



A evolução do UX e o impacto no balanço financeiro das empresas

foto: Renato Rebizzi

Publicado
Setembro 2015

Quem acompanha o Think with Google já deve ter percebido que somos fascinados por dividir nosso conhecimento, principalmente quando se trata de mobile. Sabemos o quanto esses dispositivos, especialmente o smartphone, transformaram a vida de todos nós, dando maior independência e poder de escolha. Por isso mesmo, ele não podia ficar de fora do debate feito com executivos de grandes companhias durante o Think with Google Event 2015, realizado este mês no Museu Brasileiro da Escultura (MuBE), em São Paulo. O objetivo específico era saber como no mundo mobile de hoje a Experiência do Usuário (User Experience - UX) pode fazer toda a diferença nos resultados de uma empresa. Veja como.

think with **Google**

O ano de 2009 foi um marco para o que vivemos hoje em termos de interação com os nossos inseparáveis e amigáveis smartphones. Aquele foi o ano voltado para o site mobile-friendly, com botões grandes, navegação mais fácil, tudo para atrair as pessoas a se engajar mais com os aparelhos. Funcionou! Em 2012, as tecnologias dos smartphones já eram mais robustas e poderosas, assim como a experiência das pessoas com eles. Mas foi em 2014 que vimos uma transformação de hábito. As pessoas deixaram de ter o primeiro contato com as marcas na internet pelo desktop. Elas passaram a fazer isso com mais frequência a partir dos seus smartphones, aumentando assim a audiência e a percepção via esses aparelhos. “É nesse momento que finalmente a Experiência do Usuário (User Experience - UX) começa a refletir no comportamento de navegação dos celulares”, afirma Pablo Slough, head of Customer Analytics do Google.

A evolução do UX no mobile

Como a indústria do turismo ajudou no processo da evolução da experiência do usuário no smartphone.

2009

Sites de reservas mais amigáveis.

2012

O AirBnB permite checar listas, reviews, mapas e reservar pelo celular.

2014

O California Tourism incorpora um UX mais prazeroso com alguns utilitários como tweets, eventos e vídeos para inspirar.

Pablo debateu para uma plateia de mais de 500 executivos no Think with Google Event 2015. Ele explicou a relação entre uma melhor experiência do usuário de site mobile e uma maior probabilidade de aumento das vendas. Se é bom ouvir isso em tempos de vacas gordas, imagina quando o pasto já não está tão verde como antes. Para ele, acertar no site mobile significa dar aos consumidores o que eles esperam; entre outras palavras, dar a possibilidade de pesquisar, comparar, selecionar produtos facilmente sem obstáculos e retornar para onde pararam rapidamente, esteja onde estiver. A excelência em cada uma dessas etapas resulta em maior taxa de conversão.

Os pilares para uma melhor experiência do usuário

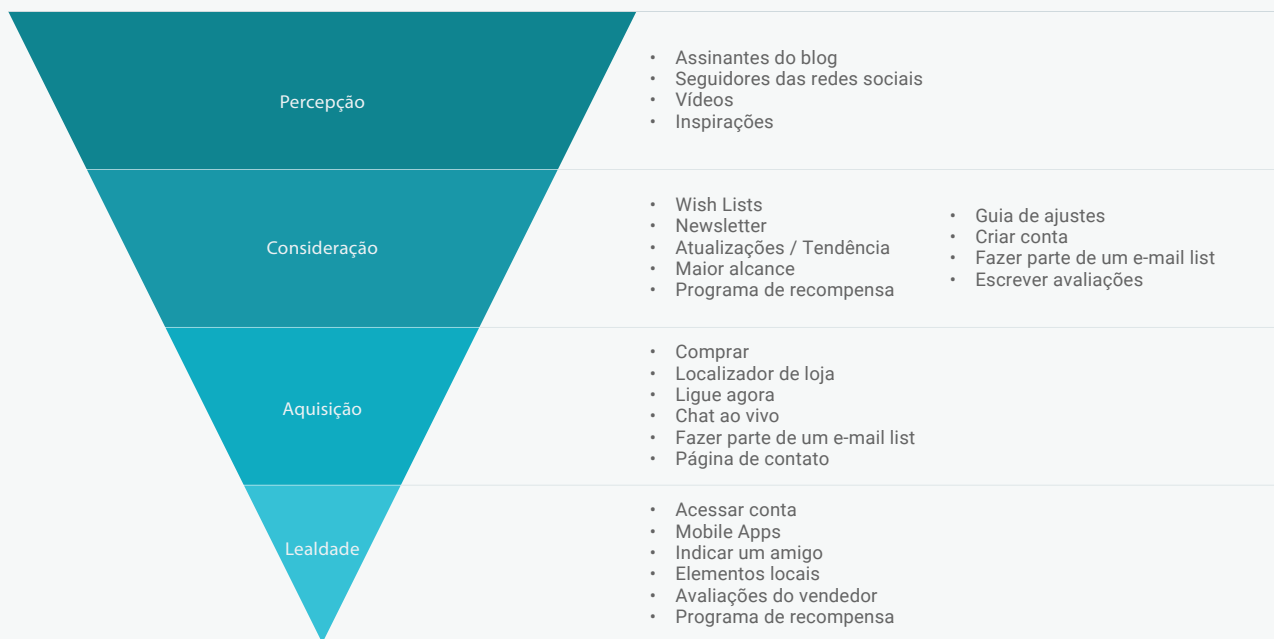
Alcançar o bolso dos consumidores se torna mais fácil quando as marcas prestam atenção aos que esses querem. O importante é estar conectado com as necessidades que surgem em diversos [micro-momentos](#) e saber responder a esses instantaneamente. Uma UX avançada, por exemplo, ajuda quem está com pressa a encontrar rapidamente o produto que se quer.

