



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

IURY DE FRANÇA TORRES SANTOS

**REDESIGN DE INTERFACES PARA A PLATAFORMA STEAM ATRAVÉS DE
PRÁTICAS DE DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO, USABILIDADE E
EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO**

Caruaru
2022

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN**

MEMORIAL DESCRITIVO DE PROJETO

**REDESIGN DE INTERFACES PARA A PLATAFORMA STEAM ATRAVÉS DE
PRÁTICAS DE DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO, USABILIDADE E
EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO**

IURY DE FRANÇA TORRES SANTOS¹

**CARUARU
2022**

¹ Graduando em Design pela UFPE. E-mail: iury.santos@ufpe.br

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Santos, Iury de França Torres.

Redesign de Interfaces para a plataforma Steam através de práticas de Design Centrado no Usuário, Usabilidade e Experiência do Usuário / Iury de França Torres Santos. - Caruaru, 2022.

107 : il.

Orientador(a): Fábio Caparica de Luna

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2022.

Inclui referências, apêndices.

1. Redesign. 2. Interfaces. 3. Usabilidade. 4. Steam. 5. E-commerce. I. Luna, Fábio Caparica de. (Orientação). II. Título.

600 CDD (22.ed.)

AGRADECIMENTOS

Este trabalho, concretizado pelo tempo, conhecimento, pesquisa e prática - tão essenciais e necessários à formação cidadã, social e educacional - encerra mais um ciclo na minha jornada da vida. Dele, novos horizontes e desafios surgem, assim como chances de lembrar dos que me acompanharam ao longo de tudo.

Primeiramente, agradeço à minha família, que, perto ou longe, sempre esteve ao meu lado incentivando, aconselhando, orientando, repreendendo, acreditando e me concedendo a melhor estrutura possível desde sempre. Em especial, agradeço à minha mãe Márcia Maria de França por ser o pilar central da minha vida e minha melhor amiga, a meus irmãos mais velhos por serem parceiros, confidentes e “patrões” importantes, e ao meu pai Ubiracy José Torres Santos, com quem sempre posso contar, mesmo que fisicamente distante. Sem todos estes, eu talvez não seria a pessoa que sou hoje, muito menos o designer que almejo ser.

Mesmo não sendo religioso, agradeço também àquele ou àquela que chamamos ou vislumbramos como Deus, por me conceder o privilégio de lugar, tempo e família certos e pela chance diária de, mesmo errando, viver mais um dia. Também agradeço aos meus acertos e erros, por me ajudarem, de pouquinho em pouquinho, a construir a melhor versão de mim mesmo.

Agradeço pela oportunidade de estudar em uma Universidade Pública, plural, democrática, com ensino de qualidade, transformadora e gratuita, que expandiu minha visão de mundo, me fez conhecer outras realidades, crenças e visões de mundo, além de me fazer reconhecer que parte do que eu conquistei e vivo são parte de privilégios de uma realidade que deveria agraciar a todos e todas.

Agradeço aos meus professores e mestres, todos eles, não só pelo ensinarem o conhecimento e prática, mas também pela formação cívica, social e humana que tive para além de casa. São pessoas que admiro e respeito, e sem eles, crescimento, mudança, evolução e reflexão seriam meras utopias, e espero viver para ver o dia em que a profissão será respeitada e reconhecida como deveria ser. Em especial, dirijo agradecimentos a professores tanto da Educação Básica como da Superior. Aos professores Veridiano Santos, Luciano Santos, a quem considero um grande amigo, e Daniel Silva, de Ciências Humanas, agradeço pela formação filosófica e sociológica e pela compreensão do que se é “ser Humano” e de que nossa sociedade poderia ser muito mais e melhor para todos. No âmbito Superior,

agradeço à professora Verônica Campos, pela abertura de horizontes sobre o pensamento de Design e por ser meu maior suporte para questões burocráticas durante a pandemia, e ao professor Fábio Caparica, que além de supervisor e orientador, foi essencial suporte dentro e fora da sala de aula, fora a paciência de santo que teve com meus deslizes e atrasos.

Por fim, agradeço aos meus amigos, pessoas de várias origens, com vidas e pensamentos mais que diversos, e com quem já tive a satisfação de compartilhar conversas, desabafos, risos, choros, “crushes”, horas e horas de jogos, e sabe-se lá quantos hambúrgueres, pizzas e refrigerantes. Sem eles, a vida seria menos divertida e significativa. Em especial, quero agradecer a Thaysa Nogueira, por ser a prova viva de que mesmo a distância e a rotina não conseguem romper uma amizade duradoura, e a Gustavo Oliveira, amigo e colega de profissão, com quem compartilho inúmeros hobbies, e por não cansar de dizer que se não fosse minha camisa de Grand Chase a gente não se conheceria.

RESUMO

Trabalho de conclusão do curso de graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, este projeto se propôs a realizar o redesign das principais interfaces do e-commerce de jogos eletrônicos Steam e aprimorando pesquisa, busca, navegação e uso por novos botões, ícones, menus e telas, além ajustes em layouts, permitindo compras mais ágeis com menos esforço. É uma proposta de atualização de plataformas de e-commerce para jogos de cunho mercadológico, que pode ser adotado pela própria Steam ou suas concorrentes, visto que o projeto foi feito com base na análise de soluções destas. O desenvolvimento foi feito conforme a metodologia aprendida na disciplina de Interação Humano-Computador do curso, que organiza as etapas projetuais em quatro etapas iterativas: Exploração e Entendimento do Problema, Geração de Alternativas, Refino e Testes, e, por último, Implementação. O resultado foi concretizado em um protótipo digital desenvolvido na ferramenta Adobe XD, que pode ser visto e testado via computadores e notebooks, cujo link está disponível no texto, assim como vídeos explicativos e o teste oficial proposto. Por questões técnicas e de tempo, o protótipo não possui interatividade plena, mas representa de forma precisa as soluções implementadas, sem sugestões não abordadas. Todo o processo foi registrado por documentos, formulários, fotografias e vídeos, para demonstrar todo o passo-a-passo e comprovar a participação constante dos usuários em todo o projeto. Esperamos que as soluções aqui propostas possam ser um incentivo para profissionais do design gráfico à exploração e desenvolvimento de projetos de design de interfaces.

Palavras-chave: Redesign; Interfaces; Usabilidade; Steam; Jogos; E-commerce.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	4 etapas projetuais e técnicas aplicadas	14
Figura 2 –	Tela inicial e de informar idade Steam	15
Figura 3 –	Página da loja e Carrinho Steam	16
Figura 4 –	Interface da Epic Games Store	20
Figura 5 –	Interface GOG.com	21
Figura 6 –	Interface Origin Store	22
Figura 7 –	Interface Playstation Store	23
Figura 8 –	Interface Microsoft Store (Xbox)	24
Figura 9 –	Interface Nintendo eShop	25
Figura 10 –	Palavras e frases-chave do Card Sorting	27
Figura 11 –	Resultados Card Sorting (Grupo 1)	28
Figura 12 –	Resultados Card Sorting (Grupo 2)	29
Figura 13 –	Resultados Card Sorting (Grupo 3)	30
Figura 14 –	Resultados Card Sorting (Grupo 4)	31
Figura 15 –	Esboço do diagrama de navegação para compra do redesign	33
Figura 16 –	Esboço do diagrama de navegação do carrinho do redesign	34
Figura 17 –	Diagrama integrado de navegação e compra do redesign	35
Figura 18 –	Esboço do layout da página inicial (redesign)	37
Figura 19 –	Esboço do layout dos Mais Vendidos (redesign)	38
Figura 20 –	Esboço Layout dos filtros na página de Categorias (redesign)	39
Figura 21 –	Esboço do layout da Página do Jogo (redesign)	40
Figura 22 –	Esboço do layout da Página do Carrinho (redesign)	41
Figura 23 –	Esboços da iconografia do projeto 1	43
Figura 24 –	Esboços da iconografia do projeto 2	44
Figura 25 –	Ícones, botões vetorizados e paleta de cores da Steam (redesign)	45
Figura 26 –	Comparação entre a tela inicial atual e do Redesign	46
Figura 27 –	Comparativo entre os Mais Vendidos atual e do Redesign	47
Figura 28 –	Comparativo entre a Pesquisa por Filtros atual e do Redesign	48
Figura 29 –	Comparativo entre a Página do Jogo atual e do Redesign	49
Figura 30 –	Comparativo entre a Página do Carrinho atual e do Redesign	50
Figura 31 –	Comparativo entre a Lista de Desejos atual e do Redesign	51
Figura 32 –	Comparativo entre o Descobrimento atual e do Redesign	52

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	PROJETO.....	11
2.1	METODOLOGIA.....	11
2.1.1	As 4 Etapas do Design.....	12
2.1.1.1	Exploração e Entendimento do Problema.....	12
2.1.1.2	Geração de Alternativas.....	12
2.1.1.3	Refino e Testes.....	13
2.1.1.4	Implementação.....	13
2.2	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL.....	13
2.2.1	Exploração e Entendimento do Problema.....	14
2.2.1.1	Análise da Tarefa.....	14
2.2.1.2	Questionários de Uso.....	17
2.2.1.3	Análise de Concorrentes.....	19
2.2.1.3.1	Concorrentes Diretos.....	19
2.2.1.3.1.1	<i>Epic Games Store.....</i>	<i>20</i>
2.2.1.3.1.2	<i>GOG.com.....</i>	<i>21</i>
2.2.1.3.1.3	<i>Origin.....</i>	<i>22</i>
2.2.1.3.2	Concorrentes Indiretos.....	22
2.2.1.3.2.1	<i>Playstation Store.....</i>	<i>23</i>
2.2.1.3.2.2	<i>Microsoft Store.....</i>	<i>24</i>
2.2.1.3.2.3	<i>Nintendo eShop.....</i>	<i>25</i>
2.2.1.4	Especificação de Requisitos.....	25
2.2.2	Geração de Alternativas.....	26
2.2.2.1	Card Sorting.....	26
2.2.2.2	Diagramas.....	32
2.2.2.3	Protótipos em Papel (Baixa Fidelidade).....	36
2.2.3	Refino e Testes - Validação do Protótipo.....	41
2.2.4	Implementação.....	42

2.2.4.1	Protótipo de Alta Fidelidade (Adobe XD).....	42
2.2.4.1.1	<i>Elementos Gráficos (Ícones, Painéis e Janelas).....</i>	43
2.2.4.1.2	<i>Interface de Usuário.....</i>	45
2.2.4.2	Testes de Usabilidade com Questionário de Uso.....	53
3	CONCLUSÕES.....	55
	REFERÊNCIAS.....	57
	APÊNDICE A – DADOS DO QUESTIONÁRIO 1.....	58
	APÊNDICE B – MENUS, JANELAS E MENSAGENS DO PROTÓTIPO.....	79
	APÊNDICE C – DADOS DO QUESTIONÁRIO 2.....	94

1 INTRODUÇÃO

Este projeto é resultante do nosso interesse em jogos eletrônicos, meios de entretenimento com uma história de quase 70 anos de evolução como produto de tecnologias de computação e grande forma de lazer com relevantes impactos culturais, sociais e mercadológicos. Prova disto é que, segundo o centro de pesquisa Newzoo, até o fim de 2023 o setor irá faturar 200 bilhões de dólares, marca histórica.

Ao longo dos anos, os jogos passaram pelos *mainframes* universitários dos anos 1950-60, pelas máquinas arcade (nos anos 1970), pelos primeiros consoles domésticos e portáteis (anos 1970 e 1990) e os próprios computadores domésticos, até chegar aos smartphones de uso comum atualmente. Tal processo se refletiu até em seus meios de armazenamento, que saíram dos computadores dedicados de arcades para fitas semelhantes aos cassetes, cartuchos (popularmente chamados de fita no Brasil), CDs (mais baratos e com maior armazenamento) e DVDs, estes últimos ainda presentes no mercado. Com a expansão e popularização da internet, além de poder jogar de qualquer lugar, tornou-se possível comprar e armazenar jogos não só fisicamente, mas também digitalmente por cópias digitais, com a vantagem de poderem ser baixadas em qualquer lugar a qualquer momento.

Tal comodidade motivou várias empresas do ramo sistemas de e-commerce próprios, com produtos variados, promoções periódicas, jogos exclusivos, fomento a jogos independentes, planos de assinatura, etc. Uma das mais populares e competitivas é a Steam, da Valve Corporation, que integra em um só sistema um poderoso *e-commerce* e uma rede social para jogadores. Além do extenso catálogo de jogos, é referência por promoções sazonais, com descontos até para lançamentos. Em 2021, a empresa faturou cerca de 6,6 bilhões de dólares brutos, valor que em muito supera receitas anuais anteriores, como 4,7 bilhões em 2017. Sua relevância é tanta que é uma das poucas plataformas digitais para as quais são desenvolvidos jogos em paralelo às versões de console e a principal na qual são lançadas versões para computador de jogos exclusivos de console. Contudo, quanto à experiência do usuário, o processo de navegação e compra, ainda no mesmo molde por muitos anos, tornam o sistema “datado”. Ao comprar alguns jogos na Promoção de Verão da Steam, em 2021, pude notar ao montar o carrinho com itens, alguns que eu até conhecia, que as ações eram repetitivas e exigiam vários

redirecionamentos de tela, o que se constitui em um processo maçante e cansativo que possibilita a concorrentes, atentos a prover uma melhor experiência, possam se destacar perante à Steam perante os usuários.

Assim, visando aprimorar a experiência de uso e modernizar o sistema, desenvolvi um redesign de interfaces com foco não só na redução do número de ações mas introduzindo soluções aos anseios e desejos dos próprios usuários. Segundo Garrett (2011, p.114), interfaces bem sucedidas são aquelas em que os usuários são capazes de notar o que é importante quase que imediatamente, enquanto o não importante é ignorado ou nem está presente. Um bom design de interfaces precisa ser simples, conter o essencial para conclusão a tarefa, compreensível, onde o relevante é facilmente notado, e de fácil uso. Para desenvolver uma boa interface, além destas características, são necessárias boas práticas capazes de oferecer soluções que vão além do visual, tátil e sonoro. Este projeto aborda três dentro do Design: o Design Centrado no Usuário (DCU), a Usabilidade e a Experiência do Usuário (UX).

Segundo Lowdermilk (2013, p. 31), o DCU é como “uma metodologia adotada por desenvolvedores de software e designers para garantir que estejam criando projetos que atendam às necessidades do usuário.” Ele ainda diz que o DCU não é subjetivo, sendo embasado por dados e estudos para tomada de decisão, envolve muito mais que qualidade estética e garante que os profissionais foquem no necessário: apresentar soluções tecnológicas adequadas aos anseios do usuário.

A Usabilidade, de acordo com a norma ISO 9241 (International Standards Organization), adaptada para o contexto brasileiro pela NBR 9241 (Norma Brasileira) se define como o grau em que um produto é usado pelo usuário para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto de uso específico. A eficácia se relaciona à de alcançar objetivos conforme o esperado, a eficiência aos resultados obtidos aos recursos empregados (materiais, tempo e mão-de-obra em relação a agilidade, precisão e esforço), e a satisfação à experiência do usuário no uso do sistema no contexto para o qual foi projetado, avaliando percepções do usuário com funcionalidades, feedback, estética, etc.

A junção destes princípios de DCU e Usabilidade permite que o projetista possa prover uma experiência satisfatória ao usuário. Garrett (2011, p. 6, tradução nossa) define a experiência do usuário como “a experiência que o produto cria para as pessoas que o usam no mundo real.” Ele explica que não se trata do

funcionamento interno de um produto ou serviço, mas de como o produto funciona no exterior, onde uma pessoa entra em contato com ele, é questioná-la como é usar um produto ou serviço. Quanto melhor for sua experiência, maior será sua satisfação, o que valida as estratégias usadas no desenvolvimento e incentiva o usuário a retornar ao serviço ou o tornar-se usuário contínuo, fidelizando-o.

Este projeto foi desenvolvido mediante a metodologia projetual vista na disciplina de Interação Humano-Computador (IHC) do professor Fábio Caparica de Luna no curso de Design da UFPE-CAA, que organiza o desenvolvimento do projeto em 4 etapas iterativas interdependentes essenciais para coleta, análise e processamento de dados, além das tomadas de decisão. Isto permitiu revisões relevantes no projeto quanto a prazo, viabilidade e escopo condizente com um trabalho de conclusão de curso. O resultado foi concretizado em um protótipo testável no software Adobe XD, com claras limitações mas fiel ao objetivo do projeto.

É importante salientar que ainda não foi desenvolvida, até a finalização do projeto e deste documento, fora conceitos, uma proposta que aborde as diversas interfaces aqui trabalhadas, assim como protótipos testáveis, o que permite que este projeto tenha importância mercadológica tanto para a Steam e suas concorrentes. Além disso, é uma boa contribuição para o design de interfaces e usabilidade dentro do contexto de e-commerce, visto que apresenta soluções capazes de melhorar a experiência do usuário com comodidade, conforto no uso e melhor adequação de sistemas atuais a práticas contemporâneas.

2 PROJETO

2.1 Metodologia

Para desenvolver o redesign, como dito anteriormente, foi necessária a junção de conhecimentos vistos na graduação de Design com a abordagem projetual da disciplina de IHC do professor Fábio Caparica. Sobre a abordagem, ela, que não possui um nome formal, é baseada em estudos de metodologias tradicionais de design, com caráter generalista e flexibilidade de uso em projetos de quaisquer ênfases do Design. Ela também estabelece 4 etapas ou fases distintas, interdependentes, sequenciadas e iterativas (que podem ser retomadas para melhorias, correções ou novos caminhos), para organizar as tomadas de decisão.

Estas 4 etapas são: Exploração e Entendimento do Problema; Geração de Alternativas; Testes e Refino; e, por fim, a Implementação da Solução. A cada uma delas é apresentado um conjunto de técnicas para coleta e processamento de dados. Além de organizar o processo criativo e proposição de técnicas, a metodologia possibilita extrair o melhor resultado em relação ao objetivo pretendido enquanto evita o consumo não útil de tempo.

2.1.1 As 4 Etapas do Design

É importante lembrar que elas são iterativas, permitindo a retomada de passos anteriores para revisões, correções ou novos direcionamentos, algo comum a etapas como a Geração de Alternativas e de Testes e Refino.

2.1.1.1 Exploração e Entendimento do Problema

É destinada a compreender precisamente o problema de design a se solucionar, o que implica estar ciente do contexto geral e especificidades a abordar.

Perguntas como “Quem é o usuário/cliente?”, “Qual(is) o(s) seu(s) objetivo(s)?”, “O que eles precisam?”, “Quais seus anseios, necessidades e limitações?”, “E o prazo?”, “Qual o orçamento?”, “Que solução já existe?”, “O que os concorrentes estão fazendo?” são parte dos questionamentos levantados nesta etapa. Para cada uma delas existe pelo menos uma técnica que pode ser usada para encontrar a resposta. Questionários, entrevistas, personas, especificação de requisitos são algumas das ferramentas adequadas para esta etapa.

2.1.1.2 Geração de Alternativas

Coletados e processados os dados, pode-se “pôr a mão na massa”. Aqui serão propostas soluções, condicionadas à qualidade dos dados obtidos, e que poderão ser, ou não, definitivas. É importante gerar o maior número de soluções diferentes para posterior seleção do melhor conteúdo útil ao projeto. Ferramentas como Brainstorming, Storyboards, Cenários de Uso são algumas das que podem ser aplicadas nesta etapa.

2.1.1.3 Refino e Testes

Definidas as melhores e mais viáveis soluções, elas são submetidas a testes para provar validade ou identificar correções, permitindo o uso de materiais e recursos mais baratos. Os testes são diversos, de acordo com projeto: desempenho, usabilidade, conforto, entre muitos outros. Validadas as soluções, estas serão refinadas, processo que deve estar bem embasado nos dados obtidos. Prototipagem de Baixa Complexidade, Maquetes, Testes de Usabilidade, Avaliação Heurística e Prototipagem Rápida são algumas das ferramentas desta etapa, admitindo também técnicas de etapas anteriores para melhor coleta de dados e *feedback*.

2.1.1.4 Implementação

Refinadas as soluções escolhidas, pode-se, enfim, implementá-las ao artefato em duas fases essenciais: produção e acompanhamento. O acompanhamento é essencial para artefatos digitais (websites, jogos, aplicativos), visto que estes tendem a passar por desenvolvimento contínuo. Esta etapa possui caráter tanto técnico como comercial, visto que há a observação da produção assim como as estratégias de venda como lançamento, marketing e feedback do consumidor.

2.2 Desenvolvimento Projetual

Definida a metodologia, foram iniciadas as pesquisas e análises do projeto. A figura a seguir representa graficamente as etapas e ferramentas usadas.

Figura 1: 4 etapas projetuais e técnicas aplicadas



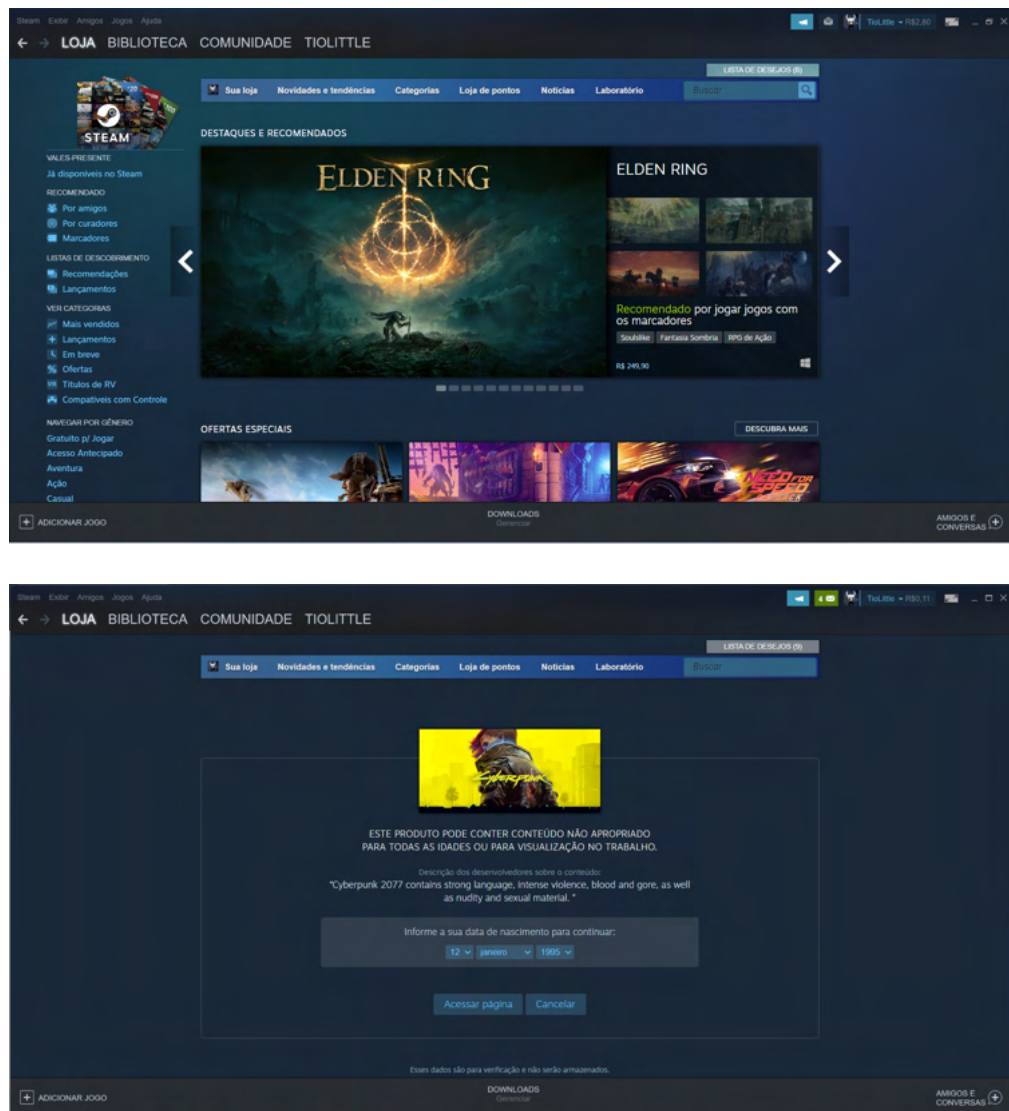
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

2.2.1 Exploração e Entendimento do Problema

2.2.1.1 Análise da Tarefa

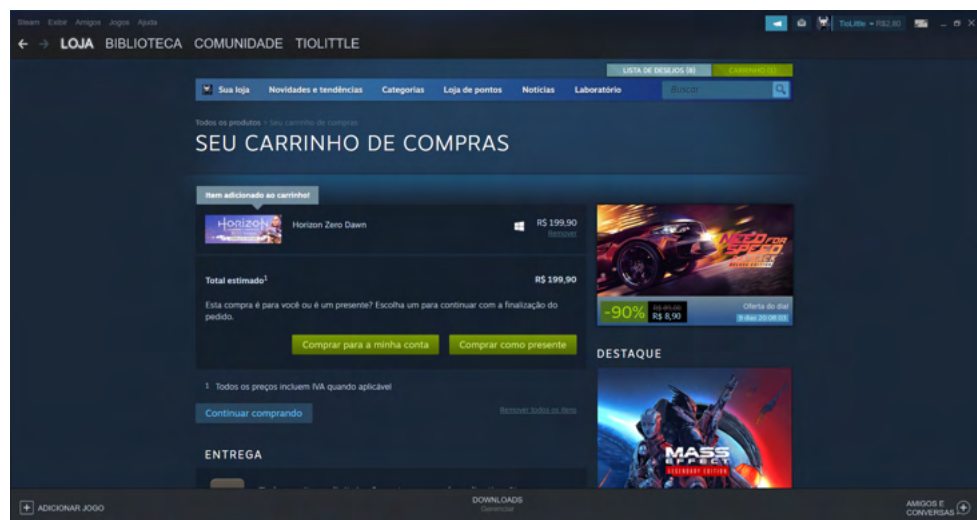
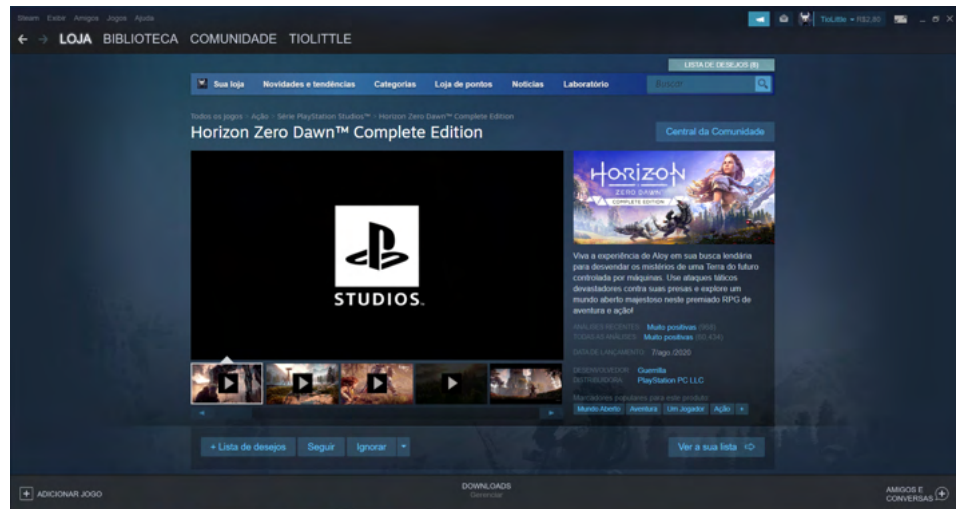
O primeiro passo foi definir um escopo do projeto adequado a um trabalho de conclusão. Assim, as principais telas da loja foram definidas como objeto de abordagem, com a Análise da Tarefa sendo a ferramenta inicial do processo criativo. A Análise da Tarefa consiste em estabelecer um objetivo a ser alcançado e identificar seu conjunto sequencial de ações necessárias que, então, é dividido em conjuntos menores correspondentes a subtarefas para melhor organização. Foram determinadas três compras para descrição do processo: a compra padrão (de um só item) e as demais de múltiplos itens. Destas duas, uma é de jogos diferentes e outra é a de um jogo mais conteúdos adicionais (DLCs), sem pacotes e versões “deluxe”.

Figura 2: Tela inicial e de informar idade Steam



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

Figura 3: Página da loja e Carrinho Steam



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

Para um só item, o processo é padrão para Web, que exige que o usuário pesquise e selecione um item, visite sua página, encontre o botão de inserir no carrinho e o clique, vá ao carrinho e finalize a compra e siga para o pagamento. Se o jogo possui restrição de idade, exige-se a confirmação de idade. Para mais de um jogo o processo é idêntico só que ao selecionar “continuar comprando”, o usuário volta à tela inicial da loja e, de lá, deverá repetir o processo.

E para um jogo e DLCs é o mesmo, com cada item adicional, tendo sua própria página e botão de adicionar ao carrinho. Em suma, para todo procedimento, o usuário passa por três telas obrigatórias, com uma quarta eventual: página inicial,

tela de confirmação de idade, página do jogo ou DLC e página do carrinho (checkout) ao adicionar qualquer item.

Pudemos notar que isto ignora a familiaridade do usuário com o sistema, suas informações no cadastro da conta (exigindo confirmação de idade), conhecimento do item de interesse e pouca customização de compra com menos esforço.

