

Template for Usability Aspect Report (UAR)

Complete this form *once*, as the first page of your report:

Product Name: Radiopopular.pt
Date of Study: 19/04/2021
Experimenters' Names: Gonçalo Costa Enes, 2019138654 Daniel Rodrigues Duarte, 2019131703
Subject ID: Gonçalo Costa Enes Daniel Rodrigues Duarte

Complete this form *for each* problem or good aspect that you observe. (An empty form, suitable for actual use, is on the last page. These are the instructions).

No. <The <i>type</i> of observation (HE or UE) and <i>unique number</i> > (HE=Heuristic evaluation; UE=User Evaluation)	Problem/Good Aspect < say which >
Name: < Succinct but descriptive and distinctive name for the problem or good aspect.>	
Evidence: Heuristic: < For Heuristic Evaluations, list the name of the heuristic (e.g., “Consistency”) > Interface aspect: <Where the problem is. Include relevant facts about the interface. In addition to interface facts, pictures are almost always necessary and usually faster to produce than words alone, unless you are very skilled at providing word pictures>	
Explanation: <Your explanation of what’s bad or good about this interface aspect. For Heuristic Analysis, put your explanation about how the heuristic is met or violated. If applying the heuristic involves making claims about the user (e.g., what the user will or will not be familiar with), include claims and any evidence/reasoning to support those claims. Locutions such as, “The [expert, novice] user will <i>probably...because...</i> ” or “Users will be <i>unlikely</i> to.... <i>because...</i> ” are appropriate here.>	

Severity or Benefit:

Rating: <number + description. Use Nielson's ratings:

(see <http://www.useit.com/papers/heuristic/severityrating.html>)

0 = Not a problem: I don't agree that this is a usability problem at all

1 = Cosmetic problem only: need not be fixed unless extra time is available on project

2 = Minor usability problem: fixing this should be given low priority

3 = Major usability problem: important to fix, so should be given high priority

4 = Usability catastrophe: imperative to fix this before product can be released >

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

Frequency: <Common or rare? Why? How many users (of what type—new, causal, experienced are *likely* to experience the problem? Why? Is this something most users, some users, hardly any users will *probably* want to do? Why?>

Impact: <Easy or difficult for the user to overcome? Why? If is difficult to overcome if the user is unlikely to be able to achieve goals or will probably waste a lot of time.>

Persistence: <Is it a problem that is one-time (once users know about it and overcome it—no matter how difficult it was to detect and to overcome) or will they be repeatedly bothered by it? Why? (If they can't detect it and overcome it, then it persists)>

How I weighted the factors:

<Justify your numerical rating by providing your assessment and **reasoning** about all of the following: frequency, impact, and persistence, and how you weighed these factors in your overall severity rating. For example, A relatively rare problem, easy to overcome and low persistence could justify rating as a minor usability problem; a low frequency problem but one that is critical occurs (e.g., Unable to Save) would be grounds for giving it a high severity rating, despite low frequency. If this is a good aspect, then Rating is "NA," but describe the benefits to the user that you see from this aspect. >

Possible solution and/or trade-offs:

< If a problem, propose a possible solution.

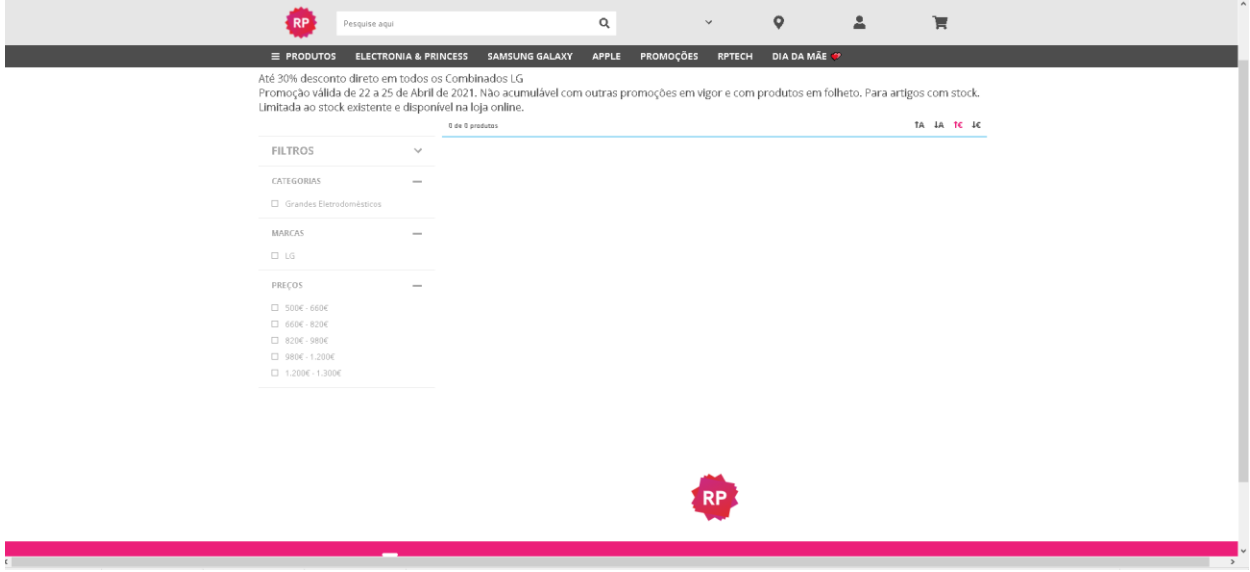
You **MUST** include trade-offs to be credible. If you can't think of some bad trade-off, say so.

If a good aspect, then trade-offs also are appropriate >

Relationships:

<Cross reference other UARs this relates to (if any). Include No & name. If the relationship to the other UAR is not obvious, then give reasons why you list it here (because...)>

Relatório Gonçalo Enes:

No. H2-1	Problem/Good Aspect Problem
Name: Site não indica o que faz quando está a carregar	
Evidence: 	
Explanation: Quando o site carrega uma página com mais produtos e vai demorar mais tempo, este não informa o utilizador das tarefas que está a realizar enquanto o faz. Por exemplo, se a página demorar cerca de 5/6 segundos a carregar e não informar o utilizador do que está a fazer, o utilizador irá ficar desmotivado e impaciente.	

Severity or Benefit: Severity**Rating: 2****Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):**

O site carrega em tempo real bastante rápido, exceto quando são páginas com mais itens e ícones, portanto, este problema não ocorre muito frequentemente. O impacto é médio, não será algo que leve o utilizador a não utilizar o site e/ou ficar frustrado.

Possible solution and/or Trade-offs:

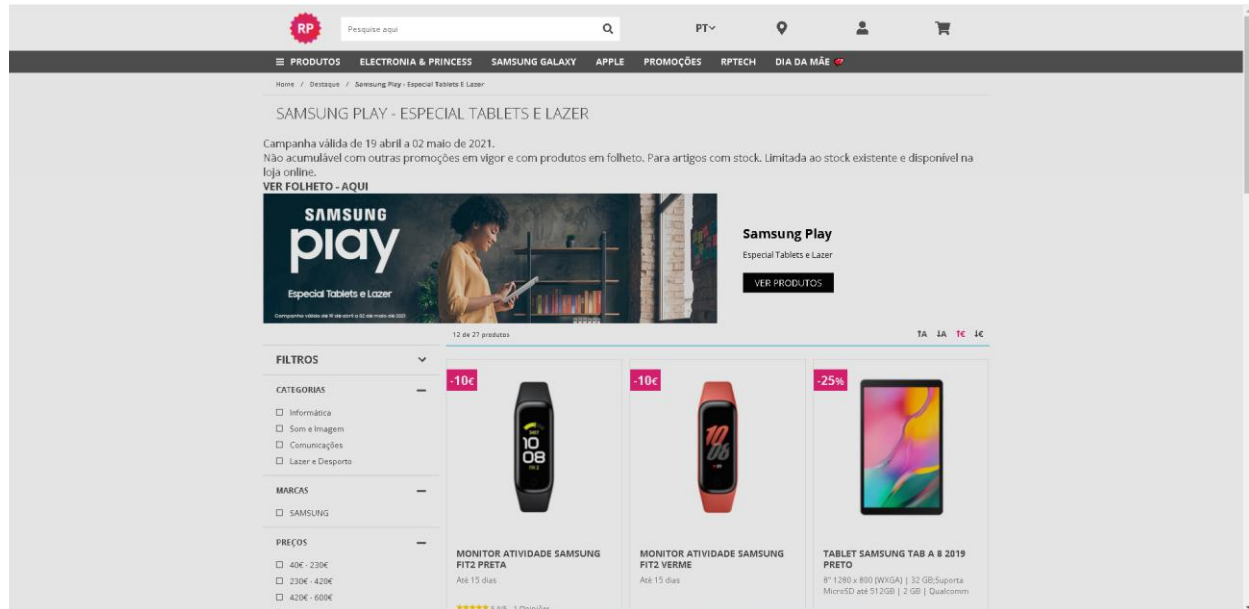
Incluir uma barra de progresso nas páginas que o site sabe que demorarão mais a carregar.

Relationships:

No. H2-2	Problem/Good Aspect Good aspect
--------------------	---

Name:
O site é bastante compreensível em termos de linguagem

Evidence:



Explanation:

O site fala a linguagem do utilizador e segue convenções do mundo real. Compreende-se claramente o que o site quer transmitir ao utilizador. Tal como podemos observar diretamente no topo da página.

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

Logo na página principal conseguimos encontrar bons exemplos de como o site fala a linguagem do utilizador e como é facilmente compreensível. Tal como na página principal, conseguimos observá-lo em todas as páginas do site.

Possible solution and/or Trade-offs:

É um bom exemplo.

Relationships:

No.
H2-3

Problem/Good Aspect
Good aspect

Name:

O site dá bastante liberdade ao utilizador

Evidence:

The screenshot shows the 'REVER CARRINHO DE COMPRAS' (Shopping Cart) page on the Revo website. The main product is 'MONITOR ATIVIDADE SAMSUNG FIT2 VERME', priced at 39,99 €. A discount of 10,00 € is applied, resulting in a final price of 29,99 €. The user has selected a quantity of 1. The page includes a search bar, navigation menu, and a footer with various links and social media icons.

