

PUC-RIO  
UX Experiência do Usuário e Interação Humano-Computador

**Pesquisa com usuários de plataformas de e-commerce de moda**

Por Isabela Cristina Nunes Favaron

Ministrado por:  
Simone Diniz Junqueira Barbosa  
Alberto Barbosa Raposo

Dezembro de 2023

## **Domínio de aplicação e sistemas existentes**

Domínio de aplicação: E-commerce de Moda

O domínio de e-commerce de moda abrange plataformas online e aplicativos dedicados à venda de roupas, acessórios e calçados. Essas plataformas oferecem aos usuários uma experiência de compra virtual, desde a navegação por catálogos até o processo de checkout.

Sistemas existentes:

### **1. SHEIN:**

- Plataforma global de e-commerce de moda rápida.
- Oferece uma ampla gama de roupas, acessórios e calçados a preços acessíveis.
- Destaca-se pela rapidez na incorporação das últimas tendências da moda.

### **2. C&A Online:**

- Extensão da marca de varejo de moda C&A.
- Oferece uma variedade de produtos de moda para diferentes públicos.
- Integração com lojas físicas para opções de retirada e troca.

### **3. CIDER:**

- Plataforma de e-commerce de moda que se destaca por oferecer uma variedade de marcas renomadas.
- Possui recursos de personalização e recomendações com base no histórico de compras do usuário.
- Integração com redes sociais para facilitar o compartilhamento de looks e opiniões.

### **4. Riachuelo:**

- A Riachuelo, como marca de varejo de moda, possui uma presença significativa no e-commerce.
- Oferece uma ampla gama de produtos, desde roupas até itens para o lar.
- Integração de compras online com opções de retirada em lojas físicas.

Ideias e oportunidades de melhoria:

- Personalização aprimorada: Oportunidade de incorporar algoritmos de personalização para recomendar produtos com base no histórico de compras e preferências do usuário.
- Integração de tecnologias inovadoras: Explorar oportunidades para incorporar tecnologias como realidade aumentada para melhorar a experiência de compra online, permitindo aos usuários visualizar como as peças ficam antes de comprar.
- Melhorias na experiência mobile: Considerar otimizações específicas para dispositivos móveis, reconhecendo a preferência crescente dos usuários por compras em smartphones.
- Integração de mídias sociais: Ampliar a integração com redes sociais, permitindo aos usuários compartilhar suas escolhas de moda, avaliações e opiniões diretamente do aplicativo ou site.

- Experiência omnicanal aprimorada: Aprimorar a integração entre o e-commerce e lojas físicas para oferecer opções de retirada, troca e devolução mais eficientes.

Lacunas e problemas identificados:

- Informações insuficientes sobre produtos: Algumas plataformas podem carecer de informações detalhadas sobre tamanhos, materiais e instruções de cuidado, impactando a confiança do usuário.
- Complexidade na navegação: Algumas interfaces podem ser desafiadoras, especialmente para usuários menos experientes, levando a uma possível frustração durante a navegação.
- Checkout demorado: Processos de checkout prolongados e complexos podem resultar em taxas de abandono de carrinho mais elevadas.

Insumos para a entrevista:

- Aspectos de personalização: Entender como os usuários valorizam e interagem com recursos personalizados em plataformas de e-commerce.
- Aceitação de tecnologias inovadoras: Investigar a receptividade dos usuários em relação a tecnologias emergentes, como realidade aumentada.
- Experiência mobile: Explorar as preferências e desafios específicos dos usuários ao realizar compras por meio de dispositivos móveis.
- Interação com redes sociais: Investigar como a integração com redes sociais pode influenciar o comportamento de compra e engajamento dos usuários.
- Informações detalhadas do produto: Avaliar a importância e expectativas dos usuários em relação a informações detalhadas sobre produtos.

Diversos sistemas de e-commerce de moda tem plataformas web e mobile, então estaremos contemplando ambas as plataformas e a responsividade delas entre si.

## Definição e descrição dos papéis

Potenciais usuários:

- Consumidores ativos: Usuários frequentes de plataformas de e-commerce de moda, envolvidos em compras online regularmente.
- Novos usuários: Indivíduos que estão explorando o e-commerce de moda pela primeira vez ou têm experiência limitada.
- Usuários móveis: Consumidores que preferem realizar compras por meio de dispositivos móveis.

