



Katelyn Mirabelli

13 seguidores

Cerca de

Seguir



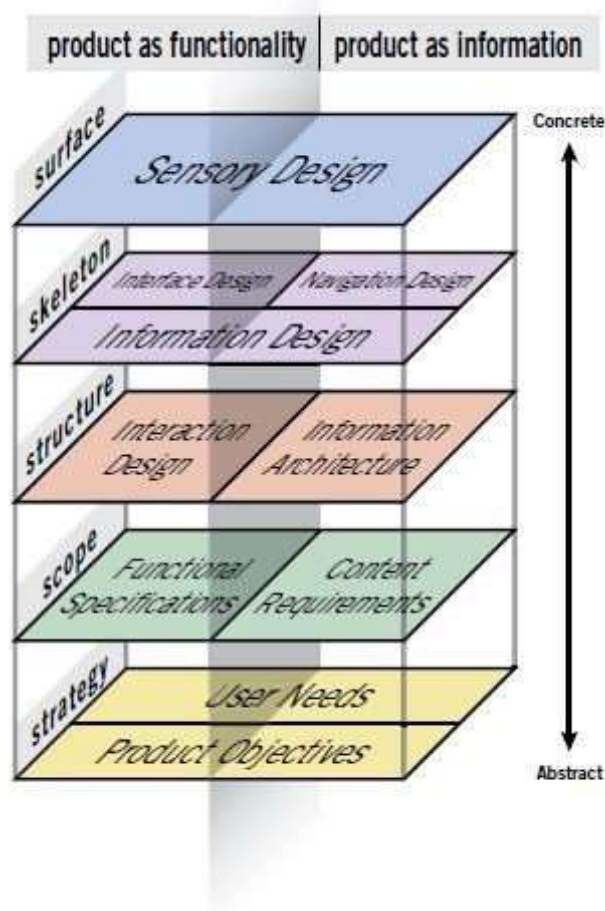
Crítica de design aplicando os 5 elementos de experiência do usuário de Jesse James Garret: aplicativo móvel Uniqlo



Katelyn Mirabelli · 3 de setembro de 2019 · 4 min de leitura

Em *The Elements of User Experience* de Jesse James Garrett, o autor descreve cinco camadas de UX da mais abstrata à mais concreta da seguinte maneira: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Cada camada pode ser dividida entre funcionalidade e informação / conteúdo dentro do produto.

A estrutura de Garrett é uma maneira útil de entender o design e o desenvolvimento do produto, uma vez que cada segmento se baseia no último e todas as partes devem trabalhar juntas para fornecer uma experiência positiva ao usuário final. Aqui está um diagrama do livro que mostra como cada componente é conceitualmente organizado e também mostra os subcomponentes de cada camada:



Modelo de Garrett para os elementos de experiência do usuário

Como estudante de Design de Experiência da Informação, concordo com seu ponto de vista de que muitos termos de UX são usados alternadamente, o que às vezes pode levar a mal-entendidos e confusão. Mesmo que muitos termos se sobreponham no espaço, ter um modelo concreto para aplicar em meus projetos e analisar designs no mundo todo é benéfico.

Por exemplo, gosto da loja Uniqlo e pretendo comprar algumas camisetas novas para o trabalho no outono; no entanto, nas últimas semanas, estive muito ocupado para chegar à loja, então decidi experimentar o aplicativo móvel deles pela primeira vez.

Sou fã de compras online em geral e tenho usado cada vez mais meu telefone em vez do laptop para fazer compras, à medida que mais empresas começam a desenvolver melhores experiências de compra móvel. Dado o senso de estilo minimalista da Uniqlo e o fluxo ultra-aerodinâmico de suas lojas, tive uma boa sensação ao entrar na experiência.

Para aplicar a estrutura de Garrett para analisar este aplicativo específico, fiz anotações sobre cada parte da minha experiência como um usuário de primeira viagem que estava navegando e, por fim, fazendo uma compra por meio do aplicativo.

Estratégia

Na maioria dos aplicativos de e-commerce, a estratégia do produto provavelmente gira em torno da conversão de vendas e do aumento da afinidade com a marca. Como usuário, as principais atividades incluem navegar nas ofertas de produtos e enviar pedidos.

Alcance

Além das atividades básicas de navegação e compra, o aplicativo também tem um blog, produtos em destaque e mensagens promocionais, além de outras informações sobre a colaboração e coleções da Uniqlo. Com exceção da mensagem promocional, o outro conteúdo era menos relevante para mim e possivelmente tinha mais a ver com objetivos de negócios do que o usuário.

Estrutura

Em um alto nível, os componentes estruturais estão todos no aplicativo - um usuário pode navegar, comprar, criar uma conta para salvar informações de envio e cartão, bem como sinalizar produtos para uma lista de desejos - todos recursos muito úteis e esperados para qualquer e- app de comércio.