2.2.1.2 Questionários de Uso

Como este projeto trata de um serviço já existente, em pleno funcionamento e com extenso público, a ferramenta nesta etapa é fundamental para confirmar a existência do problema, detectar questões pertinentes não percebidas e corrigir percepções equivocadas. O questionário possui caráter qualitativo e quantitativo, onde foram utilizadas escalas de Likert e pedidas respostas escritas. Os valores da escala, de 1 a 5 (respectivamente), correspondem a estas percepções: Discordo Plenamente, Discordo, Neutro, Concordo, Concordo Plenamente. O questionário foi feito no Google Forms para submissão e respondido remotamente pelos usuários.

As tarefas para teste pelos usuários foram os 3 principais meios de compra: seleção direta na página inicial; pesquisa por Categorias e Filtros; e pesquisa direta pela Caixa de Busca, que é o meio principal de compra. Ao mesmo tempo, para cada um desses meios foi estabelecida uma das compras da etapa anterior para analisar a personalização da compra. Os Vídeos-guia gravados (sem som) e disponibilizados como apoio podem ser vistos abaixo.

Vídeo 1 - Guia para compra de um só jogo por seleção direta (Página Inicial)

https://www.youtube.com/watch?v=0Xnbo1OEGzY&ab_channel=luryFran%C3%A7a

Vídeo 2 - Guia para compra de mais de um jogo por (Categorias e Filtros)

https://www.youtube.com/watch?v=KOoL3INvilM&ab_channel=luryFran%C3%A7a

Vídeo 3 - Guia para compra de jogo mais suas DLCs (Busca Direta)

https://www.youtube.com/watch?v=9CHygBmiJbk&ab_channel=luryFran%C3%A7a

O questionário foi revisado junto a 3 usuários para ajustar as escalas e as questões, e posteriormente submetido a 14 usuários, dentre estudantes da UFPE e

membros de uma comunidade de jogos no Discord, por um período de 3 dias. Os resultados podem ser consultados no **Apêndice A**.

A maioria dos participantes possui mais 26 anos de idade, com carreiras profissionais diversas e, em sua maioria, terem facilidade com interfaces digitais. Também foi constatado que todos os participantes usam a Steam, ao mesmo tempo que usam concorrentes, sendo a Epic Games Store a segunda mais usada, e que a maioria deles (com exceção de 2) comprou mais de um item ocasionalmente.

A compra única pela Página Inicial é percebida como o método mais simples e direto de compra, com ênfase na disposição dos preços e promoções. As ressalvas existentes são sobre a disposição de informações na tela inicial, menor destaque às preferências do usuário, informar data de nascimento para jogos para mais de 16-18 anos em outra tela, e o redirecionamento constante nas páginas.

A compra de mais jogos pela página de Categorias e Filtros é vista positivamente com ressalvas sobre a comodidade, ressaltando a necessidade de estar familiarizado com a ferramenta para usar, assim como o número de ações (cliques) requeridos, disposição dos itens, categorias e filtros na interface, e da necessidade de maior contraste sobre informações e ícones.

A compra de um jogo mais DLCs através da Busca Direta foi a que mais dividiu opiniões, com ressalvas em torno da disposição e melhor descrição das DLCs por questão de ambiguidade, os redirecionamentos e o processo ser cansativo. Houve comentários sobre criar uma barra de pesquisa dedicada para DLCs e melhoria de autocorreção de escrita para o caso de erro de digitação.

Quanto às considerações pontuais exigidas, em suma, as ressalvas predominaram sobre os redirecionamentos no sistema a disposição de informações de jogos e DLCs e a pouca intuitividade da interface, principalmente para novos usuários. Sobre as interfaces, a percepção é majoritariamente positiva, com melhorias possíveis sendo por um visual simplificado, além de aprimorar os pagamentos no carrinho. E sobre o Carrinho da loja, simplificar para um ou dois cliques no lugar de redirecionar, melhor descrição das informações na tela, melhor contraste para a opção de “Continuar comprando” e melhor visibilidade das opções de pagamento, além de melhor separação de compras “para si” ou “para presente”.

Na página extra de feedback e sugestões para o projeto, de maneira geral, o questionário foi recebido de forma positiva pelos usuários, com a ressalva de inserir áudio nos vídeos de compra, para facilitar o entendimento do processo.

2.2.1.3 Análise de Concorrentes

Esta ferramenta compreende a análise de artefatos e serviços de empresas concorrentes para identificar seus pontos fortes e fracos e quais seus diferenciais relevantes, para compreender o que pode levar o usuário a ter preferência por eles.

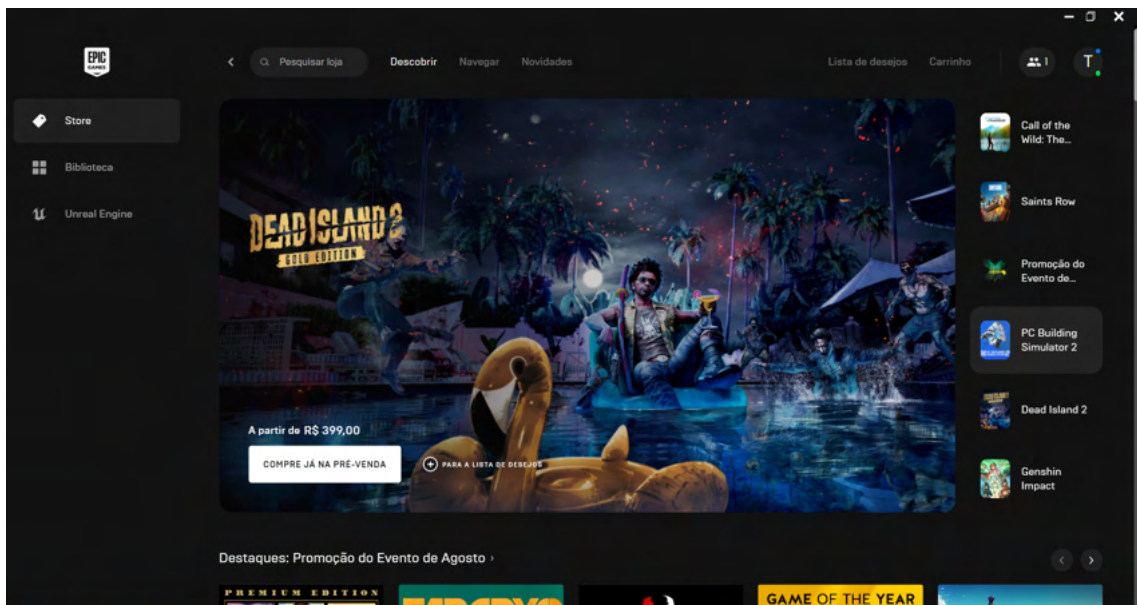
2.2.1.3.1 Concorrentes Diretos

São serviços que atuam no mesmo nicho com abordagens semelhantes de navegação, sistema em que podem ser usados e fluxo de ações. A Steam, tradicionalmente para computadores, possui alguns concorrentes pertinentes.

2.2.1.3.1.1 Epic Games Store

O concorrente mais “jovem”, foi lançado em Dezembro de 2018, com uma das suas estratégias desde o início sendo oferecer jogos grátis e cupons de desconto para usuários, além de se tornar o principal meio de compra dos jogos desenvolvidos pela própria Epic Games. A Epic Games Store inclui, além da própria loja e catálogo, funcionalidades como lista de amigos e matchmaking.

Figura 4: Interface da Epic Games Store



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

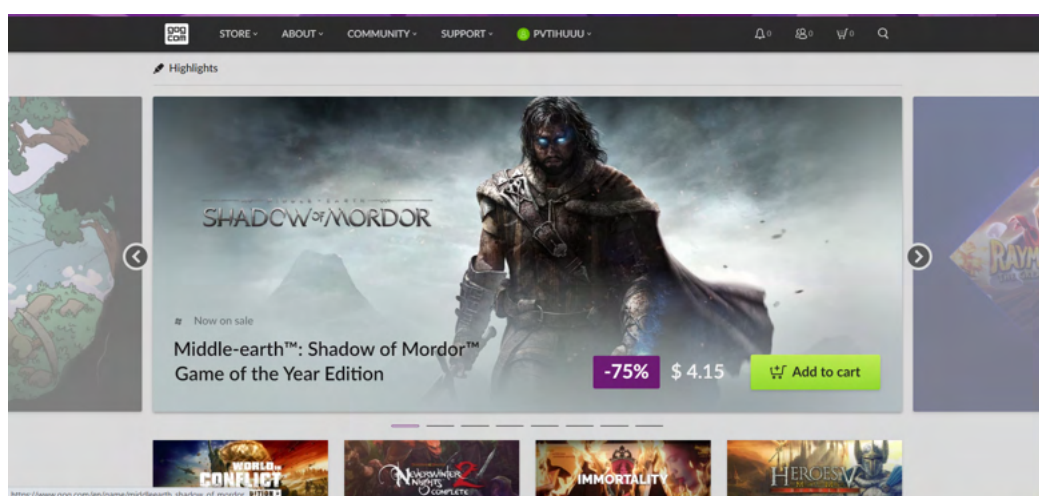
Pôde-se constatar que:

- Possui visual minimalista em todas as telas;
- Exibe apenas a capa do jogo, seu nome, tipo e preços;
- Em “Navegar”, os filtros ficam fixos à direita, sem acompanhar a rolagem da página, e não atualizam a página inteira após seleção;
- Ir à página do jogo para comprar, mas adicionar ao carrinho não muda tela;
- Conteúdo extra só se compra em pacotes ou colocando um a um ao carrinho;
- A página do carrinho só permite remoção de itens e fechamento de compra.

2.2.1.3.1.2 GOG.com

Subsidiária da desenvolvedora CD Projekt Red, a GOG é uma plataforma de distribuição digital de jogos e filmes fundada em 2008 e conhecida por seu catálogo de jogos antigos e por oferecê-los livres de DRM (Administração de Direitos Digitais), ou seja, sem um outro sistema funcionando em segundo plano. A empresa busca estabelecer uma boa relação com o usuário através de um suporte robusto, opções de reembolso, respeito à compra e dinheiro investido.

Figura 5: Interface GOG.com



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

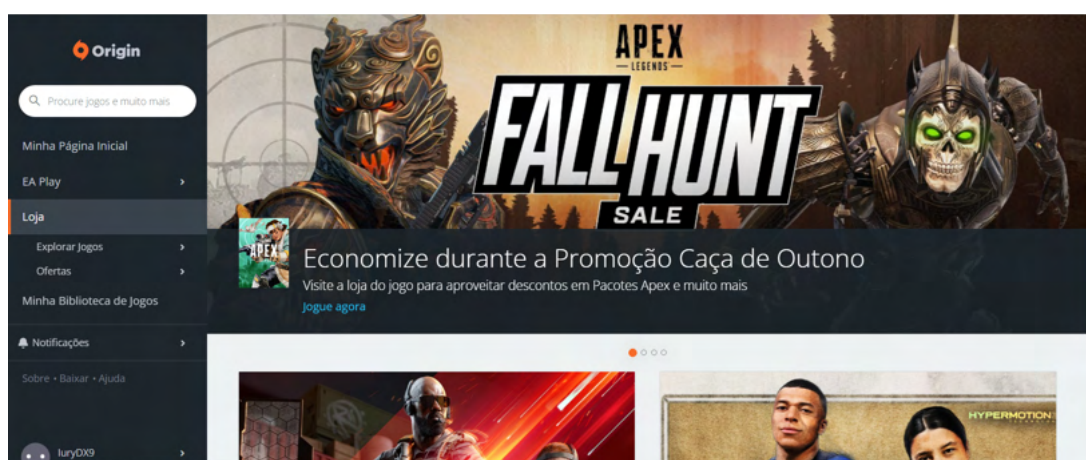
Foi possível constatar que:

- O fluxo é simples, onde toda representação de jogo possui botão de compra;
- Os jogos não exibem informações extras previews;
- Não atualiza página ao usar filtros, além destes possuírem rolagem própria;
- Versão Web permite visualizar e editar o carrinho através de menu flutuante;
- Prioriza vender versões padrão e “deluxe”, exigindo compra de DLCs à parte;
- A página do Carrinho (checkout) apresentarem as opções de pagamento e presentes na mesma tela.

2.2.1.3.1.3 Origin

Plataforma de distribuição digital de jogos da Electronic Arts (EA), a Origin foi lançada em 2009, pautada nos produtos da EA, estimulando o usuário a adotar o plano mensal/anual EA Play, serviço de assinatura que permite que o jogador jogue um catálogo que mais 70 jogos sem comprá-los e acesso a descontos em lançamentos. Como boa parte dos seus jogos possuem microtransações, a Origin também oferece pacotes de expansão e de vantagens aos consumidores pagantes.

Figura 6: Interface Origin Store



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

Foi possível verificar que:

- As compras são feitas uma a uma, seja jogo base ou DLC;
- Os jogos só são vendidos em sua versão básica ou “deluxe”;
- Os jogos exibem as opções “Saiba Mais” e “Adicionar à Lista de Desejos”;
- Os filtros atualizam a página inteira e estão fixos na tela;

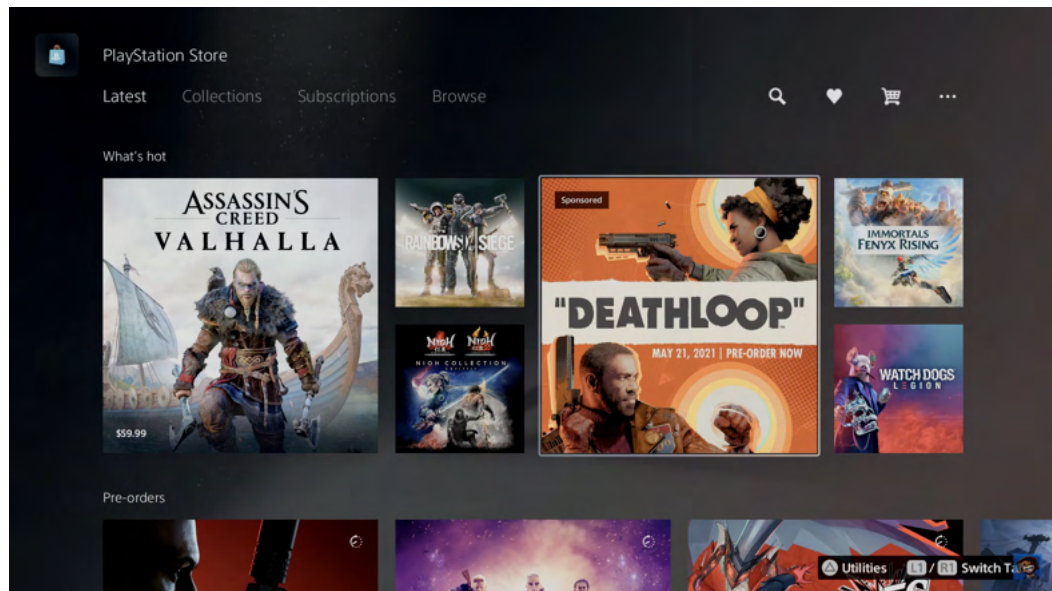
2.2.1.3.2 Concorrentes Indiretos

São aqueles que atuam num mesmo nicho de mercado mas com em torno de um produto ou serviço diferente. Para este projeto, concorrentes indiretos são os serviços presentes nos consoles domésticos tradicionais e que possuem, em suas bibliotecas de jogos, itens exclusivos.

2.2.1.3.2.1 Playstation Store

É o serviço de distribuição digital de jogos dos consoles Sony. Foi lançado originalmente em 2006, junto ao PlayStation 3, passando por diversas iterações, redesigns e aprimoramentos até sua versão atual, que integra as lojas e produtos dos seus consoles domésticos e portáteis. Além dos exclusivos da Sony, a loja oferece jogos multiplataforma e indies, bem como suas DLCs e comprar versões compatíveis de jogos para sua respectiva geração, no caso do PS4 e PS5, fora o plano de assinatura mensal PS Plus.

Figura 7: Interface Playstation Store



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

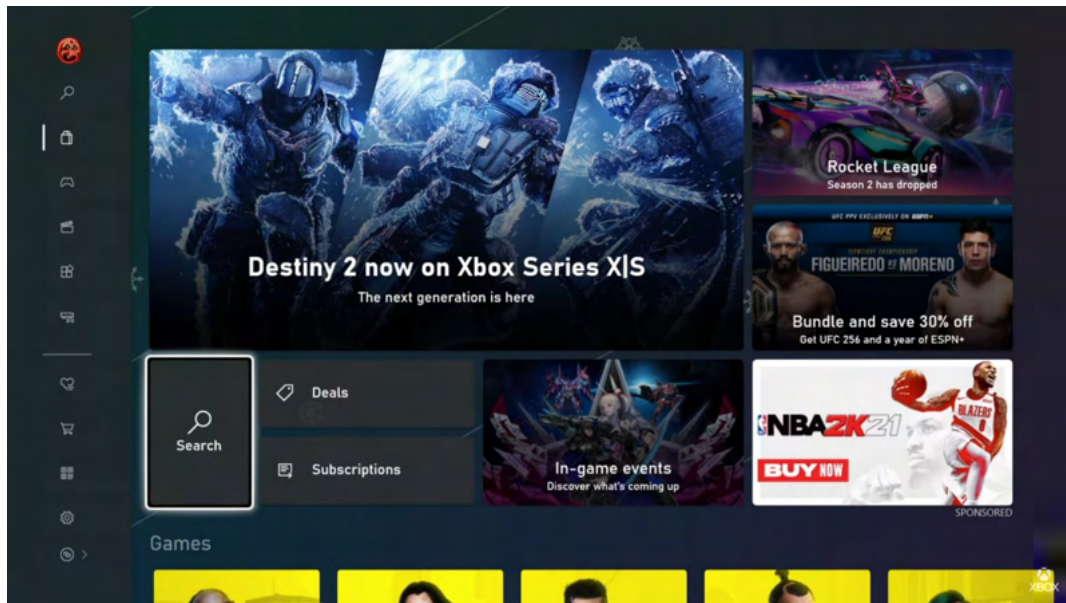
Foi possível notar que:

- Navegação bem engessada e linear, característico de consoles;
- É necessário o acesso à página do jogo para realizar compra, assim como com suas DLCs se não forem compradas em conjunto;
- Inserir produto no carrinho não redireciona de página;
- Não permite presentear amigos na compra;
- A plataforma prioriza a venda de planos mensais e pacotes promocionais.

2.2.1.3.2.2 Microsoft Store

Plataforma compartilhada entre os produtos da Microsoft, este serviço abarca tudo relacionado a aplicativos, utilitários e jogos. Ele substituiu a antiga Xbox Live em 2017, consequência da padronização de tecnologias e serviços, sendo hoje o meio de aquisição dos jogos, exclusivos, conteúdo adicional e planos de assinatura.

Figura 8: Interface Microsoft Store (Xbox)



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

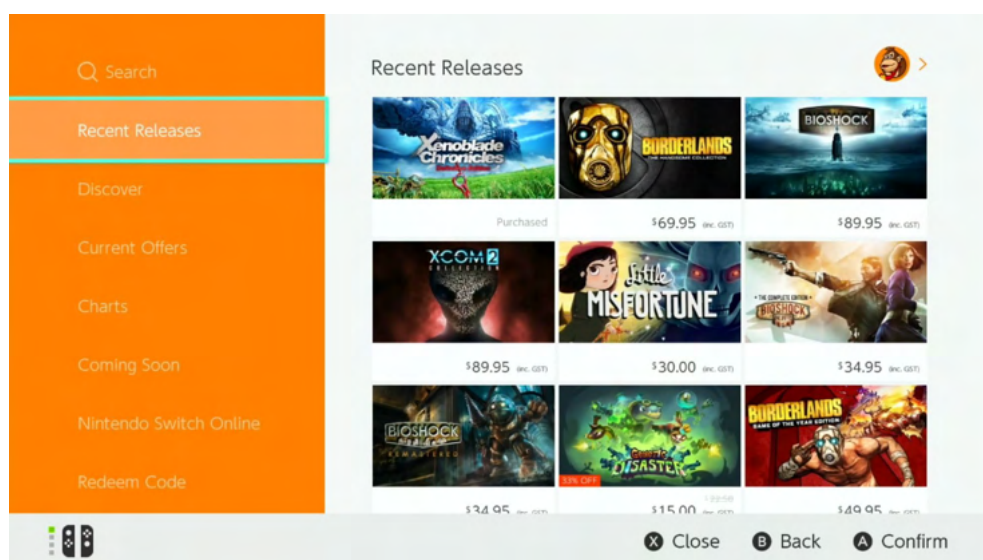
Foi possível constatar que:

- Navegação bem linear e engessado;
- É necessário ir à página do jogo para poder comprá-lo;
- Inserir um item no carrinho redireciona a página, mas abre um menu flutuante pedindo confirmação da próxima ação;
- Conteúdos adicionais devem ser comprados um a um ou em pacotes;
- Preferência por oferecer planos mensais de assinatura da plataforma.
- As interfaces variam de console para computador e Web, o que exige aprendizado para lidar com as variações.

2.2.1.3.2.3 Nintendo eShop

Exclusiva dos consoles da Nintendo, a Nintendo eShop está em funcionamento desde 2011, sendo o principal meio de aquisição de cópias digitais dos jogos da empresa, além das DLCs, demos e aplicações.

Figura 9: Interface Nintendo eShop



Fonte: Produzido pelo Autor (2022)

Foi possível constatar que:

- Fluxo de navegação engessado e linear;
- Permite apenas uma compra por vez, sem presentes;
- Requer acesso à página do jogo para visualizar quaisquer informações;
- Não há qualquer preview a não ser por screenshots na página do jogo;
- Informações enxutas demais em todo o processo.

2.2.1.4 Especificação dos Requisitos

Analizados os concorrentes, foram definidos os requisitos que devem ser respeitados no redesign, que são:

- Evitar o máximo de redirecionamento de página, através da implementação de menus sanduíche, menus flutuantes e listas);
- Às páginas dos jogos, reorganizar botões e ícones para facilitar a compra e seleção de itens base e a compra de DLCs;

- Em Categorias e Filtros, simplificar o layout e disposição dos itens a fim de evitar rolagem infinita;
- Na Pesquisa Direta, permitir diferenciar jogos base e DLCs, e inserção do produto diretamente no carrinho;
- Quanto ao carrinho, introduzir um menu flutuante acessível a qualquer momento (sem redirecionamento) e permitir, no fechamento, que o usuário, de uma só vez, possa definir compras para si e para presente.

2.2.2 Geração de Alternativas

2.2.2.1 Card Sorting

É basicamente “organizar cartas”, organizando grupos e frases-chave de acordo com o mapa mental do usuário. A abordagem mais adequada para esta etapa foi a híbrida, aplicada com o uso de 2 conjuntos de “cartas”: processos (grupos), como a compra de jogos e operação do carrinho, e funcionalidades, correspondente às ações executadas e melhorias desejadas. Levando em consideração o prazo e número de participantes, foram realizadas 5 sessões com grupos de 3 a quatro participantes, onde eram elaborados os conjuntos enquanto ocorriam discussões entre os integrantes em torno das escolhas, coletadas ao final do processo e convertidas em planilhas. Os processos definidos com base nos questionários de uso, cada um com suas especificidades foram:

- Processo 1: Como quero comprar meus jogos?
- Processo 2: Como quero comprar minhas DLCs?
- Processo 3: Como quero montar meu carrinho (no processo de compra)?
- Processo 4: Como quero mexer/ajustar meu carrinho? (fechar compra)

Figura 10: Palavras e frases-chave do Card Sorting

Clicar pouco	Visualizar itens por menu sanduíche
Marcar como Presente ou Pessoal	Definir como Presente
Remover item	Definir nº de cópias compradas
Adicionar item	Definir por Categoria/Filtro
Ajustar itens no Carrinho	Mostrar promoções e mais comprados
Definir item como “Minha Compra”	Pesquisar por nome
Marcar itens desejados por Caixinhas	Pesquisar por tipo de item (Jogo/DLC)
Não redirecionar página	Poder abrir em qualquer tela
Redirecionar página	Rolar página para achar botões
Visualizar itens através de listas	Rolar página para achar item
Voltar página	Ver breve descrição do Jogo/DLC
Abrir menu pop-up (menu flutuante)	Ver detalhes do produto
Escolher sem sair da tela atual	Ver prévia por vídeo e imagens
Ir para a página do produto escolhido	Ver recomendados
Selecionar da tela e colocar no carrinho	—

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Além disso, foram fornecidas cópias extras de parte dos cartões para usar em mais de um grupo, assim como um conjunto em branco para que os usuários fizessem suas próprias cópias, ou para elaborar novas ações e/ou grupos. Os resultados foram transferidos para uma planilha do Google Sheets para melhor organização, visualização e análise.

Figura 11: Resultados Card Sorting (Grupo 1)

B1	fx	Como quero comprar meus jogos?
	A	B
1		Como quero comprar meus jogos?
2	Definir por categoria/filtro	5
3	Mostrar promoções e os mais comprados	5
4	Pesquisar por tipo de item (Jogo/DLC)	4
5	Ver breve descrição do Jogo/DLC	4
6	Ver prévia por vídeo e imagens	4
7	Ver recomendados	4
8	Pesquisar por nome	3
9	Ir para a página do Produto Escolhido	2
10	Rolar página para achar item	2
11	Selecionar da tela e colocar no carrinho	2
12	Visualizar itens através de listas	2
13	Abrir menu pop-up	1
14	Clicar pouco	1
15	Escolher sem sair da tela atual	1
16	Poder abrir em qualquer tela	1
17	Ver detalhes do produto	1
18	Adicionar item	
19	Ajustar itens no carrinho	
20	Definir como presente	
21	Definir item como "minha compra"	
22	Definir nº de cópias compradas	
23	Marcar como presente ou pessoal	
24	Marcar itens desejados por caixinhas	
25	Não redirecionar página	
26	Redirecionar página	
27	Remover item	
28	Rolar página para achar botões	
29	Visualizar itens por menu sanduíche	
30	Voltar página	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Quanto ao processo 1, houve predominância das funcionalidades já existentes na plataforma, estímulo à para a introdução do “preview em vídeos e imagens” no processo comum, para além da página de categorias e filtros. Para além das promoções e mais comprados, houve destaque para a introdução de recomendados, que embora surjam na loja do usuário, tendem a aparecer na forma de listas de descobrimento e ser uma mistura de muitos gêneros de jogos, que podem ser de pouco interesse ao usuário. Por fim, há um interesse relevante em descrições breves dos jogos que precedem o acesso à página de um jogo, contribuindo para explicar o que é o jogo numa mesma tela.

Figura 12: Resultados Card Sorting (Grupo 2)

C1		fx	Como quero comprar minhas DLCs?
	A		C
1			Como quero comprar minhas DLCs?
2	Ver breve descrição do Jogo/DLC		5
3	Escolher sem sair da tela atual		4
4	Mostrar promoções e os mais comprados		3
5	Ver recomendados		3
6	Abrir menu pop-up		2
7	Marcar itens desejados por caixinhas		2
8	Não redirecionar página		2
9	Rolar página para achar item		2
10	Selecionar da tela e colocar no carrinho		2
11	Visualizar itens através de listas		2
12	Definir nº de cópias compradas		1
13	Definir por categoria/filtro		1
14	Pesquisar por nome		1
15	Pesquisar por tipo de item (Jogo/DLC)		1
16	Redirecionar página		1
17	Ver detalhes do produto		1
18	Ver prévia por vídeo e imagens		1
19	Visualizar itens por menu sanduíche		1
20	Adicionar item		
21	Ajustar itens no carrinho		
22	Clicar pouco		
23	Definir como presente		
24	Definir item como "minha compra"		
25	Ir para a página do Produto Escolhido		
26	Marcar como presente ou pessoal		
27	Poder abrir em qualquer tela		
28	Remover item		
29	Rolar página para achar botões		
30	Voltar página		

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

No processo 2, o mais relevante, segundo os resultados, é que haja uma breve descrição do conteúdo, seguido da possibilidade de escolher o produto sem sair da tela, o que se pode presumir como ações combinadas numa mesma tela, evitando redirecionamento. Além disso, assim como no processo 1, há interesse em se visualizar promoções, conteúdos mais comprados e os recomendados, o que pode ser associado às ferramentas de avaliação existentes no sistema, com ajustes na ordem de aparição destes na tela.

Figura 13: Resultados Card Sorting (Grupo 3)

D1	fx	Como quero montar meu carrinho?
	A	D
1		Como quero montar meu carrinho?
2	Marcar itens desejados por caixinhas	4
3	Remover item	4
4	Adicionar item	3
5	Poder abrir em qualquer tela	3
6	Voltar página	3
7	Clicar pouco	2
8	Definir como presente	2
9	Escolher sem sair da tela atual	2
10	Redirecionar página	2
11	Rolar página para achar item	2
12	Visualizar itens através de listas	2
13	Visualizar itens por menu sanduíche	2
14	Ajustar itens no carrinho	1
15	Definir item como "minha compra"	1
16	Definir nº de cópias compradas	1
17	Ir para a página do Produto Escolhido	1
18	Marcar como presente ou pessoal	1
19	Não redirecionar página	1
20	Rolar página para achar botões	1
21	Selecionar da tela e colocar no carrinho	1
22	Ver breve descrição do Jogo/DLC	1
23	Ver recomendados	1
24	Abrir menu pop-up	
25	Definir por categoria/filtro	
26	Mostrar promoções e os mais comprados	
27	Pesquisar por nome	
28	Pesquisar por tipo de item (Jogo/DLC)	
29	Ver detalhes do produto	
30	Ver prévia por vídeo e imagens	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Para o processo 3, não houve nenhuma funcionalidade que tivesse concordância unânime de todas as sessões de card sorting, porém uma das opções de maior relevância dentro dos resultados que não tenha envolvido funcionalidades pré-existentes na plataforma, foi a possibilidade de marcar itens desejados através de caixinhas, como uma forma de selecionar itens sem necessitar de pesquisa aprofundada de páginas ou botões.

