

Digitalize + Prospere

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

A importância de otimizar a experiência do usuário
em um mundo digital.



O QUE É UX?

A experiência do usuário (UX) é composta por todas as diferentes interações que uma pessoa tem com sua empresa pela internet, seja em desktop ou dispositivos móveis. Cada página, tela ou clique associado à sua marca molda a experiência do usuário. Para otimizar a UX, as empresas precisam entender seus clientes – suas necessidades e expectativas, habilidades e limitações, ou seja, tudo o que é importante para eles.

No último ano, a migração para o digital progrediu de forma acelerada, ganhando quase 10 anos de impulso em questão de meses. Como consequência, as vendas do comércio eletrônico aumentaram drasticamente: 56% dos consumidores em 13 mercados pesquisados disseram que compram on-line mais do que nunca. E esse aumento deve continuar, já que 44% dos consumidores on-line esperam gastar mais em 2021/2022 do que fizeram em 2020¹.

Os consumidores hoje têm grandes expectativas, pois têm mais opções e acesso a bens, serviços e informações a qualquer hora e em qualquer lugar com uma experiência integrada. Desde pegar uma corrida diretamente pelo telefone até fazer compras no exterior com o toque de um botão, as inovações otimizaram e

simplificaram a forma como fazemos as coisas – e os compradores on-line não esperam nada menos.

A experiência do usuário afeta seu posicionamento competitivo e pode ajudar você a se adaptar às mudanças nas expectativas dos clientes. Para muitas empresas, uma UX excepcional se tornou um diferencial-chave. Em um mundo onde metade dos consumidores buscariam outra empresa após apenas uma experiência negativa e 80% trocariam de empresa se enfrentassem mais de um problema, remover os entraves e a frustração é essencial². Mesmo pequenas mudanças na UX podem dar às empresas o impulso que elas precisam para se destacar.



OTIMIZAR A UX PODE IMPULSIONAR O SUCESSO

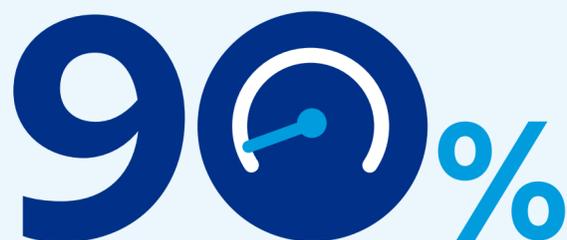
VALOR DA UX

84% dos clientes afirmam que a UX é tão importante quanto os produtos e serviços oferecidos³.



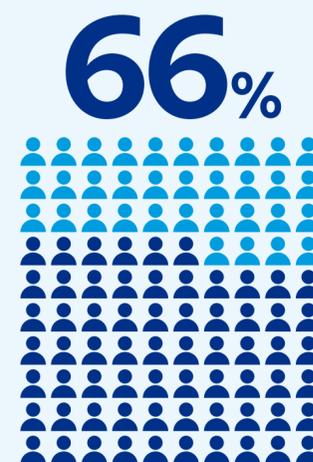
RETER CLIENTES

90% dos clientes já abandonaram um site devido à lentidão no carregamento⁴.



AUMENTAR A RECEITA

66% dos clientes estão dispostos a pagar mais por uma experiência ótima⁴.



RETORNO DO INVESTIMENTO

A cada **US\$ 1** investido em pesquisa de UX, as empresas **economizam US\$ 10** em desenvolvimento e **US\$ 100** em manutenção pós-lançamento⁵.



POR QUE É IMPORTANTE OTIMIZAR A UX

O principal motivo para aprimorar a experiência do usuário é facilitar os processos e eliminar entraves. Isso pode trazer vantagens importantes para sua empresa, como:

IMPULSIONAR AS CONVERSÕES

Um design de UX sem entraves pode ajudar a reduzir o abandono de carrinho, manter os clientes focados na compra e aumentar os lucros.

MAXIMIZAR INVESTIMENTOS

Você investiu para atrair clientes para seu site, então garanta que não vai perdê-los devido a entraves, aproveitando ao máximo cada real investido em marketing.

RETER CLIENTES

Criar uma experiência do usuário engajante e descomplicada pode atrair clientes e estimular a fidelização à sua marca.

Em um mundo onde os clientes têm mais opções do que nunca, otimizar sua UX é essencial. O PayPal pode ajudar você, apresentando as melhores práticas e melhorando a experiência do usuário em seu site de uma maneira geral.



