



# Fundamentos do Design de Apps Mobile: Como envolver o usuário e gerar conversões

Publicado

Agosto de 2016

Qual o segredo para seu app se destacar, atrair novos usuários, conquistar fãs e agregar valor? Uma dica: design eficiente e experiência agradável são elementos essenciais. Confira agora este guia elaborado pela nossa *UX Research Lead*, Jenny Gove, com os 25 fundamentos para criar aplicativos que ajudem os usuários a alcançar o que eles buscam.

# Guia Fundamentos do Design de Apps Mobile: Introdução

Atualmente, a maioria das pessoas utilizam apps em diversos contextos, tornando-os um meio confiável para a obtenção de produtos e serviços. Isso reforçou a competição do mercado, de modo que só os aplicativos úteis, relevantes e desejados conseguem conquistar os usuários com efetividade. A seguir, a nossa UX Research, Lead Jenny Gove, destaca 25 fundamentos essenciais para criar um aplicativo de sucesso.

**A**s pessoas são loucas por aplicativos para smartphone. Duvida? Segundo as estimativas, mais de 200 bilhões deles serão baixados em 2017<sup>1</sup> - sim, eu disse bilhão, com "b" mesmo. Profissionais de marketing estão testando aplicativos de marcas e investindo pesado para que eles sejam notados. Foram gastos em torno de 3 bilhões de dólares em campanhas para estimular os downloads deste tipo de aplicativos em 2015, um aumento de 80% em relação a 2014.<sup>2</sup>

Observando essa tremenda mudança no comportamento do consumidor, não é nenhuma surpresa que os profissionais de marketing estejam cada vez mais dispostos a melhorar a experiência dos aplicativos que criam. Os apps são uma oportunidade de construir sua marca a partir de uma necessidade real do consumidor e desenvolver uma relação duradoura e lucrativa com o público fiel. No entanto, está cada vez mais difícil fazer as pessoas encontrarem, baixarem e continuarem usando os aplicativos. Em torno de 25% dos usuários abrem o app uma vez e nunca mais voltam.<sup>3</sup>

Mais do que nunca, as pessoas usam os smartphones em momentos de decisão e por curtos períodos de tempo, por isso suas experiências precisam ser eficientes e agradáveis. Um aplicativo bem projetado se destaca e tem o poder de ajudar as pessoas nos diversos **micro-momentos** ("quero saber", "quero comprar" e "quero fazer") de seus dias.

## Em torno de 25% dos usuário abrem o app uma vez e nunca mais voltam

Sabemos que seguir um conjunto de princípios simples e eficientes pode ajudar nessa tarefa. Aprendemos isso durante os trabalhos no site mobile, nosso projeto anterior. E isso levou as marcas a fazerem mudanças e removerem barreiras para levar ao consumidor experiências realmente úteis. Como acontece nos sites mobile, os apps estão aí para ajudar os usuários a completarem suas tarefas e com isso facilitar a conversão.

Tendo isso em mente, fomos descobrir os principais ingredientes para fazer um aplicativo sensacional. Nos juntamos ao AnswerLab para realizar um estudo com mais de 100 pessoas sobre 100 diferentes apps de vários segmentos, incluindo varejo on-line, seguros, viagens, delivery de comida, venda de ingressos e finanças pessoais. Jogos, redes sociais e serviços de música não foram incluídos no estudo.

### **Pegue o usuário pela mão e o ajude a completar a tarefa.**

Analisamos tarefas com objetivo de conversão, como compras, reservas e pesquisas de planos e preços, entre outras. E estamos contentes de poder dividir insights que irão trazer mais engajamento para sua marca e oferecer orientações sobre funcionalidades úteis e relevantes - algo essencial na hora de criar uma experiência agradável.

Sabemos que os aplicativos podem discretamente guiar os usuários até a conclusão de uma tarefa, por exemplo, oferecendo uma boa interface de e-commerce com integração eficiente com sistemas de pedidos e pagamentos. No final das contas, o marco inicial na criação de um aplicativo engajador é a usabilidade.

O estudo revelou muitos insights úteis e, por isso, criamos uma coleção de artigos com os 25 mais interessantes, divididos em seis categorias: navegação, busca in-app, comércio e conversão, cadastro, formulários e usabilidade.

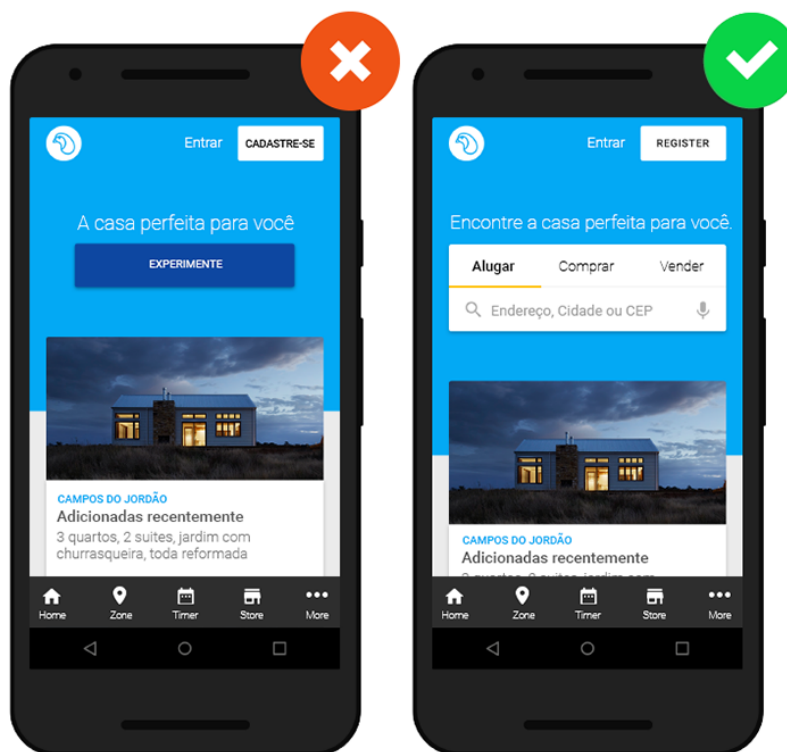
Vamos começar com o [Capítulo 1: Navegação](#).


# Capítulo 1: Navegação


Estes fundamentos irão ajudar você a criar aplicativos eficientes e agradáveis de usar.

## 1. Mostre de cara por que o seu aplicativo é interessante

Envolva o usuário com uma abordagem objetiva, que deixe claro o que ele deve fazer. Dê destaque aos calls-to-action (CTA), colocando-os ao centro e na primeira rolagem. Provoque o interesse e a curiosidade do usuário apresentando as principais funcionalidades e novidades do aplicativo de maneira contextualizada e de fácil visualização.

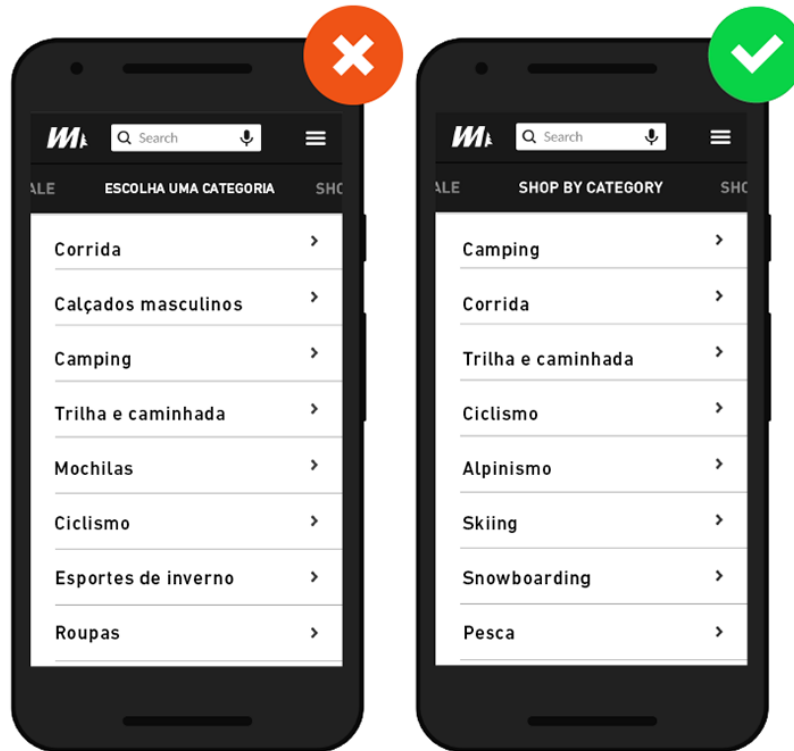



 O call-to-action "Experimente" é vago e não impulsiona o usuário para uma ação específica.


 "Compre", "Alugue" e "Venda" são calls-to-action claros e objetivos.

## 2. Organize e nomeie as categorias do menu de um jeito que facilite a navegação

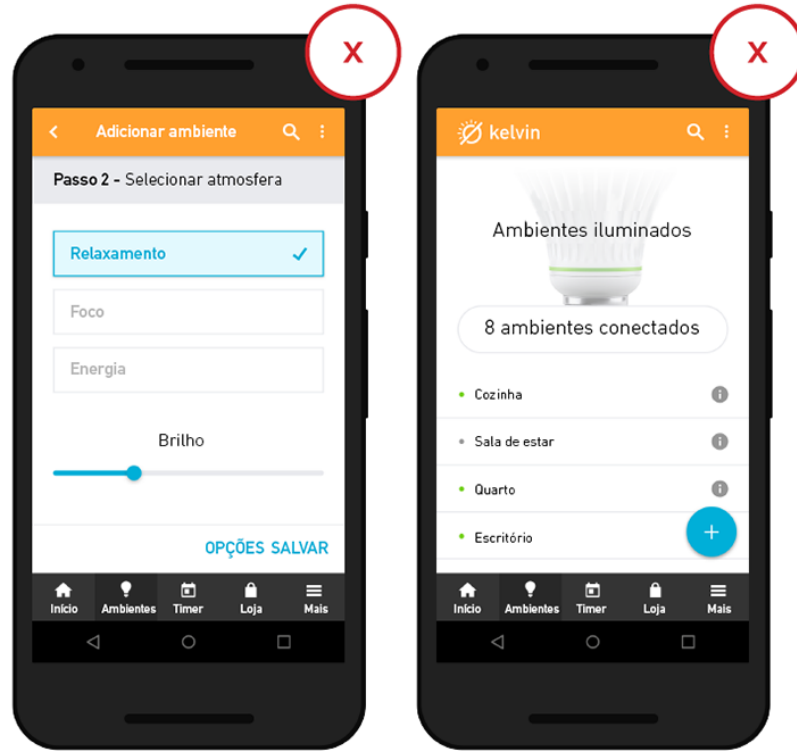
Os usuários têm dificuldade de navegar em menus que não se pareçam com os modelos que eles já viram. As categorias devem ser claras e sem sobreposições. Isso é especialmente importante quando o usuário entra no menu porque não encontrou o que queria por meio da busca.



