

02

## 2- Analisando Form Hotjar

### Transcrição

Vemos no painel que 500 pessoas acessaram o formulário.

	Nome	Email	Telefone	Mensagem	Newsletter
10.93 sec	15.04 sec	11.78 sec	143.05 sec	21.8%	15.0%
1.8%	4.6%	7.5%	21.8%	12.2%	85.1%
20.3%	18.9%	23.0%			

SESSIONS: 500  
INTERACTIONS: 110  
INTERACTIONS: 108  
INTERACTIONS: 106  
INTERACTIONS: 110  
INTERACTIONS: 20  
INTERACTIONS: 52  
SUCCESSFUL SUBMITS: 52

377 visitors (75.4%) left the page without interacting with the form.

DROPOFF: 75.4% (377)

Tivemos uma taxa de conversão de 10% - um número bem elevado. Mas em compensação, quando rolamos a página, descobrimos que 75% dos usuários não interagem com os campos do formulário.

	Nome	Email	Telefone	Mensagem	Newsletter
10.93 sec	15.04 sec	11.78 sec	143.05 sec	21.8%	15.0%
1.8%	4.6%	7.5%	21.8%	12.2%	85.1%
20.3%	18.9%	23.0%			

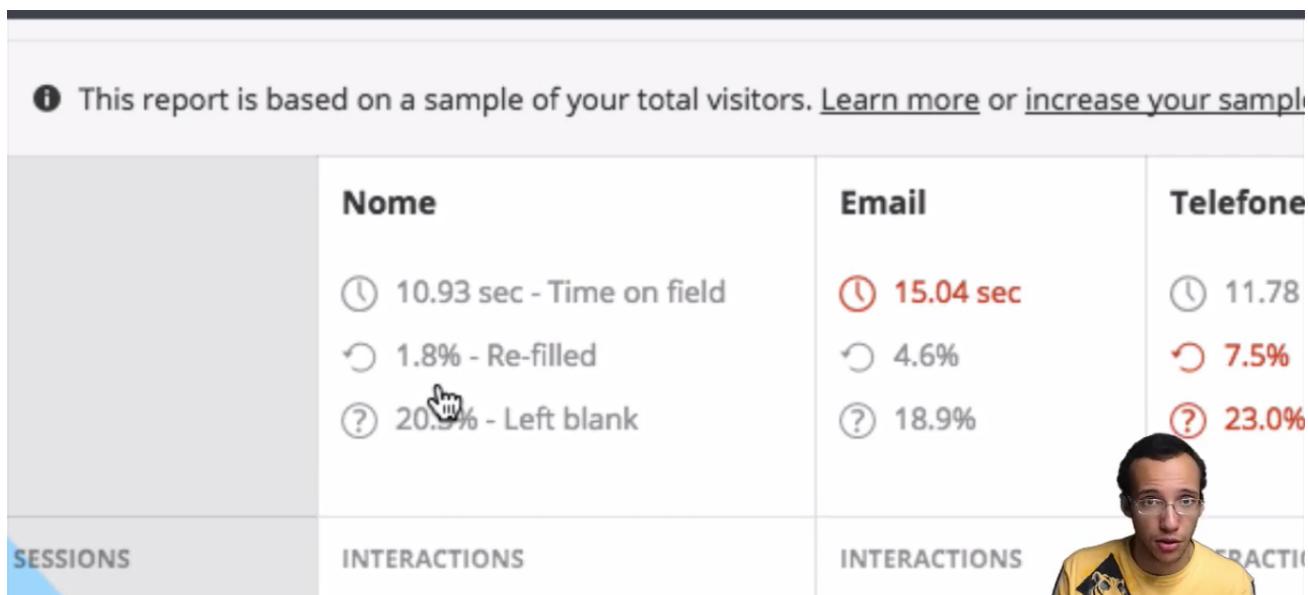
SESSIONS: 500  
INTERACTIONS: 110  
INTERACTIONS: 108  
INTERACTIONS: 106  
INTERACTIONS: 110  
INTERACTIONS: 20  
INTERACTIONS: 52  
SUCCESSFUL SUBMITS: 52

377 visitors (75.4%) left the page without interacting with the form.

DROPOFF: 75.4% (377)

A razão para que as pessoas não preencham o formulário podem ser diversas. Às vezes ele caiu sem querer na página ou pode ter mudado de ideia. Vamos analisar os dados e tentar descobrir o motivo.

O Hotjar é uma ferramenta tão completa que nos mostra até quanto tempo os usuários demoram preenchendo cada campo. No campo "Nome", as pessoas demoraram em média 11 segundos preenchendo, 2% tiveram que repreencher o dado e 20% deixaram em branco.



No campo "Email", os usuários demoraram 15 segundos para digitarem o e-mail, quase 5% redigitaram e 20% resolveram deixar em branco. No entanto, precisamos do e-mail para responder a mensagem (ou pelo menos, um telefone...). E mesmo assim, temos a porcentagem 23% dos usuários que não informaram o telefone. Sem o endereço de e-mail ou telefone, como faremos para responder a mensagem?

Continuaremos com a nossa análise. O Hotjar nos mostra um gráfico que se afunila à direita, nos sinalizando quais campos o usuário está deixando de preencher. As pessoas demoram mais de 140 segundos para preencher a mensagem e 12,2% deixam o campo em branco. Mas é a Newsletter que tem a maior desistência, provavelmente por medo de receber spam. Vemos também aqui a falha de submits: cerca de 30%. Verificamos com a equipe de Dev o que poderia estar acontecendo e ele disseram que o site não tem problemas.

Vamos testar preencher o formulário.

← → 🔍 <https://www.musicdot.com.br/contato>

## Crítica, sugestão ou elogio? Envie-nos!

Queremos sempre melhorar nossos serviços.

Nome (obrigatório)

Email (obrigatório)

Telefone com DDD

Mensagem (obrigatório)

**Please fill out this field.**

Observe que quando tentamos submeter o formulário, mas deixamos um campo obrigatório em branco, não exibe a mensagem `Please fill out this field`. E se o seu usuário não souber falar inglês? A validação do e-mail é feita no sistema operacional. Mas e se não estivermos usando o nosso computador e o sistema operacional for em inglês? Se traduzirmos a mensagem para o português, ela nos pede para preenchermos o campo. Tentaremos melhorar o microtexto, porque não apela para as esferas emocionais. Vamos incluir uma mensagem mais carinhosa: `Precisamos do seu e-mail para responder sua mensagem`.

The form consists of three fields:

- Name:** Nilson
- Email (obrigatório):** (empty input field)
- Telefone com DDD:** (empty input field)

A validation message is displayed next to the 'Email' field:

**Precisamos do seu e-mail para responder sua mensagem**

Às vezes o seu usuário não quer um vínculo com a empresa, mas não pensa que é necessário informar um e-mail para a mensagem ser respondida.

Esta é a parte de formulários do Hotjar.