Stakeholders:

- Gestores de produto: Responsáveis pelo desenvolvimento e aprimoramento da plataforma de e-commerce.
- Designers de interface: Profissionais envolvidos na criação da experiência do usuário no aplicativo ou site.
- Especialistas em tecnologia: Profissionais encarregados de implementar inovações tecnológicas na plataforma.

O grupo de entrevistados foi majoritariamente composto por consumidores ativos, o que creio que ajuda a obter uma compreensão aprofundada das experiências e expectativas de usuários frequentes.

### Roteiro para a entrevista piloto

Introdução:

1. Saudações e agradecimento pela participação na entrevista.

Experiência:

2. Como você descreveria sua experiência ao comprar moda online?
3. Quais são os fatores mais importantes para você ao escolher uma plataforma de e-commerce de moda?
4. Como você percebe a personalização oferecida pelas plataformas de e-commerce de moda que você utiliza?
5. Existe algum recurso personalizado que você acha particularmente útil ou valioso? Por quê?
6. Como você se sente em relação a tecnologias inovadoras, como realidade aumentada, sendo integradas à experiência de compra de moda?
7. Já teve alguma experiência com tecnologias inovadoras em plataformas de e-commerce de moda? Como foi?
8. Qual é a sua preferência ao realizar compras de moda: dispositivos móveis ou computadores? Por quê?
9. Você já compartilhou suas compras ou experiências de moda em redes sociais diretamente da plataforma de e-commerce?
10. Quão importantes são informações detalhadas sobre produtos, como tamanhos, materiais e instruções de cuidado, para você?

Encerramento:

11. Existe algo mais que você gostaria de compartilhar sobre suas experiências ao comprar moda online?

Agradecimento:

12. Agradecimento pela participação na entrevista.

A usuária entrevistada na entrevista piloto era uma mulher de 47 anos um pouco leiga com sistemas, utiliza mais a plataforma web para realizar suas compras. Tem um pouco de dificuldade com a plataforma mobile e receio com tecnologias muito inovadoras.

Após realizar a entrevista piloto, fiz a versão final do roteiro adicionando mais algumas perguntas que fui julgando necessárias ao longo dessa primeira entrevista.

### **Roteiro final**

#### **Introdução:**

1. Saudações e agradecimento pela participação na entrevista.
2. Breve apresentação do pesquisador e contexto da pesquisa.

#### **Experiência:**

3. Como você descreveria sua experiência ao comprar moda online?
4. Quais são os fatores mais importantes para você ao escolher uma plataforma de e-commerce de moda?
5. Como você percebe a personalização oferecida pelas plataformas de e-commerce de moda que você utiliza?
6. Existe algum recurso personalizado que você acha particularmente útil ou valioso? Por quê?
7. Como você se sente em relação a tecnologias inovadoras, como realidade aumentada, sendo integradas à experiência de compra de moda?
8. Já teve alguma experiência com tecnologias inovadoras em plataformas de e-commerce de moda? Como foi?
9. Qual é a sua preferência ao realizar compras de moda: dispositivos móveis ou computadores? Por quê?
10. Quais são os desafios que você enfrenta ao comprar moda por meio de dispositivos móveis?
11. Em que medida a integração com redes sociais influencia suas decisões de compra em plataformas de moda online?
12. Você já compartilhou suas compras ou experiências de moda em redes sociais diretamente da plataforma de e-commerce?
13. Quão importantes são informações detalhadas sobre produtos, como tamanhos, materiais e instruções de cuidado, para você?
14. Já enfrentou desafios relacionados à falta de informações detalhadas durante suas compras online de moda?

#### **Encerramento:**

15. Existe algo mais que você gostaria de compartilhar sobre suas experiências ao comprar moda online?

#### **Agradecimento:**

16. Agradecimento pela participação na entrevista.

## **Análise das entrevistas**

A maioria dos entrevistados busca plataformas que ofereçam uma experiência de compra online conveniente e eficiente.