5 dicas para otimizar sua UX

Para oferecer uma experiência do usuário excepcional, comece vendo o mundo pela perspectiva dos seus clientes. Use estas cinco dicas para melhorar sua UX e encantar seus consumidores.

1. Simplifique o caminho até a compra
2. Otimize seu site para dispositivos móveis
3. Aproveite as informações sobre os compradores
4. Teste sua UX para descobrir o que funciona bem
5. Priorize o suporte ao cliente



1

SIMPLIFIQUE O CAMINHO ATÉ A COMPRA

Quando se trata de comércio eletrônico, menos cliques e menores tempos de carregamento significam mais conversões. Seu objetivo deve ser que o cliente chegue até a etapa de finalização da compra sem complicações.

Como 70% dos carrinhos de compras on-line são abandonados antes que a venda seja concluída, remover entraves e etapas desnecessárias é a chave para fechar a venda⁶. Mesmo uma melhoria de apenas 0,1 segundo na velocidade de carregamento do seu site pode aumentar suas taxas de conversão em uma média de 8%⁷. Para criar uma jornada mais eficiente, observe todos os pontos de contato e caminhos de compra na jornada do cliente. Remover proativamente os pontos de entrave e minimizar o número de cliques para concluir uma compra ajudará você a reduzir o abandono do carrinho, impulsionar as vendas e aumentar a retenção de clientes.

Com mais de 30 milhões de vendedores, mais de 400 milhões de usuários e 100 milhões de transações processadas mundo afora todos os anos, o PayPal continua a analisar, testar e otimizar a experiência de pagamento. O PayPal Checkout pode ajudar você a acelerar as transações para seus clientes.



Veja alguns truques que simplificam a jornada de compra e reduzem os entraves:

- ✓ Dê aos clientes a opção de ir para o checkout diretamente da página do produto.
- ✓ Ofereça uma opção de assinatura para ajudar clientes recorrentes a economizar tempo.
- ✓ Garanta que o botão de checkout esteja claramente visível nas páginas mais relevantes.
- ✓ Permita que os clientes guardem itens em seus carrinhos para mais tarde, para que possam comprar facilmente alguns itens por vez.
- ✓ Remova etapas desnecessárias no processo de checkout, como a criação de uma conta.
- ✓ Torne fácil indicar que o endereço de cobrança e envio é o mesmo, sem exigir que os clientes insiram os mesmos dados duas vezes.
- ✓ Garanta que a velocidade do seu site esteja otimizada para evitar abandonos.
- ✓ Durante o processo de checkout, solicite apenas informações essenciais, para evitar o abandono do carrinho.

2 OTIMIZE SEU SITE PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

A adoção de dispositivos móveis está aumentando. Otimizar a sua experiência móvel pode estimular a fidelização e estimular os clientes a comprar novamente.

A pandemia acelerou a adoção de dispositivos móveis como o principal ponto de acesso para as compras globais. Isso torna sua experiência móvel uma das principais prioridades, especialmente na hora de alcançar consumidores nativos digitais (aqueles até 40 anos). Sabe-se que 50% dos clientes usarão menos um site se ele não estiver otimizado para dispositivos móveis, mesmo que eles gostem da empresa⁸. Além disso, 85% dos adultos acham que o site móvel de uma empresa deve ser tão bom quanto ou melhor do que a versão para desktop⁹.

Um site móvel com carregamento rápido também pode afetar o desempenho¹⁰, já que sites mais rápidos estimulam as pessoas a ficar por mais tempo e comprar mais¹¹. Além da velocidade, um design responsivo que ajuste os conteúdos automaticamente para a visualização em dispositivos móveis, tablets e desktops é fundamental. Garantir que os visitantes tenham uma experiência parecida, mas adaptada ao dispositivo que eles estão usando, afetará positivamente como sua empresa é percebida.

No geral, um site otimizado para dispositivos móveis pode trazer um aumento de 30% nas vendas e de 40% nas visualizações únicas, uma redução de 50% na taxa de rejeição e um crescimento de mais de 70% nos produtos vendidos em geral¹².

Quando o assunto é o checkout, o PayPal pode ajudar você a garantir que sua empresa esteja pronta para o comércio móvel. Nossas soluções de pagamento móveis são implementadas facilmente e funcionam em todos os dispositivos. Em apenas algumas linhas de código, seu checkout ficará otimizado para dispositivos móveis e pronto para que seus clientes comprem como preferirem.



