



# Usabilidade no E-commerce

MOSTRAR A IMPORTÂNCIA E OS CONCEITOS DE USABILIDADE

AUTOR(A): PROF. ANA CAROLINA CALDAS DIAS JORDAN

## Usabilidade no E-commerce

Está ligada a experiência do cliente, no momento da navegação e a facilidade de uso. E para isso, não basta simplesmente executar tarefas básicas, como criar um layout responsivo, mas sim, estudar e entender o usuário, seus anseios, desejos, expectativas e dificuldades. Como fazer isso?

Investir em USABILIDADE e ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

Usabilidade é a medida pela qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com efetividade, eficiência e satisfação em um contexto de uso específico (ISO 9241-11 – Guia de especificações e medidas de usabilidade).

Mede a eficácia, a eficiência e a satisfação com que um usuário pode realizar um conjunto específico de tarefas em um ambiente particular (Eficácia – permite que o usuário atinja seu objetivo; Eficiência – qual esforço foi necessário para completar a tarefa; Satisfação – como foi a experiência do usuário ao interagir com o sistema).

De acordo com NIELSEN e LORANGER (2007), a usabilidade objetiva:

- Facilidade de aprendizagem: capacidade com que o usuário começa a interagir rapidamente com o sistema logo na primeira vez que o utiliza.
- Eficiência de uso: grau de produtividade atingido pelo usuário depois que aprendeu a utilizar o sistema.
- Facilidade de memorização: retenção, capacidade do usuário de voltar a utilizar o sistema após certo tempo sem precisar aprendê-lo novamente.
- Baixa taxa de erros: medida do quanto o usuário pode ser induzido ao erro pelo sistema e o quanto pode se recuperar do mesmo.
- Satisfação subjetiva: medida do quanto o usuário se sente feliz de estar utilizando o sistema.



Legenda: USABILIDADE

A aplicação da usabilidade pode agregar valor ao negócio virtual:

- Aumento de conversão de visitantes em clientes
- Redução do índice de abandono no site
- Visualização mais clara e didática do conteúdo do seu site
- Diminuição do custo de atendimento telefônico e por e-mail
- Opiniões pessoais são trocadas por ideias criativas para resolver problemas concretos
- Aumento de produtividade
- Redução de tempo de treinamento de novos aplicativos

Já quando não se aplica a usabilidade, temos erros comuns, porém impactantes aos resultados do E-commerce e/ou ferramenta WEB:

- Problemas de leitura
- Imagens distorcidas
- Informações dos produtos ilegíveis
- Poluição visual
- Imagens sem qualidade

Exemplo: áreas para clique muito pequenas: dificultam a navegação de pessoas com mais idade ou problemas motores.

As principais causas deste problema são:

- Privacidade
- Segurança
- Formulários/Registros
- Multimídia
- botões/imagens
- Botão voltar
- PDF/ Imprimir
- Desempenho do site
- Nova janela
- Amadorismo
- Rolagem
- Informações sobre empresa
- Comparação
- Inflexibilidade
- Presença na web
- Som
- Outros

## Arquitetura da Informação

Seu desafio é definir as regras de organização do website, definir o modelo de interação do usuário com a informação e especificar todas as páginas do website e os elementos que as compõem.

Sua função é definir as regras de classificação e ordenação das informações que serão apresentadas e aplicar estas regras, categorizando todos os conteúdos oferecidos. Como por exemplo:

- Organizar a informação de forma que ajude o usuário a encontrar o que precisa para atingir seu objetivo.
- Especifica as maneiras de navegar, de se mover pelo espaço
- Mostra a localização e auxilia ao usuário chegar ao seu destino: Logotipo, Barra de Navegação Global, Menu Local, Bread Crumb (é um sistema de navegação para sites, que indica em uma barra horizontal, a localização atual do usuário e os níveis superiores da estrutura de navegação do site) e Cross Content (web documentário).
- Estabelece as formas de representação, de apresentação, da informação, definindo signos para cada elemento informativo.

O desafio está em criar para o website uma linguagem clara e sem duplo sentido.



Legenda: ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

## Como estruturar as informações na plataforma WEB?

Otimização de conversão

Fale a língua do seu cliente

Otimizando a Home Page

Mostre seus produtos mais vendidos - Use Ferramentas como "Analytics" para determinar os produtos e categorias que mais vendem.

Uma vez identificados foque seu Marketing em promover estes produtos em banners e produtos recomendados.

Ofereça outras maneiras de comprar.

Otimizando a navegação

Evite categorizações vagas - fazer com que o cliente ache os produtos rapidamente.

Estruture as categorias por popularidade - Crie categorias baseadas no que as pessoas procuram.

Mostre seus diferenciais.

Algumas ferramentas que podem ajudar (ferramentas que mostram por cores, um mapa dos locais mais visitados pelo usuário no site):

- Crazyeggs.
- Heat Maps.
- Scroll heat maps.
- Click maps.