RP Pesquise aqui


PT

PRODUTOS ELECTRONIA & PRINCESS SAMSUNG GALAXY APPLE PROMOÇÕES RPTECH DIA DA MÃE

Home / Rever Carrinho De Compras / Disponibilidade

REVER CARRINHO DE COMPRAS

Selecione as opções para os artigos apresentados no seu carrinho de compras:

MONITOR ATIVIDADE SAMSUNG FIT2 VERME	39,99 €
 Com 10,00 € de desconto direto. Quantidade: 1 Ver mais	
Extensão de garantia "MEGA GARANTIA": Escolha a modalidade: <input type="radio"/> 3 anos <input type="radio"/> 5 anos	
Verifique a disponibilidade dos artigos consoante o modo de entrega que pretende: <input type="radio"/> Entrega ao domicílio <input type="radio"/> Levantamento na loja	
Sub-total	39,99 €

[Seguir para encomenda »](#)

RESUMO DA ENCOMENDA

MONITOR ATIVIDADE SAMSUNG FIT2 VERME	39,99 €
Sub-Total	39,99 €

Todas as ofertas e códigos promocionais serão aplicados na finalização da encomenda.

odigicert

Modos de pagamento disponíveis

VISA MCB MB MB NET MB

NEWSLETTER
Todas as novidades e promoções no seu email

Escreva o seu e-mail

REDES SOCIAIS
Siga-nos e partilhe!

INSTITUCIONAL
Quem Somos
Lojas
Serviços
Contactos
Recrutamento

CARTÃO RP-ON
Vantagens
Adesiv
(TAEF 15,6%)

AO SEU DISPÔR
Promoções
Folheto
Folhetos Interativos
Novidades
229.40 39.40

COMPRA ONLINE
Como Comprar
Modos De Pagamento
Entrega
Trocas E Devoluções
Condições Gerais

ÁREA DE CLIENTE
A Sua Conta
Encomendas
Registo / Entrar

Explanation:

O site não obriga o utilizador a seguir caminhos inflexíveis. Se um utilizador adicionar um item errado ao carrinho, essa ação pode ser rapidamente anulada com um clique de um botão, neste caso, “Remover”.

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

Acontece sempre que tentamos encomendar algo, o site dá sempre hipótese de remover do carrinho se estivermos descontentes com o que temos ou se foi carregado por engano.

Possible solution and/or Trade-offs:

É um bom exemplo.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

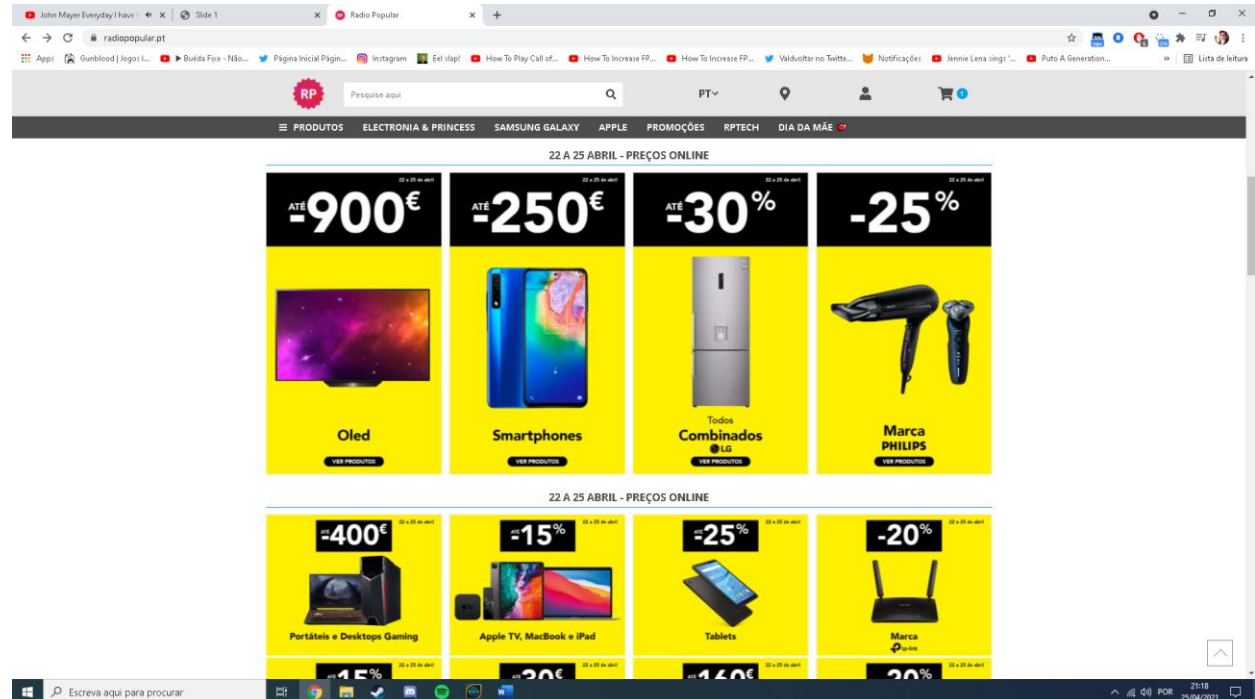
No.
H2-4

Problem/Good Aspect
Good aspect

Name:

O site é bastante consistente

Evidence:



Explanation:

O site é previsível na medida em que todos os ícones e itens demonstrados na imagem acima realizam a mesma ação – levar o utilizador a uma página onde aparecem todos os itens dessa categoria. Por exemplo, se carregarmos logo no primeiro ícone que diz “Oled” o site leva-nos para uma lista de televisões OLED. O mesmo é verificado em todos.

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

Como já mencionado, o site é consistente, portanto, acontece frequentemente. Isto leva o utilizador a sentir-se mais confortável na navegação do site e na eventual escolha de produto.

Possible solution and/or Trade-offs:

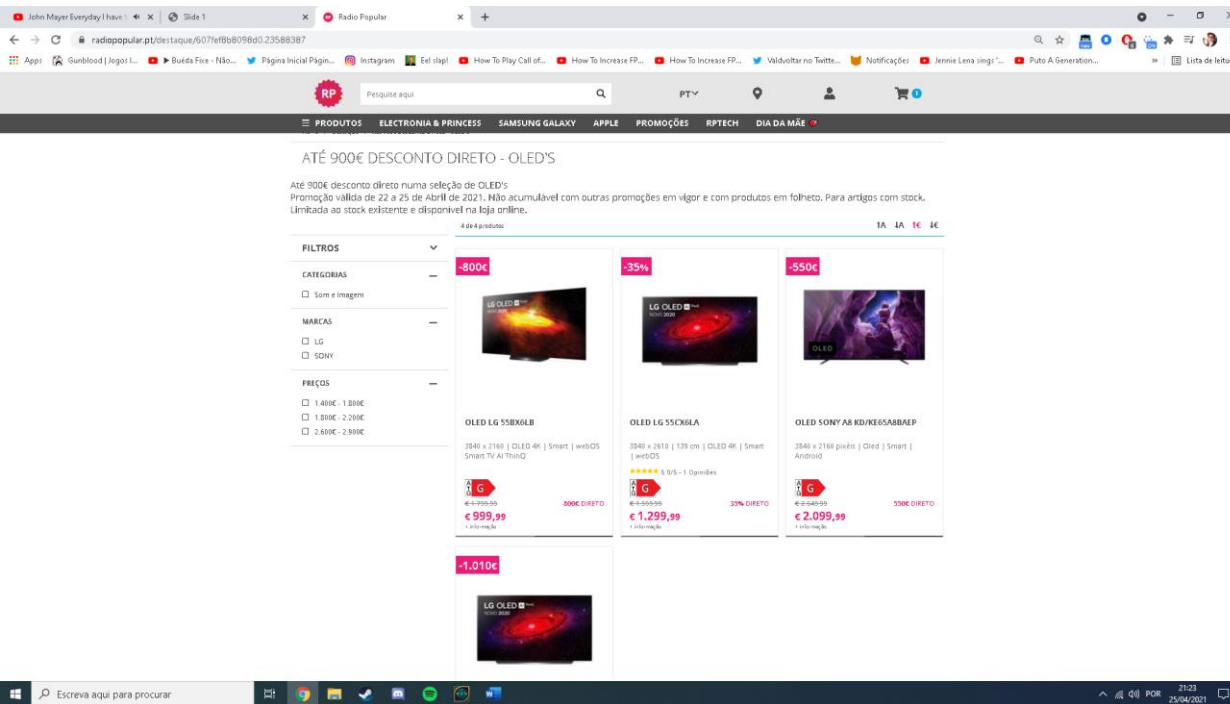
É um bom exemplo.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

Name:

O site é muito bom na prevenção de erros

Evidence:**Explanation:**

O site é muito bom a minimizar o uso do teclado e minimizar o número de erros. Como podemos observar na foto, nenhuma categoria é pesquisada através do teclado. Por exemplo, o preço é controlado com as checkboxes à esquerda que têm limites de preços feitos especificamente para a categoria em que estamos (neste caso, televisões OLED).

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):


Acontece em todas as páginas de pesquisa do site. É um aspeto extremamente positivo pois reduz bastante a frustração do utilizador através da utilização minimalista do teclado.

Possible solution and/or Trade-offs:

É um bom exemplo.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

No. H2-6	Problem/Good Aspect Problem
Name: O site apresenta indicações insuficientes e algumas ações mal identificadas	
Evidence: 	
Explanation: O site apresenta, no cabeçalho, alguns ícones que não são explicados. Para um utilizador mais novo, o que acontecerá se este clicar no ícone da pessoa? Vai ao seu perfil? Vai a uma lista de empregados das lojas? É necessário ter uma pequena explicação/nome ao lado de cada ícone em que clicamos para termos uma ideia clara do que o mesmo fará.	
Severity or Benefit: Severity Rating: 3 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Sempre que um utilizador entra no site, o cabeçalho é das primeiras coisas que este repara, portanto, é importante ter um cabeçalho minimalista, claro, mas um cabeçalho que indique claramente o que faça para os utilizadores novos e menos experienciados em navegação web saibam onde estão a carregar.	
Possible solution and/or Trade-offs: Dar um nome ou uma breve descrição ao lado de cada ícone.	
Relationships: Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador Heurística 7- Flexibilidade e Eficiência na utilização	

