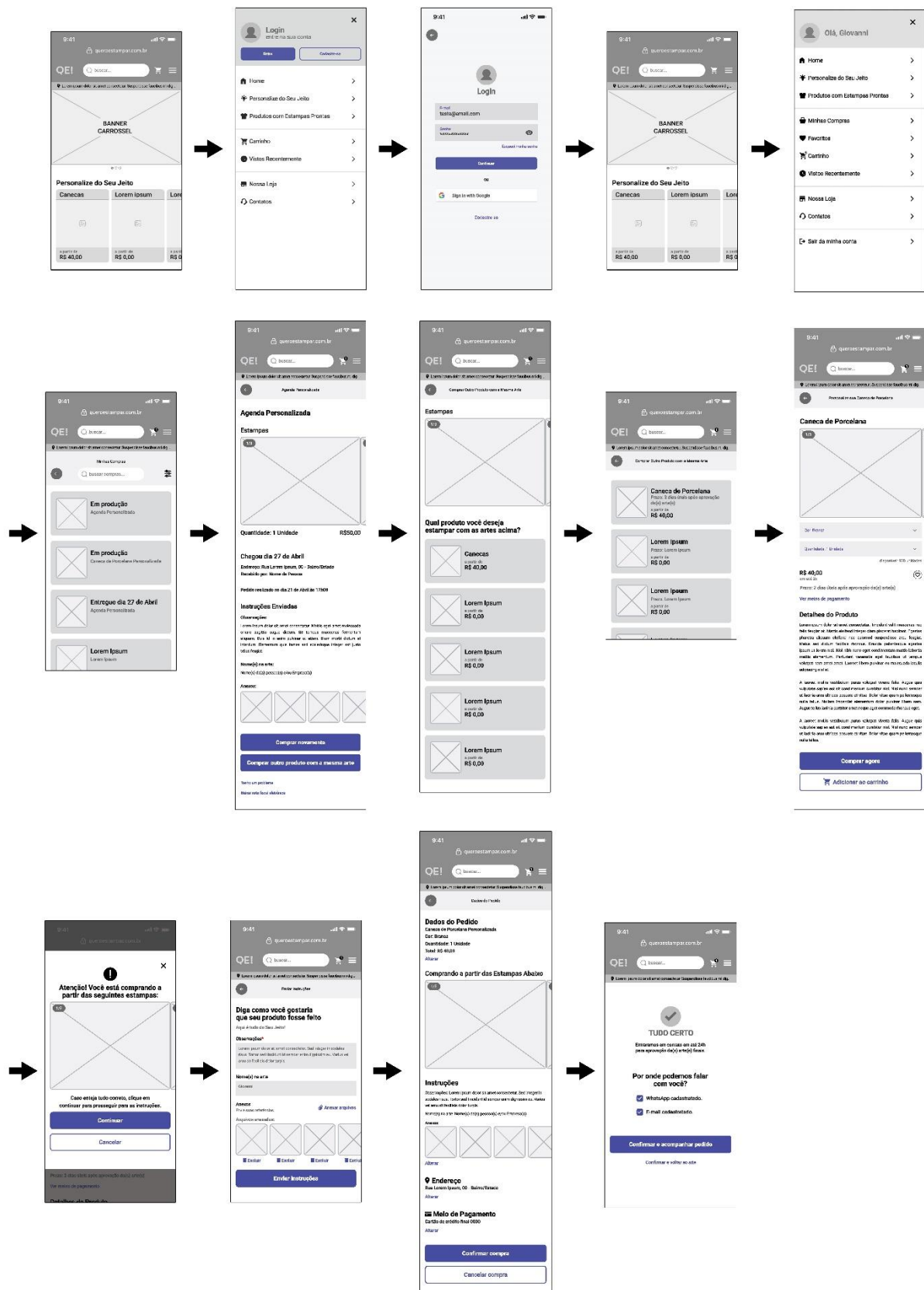
Veremos as telas em sequência, indicando o percurso ideal de cada objetivo, realizado pelo avaliador.

Percurso do Objetivo 1:



O link do PDF deste percurso pode ser encontrado nos apêndices do relatório, para melhor visualização.

Percurso do Objetivo 2:



O link do PDF deste percurso pode ser encontrado nos apêndices do relatório, para melhor visualização.

Abaixo, encontram-se as telas onde foram identificadas as violações das heurísticas e a descrição justificada, apresentando o problema e o local (marcados em amarelo na tela) com o grau de severidade e a recomendação de solução. As telas que não foram anexadas abaixo não tiveram nenhuma heurística violada identificada.



