



# Métricas em UX



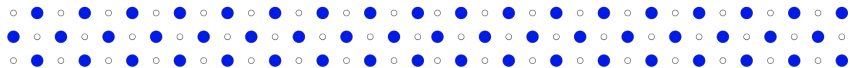
mentorama.

mentorama

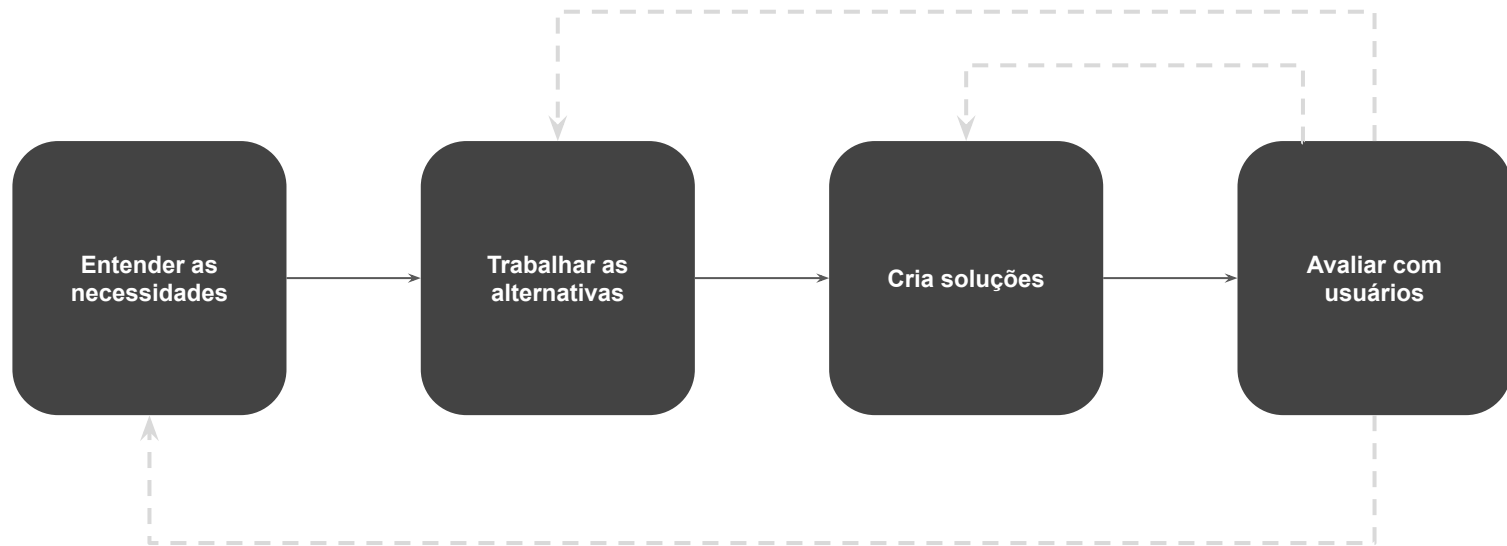


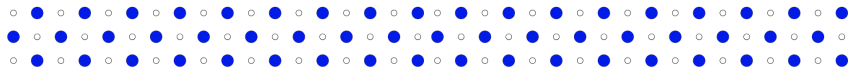
# Dados no processo de UX



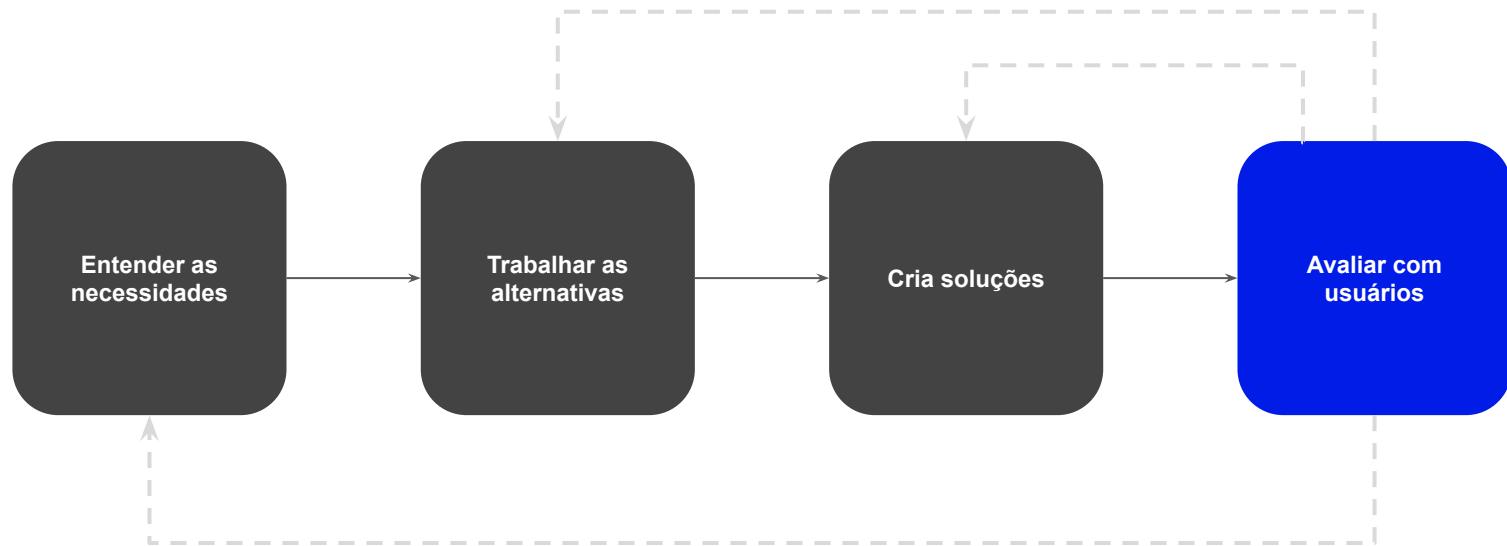


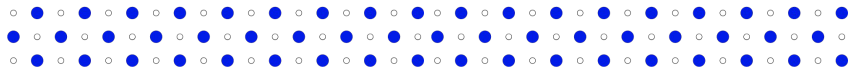
## Design Centrado no Usuário



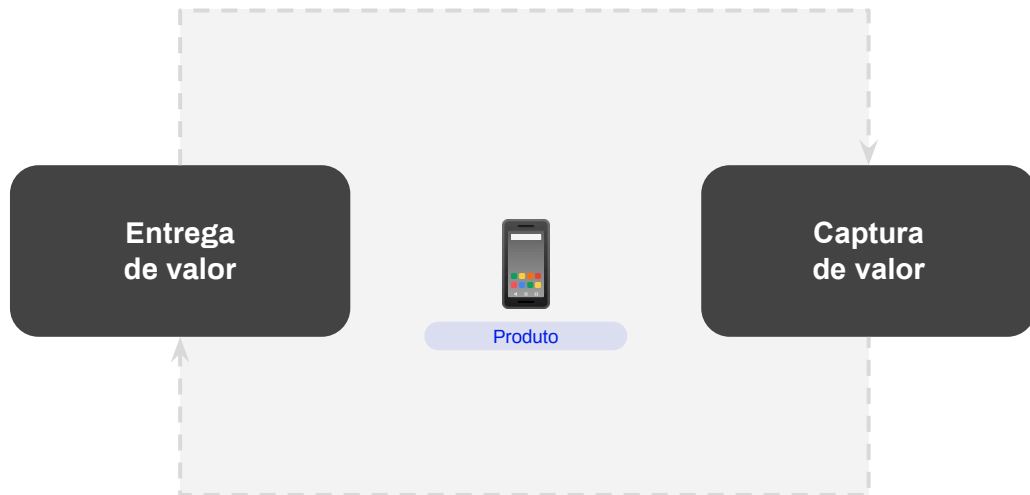
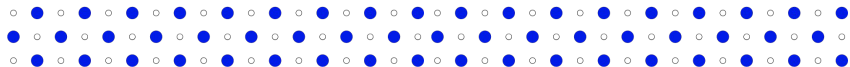


