



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**



Amanda Mafioletti Tartari

## **INTERFACE DE E-COMMERCE PARA UMA EMPRESA DE MÓVEIS CATARINENSE EM EXPANSÃO DIGITAL**

Projeto de Conclusão de curso submetido ao curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Mary Vonni Meürer de Lima

Florianópolis, 2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Tartari, Amanda Mafioletti

Interface de e-commerce para uma empresa de móveis  
catarinense em expansão digital / Amanda Mafioletti Tartari ;  
orientadora, Mary Vonni Meurer de Lima, 2023.

145 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade  
Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão,  
Graduação em Design, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design de interface. 3. Design de experiência  
do usuário. 4. Design digital. 5. E-commerce. I. de Lima, Mary  
Vanni Meurer. II. Universidade Federal de Santa Catarina.  
Graduação em Design. III. Título.

Amanda Mafioletti Tartari

**INTERFACE DE E-COMMERCE PARA UMA EMPRESA DE MÓVEIS CATARINENSE  
EM EXPANSÃO DIGITAL**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de "Bacharel em Design", e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Design.

Florianópolis, 20 de junho de 2023.

Prof<sup>a</sup>. Dra. Marília Matos Gonçalves  
Coordenadora do Curso

**Banca Examinadora:**

Prof<sup>a</sup>. Dra. Luciane Maria Fadel  
Prof. Dr. Ivan Luiz de Medeiros

Prof<sup>a</sup>. Dra. Mary Vonni Meürer de Lima  
Orientadora

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço profundamente a minha mãe, meu pai e meus irmãos por terem me proporcionado base, apoio e liberdade para trilhar meu próprio caminho, não apenas no âmbito acadêmico e profissional, mas em todas as esferas da minha vida. Também sou muito grata aos meus gatos Frodo e Sammy, que foram meus companheiros assíduos nas diversas fases que passei desde que me mudei para Florianópolis para fazer a graduação.

Sou muito grata a todo o corpo docente que fez parte da minha trajetória, em especial o professor Luciano Castro, que me auxiliou em minha primeira experiência de estágio no museu da UFSC. Graças a essa experiência, adquiri portfólio e a oportunidade de fazer estágios em empresas fora da UFSC, o que me levou a ser efetivada em grandes empresas antes mesmo de concluir minha graduação.

Agradeço à professora Mary por assumir a orientação desse projeto que considerei bastante desafiador, sou grata por todo o auxílio e confiança que recebi durante o semestre. E por fim, meus agradecimentos para a banca, professora Luciane e professor Ivan, que aceitaram participar desse projeto que é tão importante para mim.

Muito obrigada!

## RESUMO

O objetivo deste projeto de conclusão de curso foi desenvolver uma interface digital para a empresa catarinense de móveis e estofados, chamada Leon. A empresa pretende fortalecer sua presença no comércio digital de móveis, expandindo suas vendas em todo o Brasil por meio de uma plataforma de e-commerce. Atualmente, a empresa já realiza vendas por meio de suas redes sociais. Para orientar o desenvolvimento do projeto, foi utilizado o framework criado por Jesse James Garrett, composto por cinco etapas que levam o produto desde o estágio abstrato até o concreto. A primeira etapa foi dedicada à coleta de informações para iniciar o projeto, realizada por meio de pesquisas e entrevistas. Nessa etapa, também foram analisados produtos similares e definidas as personas de usuário. Na segunda etapa, foi feito um mapeamento das principais funcionalidades e requisitos de conteúdo, que serviram como base para a criação da estrutura do produto na terceira etapa. Conceitos de design de interação e arquitetura da informação foram definidos durante a etapa de estrutura, permitindo a criação do esqueleto do produto, na quarta etapa do projeto. Neste momento foram desenvolvidos os wireframes, que representam visualmente a estrutura do produto. Com os wireframes finalizados e a base do produto bem definida, foram adicionados elementos como a identidade da marca e aspectos sensoriais, incluindo cores, tipografia, imagens e interações. Esses elementos deram origem às interfaces em alta fidelidade, concretizando o produto no contexto deste projeto.

**Palavras-chave:** Design de interface. Design de experiência. E-commerce.

## **ABSTRACT**

The aim of this final course project is to develop a digital interface for a furniture company based in Santa Catarina, called Leon. The company aims to strengthen its presence in the digital furniture market by expanding its sales throughout Brazil through an e-commerce platform. Currently, the company already conducts sales through its social media channels. To guide the project development, the framework created by Jesse James Garrett was used, consisting of five stages that take the product from the abstract stage to the concrete stage. The first stage was dedicated to collecting information to initiate the project, which was done through research and interviews. In this stage, similar products were also analyzed, and user personas were defined. In the second stage, a mapping of the main functionalities and content requirements was carried out, which served as the basis for creating the product structure in the third stage. Concepts of interaction design and information architecture were defined during the structure stage, enabling the creation of the product's skeleton. In the fourth stage of the project, the wireframes were developed, visually representing the product's structure. With the wireframes completed and a well-defined product foundation, elements such as brand identity and sensory aspects including colors, typography, images, and interactions were added. These elements gave rise to high-fidelity interfaces, setting the final product in the context of this project.

**Key-words:** Interface Design. Experience Design. E-commerce.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
1.1. Contextualização do tema.....	7
1.2. Sobre a empresa.....	7
1.3. Objetivos.....	7
1.3.1. Objetivo geral.....	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
1.4. Delimitação do projeto.....	8
1.5. Justificativa.....	8
<b>2. METODOLOGIA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Plano de Estratégia (The Strategy Plane).....	10
2.1.1. Objetivos do Produto.....	10
2.1.2. Necessidades dos usuários.....	10
2.2. Plano de Escopo (The Scope Plan).....	11
2.2.1. Especificações funcionais.....	11
2.2.2. Requisitos de conteúdo.....	11
2.3. Plano de Estrutura (The Structure Plan).....	11
2.3.1. Design de interação.....	12
2.3.2. Arquitetura da informação.....	12
2.4. Plano de Esqueleto (The Skeleton Plan).....	12
2.4.1. Design de interface.....	13
2.4.2. Design de navegação.....	13
2.4.3. Design de informação.....	13
2.5. Plano de Superfície (The Surface Plan).....	14
<b>3. PLANO DE ESTRATÉGIA.....</b>	<b>15</b>
3.1. Objetivos do Produto.....	15
3.1.1. Briefing com a empresa.....	15
3.1.2. Considerações do briefing.....	17
3.2. Necessidades dos usuários.....	17
3.2.1. Pesquisa com o público alvo.....	17
3.2.2. Considerações da pesquisa com o público alvo.....	24
3.3. Personas de usuário.....	25
3.4. Análise de similares.....	27
3.4.1. MadeiraMadeira.....	29
3.4.2. Tok&stok.....	44
3.4.3. Síntese da análise de similares.....	59
<b>4. PLANO DE ESCOPO.....</b>	<b>61</b>
4.1. Especificações funcionais.....	61
4.2. Requisitos de conteúdo.....	62

<b>5. PLANO DE ESTRUTURA.....</b>	<b>65</b>
5.1. Design de interação.....	65
5.1.1. Mapeamento das interações.....	65
5.2. Arquitetura da informação.....	71
5.2.1. Organização do conteúdo.....	72
<b>6. PLANO DE ESQUELETO.....</b>	<b>74</b>
6.1. Design de interface.....	74
6.1.1. Especificações das páginas.....	75
6.1.2. Componentes da interface.....	76
6.2. Design de navegação.....	79
6.2.1. Navegação global.....	80
6.2.2. Navegação local.....	80
6.3. Design de informação.....	80
6.3.1. Mapa do site.....	81
6.4. Wireframes.....	82
<b>7. PLANO DE SUPERFÍCIE.....</b>	<b>86</b>
7.1. Cores.....	86
7.2. Tipografia.....	87
7.3. Logo da empresa.....	88
7.4. Imagens.....	88
7.5. Ilustrações.....	90
7.6. Iconografia.....	91
<b>8. PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE.....</b>	<b>91</b>
8.1. Página inicial.....	91
8.2. Rodapé.....	97
8.3. Menu de navegação.....	98
8.4. Página de catálogo – Sofás.....	102
8.5. Página de catálogo – Mesas de centro.....	105
8.6. Página de produto – Sofá.....	107
8.7. Página de produto – Mesa de centro.....	113
8.8. Página de ambientes – Sala de estar.....	117
8.9. Área do cliente.....	121
8.10. Carrinho e check out.....	126
<b>9. TESTES DE USABILIDADE.....</b>	<b>131</b>
9.1. Roteiro dos testes de usabilidade.....	131
9.2. Resultado dos testes de usabilidade e considerações.....	132
<b>10. CONCLUSÃO.....</b>	<b>136</b>
<b>11. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>137</b>
<b>12. LISTA DE FIGURAS.....</b>	<b>139</b>
<b>13. APÊNDICES.....</b>	<b>144</b>



## **1. INTRODUÇÃO**

### **1.1. Contextualização do tema**

Com o avanço da tecnologia e a mudança nos hábitos de consumo, é essencial que as empresas estejam presentes no ambiente virtual para acompanhar as demandas do mercado. Nesse projeto, desenvolvi um protótipo de interface digital para a loja de móveis catarinense Leon, que tem como objetivo impulsionar seus negócios através de uma plataforma específica para vendas online. Reconhecendo a relevância do comércio online para o setor de móveis, este projeto visa atender às necessidades dos consumidores e contribuir para o crescimento da empresa nesse segmento em constante expansão.