- Heurística Violada: Visibilidade do estado do sistema

O sistema não indica se o usuário está logado ou não. Poderia ter um botão de login logo na home ou alguma mensagem indicando: usuário não logado; de preferência na parte superior da tela.

Escala de severidade: 3

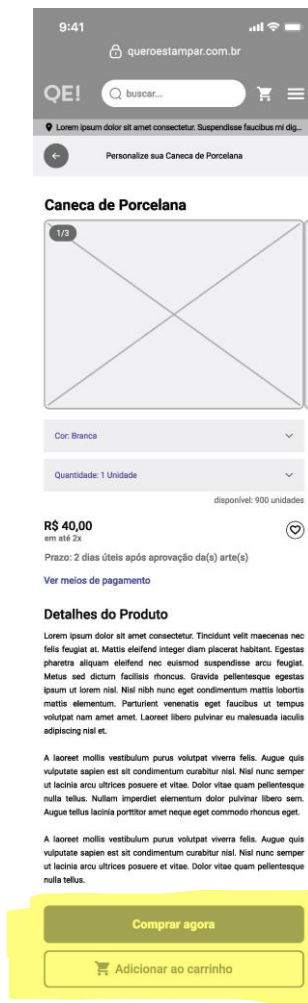
Deve ser consertado, pois dependendo do que o usuário quer fazer no sistema pode ser importante saber logo de cara se está logado ou não. Exemplo disso seria se o usuário entrasse no site para verificar se há alguma notificação sobre seu pedido, ele acha que não há notificação, mas na verdade havia, porém ele não notou que não estava logado. Só não foi dado nível 4 porque o usuário pode perceber que não está logado quando não aparecer o endereço cadastrado abaixo da barra de pesquisa ou clicando no menu hambúrguer.

- Heurística Violada: Correspondência entre o sistema e o mundo real

“Personalize do Seu Jeito” pode não ser a melhor opção, o simples poderia ser mais claro para o usuário, como por exemplo: “Personalize seu Produto”.

Escala de severidade: 1

Consertar se houver tempo, pois de qualquer forma a mensagem está sendo passada.

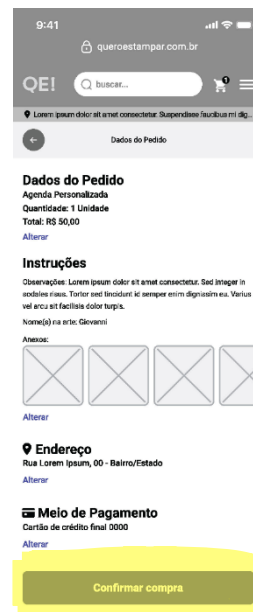
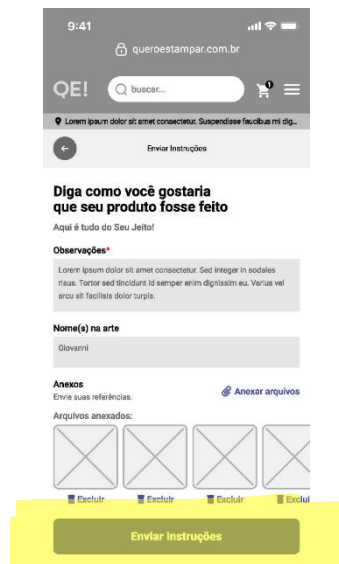


- Heurística Violada: Reconhecimento em vez de memorização

Na parte inferior poderia haver um botão indicando “comprar repetindo as instruções de outro pedido”. Seria mais uma opção de caminho para o objetivo 2, ao invés de somente poder comprar pela seção “minhas compras”, pois o usuário não é obrigado a saber ou lembrar que este é o caminho, podendo causar um certo retrabalho na tarefa.

Escala de severidade: 3

O problema deve ser consertado, pois usuários novos podem não saber que existe a possibilidade de comprar um produto com as referências e artes enviadas anteriormente em outro pedido, fazendo com que ele tenha o trabalho de enviar várias vezes pedidos semelhantes ou até mesmo fazendo-o desistir das compras. Quanto mais fácil estiver de acessar essa informação, melhor, pois muitos dos usuários compram diversos produtos com a mesma arte, conforme levantado em pesquisa na sprint 1.



- Heurística Violada: Reconhecimento em vez de memorização

Na parte inferior de ambas as telas poderia ter um botão com a ação de adicionar mais produtos ao pedido, assim o usuário pode enviar as referências e artes de uma só vez para vários produtos e não ter que lembrar toda vez do caminho do objetivo 2 para comprar outros produtos com as mesmas referências.

