

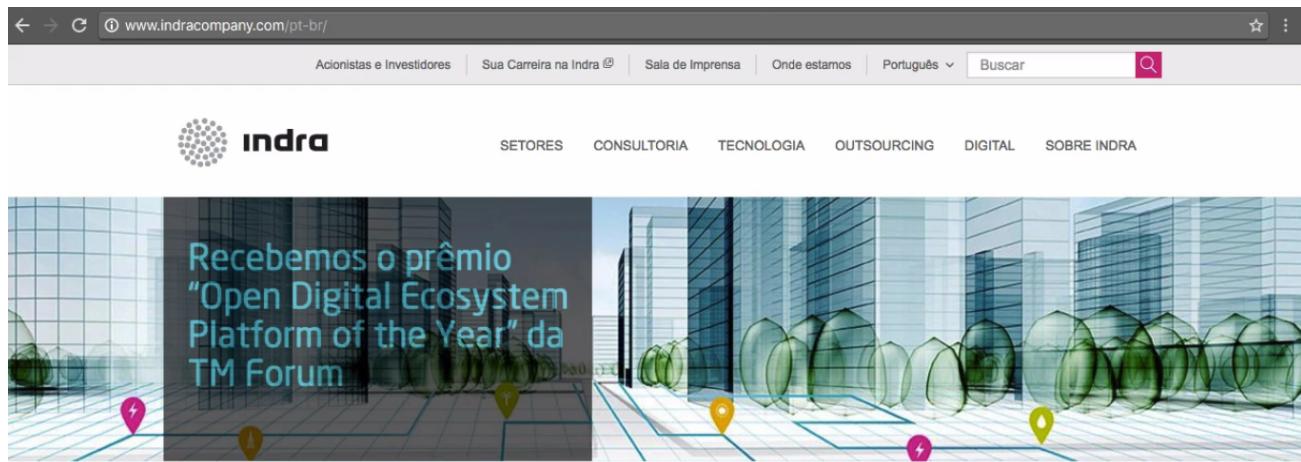
01

Affordance call to action

Transcrição

Vamos ver alguns conceitos de Usabilidade.

No site da consultoria [Indra](http://www.indracompany.com/pt-br/) (<http://www.indracompany.com/pt-br/>), o criador da página gostaria que o usuário fizesse quando pensou no seguinte projeto:



Temos um banner grande no início da página, que não tem uma utilidade explícita. Faltou um texto ou elemento visual que nos convidasse a clicar na imagem. Um texto que diga "venha conhecer", um link "clique aqui" ou um botão, algo que indique ao usuário o que ele precisa fazer aqui. No caso, o usuário vê apenas uma vitrine e não interage. O uso de um elemento visual que nos indique o que fazer é o que chamamos de **Affordance**. Trata-se da propriedade que um objeto, ou de um ambiente, de indicar qual é a sua utilidade e permite que um indivíduo realize uma ação.

Por exemplo, uma maçaneta de porta carro, ao observá-la você comprehende o que precisa ser feito. Por exemplo, o site do Musicdot sugere que você faça a sua matrícula com um botão e o texto "matricule-se".

A Booking fez um teste sobre qual ícone de menu resultaria em mais engajamento:

Base: Our original hamburger menu icon on the left of the header and its right-aligned white border.

The first image shows the Booking.com header with the original hamburger menu icon (three horizontal lines) positioned to the left of the 'Booking.com' logo, which is centered within a blue header bar. To the right of the logo is a search icon. Below the header are three buttons: '943 RESULTS', 'MAP', and 'FILTERS'.

Variant: The word 'menu' inside a rounded square also aligned to the left.

The second image shows the same Booking.com header, but the hamburger menu icon has been replaced by a rounded square containing the word 'MENU'. The rest of the header and buttons remain the same as the first image.

A variação continha um botão com borda e o texto "menu" e deixava bem claro qual era sua utilidade. Porém, o resultado do teste foi que para os usuários da empresa era irrelevante qual das opções era utilizada. Isto demonstra que não existe uma fórmula e que todo botão precise ter uma borda. É interessante que você conheça os conceitos, mas realize os testes. Isto também não significa que os resultados alcançados na Booking serão os mesmos com o seu site.

E o que o site do Musicdot espera que o usuário faça? Ele quer que o aluno se matricule. Existe um tentativa de guiar o usuário.

Descubra o músico que existe em você

Faça sua matrícula e comece a estudar agora

Matrícula Semestral
6x **R\$50**
(total R\$ 300)

Matrícula Anual
12x **R\$40**
(total R\$ 480)

MATRICULE-SE

Esse conceito de **chamar** o usuário para fazer algo chamamos de **call to action**. O que a seguinte página do Deezer nos propõe fazer?

DEEZER

UNLIMITED MUSIC. 100% PERSONALIZED

Listen to your music, no limits. Anywhere, anytime.
Sign up for free.

Facebook **Google+**

Email address
Password (6 characters minimum)
Username
Gender Age
Sign up

By clicking on "Sign up", you accept the Terms and Conditions of Use.

Ele quer que o usuário faça o login.

Mas "call to action" não é apenas um botão colorido e destacado, pode ser também um formulário (preferencialmente, pequeno) e que também ganhe relevância na disposição da página. Na página da Kindle, encontraremos outro exemplo:

Ao clicar no botão acima, você concorda com os [Termos de Uso do Kindle Unlimited](#) e nos autoriza a cobrar R\$ 19,90 por mês, no seu cartão de crédito habilitado ou em outro cartão de crédito disponível em nossos arquivos. Você pode cancelar sua adesão ao programa Kindle Unlimited a qualquer momento acessando www.amazon.com.br/kindleunlimited. Após o cancelamento, o valor mensal não será mais cobrado de você.

O site nos convida a fazer um teste gratuito por um mês. Podemos ver outro exemplo na plataforma da Alura:

Ela destaca o botão de "continuar curso" e reforça a ideia com o uso da setinha.

E-commerce sites que vendem algum produto costumam usar esse recurso para incentivar o usuário a comprar e qualquer tipo de dúvida que o cliente tenha, por exemplo, onde clicar para adicionar o produto ao carrinho, poderá atrapalhar a taxa de conversão.