

04

Análise de concorrentes

Transcrição

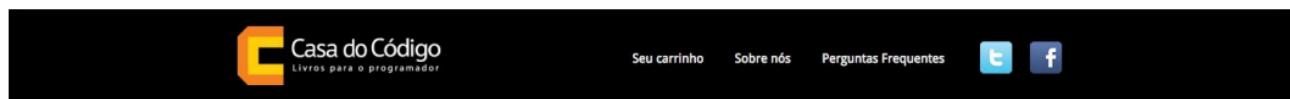
Imaginando o cenário onde você estudou bastante para trabalhar com UX. Antes de entrar no mercado de trabalho, acabou criando diversos projetos pessoais para apresentar em entrevistas.

Até que finalmente conseguiu o primeiro emprego. Seu chefe, sabendo que você estudou o assunto, decide te passar um primeiro projeto para que seja aplicado todo conhecimento adquirido nos estudos.

O projeto é de uma livraria online, que deseja reformular o menu do site, a forma de expor as seções e subseções. O site ficaria mais visual, facilitando a demonstração de promoções e ofertas em datas especiais.

Essa livraria é a [Casa do Código](https://www.casadocodigo.com.br/) (<https://www.casadocodigo.com.br/>), mas como material do curso, trabalharemos com a versão de 2012 do site.

Basicamente, o site só possui três opções no menu, sendo **Seu carrinho**, **Sobre nós** e **Perguntas frequentes**.



Nossos livros

No rodapé temos alguns *links* sobre a empresa, sobre os livros e um campo onde podemos interagir, mandando e-mail e se cadastrar na *newsletter*.



No corpo da página, todos livros estão listados, onde podemos rolar a página e visualizar praticamente todo o conteúdo do site. Ao lado dos livros, existe um botão para compra.

Nossos livros



O título dos livros são *links* para outra página, onde é apresentado a descrição e os dados do livro, informações sobre o autor, os preços para as diferentes versões. Isso se aplica a todos os livros apresentados na página inicial.

O site não está muito interessante, ele não mostra onde ficam os livros em promoção e os lançamentos. Imagine que a Casa do Código passe a ter muitos livros, o cliente terá que rolar a página inteira até encontrar o livro que deseja.

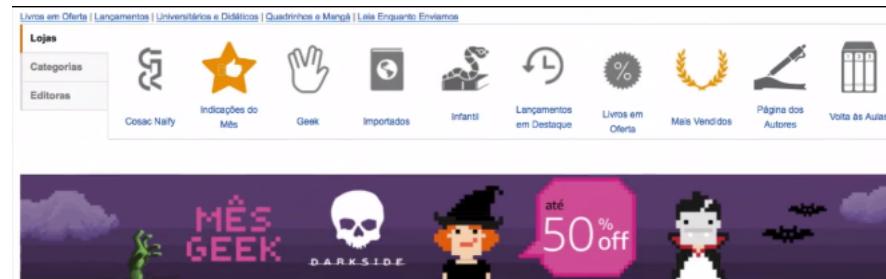
Mas como podemos deixar o site mais atrativo? Caso não tenha muito conhecimento sobre o mercado de livros, podemos pesquisar na internet sobre algumas referências.

Pesquisaremos no Google sobre "Livraria online". Como resultado, temos diversos sites como a [Amazon](https://www.amazon.com.br/) (<https://www.amazon.com.br/>), [Saraiva](https://www.saraiva.com.br/) (<https://www.saraiva.com.br/>), [Livraria Cultura](https://www.livrariacultura.com.br/) (<https://www.livrariacultura.com.br/>), [Cia. das Letra](http://www.ciadoslivros.com.br/) (<http://www.ciadoslivros.com.br/>) e assim por diante.

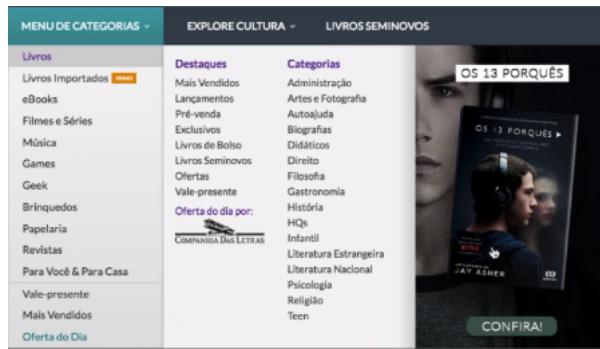
Lembrando que, empresas que trabalham no ramo de venda de livros online, ou seja, o mesmo negócio que a Casa do Código, são chamados de **concorrentes diretos**. Já empresas de comercio online que vendem produtos diferentes do nosso, por exemplo, a Netshoes, são considerados **concorrentes indiretos**.