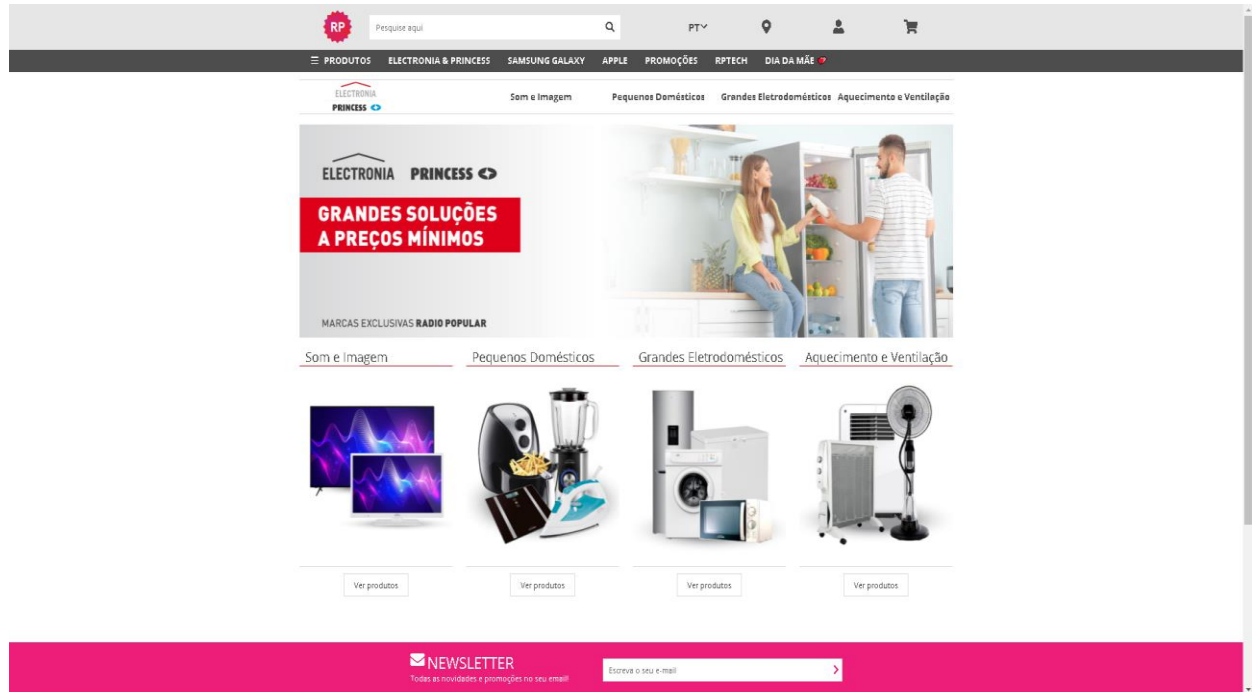
No.
H2-7

Problem/Good Aspect
Problem

Name:

A flexibilidade do site não é boa.

Evidence:



Explanation:

O site não apresenta quaisquer macros ou aceleradores para utilizadores mais experientes ou peritos. Não apresenta pesquisas por gestos, por fala nem teclas de atalho. A barra de ferramentas apresenta sempre os mesmos ícones e ferramentas.

Severity or Benefit: Severity

Rating: 4

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

O site não se adapta ao utilizador, permanece estático. Este é um problema gravíssimo pois o utilizador sentir-se-á fatigado rapidamente.

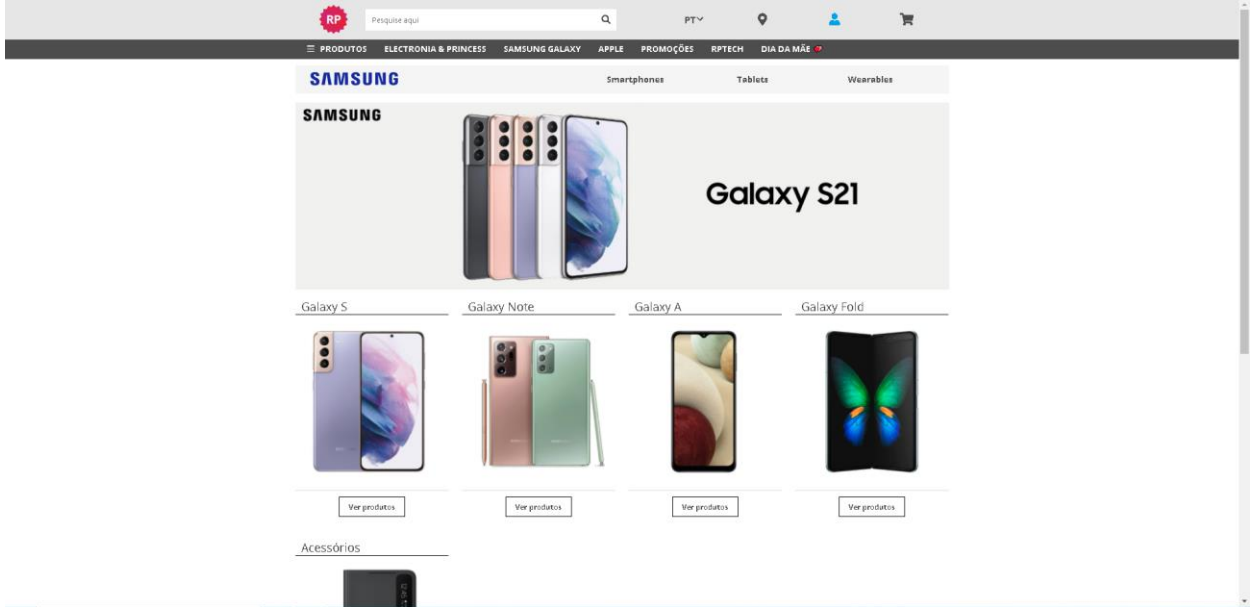
Possible solution and/or Trade-offs:

Fazer o site ajustar-se ao utilizador da melhor maneira possível, ou seja, fazer com que o site guarde as pesquisas do utilizador e mostre pesquisas e artigos parecidos ao utilizador para que este utilize o site da melhor maneira e da maneira mais eficiente. Adicionar também macros e pesquisa por voz para minimizar ainda mais a utilização do teclado.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

Heurística 6 - Reconhecer em vez de lembrar

No. H2-8	Problem/Good Aspect Good aspect
Name: O site apenas utiliza o que é necessário.	
Evidence:  <p>The screenshot shows the Samsung website's product page. At the top, there's a navigation bar with a search bar and various category links. Below this, the 'SAMSUNG' logo is prominently displayed. The main section features a large image of the Galaxy S21 with the text 'Galaxy S21' to its right. Below this, there are four smaller product images labeled 'Galaxy S', 'Galaxy Note', 'Galaxy A', and 'Galaxy Fold'. Each image has a 'Ver produtos' button underneath it. The layout is clean and focused on the products, with minimal text and no unnecessary elements.</p>	
Explanation: O site não utiliza demasiado texto ou ferramentas onde não é necessário e onde obviamente iria aborrecer o utilizador. Por exemplo, na imagem acima, depois de carregar em “SAMSUNG GALAXY” no topo, o utilizador é apresentado com esta página, página essa que apenas mostra o que o utilizador precisa de ver: a escolha do seu produto, seja ele “Galaxy S” ou “Galaxy Note” e um botão para ver todos os produtos relacionados com o modelo de Galaxy que o utilizador deseja.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Sempre que pesquisamos por algum modelo de aparelho informático vamos dar a uma página minimalista que apenas mostra o que nos interessa e o que é realmente de interesse. O site não perde tempo a falar de algo que não é preciso, fazendo com que o utilizador se encontre muito mais facilmente e realize o que tem a fazer em muito menos tempo – e com maior eficácia.	

Possible solution and/or Trade-offs:

É um bom aspeto.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

No. H2-9	Problem/Good Aspect Good aspect
Name: O site fala a linguagem do utilizador nos avisos/erros.	
Evidence: ENTRAR OU CRIAR UMA CONTA <div data-bbox="188 1137 1407 1267"><p>ATENÇÃO! – Utilizadores com Outlook/Hotmail/Live/MSN, devido a falhas nestes serviços, devem preferencialmente utilizar outro serviço de e-mail ou então proceder da seguinte forma:</p><ol style="list-style-type: none">1. Configure a sua conta de correio para garantir que recebe mensagens provenientes dos endereços "@radiopopular.pt". No "Outlook/Hotmail/Live/MSN" deve adicionar o domínio "radiopopular.pt" à lista de remetentes confiáveis (Opções > Lixo eletrónico > Remetente confiáveis)/(Options > Safe and blocked senders > Safe senders list).2. Se já se encontra registado com Outlook/Hotmail/Live/MSN, poderá efectuar como descrito e de seguida fazer a recuperação da palavra-passe</div>	
Explanation: O site usa linguagem real e humana para transmitir ao utilizador um aviso/erros e apresenta a solução/ o que quer que o utilizador em passos bem descritos imediatamente abaixo.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Em todos os erros e avisos o site dá uma explicação clara do que se passa ou como resolver. O utilizador não tem de “adivinhar” o que se passa quando algo dá erro.	

Possible solution and/or Trade-offs:

É um bom aspeto.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

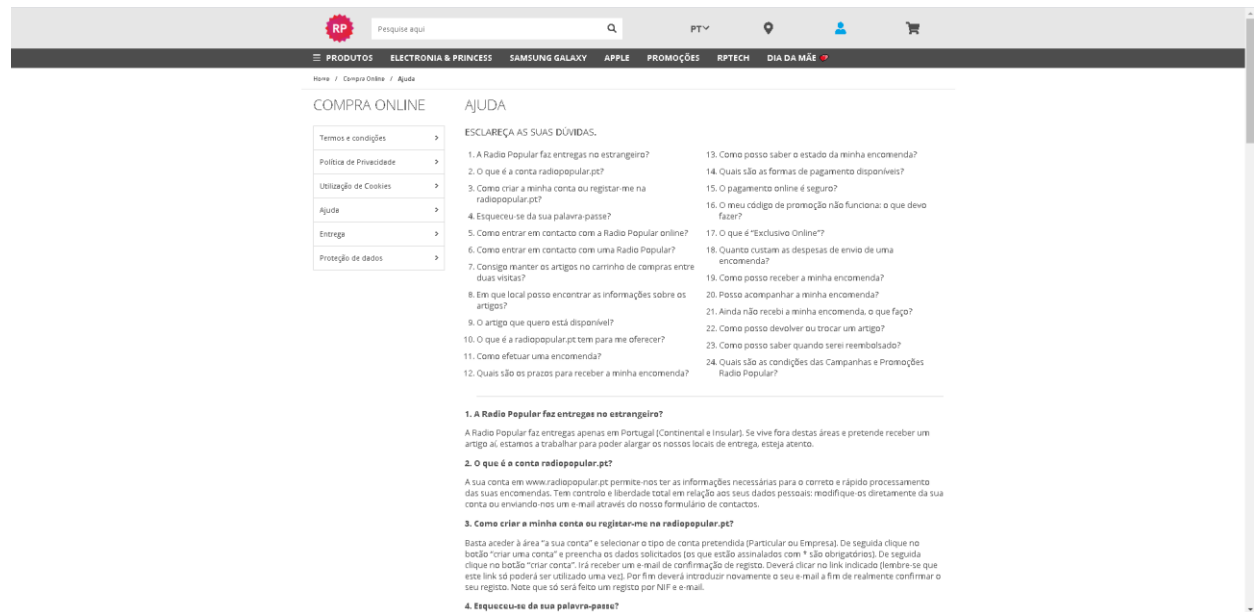
No.
H2-10

Problem/Good Aspect
Good aspect

Name:

O site apresenta várias perguntas comuns documentadas e com a respetiva resposta.