Escala de severidade: 3

Como dito antes, muitos dos usuários compram diversos produtos com a mesma arte e não ter essa opção pode fazer com que desistam das compras.

- Heurística Violada: Prevenção de erros

Na primeira tela ao clicar no botão “voltar” representado pelo signo da seta apontada para a esquerda, deveria aparecer um modal solicitando a confirmação do usuário, informando que os dados preenchidos serão perdidos.

Escala de severidade: 4

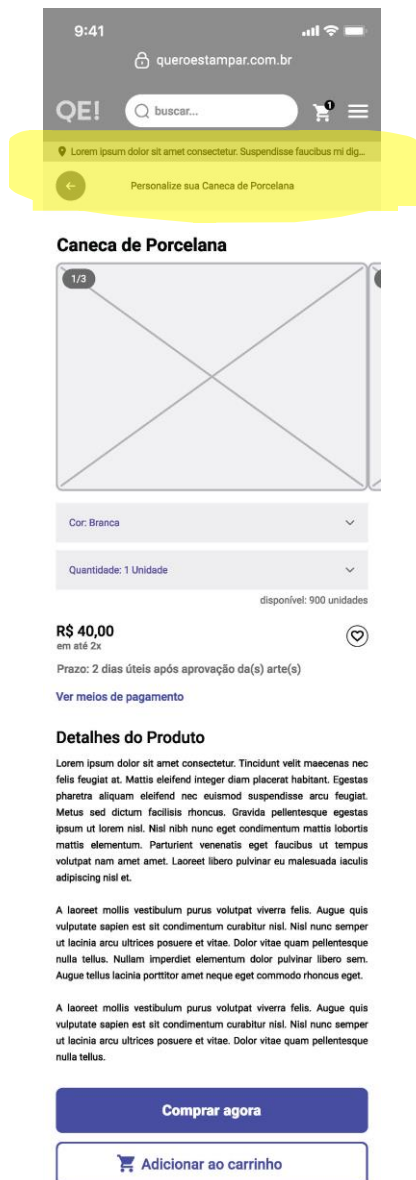
Este é um problema grave, pois pode deixar o usuário muito irritado por perder suas informações e desistir da compra.

- Heurística Violada: Prevenção de erros

Na parte inferior da segunda tela deve haver um botão de cancelar compra e, após clicar, um modal de “você tem certeza que deseja cancelar a compra?”. O usuário pode ter preenchido algo errado ou mesmo desistido da compra.

Escala de severidade: 2

Nível 2 porque há a possibilidade de clicar na seta de voltar para cancelar, só necessita de algo mais claro.



- Heurística Violada: Visibilidade do estado do sistema

Durante a execução das tarefas do objetivo 2 é importante que o usuário a todo momento saiba que está realizando uma compra a partir das referências enviadas em outro pedido. Por isso podia haver um texto na área marcada indicando “comprando a partir de referências de outro pedido”.

Escala de severidade: 1

Consertar se houver tempo, pois na tela anterior são exibidas as artes de referência de onde o usuário está partindo e na finalização do pedido há um modal de confirmação.



- Heurística Violada: Consistência e padronização

Em outras áreas do site é utilizada a palavra “instruções” em vez de “arte”, logo no botão deveria estar escrito “Comprar outro produto com as mesmas instruções”.

Escala de severidade: 1

Consertar se houver tempo, pois é possível entender a mensagem.

CONCLUSÃO DA AVALIAÇÃO POR INSPEÇÃO:

Nas primeiras navegações pelo sistema, a execução das tarefas foi feita com tranquilidade pelo avaliador. Já na parte das análises através das heurísticas, o avaliador começa a identificar alguns problemas no site.

A maior parte dos problemas encontrados foi referente ao status do sistema. Os problemas deverão ser priorizados de acordo com o grau de severidade e alguns podem até ser consertados mais tarde, após lançamento do sistema. Nas demais telas, o sistema se comporta bem, dando os feedbacks aos usuários e avisos de confirmação. O site permite ao usuário completar as tarefas, porém as soluções apresentadas podem dar mais agilidade e segurança na execução delas.

Os problemas de nível 3 e 4 devem ser solucionados antes do lançamento e, de preferência, testados com os usuários novamente. Parte deles se dão pela prevenção de erros e reconhecimento em vez de memorização.

Para a avaliação por observação de uso, o avaliador terá que estar atento principalmente aos problemas mais graves, identificando se estes realmente estão sendo um incômodo para o usuário.