Muitos usuários priorizam a possibilidade de ficar atualizados com as últimas tendências da moda.

A facilidade de navegação é crucial, com destaque para a importância de categorias claras e filtros eficazes.

Informações detalhadas sobre produtos, como tamanhos e materiais, são altamente valorizadas.

A agilidade no processo de checkout é essencial, e entrevistados expressaram insatisfação com processos demorados.

A integração com redes sociais é apreciada, permitindo compartilhar compras e obter opiniões de amigos.

Usuários expressaram desafios específicos ao comprar moda por meio de dispositivos móveis, como dificuldade na visualização de detalhes e preenchimento de informações.

Alguns entrevistados destacaram a importância da inovação, enquanto outros expressaram cautela em relação a tecnologias emergentes, como realidade aumentada.

Alguns entrevistados expressaram interesse em recomendações personalizadas para descobrir novos itens com base em suas preferências. Enquanto outros expressaram preocupações com a privacidade e intrusão.

A maioria dos entrevistados compartilha a preferência por plataformas intuitivas, rápidas e informativas.

Algumas diferenças foram observadas nas opiniões com relação a tecnologias inovadoras, com variações na aceitação. Os usuários que não gostaram tanto da ideia tinham medo de não conseguir aprender a utilizar estas novas tecnologias.

### **Considerações Finais:**

As entrevistas revelaram que os usuários valorizam experiências de compra online eficientes e intuitivas, destacando a importância de informações detalhadas e processos ágeis. A integração com redes sociais é apreciada, mas há nuances nas atitudes em relação a tecnologias inovadoras.

## **Comunicação dos resultados da pesquisa**

### **Persona**

#### **Estela, a Trend Explorer**

##### Características:

- 27 anos, residente urbana.
- "Eu adoro explorar novas tendências e estilos. Minha vida é movimentada, então busco praticidade nas minhas compras."

##### Comportamento:

- Antenada nas últimas tendências da moda.
- Prefere plataformas intuitivas e rápidas.
- Valoriza recomendações personalizadas.
- "Encontrar peças únicas e seguir as tendências é minha paixão."

##### Objetivos e Necessidades:

- Manter-se atualizada com as últimas tendências.
- Navegar facilmente pelo site para encontrar itens da moda.
- Economizar tempo com um checkout eficiente e seguro.
- Receber recomendações personalizadas baseadas em suas preferências de estilo.
- "Eu quero uma experiência rápida e personalizada, que me ajude a manter meu estilo em dia."

##### Desafios:

- Frustração com interfaces desorganizadas.
- Preocupações com a qualidade e ajuste das roupas compradas online.
- Tempo limitado para navegar devido à agenda ocupada.
- "Às vezes, é difícil encontrar exatamente o que estou procurando, e a qualidade nem sempre é garantida."

### **Protopersona**

#### **Rogério, o Minimalista Moderno**

##### Características:

- 35 anos, profissional masculino, suburbano.
- "Eu gosto de manter meu guarda-roupa simples e atemporal, com peças de alta qualidade."

##### Comportamento:

- Prefere moda clássica e atemporal.
- Valoriza qualidade mais do que quantidade.
- Procura eficiência na experiência de compra online.
- "Eu não sou muito de seguir modismos, prefiro peças duradouras e básicas."

##### Objetivos e Necessidades:

- Encontrar roupas de alta qualidade que combinem com seu estilo clássico.

- Localizar facilmente peças essenciais e básicas para o guarda-roupa.
- Ter uma jornada de compra online sem complicações e segura.
- Receber informações claras sobre produtos e detalhes de tamanhos.
- "Minha prioridade é encontrar roupas clássicas sem perder tempo com excesso de opções."

Desafios:

- Excesso de opções.
- Dificuldade em identificar a durabilidade de uma peça.
- Informações de tamanho inadequadas.

## **Protopersona**

### **Clara, a Exploradora Consciente**

Características:

- 28 anos, profissional feminina, moradora de área urbana.
- Plus Size.
- "Eu me preocupo com sustentabilidade e busco opções conscientes em minhas escolhas de moda, especialmente para tamanhos maiores."