### **1.2. Sobre a empresa**

A empresa Leon Móveis e Estofados está em atividade no ramo de mobília há mais de 21 anos, possui duas lojas físicas bem consolidadas nas cidades de Tubarão e Criciúma. Com o avanço da tecnologia e influência das redes sociais nos hábitos de consumo, a empresa passou a investir ativamente em meios digitais para propagação da marca e aumentar o número de vendas. Até este momento, o número total de seguidores nas três redes sociais mais ativas da empresa é de aproximadamente 64 mil. A empresa publica imagens, preços e especificações dos produtos diariamente, e possui seguidores engajados de todo o país tirando dúvidas ou dando feedbacks de compra nas publicações. Por conta do investimento no meio digital, hoje vendem móveis e estofados para todo o Brasil através dos meios de contato nas redes. Logo, surgiu a iniciativa dos sócios da empresa de criar uma plataforma online com o intuito de centralizar e profissionalizar o negócio. Futuramente, a ideia da empresa é formar uma equipe totalmente focada em vendas online e na manutenção da plataforma. A empresa busca com o projeto a sua consolidação no comércio digital de móveis.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo geral**

Desenvolver uma interface de site e-commerce para uma empresa de móveis catarinense que busca expandir a venda de seus produtos para todo o Brasil através do comércio online.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Desenvolver uma interface que se adapte aos padrões e especificidades do mercado de e-commerce, destacando a empresa como potencial competitivo.

- Desenvolver uma interface digital que proporcione excelente usabilidade e facilidade de navegação, permitindo que os usuários finais alcancem seus objetivos de forma eficiente.
- Entregar através da interface digital conteúdos e funcionalidades adequados ao modelo de negócio e necessidades dos usuários.
- Entregar um protótipo interativo de alta fidelidade para um site de e-commerce no setor de móveis, oferecendo uma representação concreta do produto final.

#### **1.4. Delimitação do projeto**

O projeto tem como finalidade a entrega de um protótipo de interface de alta fidelidade no formato desktop, versões mobile e dispositivos em outros formatos não foram abordados. Questões relacionadas a desenvolvimento de software e banco de dados não cabem no contexto deste projeto de conclusão de curso, visto que a entrega foi totalmente focada na criação da interface e conhecimentos relacionados ao design de interface e design de experiência do usuário. A empresa forneceu a base do conteúdo através de catálogos de seus principais fornecedores, contendo imagens, distinções e especificações dos produtos, e deu total liberdade para a autora realizar adequações no conteúdo e tratamento das imagens para fins de projeto. Os conteúdos criados pela autora foram feitos com base nas informações fornecidas e validados pela empresa, que teve acesso aos protótipos durante a realização deste projeto.

#### **1.5. Justificativa**

Durante a graduação, a autora do projeto teve a oportunidade de trabalhar efetivamente nas áreas de experiência do usuário e design de interfaces em empresas não associadas à UFSC. Logo, o tema proposto neste projeto de conclusão de curso está em completo alinhamento com a área de atuação escolhida pela autora.

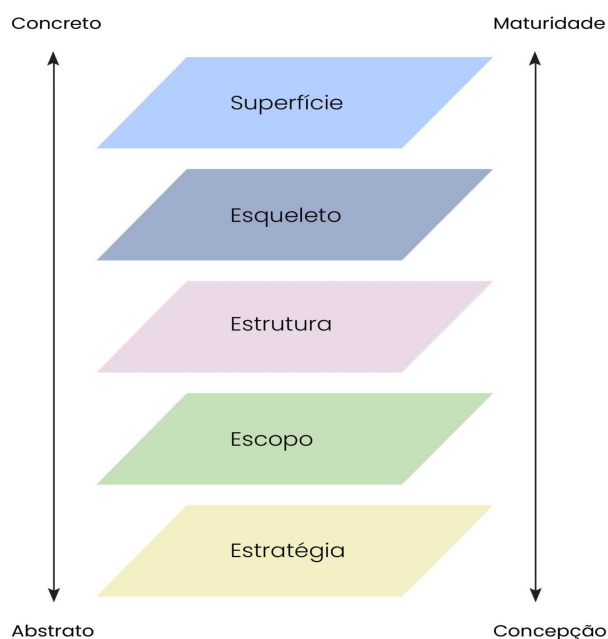
A seleção do tema do projeto também foi influenciada pelo fato de a autora ter familiaridade com o nicho de móveis e estofados, uma vez que a empresa associada a este projeto é de propriedade da família da autora.

Este projeto apresenta a criação de uma interface desde a etapa inicial, onde cada detalhe foi pensado para comportar as necessidades da empresa e dos usuários. Ainda, os produtos vendidos pela empresa são variados, cada produto possui suas singularidades e especificações, são produtos complexos e de alto valor que exigem uma interface versátil e imponente. Portanto, embora a autora já possuísse familiaridade com a área de criação de interfaces e o segmento de móveis e estofados, pode-se afirmar que este projeto apresentou desafios que contribuíram para o seu crescimento e aquisição de novos conhecimentos.

## 2. METODOLOGIA

Para desenvolver este projeto, foi utilizado como base o framework de Jesse James Garrett, proposto no livro *The Elements of User Experience (2010)*. Em seu livro, Garrett apresenta um processo de criação de produtos que parte do plano abstrato ao plano concreto. O método apresenta os conceitos de funcionalidade e design de informação como pilares para o desenvolvimento de um bom produto, também apresenta uma abordagem focada no usuário, evidenciando a importância do conhecimento sobre os usuários para tomadas de decisão em cada etapa do processo.

O framework de GARRETT é composto por 5 planos: 1. Plano de Estratégia – *The Strategy Plane*; 2. Plano de Escopo – *The Scope Plane*; 3. Plano de Estrutura – *The Structure Plane*; 4. Plano de Esqueleto – *The Skeleton Plane*; 5. Plano de Superfície – *The Surface Plane*. Cada etapa da metodologia é dependente das conclusões feitas no plano anterior, e a cada plano as decisões se tornam mais específicas até resultar em um produto tangível. A estrutura proposta por GARRETT pode ser observada na **Figura 1**.

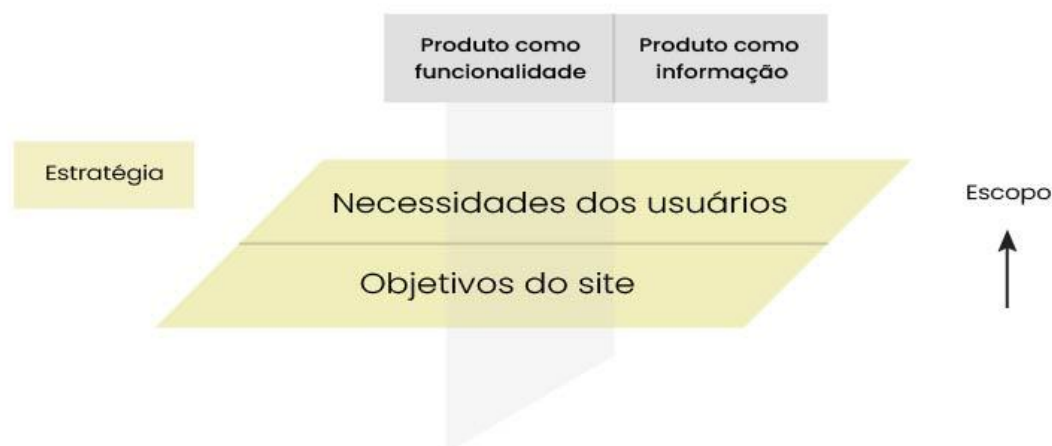


**Figura 1:** Os 5 planos da experiência do usuário (GARRETT, 2010)

### 2.1. Plano de Estratégia

Segundo o framework de Garrett, o projeto deve começar pelo plano da estratégia, considerada a parte mais abstrata. O objetivo dessa etapa inicial é adquirir uma base de conhecimento e gerar

definições que serão usadas como guia para todo o restante do projeto. O Plano da Estratégia, representado na **Figura 2**, é composto por dois pilares: objetivos do produto e necessidades dos usuários.