Esqueleto

A principal crítica que tenho ao aplicativo é em relação à navegação. Parece que algumas camadas do aplicativo me deixaram confusa e demorou um pouco para me acostumar.

A “casa” principal é onde o usuário começa (fig. 1). Há um menu de hambúrguer no canto superior esquerdo que se abre para ver as categorias do site (fig. 3). O usuário pode rolar e ver o conteúdo em destaque na parte inferior da página inicial (fig. 2). No entanto, há um segundo botão home em uma segunda navegação inferior que parece desnecessária a princípio.

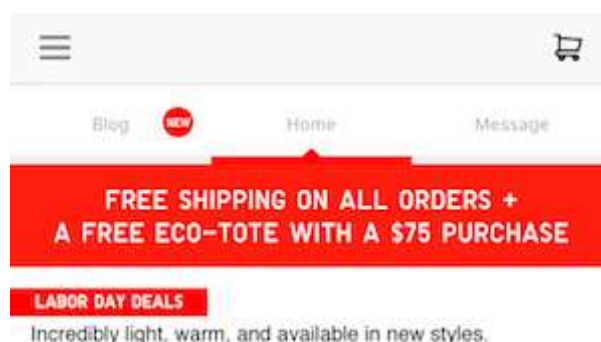




figura 1

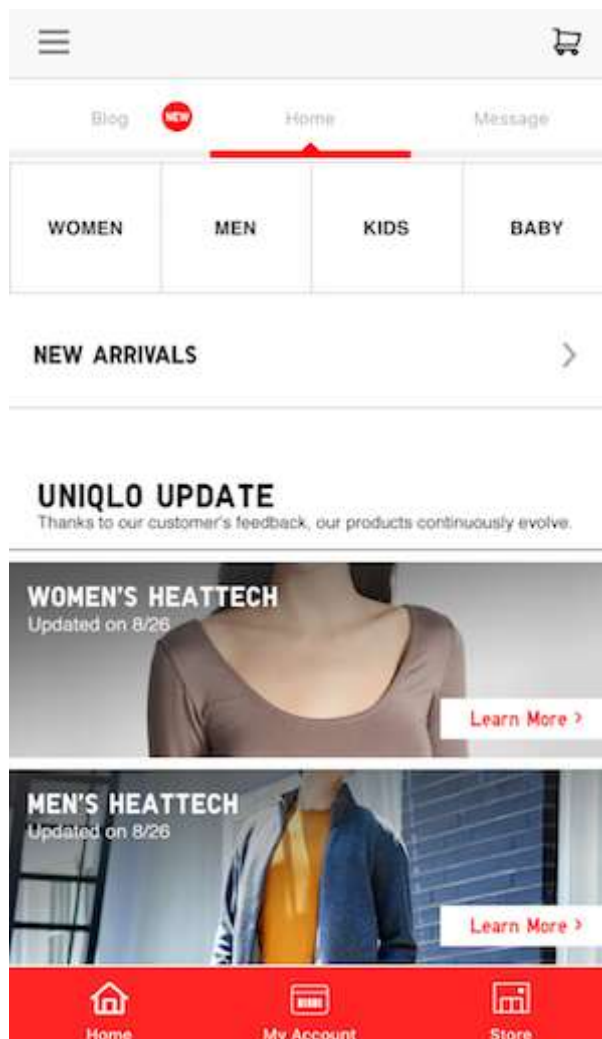


Figura 2

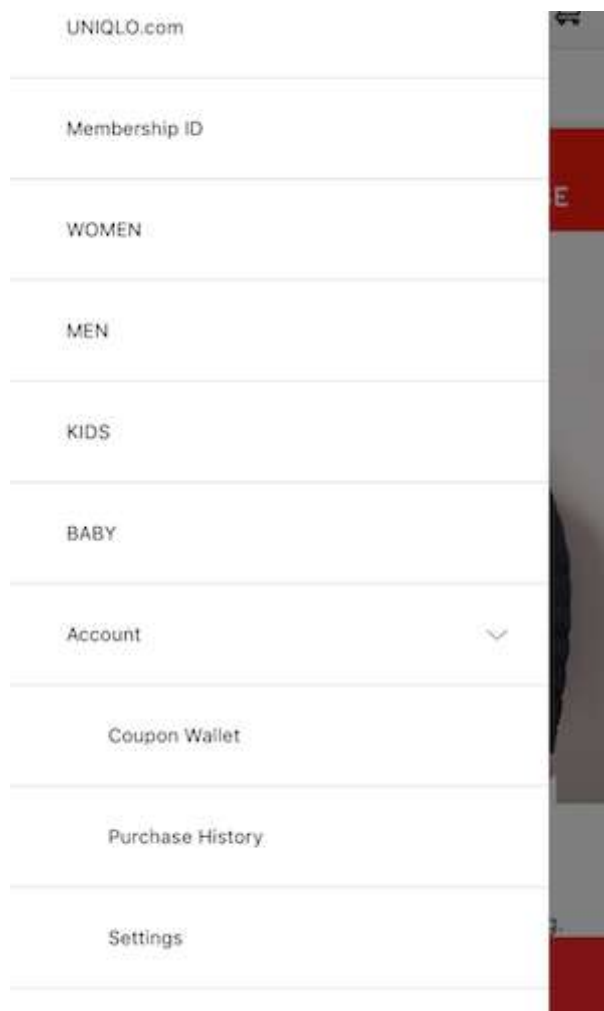
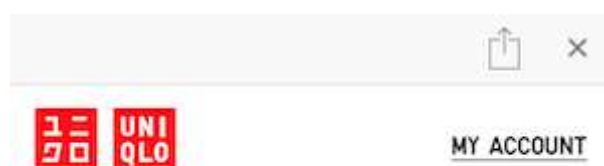