Figura 14: Resultados Card Sorting (Grupo 4)

E1	fx	Como quero mexer/ajustar meu carrinho?
	A	E
1		Como quero mexer/ajustar meu carrinho?
2	Clicar pouco	5
3	Marcar como presente ou pessoal	4
4	Remover item	3
5	Adicionar item	2
6	Ajustar itens no carrinho	2
7	Definir item como "minha compra"	2
8	Marcar itens desejados por caixinhas	2
9	Não redirecionar página	2
10	Redirecionar página	2
11	Visualizar itens através de listas	2
12	Voltar página	2
13	Abrir menu pop-up	1
14	Escolher sem sair da tela atual	1
15	Ir para a página do Produto Escolhido	1
16	Selecionar da tela e colocar no carrinho	1
17	Visualizar itens por menu sanduíche	1
18	Definir como presente	
19	Definir nº de cópias compradas	
20	Definir por categoria/filtro	
21	Mostrar promoções e os mais comprados	
22	Pesquisar por nome	
23	Pesquisar por tipo de item (Jogo/DLC)	
24	Poder abrir em qualquer tela	
25	Rolar página para achar botões	
26	Rolar página para achar item	
27	Ver breve descrição do Jogo/DLC	
28	Ver detalhes do produto	
29	Ver prévia por vídeo e imagens	
30	Ver recomendados	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Por fim, o processo 4, o principal ponto comum entre as sessões foi o desejo por realizar os ajustes no carrinho com o menor número de ações possíveis, através de poucos cliques na tela, assim como a possibilidade de definir, na mesma tela, quais itens da compra serão para presente ou para a própria conta do usuário, função ainda não existente no sistema e que exige mais de uma compra para que haja tal divisão. Algumas sugestões interessantes surgiram as sessões, como:

- Implementar, no fechamento de compra, caixinhas de marcar para definir quais jogos deverão ser comprados, em caso de desistência (presente na loja Shopee), e introduzir um botão junto ao produto que permita escolher como “para o usuário” ou “para presente”;
- Integrar menus flutuantes e listas em uma funcionalidade que permita o usuário ter fácil acompanhamento da compra antes da finalização.

2.2.2.2 Diagramas

Concluído o Card Sorting, os mapas mentais foram organizados graficamente para orientar os próximos passos e para análise dos dados. Diagramas foram usados para este propósito. Primeiramente, foram rascunhados dois modelos correspondentes à navegação, com as alterações pretendidas, e à página de checkout (carrinho). O primeiro inclui as alterações conceituadas para atender todas as compras propostas, incluindo novas telas e menus, e o segundo possui concentração menor de dados e funcionalidades, mas inclui, sim, alterações e recursos para customização de compra para o carrinho.

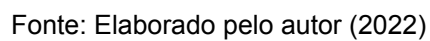
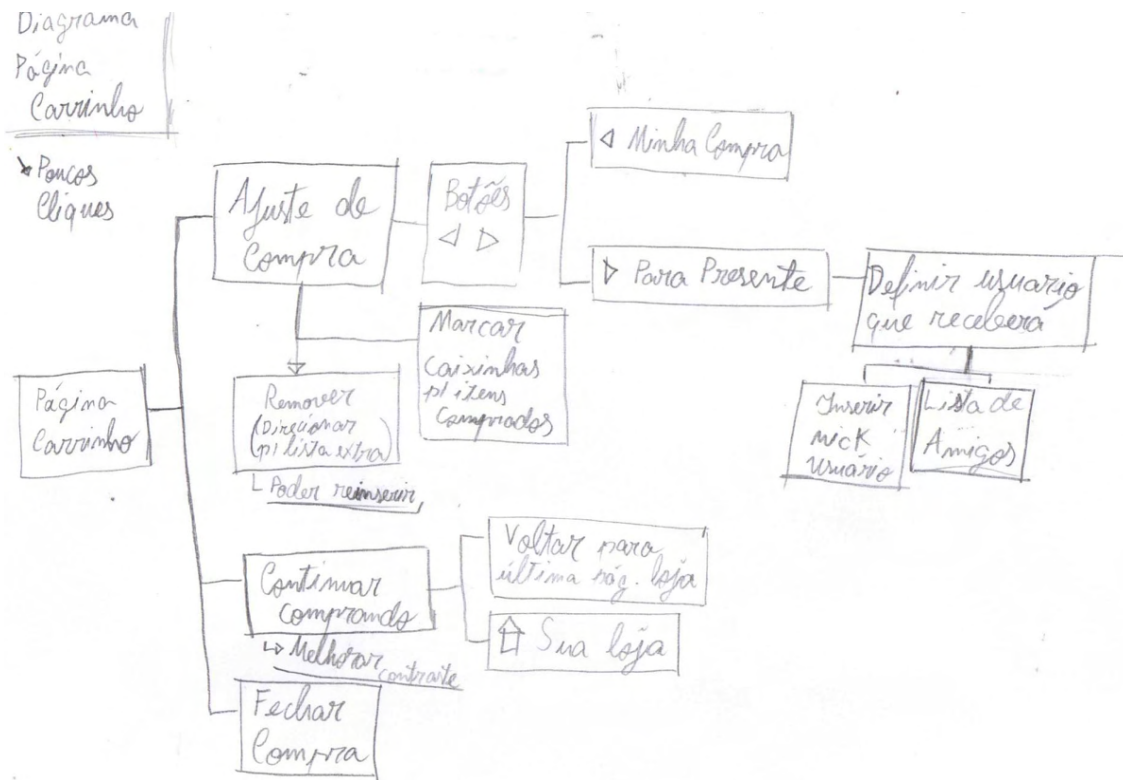


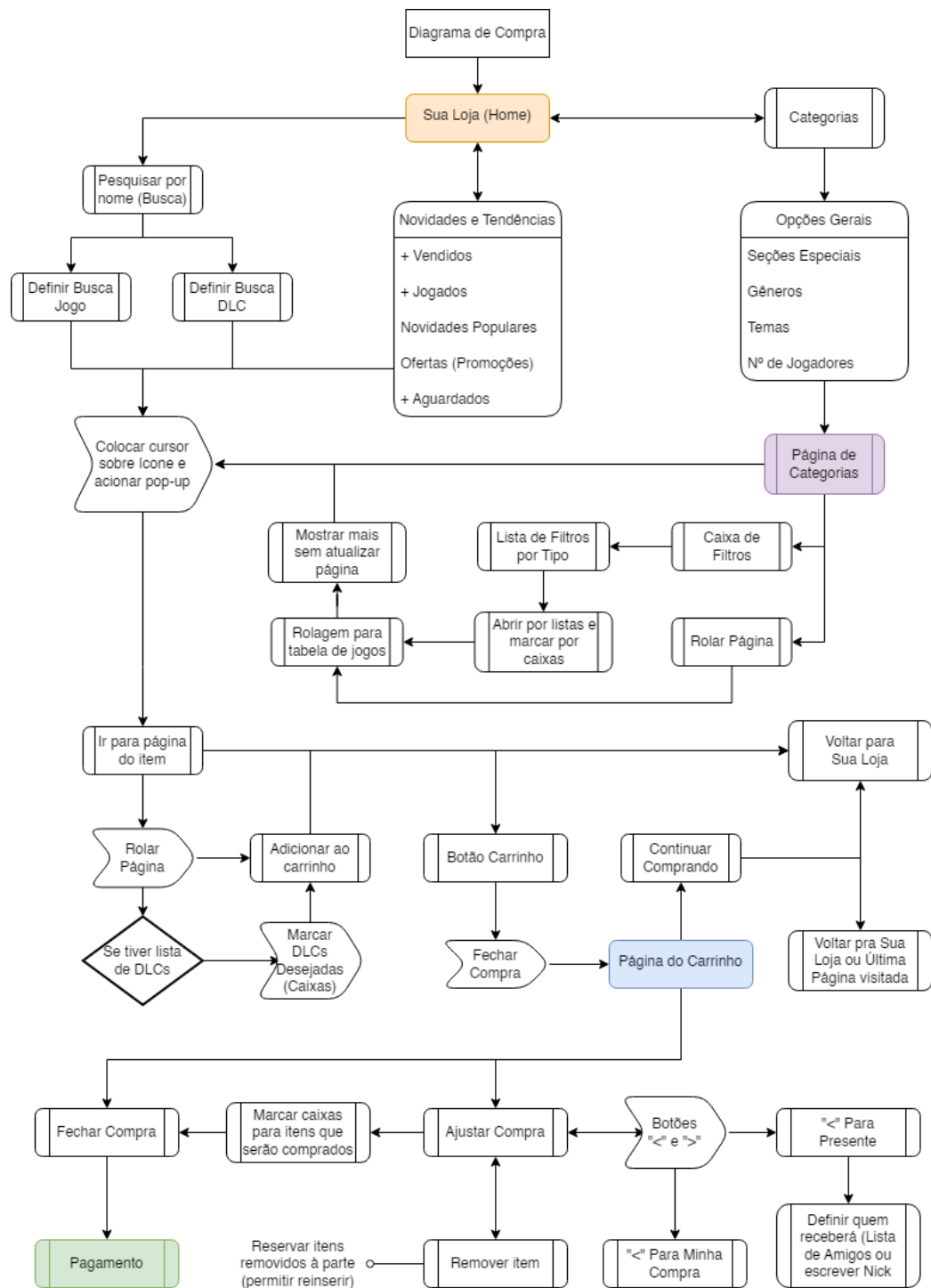
Figura 16: Esboço do diagrama de navegação da página do carrinho do redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Em seguida, na ferramenta Diagrams.net, os diagramas foram convertidos em uma versão digital integrada e organizada, que orientou a prototipagem. Neste estágio, ele descreve o sistema evitando os redirecionamentos constantes de páginas sem necessariamente eliminá-lo, estando eles marcados em cores.

Figura 17: Diagrama integrado de navegação e compra da proposta de redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

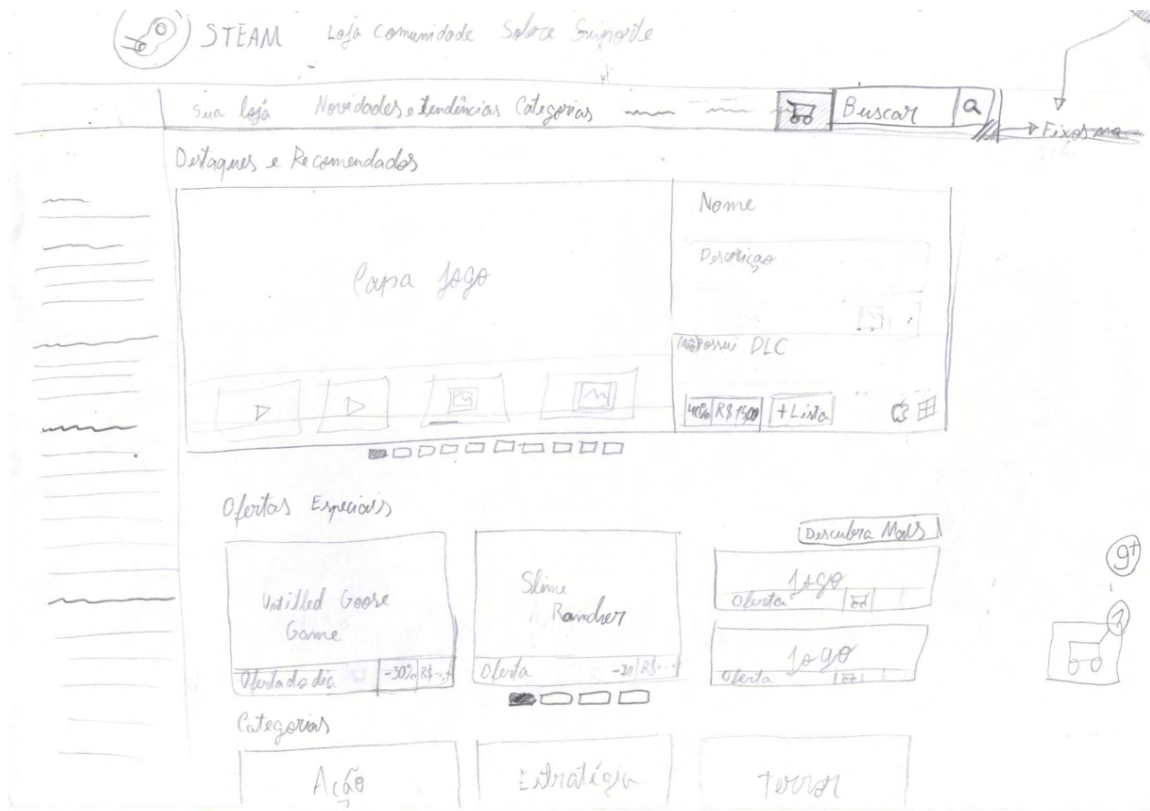
2.2.2.3 Protótipos em Papel (Baixa Fidelidade)

A partir do diagrama digital o protótipo inicial pôde ser desenvolvido, sendo útil por representar a forma mais básica de um artefato ou sistema, trocando detalhamento estético por testes antecipados. Para esta etapa foi feito em papel, por ser simples de confeccionar, precisando apenas de lápis, borracha e tesoura. Assim, foram elaborados modelos e layouts atualizados para o cabeçalho da plataforma e as páginas Sua Loja, Novidades e Tendências, Categorias, do Jogo e Carrinho.

O cabeçalho recebeu novos botões que representam o Carrinho e a sua Lista de Desejos, ambos com menus flutuantes próprios que permitem ajustes finos como inclusão e exclusão de itens, e seleção de DLCs, além de receber barra de opções que contém a pesquisa direta, que recebeu também botões de filtro para pesquisa.

A página inicial recebeu de botões para compra, de lista de desejos e “ignorar” para todo item comprável que aparece na tela, com o slide de jogos recomendados recebendo, também, a seleção de vídeos e imagens de preview.

Figura 18: Esboço do layout da página inicial (redesign)



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Os Mais Vendidos e Categorias receberam estas mesmas alterações, mais a inserção de barras de rolagem para os grupos de informações, por possuírem listas e filtros de pesquisa, de forma a deixá-los fixos na tela e evitar rolagem infinita.

Figura 19: Esboço do layout dos Mais Vendidos (redesign)

Mais Vendidos

Os 100 jogos + vendidos atualmente

País V

Visão geral

+ Vendidos

+ Jogados

Por semana

Por mês

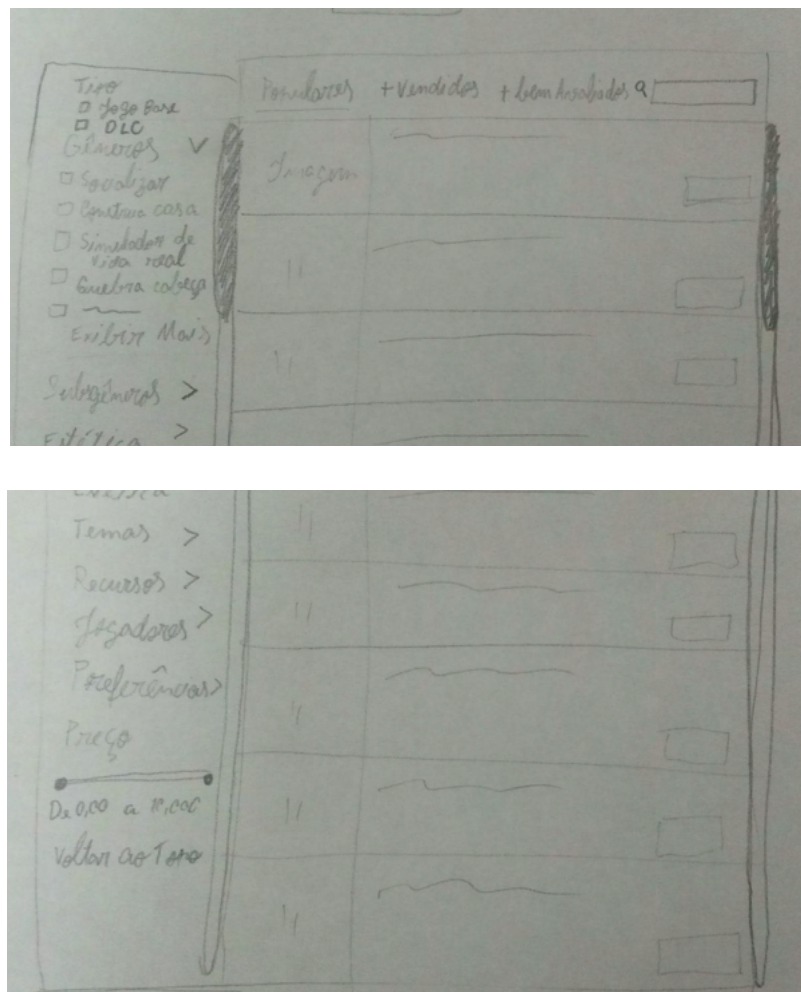
Por trimestre

Por ano

Posição	Preço	Variação	Sumário Duração
1 F1/23	299,00	Δ1	1
2 CS:GO	Free	▽1	1
3 Need for Speed Heat	-95% 12,55	New	15
4	Free	Δ2	2
5	Free		25,5
6	29,99	▽5	9
7	100,00	Δ1	259
8	Free	Δ13	3
9	Pre-venda New		45
10	159,00	▽5	7
11	69,00		
12	-40% 17,5		1
13	9,99	Δ2	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

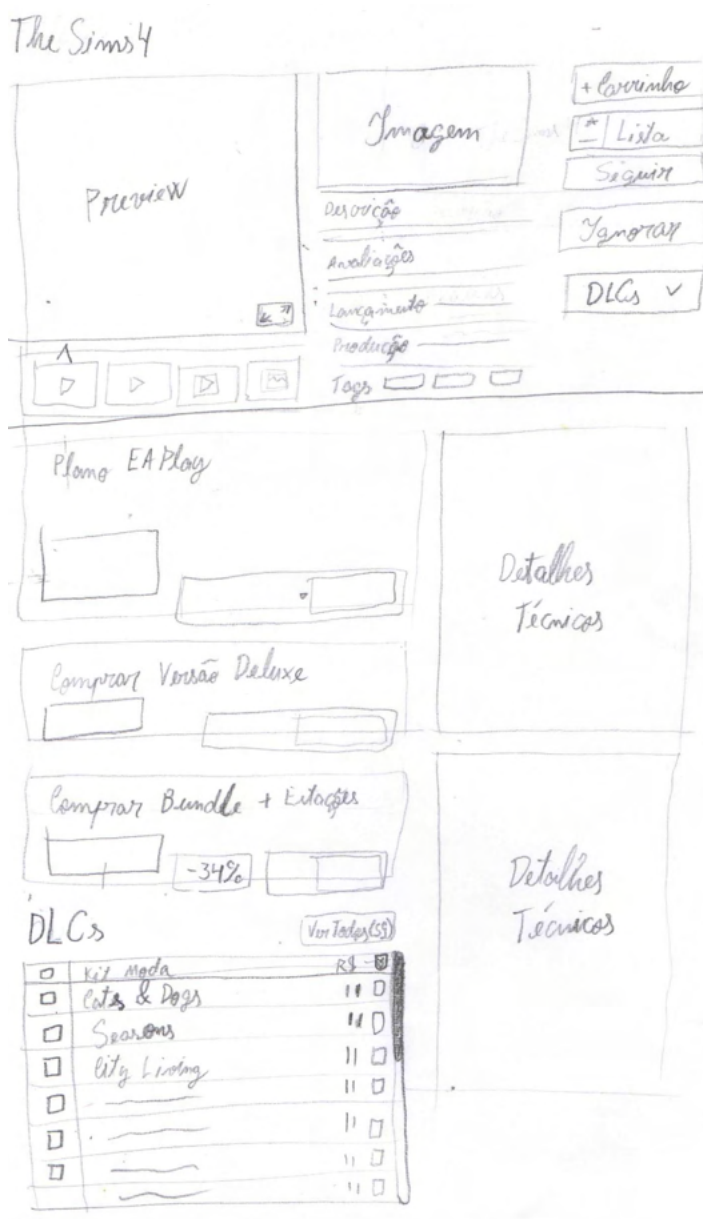
Figura 20: Esboço layout dos filtros na página de Categorias (redesign)



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Para a Página dos Jogos, o layout foi ajustado para inserir os botões de compra ao lado dos dados dos jogos e seleção de DLCs por marcação de caixas.

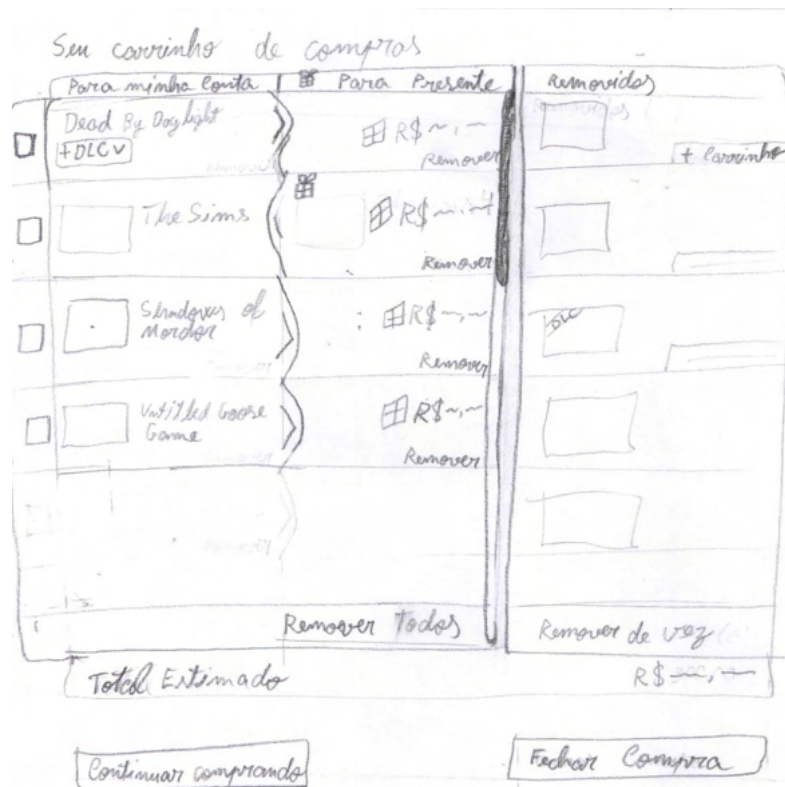
Figura 21: Esboço do layout da Página do Jogo (redesign)



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

E a Página de Carrinho recebeu ajustes no bloco que lista os jogos para permitir que o usuário determine quem receberá o jogo, a inserção da lista de “Resgate” (antes “removidos”) à direita para salvar jogos removidos, com os botões de “Continuar Comprando” e “Fechar Compra” logo abaixo.

Figura 22: Esboço do layout da Página do Carrinho (redesign)



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

2.2.3 Refino e Testes - Validação do Protótipo

Com o protótipo foram realizados testes presenciais com usuários, em sessões solo ou em dupla, com duração de 10 a 20 minutos cada, na qual, enquanto interagem com o protótipo, recebiam orientações sobre as soluções desenvolvidas, o uso delas e como cada funcionalidade deveria se comportar.

De forma unânime, as reações entre os usuários foram positivas, mesmo entre os usuários menos assíduos do sistema, com os principais comentários positivos indicando o processo como mais simplificado, com poucos redirecionamentos e liberdade de realizar mais de uma compra num só processo. Um dos participantes indicou que os filtros para a pesquisa direta foram uma ótima solução para melhorar a ferramenta de busca, assim como a seleção de conteúdo adicional do menu flutuante dela para o carrinho. A reserva de itens excluídos no carrinho foi outra solução elogiada por recuperar um item com menor esforço. Os usuários também indicaram que tais melhorias seriam melhor percebidas e usadas por usuários especialistas do que por novatos, o que suscita ideias direcionadas a

este público. Foi também sugerido que o layout oficial tenha boa distribuição e organização das informações para que não haja dificuldades em aprender a usar os novos recursos. Também foi sugerido que houvesse melhoria para a Lista de Descobrimento da Steam, que sugere jogos ao usuário baseadas em popularidade, características e gêneros, cuja navegação exige constantes redirecionamentos.

Por fim, os usuários sugeriram iterações para as novas funcionalidades, para fins de coesão e introduzir ajustes finos antes não pensados ou percebidos, que são:

- Permitir, ao finalizar a compra, guardar os jogos não comprados para outras oportunidades, através de inserção na Lista de Desejos;
- Notificações visuais ao Botão de Carrinho, Lista de Desejos e de Notícias, assim como contadores do número de produtos em compra;
- Inserir botão de compra para as DLCs não compradas, se possuir jogo base e criar botão para uma lista contendo todas elas, evitando rolar página;
- Indicar compatibilidade do jogo desejado com o aparelho do usuário;
- Explorar outras cores além da paleta atual da Steam que não são diretamente ligadas às cores da marca (verde, vermelho, laranja);
- Introduzir mais opções à compra para presente;
- Conceituar uma nova proposta para a Lista de Descobrimientos;
- No Carrinho vazio, trocar Lista de Desejos por Lista de Descobrimento;
- Criar menu flutuante para jogos com restrição, evitando redirecionar páginas.

2.2.4 Implementação

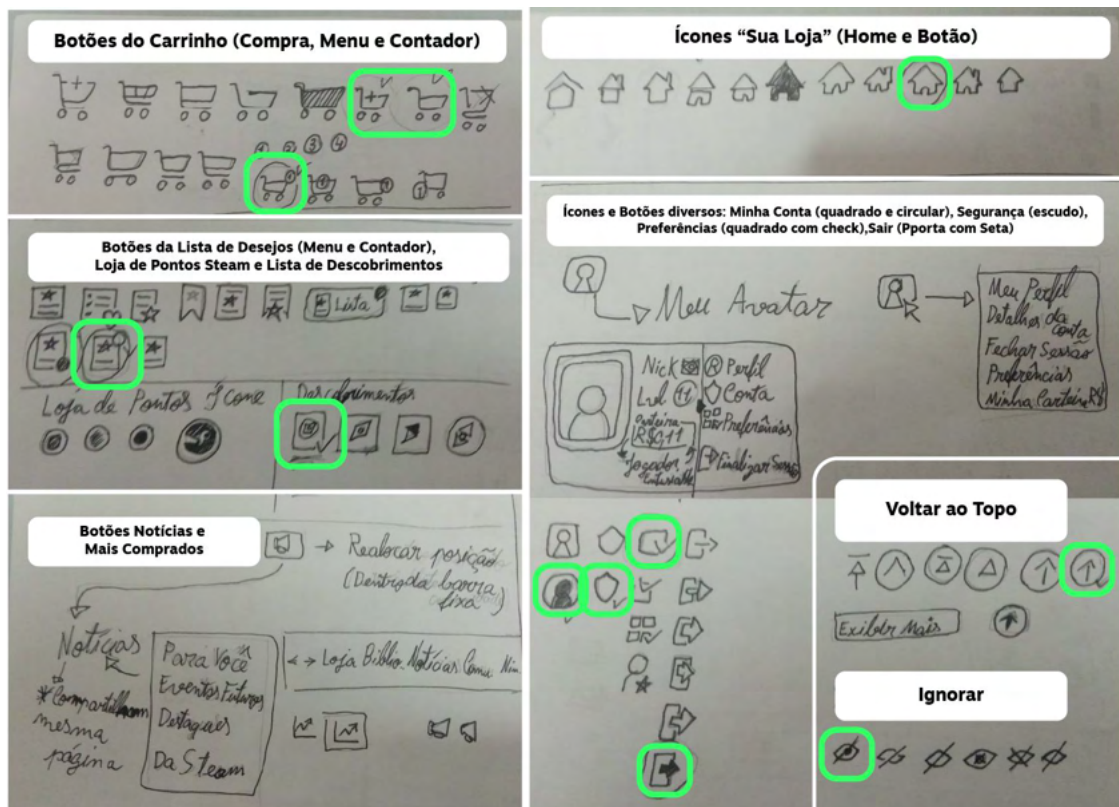
2.2.4.1 Protótipo de Alta Fidelidade(Adobe XD)

O conceito em papel foi transferido para o ambiente digital pela ferramenta Adobe XD, que, embora trabalhoso, foi desenvolvido em um período relativamente curto de tempo graças à reação positiva dos usuários, incluindo a criação dos recursos necessários para a interface gráfica nova. Os layouts foram desenvolvidos para tela cheia de *desktop*, com dimensões 1920x1080px.