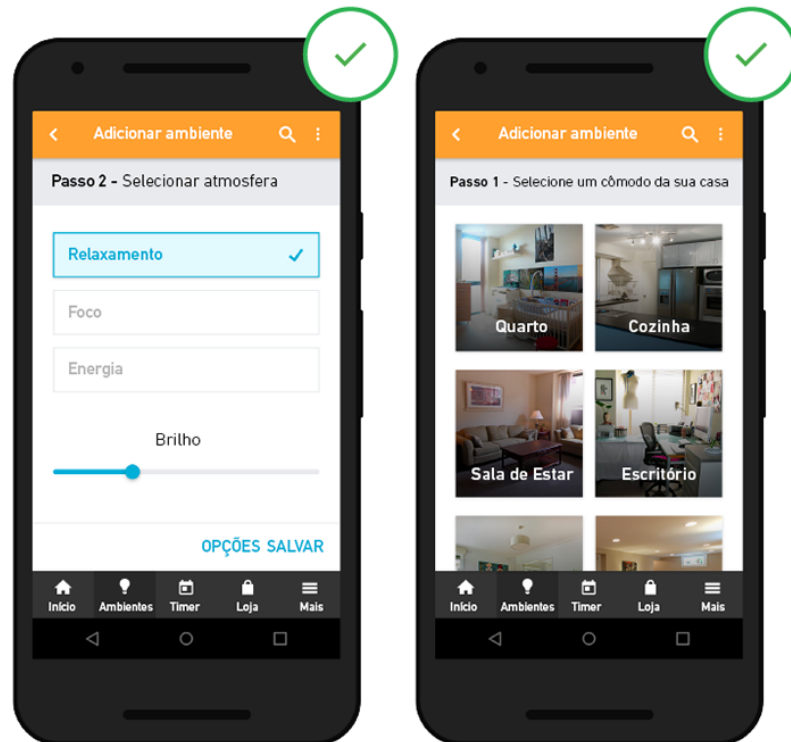
 Há categorias de produto que se sobrepõe, compartilhando conteúdos, por exemplo "calçados masculinos" e "trilhas e caminhada".

 As categorias de produtos são distintas para evitar confusão.

### 3. Torne mais fácil para o usuário voltar à tela anterior



X O botão "voltar" leva o usuário para a tela inicial, causando confusão.

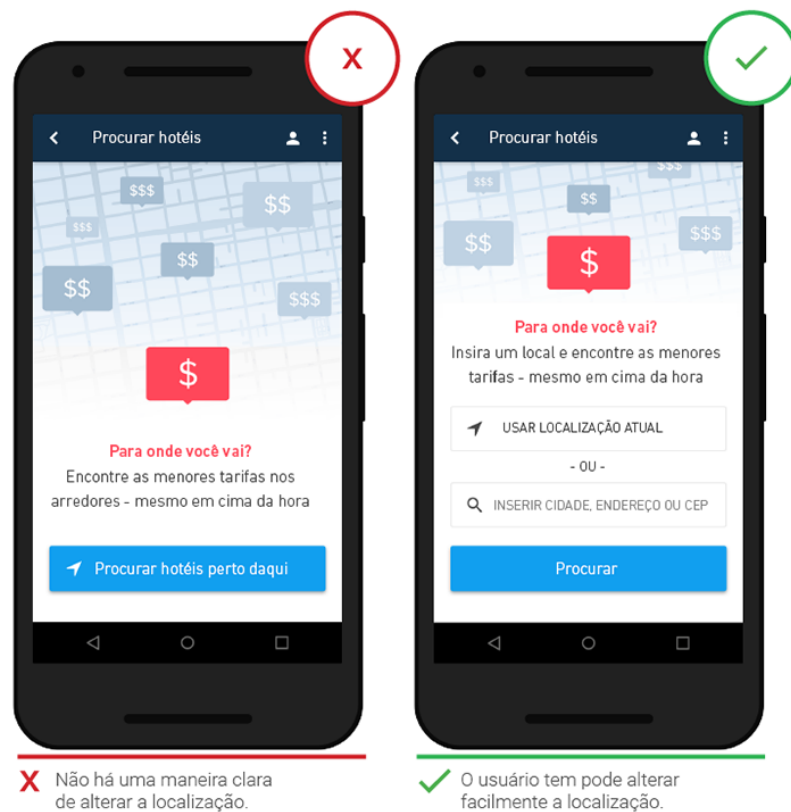


✓ O botão "voltar" retorna leva o usuário apenas ao passo anterior, como esperado.

Às vezes, o usuário quer retornar à tela anterior para consertar um erro de digitação ou alterar uma opção, por exemplo. Os aplicativos devem facilitar o uso do botão "voltar" para que os usuários não se sintam forçados a começar tudo de novo a partir da tela inicial, o que, em muitas situações, faz com que ele perca dados que poderiam ter sido salvos. Ao permitir que os usuários voltem um passo, você evita esta frustração e elimina trabalho desnecessário.

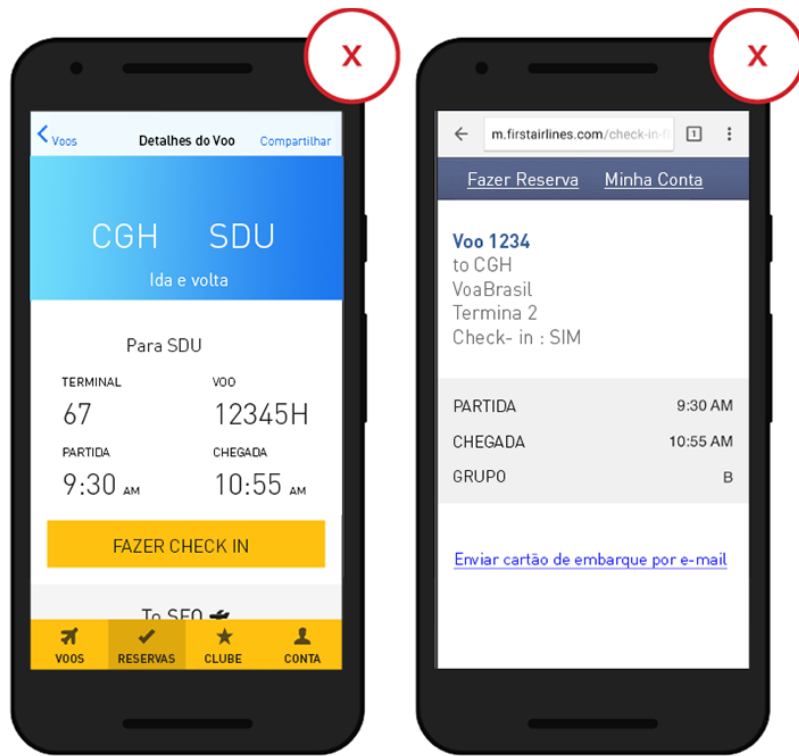
#### 4. Deixe o usuário alterar a localização

A detecção automática da localização, com certeza, poupa bastante tempo do usuário. Porém, há momentos em que ele precisa encontrar algo (uma loja, por exemplo) que não fica nos arredores de onde ele está. Resolva este problema, criando um jeito rápido e direto para ele inserir manualmente a localização desejada.

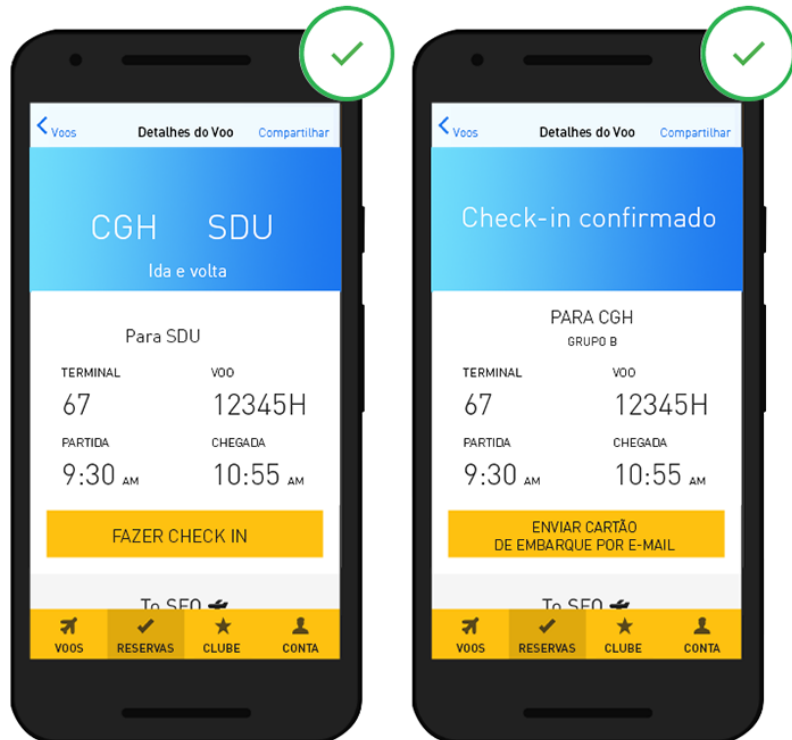


#### 5. Faça uma transição suave entre seu aplicativo e o site mobile

Muitas vezes os aplicativos o direcionam o usuário para um site mobile na hora de concluir uma transação ou obter mais conteúdo. Um dos problemas desta transição é que se o layout dos dois ambientes não for consistente, o cliente pode ficar confuso. Também não é legal quando a transição é lenta e o usuário é tem que ficar esperando o site mobile carregar. Será que essa dinâmica é realmente necessária para o funcionamento do seu app? Criar essa transição vale a pena diante do risco de causar frustração para o usuário? Se sua resposta for sim, lembre-se de manter a consistência visual em ambas as plataformas e se certificar de que o carregamento do site mobile seja o mais rápido possível.