Evidence:



RP Pesquise aqui

PT▼

PRODUTOS ELECTRONIA & PRINCESS SAMSUNG GALAXY APPLE PROMOÇÕES RPTECH DIA DA MÃE

Home / Compra Online / Ajuda

COMPRA ONLINE

- Termos e condições
- Política de Privacidade
- Utilização de Cookies
- Ajuda
- Entrega
- Proteção de dados

AJUDA

ESCLAREÇA AS SUAS DÚVIDAS.

1. A Radio Popular faz entregas no estrangeiro?
2. O que é a conta radiopopular.pt?
3. Como criar a minha conta ou registar-me na radiopopular.pt?
4. Esqueceu-se da sua palavra-passe?
5. Como entrar em contacto com a Radio Popular online?
6. Como entrar em contacto com uma Radio Popular?
7. Consigo manter os artigos no carrinho de compras entre duas visitas?
8. Em que local posso encontrar as informações sobre os artigos?
9. O artigo que quero está disponível?
10. O que é a radiopopular.pt tem para me oferecer?
11. Como efetuar uma encomenda?
12. Quais são os prazos para receber a minha encomenda?
13. Como posso saber o estado da minha encomenda?
14. Quais são as formas de pagamento disponíveis?
15. O pagamento online é seguro?
16. O meu código de promoção não funciona: o que devo fazer?
17. O que é "Exclusivo Online"?
18. Quanto custam as despesas de envio de uma encomenda?
19. Como posso receber a minha encomenda?
20. Posso acompanhar a minha encomenda?
21. Ainda não recebi a minha encomenda, o que faço?
22. Como posso devolver ou trocar um artigo?
23. Como posso saber quando serei reembolsado?
24. Quais são as condições das Campanhas e Promoções Radio Popular?

1. A Radio Popular faz entregas no estrangeiro?

A Radio Popular faz entregas apenas em Portugal (Continental e Insular). Se vive fora destas áreas e pretende receber um artigo aí, estamos a trabalhar para poder alargar os nossos locais de entrega, esteja atento.

2. O que é a conta radiopopular.pt?

A sua conta em www.radiopopular.pt permite-nos ter as informações necessárias para o correto e rápido processamento das suas encomendas. Tem controlo e liberdade total em relação aos seus dados pessoais: modifique-os diretamente da sua conta ou enviando-nos um e-mail através do nosso formulário de contactos.

3. Como criar a minha conta ou registar-me na radiopopular.pt?

Basta aceder à área "a sua conta" e seleccionar o tipo de conta pretendida (Particular ou Empresa). De seguida clique no botão "criar uma conta" e preencha os dados solicitados (os que estão assinalados com * são obrigatórios). De seguida clique no botão "criar conta". Irá receber um e-mail de confirmação de registo. Deverá clicar no link indicado (tenha-se que este link só poderá ser utilizado uma vez). Por fim deverá introduzir novamente o seu e-mail a fim de realmente confirmar o seu registo. Note que só será feito um registo por NIF e e-mail.

4. Esqueceu-se da sua palavra-passe?

Explanation:

Na parte da “Ajuda”, encontrada no footer da página, o site apresenta ao utilizador as perguntas mais comuns perguntadas por outros utilizadores e com as respetivas respostas imediatamente abaixo. O utilizador pode clicar na pergunta que deseja que lhe seja respondida e o site levá-lo-á à respetiva resposta e ajuda.

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

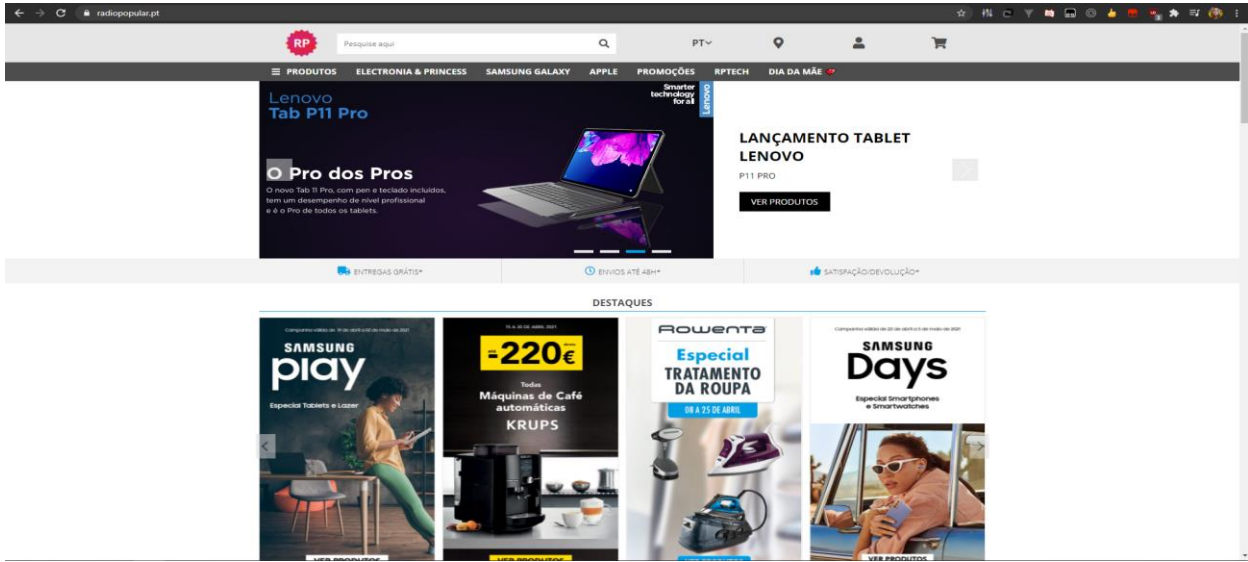
A ajuda de qualquer site é fundamental e tem de ser esclarecedora. Seja esta para um utilizador novo ou até para um utilizador mais experiente. A ajuda no site estudado não é exceção à regra e é muito boa para esclarecer as dúvidas mais comuns que ambos os utilizadores (experientes e novatos) possam ter em relação ao site.


Possible solution and/or Trade-offs:

É um bom aspeto.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

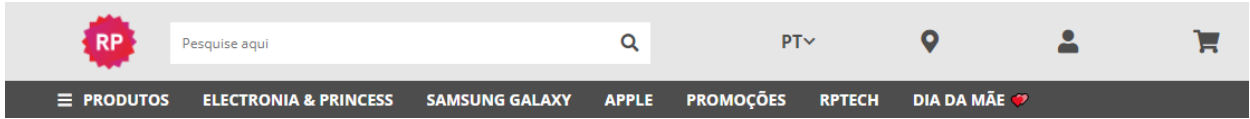
No. H2-1	Problem/Good Aspect Good aspect
Name: Boa Visibilidade do Sistema	
Evidence: 	
Explanation: O design deve sempre manter os utilizadores a par do que se esta a passar ou do que podem esperar quando entram na página de modo a não perderem tempo a tentar perceber como navegar na página. Neste exemplo conseguimos ver que o utilizador sabe com o que pode contar ao entrar na página com um menu de fácil interpretação.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships:	


No. H2-2	Problem/Good Aspect Good aspect
Name: O site tem uma linguagem real e clara	
Evidence: 	
Explanation: A forma como as funcionalidades estão expostas ao utilizador devem ser de fácil uso e interpretação. Devemos ser claros com o objetivo das funcionalidades. Neste exemplo podemos ver que temos 2 setas que fazem exatamente o que se espera, movem o conteúdo do banner ou para o slide da esquerda ou da direita, respectivamente.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): A primeira interação do utilizador com o site é a página inicial, de modo que as funcionalidades apresentadas devem ser de fácil uso para que cause um bom impacto na experiência de quem usufrui delas. O utilizador espera que quando clica na seta da esquerda, a imagem que se encontra á esquerda da que está atualmente a ser apresentada seja mostrada. Iremos ter o mesmo para a da direita. Isto permite uma navegação fácil nos destaques.	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships: H2-1	

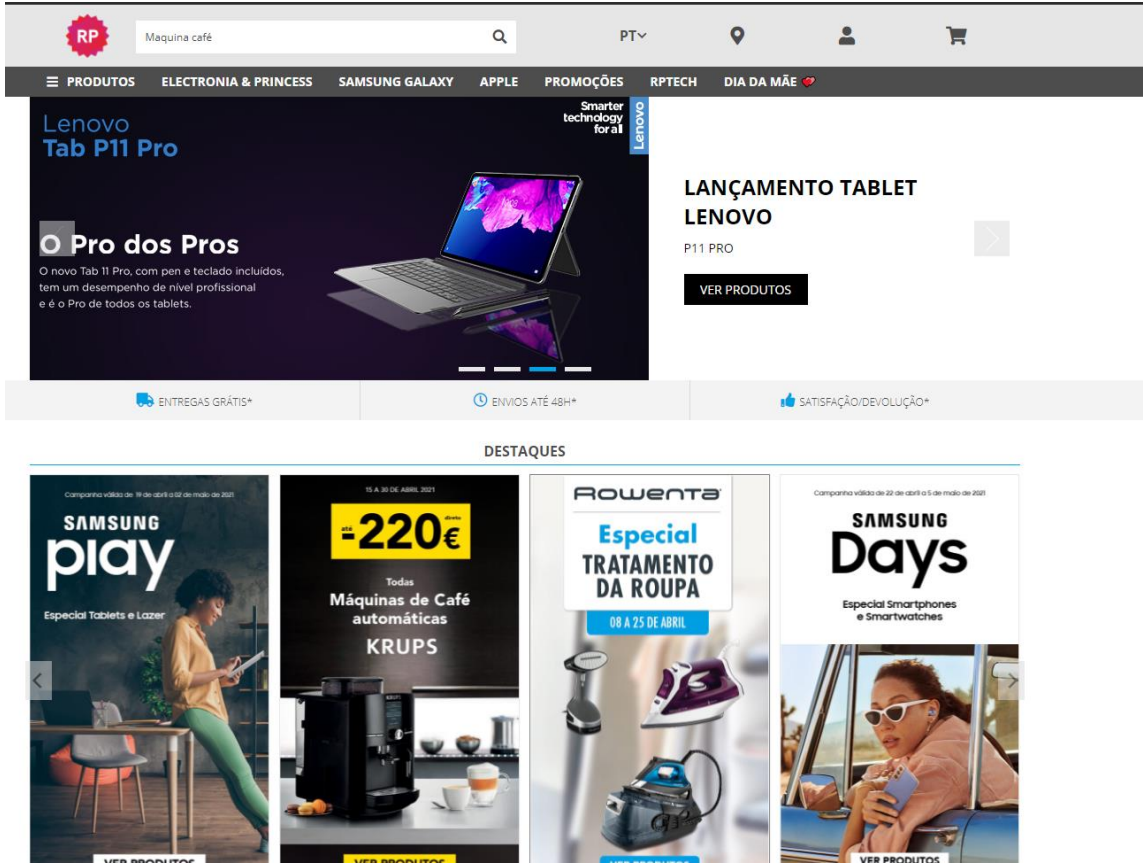
No. H2-3	Problem/Good Aspect Problem
Name: Bastante liberdade concedida pelo site	
Evidence: <div> <div>REVER CARRINHO DE COMPRAS</div> <div> Selecione as opções para os artigos apresentados no seu carrinho de compras: </div> <div> <div> <div>  <div> AMBIENTADOR MÁQUINA LAVAR LOUÇA WPRO DEODISH 1274905 Quantidade: <input type="text" value="1"/> x Remover </div> </div> <div>4,99 €</div> </div> <div> <div> <input type="radio"/> Entrega ao domicílio <input type="radio"/> Levantamento na loja </div> <div> <div>Sub-total</div> <div>4,99 €</div> </div> <div> Seguir para encomenda » </div> </div> <div> <div>RESUMO DA ENCOMENDA</div> <div> <div> AMBIENTADOR MÁQUINA LAVAR LOUÇA WPRO DEODISH </div> <div>4,99 €</div> </div> <div> <div>Sub-Total</div> <div>4,99 €</div> </div> <div> <div>  </div> <div> Modos de pagamento disponíveis  </div> </div> <div> <div>Talões de desconto ou códigos promocionais serão aplicados na finalização da encomenda.</div> </div> </div> </div> </div>	
Explanation: Deve ser sempre fácil para o utilizador cancelar uma operação em curso, como por exemplo, no carrinho de compras. A meu ver, se o utilizador quiser remover um item do carrinho terá de clicar num botão que não está bem visível devido a ser muito pequeno e a estar mal apresentado.	
Severity or Benefit: severity Rating: 2 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Embora não seja difícil de ultrapassar, penso que novos utilizadores poderão ter um problema com isto, sendo que pode ser ultrapassado com uso frequente da ferramenta.	
Possible solution and/or Trade-offs: Criar um botão maior e mais apelativo ao cancelamento / remoção de um item do carrinho.	
Relationships: H2-2	