Figura 3

Clicar nos produtos na página inicial principal revela uma nova camada que aparece fora do menu de navegação inferior. Esta nova página substitui as opções de navegação na parte inferior (fig. 4 abaixo). O menu de hambúrguer superior desaparece da tela. Em vez disso, um X está no canto superior direito, que deve ser tocado para voltar para casa.

Depois de trabalhar com o aplicativo, percebi que essa área é a “loja” que existe em seu próprio espaço separado dentro do aplicativo. Essa nova tela é onde o usuário pode acessar ou criar uma conta, gerenciar seu carrinho de compras e itens da lista de desejos, pesquisar (todo o site?) E encontrar uma loja física. Segmentar essa área não parecia intuitivo. Acho que um modelo melhor seria usar uma navegação única e abrangente com uma experiência de compra bem integrada. Acho que Garrett concordaria que isso não corresponde a um modelo conceitual padrão e quaisquer razões técnicas para essa abordagem seria melhor revisitar para suavizar a experiência.



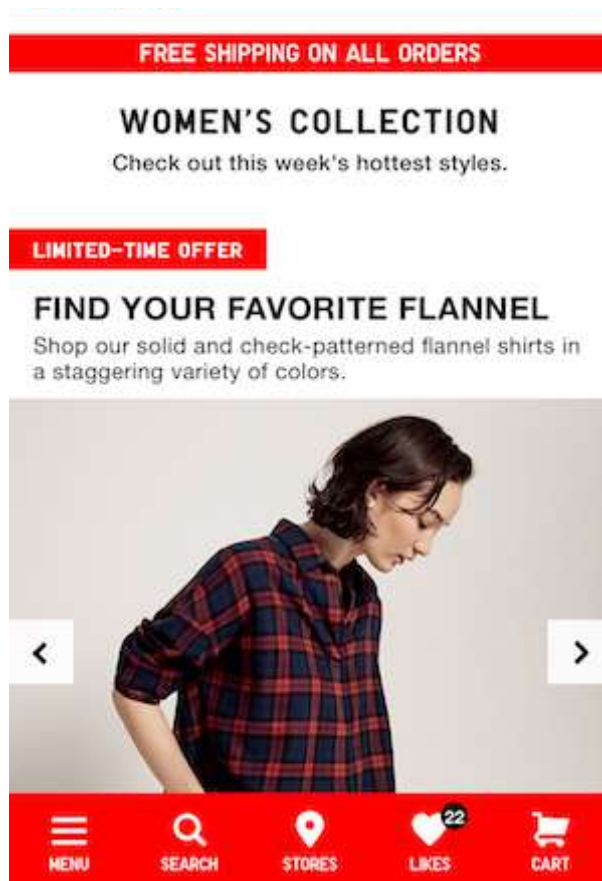


figura 4

Superfície

No nível superficial, as cores, tipografia, iconografia, fotografia e basicamente todo o design visual pareciam consistentes com a marca e eram atraentes para mim.

Concluindo, acabei conseguindo fazer minha compra e continuarei vendo como o aplicativo Uniqlo evolui. Estou satisfeito com a forma como eles exibem produtos e representam sua marca visualmente e a maioria das partes do aplicativo parecia bem organizada e considerada. Tive dificuldades com o design de navegação, uma vez que era excessivamente complexo, mas fui capaz de descobri-lo com algum tempo extra e erros.

Em alguns lugares, eles solicitaram que os usuários fornecessem feedback sobre o aplicativo na forma de uma pesquisa do Google - talvez eu envie a eles o link para minha postagem no blog :)

UX

CercaEscreverAjudaJurídico
de

Obtenha o aplicativo Medium