Três fundamentos para uma UX eficiente

1 - Conteúdo

Sabe aquela história de que conteúdo é tudo? É verdade. O site pode ser bonito, mas se não tiver o que os usuários buscam ou esperam encontrar, eles não voltam. Saiba se seu conteúdo atende às necessidades de seus clientes.

O que os consumidores querem encontrar no seu site mobile em cada etapa dentro do funil de relacionamento com a marca



2 - Velocidade

Nós temos cada vez mais altas demandas de recursos móveis e sabemos que a geração Y é muito impaciente. Rapidez importa, e muito. O Google descobriu que o tráfego diminuiu e a receita de publicidade caiu 20% quando passou a carregar 30 resultados por página em 0,9 segundos no lugar de 10 resultados em 0,4 segundos. Quando a página inicial do Google Maps foi reduzida de 100KB para 70-80KB, o tráfego subiu 10% na primeira semana, e um adicional de 25% nas três semanas seguintes. Portanto, seja rápido.

Lento não convence

52%

dizem que a alta velocidade ao carregar é importante para a lealdade à marca.

47%

esperam que uma página carregue em menos de 2 segundos.

40%

irão abandonar um site que demora 3 segundos ou mais para carregar.

Páginas que levam mais de 1 segundo para carregar aumentam em

8%

a taxa de pessoas que entram e abandonam o site em seguida.

Páginas que levam mais de 1 segundo para carregar tem uma queda de

4%

na taxa de conversão.

Como acelerar o seu site para celular

- Não coloque elementos que você não usa no celular.
- Comprima e ordene seu JavaScript.
- Comprima e ordene seu CSS.
- Comprima e combine imagens, e carregue o mínimo possível.
- Carregue a página acima da dobra imediatamente; carregue os outros elementos mais tarde.
- Deixe recursos no cache do navegador.

3 - Design

Experiências em dispositivos móveis devem ser intuitivas e fáceis.

Você deseja oferecer aos consumidores uma experiência perfeita.

Está seguindo as [melhores práticas de um bom UX](#)? Está encantando o usuário? O último pilar de uma boa experiência no site mobile é o design e a funcionalidade. Isso é algo que nós do Google estamos muito interessados e levamos a sério, por isso realizamos nosso próprio estudo para entender melhor o que são as principais diferenças entre uma boa e má experiência mobile. Os resultados estão nos [25 princípios de design do site móvel](#).

As três formas disponíveis para a criação do seu site mobile



Otimizado

O design do site do desktop, do celular e as URLs são completamente diferentes. Mantenha funcionalidades limitadas.

Responsivo

Reposicione os elementos de acordo com o dispositivo.

Adaptável (dinâmico)

Proporcione experiências diferentes conforme o dispositivo.

Apps ou mobile site?

Cada um tem objetivos diferentes. Construa um excelente site para a maioria dos seus usuários conhecerem sua marca e a considerarem. Deixe o app para os usuários fiéis que comprem e que você quer manter.

Portanto, apenas identificar os [micro-momentos](#) não é suficiente. É preciso saber como atendê-los de forma clara, acessível, intuitiva e rápida. A boa notícia é que temos as ferramentas que precisamos para vencer nessa batalha pelos consumidores.



[Veja a apresentação na íntegra](#)

Artigos relacionados:

- [1. 25 técnicas infalíveis para ter o melhor site mobile](#)
- [2. Os insights dos Designers de UX](#)
- [3. UX - A experiência do usuário](#)
- [4. Os Princípios de UX para Aplicativos em Dispositivos Móveis](#)