3 APROVEITE AS INFORMAÇÕES SOBRE OS COMPRADORES

Quanto mais você conhece seus clientes, melhor consegue atender às expectativas deles.

Pesquisar seu público-alvo ou simplesmente monitorar os comportamentos típicos em seu site pode ajudar você a entender as dores dos seus clientes e descobrir as melhores maneiras de otimizar com base nessas necessidades. Usando essa abordagem, uma empresa foi capaz de ajustar suas estratégias de suporte ao cliente, o que aumentou a satisfação do consumidor em 800% e reduziu os cancelamentos em quase 60%¹³.

Cliques, downloads e tempo em sua página podem ser bons indicadores de engajamento. Ao mapear a jornada tradicional do usuário em seu site, da homepage ao checkout, você conseguirá visualizar onde o abandono acontece e identificar se a interface do usuário é um problema. Você também pode utilizar fóruns da comunidade e páginas em redes sociais como grupos focais virtuais para descobrir formas de melhorar a experiência dos clientes com sua empresa. Não se esqueça de conversar com seus funcionários que atendam diretamente o público, para saber o que seus consumidores estão dizendo. Todos esses dados podem ajudar você a aprimorar e otimizar sua experiência do usuário.



4 TESTE SUA UX PARA DESCOBRIR O QUE FUNCIONA BEM

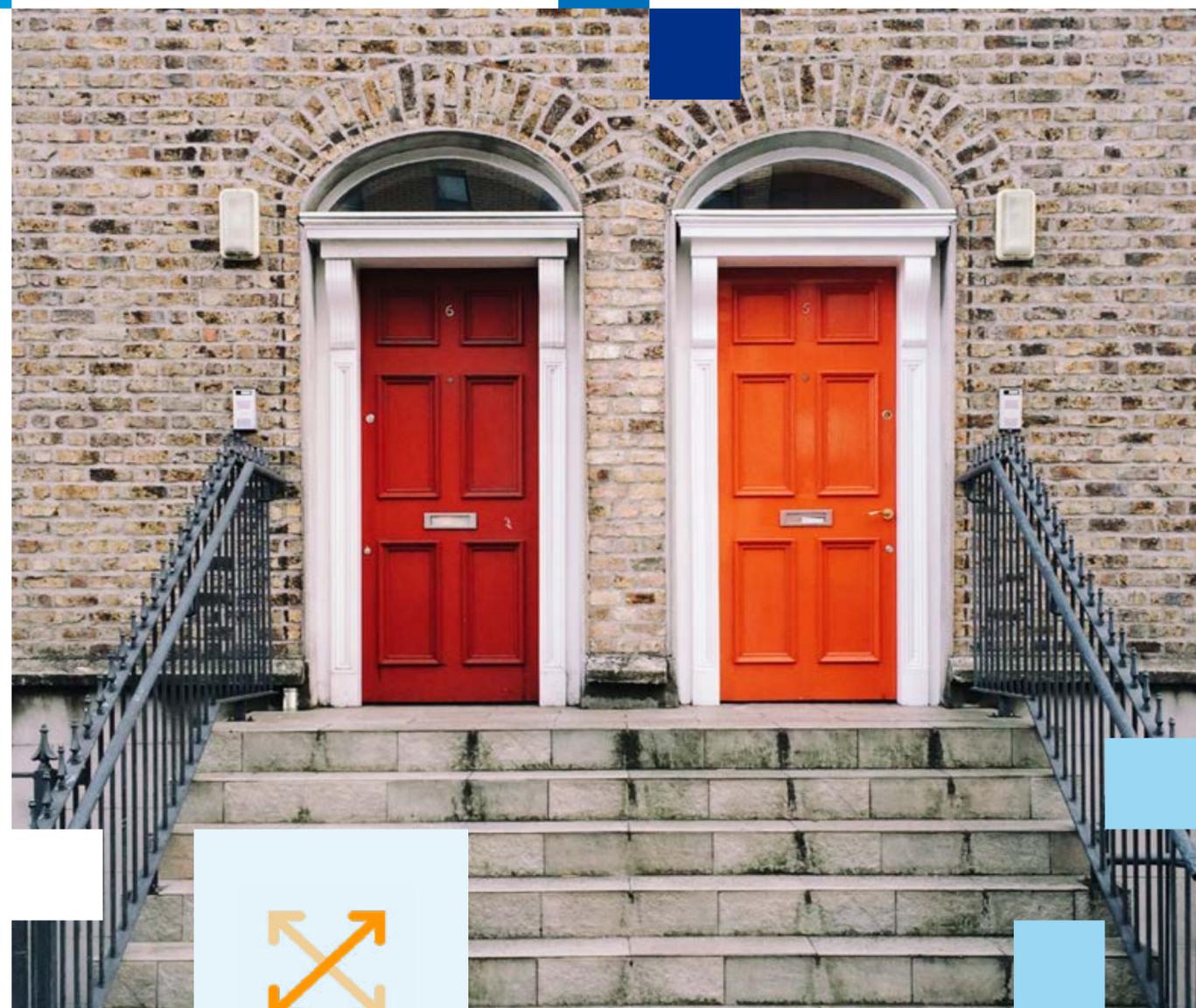
Testar sua UX permite que você possa tomar decisões de design baseadas em dados e dá aos seus usuários a capacidade de indicar o que preferem.