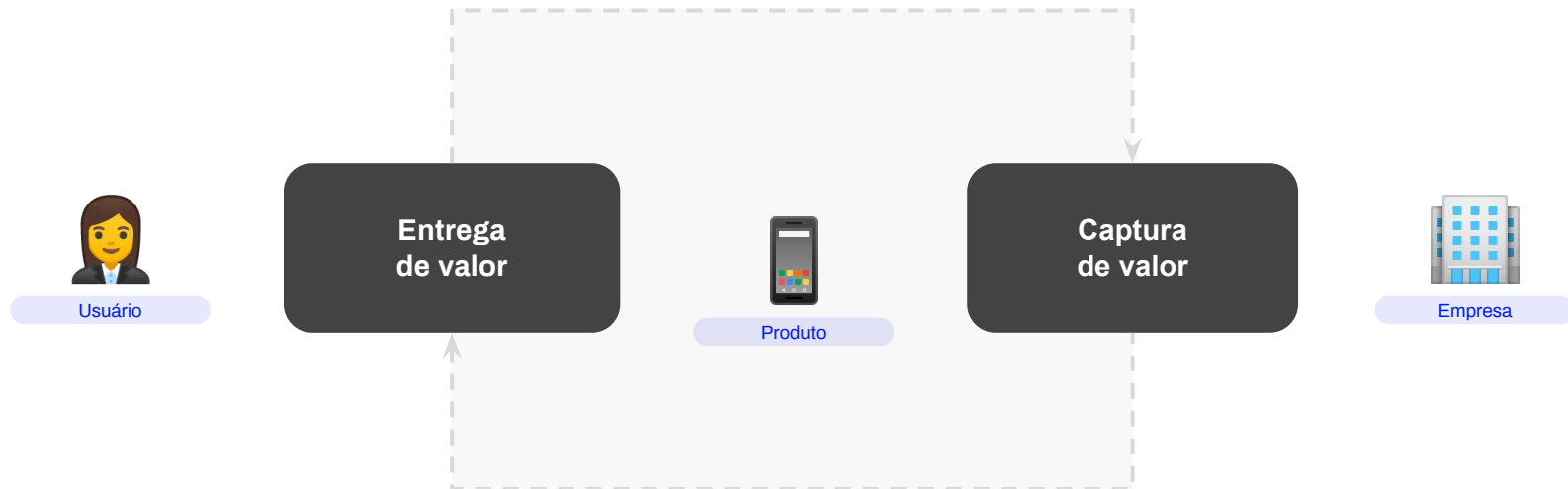
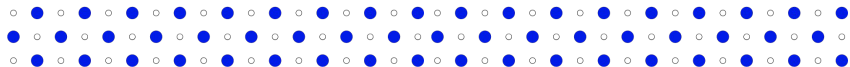
## Design Centrado no Usuário

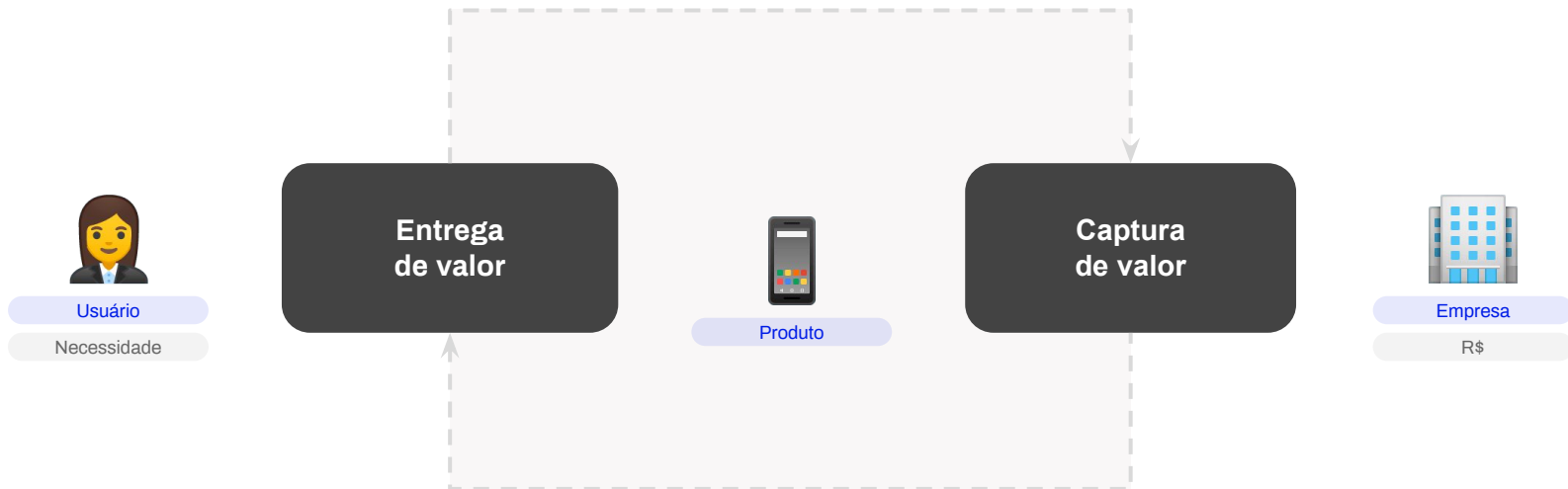
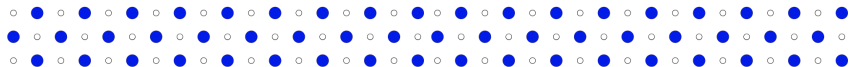