X O layout e a experiência de navegação mudam ao sair do app e entrar no site mobile.



✓ A transição entre o app e o site mobile é suave, pois o design é consistente, e veloz, o que implica em uma performance otimizada - o que, certamente agrada o usuário.



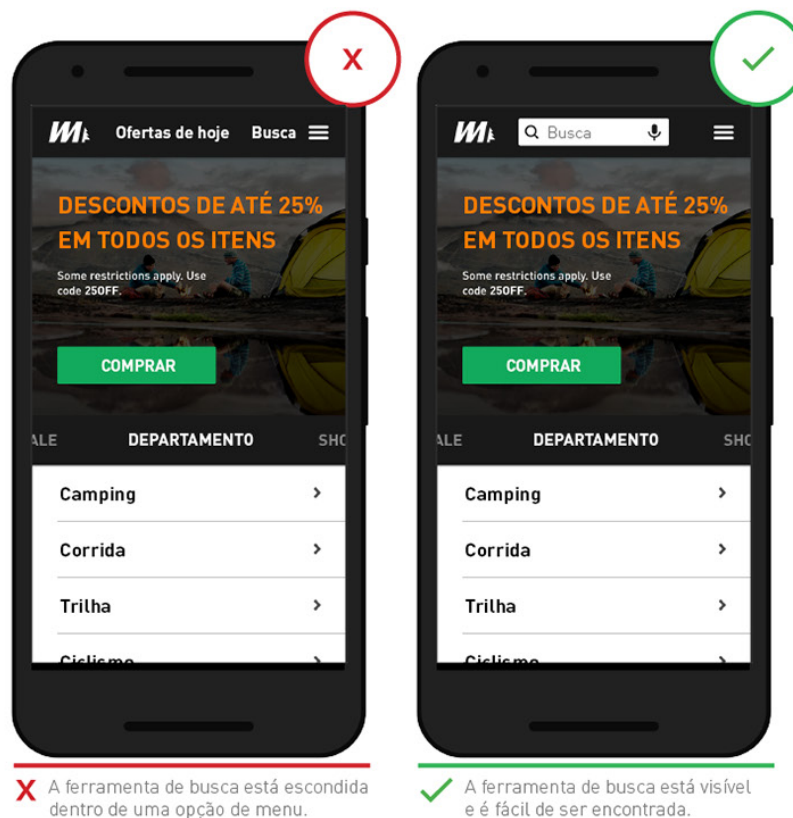
# C pulo 2: Busca In-app

Uma busca eficiente ajuda os usuários a encontrarem o que eles precisam. Aprimore a qualidade das buscas no seu aplicativo utilizando os fundamentos a seguir.

(Continua o do [Capitulo 1: Navega o](#))

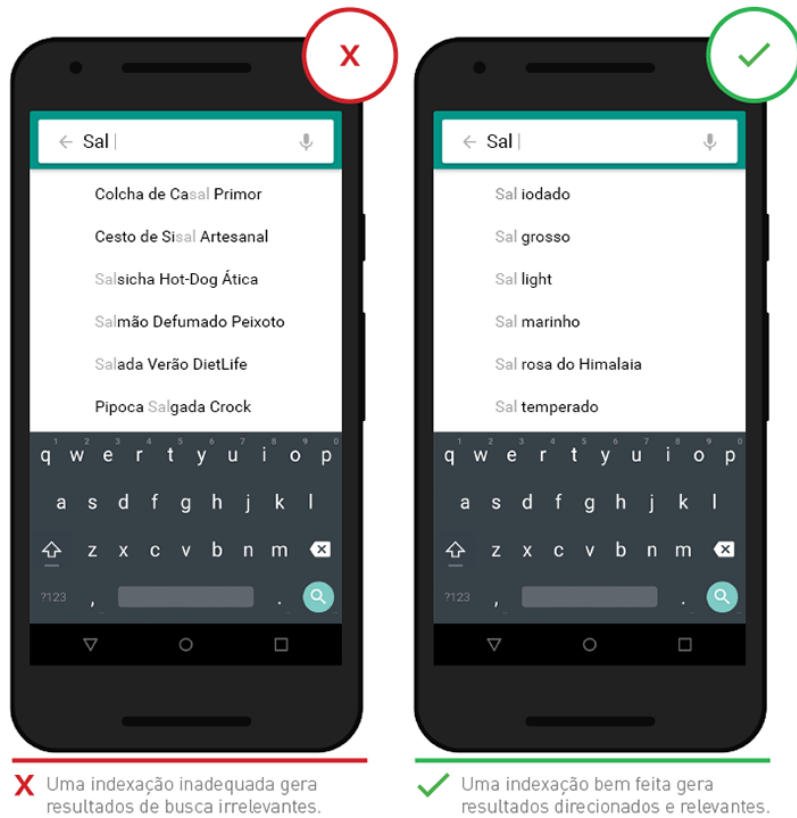
## 6. Coloque o campo de busca em um local de destaque

Usuários com uma tarefa ou necessidade específica geralmente usam o campo de busca. Com frequência, eles preferem fazer uma pesquisa direta a ficar navegando   procura do que precisam. Aplicativos que não têm um campo de busca fácil de ser encontrado atrasam a vida do usuário e podem causar frustra es.



## 7. Use uma indexação eficiente

Certifique-se de que todos os resultados de busca sejam relevantes. Os usuários confiam na busca para realizar tarefas específicas e esperam que ela funcione como o Google. Você pode acrescentar algumas funcionalidades úteis à ferramenta de pesquisa do seu app, como corretor ortográfico automático, radicais linguísticos, texto preditivo e sugestões. Estes dispositivos diminuem a incidência de erros, aumentam a velocidade da pesquisa e ajudam a manter o foco do usuário na tarefa até a conversão.

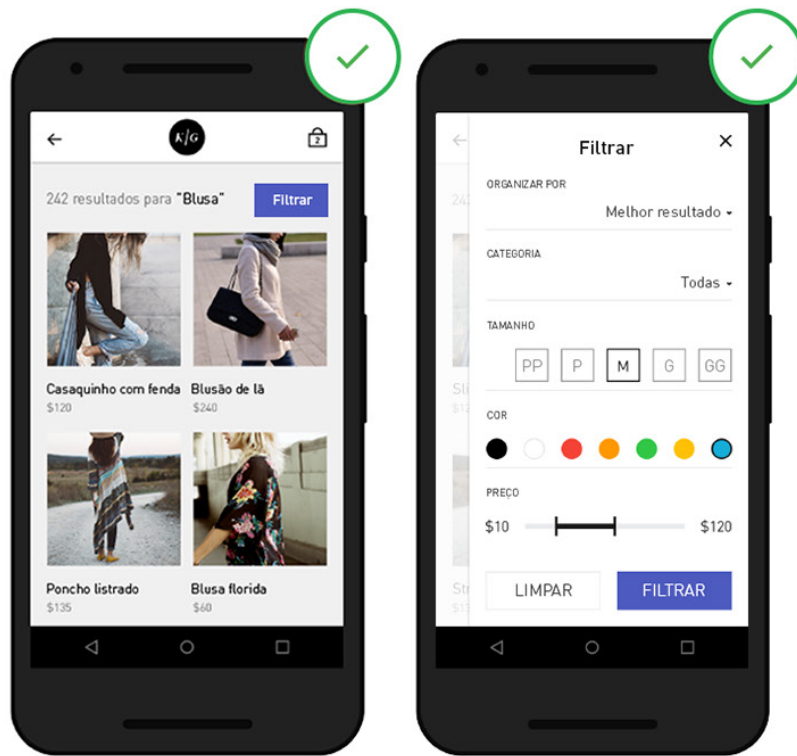


## 8. Disponibilize filtros e opções de classificação dos resultados

Os usuários podem ficar sobrecarregados quando fazem uma busca e ela oferece resultados demais, que podem ser, inclusive, irrelevantes. Filtros e opções de classificação dos dados podem ajudar o usuário a selecionar e organizar os resultados e encontrar mais facilmente o que procura, em vez de desperdiçar tempo rolando eternamente a página em uma tela tão pequena.



- X** Os filtros e opções de classificação não existem ou não estão visíveis obrigando o usuário a navegar por muitos itens.



- ✓ O aplicativo oferece filtros e opções de classificação. Assim, o usuário pode limitar os resultados de acordo com seu interesse.

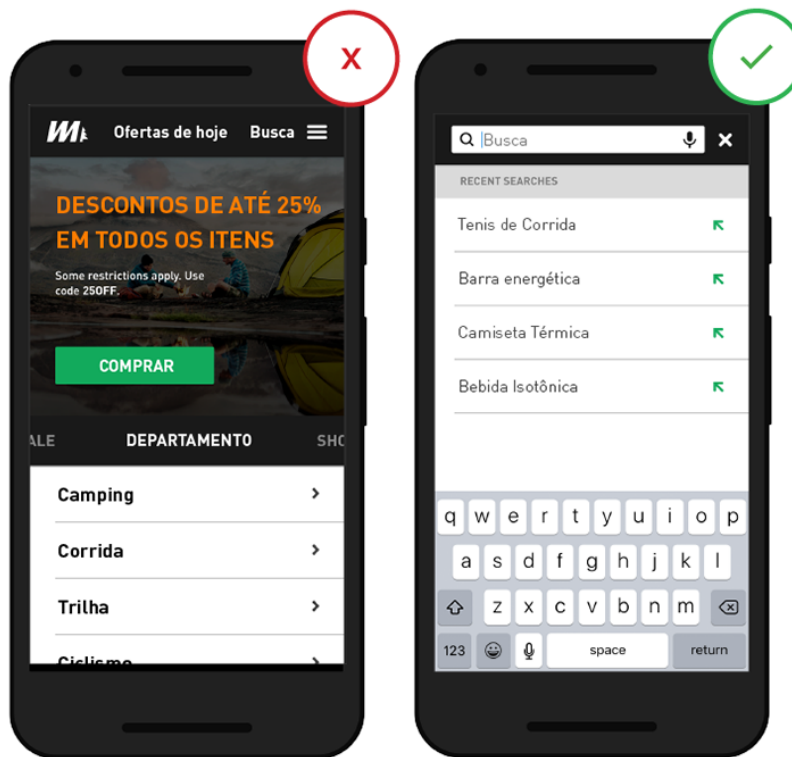
# Capítulo 3: Comércio e Conversões

Com o crescimento do comércio mobile, os usuários esperam cada vez mais uma boa experiência na hora de encontrar, avaliar, pesquisar e comprar os produtos usando aplicativos. Aqui vão algumas dicas para que a experiência com seu app seja agradável e leve o público à conversão.