No. H2-4	Problem/Good Aspect Good Aspect
Name: O site é extremamente consistente nas suas cores	
Evidence: 	
Explanation: Um site manter a consistência no que apresenta é importante para o utilizador não sentir que entra num novo site página apos página. Aqui podemos ver que o website mantém um sistema de cores padrão para todas as suas páginas (contraste do rosa com outra cor (branco ou cinzento)), o que faz com que o utilizador associe este sistema de cores a este site.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Qualquer utilizador vai associar este sistema de cores consistente a esta página criando uma ligação. Isto terá um impacto positivo na experiencia do utilizador.	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships:	

No. H2-5	Problem/Good Aspect Good
Name: Prevenção de um erro ao criar conta	
Evidence: ENTRAR OU CRIAR UMA CONTA <div data-bbox="188 427 1393 869"> <p>ATENÇÃO! - Utilizadores com Outlook/Hotmail/Live/MSN, devido a falhas nestes serviços, devem preferencialmente utilizar outro serviço de e-mail ou então proceder da seguinte forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Configure a sua conta de correio para garantir que recebe mensagens provenientes dos endereços "@radiopopular.pt". No "Outlook/Hotmail/Live/MSN" deve adicionar o domínio "radiopopular.pt" à lista de remetentes confiáveis (Opções > Lixo eletrónico > Remetente confiáveis)/(Options > Safe and blocked senders > Safe senders list). 2. Se já se encontra registado com Outlook/Hotmail/Live/MSN, poderá efectuar como descrito e de seguida fazer a recuperação da palavra-passe <div> <div> Cliente já registado <p>Inscriva-se com os dados de registo da sua conta.</p> <p>Endereço de email <input type="text"/></p> <p>Palavra-passe <input type="password"/></p> <p>Esqueceu-se palavra-passe? Clique aqui.</p> <p>Entrar »</p> </div> <div> Novo cliente <p>Ao criar uma conta na nossa loja, poderá efectuar encomendas, armazenar múltiplos endereços de envio e usufruir de outros serviços que dispomos para si de forma simples e fácil.</p> <p><input checked="" type="radio"/> Particular <input type="radio"/> Empresa</p> <p>A sua privacidade é muito importante para nós. Garantimos a confidencialidade de todos os dados fornecidos pelos nossos clientes.</p> <p>Criar uma conta »</p> </div> </div> </div>	
Explanation: Boas mensagens de erro são importantes, mas mais importante são mensagens que previnem possíveis erros. Neste exemplo vemos uma mensagem de prevenção de um possível erro ao criar uma conta no site.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Todos os utilizadores poderiam experienciar o erro se não fosse a mensagem em cima. Este poderia ser um problema impactante e que iria dificultar a “vida” ao utilizador se não fosse esta mensagem. A meu ver esta é uma mensagem que ajuda muito quem for criar uma conta no website.	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships: H2-2	

No. H2-6	Problem/Good Aspect Good Aspect
Name: Ícones no menu são fáceis de entender	
Evidence: 	
Explanation: Interfaces que facilitam a interação com o utilizador utilizando icons para representar coisas como “Perfil”, “Carrinho de Compras” e “Localização das Lojas” são aspetos que preservam a boa interação com o utilizador	
Severity or Benefit: <i>Rating:</i> 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): A meu ver este aspeto tanto pode ser bom como mau, visto que novos utilizadores podem não saber o que significam certos ícones. Mas para alguém que acede regularmente a este tipo de páginas torna-se numa coisa boa a longo termo.	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships: H2-8	

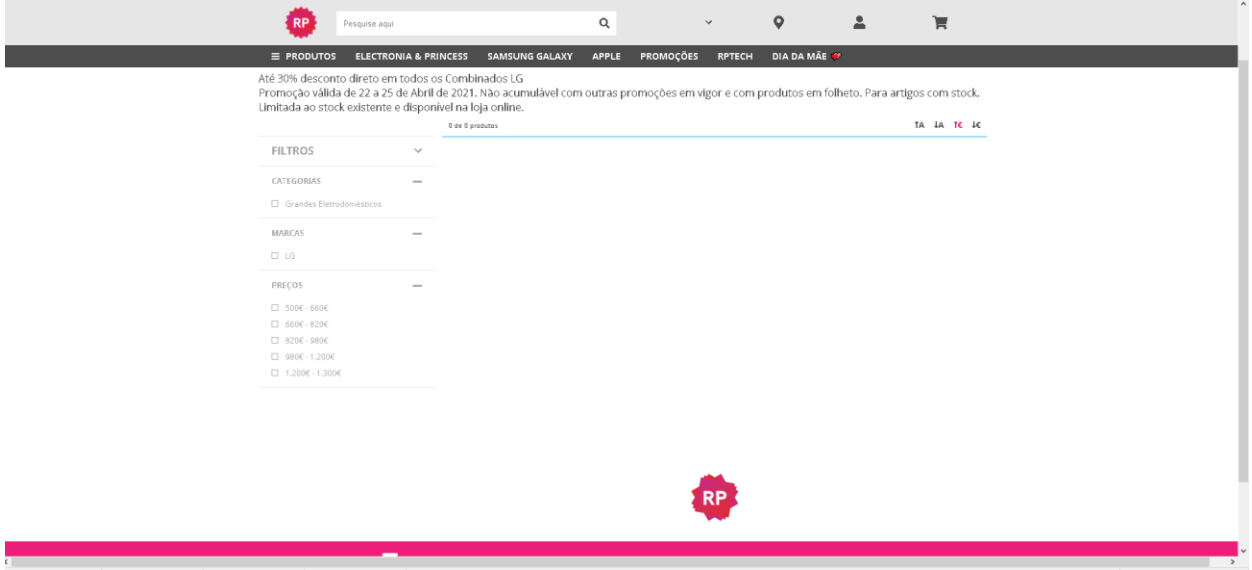
No. H2-7	Problem/Good Aspect Problem
Name: Barra de pesquisa não responsiva	
Evidence: 	
Explanation: Os processos flexíveis podem ser executados de diferentes maneiras, para que as pessoas possam escolher o método que funciona melhor para elas. Atalhos ajudam sempre numa melhor interação com a página. A meu ver esta barra de pesquisa deveria apresentar resultados sem ser necessário mudar de página para os obter.	
Severity or Benefit: Severity Rating: 3 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Uma das primeiras interações na página inicial será pesquisar um produto em questão logo isto seria um problema recorrente que aconteceria a todos os utilizadores e que não seria ultrapassado com o passar do tempo. Logo isto será um problema que deverá ser corrigido o mais rápido possível, para uma melhor interação utilizador – página.	
Possible solution and/or Trade-offs: Uma solução possível seria adicionar um dropdown com o conteúdo da pesquisa em questão, neste caso, máquinas de café.	
Relationships: H2-1	

No. H2-8	Problem/Good Aspect Good Aspect
Name: O site apresenta uma estética simples e apelativa	
Evidence:  <p>The screenshot shows the RP website interface. At the top is a navigation bar with a search bar containing 'Maquina café', a language dropdown set to 'PT', and icons for location, user, and shopping cart. Below the navigation bar is a main banner for the 'Lenovo Tab P11 Pro' with the text 'O Pro dos Pros' and 'O novo Tab 11 Pro, com pen e teclado incluídos, tem um desempenho de nível profissional e é o Pro de todos os tablets.' To the right of the banner is a 'LANÇAMENTO TABLET LENOVO P11 PRO' section with a 'VER PRODUTOS' button. Below these are three service highlights: 'ENTREGAS GRÁTIS*', 'ENVIOS ATÉ 48H*', and 'SATISFAÇÃO/DEVOLUÇÃO*'. A 'DESTAQUES' (Highlights) section follows, featuring four promotional cards: 'SAMSUNG play Especial Tablets e Lazer', '220€ Todas Máquinas de Café automáticas KRUPS', 'ROWENTA Especial TRATAMENTO DA ROUPA 08 A 25 DE ABRIL', and 'SAMSUNG Days Especial Smartphones e Smartwatches'. Each card includes a 'VER PRODUTOS' button.</p>	
Explanation: Manter o utilizador focado no que importa com cores apelativas nos pontos mais cruciais é um dos pontos prioritários na interação com o utilizador. Não deixar que elementos desnecessários distraiam o utilizador é muito importante. Neste exemplo temos cores nas funcionalidades mais importante como “Ver produtos”, “Destaques” e no menu.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): A meu ver todos os utilizadores beneficiam desta interface simples e direta que os guia para as funcionalidades mais importantes.	
Possible solution and/or Trade-offs:	