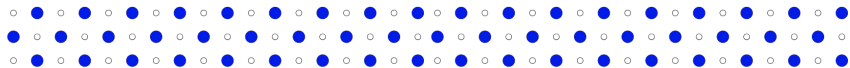
Incremento contínuo



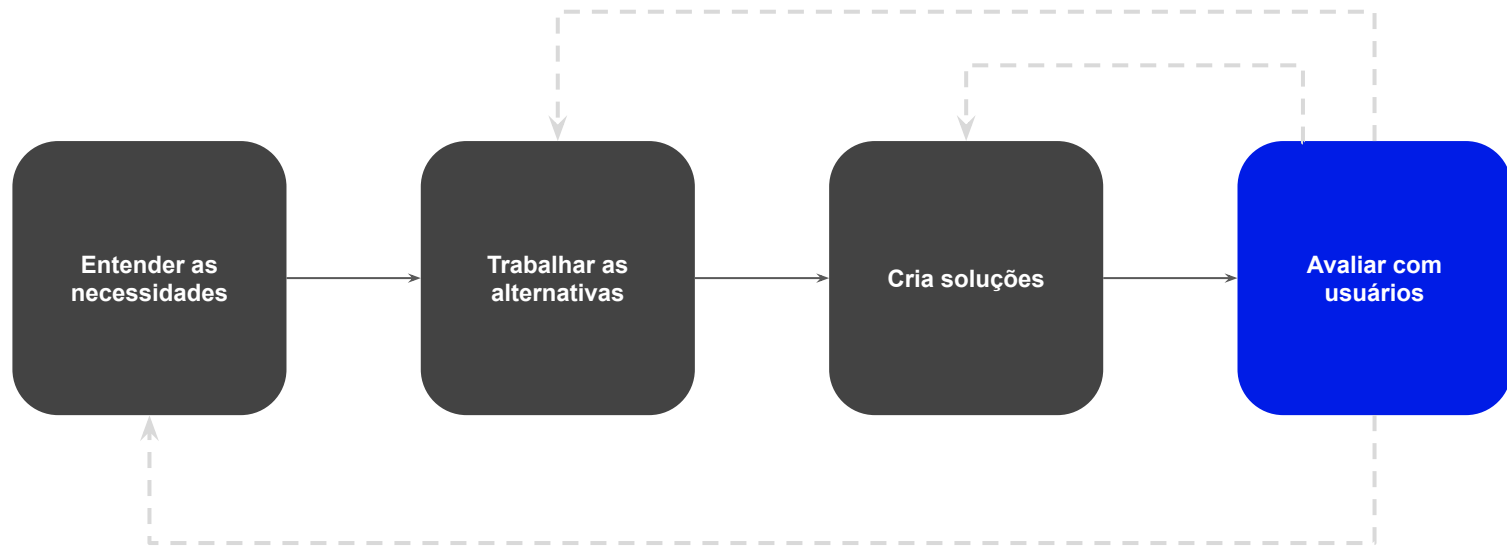


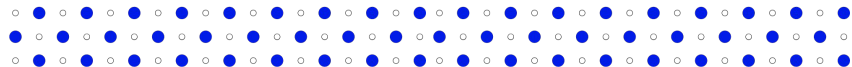






## Design Centrado no Usuário





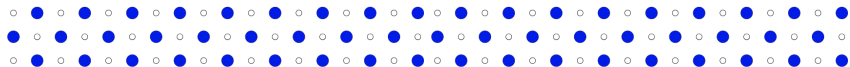
Quantos visitantes?

Quantas compras?

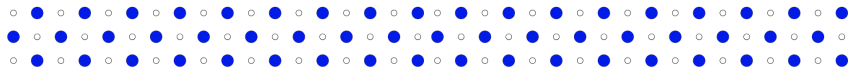
Como está a navegação?

**mentorama.**

**mentorama.**



# Métricas



## Métricas

Refere-se a estatísticas gerais e medidas de desempenho. Elas podem ser entendidas como um meio de mensuração de desempenho por meio de uma coleção de dados específicos ou gerais.



# Ferramentas



kissmetrics



Adobe  
Analytics



Google  
Analytics



Keen IO



AMPLITUDE



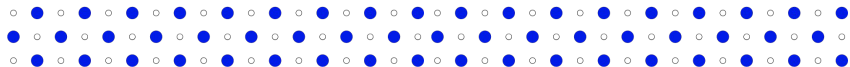
HEAP

PIWIK

mixpanel

mentorama.

mentorama.

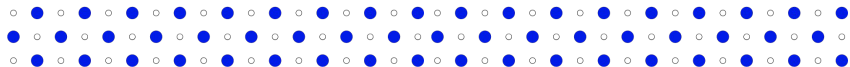


# Tipos de métricas

Comportamentais

Atitudinais

Perfil do usuário



# Tipos de métricas

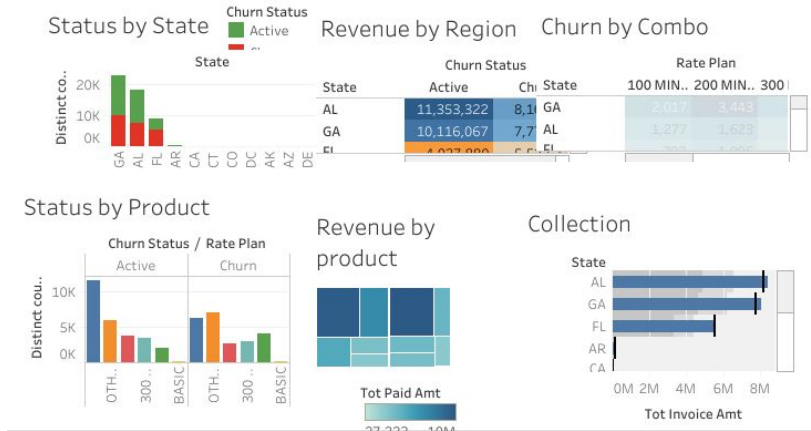
Comportamentais

Atitudinais

Perfil do usuário

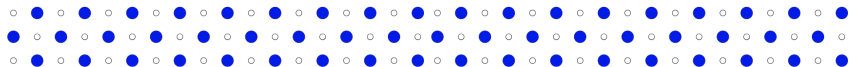
# Comportamentais

*As métricas comportamentais são obtidas a partir do uso, à medida que os usuários executam ações em software ou sites, e são comumente*



- Números absolutos (Counts)
- Taxas
- Tempos
- Navegação





# Números absolutos (Counts)



## Usuários

*10.000 usuários novos*



## Visualizações de páginas

*10.000 pageviews*



## Downloads

*10.000 downloads do aplicativo*



## Falhas na aplicação

*10.000 chamados no suporte*



# Taxas



## Cadastro

10% dos usuários que acessaram a página realizaram cadastro



## Ativação

40% dos usuários cadastrados assinaram meu produto



## Churn

70% dos usuários cancelaram a assinatura



## Contato

5% das assinaturas geram chamados no suporte



# Tempos



## Carregamento da página

*Tempo médio de carregamento da página de 18 segundos*



## Tempo para tarefa

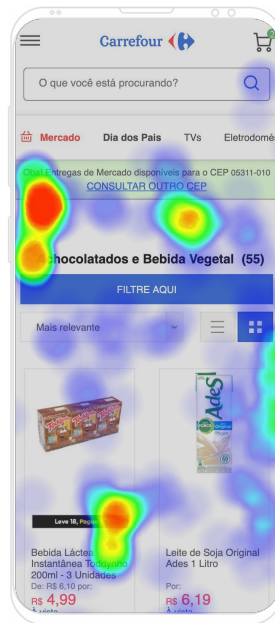
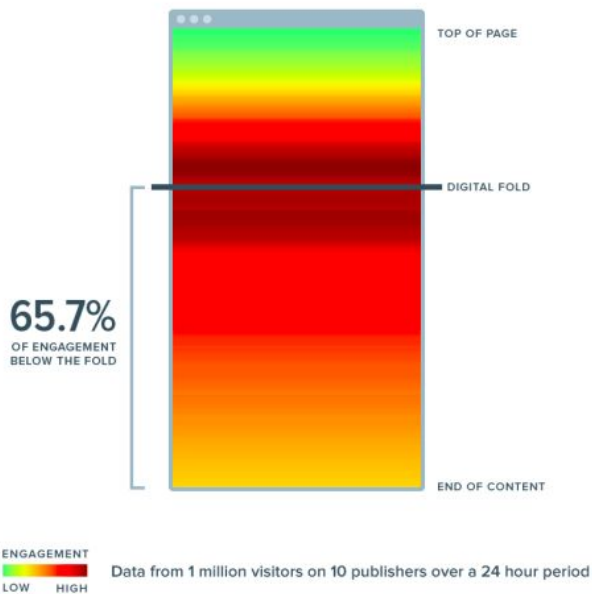
*Os usuários estão levando 5min em média para realizar o cadastro*



## Tempo na página

*Os usuários estão permanecendo em média 3 minutos na página*

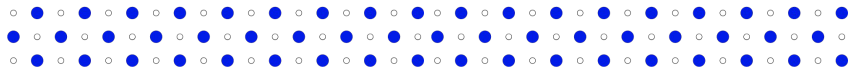
# Navegação



Tony Haile—Chartbeat

mentorama.

mentorama.