(Continuação do [Capítulo 2: Busca](#))

## 9. Ofereça informações sobre buscas e compras anteriores

Poupe tempo e esforço do usuário disponibilizando as informações sobre buscas e compras recentes imediatamente. Isso é particularmente importante para aplicativos de uso frequente, onde o usuário repete as pesquisas e compra sempre os mesmos produtos.

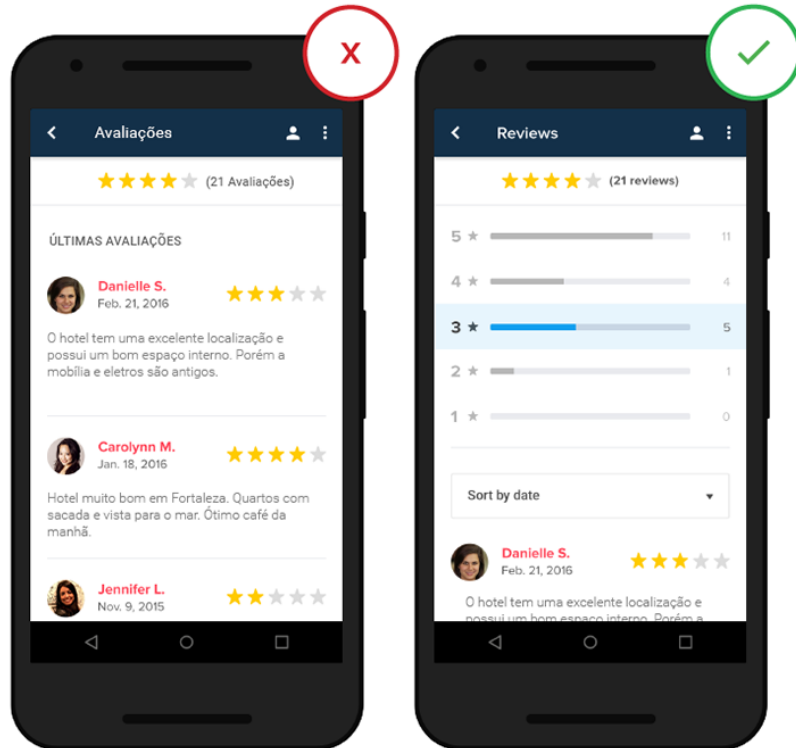


**X** Os usuários têm que fazer cada busca do zero, mesmo quando a pesquisa é recorrente.

**✓** Os usuários podem conferir e repetir buscas feitas anteriormente.

## 10. Publique as avaliações dos usuários e crie filtros para facilitar a consulta

As avaliações dos usuários são um componente muito importante no processo de decisão de compra. Quanto maior o número de análises, maior a confiança em comprar o produto. Organize as avaliações por nota e inclua filtros para que os usuários consigam criar uma visão geral sobre o item. Permita que eles naveguem pelos comentários mais recentes e pelas melhores e piores avaliações para descobrir opiniões recorrentes. Também é interessante mostrar as avaliações de usuários que compraram o produto de fato.

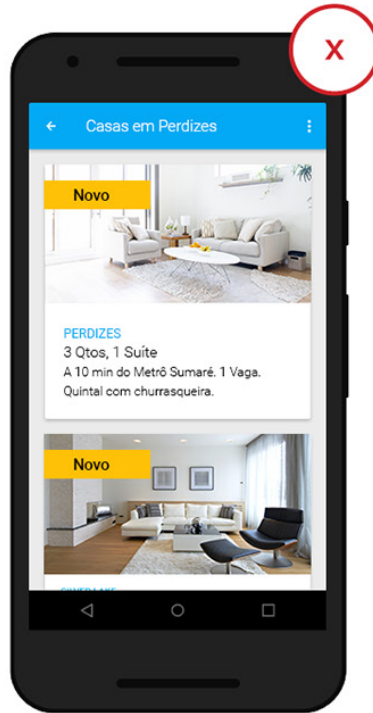


**X** Os filtros para as avaliações do usuário não existem ou não estão visíveis.

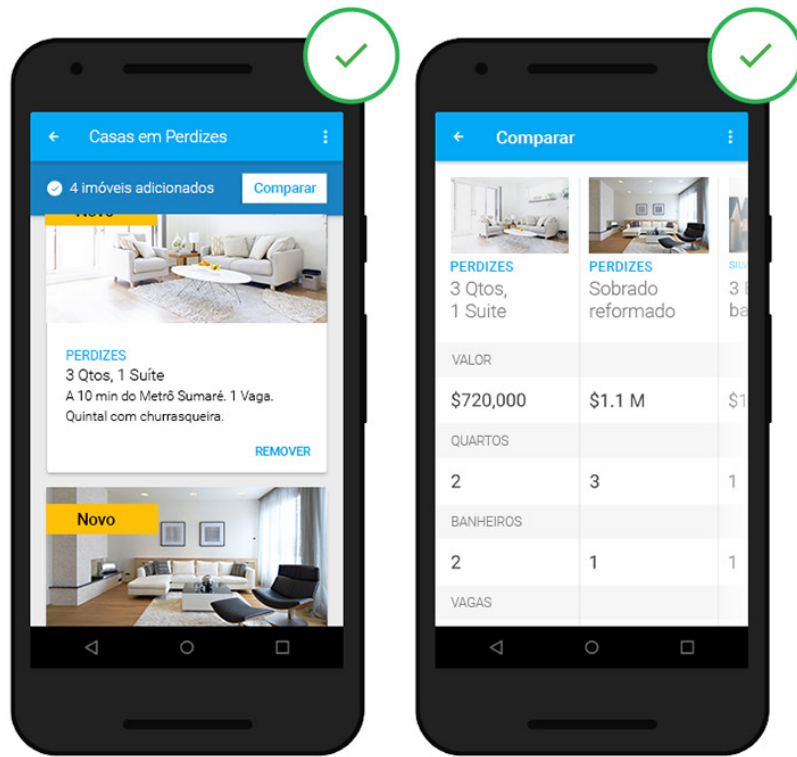
**✓** Os filtros para as avaliações do usuário estão habilitados.

## 11. Ofereça ferramentas de comparação de produtos

As pessoas buscam por uma maneira fácil de comparar produtos antes da decisão sobre qual comprar. Se você não oferece uma ferramenta própria para isso, elas são obrigadas a colocar vários itens no carrinho para analisar no final ou a memorizar cada item e ficar voltando a eles. No desktop, é possível até conseguirmos contornar esse problema abrindo as páginas de produto em diferentes abas, mas no mobile isso fica mais complicado. Oferecendo uma ferramenta de comparação nativa no aplicativo, você evita esse trabalho extra e ajuda o usuário no momento de decisão de compra.



**X** Os usuários precisam lembrar das casas que gostaram para comparar.

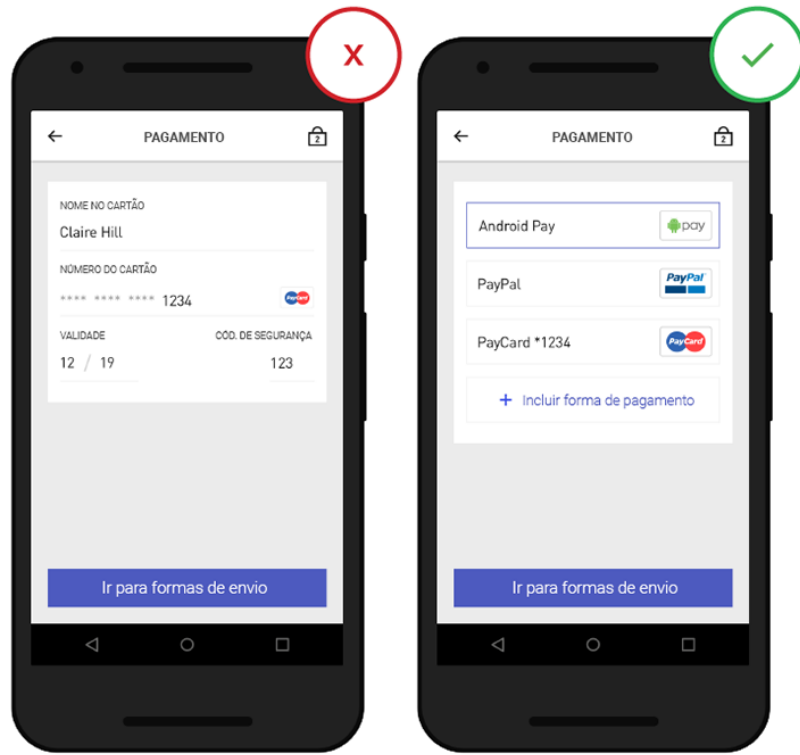


- ✓ Os usuários podem fazer comparações diretas entre as casas usando a ferramenta oferecida pelo app.



## 12. Ofereça vários métodos de pagamento

Os usuários esperam encontrar diversos métodos de pagamento. Aplicativos que oferecem opções como PayPal, Apple Pay e Android Pay, livram o público do incômodo de ficar preenchendo formulários na hora de concluir a compra e dão uma maior impressão de segurança.