IV – AVALIAÇÃO POR OBSERVAÇÃO DE USO

A avaliação por observação de uso foi realizada com 3 participantes presencialmente, sendo um deles durante o teste piloto. O termo de consentimento livre e esclarecido utilizado está disponível nos apêndices deste relatório.

PLANEJAMENTO

Objetivos da avaliação:

Identificar novos problemas de usabilidade do protótipo na realização das tarefas e confirmar ou não se os problemas identificados na avaliação por inspeção prejudicam os usuários finais.

Objetivos e tarefas dos usuários:

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

Tarefas:

- Fazer login;
- Escolher produto para personalizar;
- Comprar produto;
- Enviar instruções;
- Confirmar a compra.

Objetivo 2: Repetir as características de uma compra, aplicando-as em outro produto, alterando os textos e as imagens de referência.

Tarefas:

- Fazer login;
- Visualizar minhas compras;
- Escolher uma das compras;
- Escolher outro produto através das mesmas instruções;
- Comprar produto;
- Enviar instruções iguais ou editar as instruções;
- Confirmar compra.

OBS: Objetivos como “realizar a compra de produtos diferentes, enviando as mesmas instruções de uma só vez” poderiam ser aplicadas, já que problemas relacionados a isto foram encontrados na avaliação por inspeção. Porém, para isso, o sistema deveria passar por modificações antes do teste piloto, o que não será possível devido ao prazo. Então, foi decidido manter os mesmos objetivos da avaliação por inspeção. Logo, é importante realizar outra avaliação após as alterações serem feitas no sistema.

Local da avaliação:

O participante usará o smartphone em um estúdio, tendo o áudio, a imagem e a tela do celular capturados.

Usuários finais:

Pessoas com pouco ou nenhum conhecimento em técnicas de design que gostariam de fazer produtos personalizados.

Avaliador:

Aluno: Giovanni Diniz Perrone

Idade: 25 anos

Designer com experiência em fechamento de arquivo para gráficas e estamparias.

Aspectos necessários para a avaliação:

- Uso de smartphone com acesso à internet;
- Considerar os cenários e personas para recrutamento;
- Estar atento as tarefas que estão sendo realizadas;
- Material para registro dos dados (papel, caneta, gravador de vídeo, etc.);
- Estar atento aos problemas identificados na avaliação por inspeção;
- Estar atento para identificar novos problemas;
- Questionários para pré-teste e pós-teste.

Questionário Pré-Teste:

DADOS DEMOGRÁFICOS

Em que estado você mora?

Qual a sua idade?

Justificativa: As perguntas referentes aos dados demográficos foram feitas mais para o controle da empresa sobre o perfil dos usuários.

EXPERIÊNCIA NO DOMÍNIO

Você já comprou um ou mais produtos personalizados?

[Se sim]

Sabe dizer quantas vezes e o quê comprou?

Quando foi a última vez que comprou um produto personalizado?

De que forma (por qual canal ou sistema) você realizou a compra?

[Se não]

Já chegou a ter interesse em comprar? Se sim, o quê?

Existe alguma motivação específica para nunca ter comprado? Caso sim, me conte sobre.

Justificativa: Saber qual experiência o usuário possui sobre produtos personalizados para entender possíveis dificuldades ou facilidades no uso do sistema e a linguagem utilizada, apesar do sistema visar atender principalmente os menos experientes.

Questionário Pós-Teste:

OBS: O avaliador está apto a fazer outras perguntas que não estejam no roteiro, caso sinta a necessidade.

O que você mais gostou e menos gostou no site?

Quais foram suas dificuldades na realização das tarefas?

Você acredita que o site poderia oferecer outras formas de realizar algumas das tarefas? Se sim, como?

Você acha que o site te ajuda a consertar erros, caso clique em algo errado?

Você conseguiu entender a linguagem/ mensagem utilizada pelo site?

Sobre a facilidade em usar o site, qual nota você dá de 1 a 5, sendo 1 mais difícil de usar e 5 mais fácil de usar? Por quê?

Justificativa: Com essas perguntas, o próprio usuário pode oferecer soluções para melhorias, que serão analisadas pelo avaliador. Também é possível identificar se o usuário conseguiu entender a linguagem utilizada e os caminhos que o site oferece para realizar os objetivos.

EXECUÇÃO

Passos da Avaliação

Primeiramente foi executado um teste-piloto, realizando as perguntas pré-teste e pós-teste.

