

Design do site de padaria com venda de produtos online

Otávio Coutinho

Visão geral do projeto



O produto

O site é uma **loja online** para uma padaria de bairro. Possui oferta de preços atraentes e grande variedade de itens.

O objetivo é atender aos usuários que não dispõem de tempo para se dirigir até a loja física e realizar suas compras.

Dessa clientela, destacam-se mulheres casadas, entre 25 e 50 anos, que passam a maior parte do dia fora de casa e que têm a incumbência de abastecer as mesas de seus lares.

A loja online da **Padaria dos Meus Sonhos** quer tornar as compras interessantes, rápidas e práticas para todos os tipos de usuários.



Duração do projeto

Fevereiro a outubro de 2023

Visão geral do projeto



O problema

A grande maioria das padarias de bairro não possuem uma versão online.

Aquelas que oferecem essa opção, ainda assim apresentam designs pouco amigáveis, desatualizados e com navegação um tanto confusa.



A meta

Projetar um site online que ofereça todo o mix da loja física, com design bonito, atraente, fácil de navegar e dispondo de todas as formas de pagamento.

Visão geral do projeto



Meu papel no projeto

UX designer projetando o

Site de Padaria Com Venda de Produtos Online

desde a concepção até a entrega



Responsabilidades

- Realização de entrevistas
- Wireframes em papel e digital
- Prototipagem de baixa e alta fidelidade
- Realização de estudos de usabilidade
- Contabilização de acessibilidade
- Iteração no projeto

Entendendo o usuário

Pesquisa do usuário

Persona

Declaração de problema

Mapa de jornada do usuário



Pesquisa do usuário: resumo

Conduzi entrevistas com usuários frequentadores de padarias de bairro, que depois transformei em mapas de empatia para detectar e compor uma persona básica.

Com isso, pude entender melhor seus desejos e suas necessidades.

Descobri que boa parte desses consumidores, nem sempre dispõem de tempo para ir regularmente até elas para comprar itens que abasteçam suas mesas.

Esses adorariam poder escolher seus produtos a qualquer hora e de onde estiverem, e passar pela loja apenas para pegar suas compras.

Com a implantação de um site para a venda online de produtos, isso proporcionará:

- mais uma opção para os clientes de resolverem suas necessidades diárias
- uma nova experiência de compra, certamente algo bastante prático e agradável
- aumento do faturamento da loja



Pesquisa do usuário: pontos problemáticos

Design

Os layouts nas áreas de compra de inúmeros sites de padaria costumam ser padronizados e pouco chamativos.

Informações

Existem clientes que gostam de saber mais informações sobre os produtos, como a tabela nutricional e os ingredientes.

Experiência

Há um grande número de usuários pouco habituados a comprar online, o que exige designs mais intuitivos, atraentes e fáceis de usar.



Persona

Perfil
compartilhado:
Maria Cecília



Maria Cecília

Idade: **32**
Educação: **pedagogia**
Cidade natal: **João Pessoa, PB**
Família: **casada, 3 filhos**
Ocupação: **profª ensino médio**

“Preciso manter minha rotina de trabalho e tarefas da casa para garantir a saúde e bem estar da minha família”

Metas

- Fazer com calma minhas escolhas e finalizar as compras online na minha padaria favorita
- Retirar meus pedidos ao retornar para casa

Frustrações

- Minha rotina me impede de ter horários livres para abastecer a casa
- Tenho dificuldade para escolher bem os artigos de padaria e apreciar as ofertas para variar o nosso cardápio

Maria Cecília é professora da rede estadual de ensino na sua cidade. Trabalha os dois horários em colégios diferentes e mora com seu marido e três filhos pequenos. Sua ocupação lhe consome o dia todo, sobrando-lhe pouco tempo para as tarefas da casa. Além disso, todas as manhãs deixa os filhos na escola e no intervalo do almoço, ela os leva para a casa dos seus pais. Ela mora perto de uma ótima padaria. Então seria excelente que pudesse realizar diariamente suas compras online e retirar os pedidos ao retornar para casa.