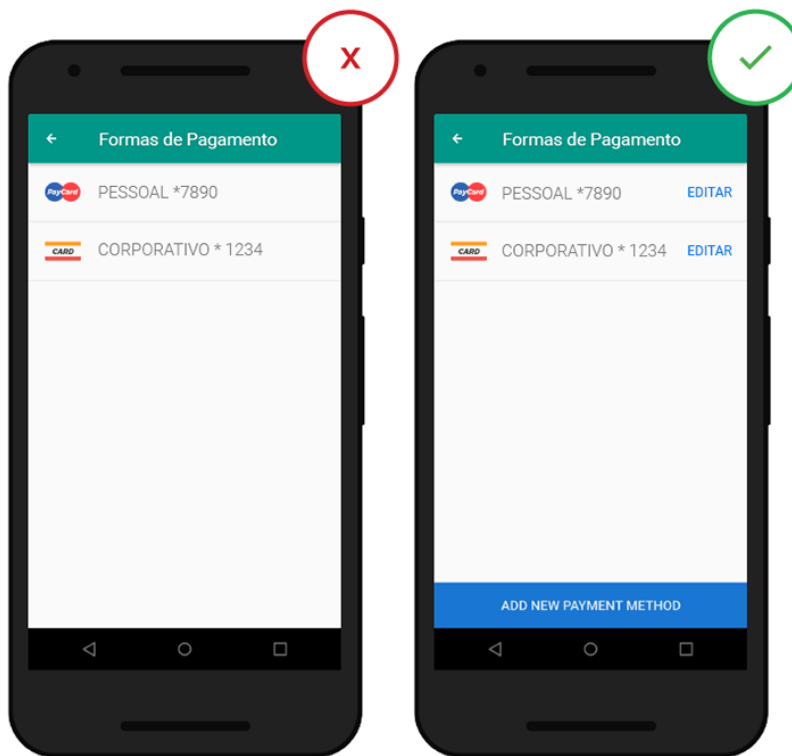


**X** Apenas um método de pagamento é oferecido ao usuário.

**✓** São oferecidos vários métodos de pagamento, proporcionando ao usuário mais controle na hora de concluir a compra.

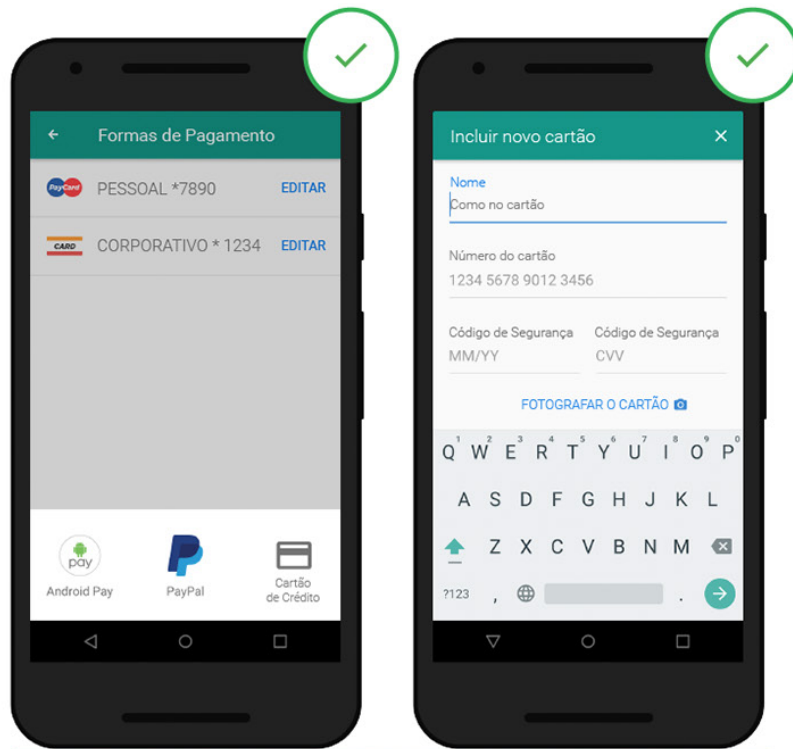
### 13. Crie uma maneira fácil de adicionar e gerenciar os métodos de pagamento

Ninguém gosta de ficar preenchendo formulários, ainda mais no celular. Facilite as coisas para seus usuários reduzindo o número de passos na hora de efetuar o pagamento e ofereça a opção de salvar o número do cartão de crédito para compras futuras. A captura dos dados do cartão pela câmera do smartphone também é uma funcionalidade útil e que agiliza o processo. Permita ao cliente adicionar múltiplos cartões e escolher qual deseja usar no momento do check-out.



**X** Não é possível editar os métodos de pagamento nem adicionar novas opções.

**✓** Os usuários podem editar os métodos de pagamento já existentes e adicionar outros.



✓ Os usuários podem editar os métodos de pagamento já existentes e adicionar outros.

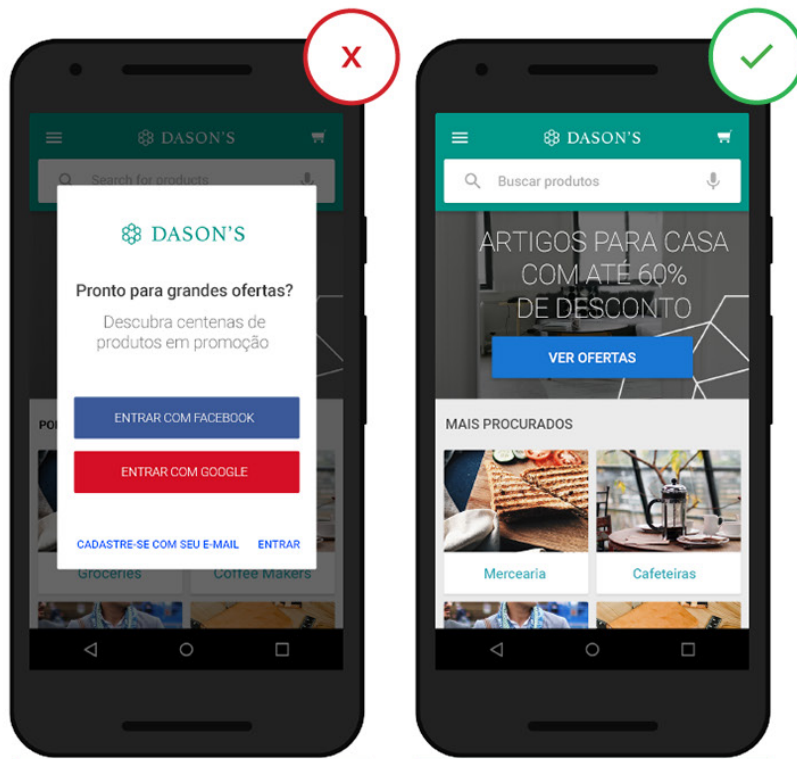
## Capítulo 4 : Cadastro

O cadastro é uma maneira se conectar ao usuário, criar oportunidades de diálogo e desenvolver uma relação com o passar do tempo. No entanto, com frequência, ele se torna um ponto de resistência e acaba atrapalhando a conversa. Mostraremos, a seguir, como criar um processo de cadastro que leve o usuário aonde ele precisa de maneira rápida e objetiva.

*(Continuação do [Capítulo 3: Comércio e Conversões](#))*

## 14. Deixe claro qual serviço você oferece antes de pedir para o usuário se cadastrar

Não adianta: a grande maioria dos usuários vai abandonar aplicativos que peçam informações pessoais logo de cara se não houver alguma recompensa imediata (como no caso dos deliveries de comida, por exemplo). Aplicativos de marcas pouco conhecidas - ou de empresas cujos valores de marca não são muito claros - encontram maior resistência na hora de pedir que os usuários preencham o cadastro, especialmente se for no início da experiência. Em outras palavras, só exija cadastro se for absolutamente necessário. Uma maneira interessante de aplicar esse princípio é oferecer a opção de check-out como visitante no momento de conversão.

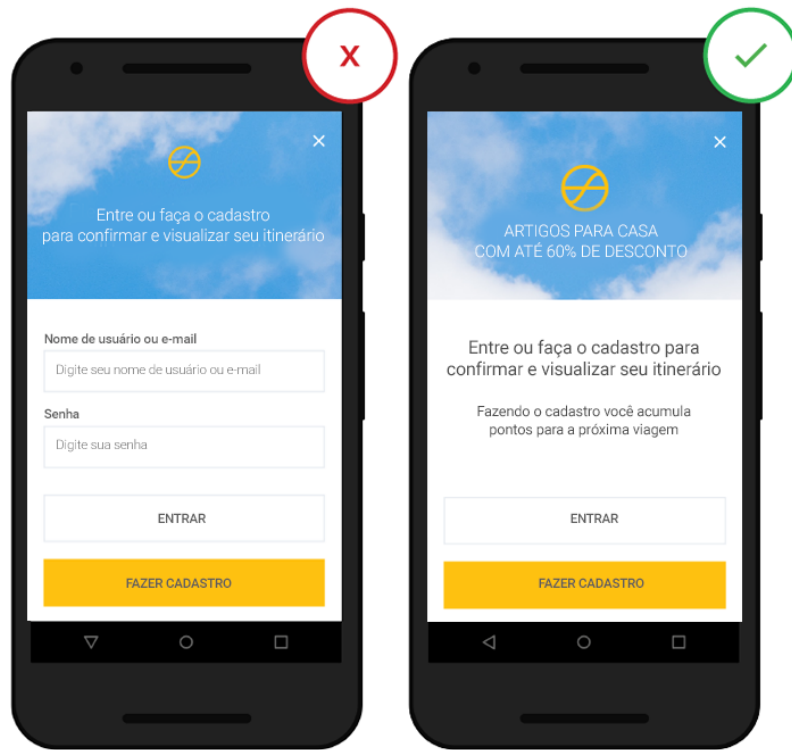


**X** Solicitar cadastro logo de cara é uma grande barreira para o usuário.

**✓** O usuário se envolve com a experiência antes de ser forçado a dividir informações pessoais.

## 15. Cadastro é uma coisa, Login é outra

Muitos usuários se confundem na hora de criar uma conta em um aplicativo porque clicam em "Login" ou "Entrar". Ao fazerem isso, eles recebem como resposta o pedido para inserir uma senha que eles ainda não possuem, pois não são cadastrados. Na maior parte das vezes isso acontece porque eles passam o olho pela tela e e assumem que o primeiro call-to-action que veem é o correto. Crie chamadas fáceis para diferenciar o login e para ao cadastro fáceis de diferenciar e ajude o usuário a alcançar seu objetivo rapidamente.