Comportamento:

- Prefere moda sustentável e ética.
- Valoriza marcas que promovem práticas responsáveis.
- Busca informações sobre o impacto ambiental dos produtos.
- Procura opções de moda plus size que estejam alinhadas com seus valores.
- "Minhas escolhas de moda refletem meus valores, buscando um impacto positivo no meio ambiente e na sociedade, e quero que essas escolhas estejam disponíveis em tamanhos que atendam a diversidade corporal."

Objetivos e Necessidades:

- Encontrar opções de moda sustentável e ética em tamanhos plus size.
- Ter acesso a informações claras sobre as práticas das marcas em relação à moda plus size.
- Apoiar marcas comprometidas com a responsabilidade social e ambiental, incluindo a diversidade de tamanhos.
- "Minha jornada de compra está além do estilo; quero contribuir para um mundo mais sustentável, e isso inclui a inclusão de tamanhos plus."

Desafios:

- Frustração ao encontrar informações limitadas sobre práticas sustentáveis em opções plus size.
- Dificuldade em identificar marcas verdadeiramente comprometidas com a responsabilidade social e ambiental em tamanhos maiores.
- Tempo dedicado à pesquisa para tomar decisões alinhadas aos seus valores e que também respeitem a diversidade de tamanhos.
- "Às vezes, é difícil discernir quais marcas realmente abraçam a sustentabilidade e oferecem opções plus size de qualidade."



## **Objetivos Principais**

Persona Estela:

Objetivo específico:

- Encontrar rapidamente as últimas tendências da moda.
- Cadastrar suas preferências para receber recomendações personalizadas.

Objetivo geral:

- Ter uma experiência de compra online eficiente e alinhada ao seu estilo movimentado.

Protopersona Rogério:

Objetivo específico:

- Localizar facilmente peças essenciais e básicas para o guarda-roupa.
- Garantir que as informações de tamanho sejam precisas.

Objetivo geral:

- Alcançar uma experiência de compra online eficiente e segura, sem sobrecarga de opções.

Protopersona Clara

Objetivo Específico:

- Identificar marcas que adotam práticas sustentáveis e éticas.
- Acessar informações transparentes sobre o impacto ambiental dos produtos.

Objetivo Geral:

- Alcançar uma experiência de compra online que facilite escolhas conscientes e contribua para a promoção da moda sustentável.

## **Cenários de Problema**

1. Desafio na personalização:

Trecho da entrevista: "Às vezes, as sugestões de roupas na página inicial não combinam em nada com meu estilo."

Cenário: Estela não recebe recomendações personalizadas precisas, levando-a a perder tendências relevantes.

2. Problema na informação do produto:

Trecho da entrevista: "Já comprei algo online que não se encaixava como esperado."

Cenário: Rogério compra uma peça sem informações detalhadas, resultando em um ajuste inadequado.

3. Dificuldade na navegação móvel:

Trecho da entrevista: "Às vezes, as interfaces móveis são complicadas para visualizar detalhes."

Cenário: Estela enfrenta desafios ao explorar itens em seu smartphone, impactando sua eficiência.

4. Checkout prolongado:

Trecho da Entrevista: "Já desisti de uma compra por causa de um processo de checkout demorado."

Cenário: Rogério abandona a compra devido a um checkout complicado

5. Problema na entrega:

Trecho da entrevista: "Uma vez, minha encomenda demorou tanto para chegar que eu já nem queria mais as roupas."

Cenário: Estela aguarda ansiosamente uma compra, mas atrasos na entrega resultam em frustração e possível desinteresse nas peças.

6. Inconsistência nas avaliações:

Trecho da entrevista: "Confio nas avaliações de outros compradores, mas às vezes elas não condizem com a realidade."

Cenário: Rogério confia em avaliações positivas, mas recebe um produto que não atende às expectativas de qualidade, revelando inconsistências nas análises dos usuários.

7. Informações ambíguas sobre sustentabilidade:

Trecho da entrevista: "Muitas marcas afirmam ser sustentáveis, mas as informações são vagas."

Cenário: Clara enfrenta desafios ao tentar avaliar a autenticidade das práticas sustentáveis de uma marca, devido à falta de informações detalhadas, resultando em incerteza e hesitação na compra.