No. H2-9	Problem/Good Aspect Good
Name: Reconhecimento de um erro	
Evidence: ENTRAR OU CRIAR UMA CONTA <div data-bbox="188 427 1393 869"> <p>ATENÇÃO! - Utilizadores com Outlook/Hotmail/Live/MSN, devido a falhas nestes serviços, devem preferencialmente utilizar outro serviço de e-mail ou então proceder da seguinte forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Configure a sua conta de correio para garantir que recebe mensagens provenientes dos endereços "@radiopopular.pt". No "Outlook/Hotmail/Live/MSN" deve adicionar o domínio "radiopopular.pt" à lista de remetentes confiáveis (Opções > Lixo eletrónico > Remetente confiáveis)/(Options > Safe and blocked senders > Safe senders list). 2. Se já se encontra registado com Outlook/Hotmail/Live/MSN, poderá efectuar como descrito e de seguida fazer a recuperação da palavra-passe <div> <div> Cliente já registado <p>Inscriva-se com os dados de registo da sua conta.</p> <p>Endereço de email <input type="text"/></p> <p>Palavra-passe <input type="password"/></p> <p>Esqueceu-se palavra-passe? Clique aqui.</p> <p>Entrar »</p> </div> <div> Novo cliente <p>Ao criar uma conta na nossa loja, poderá efectuar encomendas, armazenar múltiplos endereços de envio e usufruir de outros serviços que dispomos para si de forma simples e fácil.</p> <p><input checked="" type="radio"/> Particular <input type="radio"/> Empresa</p> <p>A sua privacidade é muito importante para nós. Garantimos a confidencialidade de todos os dados fornecidos pelos nossos clientes.</p> <p>Criar uma conta »</p> </div> </div> </div>	
Explanation: Boas mensagens de erro são importantes, mas mais importante são mensagens que previnem possíveis erros. Neste exemplo vemos uma mensagem de prevenção de um possível erro ao criar uma conta no site, ainda sugerindo uma solução para o problema.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Todos os utilizadores poderiam experienciar o erro se não fosse a mensagem em cima. Este poderia ser um problema impactante e que iria dificultar a “vida” ao utilizador se não fosse esta mensagem. A meu ver esta é uma mensagem que ajuda muito quem for criar uma conta no website.	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships: H2-5	

No. H2-10	Problem/Good Aspect
Name: Documentação e Ajuda	
Evidence: <p>6. Pedidos de encomenda</p> <p>O utilizador poderá efetuar a sua encomenda online, em www.radiopopular.pt. As encomendas na loja online da Radio Popular - Electrodomésticos, S.A. podem ser feitas 24 horas por dia, 7 dias por semana.</p> <p>Enquanto navegar na loja, poderá adicionar ao carrinho de compras, carregando no botão “comprar”. Quando terminar a seleção dos produtos, poderá selecionar a opção “Seguir para a encomenda”, para efetuar a compra. No campo “local de entrega” poderá optar pelo levantamento numa das nossas lojas Radio Popular ou com entrega numa morada que indicar. Com levantamento numa loja Radio Popular específica, ficará limitado ao stock existente na loja escolhida.</p> <p>Após ter introduzido os seus dados pessoais, ser-lhe-á pedido que os confirme e que confirme igualmente a intenção de efetuar a encomenda. Feita a confirmação, a encomenda será enviada para a loja online da Radio Popular - Electrodomésticos, S.A. e não poderá ser cancelada, salvo o direito de resolução nos termos do ponto 11 destes “Termos e condições gerais de contratação e utilização”. A sua encomenda não será aceite e o contrato não se encontra concluído enquanto não receber, por e-mail, a confirmação da aceitação da encomenda pela Radio Popular - Electrodomésticos, S.A.. Tendo sido aceite a sua encomenda, ser-lhe-á comunicada a referência que lhe permitirá acompanhar a entrega dos produtos.</p> <p>Só serão aceites encomendas cujas entregas sejam efetuadas em Portugal Continental, nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.</p> <p>Na falta de disponibilidade do(s) produto(s) a Radio Popular - Electrodomésticos, S.A. compromete-se a informar o utilizador e a reembolsá-lo dos montantes que eventualmente tenha pago no prazo máximo de 30 (trinta) dias a contar da data do conhecimento dessa indisponibilidade.</p> <p>7. Entrega de encomenda</p> <p>Só serão aceites encomendas cujas entregas sejam efetuadas em Portugal Continental, nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Não são aceites encomendas para entrega em apartados.</p> <p>As encomendas de pequeno porte (até 20kg) serão normalmente entregues por estafeta (CTT Expresso) entre as 8 horas e as 19 horas nos dias úteis, ou por transitários para encomendas de grande porte (mais de 20Kg), no período da manhã entre as 8 horas e as 14 horas e período da tarde entre as 14 horas e as 20 horas, de segunda a sábado.</p> <p>Para encomendas com pagamento por Transferência Bancária, Cartão de Crédito, Multibanco, MBnet o prazo de expedição será, em princípio, de até 24 horas e aos dias úteis, a partir da data de receção e confirmação do pagamento da encomenda pela Radio Popular, salvo rutura de stock, em que será proposto um prazo de expedição alternativo.</p> <p>A entrega será feita mediante assinatura do recibo de receção, por qualquer pessoa que se encontre na morada indicada e que fica, a partir desse momento, responsável pela entrega ao Cliente. Caso não se encontre ninguém na morada indicada, a encomenda ficará na estação dos CTT da área da morada supra referida durante 3 dias úteis, após o que será devolvida à Radio Popular - Electrodomésticos, S.A., para encomendas em que o meio de expedição sejam os CTT Expresso. Para as restantes, os artigos regressarão à Radio Popular - Electrodomésticos, S.A.. Para as encomendas que retornem à Radio Popular - Electrodomésticos, S.A., será calendarizada nova entrega, sendo esta custeada pelo Cliente.</p> <p>O pagamento poderá ser feito no momento da confirmação da encomenda através de Multibanco, MBNet, Cartão de crédito - VISA/MasterCard (sujeito a confirmação) e Transferência Bancária.</p>	
Explanation: O que é que o utilizador iria fazer se tivesse dúvidas de como efetuar uma compra? Esta secção é uma grande ajuda para o utilizador não sendo necessário utiliza-la.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Páginas de ajuda não devem substituir uma boa interação com o site, apenas devem dar suporte a possíveis duvidas que possam surgir a qualquer utilizador	
Possible solution and/or Trade-offs:	

Relatório conjunto:

No. H2-1	Problem/Good Aspect Problem
Name: Site não indica o que faz quando está a carregar	
Evidence: 	
Explanation: Quando o site carrega uma página com mais produtos e vai demorar mais tempo, este não informa o utilizador das tarefas que está a realizar enquanto o faz. Por exemplo, se a página demorar cerca de 5/6 segundos a carregar e não informar o utilizador do que está a fazer, o utilizador irá ficar desmotivado e impaciente.	

Severity or Benefit: Severity**Rating: 2****Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):**

O site carrega em tempo real bastante rápido, exceto quando são páginas com mais itens e ícones, portanto, este problema não ocorre muito frequentemente. O impacto é médio, não será algo que leve o utilizador a não utilizar o site e/ou ficar frustrado.

Possible solution and/or Trade-offs:

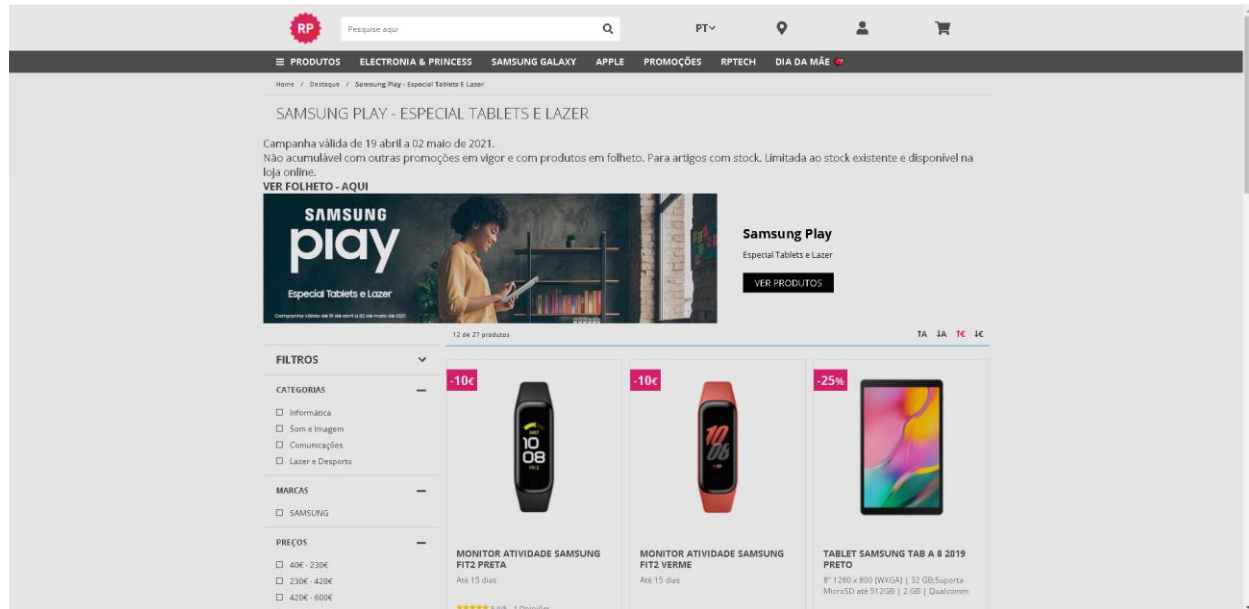
Incluir uma barra de progresso nas páginas que o site sabe que demorarão mais a carregar.

Relationships:

No. H2-2	Problem/Good Aspect Good aspect
--------------------	---

Name:
O site é bastante compreensível em termos de linguagem

Evidence:



Explanation:

O site fala a linguagem do utilizador e segue convenções do mundo real. Compreende-se claramente o que o site quer transmitir ao utilizador. Tal como podemos observar diretamente no topo da página.

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

Logo na página principal conseguimos encontrar bons exemplos de como o site fala a linguagem do utilizador e como é facilmente compreensível. Tal como na página principal, conseguimos observá-lo em todas as páginas do site.

Possible solution and/or Trade-offs:

É um bom exemplo.