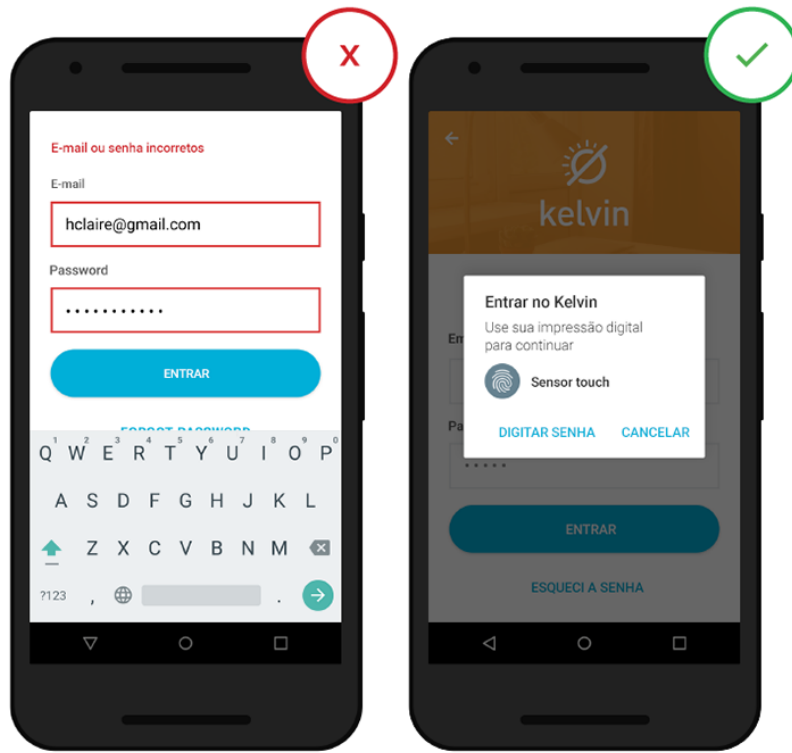


**X** Calls-to-action parecidos podem levar a erros.

**✓** A interface é simples e o call-to-action bem diferente

## 16. Crie um processo de autenticação de senha fluido

Quem não fica irritado quando é muito complicado criar ou recuperar uma senha? Diminua o risco de perder usuários simplificando o processo de autenticação. Reduza o número de passos ou utilize métodos de acesso diferenciados, como login via terceiros (por exemplo, entrar com o usuário e senha do Google) ou impressão digital.



**X** Autenticação por texto é uma fonte comum de erros.

**✓** Métodos de autenticação eficientes como uso da impressão digital promovem uma experiência mais suave.

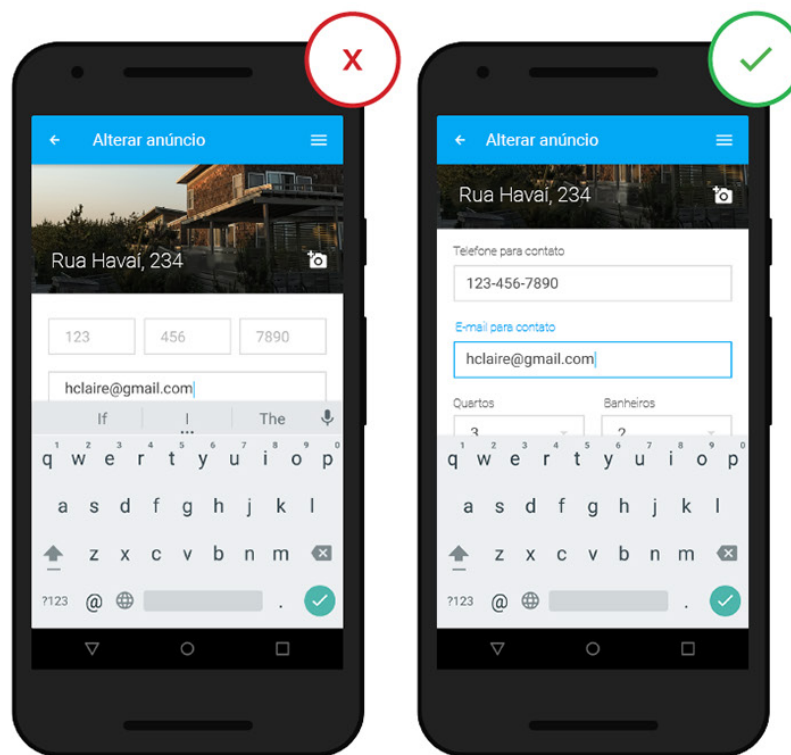
# Capítulo 5 : Formulário

Os formulários aparecem nos momentos mais críticos da interação com o usuário. Descubra como torná-los simples e fáceis de preencher aplicando os fundamentos a seguir.

(Continuação do [Capítulo 4: Cadastro](#))

## 17. Crie formulários fáceis de preencher

Os formulários devem ser compatíveis com a forma de preenchimento. Crie campos que possam ser preenchidos de várias maneiras em vez de fazer o usuário se adaptar às limitações do aplicativo. Certifique-se de que os campos não sejam escondidos por elementos da interface, como o teclado, por exemplo. Quando o usuário acabar de preencher um campo, avance automaticamente para o próximo. Inclua também funcionalidades que deixem o processo mais eficiente, como preenchimento e capitalização automáticos e escaneamento do cartão de crédito.



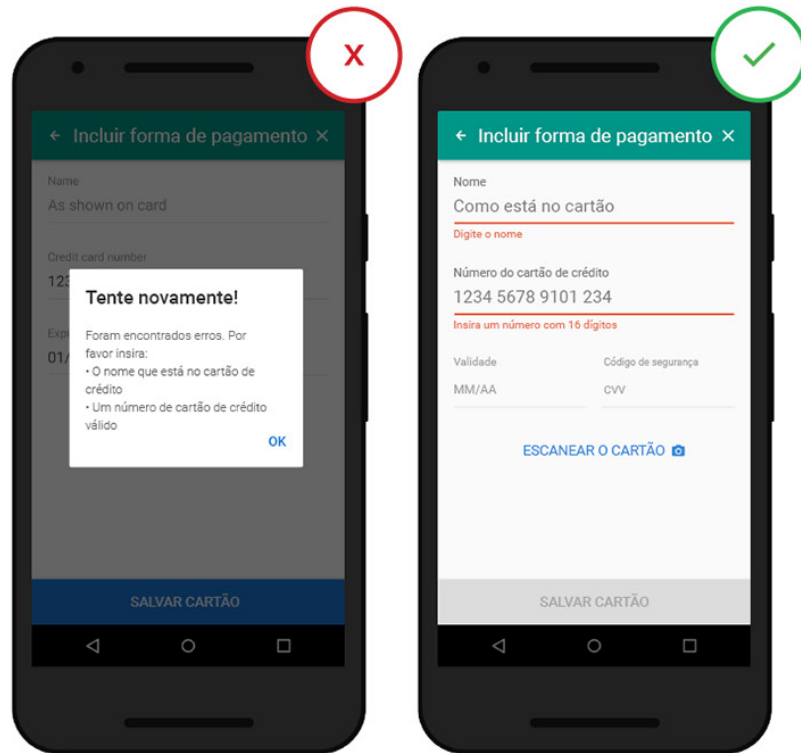
**X** O formato de preenchimento é predeterminado (três campos para o número do telefone) e os campos seguintes estão escondidos atrás do teclado.

**✓** O formulário traz campos com flexibilidade no formato de preenchimento e avança para cima a cada informação inserida.



## 18. Informe sobre erros no preenchimento imediatamente

O usuário não fica satisfeito quando passa por todo o processo de preenchimento de um formulário só para descobrir, no momento do envio, que cometeu um erro. Apresente mensagens de erro em tempo real para evitar esta frustração e sempre informe ao usuário quando um campo for preenchido e validado com sucesso. Teste a experiência para garantir um processo fluido.

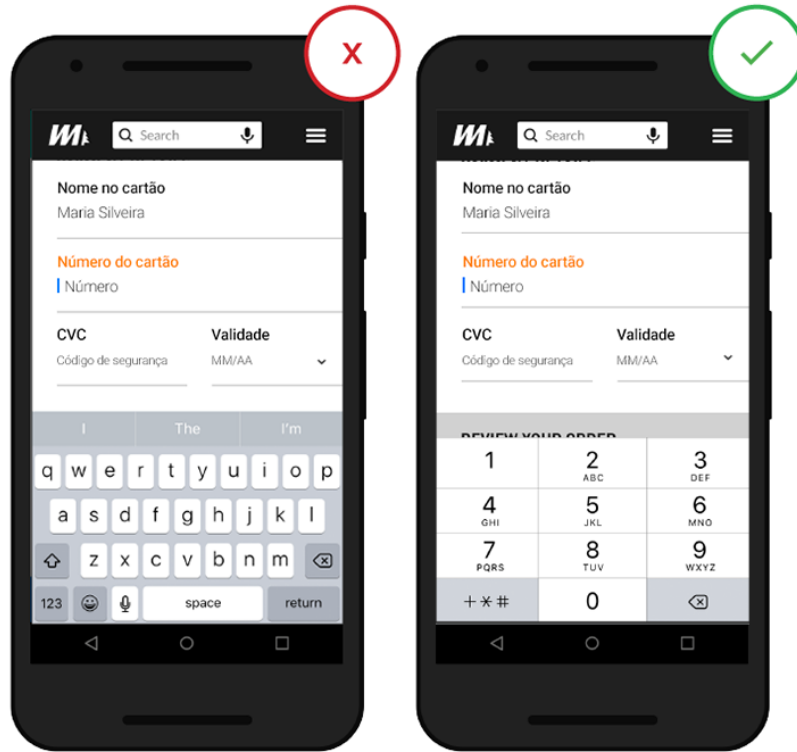


**X** Os campos não são validados até o momento do envio. A mensagem de erro é apresentada fora de contexto e não traz instruções sobre como o usuário deve proceder.

**✓** As mensagens de erro são apresentadas de forma contextualizada, no momento em que o usuário insere os dados.

## 19. Ofereça um teclado compatível com as informações a serem preenchidas

Um teclado que facilite o preenchimento de formulários é sempre bem-vindo pelo usuário. Certifique-se de aplicar este fundamento de maneira consistente no app e não apenas para algumas tarefas durante a navegação.