2.2.4.1.1 Elementos Gráficos (Ícones, Painéis e Janelas)

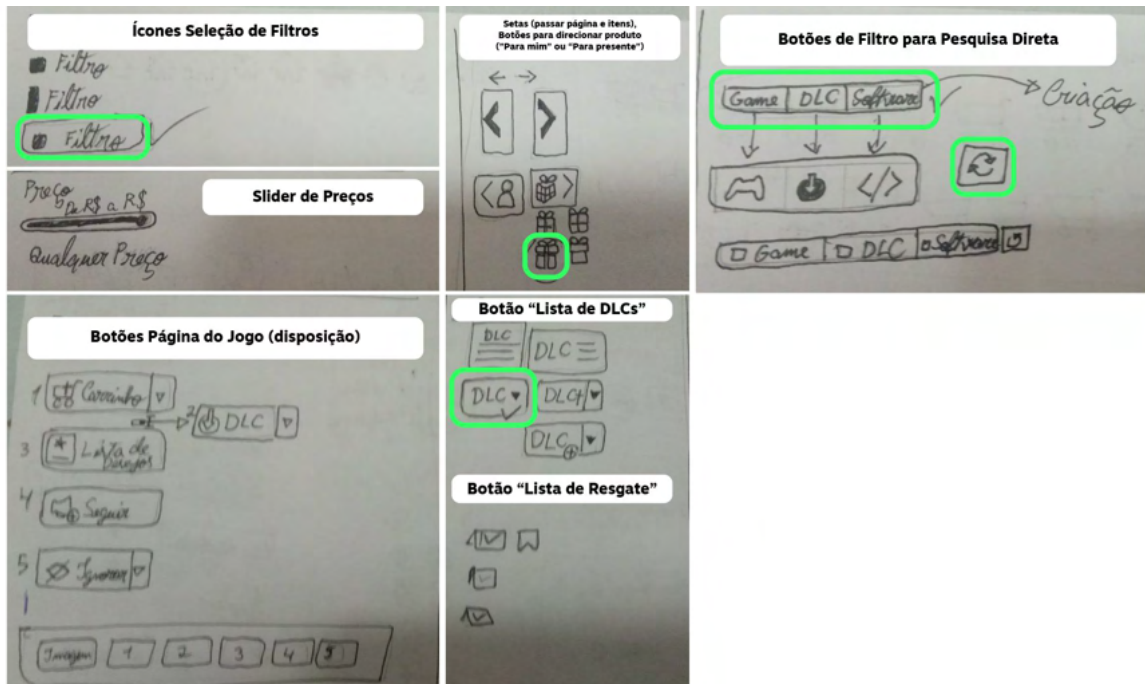
Foram pesquisadas referências diversas para os novos botões e ícones de compra, lista de desejos e menus flutuantes, inclusive para a página da “Lista de Descobrimento”. Os quadrados verdes indicam as soluções escolhidas.

Figura 23: Esboços da iconografia do projeto 1



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

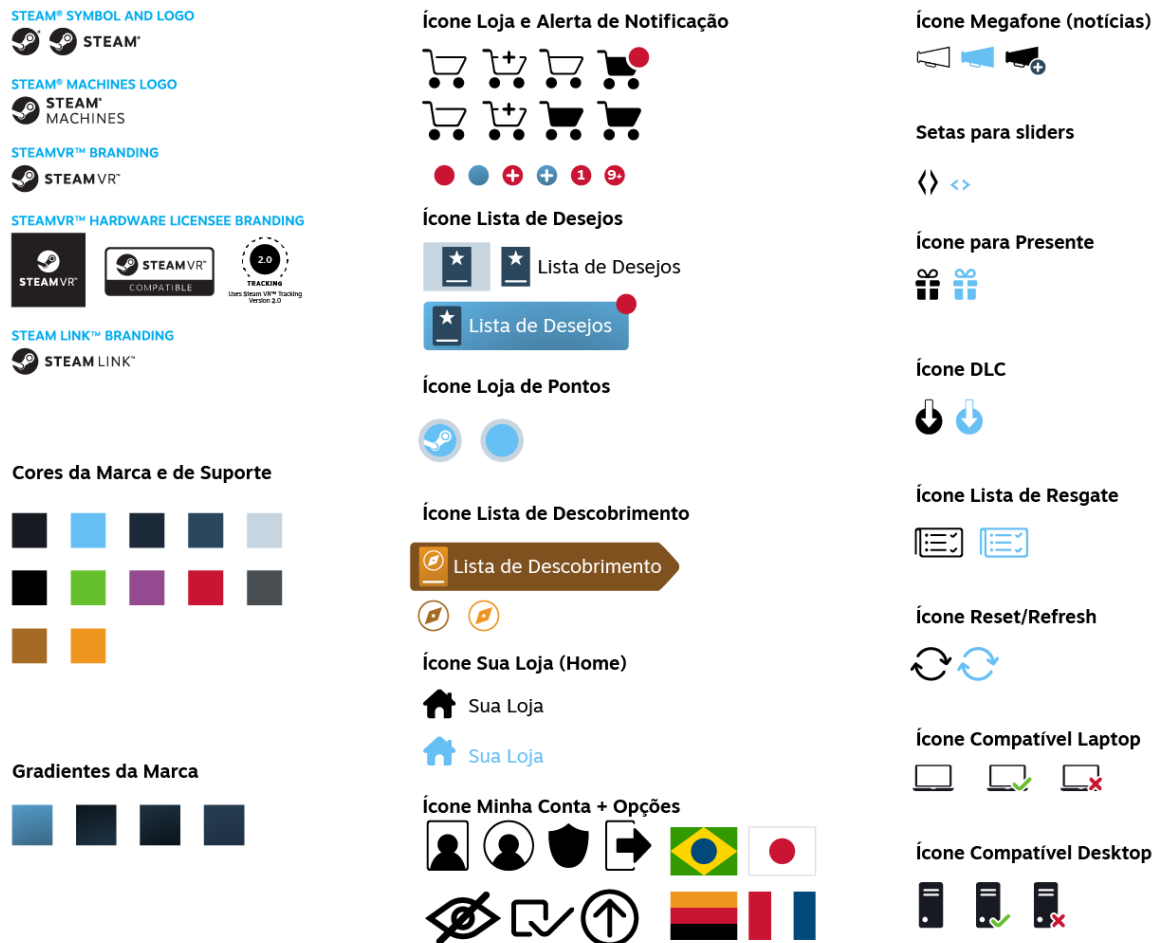
Figura 24: Esboços da iconografia do projeto 2



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Dos esboços, os elementos foram vetorizados na ferramenta Adobe Illustrator, com leves mudanças a alguns dos itens e versões para diversas aplicações. Nem todos foram usados no projeto por questões de prazo e escopo.

Figura 25: Ícones, botões vetorizados e paleta de cores da Steam (redesign)

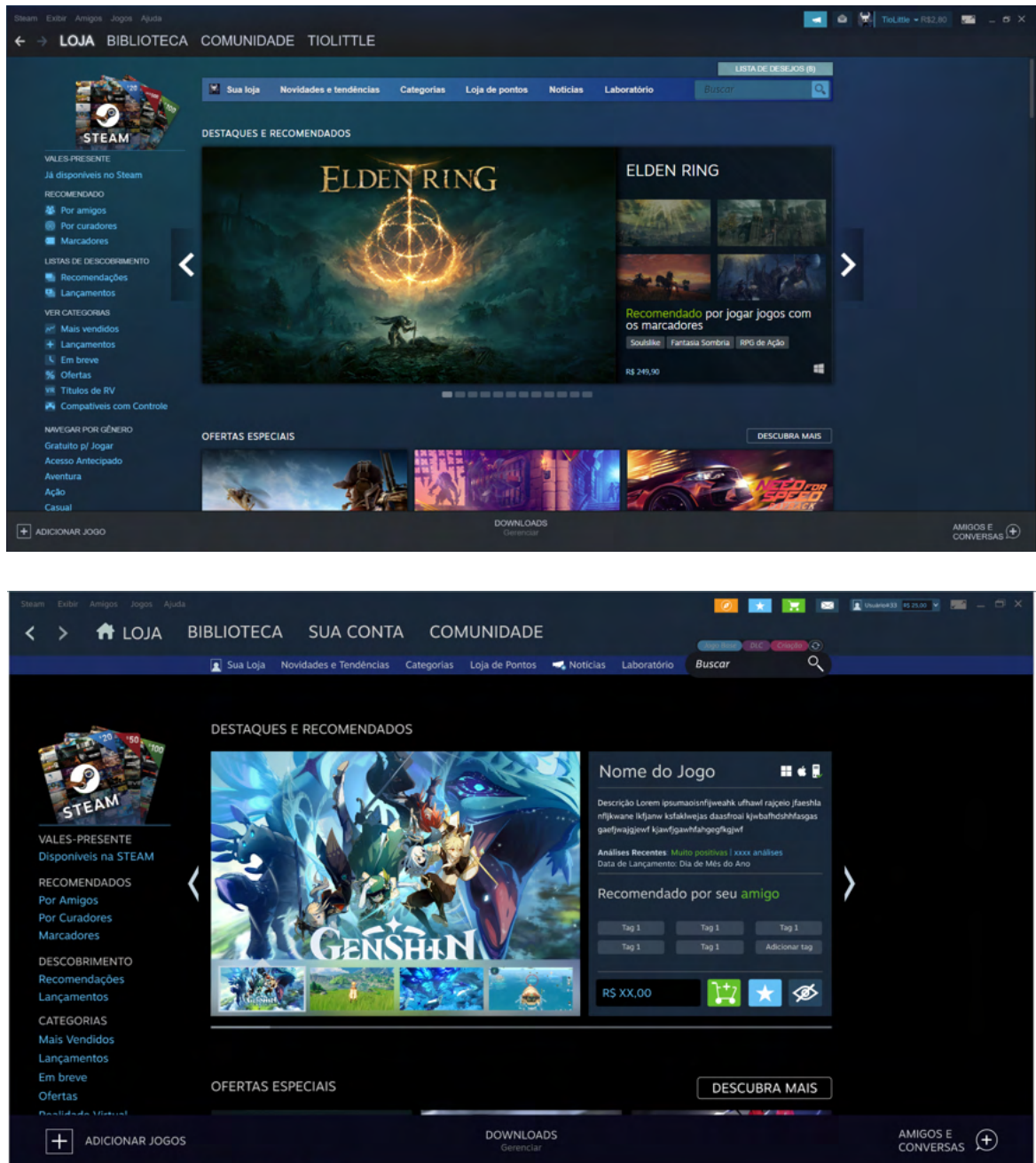


Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

2.2.4.1.2 Interface de Usuário

Finalizados os recursos, o desenvolvimento das interfaces no XD teve início com a construção das páginas principais: Página Inicial, Mais Vendidos, Categorias e Filtros (mostrando as alterações feitas na página Simulador), Página do Jogo e Carrinho. Seus layouts foram padronizados, embora a distribuição de elementos em áreas brancas (livres de conteúdo) tenham sido abordadas de maneiras diferentes, de acordo com a estética adotada pela Steam em parte do sistema.

Figura 26: Comparação entre a tela inicial atual e do Redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 27: Comparativo entre os Mais Vendidos atual e do Redesign

Steam Exibir Amigos Jogos Ajuda

← → LOJA BIBLIOTECA COMUNIDADE TIO LITTLE

LISTA DE DESEJOS (0)

Sua loja Novidades e tendências Categorias Loja de pontos Notícias Laboratório Buscar

Visão geral das listas

GRÁFICOS EM TEMPO REAL

Mais vendidos

Mais jogados

MAIS VENDIDOS NA SEMANA

15 de nov. de 2022

8 de nov. de 2022

1 de nov. de 2022

LANÇAMENTOS POPULARES

setembro de 2022

agosto de 2022

ADICIONAR JOGO

DOWNLOADS Gerenciar

AMIGOS E CONVERSAS

MAIS VENDIDOS

Os 100 jogos mais vendidos no momento, de acordo com a receita

Brasil

Posição	Imagem	Nome do Jogo	Preço	Varição	Semanas
1	Dota 2	Dota 2	Gratuito para jogar	▲ 5	260
2	FIFA 23	EA SPORTS™ FIFA 23	-40% R\$179,40	▲ 1	18
3	Red Dead Redemption 2	Red Dead Redemption 2	-67% R\$78,87	▲ 43	12
4	Call of Duty: Modern Warfare® II	Call of Duty®: Modern Warfare® II	R\$299,90	▼ 2	16
5	PUBG: BATTLEGROUNDS	PUBG: BATTLEGROUNDS	Gratuito para jogar	▲ 15	47
6	God of War	God of War	-25% R\$149,92	▲ 1	51
7	Lost Ark	Lost Ark	Gratuito para jogar	▼ 3	47

Steam Exibir Amigos Jogos Ajuda

← → LOJA BIBLIOTECA SUA CONTA COMUNIDADE

Sua loja Novidades e tendências Categorias Loja de Pontos Notícias Laboratório Buscar

Visão Geral das Listas

GRÁFICOS EM TEMPO REAL

Mais Vendidos

Mais Jogados

MAIS VENDIDOS NA SEMANA

4 de out. de 2022

11 de out. de 2022

18 de out. de 2022

LANÇAMENTOS POPULARES

Setembro de 2022

Agosto de 2022

Julho de 2022

ADICIONAR JOGOS

DOWNLOADS Gerenciar

AMIGOS E CONVERSAS

MAIS VENDIDOS

Os 100 jogos mais vendidos no momento, de acordo com a receita

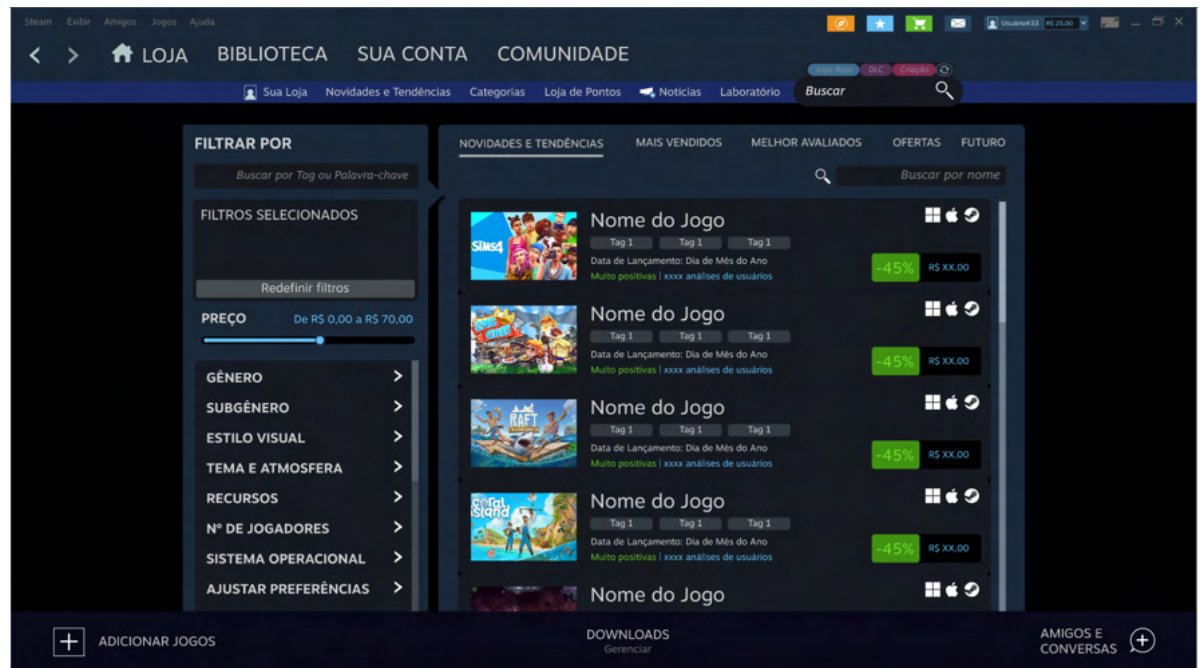
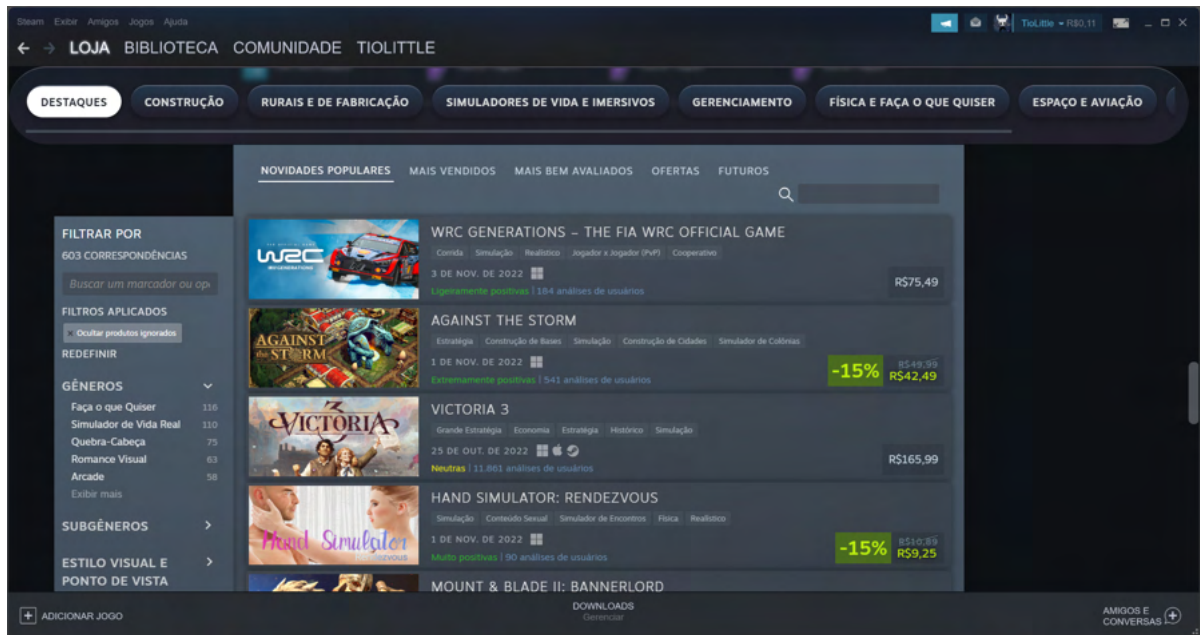
Pais

Posição	Imagem	Nome do Jogo	Preço	Varição	Semanas
1		Nome do Jogo	R\$ XX,00	▲ 4	5
2		Nome do Jogo	R\$ XX,00	▲ 4	5
3		Nome do Jogo	R\$ XX,00	▲ 4	5
4		Nome do Jogo	R\$ XX,00	▲ 4	5
5		Nome do Jogo	R\$ XX,00	▲ 4	5

VOLTAR AO TOPO

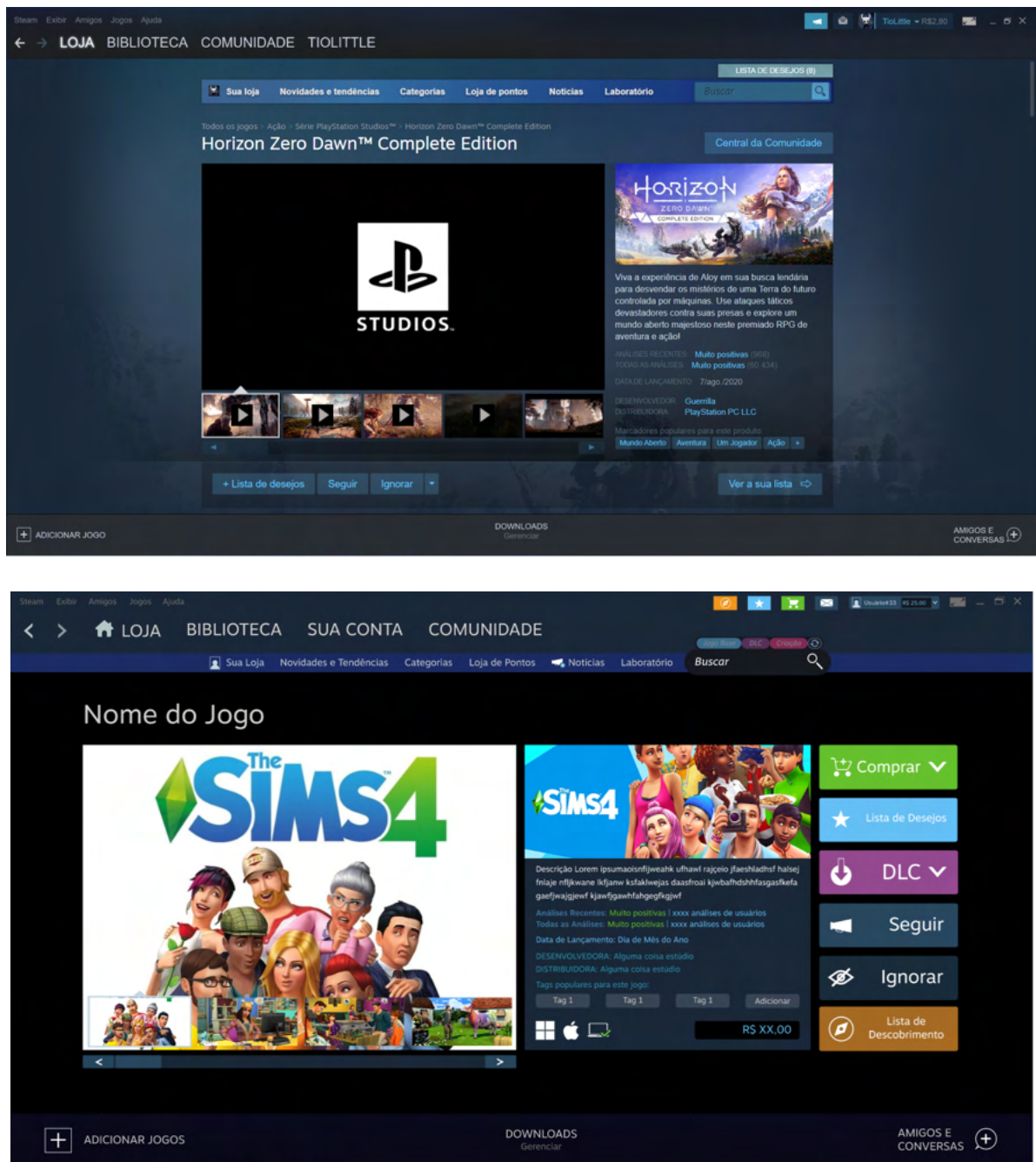
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 28: Comparativo entre a Pesquisa por Filtros atual e do Redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 29: Comparativo entre a Página do Jogo atual e do Redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

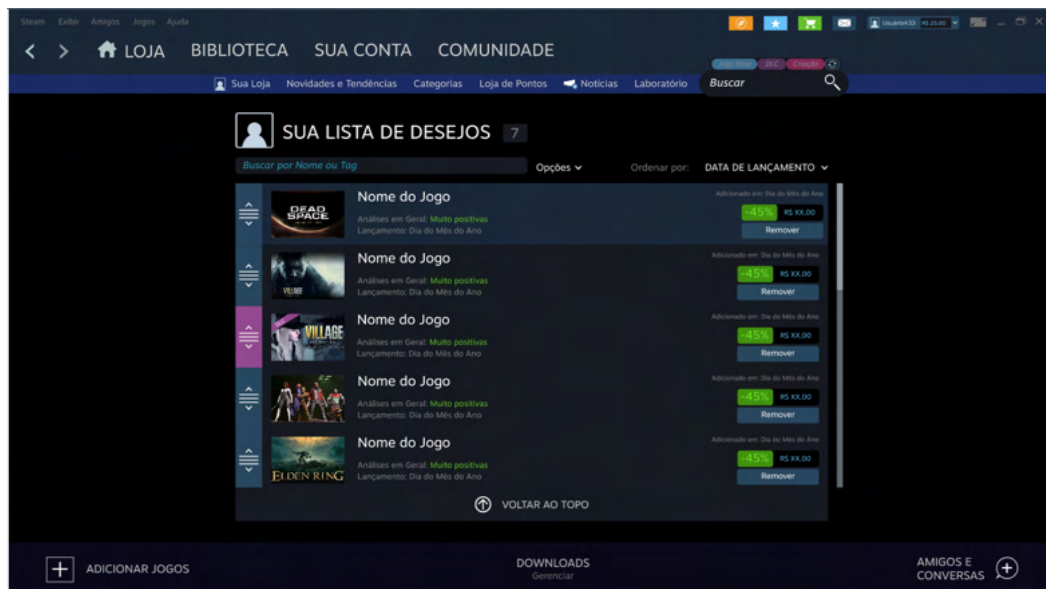
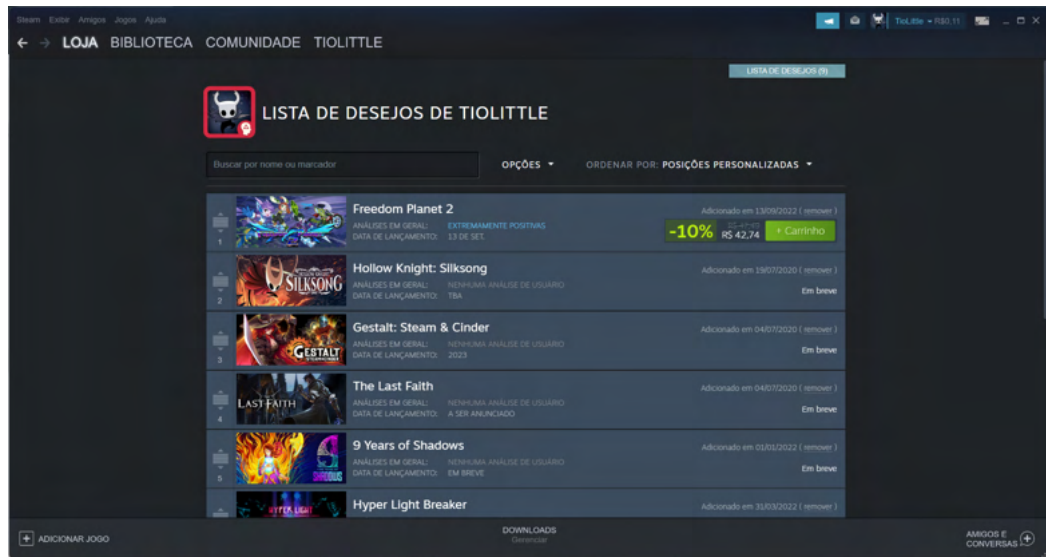
Figura 30: Comparativo entre a Página do Carrinho atual e do Redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

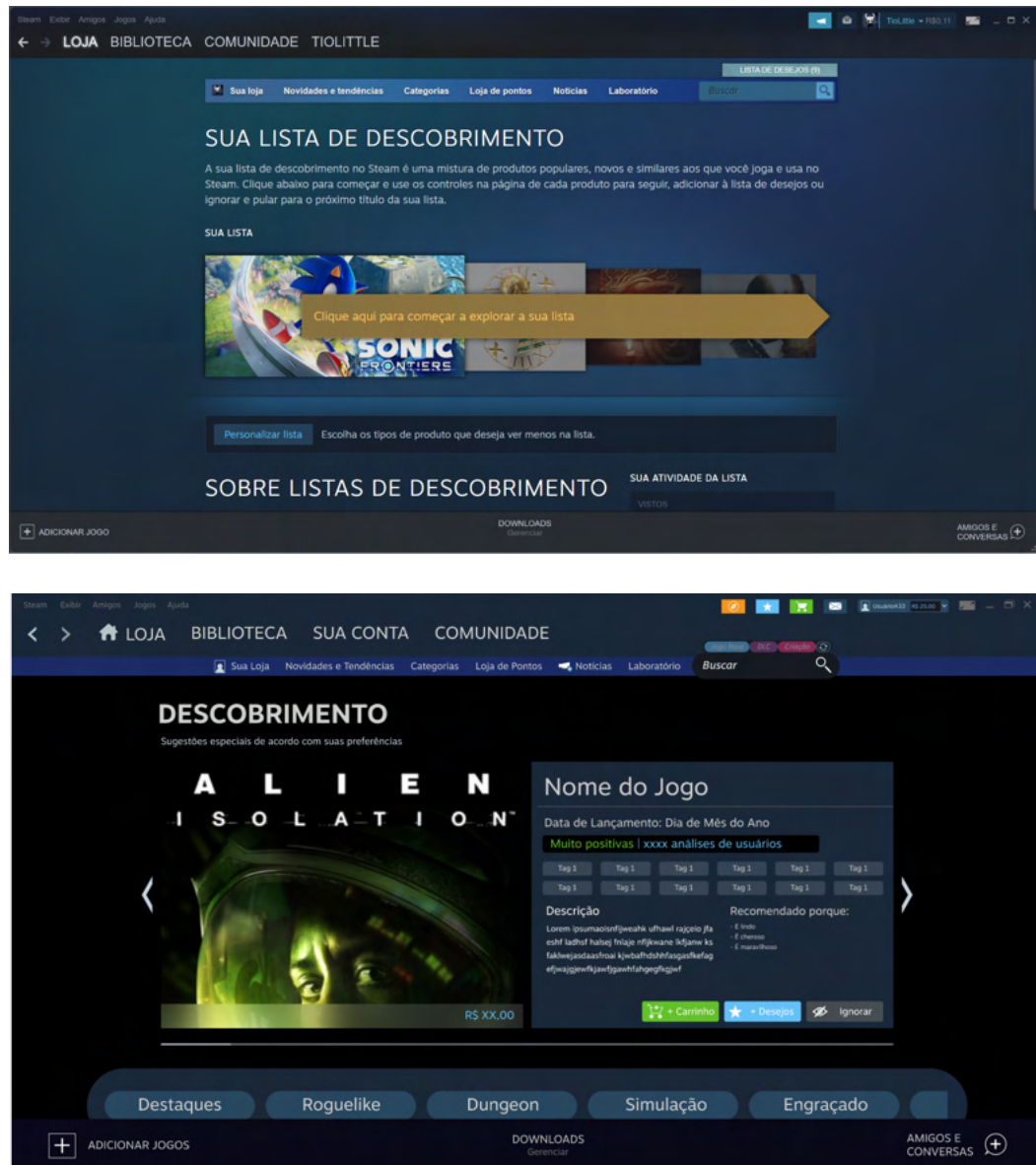
Também, durante o desenvolvimento, surgiu a oportunidade de atualizar telas antigas que já existiam no sistema e de introduzir novas, a exemplo da Página de Lista de Desejos e da requisitada Lista de Descobrimientos

Figura 31: Comparativo entre a Lista de Desejos atual e do Redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Figura 32: Comparativo entre o Descobrimento atual e do Redesign



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Em seguida foram desenvolvidos os menus e janelas flutuantes para botões e janelas, além da inserção, em cada um deles, dos novos recursos e rolagem própria para alguns. Estes recursos podem ser vistos no **Apêndice B**.