Relationships:**No. H2-3****Problem/Good Aspect**



Problem

Name:

Bastante liberdade concedida pelo site

Evidence:**REVER CARRINHO DE COMPRAS**

Selecione as opções para os artigos apresentados no seu carrinho de compras:

 <div>AMBIENTADOR MÁQUINA LAVAR LOUÇA WPRO DEODISH 1274905 Quantidade: <input type="text" value="1"/> x Remover</div>	4,99 €	Seguir para encomenda »
Verifique a disponibilidade dos artigos consoante o modo de entrega que pretende: <input type="radio"/> Entrega ao domicílio <input type="radio"/> Levantamento na loja		RESUMO DA ENCOMENDA AMBIENTADOR MÁQUINA LAVAR LOUÇA WPRO DEODISH 4,99 € Sub-Total 4,99 € <small>Talões de desconto ou códigos promocionais serão aplicados na finalização da encomenda.</small>
Sub-total 4,99 € Seguir para encomenda » <small>Talões de desconto ou códigos promocionais serão aplicados na finalização da encomenda.</small>		 Modos de pagamento disponíveis VISA MasterCard MB NET MB TB

Explanation:

Deve ser sempre fácil para o utilizador cancelar uma operação em curso, como por exemplo, no carrinho de compras.

A meu ver, se o utilizador quiser remover um item do carrinho terá de clicar num botão que não está bem visível devido a ser muito pequeno e a estar mal apresentado.

Severity or Benefit: severity

Rating: 2

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

Embora não seja difícil de ultrapassar, penso que novos utilizadores poderão ter um problema com isto, sendo que pode ser ultrapassado com uso frequente da ferramenta.

Possible solution and/or Trade-offs:

Criar um botão maior e mais apelativo ao cancelamento / remoção de um item do carrinho.

Relationships: H2-2

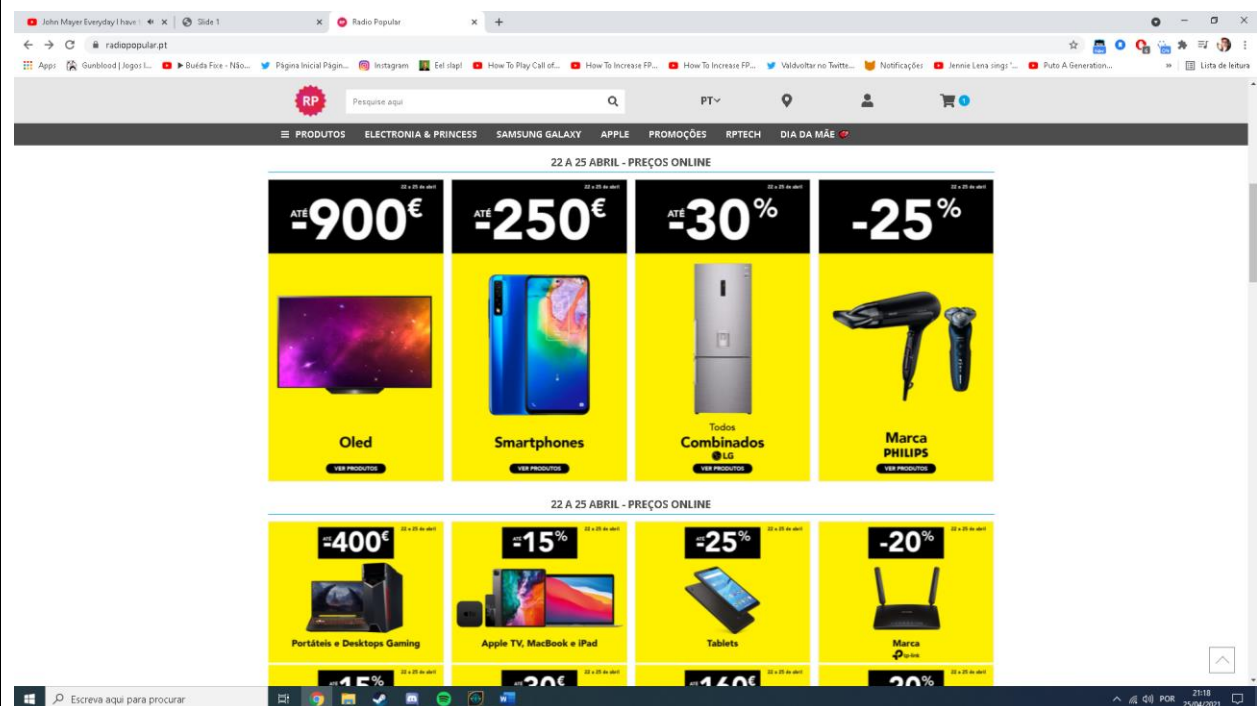
No.
H2-4

Problem/Good Aspect
Good aspect

Name:

O site é bastante consistente

Evidence:



Explanation:

O site é previsível na medida em que todos os ícones e itens demonstrados na imagem acima realizam a mesma ação – levar o utilizador a uma página onde aparecem todos os itens dessa categoria. Por exemplo, se carregarmos logo no primeiro ícone que diz “Oled” o site leva-nos para uma lista de televisões OLED. O mesmo é verificado em todos.

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):

Como já mencionado, o site é consistente, portanto, acontece frequentemente. Isto leva o utilizador a sentir-se mais confortável na navegação do site e na eventual escolha de produto.

Possible solution and/or Trade-offs:

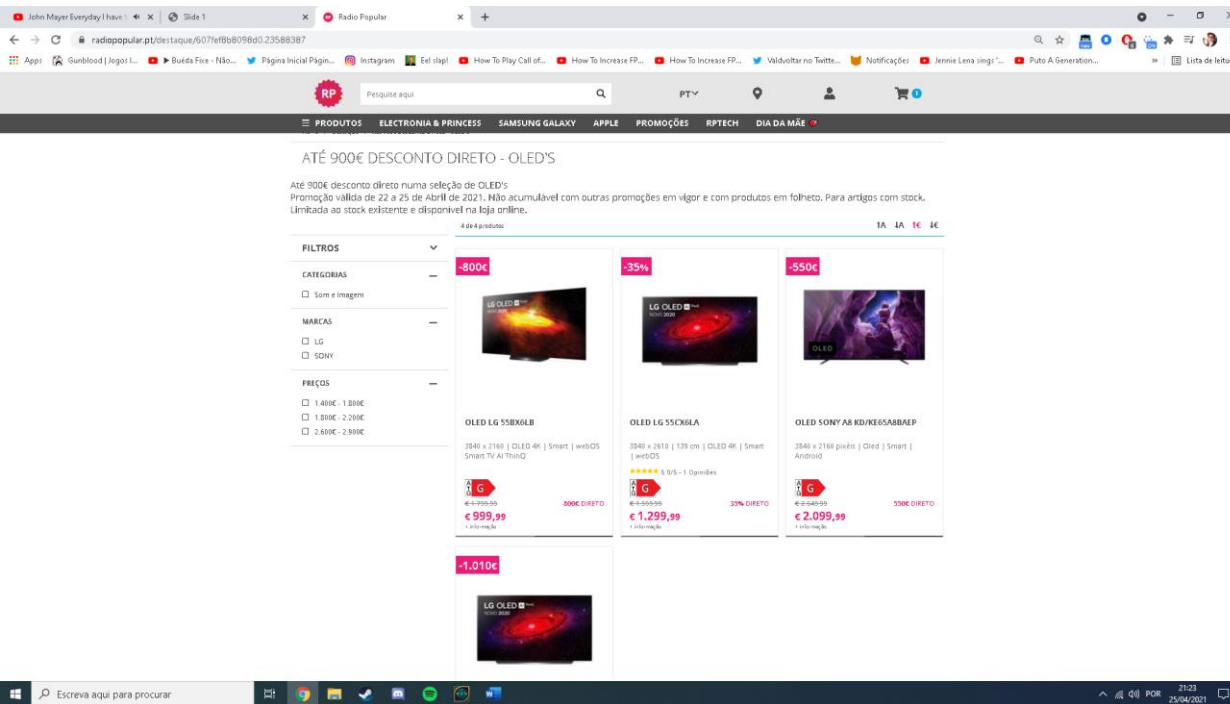
É um bom exemplo.

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

Name:

O site é muito bom na prevenção de erros

Evidence:**Explanation:**

O site é muito bom a minimizar o uso do teclado e minimizar o número de erros. Como podemos observar na foto, nenhuma categoria é pesquisada através do teclado. Por exemplo, o preço é controlado com as checkboxes à esquerda que têm limites de preços feitos especificamente para a categoria em que estamos (neste caso, televisões OLED).

Severity or Benefit: Benefit

Rating: 0

Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights):


Acontece em todas as páginas de pesquisa do site. É um aspeto extremamente positivo pois reduz bastante a frustração do utilizador através da utilização minimalista do teclado.

Possible solution and/or Trade-offs:

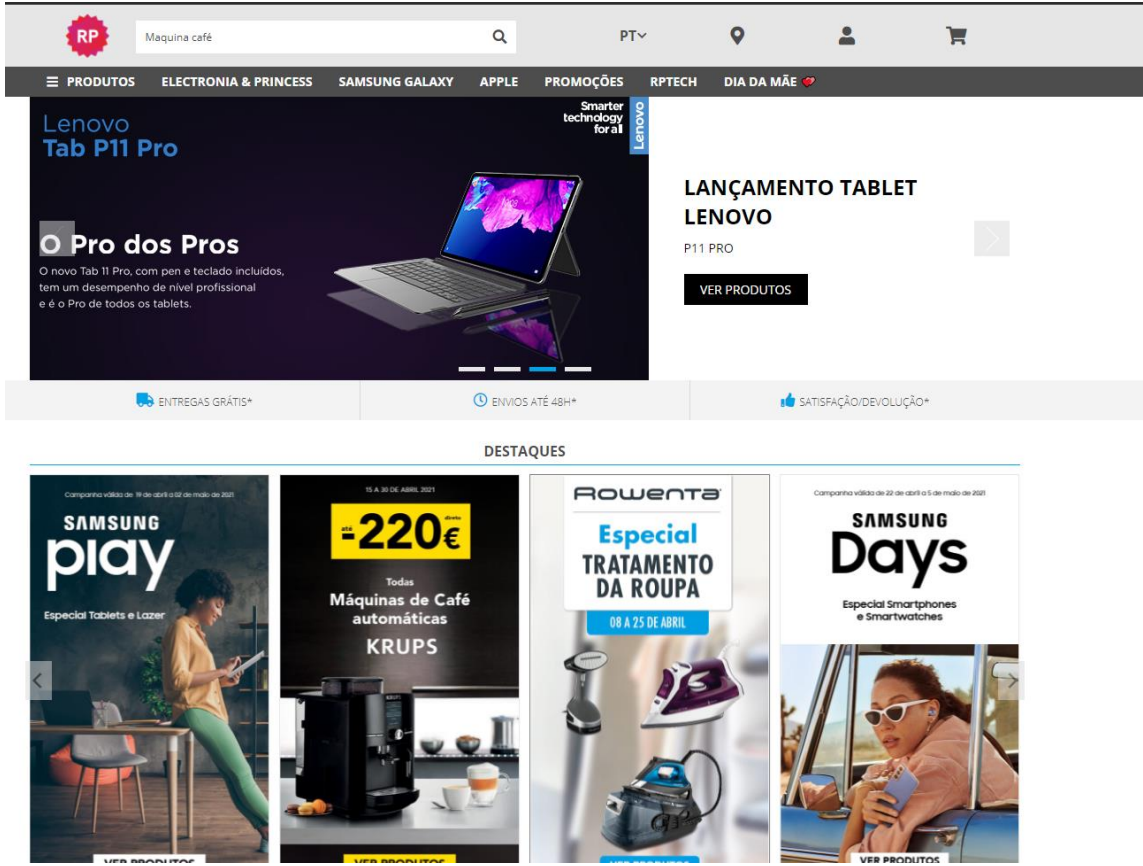
É um bom exemplo.