Declaração de problema

Maria Cecília é uma professora e dona de casa com uma vida atribulada que precisa fazer compras online na sua padaria favorita, porque ela quer, sem estresse, retirar seus pedidos ao retornar para casa.



Mapa da jornada do usuário

O mapeamento da jornada de Maria Cecília revelou como seria útil para usuários, como ela, poder escolher seus produtos a qualquer hora e de onde estiverem, e apenas passar na loja para pegar suas compras.

Persona: Maria Cecília

Objetivo: Escolher e comprar seus produtos a qualquer hora e de onde estiver, passando pela loja apenas para pegar suas compras.

AÇÃO	Navegando pela lista de produtos	Escolhendo os produtos	Conferindo a lista de compras	Efetuando o pagamento	Pegando as compras na loja
LISTA DE TAREFAS	<ul style="list-style-type: none">Procurar novas ofertasSelecionar itens e quantidadesVerificar preços	<ul style="list-style-type: none">Percorrer as páginas das categoriasSelecionar os itens disponíveis para comprarClicar no botão "adicionar ao carrinho"	Checar no carrinho: <ul style="list-style-type: none">ItensQuantidadesPreços	<ul style="list-style-type: none">Escolher forma de pagamentoChecar dados do pagamentoConfirmar e finalizar a compra	<ul style="list-style-type: none">Receber a confirmação do pedido por e-mailConfirmar a hora da retiradaSeguir até a padaria
SENTIMENTO ADJETIVO	<ul style="list-style-type: none">Um pouco ansiosaIndagativa	<ul style="list-style-type: none">AnimadaOtimista	<ul style="list-style-type: none">EntusiasmadaCuriosa	<ul style="list-style-type: none">Confiante	<ul style="list-style-type: none">SatisfeitaAliviadaAnimada
OPORTUNIDADES DE MELHORIA	<ul style="list-style-type: none">Poder selecionar vários filtros de uma vez	<ul style="list-style-type: none">Carrinho de compras cheio de itens para conferirBotão "adicionar ao carrinho" mais fácil	<ul style="list-style-type: none">Sugerir mais itens relacionados à compra	<ul style="list-style-type: none">Oferecer algum desconto na próxima compra	<ul style="list-style-type: none">Um funcionário da loja levar as compras até o carro

Iniciando o design

Sitemap

Wireframes de papel

Wireframes digitais

Protótipo de baixa fidelidade

Estudos de usabilidade



Sitemap



A dificuldade de navegação no site era o principal problema para os usuários, então usei esse conhecimento para criar um mapa do site.

Meu objetivo aqui era tomar decisões estratégicas de arquitetura de informação que melhorassem a navegação geral do site.