Por fim, a parte que mais exigiu atenção e dedicação, foi necessário tornar o protótipo interativo para teste das soluções, além da inserção de imagens nos espaços direcionados a ilustrar os produtos. Pela quantidade de recursos interativos muito grande, pelas limitações de domínio da ferramenta e pelo prazo, não foi

possível trazer uma experiência plenamente interativa para os testes, sendo necessário exemplificar as soluções por um processo bastante linear.

Revisado o protótipo e corrigidos os principais erros e falhas, dois vídeos-guia foram produzidos para os usuários sobre o teste do protótipo, um para explicar o redesign e o outro exemplificando passo-a-passo o processo de compra do teste. Ambos foram utilizados para a última etapa de testes de usabilidade da proposta em um questionário reformulado, baseado no que foi utilizado durante a primeira etapa.

2.2.4.2 Testes de Usabilidade com Questionário de Uso

O protótipo foi submetido a usuários através do questionário do Google Forms, tanto para usuários que participaram de etapas anteriores e novos, junto aos vídeos-guia e o link para o protótipo. Todos podem ser vistos nos links abaixo.

Vídeo 4 - Explicando o protótipo de redesign da Steam (com som)

https://www.youtube.com/watch?v=7Zi87Exy1KI&ab_channel=luryFran%C3%A7a

Vídeo 5 - Testando o processo de compra planejado do protótipo (com som)

https://www.youtube.com/watch?v=JUGdiA_dOM&ab_channel=luryFran%C3%A7a

Adobe XD - Protótipo testável do Redesign

<https://xd.adobe.com/view/7fe922f4-485f-451a-b168-8eee6215ebac-2aba/?fullscreen&hints=off>.

Sobre os participantes, a maioria possui facilidade de uso de interfaces, vêm das mais diversas carreiras profissionais e com predominância dos que têm 25 anos ou mais em relação aos que possuem menos. Os gráficos e respostas dessa etapa podem ser vistos no **Apêndice C**.

Participaram deste processo 16 usuários. Os resultados, em sua maioria esmagadora, indicaram boa ou ótima recepção das soluções pelos usuários ao comparar o sistema atual com o redesign, indicando, com ressalvas pontuais e igualmente importantes, que este tem grande potencial de aprimorar o serviços da loja da Steam e da experiência de compra.

Ele foi percebido como tendo processos de compra fáceis e que podem ser concluídos com rapidez e menos esforço, com boa integração de funções,

majoritariamente consistentes e cômodas, de rápido aprendizado para o usuário, de fácil localização de informações importantes, com interfaces agradáveis, bem estruturadas e de fácil compreensão e uso. Apenas o quesito “precisar de ajuda para concluir o processo” recebeu mais divergências (quatro) frente a maioria, o que indica possibilidades de aprimorar a implementação das soluções e introduzir, para novos usuários, guias para as novas funcionalidades.

Sobre a navegação e conclusão da tarefa, os usuários indicaram que o protótipo é prático e simples de usar, com a caixa de busca fixo no cabeçalho sendo uma das melhores abordagens, além de elogiar a inclusão dos novos botões e ícones e suas funcionalidades. As ressalvas feitas por alguns apontam para melhor coesão entre botões e layout, tanto no quesito cores como quanto à minimalismo, inclusive considerando ocultar alguns até uso

Sobre a disposição dos jogos e produtos na tela, por ter sido padronizada com as Categorias, era esperada a boa recepção, mas ainda reações mais animadoras em outras questões. Além do mantimento da identidade da plataforma, os usuários elogiaram a distribuição de informações, os ícones de compatibilidade e as prévias. Uma ideia muito interessante para o futuro foi a possibilidade do usuário customizar o layout das páginas por conta própria, podendo distribuir e alocar conteúdo da página de acordo com suas preferências.

Os menus flutuantes e seus recursos, segundo os usuários, contribuíram para a redução de redirecionamento de páginas, são simples de usar e compreender, tornando a compra mais prática para usuários do sistema, além de condensar as informações da plataforma em um espaço de uso mais compacto. Contudo, segundo dois usuários, este volume em um só espaço poderia causar certa confusão após a seleção de um produto, algo importante de ser reavaliado e corrigido.

Sobre a nova página de fechamento de compra, foram elogiadas a customização de uma só compra com vários itens, permitindo comprar itens para si e para dar de presente em poucos passos, e a caixa de “Resgate de produtos”. Alguns usuários indicaram que algumas informações precisam ficar mais à mostra na lista do carrinho, como a visibilidade de botões e estética de ícones para evitar ruídos de informação. Foi também sugerido que haja a possibilidade de se comprar múltiplas cópias de um produto (para presentear).

Sobre o protótipo, no que diz respeito a dificuldades, a percepção geral é que não houve dificuldades para a maioria, com comentários acerca da compreensão de alguns dos novos recursos e da ausência de feedback visual em alguns recursos da tela, consequência do prazo apertado, e mais funcionalidades interativas. E sobre melhorias não presentes neste projeto, para além dos elogios à proposta, usuários indicaram abordar a carteira Steam (dinheiro digital da plataforma), os sistemas de filtros para situações menos comuns, curadoria de informações no sistema, customizar a exibição na loja e a compra de múltiplas cópias de um só jogo. Por fim, nas sugestões e feedback do projeto, foi sugerido, para aprimorar a apresentação do protótipo, que se mostrasse por vídeo ou imagem o comparativo entre a plataforma atual e as soluções do protótipo de alta fidelidade do projeto, o que enriqueceria a apresentação para além de só a fala.

3 CONCLUSÕES

Muito além de um projeto de redesign de interfaces, este é o resultado de todo um aprendizado vivenciado na graduação de design, orientado para o design gráfico e digital como vertentes importantes e de propor soluções à era digital. É a junção de técnicas, conhecimentos e experiências presentes em mais de uma profissão no design a metodologias diversas que se pautam em tratar o usuário como personagem central ativo do projeto, para lhe oferecer a melhor solução com a melhor experiência possível de um sistema ou serviço.

Este trabalho foi desenvolvido com a finalidade de tornar um sistema mais adequado e atualizado em relação ao mercado atual, indo além das indagações de um só usuário para a enorme comunidade que usa a plataforma Steam, inclusive desde seus primeiros anos de existência. Apesar da necessidade de aprimorar o protótipo atual para além do Adobe XD, e de testes com um número maior de usuários para validação e aprimoramento, nosso objetivo foi alcançado. Isto é consequência de um desenvolvimento centrado no usuário, onde todas as soluções apresentadas foram elaboradas e validadas junto aos usuários do sistema em todas as etapas, permitindo que o resultado obtido recebesse reações animadoras, com o potencial de indicar os próximos passos a serem seguidos.

O trabalho, porém, não se encerra aqui. Para além das sugestões, há a necessidade de refino da atual proposta, que acreditamos ter forte potencial econômico, tanto para a Steam do sistema como para concorrentes, e a exploração de novas problemáticas: a experiência de uso para novos usuários, redesigns focados em front-end para outros sistemas da Steam (ou de seus concorrentes) e design baseado em DCU para sistemas de consoles são apenas alguns dos possíveis desdobramentos deste projeto.

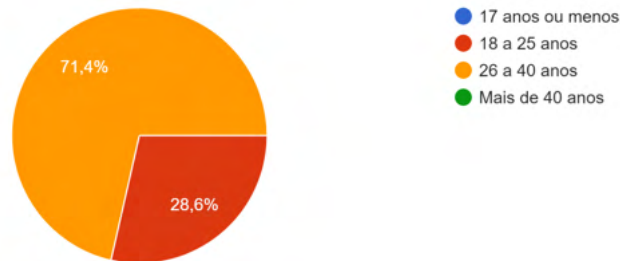
Esperamos que este projeto tenha contribuído para o desenvolvimento do design gráfico pautado nas interfaces digitais como incentivo a estudantes e profissionais, abordando problemáticas do dia-a-dia como oportunidades de melhorar a vida do usuário ao atuar em projetos “grandes” com estratégia e metodologia. Queremos incentivar a criação de soluções que melhor atendam aos usuários com simplicidade e agilidade lembrando que, antes de tudo, quem vai usar uma ferramenta, artefato ou sistema, é o usuário, e é para este que o projeto deve ser desenvolvido.

APÊNDICE A – DADOS DO QUESTIONÁRIO 1

SOBRE OS PARTICIPANTES:

Qual a sua idade?

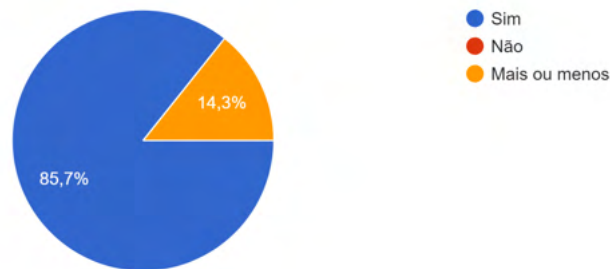
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Você possui facilidade no uso de interfaces digitais?

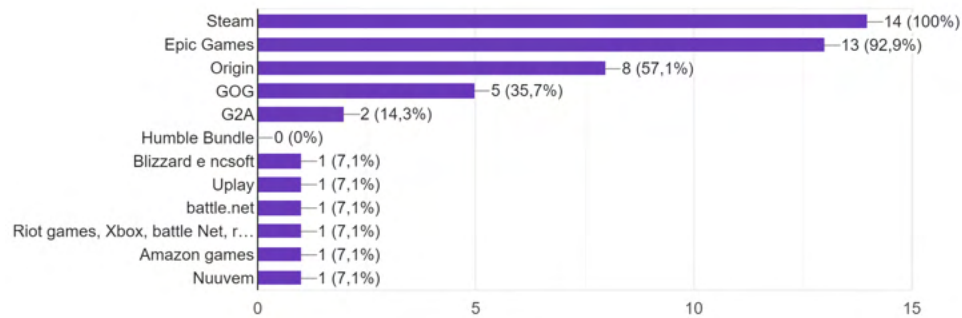
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

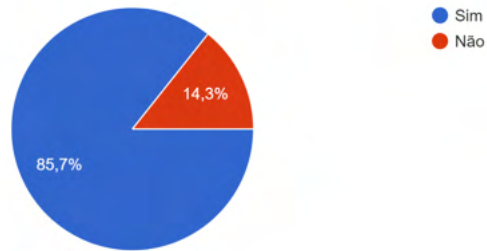
Quais plataformas de e-commerce para jogos você usa?

14 respostas



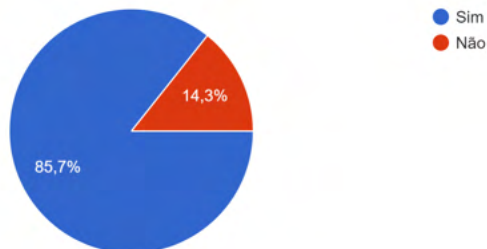
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Você costuma comprar mais de um jogo, dependendo da ocasião?
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

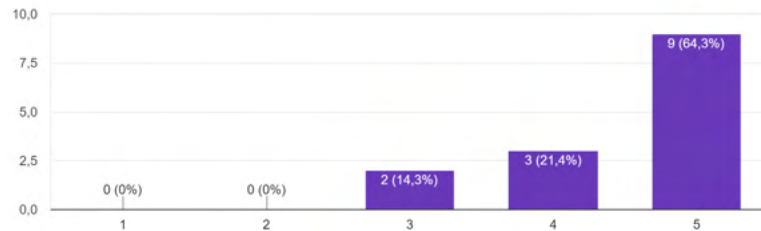
Você costuma comprar conteúdos adicionais (DLCs, cosméticos, trilhas sonoras, artbooks, etc.) para seus jogos?
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

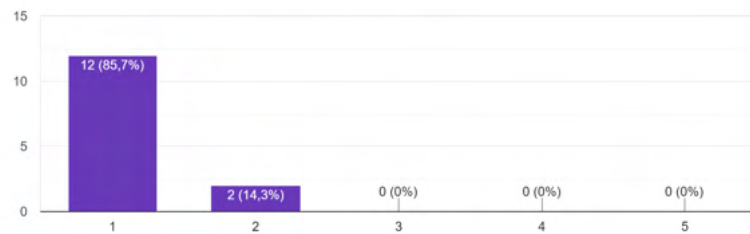
SOBRE A COMPRA DE UM JOGO

Este processo de compra é fácil.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

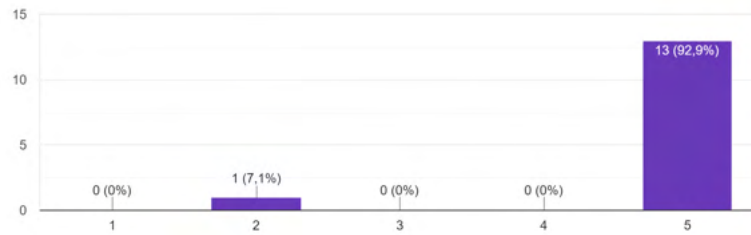
Eu precisaria de ajuda para fazer a compra dessa forma.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Posso concluir a compra desta forma.

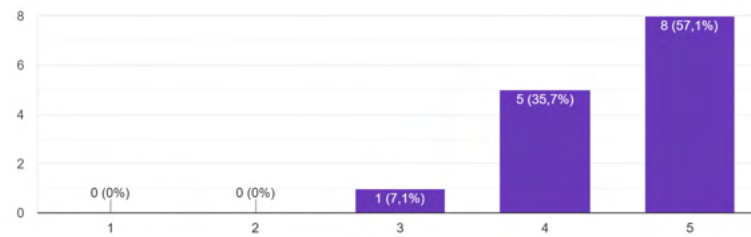
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Desta forma, posso concluir a compra da melhor forma possível, com rapidez e pouco esforço.

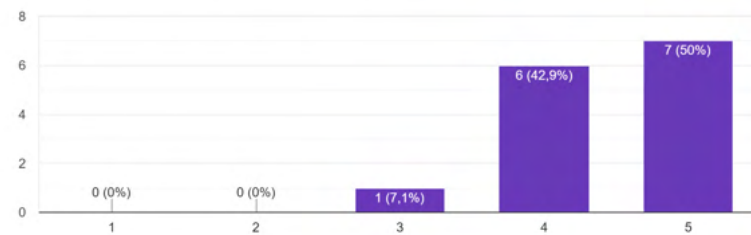
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As funções do processo estão bem integradas.

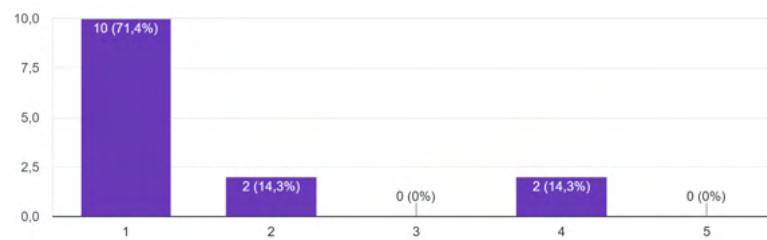
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

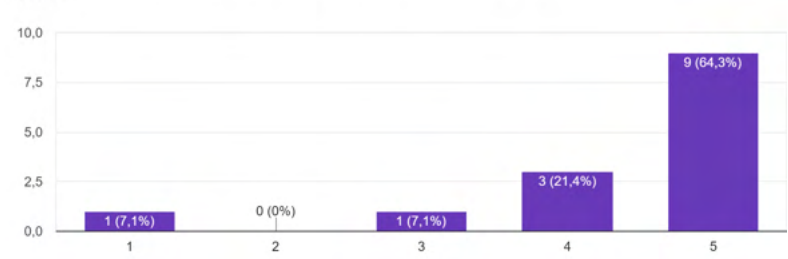
O processo de compra é inconsistente.

14 respostas



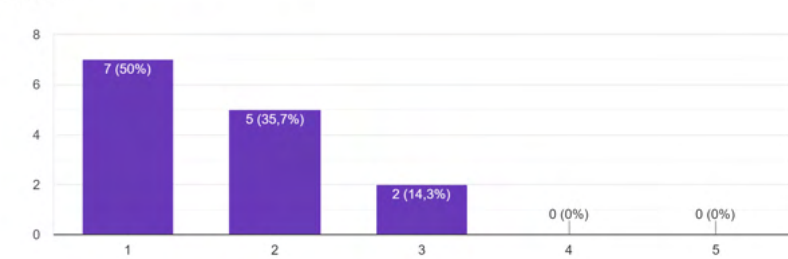
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A maioria dos usuários aprenderia a usar este processo rapidamente.
14 respostas



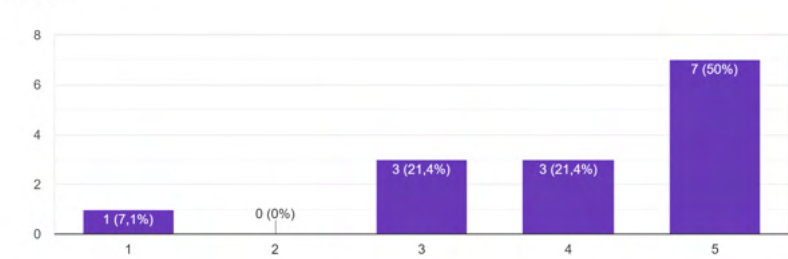
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é complicado.
14 respostas



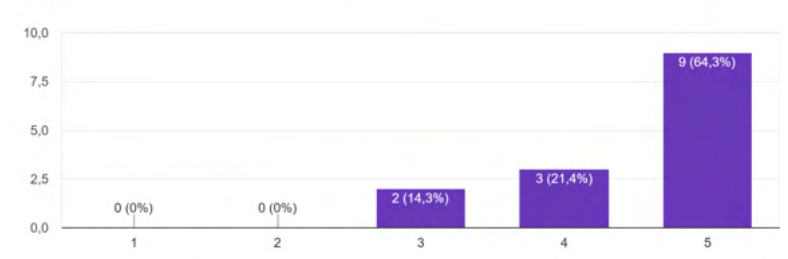
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é cômodo.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

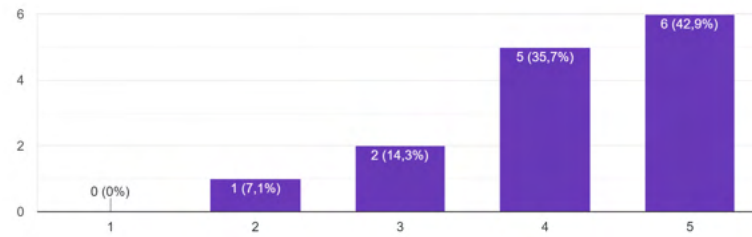
Foi fácil encontrar as informações que eu precisava.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces no processo são agradáveis.

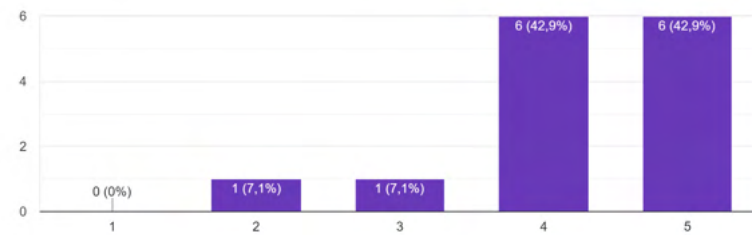
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A organização das informações nas interfaces é clara.

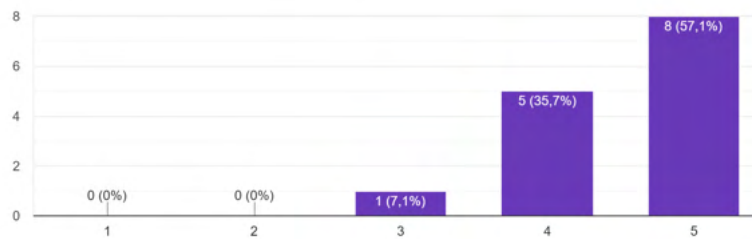
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces são fáceis de entender e de usar.

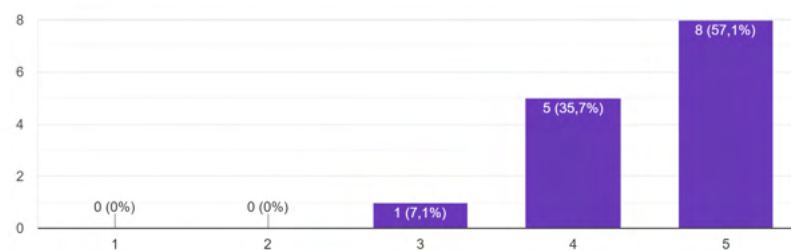
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

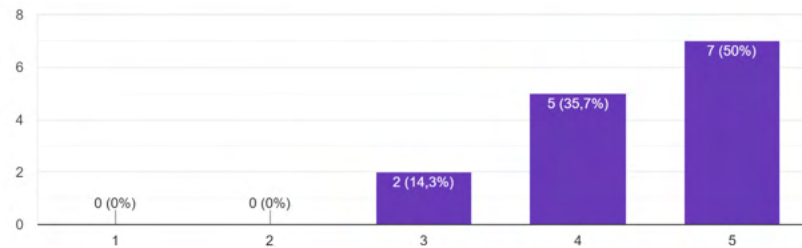
As interfaces contêm todas as informações que me ajudam a concluir a tarefa.

14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces me ajudam a concluir a compra da melhor forma, com rapidez e menos esforço.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

- Em relação à navegação e conclusão da tarefa, o que você considera positivo ou negativo na compra de um só jogo?

O problema da steam é na finalização da compra de um game, caso a pessoa deseje cancelar, ter que entrar em outra opção fazendo com que leve mais tempo para cancelar algo que poderia simplesmente fazer isso no ato da compra.

O processo de compra em si é bem simples na hora de escolher o jogo que você quer e a forma de pagamento, a entrega é imediata dependendo da mesma com você já podendo jogar o jogo que você deseja. O ponto negativo talvez seria as informações do jogo bem espalhadas pela interface como requisitos para jogar o jogo, se ele é single ou multiplayer, quais as linguagens que ele possui, etc...

Sempre recorro às análises positivas e negativas do jogo que são visíveis para todos, assim caso tenha dúvidas se compro ou não, posso ler a opinião de outro jogador. A forma de pagamento tem muitas opções também, isso ajuda na hora de comprar o jogo. Por enquanto não vi nada que seja negativo na hora da compra de um jogo.

A navegação deveria conter mais pontos em relação a aparência, e divulgação do melhor do jogo(os), comprar apenas um jogo reflete a busca única no momento, seja por estar em alta ou por ser escolha própria, e negativo é os preços que podem variar de acordo com a demanda e também a disponibilidade do porte da máquina.

o botão de compra da steam fica lá em baixo muito das vezes você tem que rolar o scroll do mouse para poder ver, o que é bem diferente da epic que já aparece logo ao lado.

É um processo simples e direto e prático. Não vejo pontos negativos no processo de compra.

É necessário refazer o processo para um outro jogo, e esperar mais.

Eu sou indiferente para mim é fácil porém de um público geral pode haver pessoas com dificuldade mas também pode haver pessoas com o mesmo intelecto que podem efetuar compras com facilidade e destreza.

A confirmação da compra para o usuário ter certeza de realizar

Clareza e variedade de informações sobre o produto específico seria o principal ponto positivo, como estes são produtos que tendem horas de uso podendo ser fracionado, o único possível ponto negativo que seria o tempo para executar esta tarefa múltiplas vezes se torna irrelevante, claro, tratando do ponto de vista do consumidor

A compra ser rápida.

Não existem maiores dificuldades, conforme vamos fazendo o userflow, o mesmo responde de forma objetiva e clara.

De positivo eu vejo a facilidade de se navegar e fazer aquilo que se deseja e de negativo eu observo apenas o redirecionamento de páginas que particularmente não gosto.

O processo de compra desde o carrinho, até a conclusão do pagamento é claro e objetivo. Sendo praticamente autoexplicativo. Porém não acho que a UI seja tão amigável quanto poderia ser...

- Sobre a compra pela Página Inicial, o que você considera positivo ou negativo? Existe alguma melhoria que você gostaria de ver nela?

Na compra existe algumas coisas chatas como, se vc adicionar um game e adicionar de novo, a plataforma não te avisa sobre isso e acumula, podendo haver mais gastos caso não preste atenção.

A tela inicial, na maioria das vezes, vai lhe recomendar jogos do mesmo gênero que você goste ou jogue ultimamente na plataforma e também muitas promoções de desenvolvedoras o que ajuda caso você esteja em dúvida sobre comprar algo. De negativo eu diria que a plataforma não consegue computar, caso você for maior de 18 anos, o acesso a página de um jogo com maior violência sem que você sempre confirme sua data de nascimento a ela toda vez que for visitar a página do mesmo.

A compra pela pagina inicial é um atalho rápido e isso ajuda muito quando tenho outras coisas para fazer, isso faz com que eu conclua a compra rápido. Não notei nada que precisa ser melhorado por enquanto.

É bem explícito e ágil, pois mostra o preço e descontos disponíveis.

Em questão de aparência, melhorar a tornaria mais atrativa. A Steam mesmo, acho que a busca por jogos ou a página 'Inicial' deveria ter algo mais atual, em questão de aparência.

na pagina inicial da steam é muito boa a parte de ver logo o preço, porem seria mais interessante se ja tivesse logo a opção de comprar sem ter que ir direto na pagina do jogo, principalmente se é um jogo que vc ja conhece e não quer ficar perdendo tempo clicando e sendo direcionado para outra pagina, quanta menos pagina vc for direcionado melhor.

De positivo é que na Página Inicial sempre é mostrado as promoções de jogos em destaque. De negativo é que eles não colocaram uma interface da lista de desejos na página inicial, assim os jogos que eu destaquei como meu interesse não são tão mostrados quanto jogos em promoção que não tem relevância para mim.

É mais fácil perceber promoções e ofertas

Bom não sou um designer e não tem uma imaginação perto o suficiente para melhoria de tal site ou plataforma.

A confirmação constante de idade é um ponto negativo. A steam poderia possibilitar o usuário colocar a data de nascimento e entrar direto nos jogos de restrição etária.

Isso depende da plataforma, pois dadas as opções de uma página inicial serem exatamente limitadas pelo espaço disponível, é preciso de um bom algoritmo para mostrar itens relevantes o suficiente para despertar o interesse do consumidor

Gostaria que os jogos fossem pensados com base no meu gosto, não simplesmente novidades ou mais vendidos.

As informações estão bem distribuída, eles colocam primeiro os jogos em promoção em destaque justamente para prender o usuário e fazer com que ele pesquise mais, caso tenha o dele nessas promoções, foi o que aconteceu comigo recentemente, todos os jogos do resident evil estava em promoções, então eu fiz a compra de todos, é uma sacada inteligente da parte deles.

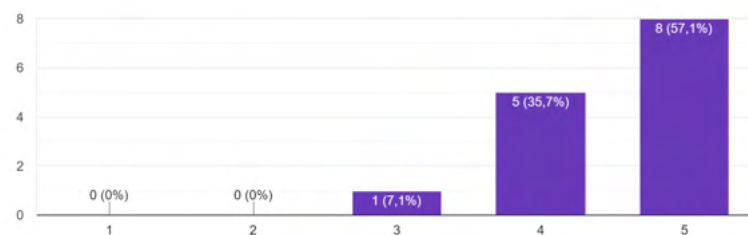
Acho bem positivo o fato de ser bem simples colocar no carrinho e efetuar a compra da forma desejada e negativo não observei nada.

A página inicial da loja tem basicamente tudo que ela poderia oferecer: Destaques, ofertas especiais, tendências, lançamentos, anúncios. Não acho que seria necessário uma inovação.

SOBRE A COMPRA DE 3 JOGOS OU MAIS

Este processo de compra é fácil.

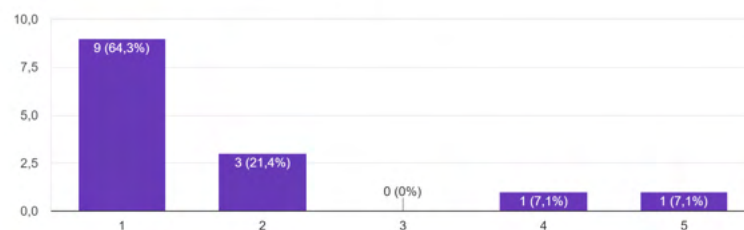
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Eu precisaria de ajuda para fazer a compra dessa forma.

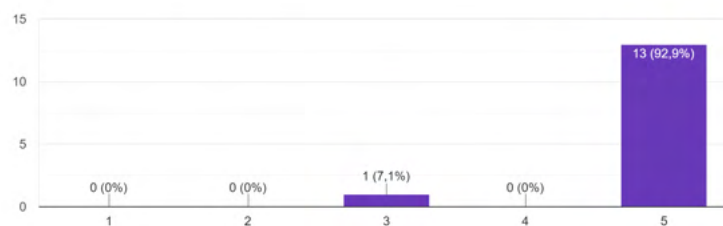
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

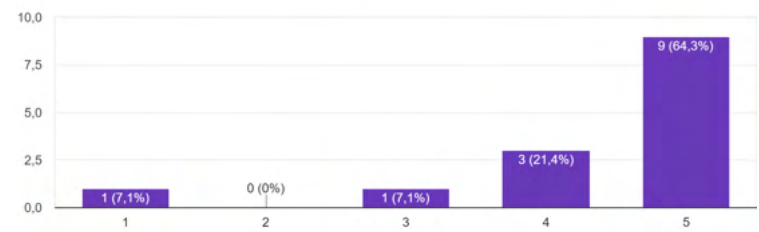
Posso concluir a compra desta forma.