#### Otimizando a busca

Deve ser fácil de usar, rápida e assertiva. Dica: utilizar ferramenta "User Friendly" - uso de login de redes sociais associados ao cadastro do site.

Implemente uma busca inteligente (Browser x Searchers - na medida que o usuário escreve a palavra procurada, a ferramenta sugere palavras similares).

A busca interna pode oferecer um "insight" sobre o comportamento do consumidor, ajudando a antecipar tendências e a comercializar os seus produtos de forma eficaz.

Ofereça refinamentos otimizados, melhorando a compreensão sobre os usuários por meio do Analytics.

#### Otimizando a página de produto

As pessoas não querem navegar no site e sim ter uma experiência de navegação, por isso, adicione imagens de excelente qualidade, desta maneira o site ganha "vida", proporcionando uma experiência benéfica para o cliente.

Muita atenção na descrição dos produtos, use parágrafos curtos e objetivos, apresente informações mais importantes no início do descritivo. Exiba vídeos sobre os produtos, isso proporciona segurança e credibilidade ao usuário. Não deixe o cliente sem a informação "preço", não esconda e não dificulte o conhecimento do cliente, isso atrapalha a venda e cria desconfiança. Permita ao cliente ser avisado de um produto fora de estoque. Encoraja seu cliente a avaliar sua atuação na internet.

Dica: utilizar a ferramenta "Cross sell" e "Up sell" - no momento do clique "comprar" o cliente visualiza a sugestão "quem se interessou por esse produto, também se interessou por...".

#### Checkout (Abandono de Carrinho)

Não peça a mesma informação duas vezes.

Deixe claro todas as informações relacionadas a prazo, valor de frete e formas de pagamento, mostre que o site é seguro e respeita à sua privacidade.

Ajude no preenchimento das informações (ex: facebook connect), destaque o botão de compra, limite a navegação durante o checkout, transmita confiança e credibilidade ao usuário.

Diferenciais relevantes: qualidade do atendimento, oferecer algo em troca da fidelidade do cliente, frete grátis como conduta de atendimento, cupons de desconto, permitir o compartilhamento da compra realizada.



Legenda: OTIMIZAÇÃO DE SITE

Desempenho é fundamental, inclusive na USABILIDADE

A aplicação da usabilidade pode ser atrelada ao desempenho financeiro da loja virtual, por isso, é importante sempre acompanhar os índices abaixo:

- Receita Capturada X Receita Aprovada (Compras realizadas x pagas).
- Números De Pedidos E Ticket Médio (Quantidade de solicitações x valor médio de venda)
- Taxa De Conversão Real - canal (Percentual de vendas efetivadas por canal - exemplo: cliente clicou em um post impulsionado no Facebook e fez a compra no site).
- Conversão por meio de pagamento (Percentual de vendas efetivadas por cartão de crédito, paypal, mercado pago, boleto, etc).

## LINKS INTERESSANTES SOBRE USABILIDADE

Veja esses links e confira informações adicionais:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/ux-no-e-commerce-a-importancia-dos-testes-de-usabilidade/> (<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/ux-no-e-commerce-a-importancia-dos-testes-de-usabilidade/>)

## Resumo

A Usabilidade de site se trata de “ouvir” os comandos de seus usuários na internet, entender a razão de suas ações, ser usual, agradar no momento da experiência do cliente em sua ferramenta WEB, o usuário poder degustar, conhecer e desfrutar de seus produtos/serviços antes de compra-los.

A sua ferramenta WEB tem menos de 2 minutos para se comunicar com seus clientes, no momento da primeira visita, nesta ocasião a primeira experiência é a que fica sim!!!! Cada página deve justificar sua existência e demonstrar aos usuários a chamada que a prenda no seu site, caso contrário, ele vai navegar em outro site. Por isso, é importante estudar o comportamento dos usuários e as regras de negócios, para assim alinhar as expectativas de mercado.

## ATIVIDADE

Complete a frase:

A aplicação da usabilidade pode \_\_\_\_\_ ao negócio virtual:

- A. retornar financeiramente
- B. Agregar valor
- C. Acarretar problemas
- D. Tornar usual

## ATIVIDADE

Complete a sentença:

Usabilidade é a medida pela qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_ em um contexto de uso específico (ISO 9241-11 – Guia de especificações e medidas de usabilidade).

- A. Efetividade; eficiência; satisfação;

- B. Facilidade; satisfação; retorno financeiro.
- C. Satisfação; leads; likes;
- D. Otimização de site; satisfação; novos clientes;

## ATIVIDADE FINAL

### O que é Checkout?

- A. Abandono de carrinho;
- B. Cadastro em duplicidade;
- C. Compra não efetivada;
- D. Usuário cancelou cadastro;

## REFERÊNCIA

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. Usabilidade na WEB – Projetando Websites com qualidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ROSENFELD, L. ; MORVILLE, P. Information Architecture for the Word Wide Web. 3ed. Sebastopol: O'Reilly, 2006.

SALVADOR, Mauricio. Gerente de E-commerce. São Paulo: E-commerce School, 2013.