**Figura 2:** Plano de Estratégia (GARRETT, 2010)

### 2.1.1. Objetivos do Produto

Aponta os objetivos de origem interna. Entendimento das metas e necessidades da empresa, identidade de marca, contextos e delimitações. Para definir os objetivos de produto neste projeto, foram realizadas reuniões de alinhamento com a sócia da empresa.

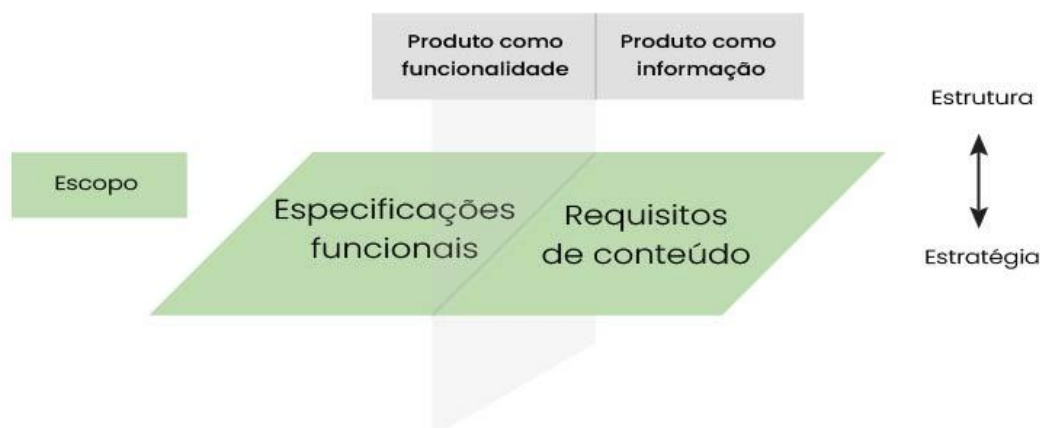
### 2.1.2. Necessidades dos usuários

Define o público alvo e seus objetivos em relação ao produto que está sendo desenvolvido. A metodologia defende que manter a proximidade com os usuários durante todo projeto – para pesquisas e validações – é crucial para criação de um produto inteligível e funcional.

Para entender as principais necessidades dos usuários, foram feitas pesquisas para identificar o público alvo e coletar dados de comportamento, percepções e motivações

## 2.2. Plano de Escopo

O plano de escopo, ilustrado na **Figura 3**, é utilizado para transformar os objetivos e necessidades pontuados no plano de estratégia em um mapeamento de funcionalidades específicas e requisitos de conteúdo. Com isso, é possível compreender as exigências e limitações que o produto final deve atender.



**Figura 3:** Plano de Escopo (GARRETT, 2010)

### 2.2.1. Especificações funcionais

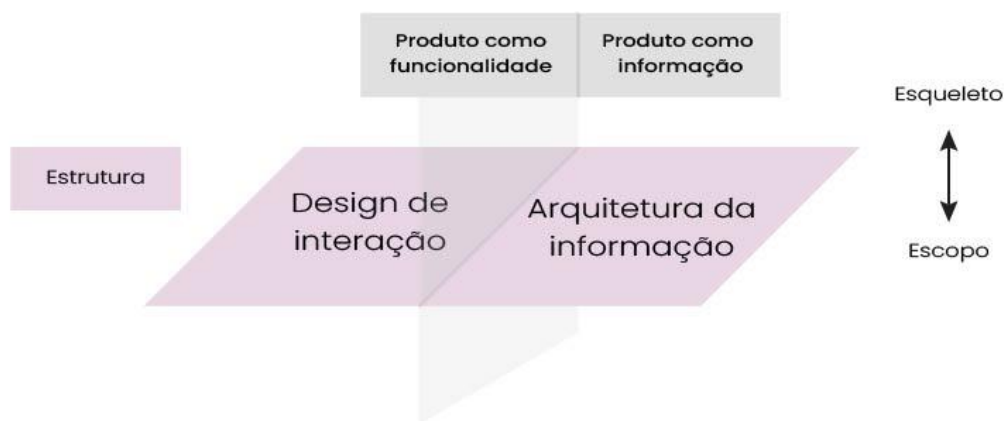
Mapeamento de características técnicas do produto, identifica funcionalidades específicas que o produto final pode oferecer. As necessidades dos usuários e visão de negócio levantadas anteriormente, assim como uma análise de similares, serviram como base para definir as funcionalidades do produto.

### 2.2.2. Requisitos de conteúdo

Identificação de formatos de conteúdo que irão compor o produto, determinando tipos de textos, se haverá uso de ilustrações, imagens, vídeos, etc. Esta etapa é importante não só para delimitar os modelos de conteúdo que serão produzidos, mas também para entender de que forma isso será feito. No contexto do projeto, foram coletadas informações sobre os produtos e suas especificidades para construir um plano de arquitetura da informação.

### 2.3. Plano de Estrutura

Com as funcionalidades e requisitos de conteúdo definidos na etapa anterior, é possível determinar a estrutura da experiência de forma mais concreta. Os conceitos de Design de Interação e Arquitetura da Informação foram aplicados nessa etapa, seguindo a estrutura proposta na **Figura 4**.



**Figura 4:** Plano de Estrutura (GARRETT, 2010)

### 2.3.1. Design de interação

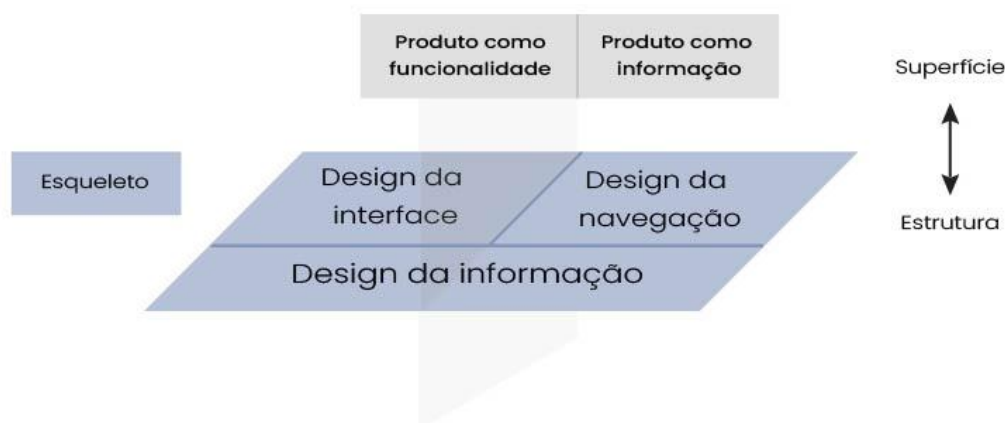
Para Garrett (2010, p. 81): *“Toda vez que uma pessoa utiliza um produto, acontece como uma dança entre eles. O usuário se movimenta, e o sistema responde”*. O design de interação diz respeito ao princípio de ação e reação entre a interface e o usuário. Neste projeto, as ações e reações foram descritas com base nas funcionalidades mapeadas no plano de escopo.

### 2.3.2. Arquitetura da informação

Estruturação das informações para guiar o processo cognitivo dos usuários. Nesta parte foram abordados princípios de hierarquia, organização de conteúdo e fluxos de navegação para que o usuário entenda o produto e consiga interagir com ele sem dificuldades.

### 2.4. Plano de Esqueleto

O plano de esqueleto é a etapa do processo metodológico em que se faz o refinamento da estrutura proposta na etapa anterior, como pode ser visto na **Figura 5**. Através de definições de design de interface, design de navegação e design de informação o produto deixou de ser abstrato e passou a criar tangibilidade.