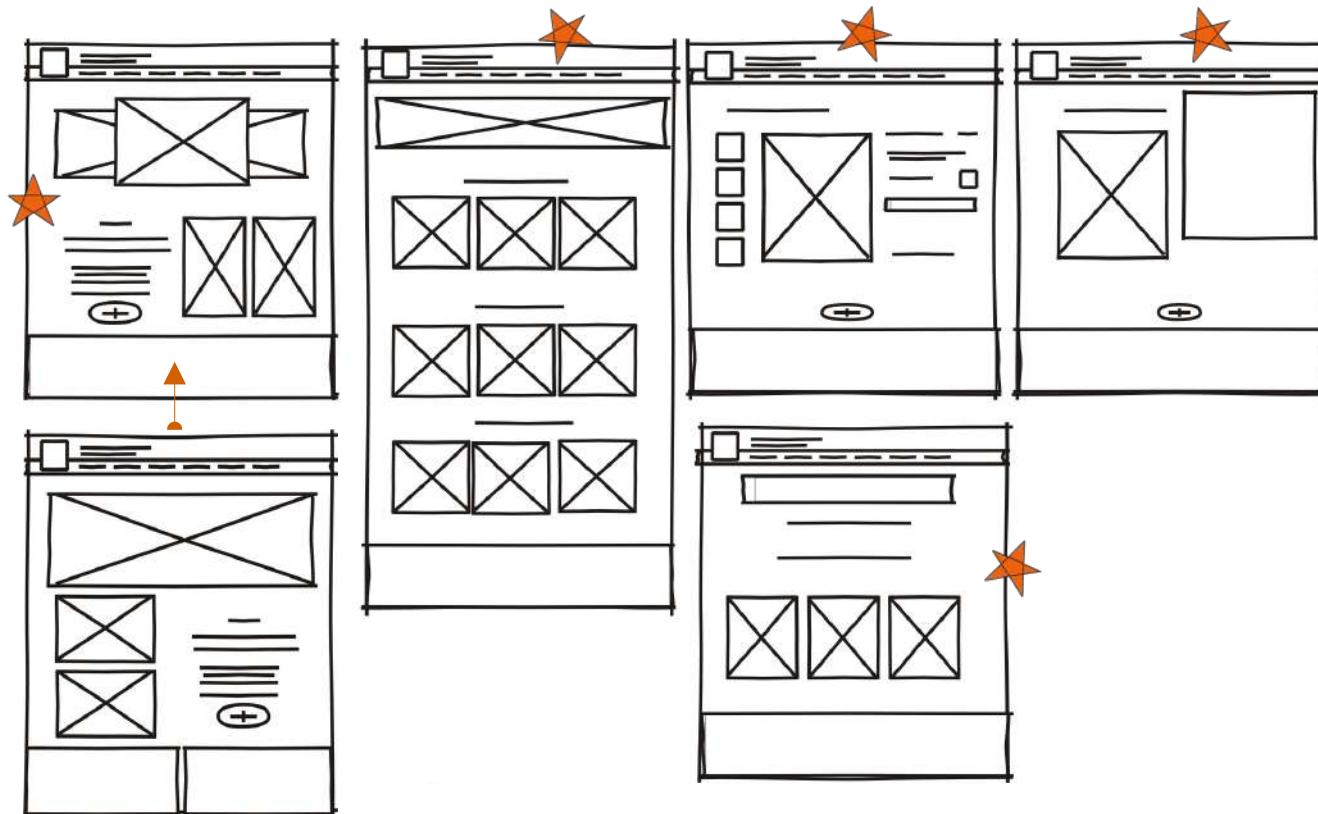
A estrutura que escolhi foi pensada para tornar as coisas simples e fáceis.



Wireframes de papel

Esbocei wireframes de papel para as telas do site.

Considere alguns pontos problemáticos que surgiram na 1ª rodada de pesquisa.

