



TUDO QUE VOCÊ PRECISA
SABER SOBRE MÉTRICAS DE UX

SEBRAE

Introdução.....	3
O que são as métricas de UX?	5
Quais são as métricas que você deve utilizar?	7
Quais são os benefícios do uso de métricas de UX?.....	12
Como calcular as métricas de UX?	15
Conclusão	16
Sobre o SEBRAE PE	17

Introdução

Uma empresa precisa saber como medir os seus resultados, afinal, **não há como gerenciar um negócio que não pode ser medido**. Por essa razão, no universo empresarial, existem dezenas de indicadores e de métricas que estão à disposição dos empresários e dos gestores.

Nesse emaranhado de dados, há aqueles que indicam questões qualitativas, quantitativas e outros elementos que garantem a qualidade de um produto ou de um serviço. Saber calcular e interpretar esses números pode fazer com que a sua empresa tenha resultados realmente muito positivos.

Por outro lado, quem não utiliza essas ferramentas corre um grande risco de trabalhar acreditando que está comercializando boas soluções, contudo, aos poucos, pode perceber que estava errado. Nesses momentos, pode ser muito difícil mudar o foco do negócio para resolver eventuais inconvenientes que poderiam ser observados ao analisar as métricas.



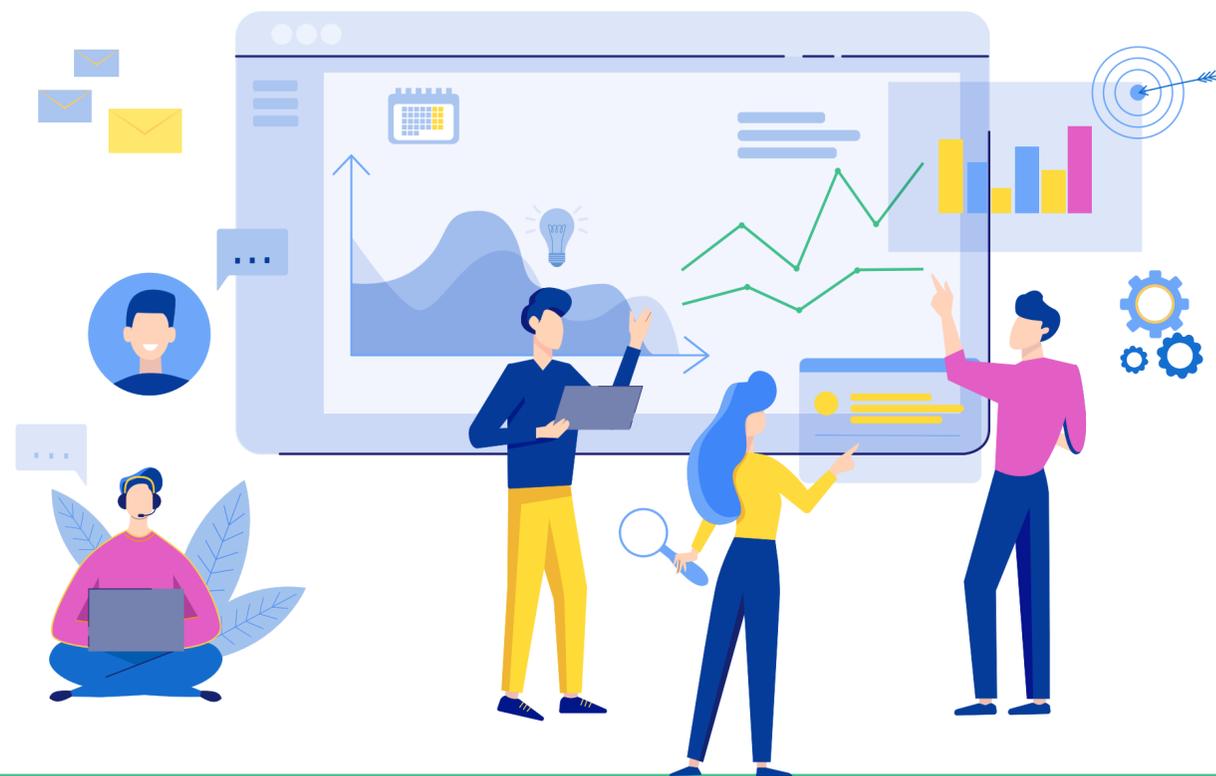


Pensando na importância do assunto, nós resolvemos preparar este material. Nele, discorreremos com mais detalhes sobre um indicador ou uma métrica em especial. **A UX é um elemento que, sozinho, pode revolucionar a forma como você enxerga os seus negócios, produtos ou serviços.**

Portanto, desfrute das palavras deste e-book com muita delicadeza e conheça tudo que é preciso saber para aplicar as métricas de UX em seu negócio. Vamos lá!

O que são as métricas de UX?