**Figura 5:** Plano de Esqueleto (GARRETT, 2010)

#### 2.4.1. Design de interface

O design de interface determina como as principais funções do produto devem ser apresentadas na tela, para que o usuário compreenda e execute tarefas com facilidade. O Design de interface foi utilizado neste projeto para determinar o aspecto visual dos componentes – como botões, listas, campos de inserção de texto, entre outros – e a composição desses componentes dentro da interface como um todo.

#### 2.4.2. Design de navegação

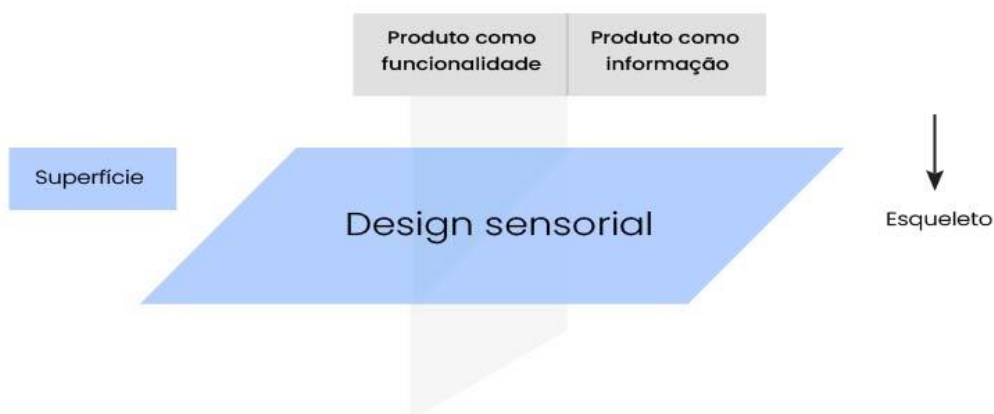
O Design de navegação serve para orientar o usuário durante a interação com a interface. Ele permite que o usuário navegue pelo produto tendo clareza de onde ele está, onde pode ir e o que pode fazer. Na etapa de design de navegação, criei fluxos de navegação com base nos contextos determinados ao longo do projeto. Os fluxos criados têm como objetivo comunicar todas as possibilidades que o produto oferece através da estrutura de navegação.

#### 2.4.3. Design de informação

O Design de informação está inserido no design de interface e design de navegação, ele define como as informações serão agrupadas e dispostas dentro da estrutura, essas informações podem ser tanto textuais quanto visuais. Aqui, foi feito o refinamento da estrutura criada na etapa de arquitetura da informação, a estrutura criada anteriormente foi adaptada à interface.

## 2.5. Plano de Superfície

O plano de superfície é a última etapa do processo metodológico, é onde todas as definições feitas nas etapas anteriores se concretizam por meio da interface final. Nesta etapa, os aspectos sensoriais do produto foram estabelecidos: estética, comunicação da marca, apresentação de conteúdos, funcionalidades, e interatividade.



**Figura 6:** Plano de Superfície (GARRETT, 2010)

O projeto seguiu a estrutura de etapas interdependentes proposta pelo framework. A seguir, é possível ver a construção do projeto sendo feita com base nos planos mencionados.



### 3. PLANO DE ESTRATÉGIA

Nesta fase, o objetivo é coletar informações básicas para iniciar o projeto. O plano de estratégia deste projeto inclui quatro tarefas principais: a realização de uma reunião de briefing com a empresa para alinhar o projeto, entrevistas com usuários para mapear suas principais necessidades, a definição do perfil dos usuários por meio de personas de usuário e a análise de similares para entender o comportamento do mercado.

#### 3.1. Objetivos do Produto

##### 3.1.1. Briefing com a empresa

Para entender os objetivos do projeto perante a visão da empresa, foi realizada uma reunião remota de alinhamento com a sócia da empresa, no dia 27 de março de 2023, as perguntas realizadas para a sócia da empresa podem ser vistas no quadro abaixo.

#### Quadro de perguntas realizadas durante o briefing com a empresa

Qual é a meta que a empresa pretende alcançar com o projeto? Quais são as expectativas?
Quais produtos ou serviços a empresa planeja oferecer por meio do site?
Quem é o público-alvo da empresa?
Quais são os principais concorrentes diretos da empresa?
Qual é a visão da empresa em relação a sua identidade? Quais são suas principais referências?
Quais são as diretrizes visuais da marca? Existe alguma restrição para o uso da marca?
Se o tom de voz da marca tivesse que ser definido por três palavras-chave, quais seriam elas?

As respostas da sócia da empresa foram centralizadas no briefing abaixo:

**LEON**

- > Atua a 22 anos no segmento de móveis
- > 2 lojas físicas em Santa Catarina
- > Venda online de móveis através das redes sociais
- > +58 milhões de seguidores em redes sociais

**Objetivos da empresa**

- > Criar um novo canal de vendas para a empresa
- > Ampliar o alcance da empresa para todo o Brasil
- > Conquistar clientes através da internet, mas sem perder a proximidade: não é apenas sobre vender móveis, é sobre vender um lar feliz e aconchegante.

**Público alvo**

- > Entre 25 e 60 anos de idade
- > Classe média brasileira
- > Brasileiros que possuem necessidade ou vontade de adquirir um novo móvel na residência

**Mercado e-commerce de móveis**

- > Similares: Tok&Stok, Leroy Merlin, Mobly
- > Referências: Tok&Stok, Homedock, DWR

**Identidade de marca**

- > Cores da empresa: preto, branco e variações de cinza
- > Empresa não possui especificações tipográficas
- > Utilizar imagens reais dos móveis, isolados e ambientados
- > Sem restrições para uso da marca; manter as cores
- > Palavras-chave: tranquilidade, aconchego, elegância

**Figura 7:** Briefing com a empresa

### 3.1.2. Considerações do briefing

Após a reunião com a representante da empresa, foi possível compreender as expectativas dela em relação ao projeto, bem como sua visão sobre o posicionamento do produto no mercado, além de ter discutido referências. A partir da análise das informações obtidas, foi possível indicar alguns direcionamentos, como apresentar os produtos de forma acolhedora, simulando a proximidade de uma negociação presencial, e ao mesmo tempo proporcionar uma estética mais requintada, uma vez que os produtos são voltados para a classe média/classe média alta brasileira. A principal finalidade da empresa é ingressar no comércio online, aumentando sua receita por meio das vendas online, mantendo, ao mesmo tempo, a proximidade como um elemento essencial.

### 3.2. Necessidades dos usuários

Para identificar as necessidades dos usuários desse projeto, primeiro é preciso entender o seu comportamento como consumidor online, e também como consumidor de móveis. Para isso foi realizada uma pesquisa com o público. O objetivo da pesquisa é identificar padrões de comportamento e descobrir o que o usuário espera do produto.

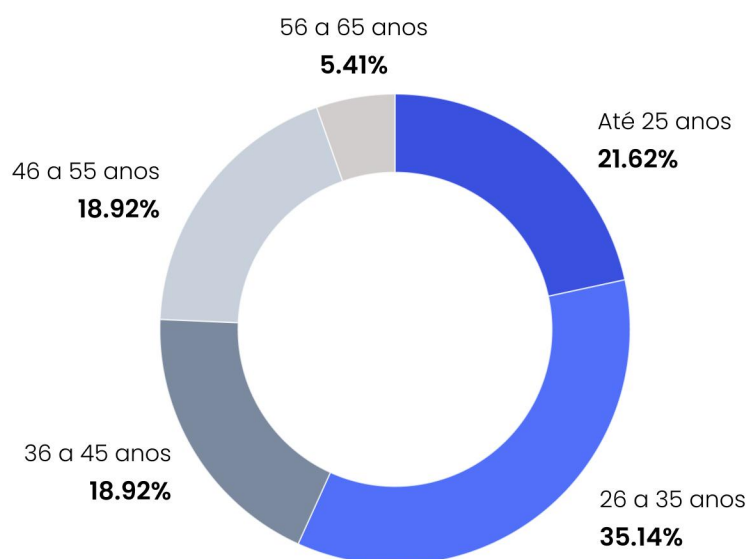
#### 3.2.1. Pesquisa com o público alvo

As perguntas utilizadas na pesquisa podem ser observadas no **APÊNDICE A**.

A ferramenta Google Forms foi escolhida para criar a pesquisa, ela foi divulgada em diversos grupos de compra e venda de móveis no Facebook. Além disso, a empresa colaborou com a pesquisa, enviando-a para seus próprios clientes. A pesquisa ficou disponível durante uma semana e obteve 38 respostas.