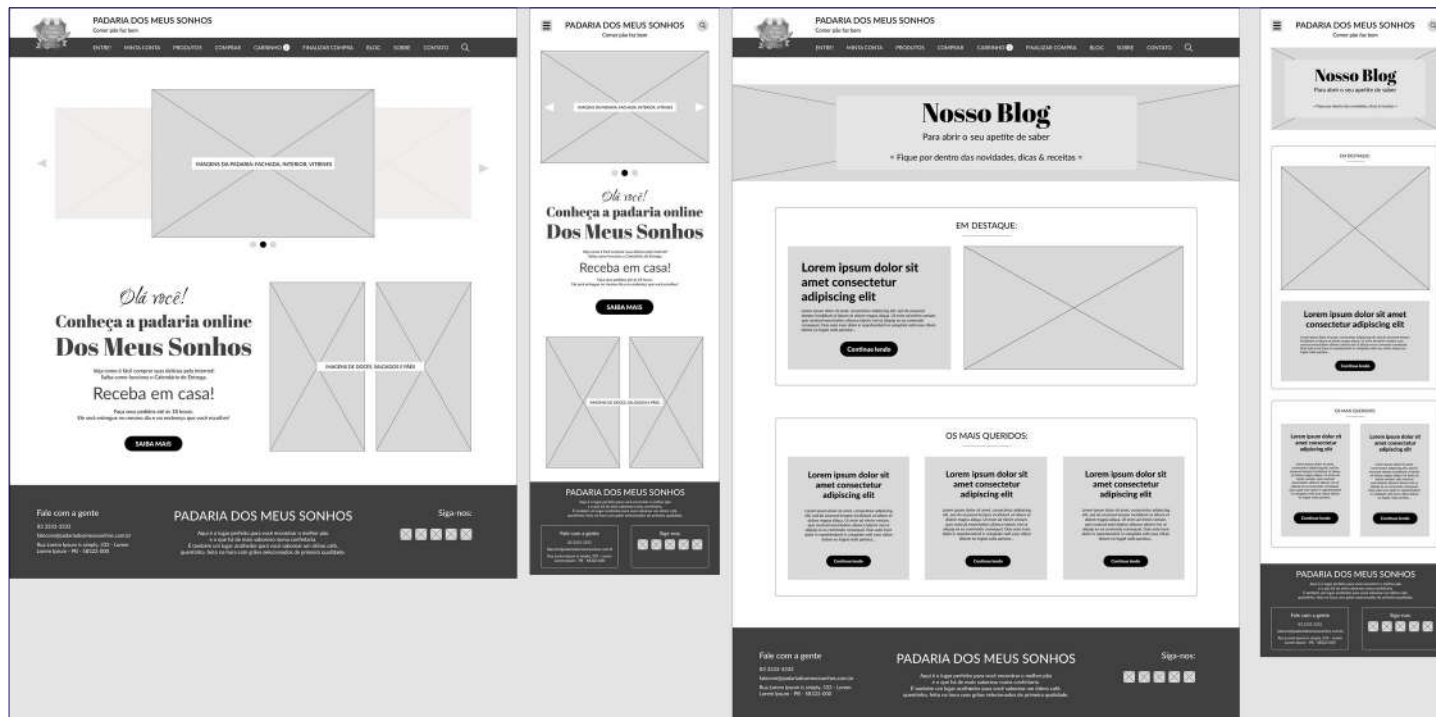




Wireframes digitais

Na fase dos wireframes digitais iniciei a criação das telas para mobile, já que o entendimento do design estava claro para mim.

Assim, pude determinar com certa facilidade o posicionamento dos elementos visuais na página inicial e nas seguintes.