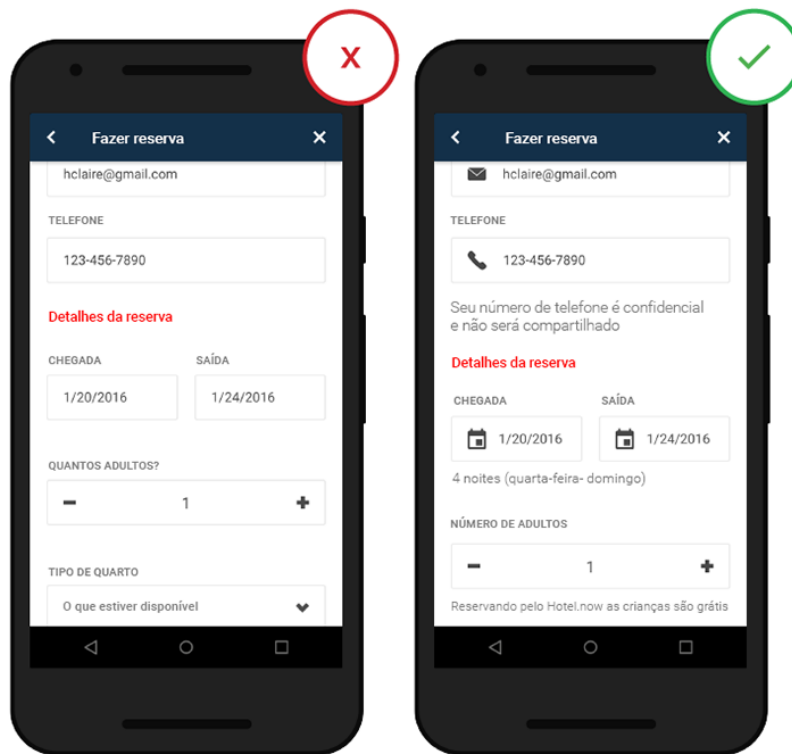


**X** O usuário precisa ativar o teclado numérico para digitar o número do cartão.

**✓** O app apresenta um teclado apropriado para o preenchimento dos campos com dados numéricos.

## 20. Ofereça informações úteis e contextualizadas nos formulários

Ajude o usuário a navegar pelo formulário oferecendo informações relevantes e contextualizadas. Por exemplo, para agendamentos, um calendário para verificar os dias da semana evita que o usuário tenha que sair do aplicativo para abrir o calendário do smartphone. Isso também diminui o risco de o usuário acabar se distraindo com outra tarefa.



**X** Não há nenhuma funcionalidade de entrada de dados para auxiliar o usuário com o preenchimento.

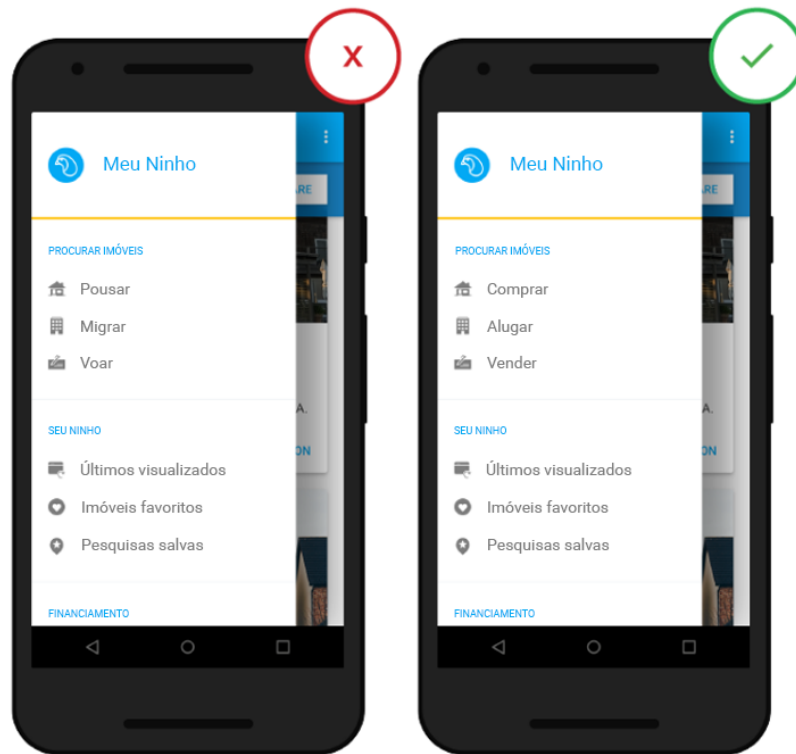
**✓** Há um widget de calendário disponível para o usuário. Além disso, também é oferecida uma breve explicação sobre o preenchimento.

Certas decisões sobre o design do seu aplicativo podem ser fundamentais para garantir uma boa experiência. Use os fundamentos a seguir para criar um app que atenda às necessidades do usuário.

(Continuação do [Capítulo 5: Formulários](#))

## 21. Fale a mesma língua do público

Termos e frases desconhecidas aumentam o esforço mental para o usuário. Chamadas com textos muito específicos da marca, podem deixar o público confuso. Primeiro, ofereça uma comunicação clara e funcional, e só depois preocupe-se em promover seu conceito institucional.

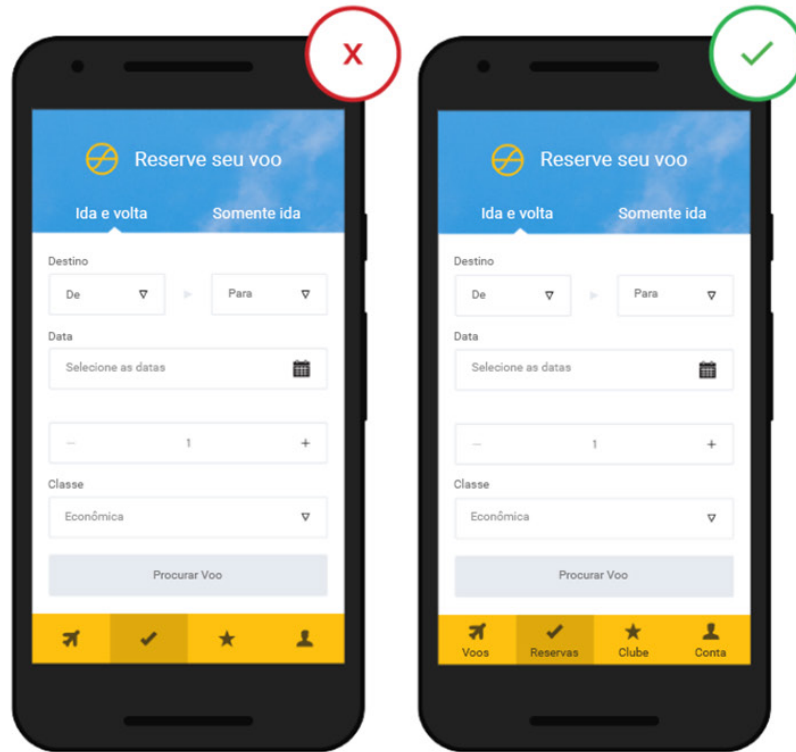


**X** Termos pouco convencionais (como "Pousar", "Migrar" e "Voar") podem confundir os usuários, atrapalhando a compreensão e impossibilitando uma navegação intuitiva.

**✓** Os termos são claros e livres de jargão extravagante e desnecessário.

## 22. Use títulos e dicas visuais para facilitar a compreensão

Toda iconografia precisa de títulos para ser interpretada adequadamente. Em nossa pesquisa descobrimos, por exemplo, que os ícones de menu para carrinho de compras, informações da conta, localização de lojas, filtrar e organizar não são universais e nem sempre são compreendidos por todos os usuários. Ícones acompanhados de títulos têm muito mais chances de serem utilizados, enquanto os sem títulos obrigam o usuário a tentar adivinhar o que eles representam. Certifique-se de usar textos e dicas visuais para evitar confusão e manter os usuários engajados até a conclusão da tarefa.

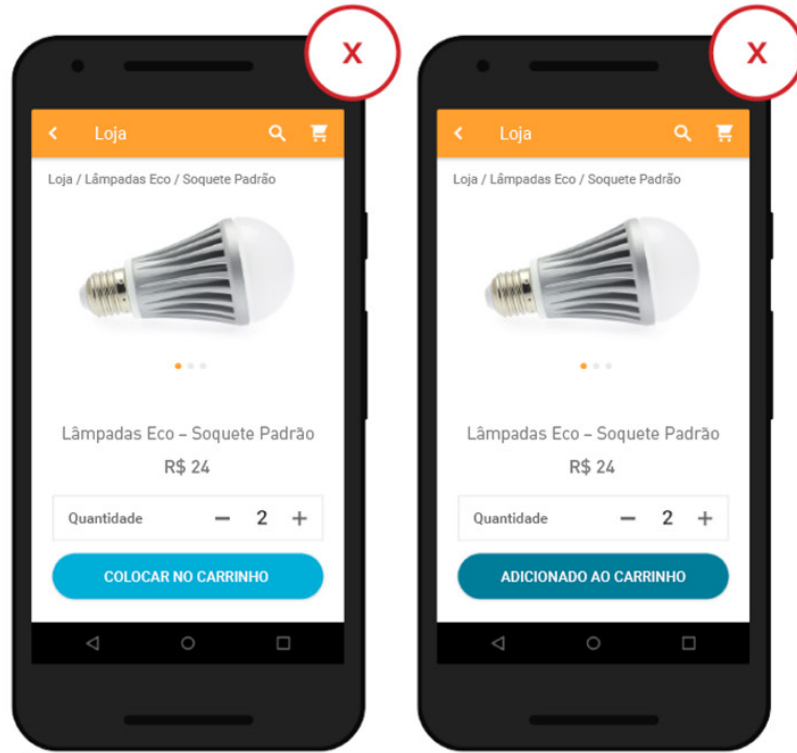


**X** Ícones sem títulos frequentemente não são compreendidos e geram dúvidas.

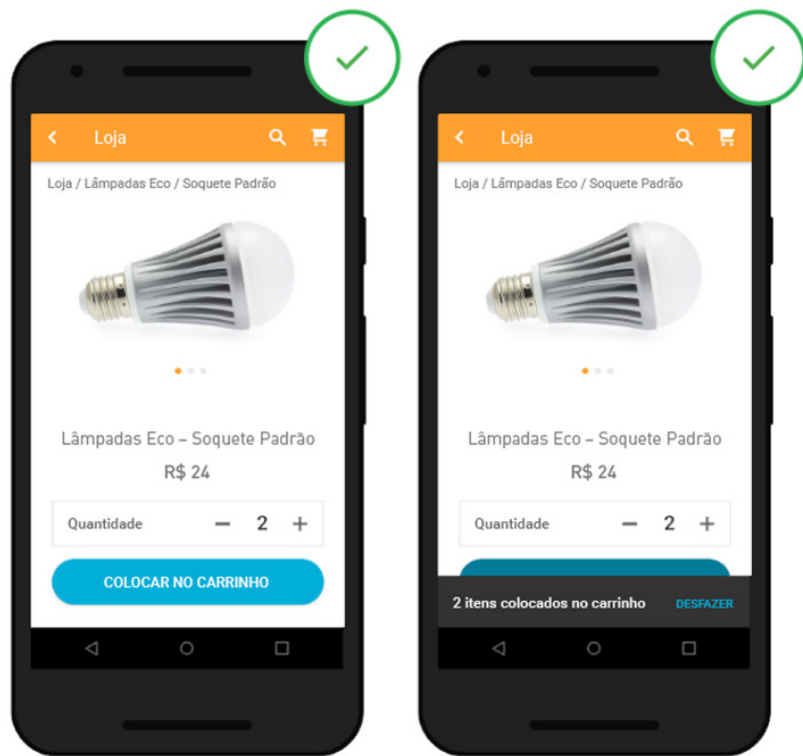
**✓** Ícones acompanhados de títulos garantem que a mensagem seja transmitida rapidamente e que o significado seja compreendido sem enganos.