Os resultados obtidos a partir da pesquisa podem ser visualizados nos gráficos a seguir:

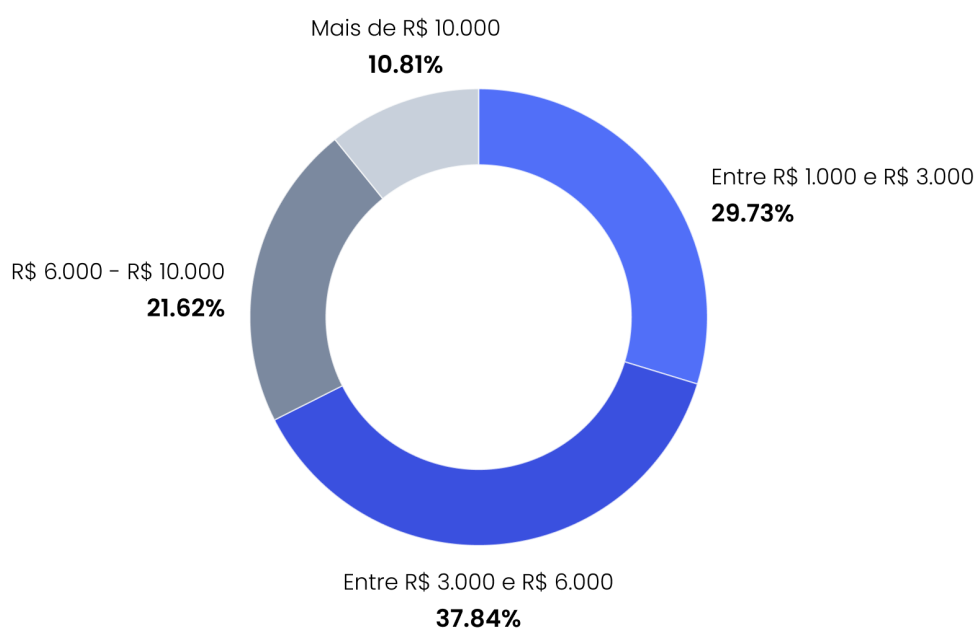
- Faixa etária dos participantes:



**Figura 8:** Gráfico sobre faixa etária (Autora, 2023)

A pesquisa aponta um público amplo, com distribuição quase uniforme em diferentes faixas etárias. Contudo, a maioria dos participantes possuem entre 26 e 35 anos.

- Renda mensal aproximada dos participantes:



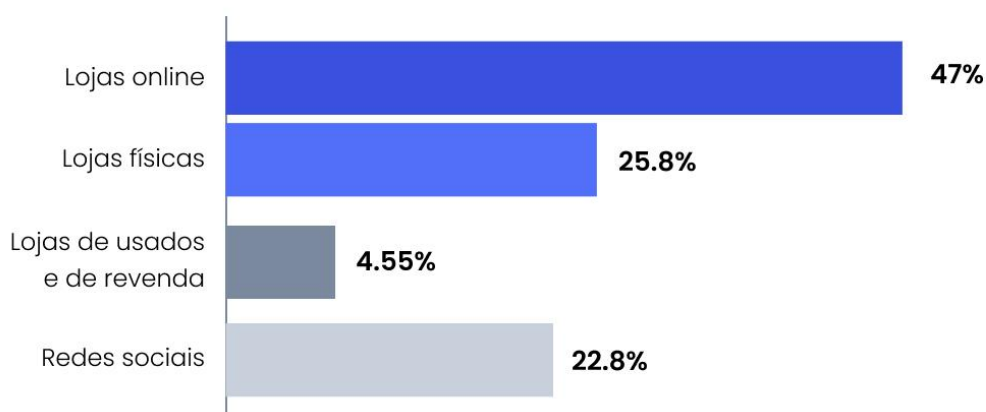
**Figura 9:** Gráfico sobre renda mensal (Autora, 2023)

A renda mensal predominante dos participantes (37.84%) é entre R\$3.000 e R\$6.000. A segunda renda mensal com maior porcentagem (29.73%) é entre R\$ 1.000 e R\$ 3.000, seguida da terceira renda mensal predominante (21.62%), que fica entre R\$ 6.000 e R\$ 10.000.

10.81% dos participantes possuem renda mensal superior à R\$10.000.

Contudo, os dados indicam que a maioria dos participantes da pesquisa são pertencentes às classes B e C, que configuram a classe média brasileira.

- Como os participantes costumam comprar móveis para suas casas:

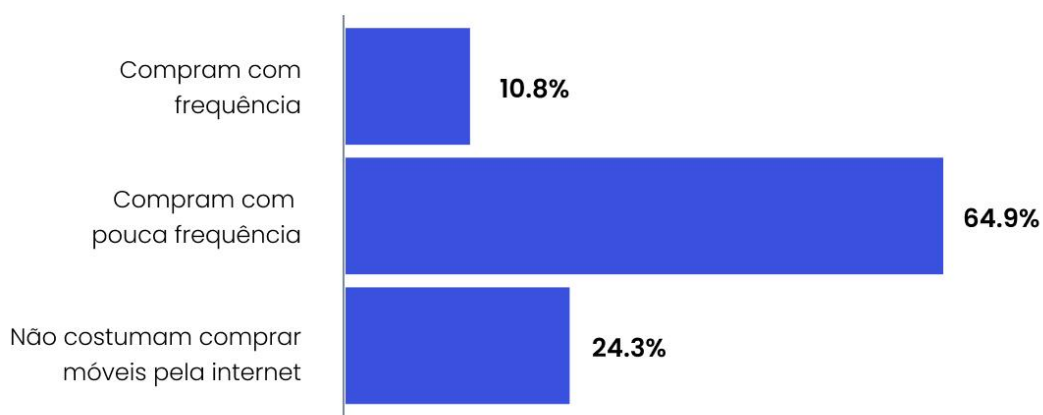


**Figura 10:** Gráfico de comportamento 1 (Autora, 2023)

47% dos participantes efetuam ou já efetuaram compras de mobília através de lojas online, enquanto 25.8% dos participantes afirmam optar pela compra em lojas físicas.

22.8% dos participantes efetuam ou já efetuaram compras de mobília através das redes sociais. A empresa em questão neste projeto possui as redes sociais como canal de venda.

- Frequência que costumam comprar móveis pela internet:

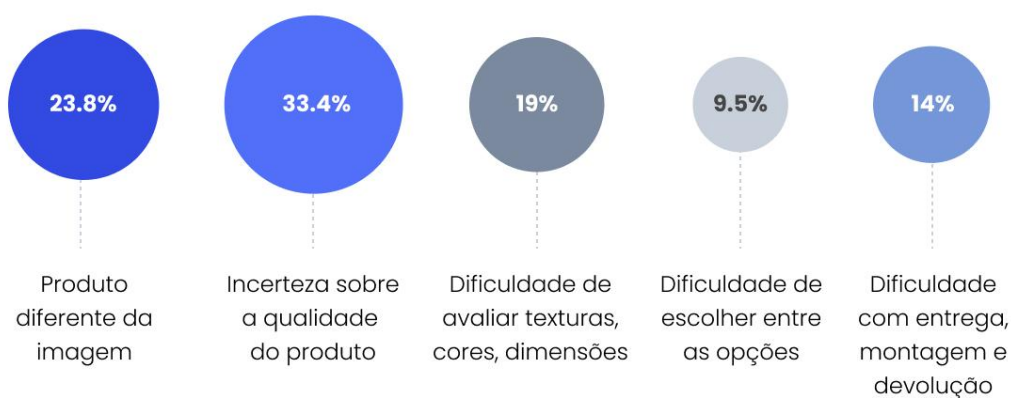


**Figura 11:** Gráfico de comportamento 2 (Autora, 2023)

Conforme a pesquisa realizada, mais da metade dos participantes (64,9%) afirmaram comprar móveis pela internet com pouca frequência. Por outro lado, 24,3% dos participantes afirmaram que não costumam comprar móveis pela internet. Essas informações indicam que, apesar da presença do comércio eletrônico no setor de móveis, uma parcela significativa do público-alvo ainda prefere realizar compras em lojas físicas. Apenas 10,8% dos participantes afirmaram comprar móveis com frequência pela internet.

A seguir, foram feitas perguntas sobre as dificuldades enfrentadas pelos participantes e suas preferências para entender melhor suas percepções.