# Tipos de métricas

Comportamentais

Atitudinais

Perfil do usuário

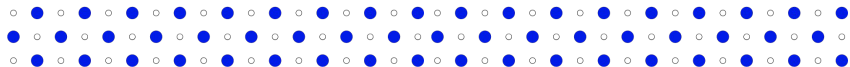
# Atitudinais

---

*Métricas de compreensão ou medição das crenças declaradas das pessoas.*

- Pesquisas de satisfação
- Escalas de usabilidade
- Avaliações do usuário



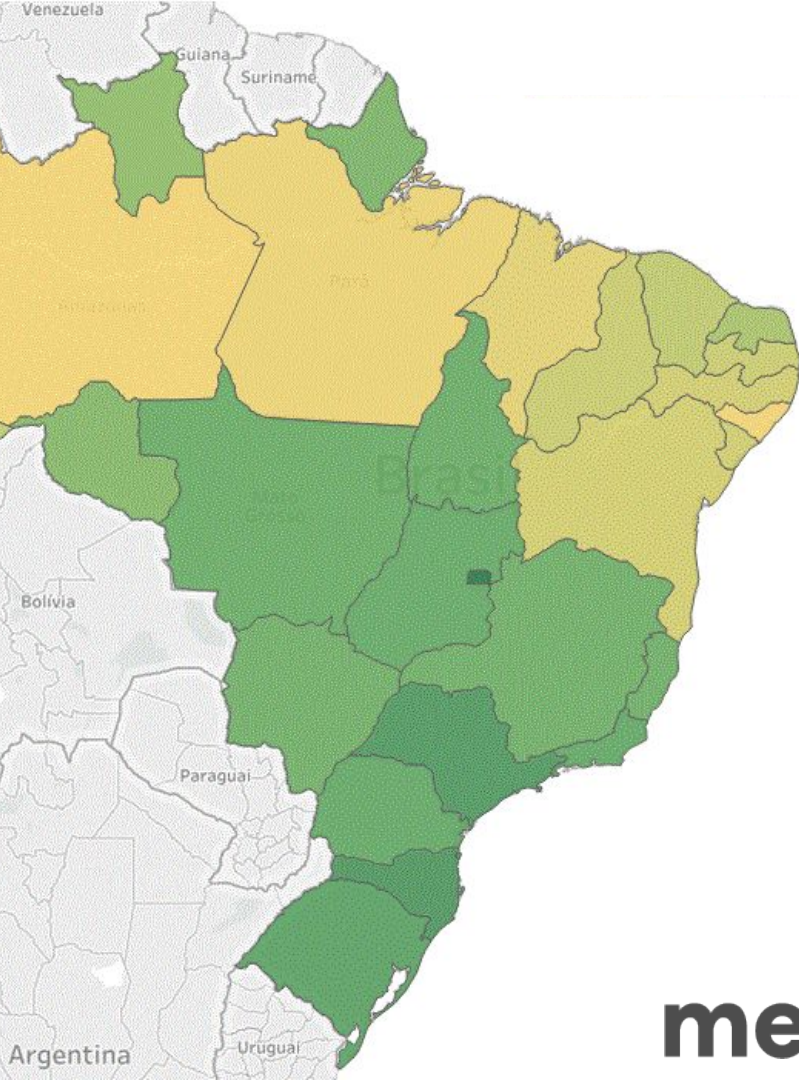


# Tipos de métricas

Comportamentais

Atitudinais

Perfil do usuário



# Perfil do usuário

---

## Dados demográficos

*Usuário que finalizaram o fluxo de cadastro no período*

## Novos usuários

*Usuários que fizeram mais de uma compra nos últimos 30 dias*

## Dados geográficos

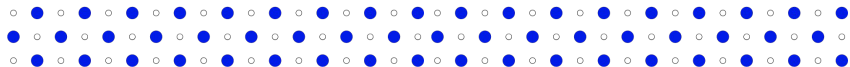
*Locais das compra*





# Frameworks de Analytics





A

A

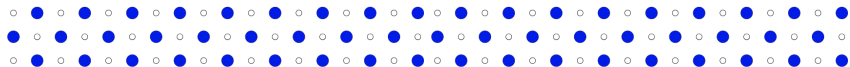
R

R

R

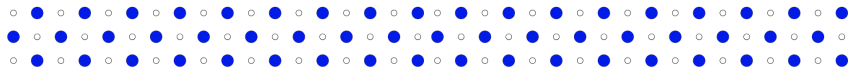
mentorama.

mentorama.



## AARRR

Amplamente aceita como as cinco métricas mais importantes para uma startup se concentrar. Isso ocorre porque essas métricas medem com eficácia o crescimento da sua empresa, ao mesmo tempo que são simples e acionáveis.