A primeira coisa a fazer é definir o conceito de métricas de UX. Basicamente, elas representam todos os indicadores capazes de demonstrar questões qualitativas de um produto, classificando a qualidade da experiência oferecida pela solução disponibilizada aos consumidores. Elas têm por objetivo fornecer insights sobre o uso, a eficácia, a eficiência e a satisfação dos clientes, ajudando ao gestor a identificar problemas e executar correções rapidamente.



Nesse caso, é importante ter em mente que elas não são somente um conjunto de números, mas, sim, **indicadores capazes de nortear a estratégia de negócios de uma empresa**. Sendo assim, elas podem ser aplicadas em qualquer cenário de negócios, contudo, vemos a sua utilização mais presente em produtos digitais. As métricas de UX são constituídas em três dimensões:

- **a descritiva, que mostra ao analista o que aconteceu;**
- **as de percepção, que concentram a forma como o cliente percebe o produto ou o serviço;**
- **as de resultado, que descrevem os clientes que compraram a solução e as suas percepções.**

O mundo vem evoluindo muito rapidamente, logo, o empresário precisa de inúmeros indicadores para medir a qualidade dos seus produtos, bem como das ações que vêm sendo tomadas para colocá-los à disposição de seus consumidores. Alguns dos indicadores que compõem as métricas de UX, por exemplo, são os relacionados ao marketing.

O empreendedor deve conhecer todos eles muito bem, afinal, eles medem pontos diferentes dentro do empreendimento. Mostraremos que alguns podem medir o grau de satisfação de um cliente perante um produto, enquanto outros analisam o tempo gasto em tarefas executadas por ele. Nesse sentido, é essencial ter em mente que medir a popularidade de um produto é uma coisa. Contudo, **quantificar a eficácia de tarefas realizadas para a produção dessa solução já é uma medida bem diferente e que não pode ser colocada em prática com indicadores relacionados apenas à área financeira.**

Por isso, é tão importante que você conheça as métricas de UX. Elas o auxiliarão a mensurar os resultados das áreas mais profundas do seu negócio. Assim, proporcionarão um diagnóstico específico e direcionado. Você pode utilizá-las para potencializar a sua produção e reduzir custos que, em muitos casos, são invisíveis, melhorando, ainda, o grau de satisfação dos seus clientes.



Quais são as métricas que você deve utilizar?

Depois de tratarmos do que são as métricas de UX e da sua importância para um negócio, mostraremos quais são aquelas às quais você deve dar mais atenção. Continue lendo!



TAXA DE SUCESSO

A taxa de sucesso (ou taxa de conclusão de tarefa) é **uma medida em percentual que aponta o andamento de fluxos de ações completas executadas pelos consumidores.**

Provavelmente, essa é uma das métricas de desempenho mais utilizadas na empresa. Ela reflete o resultado de toda a estratégia de marketing empregada pela companhia.

Ela é muito bem utilizada em atividades que têm objetivos claros e definidos – por exemplo, o preenchimento de alguma ficha ou formulário. Sendo assim, **antes de iniciar a coleta de dados, é preciso estabelecer o que vem a ser o sucesso para a sua empresa.** O conceito pode significar fazer uma compra, ou, ainda, assinar uma lista de interesse em determinado produto.

Em todo caso, é fundamental ter em mente que essa métrica de UX não tem por objetivo apontar eventuais falhas ou erros que impediram a companhia de atingir uma meta. O foco principal é avaliar o sucesso das ações dos seus clientes e como isso impacta as vendas.

TEMPO DE TAREFA

Essa métrica tem por objetivo avaliar o tempo que um usuário leva para concluir uma tarefa. Ela **pode ser expressa em segundos ou minutos**. No geral, é apresentado o tempo médio gasto em cada ação que ele adota em um e-commerce, nas plataformas ou até mesmo na loja física, ao preencher um cadastro, por exemplo.

O objetivo desse indicador é direcionado à promoção de uma melhor experiência do usuário. Quanto mais rápidos forem os processos que um consumidor deve executar até ter o seu problema resolvido, maior será o seu grau de satisfação.

Para utilizar essa métrica da forma adequada, é preciso entender que ela deve ocorrer em um processo cíclico. Ou seja: medir, ajustar e medir novamente, assim que as alterações forem implementadas. Dessa forma, é possível acompanhar a efetividade das mudanças que você fez nos fluxos de ações.





TAXA DE ERROS

A taxa de erros é especialmente importante para quem atua no meio virtual. Ela **demonstra o percentual de vendas ou de cadastros perdidos por conta de problemas em plataformas online.** Desse modo, é fundamental para identificar a necessidade de troca de alguns serviços ou de ferramentas contratadas pela sua empresa.

TAXA DE ENGAJAMENTO

A taxa de engajamento é uma métrica de UX que jamais pode ser negligenciada. Afinal, ela **demonstra como o seu público vem interagindo com a sua empresa, especialmente no ambiente digital.** Ela procura demonstrar o tempo que uma pessoa pode dedicar a analisar ou conhecer mais sobre uma corporação e as suas soluções.

TAXA DE CONVERSÃO EM VENDAS

Outra métrica de UX que você deve conhecer é a taxa de conversão em vendas. Basicamente, ela **mede o número de pessoas que adquiriram um produto ou um serviço** na empresa e a quantidade de usuários que foi necessária para atingir os números de vendas.