14 respostas



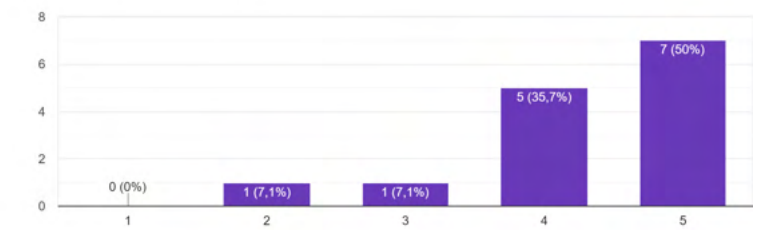
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Desta forma, posso concluir a compra da melhor forma possível, com rapidez e pouco esforço.
14 respostas



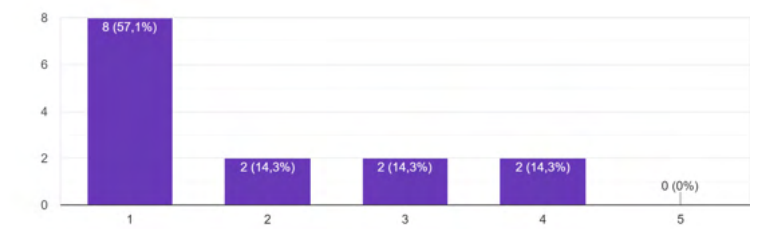
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As funções do processo estão bem integradas.
14 respostas



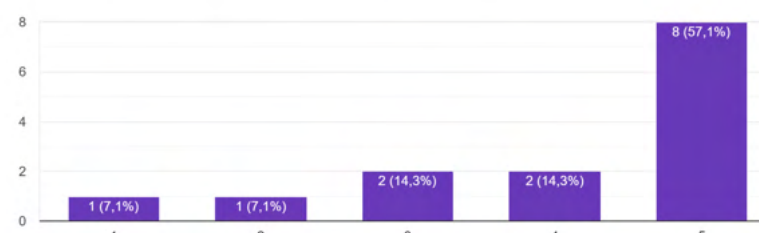
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é inconsistente.
14 respostas



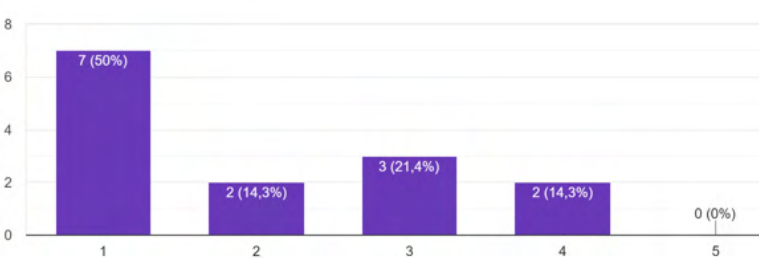
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A maioria dos usuários aprenderia a usar este processo rapidamente.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

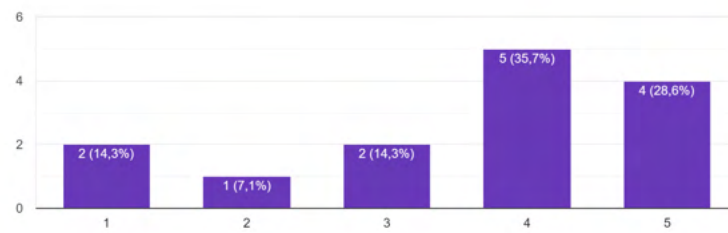
O processo de compra é complicado.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é cômodo.

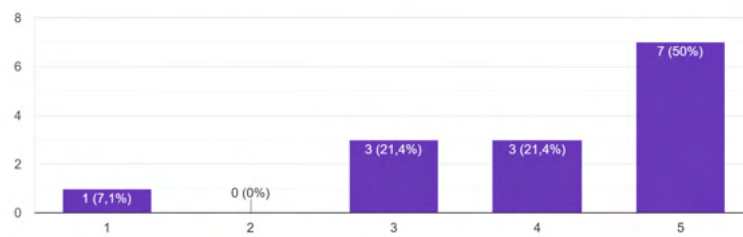
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Foi fácil encontrar as informações que eu precisava.

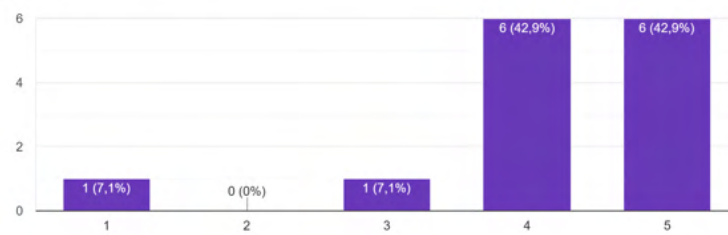
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces no processo são agradáveis.

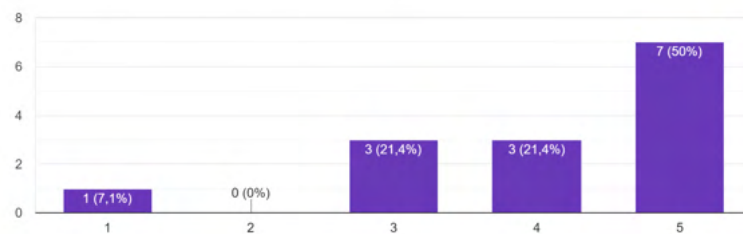
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A organização das informações nas interfaces é clara.

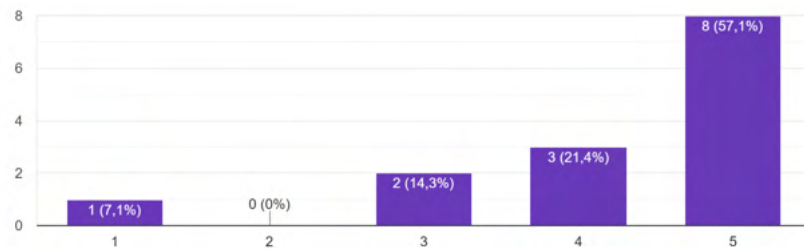
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces são fáceis de entender e de usar.

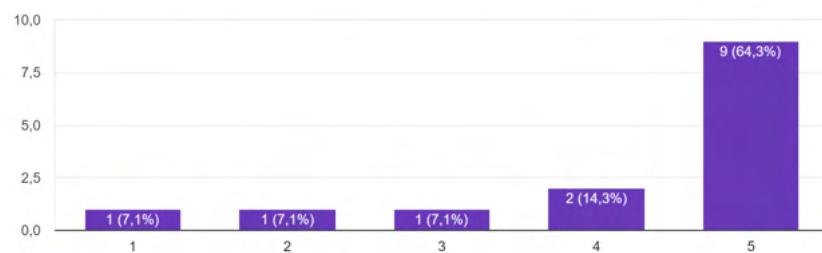
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces contêm todas as informações que me ajudam a concluir a tarefa.

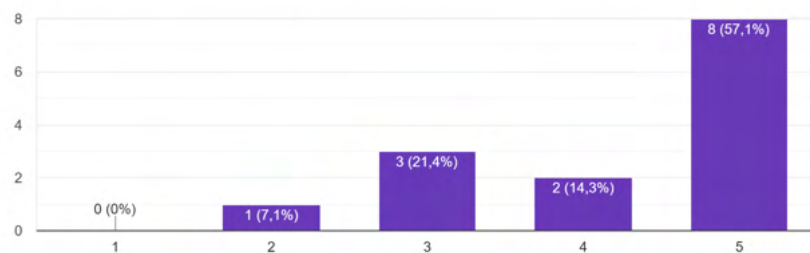
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces me ajudam a concluir a compra da melhor forma, com rapidez e menos esforço.

14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

- Em relação à navegação e conclusão da tarefa, o que você considera positivo ou negativo na compra de um só jogo?

Positivo

Pra concluir a compra de mais de um jogo no carrinho é bem tranquilo pra quem tem familiaridade com a plataforma em questão, pra quem for usuário novo da mesma pode ser complicado no início precisando da ajuda de alguém pra poder finalizar o processo.

Acho positivo a agilidade na hora da compra. Nada negativo para comentar.

O ponto positivo é poder atribuir cupons de desconto, negativo seria o preço ser limitado por tempo, como acontece em promoção (ões).

quanto menos clic melhor, ainda mais se tiver uma promoção por comprar múltiplos jogos de uma vez.

É muito similar à compra de apenas um jogo pela tela inicial. De negativo é só que a opção de continuar comprando que é de cor similar ao plano de fundo, não leva tanto destaque quanto a de finalizar a compra que é verde e com um olhar de relance já se encontra facilmente.

O processo só é feito uma vez

Não tenho nenhum ponto negativo nem positivo para mim tudo neutro

Particularmente acho um pouco poluído pelas informações desde o momento em que se vai procurar um jogo. Organizaria por gênero e segmento em novas abas que poderiam se estender conforme o mouse ia passando por cima.

Pelo meu perfil de consumo, a aquisição de múltiplos jogos é pouco desejada. O processo em si é simples e adotado em praticamente todo comércio virtual, mesmo fora do nicho de jogos, o que torna acessível pra qualquer ser humano com uma capacidade cognitiva e que tenha um mínimo de contato com tecnologias

Nada

Ele separa por categoria cada jogo, se não me engano, pelo que vi, isso é organização e eu gosto muito de organização é site de jogos.

É positivo pelo fato de ser fácil adicionar tudo no carrinho, de negativo não vejo nada.

A compra de múltiplos jogos é objetivo.

- Sobre a compra através de Categorias e Filtros Avançados, o que você considera positivo ou negativo? Existe alguma melhoria que você gostaria de ver nela?

Positivo, no momento até eu curto dessa forma que funciona

No geral ela funciona muito bem, se você gosta de determinada categoria e selecioná-la e plataforma consegue ser bem fiel a seus gostos, não diria que há pontos negativos sendo que na maioria das vezes ela vai selecionar jogos da sua preferência na qual outros usuários mais jogam e/ou tem uma boa avaliação pelos mesmo.

Como positivo, isso facilita muito na hora de comprar jogos, pois cada pessoa tem seus gostos para jogo, seja rpg ou mmorpg, esse filtro ajuda o gamer a achar aquilo que ele gosta de jogar. De negativo não tenho nada a reclamar.

Acredito que a forma atual está bem clara de ser usada.

eu gostaria de ver ela logo na pagina inicial e de forma mais bonita possível e chamando atenção

É uma boa maneira de encontrar jogos por gênero e há uma interface da lista de desejos nela destacando os jogos que pretendo comprar. Não vejo pontos negativos até porque é um processo simples e direto.

É mais fácil de ver outras opções semelhantes

Como dito na parte anterior não tenho nenhuma melhoria a apresentar

Mesma coisa da resposta acima.

Categorias ainda há algum fácil acesso, filtros avançados não ficam em um ponto tão claro/acessível para a massa que o mercado de jogos ainda tenta/precisa angariar encontre com alguma facilidade

Acho o design da steam pouco intuitivo,

Tem a quantidade de informações necessárias na tela para que possamos prosseguir ou não com a tarefa.

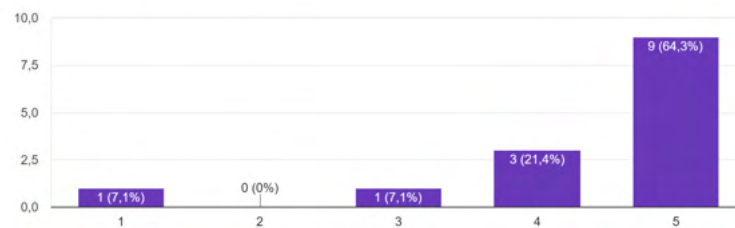
Positivo porque eu posso ir exatamente na categoria de jogos que me interessam e achá-los com mais rapidez, e negativo porque são muitas categorias e filtros que acabam afunilando muito a busca e dificultando o processo para encontrar algo.

A função de navegação através das Categorias e Filtros Avançados, é confuso, nada prático e além de não ser preciso. Não acho que seria uma função interessante a continuar na plataforma.

COMPRA DE JOGO MAIS DLCS

Este processo de compra é fácil.

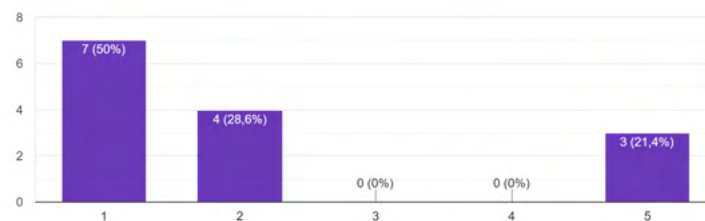
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Eu precisaria de ajuda para fazer a compra dessa forma.

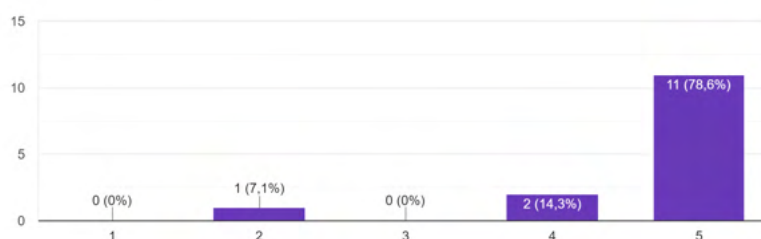
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Posso concluir a compra desta forma.

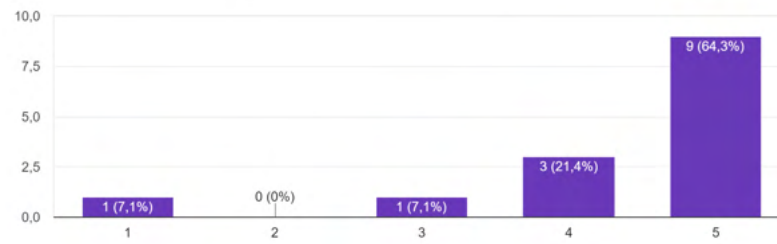
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Desta forma, posso concluir a compra da melhor forma possível, com rapidez e pouco esforço.

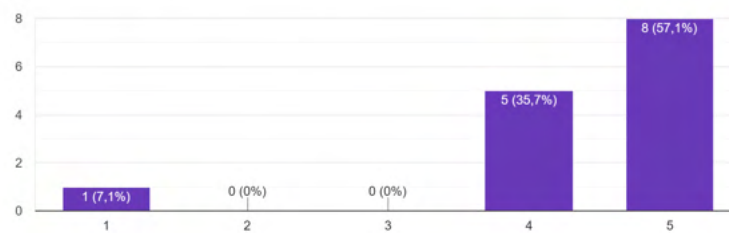
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As funções do processo estão bem integradas.

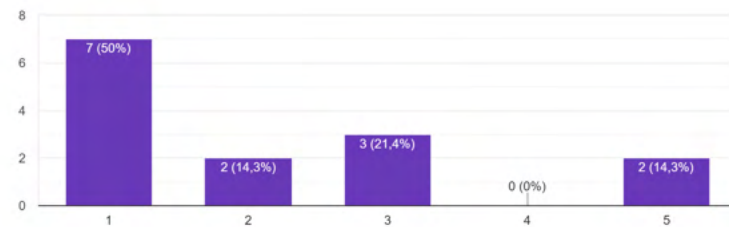
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é inconsistente.

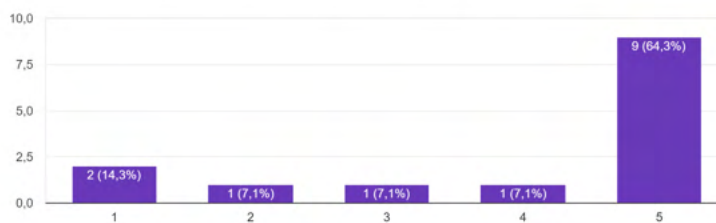
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A maioria dos usuários aprenderia a usar este processo rapidamente.

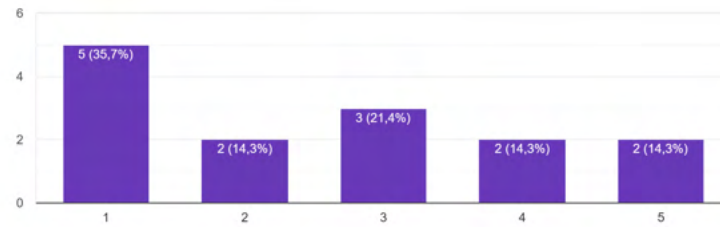
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é complicado.

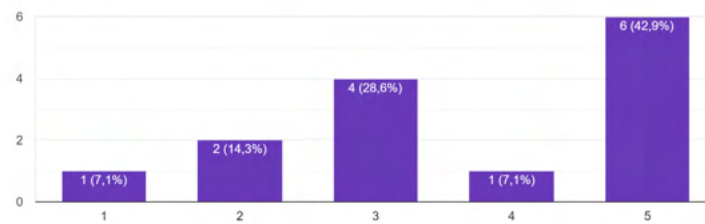
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é cômodo.

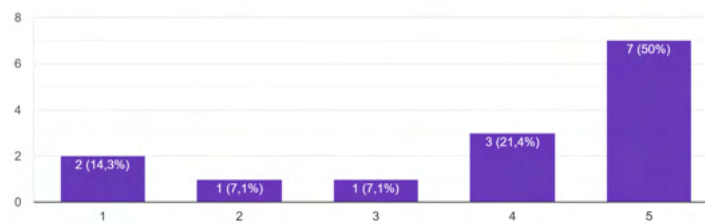
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Foi fácil encontrar as informações que eu precisava.

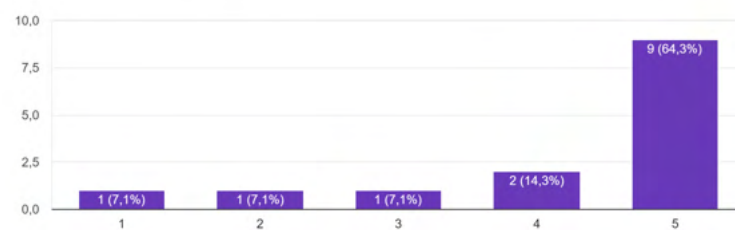
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces no processo são agradáveis.

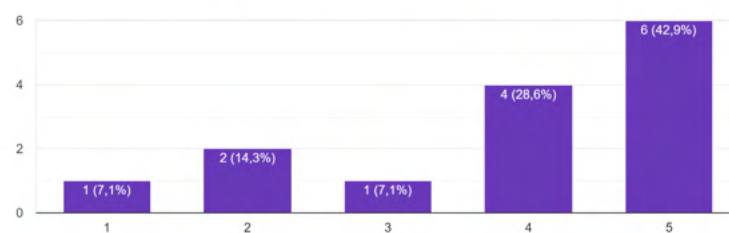
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

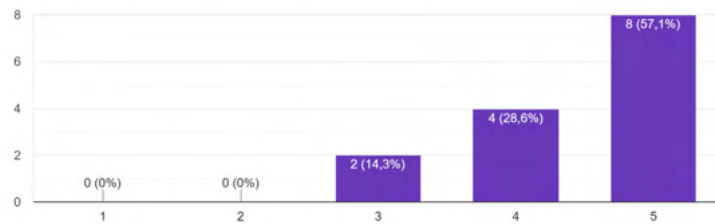
A organização das informações nas interfaces é clara.

14 respostas



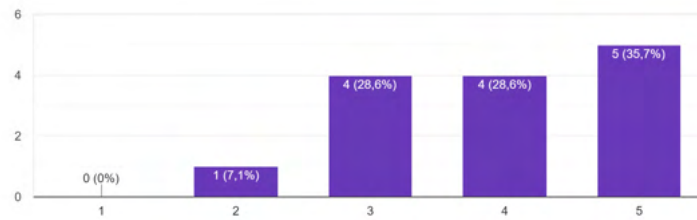
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces são fáceis de entender e de usar.
14 respostas



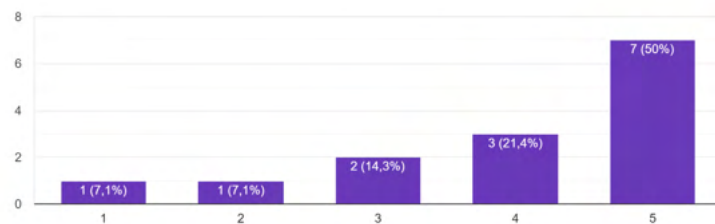
Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces contêm todas as informações que me ajudam a concluir a tarefa.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces me ajudam a concluir a compra da melhor forma, com rapidez e menos esforço.
14 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

COMPRAR UM JOGO MAIS 3 CONTEÚDOS ADICIONAIS - USAR CAIXA DE BUSCA

- Em relação à navegação e conclusão da tarefa, o que você considera positivo ou negativo na compra de um só jogo?

Negativo, tem muita informação de dlcs e não tem organização delas, podendo ocorrer de comprar dois tipos de dlcs com o mesmo conteúdo ou até mesmo não pegando o conteúdo preferido por esse motivo.

O bom de comprar conteúdos adicionais de um determinado jogo, que você queira da plataforma para prolongar sua jogatina, é que você geralmente encontra essas adições na mesma página do jogo, o lado negativo seria um usuário novo podendo comprar por engano um conteúdo extra de algum jogo por engano e pagando mais por algo que ele não queria/precisaria no momento de adquirir.

Embora seja mais caro que o jogo base na maioria das vezes, o processo de compra de conteúdos adicionais é simples.

Acredito que a forma atual de busca esteja de acordo com meus padrões, sem precisar de algo mais para implementar.

se clicar e já ir adicionando no carrinho sem sair da mesma página é uma maravilha.

O processo da compra é fácil e direto, já o conteúdo da compra não. Sempre tive e continuo tendo em dificuldades em comprar conteúdos Game Pass pois não fica claro o conteúdo do mesmo. Em alguns casos o Game Pass são "missões/objetivos" à se alcançar para ganhar recompensas dentro de um certo tempo, noutro caso o Game Pass é o acesso a todas as DLCs que já foram lançadas e irão ser. E o discernimento entre elas nem sempre é claro e tenho que procurar informações na internet.

Já é possível comprar junto com a compra inicial do jogo

Indiferente

Um jeito rápido de conferir se o jogo está a venda.

Apenas um ponto negativo que é não ser venda casada por consequência exigir mais cliques para executar a ação

Nada

A barra de pesquisa, acredito que é a forma mais viável e rápida para uma compra na steam e qualquer outra loja de jogos, basta apenas colocar o nome do jogo e já aparece a previa conforme vai digitando, amo essa função.

Positivo: poder adicionar todos os conteúdos e comprá-los.

Negativo: alguns conteúdos serem vendidos em conjunto.

Um processo muito demorado e cansativo, poderia haver uma opção na página do jogo onde você seleciona todos os conteúdos que você deseja através de um marcador de caixa e jogar todos os itens selecionados para o carrinho.

- Sobre a compra pela Busca Direta, o que você considera positivo ou negativo? Existe alguma melhoria que você gostaria de ver nela?

As buscas estão boas, nisso a plataforma acertou na minha opinião

A busca funciona bem pra procurar a DLC que você quer, o que pode ser um problema é que alguma fiquem na mesma página do jogo base podendo confundir usuários que estão começando a usar a plataforma.

Ele me salva na maioria das vezes quando sei o que quero comprar, é rápido e claro.

Acredito que a forma atual esteja do meu agrado, sem precisar implementar mais nenhum padrão.

é um bom processo de busca, no entanto poderiam colocar uma opção de busca somente para DLCs, pois quando se procura por uma DLC a primeira sugestão é do próprio jogo e outros jogos da franquia.

Não

Nenhuma

Acho que é um jeito rápido de procurar um jogo que não esteja na tela inicial e ver se possui para a compra, bem como conferir os demais jogos semelhantes ou da franquia ofertados.

Para pessoas mais em teiradas com o mercado e que não são tão ligadas nos AAA, se torna a melhor opção tendo em vista poupar tempo, o ponto negativo é novamente o fato desta ser necessária pela precariedade dos algoritmos destes mercados de jogos

Nada

A resposta anterior acredito que serve para aqui também.

Positivo: é simples pois eu só preciso digitar na barra de pesquisa.

Negativo: dependendo de como se digita não é possível encontrar o que se busca.

Busca Direta, sendo a melhor opção e a mais utilizada da plataforma, onde é a via mais rápida e precisa para encontrar o que deseja. Na minha opinião, é a opção perfeita da plataforma, onde não necessita de melhorias.

CONSIDERAÇÕES

- Sobre as interfaces da Steam, se houve algum momento em que você teve dificuldade de finalizar a tarefa ou encontrar alguma informação importante, poderia descrevê-lo? E o que você acredita que poderia ter lhe ajudado no ocorrido?

Na steam mesmo sendo usuário dela a anos, me incomoda a maneira de como se compra e se cancela compra, muito chato e sem falar de que se não prestar atenção compras indevidas podem acontecer.

Gosto de facilidade em comprar algo e cancelar.

Essa questão de cancelar algo game ou dlc e ter que ir em um outro local da plataforma para resolver é chato desnecessário

Nunca tive spam, o único incomodo da plataforma seria nas terças-feiras quando ele passa por um "reset" e fica completamente lenta e com um acesso complicado por umas 2 horas, fora isso ela atende bem a quem a utiliza.

Nenhuma dificuldade.

Nunca tive problemas com a Steam em relação a questão.

tem pouco tempo que uso steam e eu sempre achei meio confuso, depois de muito tempo que aprendi a mexer nele, ou seja o designer da steam é muito ultrapassado.

Informações sobre conteúdos Game Pass, Season Pass e/ou Game Of The Year (Goty) nem sempre são tão claras. Por exemplo, na compra do Batman™: Arkham Knight Season Pass, está é a descrição do produto "Este passe de temporada de Batman: Arkham Knight possui novas missões de história, mais supervilões invadindo Gotham City, novos Bat-Móveis lendários, mapas de desafios avançados, skins alternativas de personagem e novas pistas de corrida." Não está discriminado nela se na compra deste Season Pass vem acompanhado as DLCs, falam na descrição que é a compra

de conteúdo adicional mas não falam qual. Poderiam simplesmente adicionar informações como "Este conteúdo contém: DLCs X,Y e Z. Conteúdo Cosméticos A,B e C".

Não nenhuma dificuldade

Nenhuma dificuldade, mas acho que especificações como faixa etária e integração como se o jogo possui legendas, dublagem, tecnologia assistiva (ex para daltonismo) por exemplo, poderiam ficar mais em destaque, e repente próximo a imagem do mesmo.

Houve esse problema com um único produto específico sendo este o Final Fantasy 14, onde o jogo está disponível separadamente a opção de Free Trial e o jogo de fato a ser comprado. Causando certa confusão em um primeiro momento até perceber a existência dessa separação (além de causar dificuldades na contagem de horas totais de jogo)

A interface para quem não está acostumada com a Steam é pouco intuitiva e muito bagunçada.

Nunca tive problemas com a Steam, é uma interface perfeita para o que propõe.

A plataforma steam é muito boa, eu particularmente gosto bastante e é a minha preferida. Tive dificuldade uma vez apenas quando fui comprar um jogo de presente para alguém, mas agora já entendo todas as funcionalidades de compra. Acho que o que poderia ter ajudado seria um FAQ sobre compras.

- Se você usa outras plataformas, que recursos e funcionalidades nelas você acredita que poderiam ser interessantes para uma melhor experiência de compra na Steam?

Casa uma tem seus pontos altos e baixos, eu não posso dizer o que poderia pegar de uma pois eu uso muito mais a steam nas compras.

Acredito que de todas as plataformas, apesar de alguns poucos pontos negativos, a Steam é a melhor plataforma para jogos, tanto em funcionalidade para comprar e buscar jogos no qual você deseja, quanto a jogar os jogos por ela pelo fato de ela não consumir muito do seu computador ficando aberta em segundo plano enquanto você joga.

Acho que a Steam tem o processo de compra mais ágil de outras plataformas em que joguei.

Vários outras plataformas saem na frente em relação a divulgação e aparência. Mas a Steam ao meu ver continua sendo a mais eficiente em relação a compras e segurança de privacidade.

ícones um pouco maior e mais chamativos assim como bem localizado, as vezes vc entra na página do jogo e tem que descer para ver o ícone de compra/adicionar.

Uma interface mais limpa

Não tenho ideia

Alguns jogos de graça como a Epic oferta por semana

Com relação aos métodos de pagamento, ter a opção direta de pix apenas para escanear um QR code e finalizar o pagamento seria maravilhoso

Um algoritmo para definir o que te mostrar a nível do algoritmo do YouTube seria muito bem vindo

Possibilidade de adicionar um sistema de máquina de confiança de modo a fazer pagamentos automáticos sem necessidade de confirmação

A EPIC possui um design mais clean que fica mais agradável de navegar.

Na steam, da para se notar que teve um investimento de melhoria da interface, principalmente quando você também usa de outras plataformas, por exemplo, a Epic Games, é uma interface fácil e rápida, mas ainda sim, pela steam acredito que é bem mais fácil.

Uso outras plataformas, mas não creio que nenhuma delas agregaria algo de positivo para a steam, pois de todas que utilizo a steam é a melhor e a mais fácil de se usar.

- Sobre o carrinho da loja (interface, uso e edição da compra), quais aspectos você considera positivos ou negativos nele? Você gostaria de ver alguma melhoria implementada nele ou no acesso a ele dentro do sistema?

Muita informação na tela, mas essa questão eu acho positivo, melhor ter muita informação de algo do que não ter nada.

No carrinho em si não precisaria de melhoras somente na hora de finalizar a compra a plataforma deveria ser mais transparente nas formas de pagamento, algumas podem ser um pouco complicadas de achar, fora isso é tudo bem acessível.

Na minha opinião, acho ele eficaz.

Ao meu ver não precisa ter nenhuma melhoria.

gostaria de ser redirecionado menos isso ja seria uma grande melhoria.