- Principais desafios e incertezas durante a compra de móveis pela internet:



**Figura 12:** Gráfico de comportamento 3 (Autora, 2023)

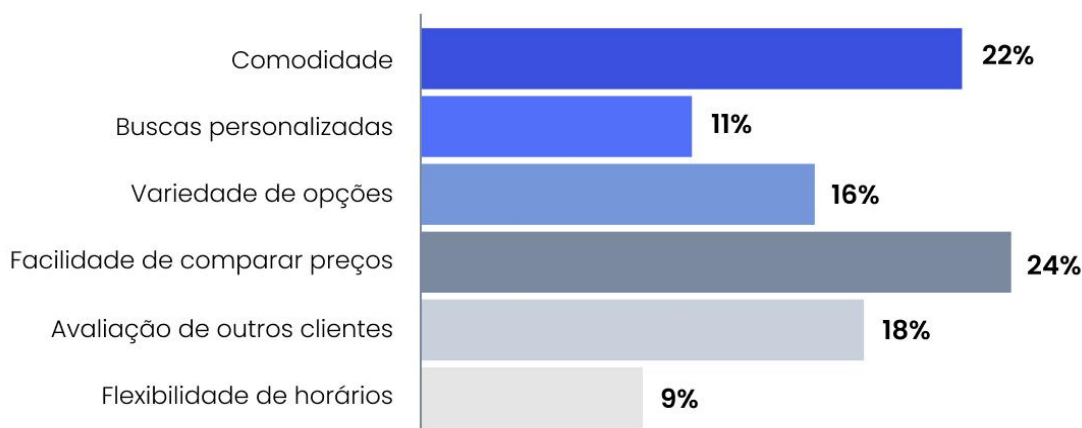
Ao perguntar os principais desafios e incertezas ao comprar móveis pela internet, a maioria dos usuários sinalizaram a incerteza sobre a qualidade dos produtos e veracidade das imagens. Por se tratar de produtos que geralmente são comprados visando a estética e durabilidade, a compra online desses produtos sem vê-los e experimentá-los pessoalmente pode ser um desafio. Por isso, é preciso entender a melhor forma de apresentar informações sobre os produtos para o usuário.

- Plataformas que mais utilizam para comprar móveis pela internet:



**Figura 13:** Gráfico de comportamento 4 (Autora, 2023)

- Principais motivos que levam os participantes a optar pela compra de móveis online:



**Figura 14:** Gráfico de comportamento 5 (Autora, 2023)

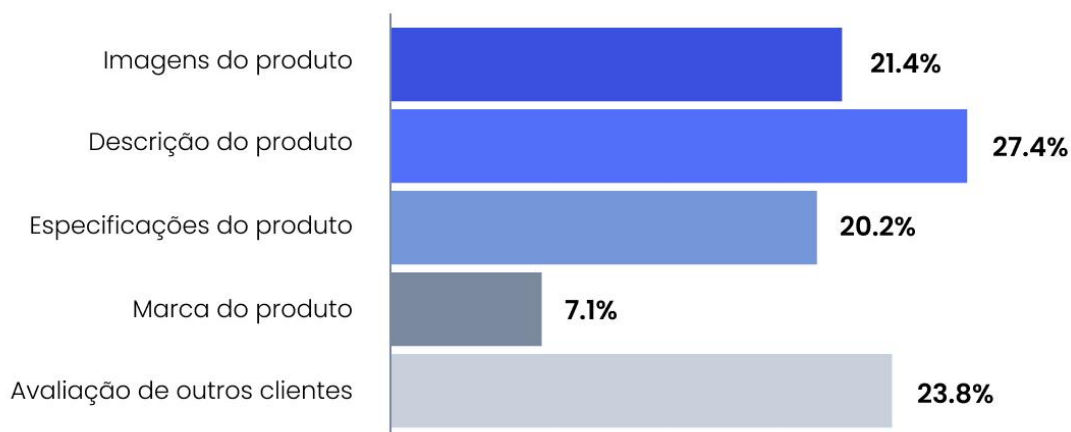
- Aspecto que consideram mais importante ao adquirir móveis pela internet:



**Figura 15:** Gráfico de comportamento 6 (Autora, 2023)

50% dos respondentes assinalaram “Qualidade” como aspecto mais importante ao adquirir móveis pela internet, seguido de “Design” (27%), e “Preço” (23%). Isso reforça o resultado da **Figura 12:** Gráfico de comportamento 3, onde os respondentes sinalizaram que a maior incerteza ao adquirir móveis online é sobre a qualidade do produto.

- Como avaliam a qualidade dos móveis online:



**Figura 16:** Gráfico de comportamento 7 (Autora, 2023)

Durante a pesquisa, a qualidade do produto foi um aspecto bastante mencionado pelos respondentes. No gráfico acima, é possível identificar como normalmente fazem a avaliação de qualidade: 27.4% dos usuários avaliam a qualidade pela descrição do produto, 23.8% avaliam qualidade por opinião de outros clientes, e 21.4% por imagens do produto.

- Como ocorre o processo de tomada de decisão ao adquirir um móvel online:



"Geralmente tenho uma ideia do que quero e busco isso em diversos sites, avalio então qual se encaixa melhor no que procuro e uso avaliações de outros usuários para tomar a decisão final. Se não possuí avaliações, fotos reais do produto também são muito úteis."

"Avalio o material, medidas e comentários; comparo com as demais opções que tenho e por fim vejo se o valor compensa com a qualidade que oferece."

"Entro no site de alguma loja específica e pesquiso o móvel que eu quero, ou procuro através da barra "shopping" no Google, seleciono várias opções e escolho a que mais me agrada."

"Defino o que preciso e vou a procura, escolho levando em consideração o custo e o benefício."

"Preço e qualidade."

"Abro o site e vejo os recomendados."

"Busco o que eu quero e comparo preços."

"Produto selecionado com o melhor preço."

"Vasculho vários sites até encontrar o que eu procuro."

"Procuro o móvel que quero no Google e escolho qualquer site."

"Estar dentro da qualidade e especificação desejada."

"Gostei, comprei."

**Figuras 17 e 18:** Gráfico de comportamento 8 (Autora, 2023)

### 3.2.2. Considerações da pesquisa com o público alvo

Através da pesquisa com os usuários, foi possível identificar o perfil do público alvo. A faixa etária e renda mensal de pessoas que costumam comprar móveis pela internet é coerente com os dados coletados no briefing com a sócia da empresa.

Na pesquisa também foi possível coletar dados de comportamento e descrições do processo de compra que vão ajudar a definir futuras funcionalidades e conteúdos para o site. Um exemplo disso é a incerteza dos usuários sobre a qualidade dos produtos, que destaca a importância de descrições bem detalhadas sobre o produto, trazendo informações sobre materiais, tipos de tecido, cuidados que o usuário deve ter com o produto, etc.

Outro possível requisito de conteúdo é usar imagens realistas e em alta definição, mostrando ângulos, texturas e detalhes do produto, já que grande parte dos respondentes afirmaram ter incerteza sobre a veracidade de imagens usadas em sites e-commerce de móveis.

MadeiraMadeira foi o site e-commerce de móveis mais mencionado na pesquisa, logo, foi selecionado para uma análise de similares junto com o site da Tok&Stok, que também foi mencionado durante a pesquisa e é uma das principais referências da empresa deste projeto.

### 3.3. Personas de usuário

Com base nas informações coletadas na pesquisa com o público, foram identificados três perfis de usuários que possuem condições e motivações distintas. Para entender um pouco mais sobre cada perfil e suas necessidades específicas, foram elaborados personagens fictícios com uma série de características atribuídas.



## Susana

48 anos · Empresária

Curiosa

Proprietária

Críteriosa

#### Sobre a Susana:

- Bem sucedida financeiramente, proprietária de uma empresa familiar;
- Mora em uma casa espaçosa com a sua família e adora receber visitas em casa;
- Como hobby, costuma redecorar os ambientes de sua casa, compra móveis e decorações com certa frequência.

#### Perfil de compradora:

- Faz compras de móveis online com pouca frequência nas lojas que mais confia, mas também visita lojas físicas;
- Prioriza qualidade ao escolher os produtos.

#### Lojas favoritas:

HOME>OCK WESTWING

**Figura 19:** Persona 1 (Autora, 2023)



## João Guilherme

35 anos · Gerente de contas

Criativo

Comunicativo

Proativo

### Sobre o João Guilherme:

- Funcionário de cargo alto em uma empresa de tecnologia;
- Recentemente financiou um apartamento com seu cônjuge, e está no processo de mobiliar sua nova casa;
- Acompanha perfis de arquitetura e decoração de ambientes nas redes sociais para replicar tendências de Design em sua nova casa.