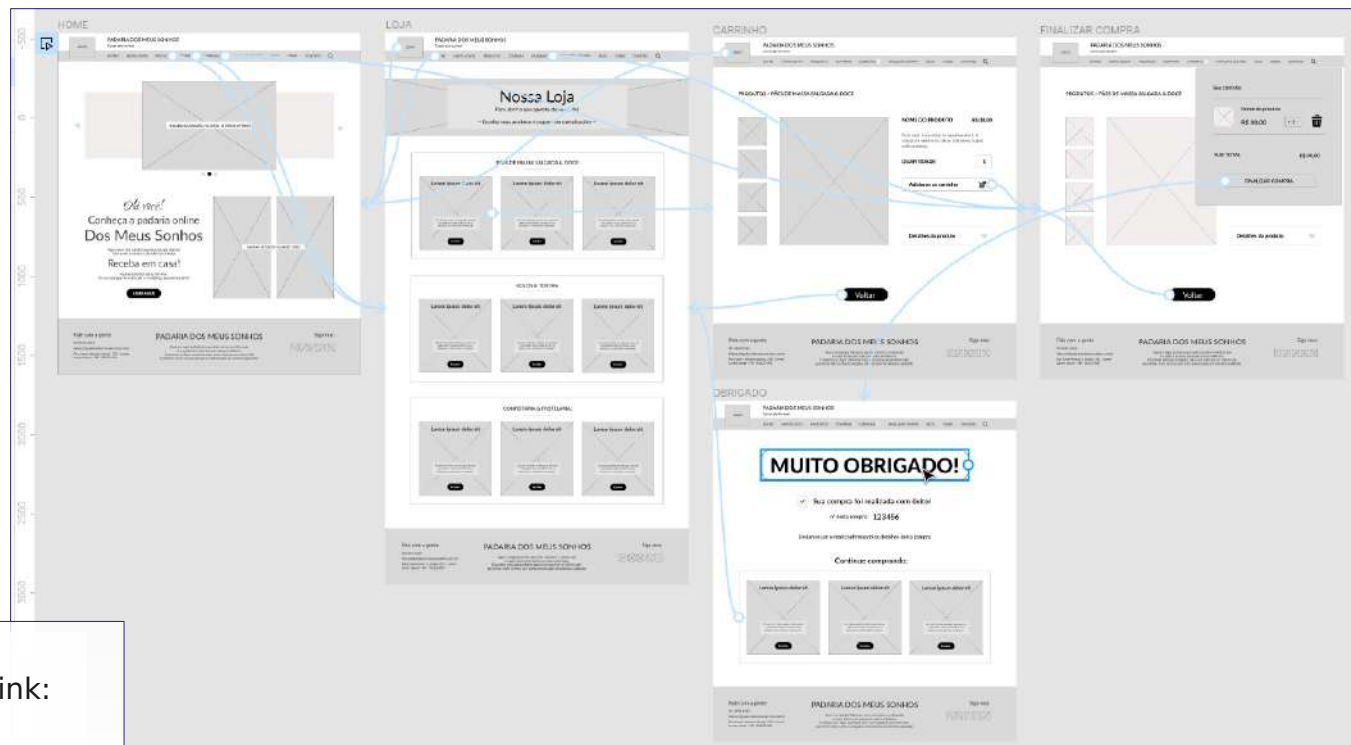




Protótipo de baixa fidelidade

Neste protótipo de baixa fidelidade, conectei as telas na direção do fluxo principal do usuário: adicionar um item ao carrinho e finalizar a compra.

Recebi feedbacks sobre meus designs, como inserir a opção de uma tela para conferir e editar o endereço de entrega.



Veja o protótipo através deste link:
[Protótipo lo-fi em Figma](#)



Estudo de usabilidade: parâmetros



Tipo de estudo: Estudo de usabilidade não moderado



Localização: Brasil, remoto



Participantes: 5 participantes em cada rodada



Duração: 20 a 30 minutos





Estudo de usabilidade: descobertas

Conduzi duas rodadas de estudos de usabilidade.

As descobertas do primeiro estudo ajudaram a orientar os designs, dos wireframes aos mockups.

No segundo, usei um protótipo de alta fidelidade, que revelou quais aspectos das telas precisavam ser refinados.

1ª rodada

- Alguns entrevistados queriam uma opção de checagem do endereço para entrega, antes de finalizar o pedido.
- Essa opção otimiza o atendimento e consequentemente a experiência do usuário.

2ª rodada

- A hierarquia não estava muito clara.
- Acréscimo de tela confirmando as alterações feitas pelos próprios usuários nos seus dados de cadastro.

Refinando o design

Mockups

Protótipo de alta fidelidade

Acessibilidade



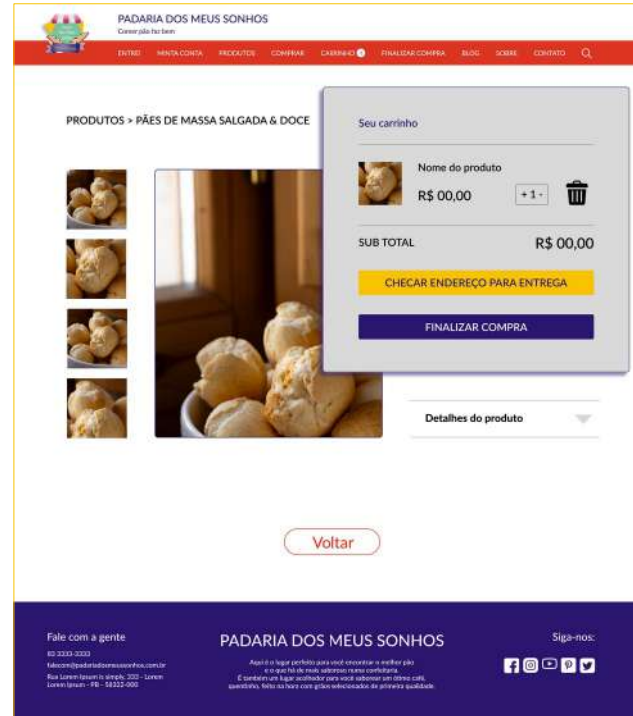
Mockups

Com base nos insights do estudo de usabilidade, fiz alterações para melhorar o fluxo de checkout do site.