Use testes para identificar as soluções ideais para as dores dos seus clientes, ver o que engaja e descobrir o que estimula o maior volume de conversões. Os testes com usuários também são uma ferramenta poderosa para identificar pontos de atrito. Ao consolidar informações sobre os usuários, você pode aprimorar sua abordagem e prevenir problemas que requeiram dispendiosas alterações no design. Embora a otimização de UX seja um processo em várias etapas, quanto mais você testar antes, durante e depois do processo de design, mais eficiente você será.

Existem dois tipos de teste a serem considerados: testes A/B e testes de usabilidade. O teste A/B também é conhecido como teste de divisão. Para executá-lo, você deve criar duas páginas ou telas diferentes que sejam testadas simultaneamente

para descobrir qual propicia maior conversão. É importante testar apenas uma variável por vez em um teste A/B, para identificar claramente qual elemento afeta os resultados.

Os testes de usabilidade envolvem observar os usuários enquanto eles navegam em seu site. Isso ajuda a identificar pontos de dificuldade e quais as preferências dos clientes. Os testes de usabilidade podem ser moderados, com uma pessoa ajudando o usuário, ou não moderados, o que exige que os usuários naveguem pela experiência sem auxílio. Para garantir que os resultados sejam relevantes, a audiência testada deve refletir seu público-alvo. Evite passar instruções em excesso, já que isso pode influenciar os resultados.