É prático, simples e fácil.

A interface poderia ser um pouquinho mais intuitiva

Não

Acredito que a confirmação da compra seja uma opção interessante para evitar erros, mas uma compra com único clique seria interessante pois evita ficar indo para tantas páginas. Ainda que haja algum "erro" ou arrependimento ao comprar um jogo, o reembolso da steam não deixa a desejar.

Poderia ter uma interface mais agradável no momento de escolher a quem dar um presente, é desconfortável caso vá fazer isso múltiplas vezes, e ninguém se importa em deixar uma mensagem, logo, a tela necessariamente aparecer te pedindo pra assinar e essas coisas é um porre

Acho o design da pagina bagunçado.

Tudo ótimo, clica para remover, botão ali em uma posição que da para visualizar, imagens e opções em locais estratégicos.

Não vejo nada de negativo, pois é bem simples o processo de compra.

O carrinho tem uma interface "neutra", o que na minha opinião é um ponto positivo, onde não há nenhuma "poluição" o que poderia afetar a acessibilidade ao usuário ao finalizar a compra.

- Caso possua considerações e sugestões sobre este trabalho e/ou como ele está sendo realizado, escreva-as no espaço abaixo.

Tô aceitando lanche pago em hauajuahau

O questionário está bem claro para mostrar como funciona uma plataforma de jogos e como realizar compras por ele, está bem completo sobre como utilizar e comprar o que deseja por ela, tendo análises e requisitos pela mesma caso tenha alguma dúvida antes da compra. É bem tranquilo pra quem já utiliza e bem claro sobre como funciona pra quem nunca usou e tem interesse.

o video do youtube não tem audio, o que dificultou a entender o que de fato vc queria mostrar, apenas dificultou.

Foi muito bem reformulado as perguntas

As questões foram muito bem elaboradas e claras. Espero que a minha contribuição em responder esse formulário tenha ajudado no seu TCC. Boa sorte!

APÊNDICE B - MENUS, JANELAS E MENSAGENS DO PROTÓTIPO

Alerta para compra de DLC para jogo ainda não possuído

Precisa do **Jogo Base**

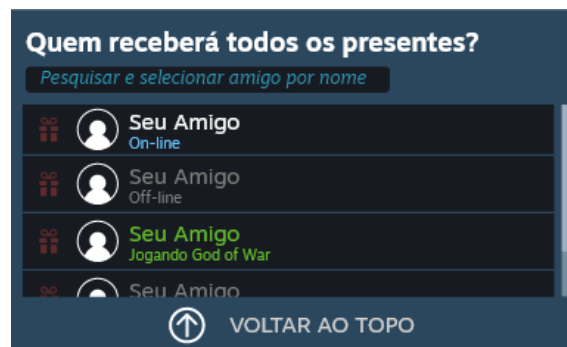
Alerta de compatibilidade do jogo com o computador do usuário

Este jogo funciona no seu PC

Alerta de incompatibilidade do jogo com o computador do usuário

Este jogo **não** funciona no seu PC

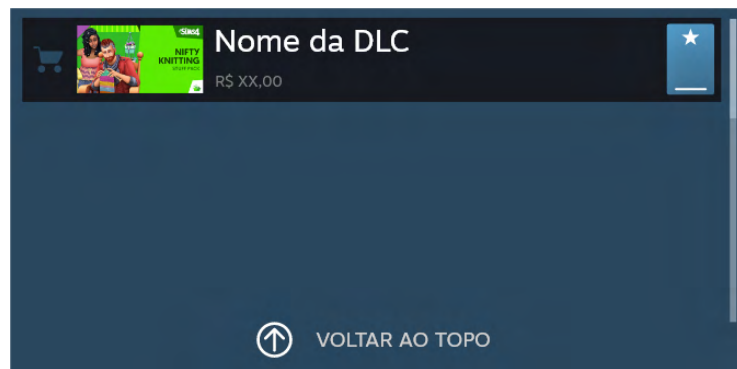
Menu de seleção do receptor dos presentes a partir da escolha “Todos para presente” no Carrinho



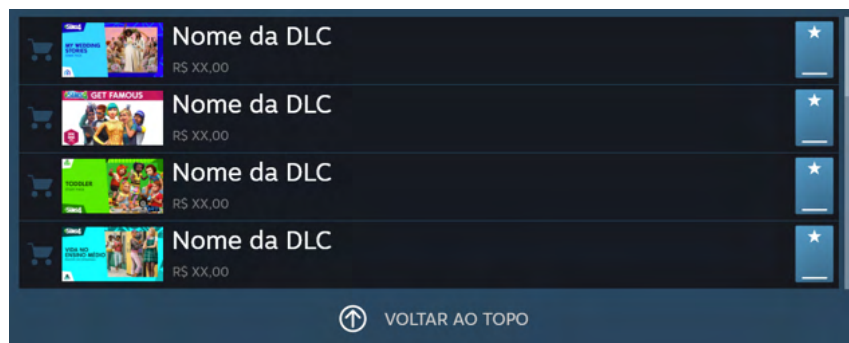
Menu de seleção de um receptor dos presentes no Carrinho



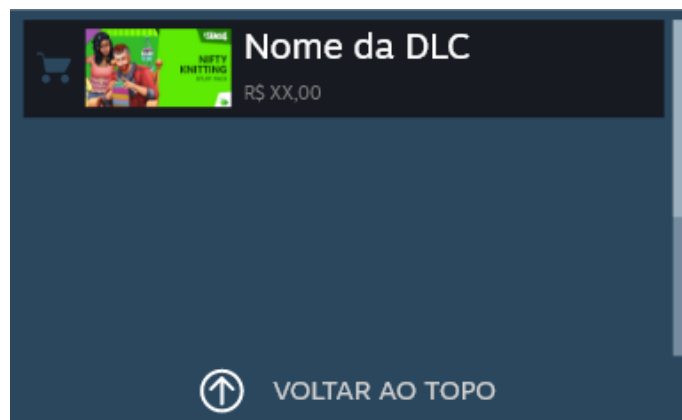
Exemplo de lista de DLC na página do Carrinho no bloco “Finalizar Compra”



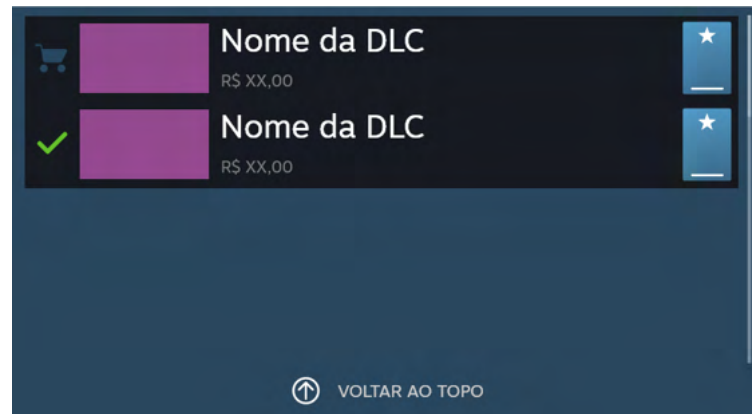
Lista de DLCs presente no botão da Página do Jogo



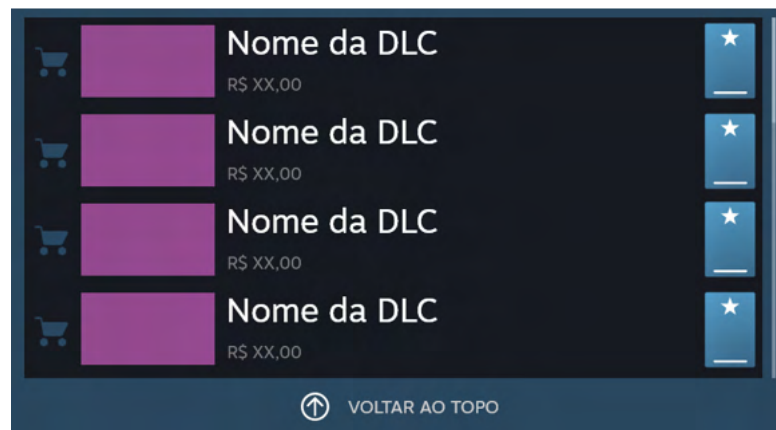
Exemplo de lista de DLC na página do Carrinho no bloco “Lista de Resgate”



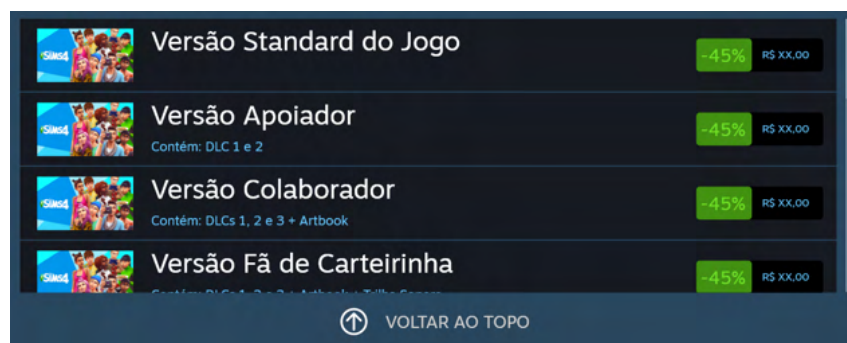
Lista de DLCs para um jogo no menu flutuante do Carrinho com opção selecionada



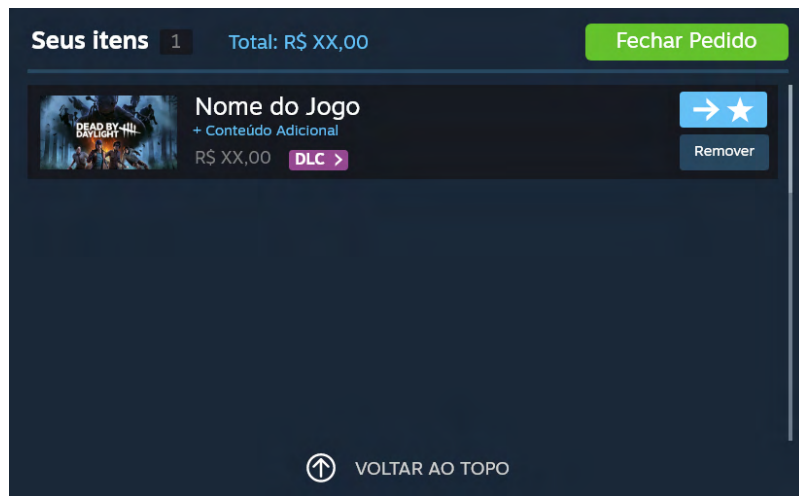
Lista de DLCs para um jogo no menu flutuante do Carrinho sem opção selecionada



Lista de versões do jogo no botão "Comprar" na Página do Jogo



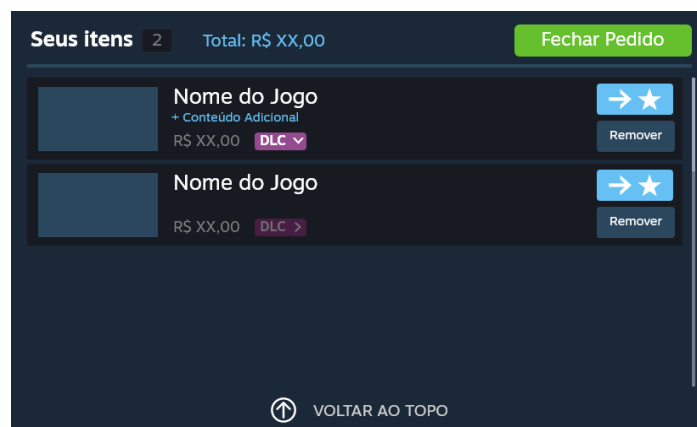
Menu do Carrinho com um jogo mais conteúdo adicional



Menu do Carrinho com um jogo mais conteúdo adicional e um sem



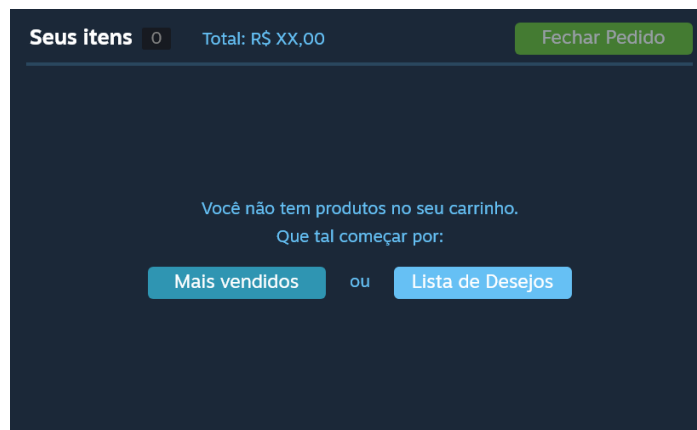
Placeholder do Menu do Carrinho com um jogo mais conteúdo adicional e um sem



Menu do Carrinho com dois jogos com conteúdo adicional e um sem



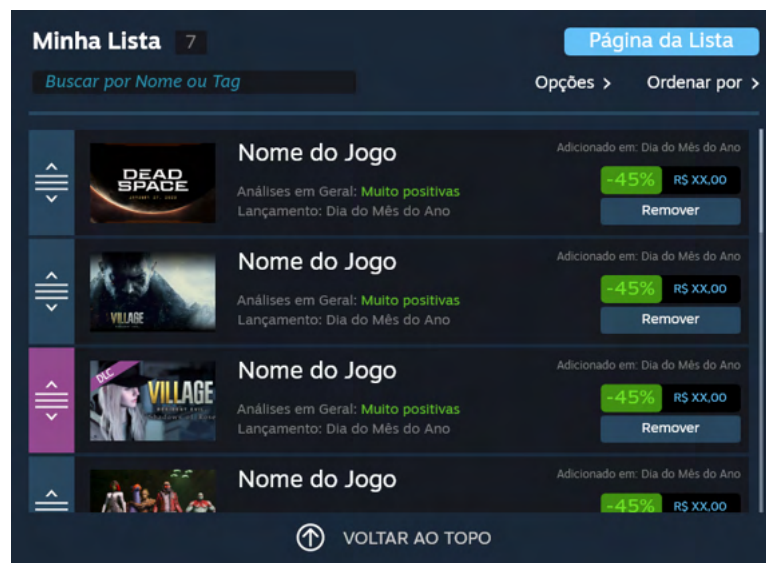
Menu do Carrinho com um jogo sem itens selecionados



Menu da Lista de Descobrimentos



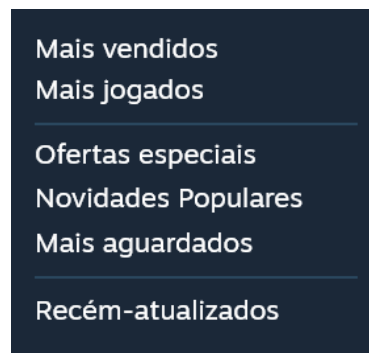
Menu da Lista de Desejos com itens



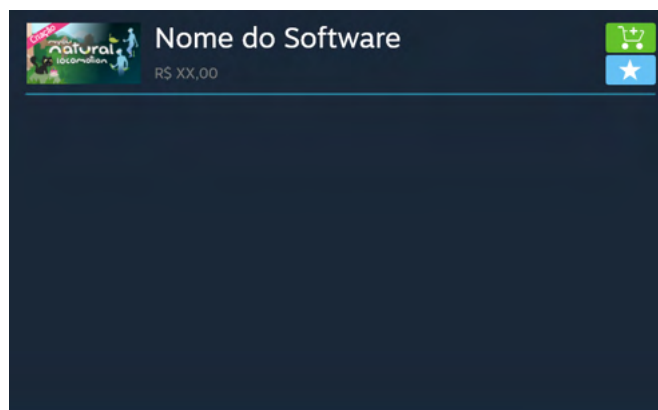
Menu da Lista de Desejos sem itens



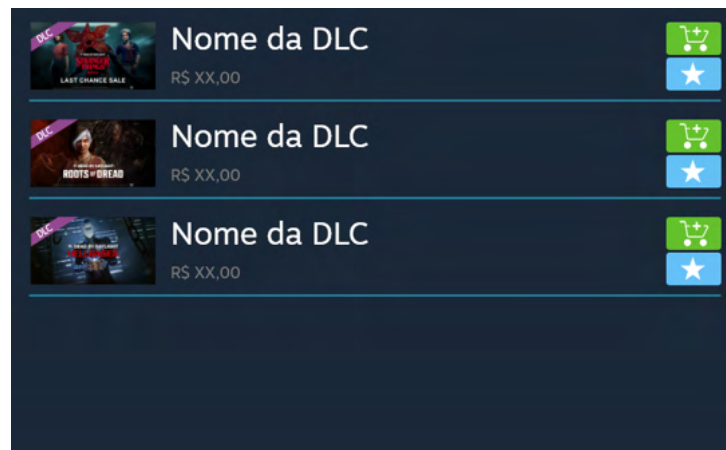
Menu flutuante do botão “Novidades e Tendências”



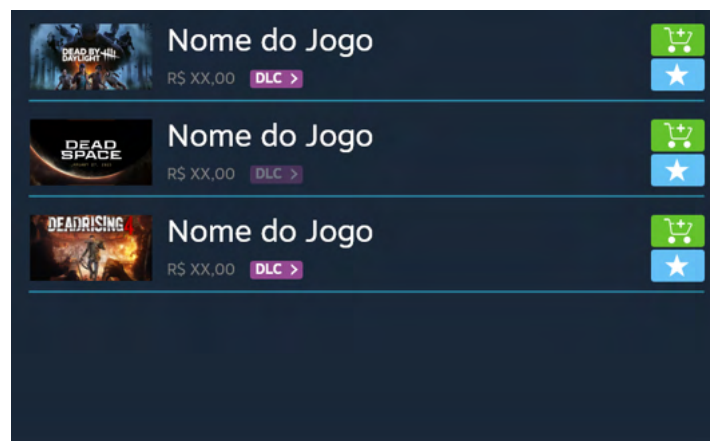
Lista da Caixa de Busca com o filtro de Criação



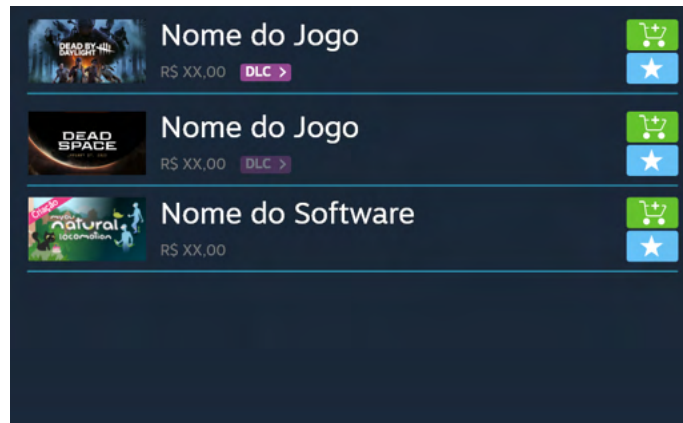
Lista da Caixa de Busca com o filtro de DLC



Lista da Caixa de Pesquisa com o filtro de Jogo Base



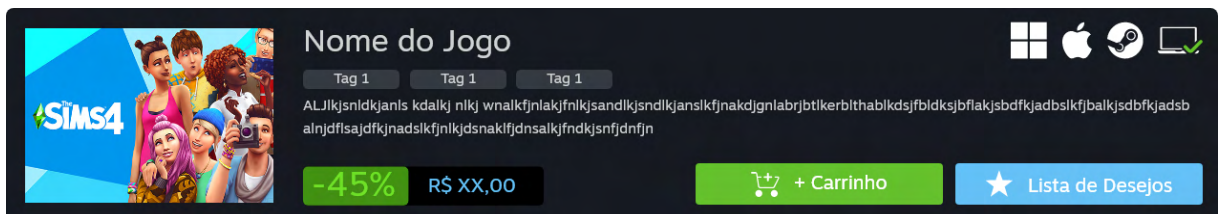
Lista da Caixa de Pesquisa sem filtros



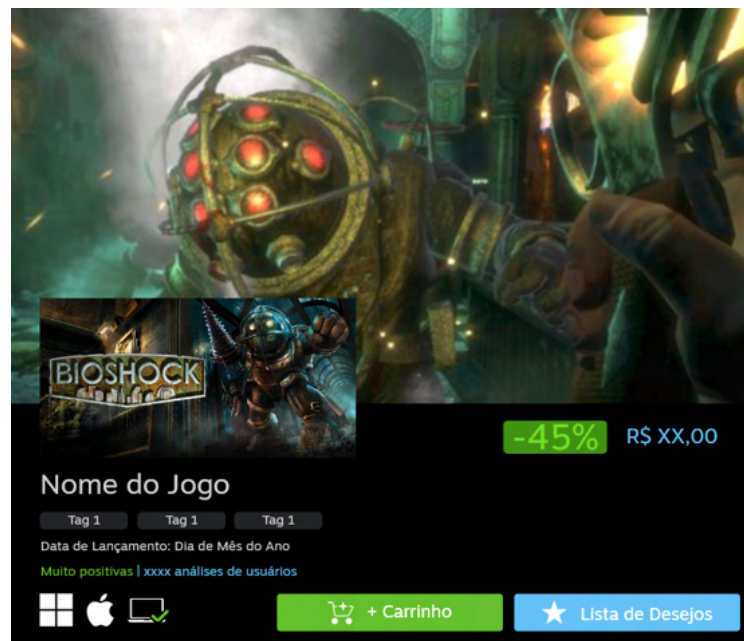
Janela flutuante de Preview para DLCs com botões de comprar e Lista de Desejos



Janela flutuante de Preview para o bloco de pesquisa por filtros na Página de Categorias



Janela flutuante de Preview para Jogos Base com botões de comprar e Lista de Desejos



Placeholder de Janela flutuante de Preview para Software com botões de comprar e Lista de Desejos



Placeholder de Janela flutuante de Preview para Jogo Base para jogo incompatível com Laptop



Placeholder de Janela flutuante de Preview para Jogo Base para jogo incompatível com Desktop



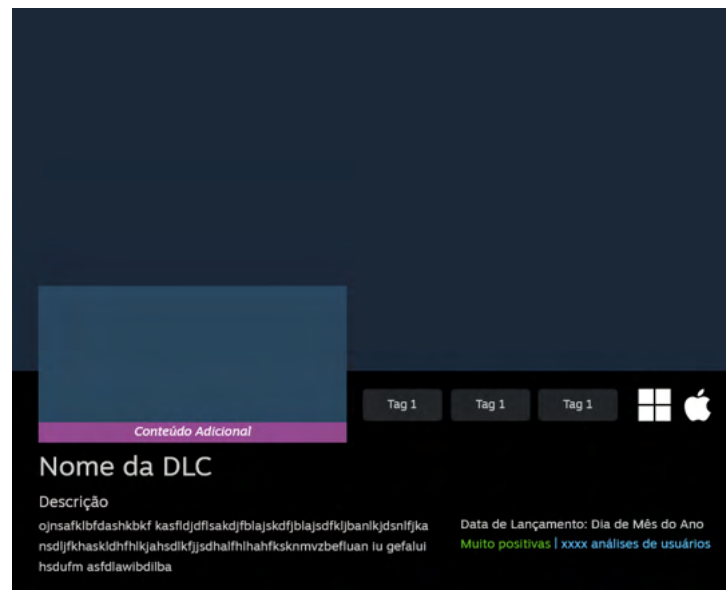
Janela flutuante de categorias para o botão Categorias

SEÇÕES ESPECIAIS	SEÇÕES ESPECIAIS			TEMAS
Gratuito	Ação	RPG	Estratégia	Anime
Demonstrações	Arcade e Ritmo	JRPGs	Cidades e Colônias	Espacial
Acesso Antecipado	Hack and Slash	MMORPGs	Defesa de Torres	Sci-fi e Cyberpunk
Compatível com controle	Luta e Artes Marciais	RPGs de Aventura	Turn Based Strategy	Mistério e Investigação
Remote Play	Plataforma	RPGs de Estratégia	Real Time Strategy	Mundo Aberto
Softwares	Corrida Infinita	Real Time Strategy (RTS)	Militar	Sobrevivência
Trilhas Sonoras	Shoot 'em Up	RPGs em Grupo	Estratégia Massiva e 4x	Só para Adultos
Realidade Virtual	Tiro em terceira pessoa	RPGs de Turno	Tabuleiro e Cartas	Terror
Hardware para RV	Tiro (FPS)	"RPGs de Mesa"	Administração	Sandbox
Steam Deck				
Ótimos para Deck	Aventura	Simulação	Esporte e corrida	Nº DE JOGADORES
macOS	Casual	Construção e Automação	Carros	Competitivo On-line
SteamOS + Linux	Metroidvania	Emprego e Passatempo	Corrida	Cooperativo
Para Cyber Cafés	Exploração	Encontros (Dating Sim)	Esporte em Equipe	MMO
	Quebra-cabeça	Espaço e Aviação	Esporte	Multijogador
	RPGs de Aventura	Física e Reações	Esportes Individuais	Local e em Grupo
	Romance Visual	Rural e Fabricação	Pescaria e Caça	Rede Local (LAN)
	Trama Excepcional	Vida e Imersão	Simulador de Direção	Um Jogador
	Atmosférico	"Faça o que você quiser"	Simulador de Esportes	Um contra todos

Janela flutuante de categorias para o botão "Sua Loja"

Página inicial
Jogos e Softwares seguidos
Preferências
RECOMENDADOS
Lista de Descobrimientos
Lista de Lançamentos
Recomendados pela comunidade
Recomendador interativo
Populares entre amigos
Curadoria Steam
SUAS TAGS FAVORITAS
Hack and Slash
Terror
Simulação
Engraçado
Mais marcados para você

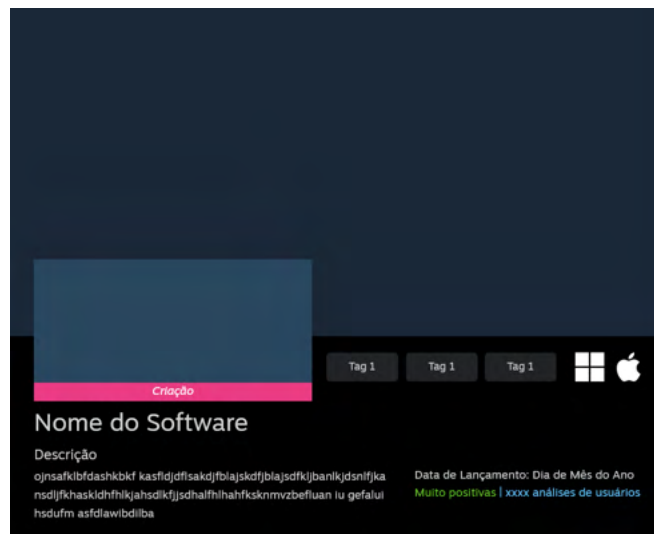
Placeholder de Preview de DLCs na lista da Caixa de Busca com o filtro DLC



Placeholder de Preview de Jogos Base na lista da Caixa de Busca com o filtro Jogo Base



Placeholder de Preview de Softwares de Criação na lista da Caixa de Busca com o filtro Criação



Placeholder de Preview de softwares de Criação na Lista de Desejos



Placeholder de Preview de DLCs na Lista de Desejos



Placeholder de Preview de Jogos Base na Lista de Desejos



Menu Flutuante para jogo com restrição de idade



APÊNDICE C - DADOS DO QUESTIONÁRIO 2

SOBRE OS USUÁRIOS:

Qual a sua idade?

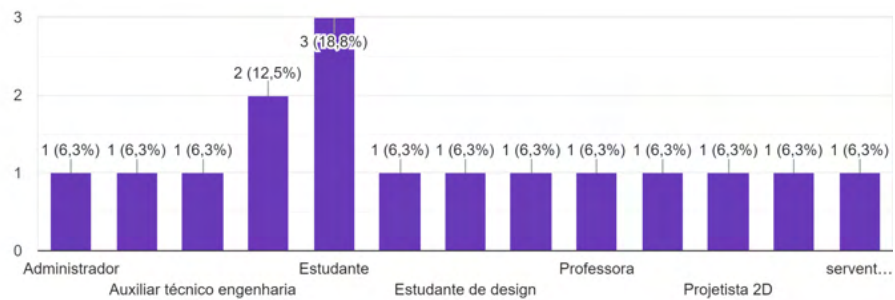
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Qual a sua ocupação/profissão?

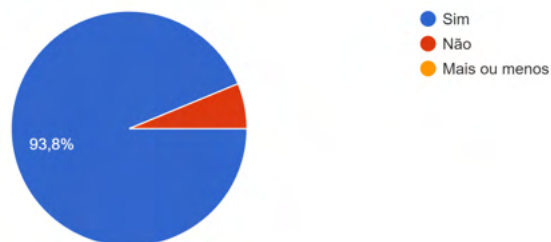
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Você possui facilidade no uso de interfaces digitais?

16 respostas

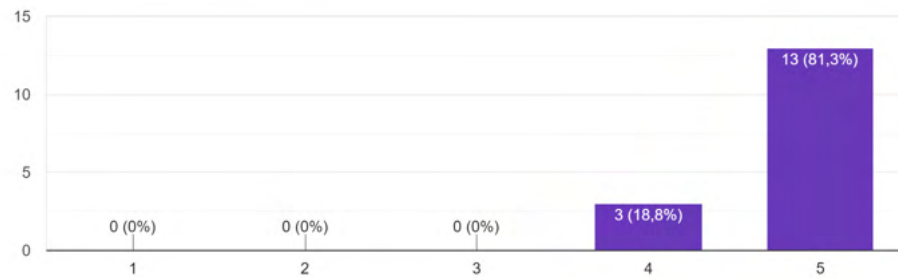


Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

SOBRE AS ESCALAS:

Os processos de compra são fáceis.