**A**

Aquisição

**A**

Ativação

**R**

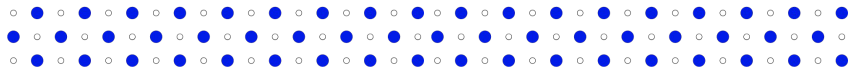
Retenção

**R**

Referência

**R**

Receita



**A**

Aquisição

**A**

Ativação

**R**

Retenção

**R**

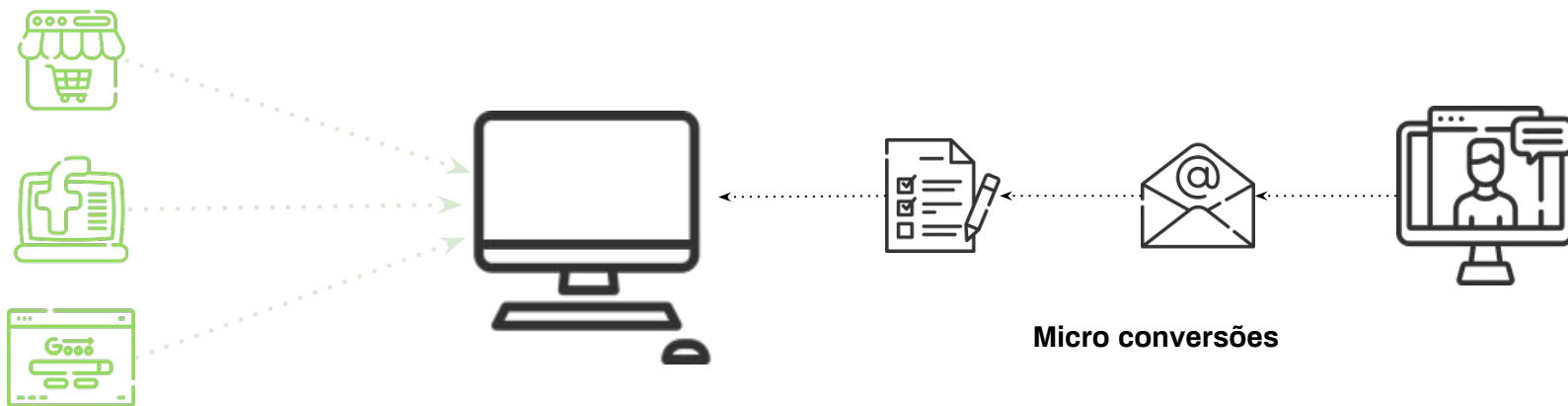
Referência

**R**

Receita

# Aquisição

*"De onde vêm nossos usuários / clientes?"*

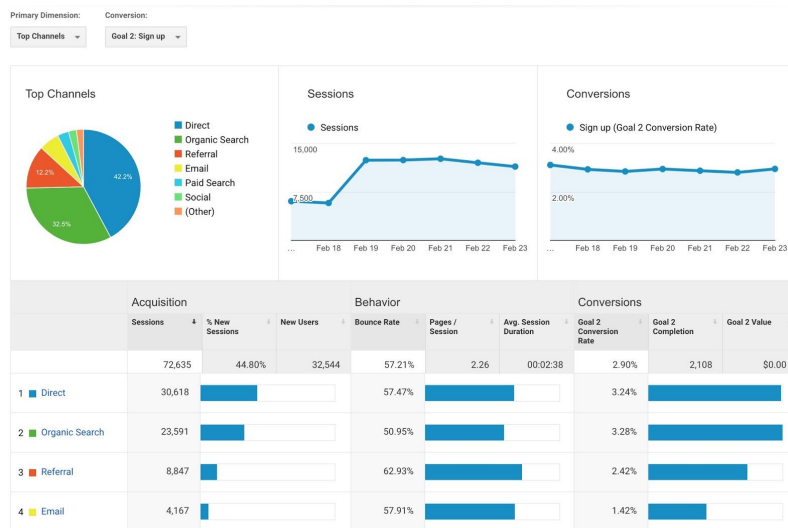


Canais

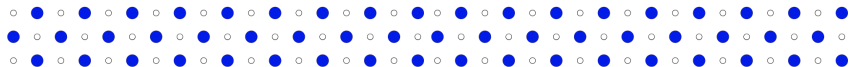
# Aquisição

*"De onde vêm nossos usuários / clientes?"*

- Como os usuários chegaram ao meu site?
- De onde esses usuários vieram?
- Quem são essas pessoas?
- O que esses usuários querem?



Aquisição - Google Analytics



**A**

Aquisição

**A**

Ativação

**R**

Retenção

**R**

Referência

**R**

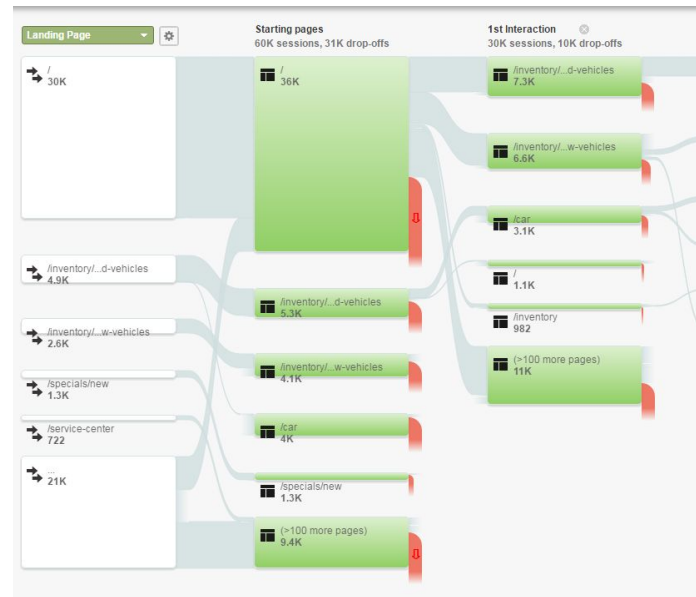
Receita



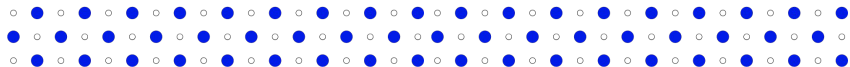
# Ativação

*“Quão boa é a primeira experiência do usuário / cliente?”*

- Os usuários interagem com a experiência proposta?
- O que o usuário fez enquanto navegava no site?
- O usuário deixou algum dado?
- Quais páginas são mais acessadas?
- Qual o tempo de navegação nestas páginas?



Fluxo de navegação - Google Analytics



**A**

Aquisição

**A**

Ativação

**R**

Retenção

**R**

Referência

**R**

Receita



# Retenção

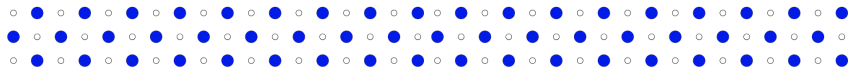
---

*“Quanto de seus clientes você está retendo e por que está perdendo os outros?”*

- Os usuários voltam ao site?
- Qual a frequência de retorno? Mensal, semanal ou diária?
- Quantos usuários se mantêm?
- Quantos destes usuários se tornam clientes satisfeitos?
- Os usuários retornam para qual ponto de contato?

	Day 0	Day 1	Day 2	Day 3	Day 4	Day 5	Day 6
12/07/2018	100.00%	2.97%	0.53%	1.38%	2.44%	0.00%	0.00%
13/07/2018	100.00%	1.50%	0.82%	1.77%	0.00%	0.00%	
14/07/2018	100.00%	2.17%	1.90%	0.00%	0.00%		
15/07/2018	100.00%	3.92%	0.00%	0.00%			
16/07/2018	100.00%	0.00%	0.00%				
17/07/2018	0.00%	0.00%					
18/07/2018	0.00%						

Retenção de usuários - Google Analytics



**A**

Aquisição

**A**

Ativação

**R**

Retenção

**R**

Referência

**R**

Receita

# Referência

*“Como você pode transformar seus clientes em seus defensores?”*

- Seus usuários gostam tanto de você que o recomendam?
- O que falam sobre você?
- Onde estão falando no momento?
- Por que estão falando isso?

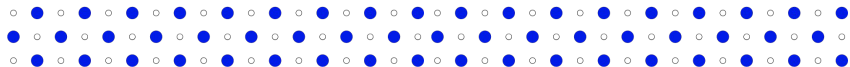
👍 Esta empresa resolveu **83,3% dos problemas** e respondeu **100% das reclamações**

📈 Esta empresa recebeu **35 reclamações** e, em média, são respondidas em **2 dias e 4 horas**

👎 A maioria das reclamações é sobre **Desgaste prematuro, inferior ao vendido e Falta de peças**



Reclame Aqui



**A**

Aquisição

**A**

Ativação

**R**

Retenção

**R**

Referência

**R**

Receita

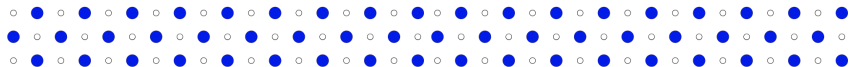
# Receita

*“Como você pode aumentar a receita?”*

- Os usuários geram receita para sua empresa?
- Qual seu modelo de negócio digital?
- Quantos negócios são fechados em seu produto?