Após o teste-piloto somente uma alteração foi necessária: incluir a questão “O que você mais gostou e menos gostou no site?”, pois nenhuma pergunta estava aberta para o usuário apontar os pontos positivos da interação. A etapa da observação de uso não precisou de ajustes no fluxo das tarefas e o pré-teste e pós-teste funcionaram bem, dando a possibilidade de o avaliador conhecer a experiência que o usuário tinha com sites de produtos personalizados e o que eles acharam da experiência de uso do site da Quero Estampar.

Durante a execução, os usuários seguiram os caminhos estabelecidos, mudando apenas, em alguns momentos, a tarefa de Fazer Login para depois da tarefa Comprar Produto, visto que o sistema permite ir escolhendo o produto sem estar logado.

Em todas as avaliações foi explicado que o teste está sendo feito em cima de um protótipo, logo diversas funções podem não estar funcionando e os formulários já estariam preenchidos no site, simulando o que o cliente faria.

Os principais pontos positivos relatados foi a ideia de poder utilizar os dados de uma compra em um outro pedido, e a possibilidade de visualizar as estampas solicitadas, mesmo que há um período distante.

Já, sobre os pontos negativos, vamos aos problemas encontrados observados pelo avaliador e relatados pelos usuários.

Problemas Encontrados

Durante as avaliações, alguns problemas foram notados no WebApp. Abaixo veremos a lista dos problemas com suas recomendações de solução.

Problema 1 (Objetivo 1 e 2; Tarefas diversas): Logotipo sem Interação

Ao clicar no logotipo (imagem abaixo), o site não leva para a homepage. Os usuários tentaram fazer essa interação e, sem sucesso, procuraram a opção no menu hambúrguer, conseguindo executar a ação.



Solução: Ao clicar no logotipo, em qualquer lugar do site, este deverá levar o usuário para a homepage, porém se alguma ação importante (exemplo: finalização de compra) estiver sendo executada, um modal de confirmação deverá aparecer perguntando se o usuário deseja realmente cancelar o que está fazendo para voltar à home.

Problema 2 (Objetivo 1; Tarefa Comprar Produto): Notificação do Carrinho

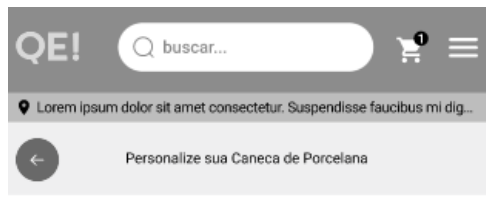
Após fazer login, o protótipo apresenta uma notificação acima do carrinho de compras (imagem abaixo). Essa notificação levou os usuários a quererem interagir com o botão, que sem nenhuma ação programada no protótipo, não respondia. Isso causou frustração e confusão, pois eles não sabiam se o produto que estava comprando havia sido adicionado ao carrinho ou não.



Solução: Já que não há interação com este botão ainda, a opção de adicionar ao carrinho deve ser retirada do protótipo, a menos que essa interação seja desenvolvida para um próximo teste. No wireframe atual, apenas é possível comprar clicando em “comprar agora”.

Problema 3 (Objetivo 1; Tarefa Comprar Produto): Status de Login

O sistema não apresenta uma forma de saber se está logado ou não, de forma visível na barra superior. Isso deixou os usuários confusos durante o objetivo 1.



Solução: Fornecer nome do usuário na barra superior, identificando que está logado. Esta informação já aparece no menu hambúrguer, mas precisa estar visível na tela principal.

Problema 4 (Objetivo 1 e 2; Tarefas Diversas): Erro no Botão Voltar

Em alguns momentos, o botão voltar não está voltando para a tela anterior, e sim, para outra tela, como um “bug” do sistema.



Solução: Corrigir o fluxo das telas no protótipo navegável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Alguns dos problemas encontrados já haviam sido mencionados na avaliação heurística e outros foram encontrados somente com usuários. Além disso, muitos problemas levantados na avaliação por inspeção não surgiram durante a observação de uso e questionário pós-teste. Não é por isso, que devem ser descartados. Porém, a sugestão é que **os problemas identificados em ambas as avaliações tenham mais urgência para serem solucionados, junto àqueles de maior grau de severidade na primeira avaliação.**

Apêndices:

Percurso do objetivo 1 da Avaliação Heurística:

<https://github.com/gioperrone/MVPSprint3/blob/main/OBJETIVO%201.pdf>

Percurso do objetivo 2 da Avaliação Heurística:

<https://github.com/gioperrone/MVPSprint3/blob/main/OBJETIVO%202.pdf>

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido:

<https://github.com/gioperrone/MVPSprint3/blob/main/TCLE.pdf>