### Perfil de comprador:

- Faz compras de móveis online com frequência, navega em vários sites até encontrar o que procura, mas possui lojas de sua preferência;
- Prioriza o design ao escolher os produtos.

### Lojas favoritas:

**TOK&STOK**



**Figura 20:** Persona 2 (Autora, 2023)



## Ana Clara

27 anos · Desenvolvedora

Curiosa

Autônoma

Proativa

### Sobre a Ana Clara:

- Desenvolvedora autônoma em início de carreira;
- Mora em um apartamento alugado e procura deixá-lo cada vez mais aconchegante;
- No seu dia a dia, faz compras sempre levando em consideração o custo benefício. Costuma fazer pesquisas aprofundadas, avalia preços e condições.

### Perfil de compradora:

- Faz compras de móveis online com pouca frequência, costuma pesquisar móveis em market places e lojas de revenda.
- Prioriza o preço ao escolher os produtos.

### Lojas favoritas:



**Figura 21:** Persona 3 (Autora, 2023)

Os três personagens acima caracterizam as personas de usuário, e representam futuros usuários reais do produto que está sendo desenvolvido. Seus atributos e necessidades específicas serão levados em consideração na criação deste projeto.

### 3.4. Análise de similares

Esta análise de similares consiste em investigar as experiências oferecidas por outras empresas de móveis consolidadas no mercado e-commerce para gerar ideias. Os objetivos desta análise são:

- Identificar melhores práticas de experiência do usuário;
- Identificar funcionalidades, tipos de conteúdos e fluxos de navegação;
- Determinar pontos fortes e fracos da concorrência;
- Gerar ideias através de produtos já consolidados no mercado para definir um plano de escopo.

Para fazer a análise, foram selecionadas duas empresas que representam diferentes perfis de usuário. As empresas selecionadas foram:

- MadeiraMadeira: [madeiramadeira.com.br](http://madeiramadeira.com.br)  
Empresa com maior número de citações durante a pesquisa realizada com o público-alvo.
- TokStok: [tokstok.com.br](http://tokstok.com.br)  
Empresa citada tanto na pesquisa com o público-alvo, quanto na reunião de briefing com a empresa deste projeto.

Páginas que serão analisadas:

- Página inicial;
- Lista de produtos;
- Página de catálogo;
- Fluxo de compra.

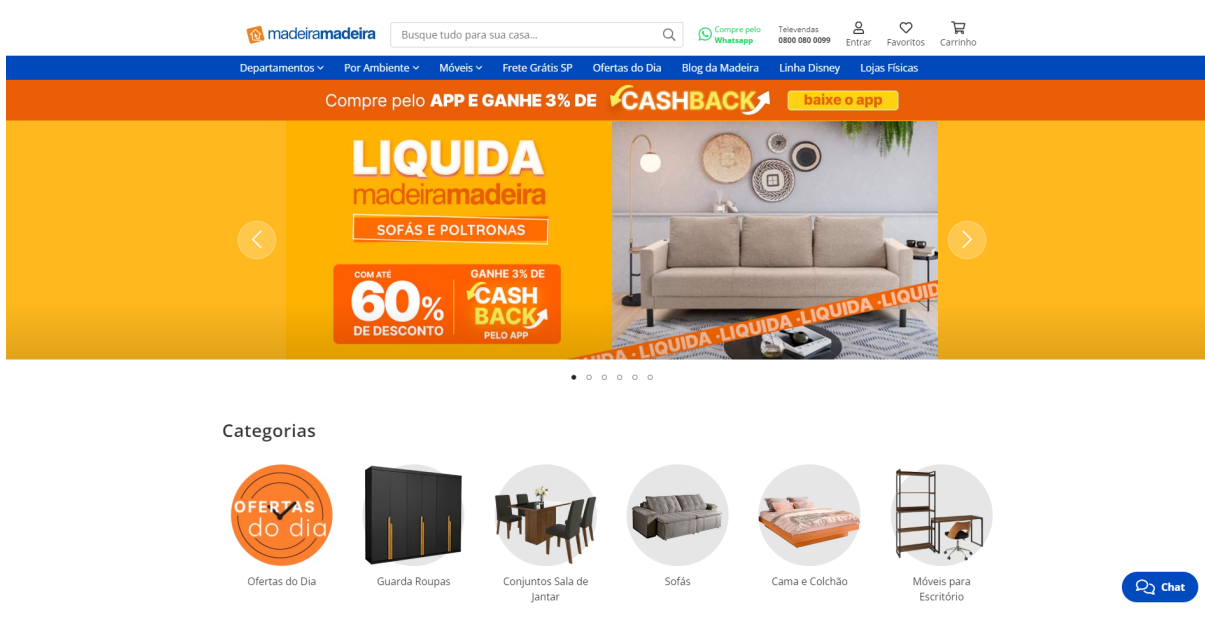
Critérios de análise:

- Interface do usuário;
- Funcionalidades;
- Navegação;
- Conteúdo.

### 3.4.1. MadeiraMadeira



#### Página inicial



**Figura 23:** Página inicial (MadeiraMadeira, abril 2023)

A primeira seção da página exibe um carrossel de produtos em liquidação ou com frete grátis. A palavra "liquidação" e a porcentagem de desconto são os elementos mais destacados nesta seção, a cor laranja da marca chama bastante atenção em contraste com o fundo branco da próxima seção.

Após o carrossel de liquidação, há uma seção de categorias apresentando variados tipos de produtos.

O menu de navegação da MadeiraMadeira é composto pelas seguintes opções:

- Departamentos;

- Por ambiente;
- Móveis;
- Frete grátis SP;
- Blog da Madeira;
- Linha Disney;
- Lojas físicas.

Na parte superior da página existe a opção de contato por WhatsApp, e uma porcentagem de estorno para quem efetuar compras através do aplicativo MadeiraMadeira.

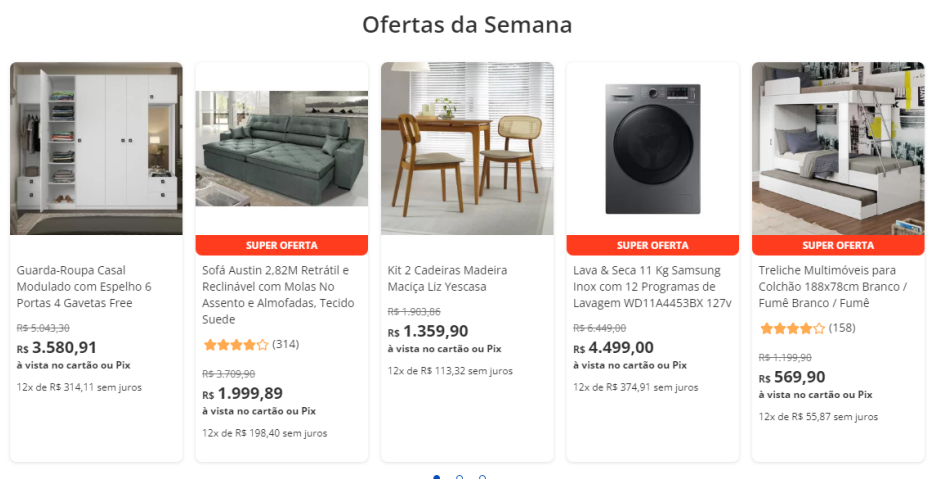


**Figura 24:** Página inicial (MadeiraMadeira, abril 2023)

Ao longo da página, há alguns banners de promoção que relembram as liquidações apresentadas na primeira dobra.

Uma nova seção apresenta móveis por categoria, com produtos bem distintos agrupados juntos. Em uma mesma seção, podem ser encontrados móveis para banheiro, estilo industrial e ferramentas.