Sales Performance				
Product Revenue ? ↓	Unique Purchases ?	Quantity ?	Avg. Price ?	Avg. QTY ?
\$92,716.54 % of Total: 100.00% (\$92,716.54)	1,181 % of Total: 100.00% (1,181)	5,393 % of Total: 100.00% (5,393)	\$17.19 Avg for View: \$17.19 (0.00%)	4.57 Avg for View: 4.57 (0.00%)
\$17,415.00 (18.78%)	89 (7.54%)	145 (2.69%)	\$120.10	1.63
\$14,155.00 (15.27%)	71 (6.01%)	95 (1.76%)	\$149.00	1.34
\$13,607.00 (14.68%)	85 (7.20%)	113 (2.10%)	\$120.42	1.33
\$4,187.00 (4.52%)	29 (2.46%)	53 (0.98%)	\$79.00	1.83
\$1,975.00 (2.13%)	11 (0.93%)	25 (0.46%)	\$79.00	2.27
\$1,362.58 (1.47%)	18 (1.52%)	82 (1.52%)	\$16.62	4.56
\$1,222.51 (1.32%)	5 (0.42%)	69 (1.28%)	\$17.72	13.80
\$1,043.00 (1.12%)	3 (0.25%)	7 (0.13%)	\$149.00	2.33
\$979.90 (1.06%)	5 (0.42%)	10 (0.19%)	\$97.99	2.00
\$899.91 (0.97%)	4 (0.34%)	9 (0.17%)	\$99.99	2.25

Pagamentos - Google Analytics



**A**

Aquisição

**A**

Ativação

**R**

Retenção

**R**

Referência

**R**

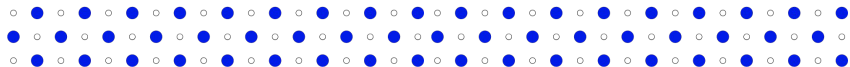
Receita



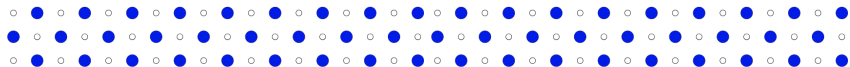


# Frameworks de Métricas de usabilidade



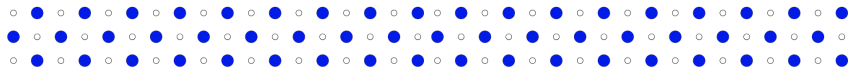


**Usabilidade é algo difícil de medir**  
ou pelo menos quantitativamente.



# Escalas numéricas de usabilidade:

- PURE
- SUMI (Software Usability Measurement Inventory)
- SUPR-Q (Standardized User Experience Percentile Rank Questionnaire)
- QUIS (Questionnaire for User Interaction Satisfaction)
- **SUS (System Usability Scale)**

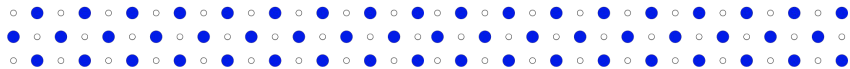


# Critérios

Efetividade

Eficiência

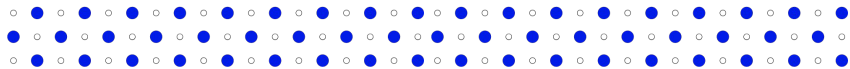
Satisfação



# Como a pesquisa é estruturada?

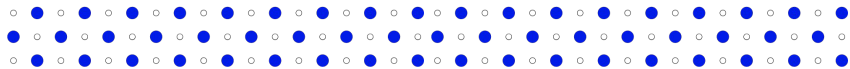
O questionário consiste de 10 perguntas, e para cada uma delas o usuário pode responder em uma escala de 1 a 5, onde 1 significa **Discordo Completamente** e 5 significa **Concordo Completamente**.

Strongly Disagree 1	2	3	4	Strongly Agree 5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



# Principais perguntas:

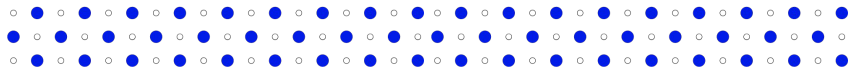
1. Eu acho que gostaria de usar esse sistema com frequência.
2. Eu acho o sistema desnecessariamente complexo.
3. Eu achei o sistema fácil de usar.
4. Eu acho que precisaria de ajuda de uma pessoa com conhecimentos técnicos para usar o sistema.
5. Eu acho que as várias funções do sistema estão muito bem integradas.
6. Eu acho que o sistema apresenta muita inconsistência.
7. Eu imagino que as pessoas aprenderão como usar esse sistema rapidamente.
8. Eu achei o sistema atrapalhado de usar.
9. Eu me senti confiante ao usar o sistema.
10. Eu precisei aprender várias coisas novas antes de conseguir usar o sistema.



# Como funciona:

- Para as perguntas ímpares (1, 3, 5, 7, 9) subtraia 1 da pontuação que o usuário respondeu.
- Para as perguntas pares (2, 4, 6, 8, 10) subtraia 5 (5-X) da pontuação que o usuário respondeu.
- Some os valores das 10 perguntas e multiplique por 2,5.
- Os resultados do questionário variam de 0 a 100.

1	5 (-1) = 4
2	1 (-5) = 4
3	4 (-1) = 3
4	1 (-5) = 4
5	4 (-1) = 3
6	1 (-5) = 4
7	5 (-1) = 4
8	1 (-5) = 4
9	5 (-1) = 4
10	1 (-5) = 4



# Avaliando a pontuação



-60 | Inaceitável



60-70 | Ok



70-80 | Bom



80-90 | Excelente



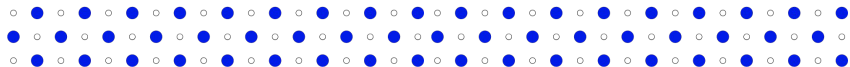
+90 | Melhor usabilidade possível





# Frameworks de Métricas de satisfação

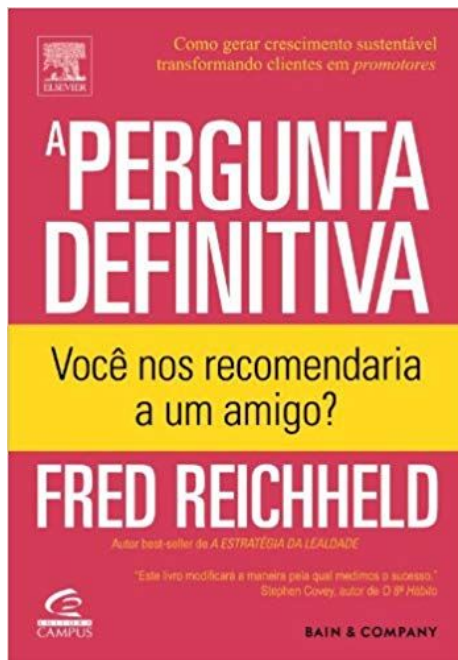
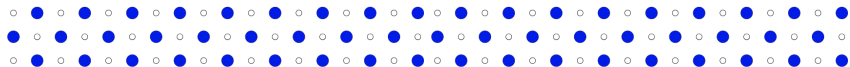




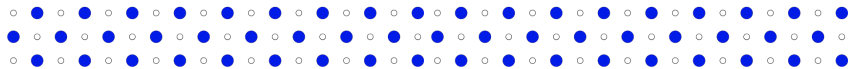
NPS

# Net Promoter Score

mentorama.

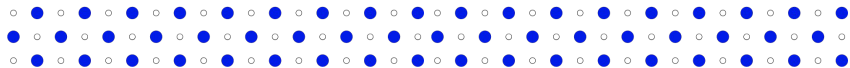


mentorama.

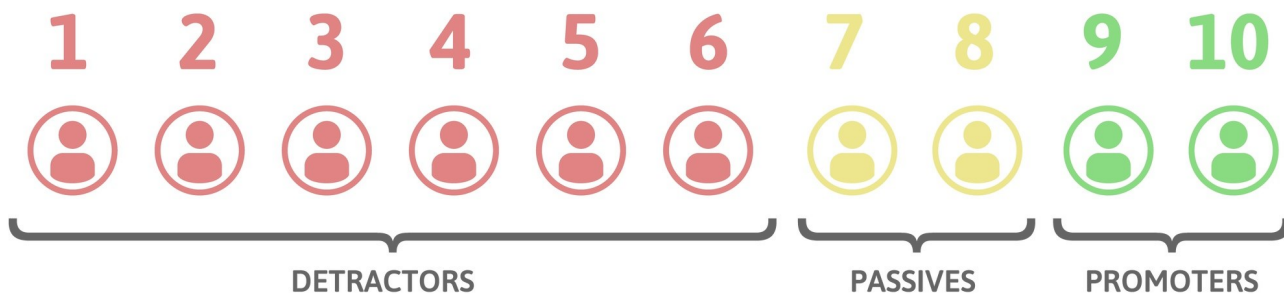


## Pergunta

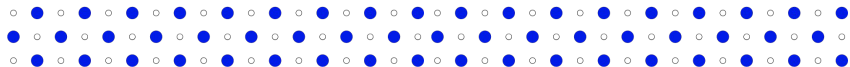
Em uma escala de **0 a 10**, o quanto você recomendaria a **Mentorama** para um amigo ou colega?