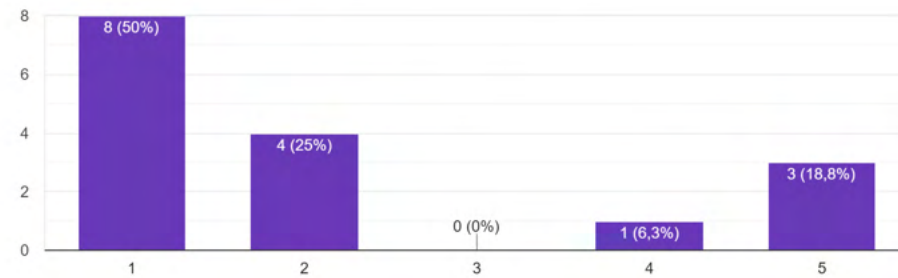
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Eu precisaria de ajuda para comprar das formas apresentadas.

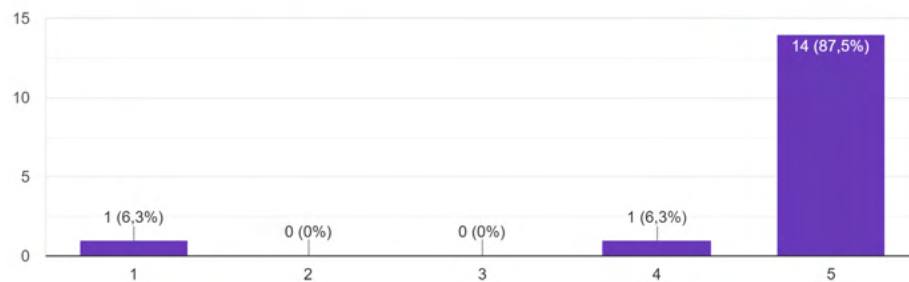
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Posso concluir uma compra desta forma

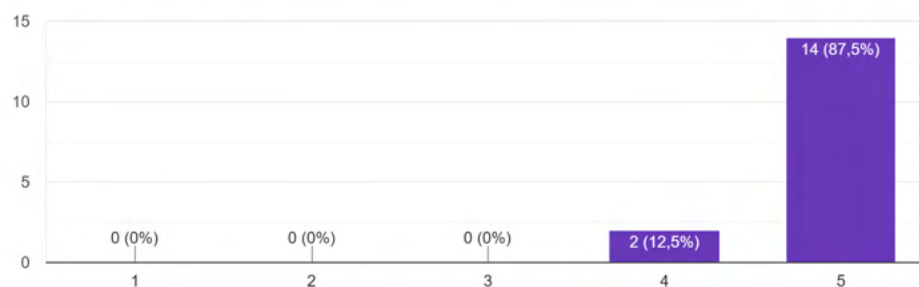
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Desta forma, posso concluir uma compra da melhor forma possível, com rapidez e menos esforço.

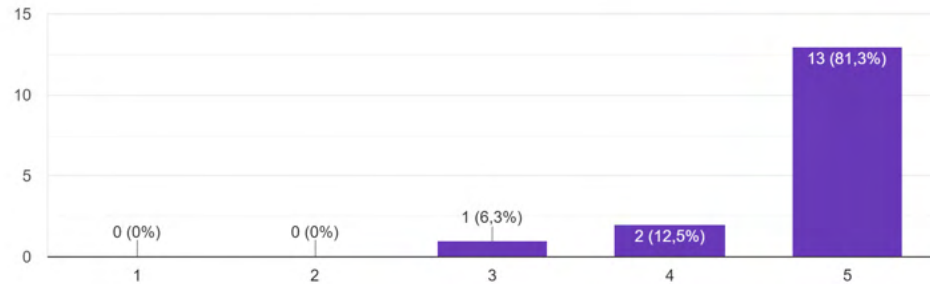
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As funções do processo, dentro do que pôde ser desenvolvido, estão bem integradas.

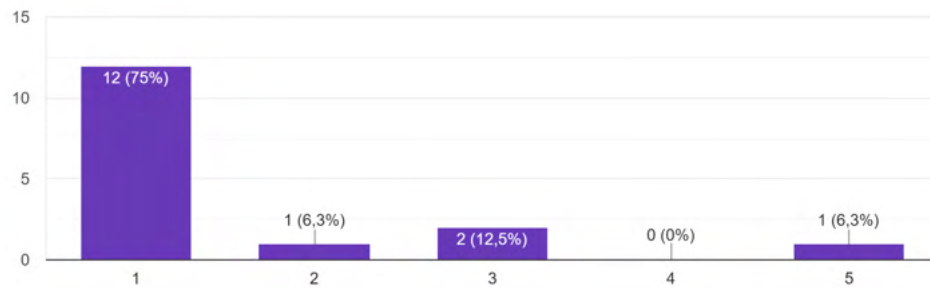
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Os processos de compra são inconsistentes.

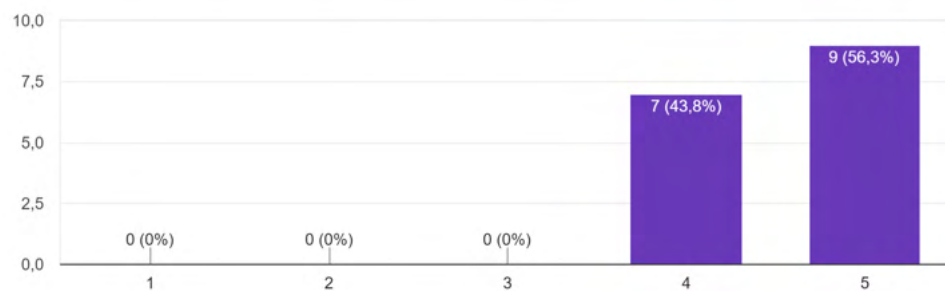
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A maioria dos usuários aprenderia a usar tais processos e recursos rapidamente.

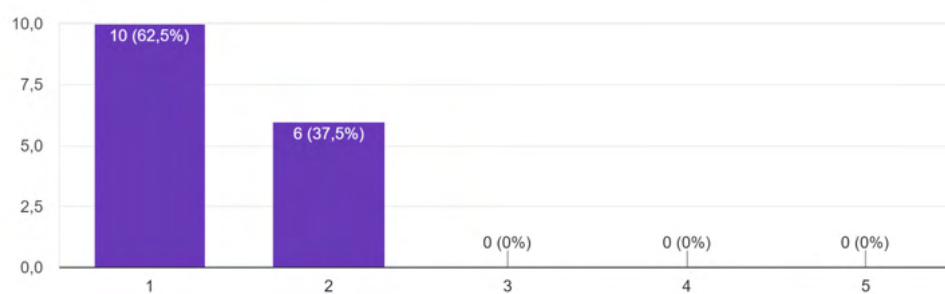
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo para compra é complicado.

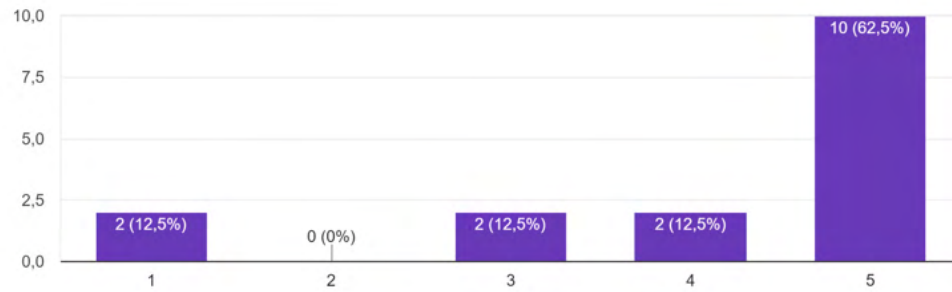
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

O processo de compra é cômodo.

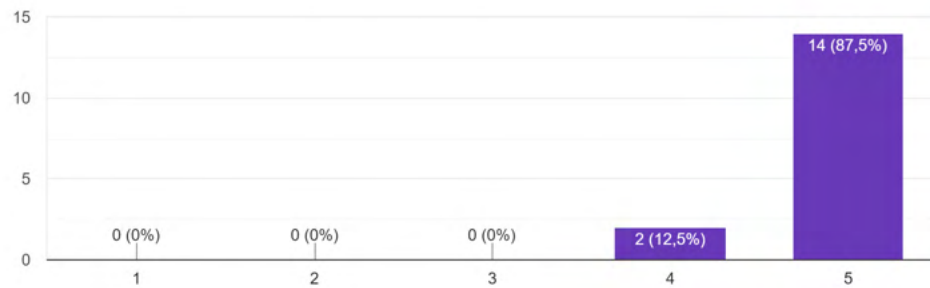
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Foi fácil encontrar as informações que eu precisava.

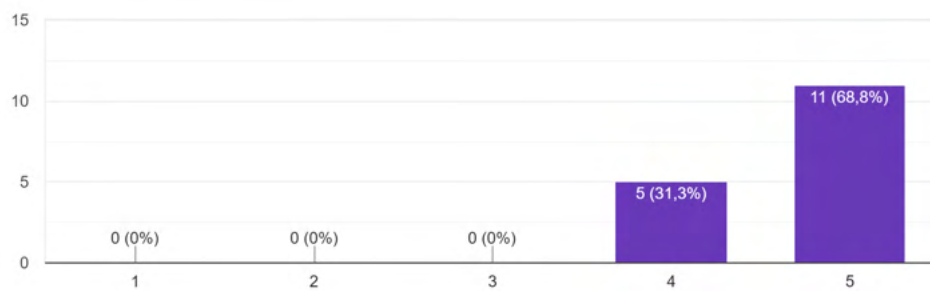
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces no processo são agradáveis.

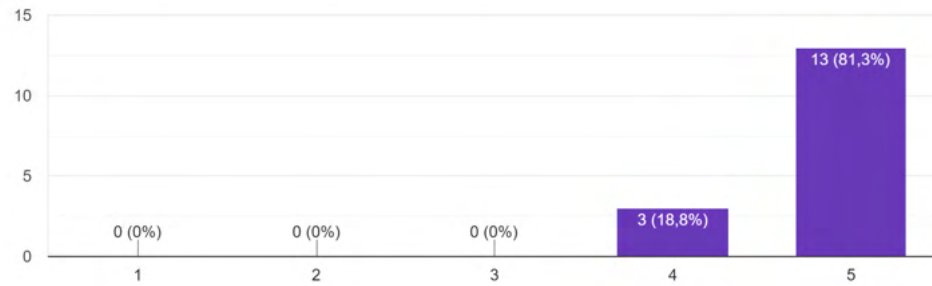
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

A organização das informações nas interfaces é clara.

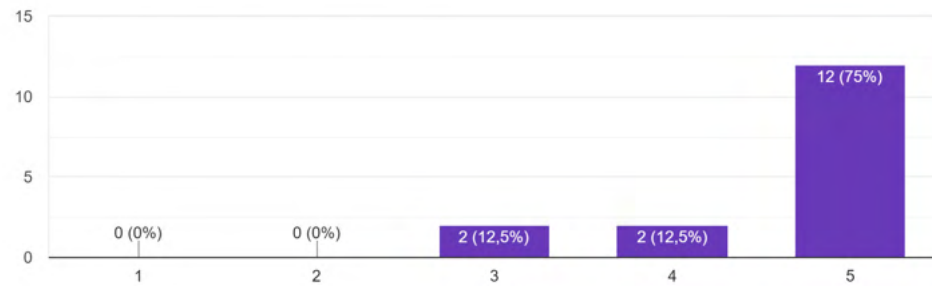
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces são fáceis de entender e de usar.

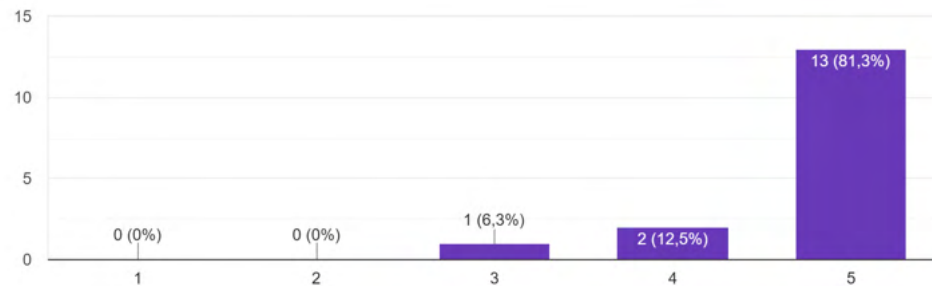
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces contêm todas as informações que me ajudam a concluir a tarefa.

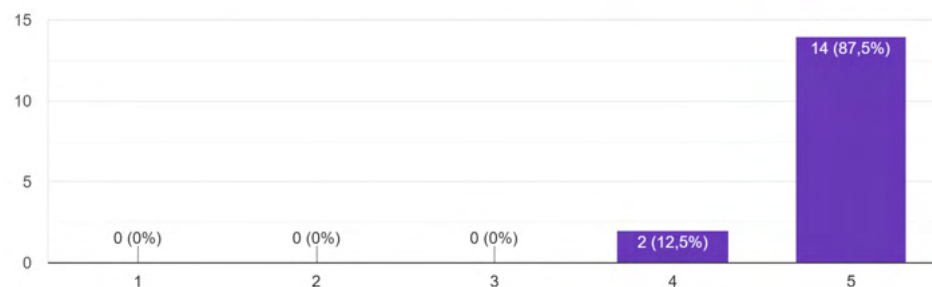
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

As interfaces me ajudam a concluir a compra da melhor forma, com rapidez e menos esforço.

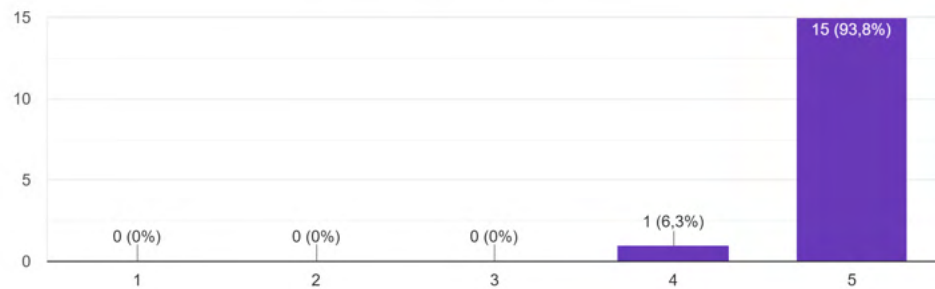
16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Se esta proposta fosse implementada à Steam de maneira plena e sem falhas notáveis, eu acredito que seria positivo para a plataforma.

16 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

SOBRE O PROTÓTIPO

- Em relação à navegação e conclusão da tarefa, o que você considera positivo ou negativo nos novos botões e ícones?

Está tudo bem estruturado!

positivo: achei as funções mais práticas, diretas e objetivas. Negativo: nada a declarar.

Gostei da organização da interface e suas partes independentes, além da diminuição de clicks para efetuação da compra, agr fora as partes inoperantes no modedelo de teste, acho que certos filtros podem serem acrescentados e/ou escondidos quando não estão em uso, como o botão "DLCs" encima da barra de pesquisa.

A plataforma é bem prática facilitando a compra para o que deseja.

Prático

Achei interessante a adição de novos botões, eles de fato suprem uma necessidade do usuário. Só um pouco soltos em relação ao layout

Os novos botões e ícones são bem intuitivos e ajudam a deixar a navegação mais fácil de aprender.

Vantagem foi a clareza nas possibilidades de transações financeiras!

É uma boa ideia e torna mais práticas funções importantes, também é intuitivo e fácil aprender a usar.

a barra fixa melhorou bastante a navegação porque antes tinha que voltar lá encima pra pesquisar agora ficou muito mais fácil

Gostei das opções: jogo base, DLC. Também gostei de ver facilmente a Lista de desejos. Os botões coloridos perto do carrinho ficaram ótimos, de repente poderiam ser menos coloridos os botões da busca.

Facilitou a barra de pesquisa e ficou mais ágil e cômodo para o usuário procurar o que precisa, por no carrinho de compras e concluir o pedido.

Pessoalmente acho que foi tudo bem simplificado realmente otimizando o processo, os ícones e o posicionamento dos botões tornam o processo bem intuitivo.

Achei positivo a forma como é recomendada as DLCs de um jogo ao clicar no botão comprar/adicionar ao carrinho e também a forma de fechar o pedido assim que um produto é colocado no carrinho. Nenhum ponto negativo foi observado.

Positivo, bem simples e fácil acesso

Positivo: Reduzir a quantidade de telas para finalizar a compra, a nova tela de menus que fica fixa mesmo ao rolar a tela para baixo, reformulação da lista de categorias, o botão dedicado para acessar carrinho sempre que necessário, a opção de sinalizar se a compra é para você ou um presente para um amigo e a lista de resgate, e pois tudo isso ajuda ao objetivo de tornar mais prático, acessível e rápido o processo de compra.

Negativo: Pessoalmente eu não curti o aspecto visual dos botões a direita (seguir, lista de desejo, dlc, etc.) que aparecem na página de um jogo. Acredito que dispor elas na horizontal como é atualmente ficaria mais interessante esteticamente, mas é uma decisão mais pessoal.

- Sobre a disposição dos jogos e produtos na tela, o que você considera positivo ou negativo na proposta?

Não vejo nada a ser retocado.

A "vitrine" do sistema é bem organizada e chamativa mostrando muitas opções de compras de jogos ou softwares que possam lhe agradar.

Um ótimo incremento ao aspecto visual

A nova proposta me agradou muito, eu achei mais intuitivo de navegar e escolher jogos. A escolha por gênero é muito mais agradável que a existente e com certeza facilita para jogadores que tem preferência por um gênero específico

A disposição favorece a exposição de diversos jogos ao mesmo tempo, o que ajuda o usuário a descobrir novas opções de compra.

Positivo, a disposição dos mesmos com ícones e valores bem claros e objetivos.

Semelhantes a interface atual da steam, não houve/motei mudanças.

pra mim quanto mais informação na tela melhor do jogo qual eu estou comprado

Ficou mais organizado.

A listagem dos jogos e sua disposição ficou de fácil acesso e simplificada, sem perder conteúdo. Gostei bastante.

Acho que foi tudo bem distribuído, as opções foram bem disponibilizadas, a barra azul adicionada fixa foi bem útil.

ler as configurações do sistema e informar que atende aos requisitos mínimos do jogo é genial! Nenhum ponto negativo, no entanto, eu adicionaria configurações personalizáveis do que exibir primeiro para cada usuário. Por exemplo, eu não gosto de ver as recomendações no topo da tela e optaria por colocar ofertas nesse lugar, especialmente a de DLCs de jogos que já possuo.

Positivo

Sobre esse ponto achei todas as medidas positivas, exceto a nova lista de mais vendidos que acho que ficou mais limitada, pois não possui tanta diversidade de filtros e opções de você mesmo pesquisa pelo nome de algum jogo.

- Sobre os novos menus flutuantes e seus recursos, como o alocamento de produtos entre carrinho e lista de desejos, o que você considera positivo ou negativo?

Está tudo bem estruturado!

positivo: muito mais organizado e filtrado. Negativo: Nada a declarar.

Só benefícios, uma ferramenta mais rápida, disponível e ocupando menos espaço

Achei bem básico e sugestivo a forma como utiliza-los facilitando para pessoas que nunca utilizaram a plataforma, para quem já é experiente ficou mais prático ainda, ao meu ver não há pontos negativos.

Após a seleção do item buscado, coisas além pode acabar poluindo muito as informações, misturando o que busco com informações paralelas

Positivo, menus flutuantes facilitam a interação com a interface demais já que dá pra usar mais recursos sem sair de uma tela

Facilita bastante a navegação, pois conseguimos fazer praticamente tudo sem precisar carregar novas páginas.

Positivo a listagem de itens de desejo.

Tornou mais fácil e prático o manejo dos itens no carrinho ao mostrar os itens do carrinho em um menu flutuante sem precisar trocar de página só para conferir os itens. Não há contras.

eu achei interessante o modo de você poder selecionar como presente um jogo pra você e seu amigo e pagar tudo na mesma compra sem ter que fazer o carrinho duas vezes

Gostei.

Ele redireciona exatamente o que busco e o carrinho dá fácil acesso ao processo de compra.

sinto que algumas vezes tem muita informação na tela na aba flutuante de categorias de jogos, porém devido a variedade de jogos não teria como reduzir exatamente, sinto que todos os menus flutuantes foram muito bem adicionados.

Escolher e comprar jogos + DLCs dessa forma me parece mais intuitivo e prático.

Positivo, não tenho muito o que dizer, está bem prático e todas as informações em um curto espaço do game já ajuda e muito.

Só tive pontos positivos com essas novas sugestões, não que fosse um problema grande, mas essa reformulação ajudou a tornar mais prática a navegação.

- Sobre a nova página do carrinho, o que você considera positivo ou negativo?

Está tudo bem estruturado!

Positivo: Mais simples, direto e organizado. Negativo: Nada a declarar.

Falta de barra/colunas para redistribuição dos presentes entre os amigos

Gostei bastante da proposta, bem prático e simples.

Sútil e com as informações principais para a compra seguir para conclusão

Positiva, principalmente por ser mais intuitivo o processo de compra e pagamento

As opções de remover e devolver itens, ou definir como presentes facilitou muito o gerenciamento da compra

Facilidade de configurar a compra e executá-la.

Deixou mais fácil distinguir entre jogos e dlc's. Também ficou mais prático adicionar uma dlc à compra. As informações a respeito das dlc's pro processo de finalização da compra foram totalmente omitidas visualmente, de modo que, se uma pessoa tenha adicionado uma dlc por engano na compra, talvez ela possa vir a comprar a dlc despercebida. Acredito que um "extrato" antes de finalizar a compra seja fundamental, onde este "extrato" apresente visualmente as dlc's e deixe claro a qual jogo a dlc está relacionada.

achei bem melhor a maneira de escolher a compra na página mesmo sem ter que sair e selecionar outro conteúdo do mesmo jogo

Ficou bem organizada e limpa.

Agilidade em comprar algo é o mais importante, não quero ser redirecionada para uma página para então colocar o jogo no carrinho, então a nova página descomplicou isso.

Facilitou bastante, as novas opções da página do carrinho evitam ficar indo e voltando e caso você exclua um item sem querer ainda tem como resgatar da aba de excluídos da compra então poupa bastante esforço

Comprar vários jogos de uma vez e selecionar apenas alguns para amigos é um ponto válido. Ter mais recomendações de compra abaixo do botão finalizar parece desnecessário, especialmente nessa posição que fica fora da vista do usuário até que ele role a página.

Positivo! praticamente tudo e facilidade de resolver ali mesmo, sem precisar ter que ir em outra página.

Achei muito positiva as escolhas, assim como já tinha comentado anteriormente.

- Sobre os novos recursos de customização de compra, como definir itens para a própria conta ou para presente, e o menu de resgate de produtos, o que você considera positivo ou negativo?

Está tudo bem estruturado!

Positivo: simples e prático. Negativo: nada a declarar

Podendo ser adicionado tanto para compra quanto para presente esta ótimo!

Achei a forma rápida com os novos ícones sobre comprar pra si ou presentear sem ter que ficar atualizando diversas páginas para concluir o processo.

Rapidez e facilidade na conclusão

Achei positivo, a nova interface para isso é mais bonita e fácil de usar.

Ajuda bastante, principalmente para pessoas indecisas. E também evitam ter que fazer diversas compras diferentes para comprar itens para sua conta ou como presente.

Positivo a facilidade dos recursos dispostos.

É uma ótima ideia que deveria ser adotada pela Steam. Não há contras.

Muito bom isso também antes a gente tinha que procurar o jogo que você que vc acabou de tirar da lista

Achei ótimo e bem funcional.

Todo jogador quer qualidade e alto desempenho nos sites de buscas e compras, os novos recursos entregam uma excelente autonomia ao usuário, descomplicado e de fácil acesso.

Acho muito bom poder fazer tudo de uma vez sem a necessidade de estar separando lista de presentes e compras pessoais, gostei muito da opção de resgatar itens excluídos.

Apesar de ser incomum para a realidade brasileira ou talvez para a minha, o ponto negativo fica para o botão do tipo radio ao invés de checkbox. Ou ainda incluir um "para mim" no topo da lista e permitir a seleção de múltiplos usuários para comprar várias cópias do mesmo jogo de uma vez. e exibir VALOR * X para aquele jogo em específico seria uma mudança que eu faria.

Positivo e interessante a questão de separar presente em uma mesma compra!

Assim como a anterior achei muito positiva as alterações, já tinha discutido anteriormente também.

Considerações

- Sobre o redesign da interface, houve algum momento em que você teve dificuldade em compreender os novos recursos e como usar o sistema? E o que você acredita que poderia ter lhe ajudado no ocorrido?

Achei incrível e fácil de usar, tudo me agradou.

não tive dificuldade

Falta de animações e/ou certos elementos extra nos botões relacionados aos favoritos, como um "X" para seu envio do carrinho para a lista, ou uma linha indicando anotações na lista

Em nenhum momento tive dificuldade, está bem organizado e explicado as funções

Não

Achei as propostas de redesign muito boas mesmo, facilitou demais o processo de compra.

Só demorei um pouco pra saber o que eram os botões de filtro em cima da barra de pesquisa.

Não houveram momentos assim.

Não houve.

da minha parte nada ficou bem explicado

Não tive dificuldades.

Nenhuma dificuldade para compreender os novos recursos, foi muito bem elaborado e ficou muito mais prático.

Não tive dificuldade

Não, todas as mudanças feitas foram fáceis de compreender e usar.

não houve nenhuma dificuldade da minha parte, o que eu mais curti foi a questão do carrinho, a facilidade da compra e cancelamento dela, a questão de caso se arrependa de cancelar a compra ao lado ter a lista dos jogos retirados e a lista de presente que é o grande ponto aí, em uma mesma compra da presente e comprar jogos para si mesmo, sem precisar de fazer uma nova lista de compra!

Não tive dificuldades ao acessar o protótipo, a não ser algum problema que me impediu de acessar a tela do carrinho de compras, então só consegui fazer a análise através dos vídeos.

- O que você acredita que ainda poderia ser melhorado na plataforma, no que diz respeito a interfaces, e que não foi abordado neste projeto?

Creio que esteja tudo perfeito!

Filtros mais exatos para situações menos comuns

A sugestão em si está bem objetiva e simples para os usuários, não acrescentaria muito mais do que o proposto.

Separar informações que buscamos com informações desnecessária

A possibilidade de adicionar fundos a carteira sem precisar navegar por diversas páginas

ficou bom do jeito que vc mudou ficou muito mais rápido acessar as paginas

Com esse visual mais organizado e intuitivo, ficou mais fácil de encontrar o que deseja. Gostei de ver a Lista de desejos mais visível, esse é um dos pontos fracos da plataforma.

Este redesign de interface da Steam ficou muito mais sofisticado do que o atual, acredito que se fosse adotar esse modelo, haveria usuários de mais faixas etárias na plataforma.

Acho que foi bem melhorado, algumas opções eu nem pensava em adicionar então não tenho adições

* Personalizar as preferências de exibição na loja, parecido com os destaques do perfil.

* Permitir a compra de mais de 1 unidade do mesmo jogo e enviar a quantidade adicional para os amigos selecionados.

pode haver bastante detalhes para melhorar, mas não vi nenhum na apresentação, talvez por não entender muito da área, mas são questões de reajustes o mais importante foi apresentado!

Acredito que o ponto mais caótico na interface da Steam são os menus de configuração, seja da conta ou do cliente da Steam. Muitas informações só feitas para consoles, outras só para pc e cria um bloco de informações que muitas vezes ninguém usa, e que seguem o mesmo problema detectado no seu protótipo de que existem muitas telas para realizar uma tarefa que poderia ser feita em 1. Então acredito que estudar uma reformulação para esses menus seria válido.

- Caso possua considerações e sugestões sobre este trabalho e/ou como ele foi sendo realizado, escreva-as no espaço abaixo.

Acho que seria interessante no vídeo mostrar como é na steam atualmente e como é o seu protótipo, demonstrando as diferenças visualmente, não apenas pela fala.

Gostei bastante do redesign e como foram distribuídos os menus e os ícones das vitrines dos jogos, pra uma pessoa acostumada ficaria ainda melhor e simples do que já é, e um novo usuário não teria dificuldades para usá-lo.

Interessante e bem trabalhado com um tema que está ligado com meus passa tempo.

Muito bom esse processo, gostaria que fossem implementadas essas melhorias.

por nada

Que a steam compre o seu projeto.

Considerações pelo ótimo trabalho e excelente interface que foi criada.

satisfeito!

Sobre a execução, eu deixaria a recomendação em outros momentos testar a funcionalidades de forma separada, por que a depender do usuário pode parecer muito complexo. Talvez demonstrando, sem áudio um antes e o depois para um função específica, acho que seria mais interessante para avaliar. Tirando isso, Sucesso!

IURY DE FRANÇA TORRES SANTOS

**Redesign de Interfaces para a plataforma Steam através de práticas de Design
Centrado no Usuário, Usabilidade e Experiência do Usuário**

Projeto de Graduação em Design
apresentado ao Curso de Design da
Universidade Federal de Pernambuco,
Campus do Agreste, como requisito para
obtenção do título de bacharel em Design.

Aprovado em: 07 / 11 / 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Fábio Caparica de Luna (orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. DSc. Walter Franklin Marques Correia
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Lucas José Garcia
Universidade Federal de Pernambuco