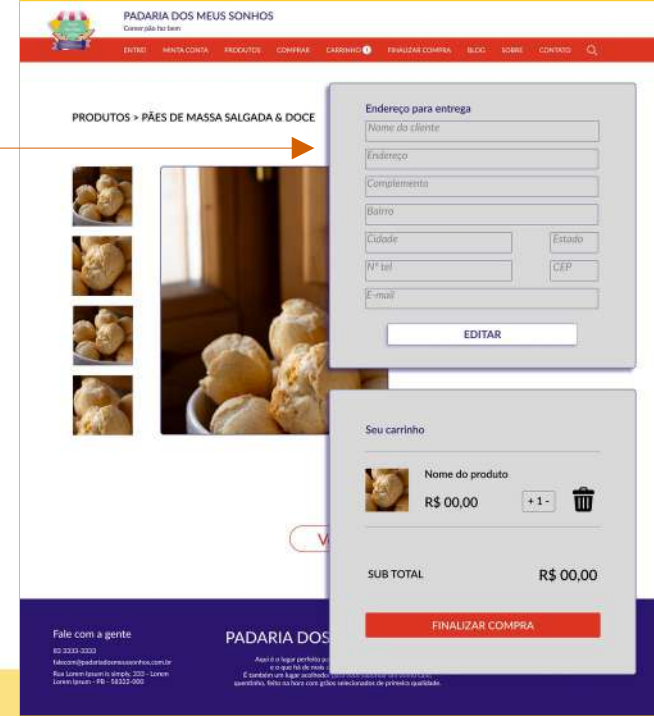
Uma das mudanças foi adicionar a opção de editar o endereço para entrega.

Isso permitiu aos usuários que eles conferissem suas informações, antes de finalizarem seus pedidos.

Antes
dos estudos de
usabilidade



Depois
dos estudos de
usabilidade





Mockups

Outra iteração importante foi o acréscimo de uma tela confirmando as alterações feitas pelos próprios usuários nos seus dados em "Minha Conta".

Antes
dos estudos de
usabilidade

The mockup shows a user account page for 'PADARIA DOS MEUS SONHOS'. It features two side-by-side address forms: 'Endereço para FATURAMENTO' and 'Endereço para ENTREGA'. Each form includes fields for 'Nome do cliente', 'Endereço', 'Complemento', 'Bairro', 'Cidade', 'Estado', 'Nº tel', and 'CEP'. Below each form is an 'EDITAR' button. At the bottom of the page, there is a 'Opções de pagamento' section with radio buttons for 'Dinheiro', 'Cartão de débito', 'Cartão de crédito', and 'PIX', followed by another 'EDITAR' button. A red 'Confirmar' button is positioned at the bottom center of the main content area. The footer contains contact information and social media icons.