## Metodologia



$$\text{NPS} = \% \text{ (green icon)} - \% \text{ (red icon)}$$



## Exemplo

Net Promoter Score



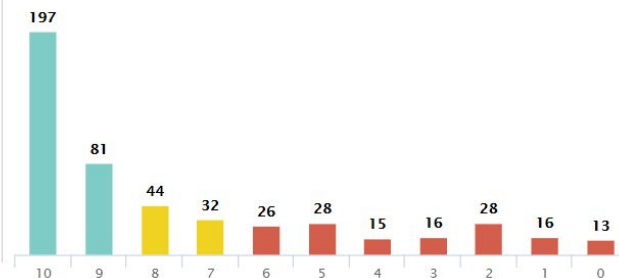
**Promotor** 56,0% / 278

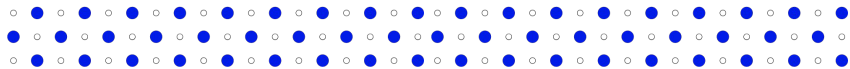
**Neutro** 15,3% / 76

**Detrator** 28,6% / 142

NPS = %Promotores - %Detratores

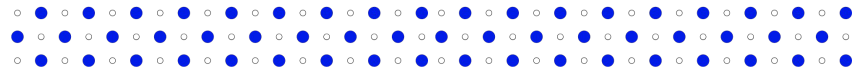
NPS Respostas Avaliações





# As principais **vantagens** de utilizar o NPS são:

- Facilidade de uso
- Simples para todo mundo
- Agilidade para agir
- Menor chance de manipulação
- **Benchmark**



# Benchmarks

---

**Excelente** – NPS entre 75 e 100

---

**Muito bom** – NPS entre 50 e 74

---

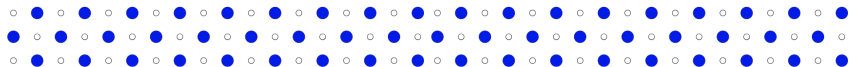
**Razoável** – NPS entre 0 e 49

---

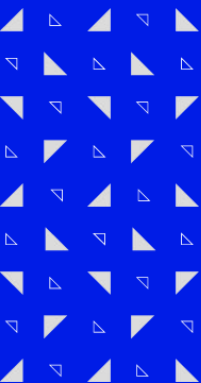
**Ruim** – NPS entre -100 e -1

---

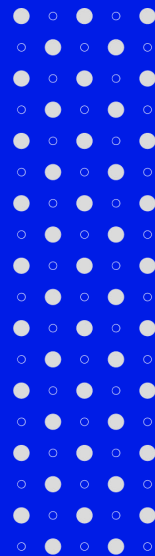


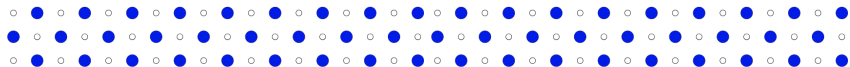


**Aumentar** x **Melhorar**



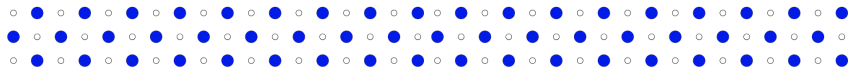
# Geração e Validação de Hipóteses em Testes A/B



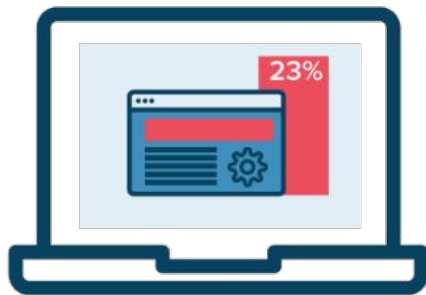


# Teste de hipóteses

Procedimento estatístico que permite aceitar ou rejeitar uma hipótese observando dados de um determinado experimento.

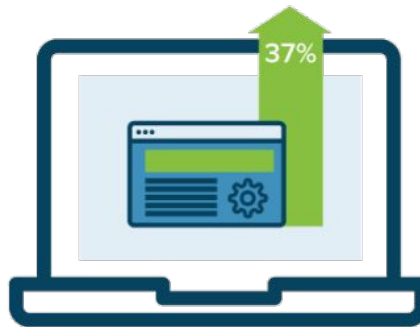


A

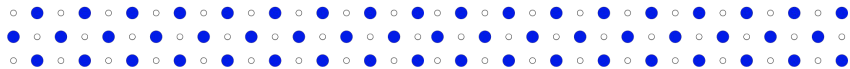


CONTROL

B

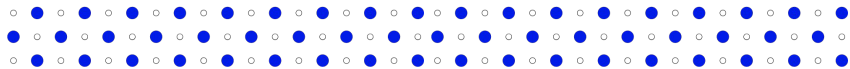


VARIATION



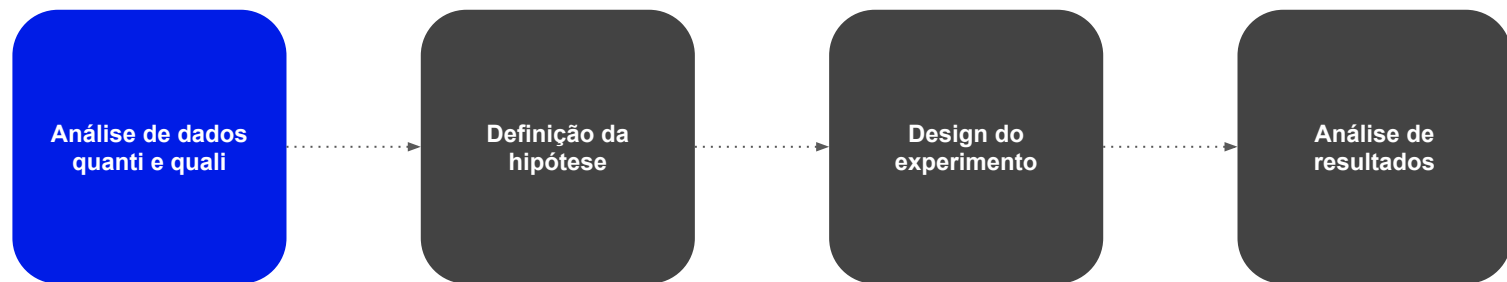
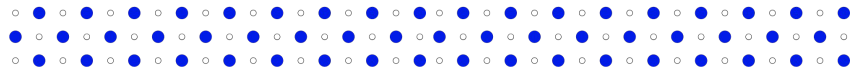
## O que é um teste A/B?