Em outras palavras, isso significa mensurar quantos usuários devem visualizar uma oferta da sua companhia para, finalmente, fechar uma venda. Por exemplo, no ambiente online, uma página de vendas pode precisar de cerca de 100 visualizações para finalizar uma transação. Assim, você consegue fazer previsões. Além disso, **passa a ser capaz de analisar o custo necessário para que as pessoas conheçam as suas ofertas.**





USO DE BUSCA E NAVEGAÇÃO

A métrica de busca e navegação tem um papel muito importante na gestão de um negócio. Ela tem por objetivo avaliar a eficiência de toda a arquitetura de navegação e de informação que uma loja virtual ou site apresenta, **especialmente aqueles que têm uma grande quantidade de conteúdo postado.**

Quando um usuário tenta buscar algo por meio dos mecanismos de navegação, ele tende a ficar perdido. Nesse momento, ele faz uso da ferramenta de busca de um site e isso não é nenhum sinal de problema na interface. A métrica visa a determinar a porcentagem de pessoas que preferem buscar um produto em vez de navegar por todo o conteúdo.

Nesse sentido, **o foco é verificar se existem muitos usuários que, mesmo após a busca, recorrem à navegação no seu site para encontrar o que procuram.** Esse, sim, pode ser um sinal de que algo na arquitetura de informações não está funcionando bem.

Quais são os benefícios do uso de métricas de UX?

Agora, discorreremos sobre os principais benefícios do uso de métricas de UX em um negócio. Continue lendo!

MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS PRODUTOS OU DOS SERVIÇOS COMERCIALIZADOS

Sem dúvidas, um dos principais benefícios que podem ser conquistados ao utilizar todos esses indicadores é a **mensuração da qualidade das suas soluções**. Produtos ruins, que não solucionam um problema específico e que não são conhecidos, também não geram conversões em vendas.

Geralmente, até mesmo o engajamento já é capaz de demonstrar que a solução oferecida não tem a qualidade esperada pelo mercado. Em muitos casos, é possível que o seu produto seja bom, porém, venha sendo oferecido para o público incorreto. Os indicadores que mencionamos auxiliam o gestor a entender esses pontos. Assim, ele pode fazer ajustes nos produtos e nos serviços, bem como no seu próprio público-alvo.





AVALIAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Outro benefício interessante é o **auxílio nas estratégias de marketing**. Problemas em resultados podem ser originários de questões relacionadas à forma como a divulgação dos produtos é feita. Acredite: até mesmo questões simples, como um problema em uma página, podem ser fatais para as suas vendas.

Os indicadores mais utilizados para a verificação das estratégias de marketing são os de conversão e a taxa de engajamento. Porém, em determinados tipos de negócios, outras métricas de UX podem ser utilizadas. Se você trabalha com cadastros ou formulários, a taxa de sucesso e o tempo de tarefas podem ser indicadores interessantes. Não existe uma regra específica para cada indicador. O importante é você conhecer cada um deles e aplicá-los de acordo com a sua necessidade.

ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS COM AS VENDAS

Por fim, temos a análise dos resultados obtidos com as vendas. Esses indicadores têm diversas utilizações. Contudo, **o seu resultado final é apenas um: identificar os elementos que prejudicam e potencializam as vendas da empresa.**

A melhora nos resultados também é obtida por meio da redução de alguns custos que podem ser identificados com essas métricas. Dessa forma, você tem a oportunidade de obter informações valiosas e muito sensíveis sobre os processos de vendas do seu negócio.



Como calcular as métricas de UX?

Antes de finalizar este e-book, vale a pena mencionar a forma de obtenção de todos esses indicadores. As métricas de UX não são tão simples de apurar quanto um índice de liquidez corrente, por exemplo. Nesse caso, basta extrair os dados do Balanço Patrimonial, inserir na fórmula e fazer o cálculo.

No caso das métricas de UX, por outro lado, **você precisará de ferramentas específicas**. Algumas delas podem ser gratuitas. Um exemplo são as ferramentas de medição das próprias redes sociais.

Contudo, outras podem ser pagas, especialmente as que analisam questões relacionadas com conversões, tempo gasto em tarefas etc.

Portanto, para ter a utilização efetiva dessas métricas, vale a pena contar com ferramentas tecnológicas capazes de demonstrar esses dados e as suas aplicações.



Conclusão

Como você pôde perceber, as métricas de UX proporcionam visões diferenciadas sobre os seus produtos e serviços. Com esse conceito bem definido, é possível identificar pontos fortes e fracos, fortalecendo aqueles que podem gerar mais resultados positivos para uma empresa.

Sendo assim, agora que você conhece a fundo esse elemento, é hora de colocá-lo em prática. Busque conhecimentos sobre como obter esse tipo de indicador em seu negócio. Assim, você **também poderá aproveitar todos os benefícios que mencionamos neste e-book.**





O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado.

Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.