### 23. Ofereça respostas visuais quando o usuário executar ações importantes

Se não houver uma resposta visual quando o usuário coloca um item no carrinho ou envia um pedido, ele pode ficar em dúvida se a ação foi processada. Aplicativos que mostram uma animação ou qualquer outro tipo de resposta visual eliminam esse questionamento da jornada do usuário.



**X** Não há uma resposta visual quando o usuário coloca o produto no carrinho e isso o deixa em dúvida se a ação foi processada.



- ✓ O usuário recebe uma resposta visual clara - neste caso, uma mensagem pop-up - confirmando que a ação foi processada.

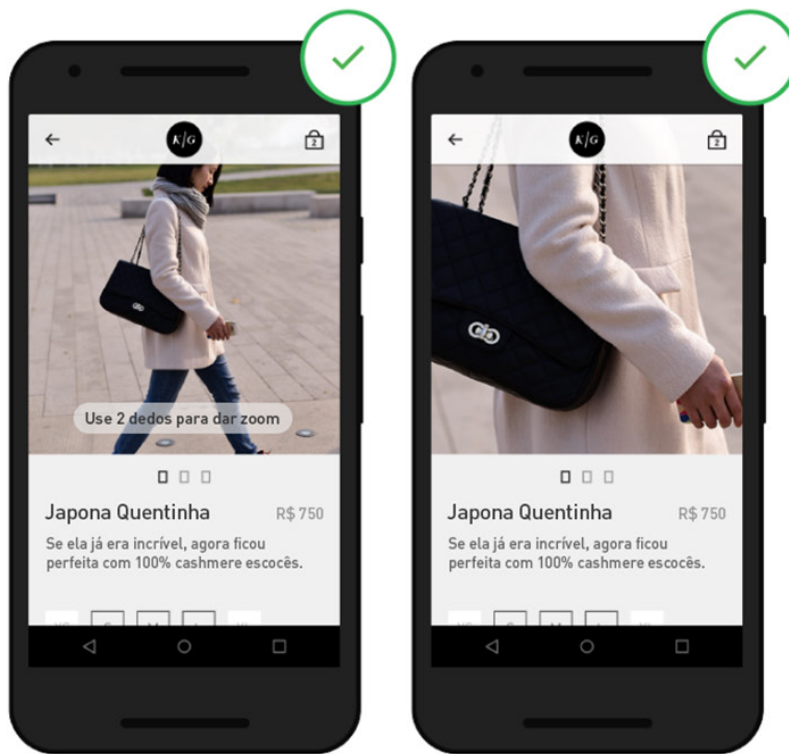
## 24. Permita que o usuário controle o nível de zoom

Os usuários gostam de controlar o nível de zoom quando observam uma imagem e podem ficar frustrados com aplicativos onde a ampliação é predeterminada, especialmente quando o zoom obriga o usuário a olhar um ponto específico do objeto ou remove parte da figura da tela. O ideal é deixar o usuário escolher o que ele quer ver com mais detalhes.



- X** O nível de zoom é limitado e mostra apenas uma área específica, causando frustração.

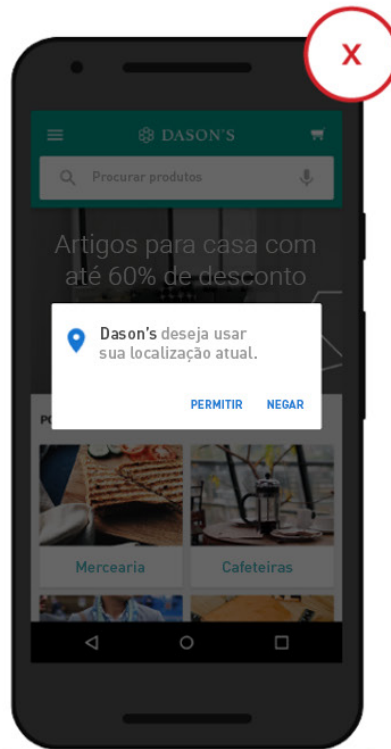




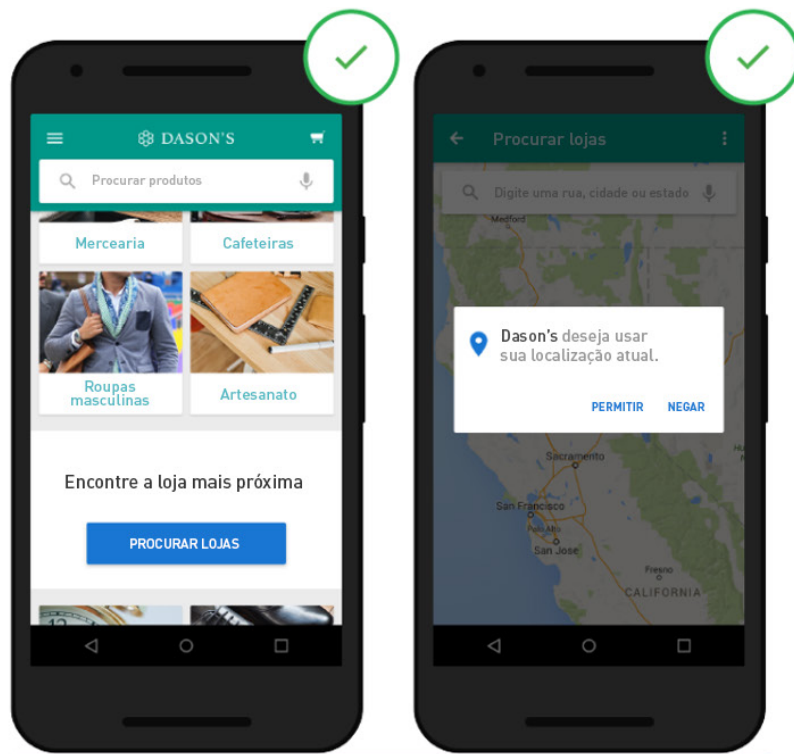
✓ A profundidade e a área do zoom são controlados pelo usuário.

## 25. Contextualize os pedidos de permissão

Os usuários podem acabar empacados se negarem uma permissão fundamental para o funcionamento do app. Para evitar isso, os aplicativos devem solicitar as permissões de forma contextualizada, sempre informando por que o acesso àquela informação é importante. Os usuários estão mais inclinados a liberar o acesso a suas informações se o pedido acontecer no decorrer de uma tarefa.



**X** O pedido de permissão é feito num contexto irrelevante.



- ✓ O pedido de permissão é feito num contexto relevante para a tarefa, quando o usuário busca pela localização da loja.

# Capítulo 7: Ferramentas para começar

Agora que você já conhece os 25 Fundamentos do Design de Apps Mobile, aqui estão algumas ferramentas para ajudá-lo a expandir o seu aplicativo e manter o engajamento dos usuários.

*(Continuação do [Capítulo 6: Usabilidade](#))*

Os [25 Fundamentos do Design de Apps Mobile](#) que apresentamos a você trazem novos insights sobre como aprimorar a experiência do usuário oferecendo uma navegação funcional e intuitiva, buscas in-app, design com foco em comércio e conversões, cadastro e formulários otimizados e boa usabilidade. Recomendamos que você compare a experiência do seu aplicativo atual com cada um dos fundamentos deste guia e priorize as melhorias nos pontos onde encontrar problemas.

Agora que seu aplicativo atingiu o objetivo de oferecer ao usuário uma experiência superior, você está pronto para incrementar seu marketing. É muito importante que sua estratégia acompanhe o ciclo de vida do app. Muito mais que atrair novos usuários, você precisa aumentar sua base de usuários ativos, garantindo que eles continuem usando o aplicativo e compartilhando essa experiência com outras pessoas.

## Criando uma estratégia de sucesso para seu app:

Confira, a seguir, algumas ferramentas que podem ajudá-lo a criar uma estratégia de sucesso que acompanhe todo o ciclo de vida de seu aplicativo:

1. Aumente a visibilidade do seu app e o número de downloads implementando uma estratégia para as instalações. Leia sobre como o Google pode ajudá-lo a estimular o crescimento do seu aplicativo no nosso [Guia de Práticas Recomendadas](#).
2. Atraia, dê boas-vindas e envolva os usuários usando sempre [mensagens](#) simples e confiáveis, não importa se eles usam Android, iOS ou Chrome.
3. Lembre-se de criar uma estratégia de engajamento para os usuários continuarem voltando. Você pode envolver os usuários usando ferramentas específicas como [deep links](#) e [campanhas de publicidade](#).
4. Amplie sua base por meio de indicações dos usuários com o [Google App Invites](#).

### *Links:*

Guia de Práticas Recomendadas

<https://support.google.com/adwords/answer/6167162?hl=pt-br>

Mensagem

<https://developers.google.com/cloud-messaging/> (não tem em pt)

Deep links:

<https://firebase.google.com/docs/app-indexing/>

Campanhas de publicidade

[https://support.google.com/adwords/answer/6167164?hl=pt-br&ref\\_topic=6059961](https://support.google.com/adwords/answer/6167164?hl=pt-br&ref_topic=6059961)

Google App Invites:

<https://firebase.google.com/docs/invites/>