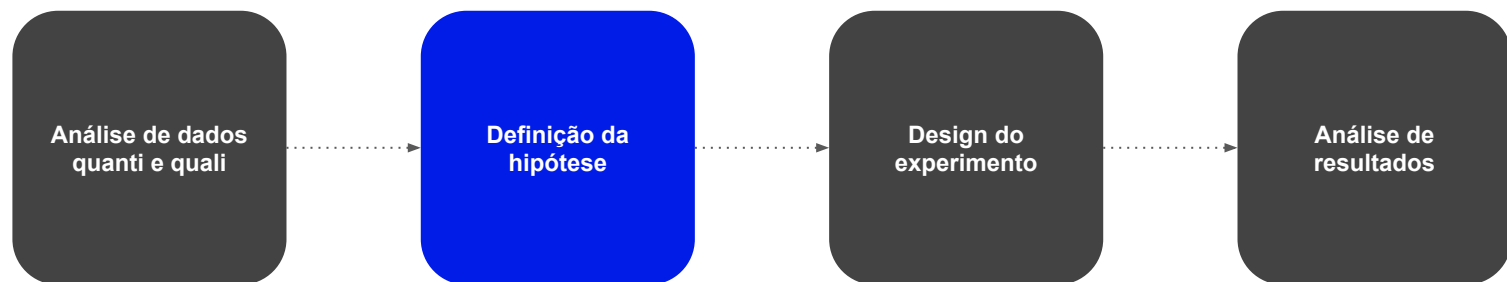
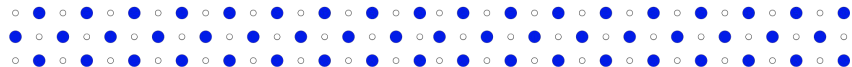
Teste A/B é um método de comparar duas versões para determinar qual deles tem melhor desempenho, segmentando a base que verá cada uma das versões de forma aleatória.



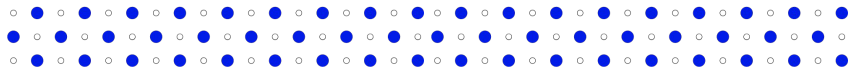
# Quando usar?

- \_Novas *features*.
- \_Mudanças na interface.
- \_Comunicação e design.
- \_Otimizações de páginas.





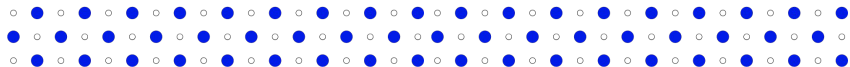




# Qual hipótese você quer testar e qual a métrica de sucesso?

**HIPÓTESE DO PROBLEMA** A home do App está muito carregada de cor e informação, o que ofusca o olhar para a tabbar, consequentemente gerando pouca exploração do aplicativo.

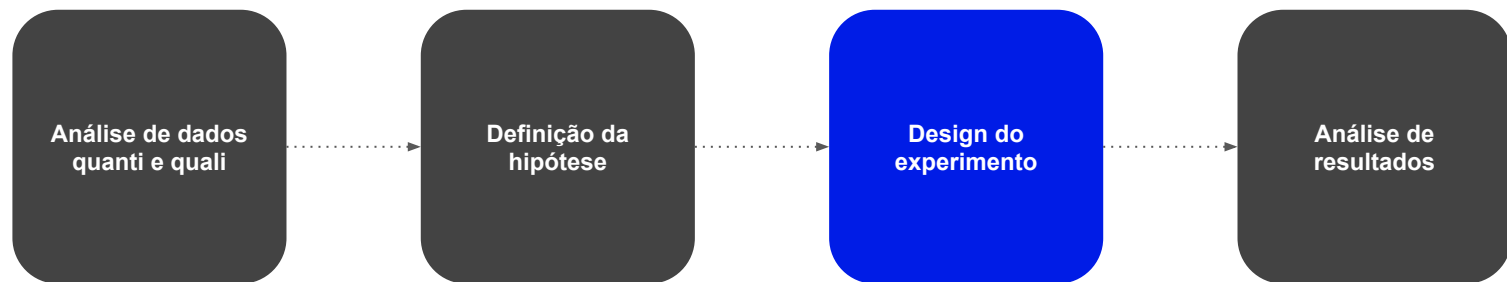
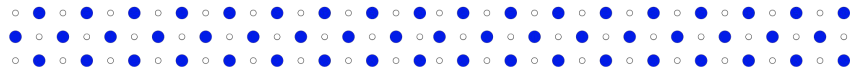
**HIPÓTESE DE SOLUÇÃO** Se mudarmos as cores da home podemos aumentar o acesso a tabbar, com isso aumentaremos exploração do App e consequentemente aumentaremos transações.

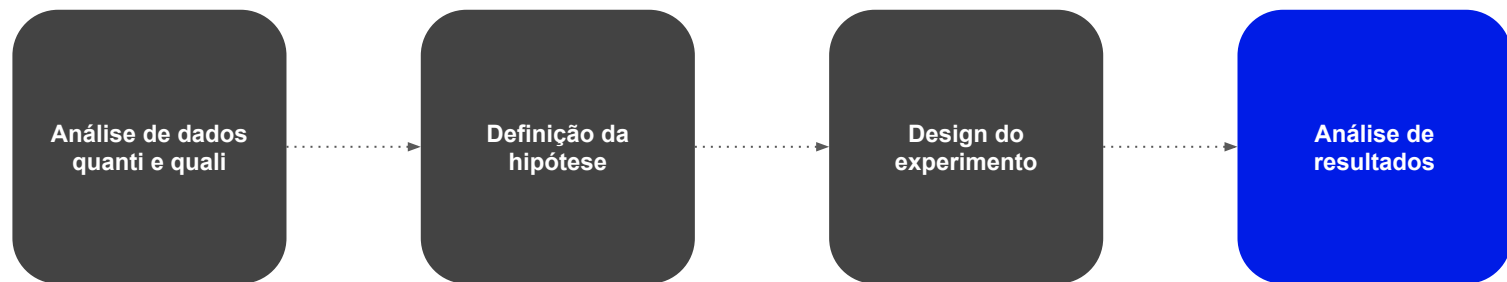
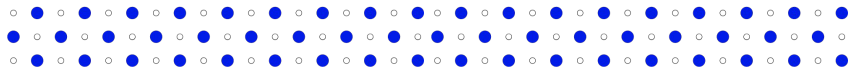


# A métrica de sucesso é o que vai definir se sua hipótese é verdadeira ou falsa.

**O que você espera de resultado no final:** *Aumento de compras*

É importante analisar outras métricas que podem ser impactadas, pra entender se teve impactos positivos ou negativos nelas.







Obrigado!



mentorama

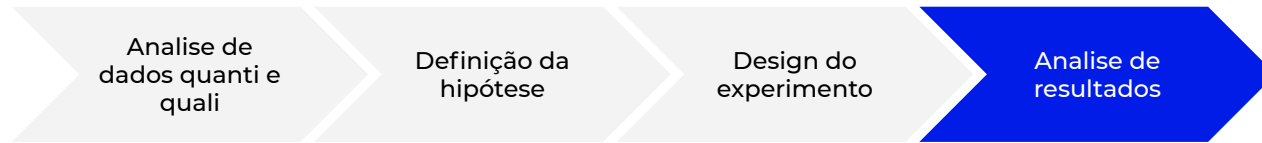
Quantidade de dados que vc precisa, tempo que vai ficar no ar, como vai ser feito,  
etc

## TIPOS DE TESTES

AB

ABC

Multivariavel





Não pare o teste antes do tempo!  
uma variação é comparada com o controle

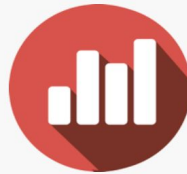
Pensar em sazonalidade e tem janela de conversão  
mais de uma variação é comparada com o controle

a variação e o controle  
diferem em mais de um  
ponto

## Ferramentas



**ABBA**  
A/B testing statistics



AB **Testguide**

A/B Test Calculator

**mentorama.**