Depois
dos estudos de
usabilidade

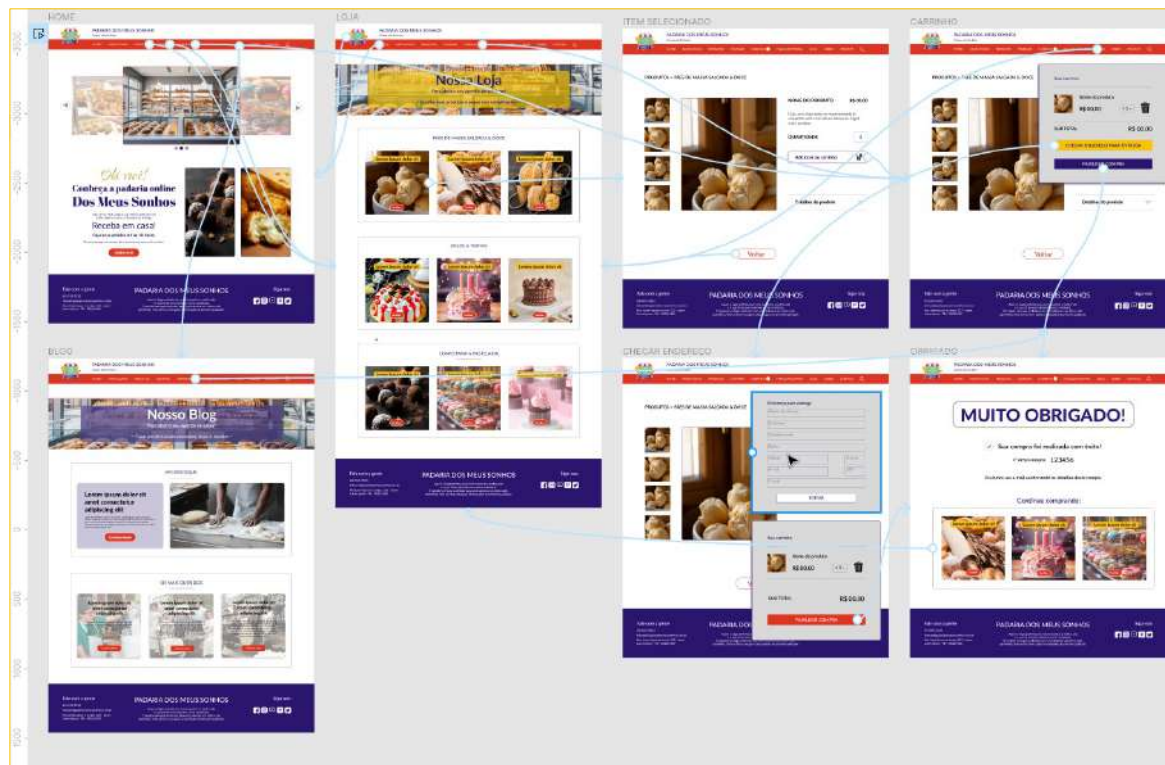




Protótipo de alta fidelidade

O protótipo final de alta fidelidade apresenta fluxos de usuário mais limpos, incluindo as alterações de design feitas após o estudo de usabilidade.

Veja o protótipo através deste link:
[Protótipo hi-fi em Figma](#)





Acessibilidade: considerações

1

Para o acesso de usuários com deficiência visual, há a adição de textos alternativos às imagens para aplicativos leitores de tela.

2

Fiz uma seleção de ícones para simplificar a navegação e torná-la mais intuitiva.

3

Usei imagens ilustrativas e atraentes para cada item de produto. Assim, qualquer usuário poderá escolher facilmente o que comprar.

Daqui para frente

Aprendizado
Próximos passos



Aprendizado

Impacto:

O site de venda online fará com que os usuários das padarias de bairro se sintam “no controle”.

Pois os clientes terão liberdade de escolher seus produtos a qualquer hora, de onde estiverem, de acordo com suas necessidades e preferências.

Além de oferecer novas chances para aumentar o faturamento do negócio.

O que aprendi:

A criação de designs para lojas online, ao mesmo tempo eficazes, atraentes e intuitivos, é um processo dinâmico e interminável.

Pois a toda hora entram no mundo virtual novos usuários, com diferentes níveis de entendimento e dificuldades.

Adquirir bens e serviços pela internet é algo desafiador para muitos. Pois ainda há quem dependa da presença do vendedor para os ajudar na jornada até a finalização de suas compras.



Aprendizado

Uma citação do feedback de um entrevistado:

"Passar na padaria perto de casa e só pegar o pão e os pedidos, isso é tudo de bom. A gente já sai estressado do trabalho, e não ter que enfrentar a fila do caixa, que coisa boa, viu?"

- Judson Ferreira A. Lima - corretor imobiliário, João Pessoa-PB



Próximos passos

1

Efetuar outra rodada de estudo de usabilidade para validar se os pontos problemáticos que os usuários experimentaram foram efetivamente abordados.

2

Elaborar mais pesquisas com potenciais usuários clientes para determinar novas iterações.

3

Realizar entrevistas assistidas com clientes e proprietários de padarias para detectar a viabilidade de materializar este design num site de verdade.

Muito Obrigado!

Agradeço por avaliar meu trabalho de
**Criar um Fluxo de Finalização de Compra de Pedidos
em Massa para sua Padaria Favorita.**

Se você gostou do que fiz e quer ver mais
ou entrar em contato, sinta-se à vontade e vá em frente:

falecom@otaviocoutinho.online
<https://otaviocoutinho.online>