Concorrentes diretos

No site da Amazon, tem imagens mostrando algumas ofertas. Também possui a área de ofertas em destaque com as seções **Ofertas disponíveis**, **Próximas** e **Ofertas encerradas**. Ao final do corpo da página, possui os **Lançamentos da Semana** com algumas opções de livros.



A Livraria Cultura possui um **menu de categorias** do lado esquerdo, com as opções de produtos vendidos pelo site. Se selecionarmos a opção de livros, veremos uma imagem de promoção de algum livro em destaque no momento, e também o campo **Destaques** com as opções de **Mais vendidos**, **Lançamentos**, **Pré-venda** e assim por diante. Independente da categoria do produto, sempre é apresentado no mesmo padrão, mostrando uma imagem de promoção.



No site da Saraiva, nota-se um *banner* bem grande na página inicial com promoções. E assim como a Livraria Cultura, também possui um menu do lado esquerdo, com a diferença que ele fica ocultado até que o usuário passe o mouse. Também segue o padrão de imagens de promoções associados as categorias.



Já no site Cia. dos Livros, o menu é na parte superior, com as opções de tipos de livros como, **Medicina, Enfermagem e Odontologia, Direito, Literatura e Literatura Infantil, Todas as categorias**, e assim por diante. Ao passar o mouse em uma dessas categorias, o menu expande mostrando as subcategorias e uma imagem de promoção.



Concorrentes indiretos

Agora que pegamos algumas referências dos concorrentes diretos, podemos ver alguns sites de **concorrentes indiretos**. Isso serve para termos uma noção de forma como eles trabalham, se é muito diferente das empresas que são concorrentes diretas.

Acessaremos o site da [Netshoes](http://www.netshoes.com.br) (www.netshoes.com.br). Logo na página inicial, veremos um *banner* com promoções. Na parte superior existe um menu com as opções de **Departamentos, Homens, Mulheres, Crianças, Calçados** e assim por diante. Ao passar o mouse na opção "Departamentos", o menu irá expandir mostrando todos os departamentos do site, sem nenhuma imagem, já se acessarmos os menus mais específicos como **Mulheres**, o menu irá expandir com subcategorias de produtos femininos e uma imagem de alguma promoção.

The screenshot shows a website header with the following structure:

- Top navigation bar with links: DEPARTAMENTOS, HOMENS, MULHERES, CRIANÇAS, CALÇADOS, ROUPAS, SUPLEMENTOS, OFERTAS, and 2 POR R\$ 99 CONFIRA >.
- Sub-navigation menu for MULHERES: SERVIÇOS DIGITAIS, CARTÃO PRESENTE, OFERTAS, and COMBOS.
- Section for '#PARTIR ESPORTE VAI TER PREÇO BC' with sub-links: TÊNIS, ROUPAS, ACESSÓRIOS, and CALCADOS.
- Product categories: TÊNIS (Aventura, Caminhada ou Dia-a-Dia, Corrida, Lifestyle, Mountain, Skate, Surf, Tennis e Squash, Vôlei), ROUPAS (Agaulhos, Bermudas, Calças, Camisas de Time, Camisetas Polo, Uniformes, Jaquetas e Casacos, Plus Size, Shorts, Tops), ACESSÓRIOS (Bolas, Bonés e Viseiras, Blusas, Bolsas, Lentes, Malas, Melões, Monitores, Óculos, Relógios), and CALCADOS (Botas, Chinelo e Sandálias).
- Promotional banner for 'RELÓGIOS CHAMPION' starting from R\$ 99,90.
- Offer banner: ATÉ 50% OFF + 10% OFF COM N CARD.

Agora que conseguimos todas essas informações, como podemos trabalhar com elas? E se esquecermos as referências que vimos? Isso é o que abordaremos a seguir.