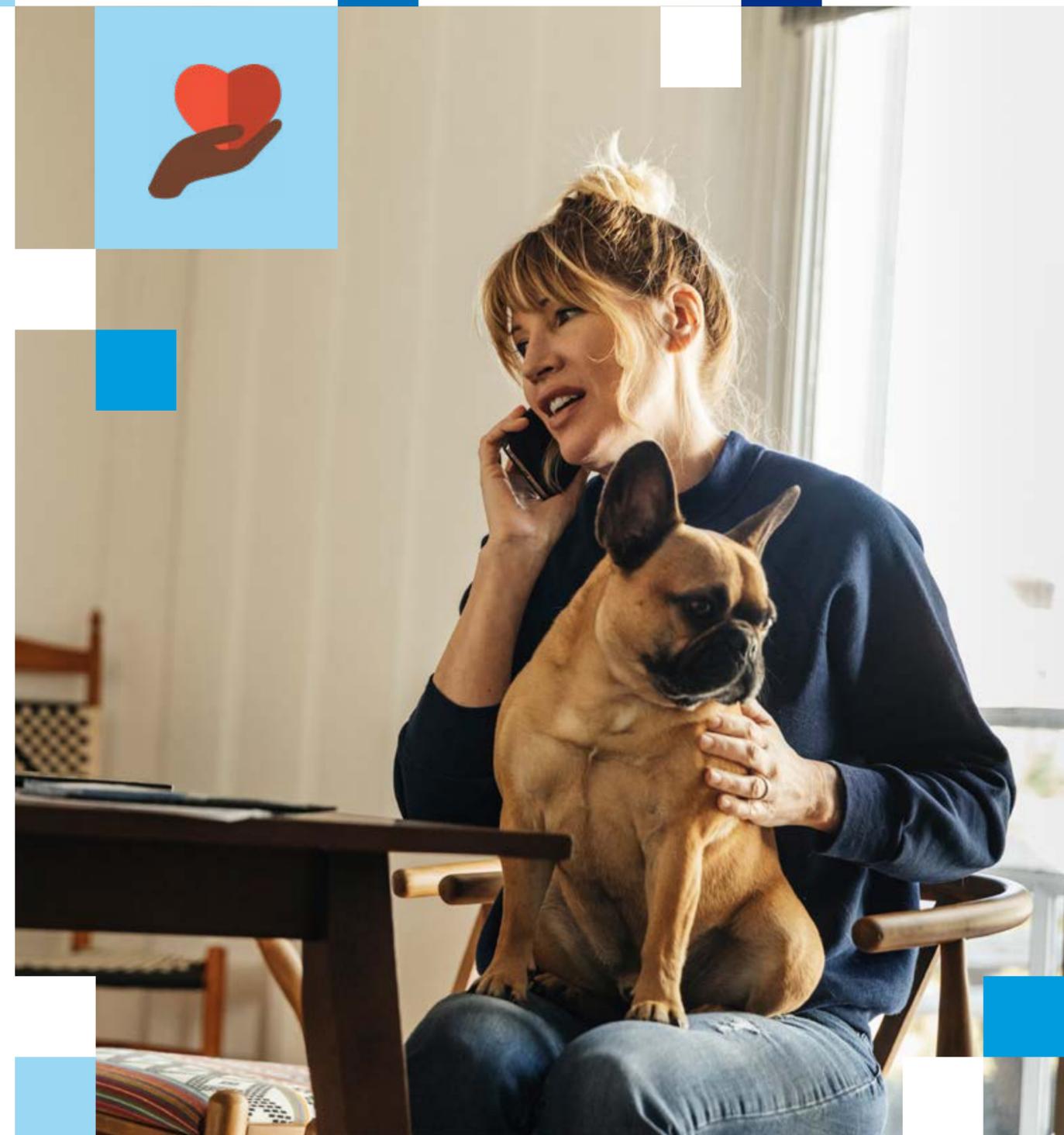
5 PRIORIZE O O SUPORTE AO CLIENTE

O suporte ao cliente desempenha um papel importante na formação da experiência; ele também impulsiona as vendas, estimula a fidelização e diferencia uma empresa.

Mesmo com uma UX excelente, os clientes ainda podem ter problemas ou perguntas. Como você responde a eles é o que realmente importa. Os clientes buscam respostas simples e rápidas que os ajudem a resolver o problema da forma mais eficiente possível. Pesquisas mostram que 77% dos clientes afirmam ser mais fiéis a empresas que ofereçam serviços excelentes¹⁴. Similarmente, 75% dos clientes estão dispostos a gastar mais com empresas que proporcionem uma boa experiência ao cliente¹⁴.

Já que problemas não resolvidos podem impedir que os clientes concluam uma compra, um suporte robusto durante toda a jornada do cliente é um investimento inteligente em seu processo de otimização de UX.

Para atender às expectativas dos clientes, é importante fornecer suporte em todas as fases e em diversos canais. Embora alguns clientes prefiram interagir por telefone para resolver questões complexas, muitos apreciam o chat ao vivo, mensagens de texto ou redes sociais como meios de comunicação. O segredo é antecipar-se aos problemas antes que eles se tornem questões maiores. A resolução rápida é um objetivo importante, porque 73% dos clientes afirmam que a velocidade é o principal indicador de um bom serviço¹⁵. Para clientes que pagam com o PayPal, soluções como a Proteção ao Comprador e o frete grátis na devolução podem melhorar a experiência de atendimento. Seja para problemas com a transação ou casos em que o item não era exatamente o que o cliente desejava, o PayPal ajuda a resolver a situação.



OFEREÇA UMA EXPERIÊNCIA AGRADÁVEL A SEUS USUÁRIOS COM PAYPAL

Uma abordagem de ponta a ponta para fornecer uma experiência de usuário ideal traz resultados de longo prazo. Quando você encanta seus clientes e remove os entraves na experiência do usuário, você se destaca. Quando você torna mais fácil encontrar seus produtos e serviços em qualquer dispositivo, você diferencia sua marca. Ao eliminar cliques desnecessários, você pode reduzir o abandono do carrinho e maximizar as vendas. Oferecer um excelente suporte ao cliente gera boa vontade e fidelização. Com a praticidade do PayPal Checkout e a confiança que vem do uso de uma solução de pagamento usada por centenas de milhões de clientes mundo afora, sua experiência de usuário pode ser inigualável.

[Comece já](#) →