Relationships:

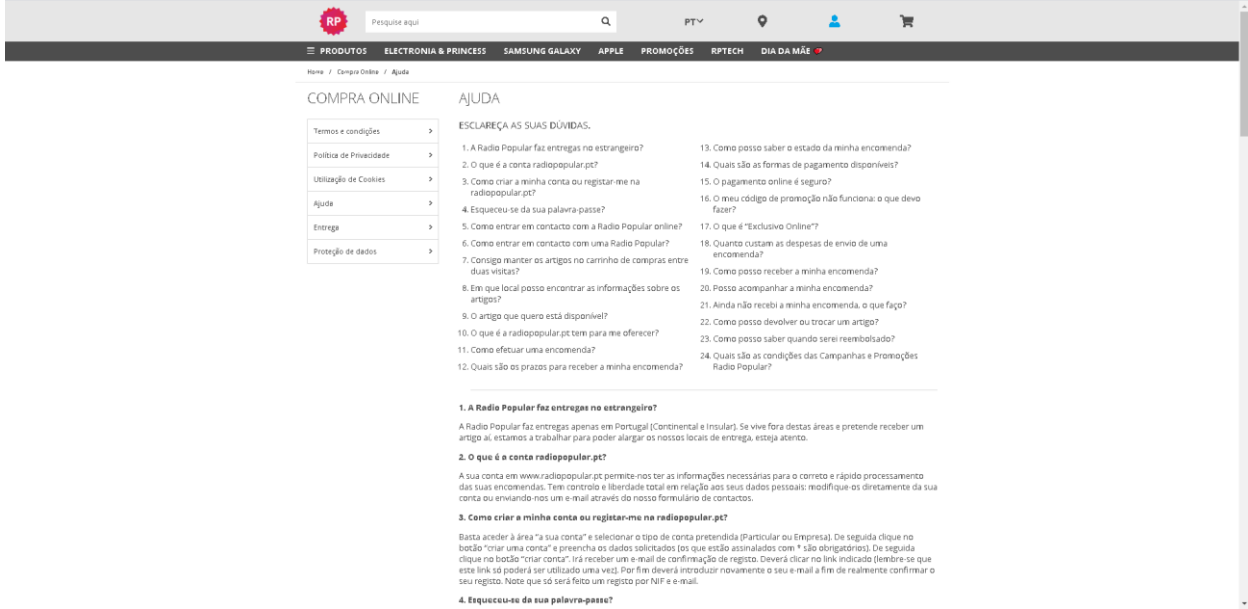
Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador

No. H2-6	Problem/Good Aspect Problem
Name: O site apresenta indicações insuficientes e algumas ações mal identificadas	
Evidence: 	
Explanation: O site apresenta, no cabeçalho, alguns ícones que não são explicados. Para um utilizador mais novo, o que acontecerá se este clicar no ícone da pessoa? Vai ao seu perfil? Vai a uma lista de empregados das lojas? É necessário ter uma pequena explicação/nome ao lado de cada ícone em que clicamos para termos uma ideia clara do que o mesmo fará.	
Severity or Benefit: Severity Rating: 3 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Sempre que um utilizador entra no site, o cabeçalho é das primeiras coisas que este repara, portanto, é importante ter um cabeçalho minimalista, claro, mas um cabeçalho que indique claramente o que faça para os utilizadores novos e menos experienciados em navegação web saibam onde estão a carregar.	
Possible solution and/or Trade-offs: Dar um nome ou uma breve descrição ao lado de cada ícone.	
Relationships: Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador Heurística 7- Flexibilidade e Eficiência na utilização	

No. H2-7	Problem/Good Aspect Problem
Name: Barra de pesquisa não responsiva	
Evidence: 	
Explanation: Os processos flexíveis podem ser executados de diferentes maneiras, para que as pessoas possam escolher o método que funciona melhor para elas. Atalhos ajudam sempre numa melhor interação com a página. A meu ver esta barra de pesquisa deveria apresentar resultados sem ser necessário mudar de página para os obter.	
Severity or Benefit: Severity Rating: 3 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Uma das primeiras interações na página inicial será pesquisar um produto em questão logo isto seria um problema recorrente que aconteceria a todos os utilizadores e que não seria ultrapassado com o passar do tempo. Logo isto será um problema que deverá ser corrigido o mais rápido possível, para uma melhor interação utilizador – página.	
Possible solution and/or Trade-offs: Uma solução possível seria adicionar um dropdown com o conteúdo da pesquisa em questão, neste caso, máquinas de café.	
Relationships: H2-1	

No. H2-8	Problem/Good Aspect Good Aspect
Name: O site apresenta uma estética simples e apelativa	
Evidence:  <p>The screenshot shows the RP website interface. At the top is a navigation bar with a search bar containing 'Maquina café', a language dropdown set to 'PT', and icons for location, user, and shopping cart. Below the navigation bar is a main banner for the 'Lenovo Tab P11 Pro' with the text 'O Pro dos Pros' and 'O novo Tab 11 Pro, com pen e teclado incluídos, tem um desempenho de nível profissional e é o Pro de todos os tablets.' To the right of the banner is a 'LANÇAMENTO TABLET LENOVO P11 PRO' section with a 'VER PRODUTOS' button. Below these are three service highlights: 'ENTREGAS GRÁTIS*', 'ENVIOS ATÉ 48H*', and 'SATISFAÇÃO/DEVOLUÇÃO*'. A 'DESTAQUES' (Highlights) section follows, featuring four promotional banners: 'SAMSUNG play Especial Tablets e Lazer', 'Todas Máquinas de Café automáticas KRUPS' with a '220€' discount, 'ROWENTA Especial TRATAMENTO DA ROUPA' with a date range '08 A 25 DE ABRIL', and 'SAMSUNG Days Especial Smartphones e Smartwatches'.</p>	
Explanation: Manter o utilizador focado no que importa com cores apelativas nos pontos mais cruciais é um dos pontos prioritários na interação com o utilizador. Não deixar que elementos desnecessários distraiam o utilizador é muito importante. Neste exemplo temos cores nas funcionalidades mais importante como “Ver produtos”, “Destaques” e no menu.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): A meu ver todos os utilizadores beneficiam desta interface simples e direta que os guia para as funcionalidades mais importantes.	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships: H2-7	

No. H2-9	Problem/Good Aspect Good
Name: Reconhecimento de um erro	
Evidence: ENTRAR OU CRIAR UMA CONTA <div data-bbox="188 427 1393 869"> <p>ATENÇÃO! - Utilizadores com Outlook/Hotmail/Live/MSN, devido a falhas nestes serviços, devem preferencialmente utilizar outro serviço de e-mail ou então proceder da seguinte forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Configure a sua conta de correio para garantir que recebe mensagens provenientes dos endereços "@radiopopular.pt". No "Outlook/Hotmail/Live/MSN" deve adicionar o domínio "radiopopular.pt" à lista de remetentes confiáveis (Opções > Lixo eletrónico > Remetente confiáveis)/(Options > Safe and blocked senders > Safe senders list). 2. Se já se encontra registado com Outlook/Hotmail/Live/MSN, poderá efectuar como descrito e de seguida fazer a recuperação da palavra-passe <div> <div> Cliente já registado <p>Inscreva-se com os dados de registo da sua conta.</p> <p>Endereço de email <input type="text"/></p> <p>Palavra-passe <input type="password"/></p> <p>Esqueceu-se palavra-passe? Clique aqui.</p> <p>Entrar »</p> </div> <div> Novo cliente <p>Ao criar uma conta na nossa loja, poderá efectuar encomendas, armazenar múltiplos endereços de envio e usufruir de outros serviços que dispomos para si de forma simples e fácil.</p> <p><input checked="" type="radio"/> Particular <input type="radio"/> Empresa</p> <p>A sua privacidade é muito importante para nós. Garantimos a confidencialidade de todos os dados fornecidos pelos nossos clientes.</p> <p>Criar uma conta »</p> </div> </div> </div>	
Explanation: Boas mensagens de erro são importantes, mas mais importante são mensagens que previnem possíveis erros. Neste exemplo vemos uma mensagem de prevenção de um possível erro ao criar uma conta no site, ainda sugerindo uma solução para o problema.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): Todos os utilizadores poderiam experienciar o erro se não fosse a mensagem em cima. Este poderia ser um problema impactante e que iria dificultar a “vida” ao utilizador se não fosse esta mensagem. A meu ver esta é uma mensagem que ajuda muito quem for criar uma conta no website.	
Possible solution and/or Trade-offs:	
Relationships: H2-5	

No. H2-10	Problem/Good Aspect Good aspect
Name: O site apresenta várias perguntas comuns documentadas e com a respetiva resposta.	
Evidence: 	
Explanation: Na parte da “Ajuda”, encontrada no footer da página, o site apresenta ao utilizador as perguntas mais comuns perguntadas por outros utilizadores e com as respetivas respostas imediatamente debaixo. O utilizador pode clicar na pergunta que deseja que lhe seja respondida e o site levá-lo-á à respetiva resposta e ajuda.	
Severity or Benefit: Benefit Rating: 0 Justification (Frequency, Impact, Persistence, Weights): A ajuda de qualquer site é fundamental e tem de ser esclarecedora. Seja esta para um utilizador novo ou até para um utilizador mais experienciado. A ajuda no site estudado não é exceção à regra e é muito boa para esclarecer as dúvidas mais comuns que ambos os utilizadores (experienciados e novatos) possam ter em relação ao site.	
Possible solution and/or Trade-offs: É um bom aspeto.	

Relationships:

Heurística 2 – Falar a linguagem do utilizador