**Figura 25:** Página inicial (MadeiraMadeira, abril 2023)

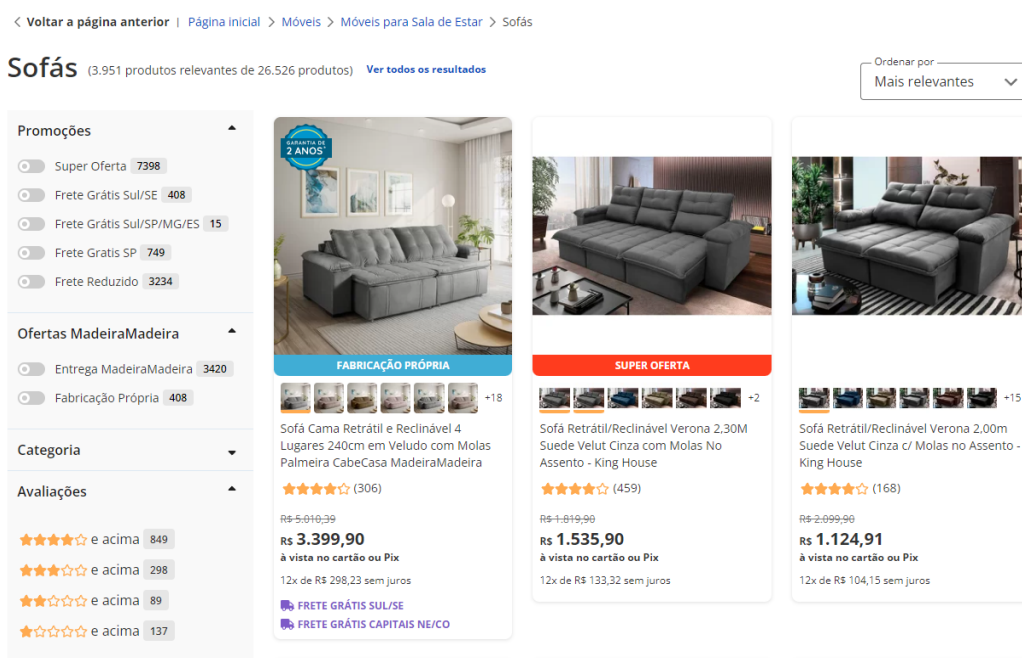
Seção contendo produtos em oferta na semana. Os produtos com maior oferta recebem o selo “Super oferta”.



**Figura 26:** Página inicial (MadeiraMadeira, abril 2023)

A página é encerrada com duas seções falando sobre os diferenciais da marca MadeiraMadeira. Além de vender móveis terceirizados, também vendem móveis de fabricação própria, estes recebem destaque visual dentro do site. Também fornecem suporte de arquiteto na escolha dos produtos.

### Lista de produtos



**Figura 27:** Página de catálogo (MadeiraMadeira, abril 2023)

Apresentam três produtos por coluna, e cada *card* de produto contém as seguintes informações:

- Imagem do produto;
- Descrição do produto;
- Preço destacado;
- Preço de parcelamento;
- Avaliações de outros clientes;
- Tags para produtos de fabricação própria;
- Tags para produtos em oferta;
- Frete grátis dependendo do produto;
- Opção de favoritar produtos.

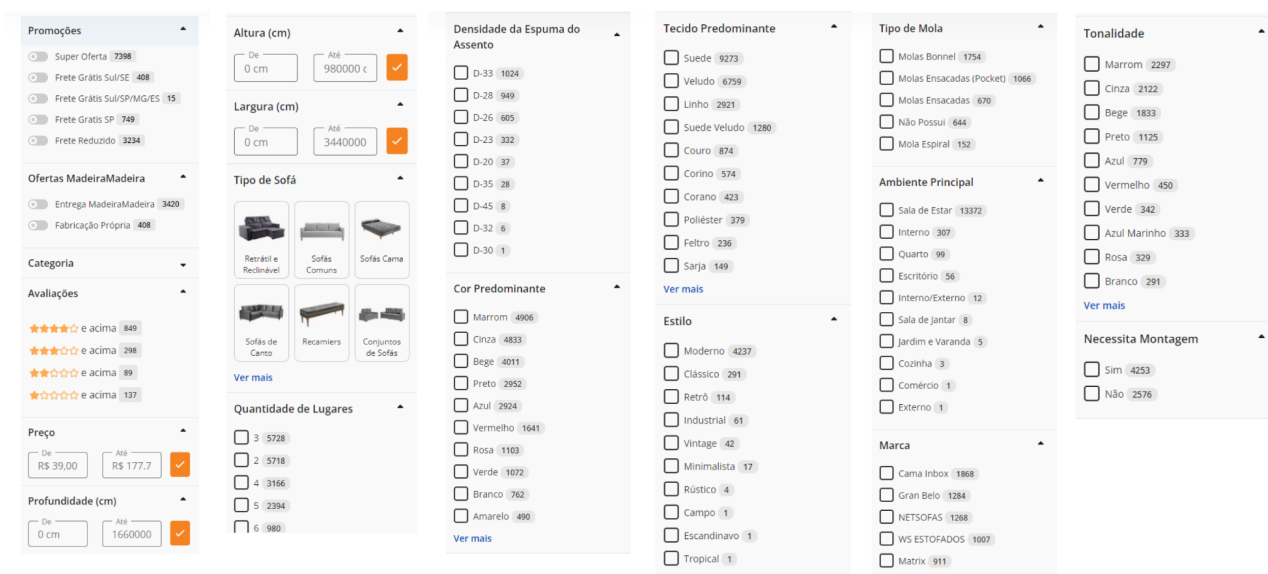
A imagem, o preço, os selos e as avaliações do produto são os elementos de maior destaque nos *cards*. A hipótese tirada disso é de que essas informações são as mais relevantes para os usuários da empresa ao comparar produtos.

Também é possível ordenar a exibição dos produtos nas seguintes condições:

- Mais relevantes (opção padrão);
- Mais vendidos;
- Maior preço;

- Menor preço;
- Melhores avaliados.

Esse recurso tem como objetivo auxiliar o usuário a encontrar os produtos mais adequados às suas necessidades de forma mais fácil. Além disso, a MadeiraMadeira utiliza outro recurso com a mesma finalidade, que são os filtros, como exemplificado na imagem abaixo:



**Figura 28:** Filtros Página de catálogo (MadeiraMadeira, abril 2023)

A MadeiraMadeira oferece 20 alternativas de filtros na página de lista de móveis, eles estão localizados no canto esquerdo da página. Até o momento desta análise, 26.472 produtos são oferecidos na lista de sofás.

Sem o recurso de filtragem, seria trabalhoso para o usuário encontrar o produto que deseja. Os filtros permitem que o usuário faça uma busca customizada ao assinalar características do produto que se adequam às suas necessidades e interesses. A lista de produtos é afunilada conforme as características assinaladas pelo usuário.

### Saiba como escolher o sofá perfeito para a sua sala de estar

O sofá é um móvel que não pode faltar na sua sala de estar quando pensamos no conforto do dia a dia, seja para receber os amigos ou para relaxar assistindo um bom filme.

Na MadeiraMadeira você encontra sofás de diferentes modelos, cores, tamanhos e materiais. Tem conjunto de sofás, sofá cama, sofá de canto, [sofá retrátil e reclinável](#), chaises, e muitas outras opções para deixar sua casa linda!

Para acertar em cheio na escolha, a dica é ficar atento ao tamanho da sala, assim é mais fácil saber a dimensão do sofá ideal e que melhor combina com o ambiente. A quantidade de lugares varia entre modelos individuais até conjuntos de sofás bem amplos e confortáveis. Você ainda pode escolher um [sofá de 2 lugares](#), sofá de 3 lugares ou mais.

O sofá de canto é perfeito para aproveitar o cantinho da sala com muito estilo. Outra ótima opção que oferece bastante comodidade e desempenha duas funções ao mesmo tempo é o sofá cama: é só puxar o assento para ele se transformar em uma cama prática, sem ocupar espaço.

Levar em conta o material do seu sofá é essencial na hora da escolha. Eles são feitos em suede, couro, linho, jacquard, veludo, chenille, microfibra, camurça, vinil, entre outros. E, claro, não podemos esquecer da diversidade de cores disponíveis que vão realçar ainda mais a decoração da sua sala.

[Ler menos](#) ^

**Figura 30:** Lista de produtos (MadeiraMadeira, abril 2023)

No final da página, a MadeiraMadeira inseriu uma seção com dicas de como escolher um produto entre diversas opções. Ela traz alguns argumentos para fundamentar a escolha de um sofá, como: atenção ao tamanho do ambiente e do produto, estilos de sofá que mais combinam dependendo do ambiente e da necessidade, e se atentar às cores que mais combinam com o ambiente.

### Página do produto

< Voltar a página anterior | Página inicial > Móveis > Móveis para Sala de Estar > Sofás > Sofá 2 e 3 lugares > Sofá Prime 3 Lugares, Retrátil, Reclinável, 2,05M

**Sofá Prime 3 Lugares, Retrátil, Reclinável, 2,05M com Molas Yescasa Cinza**  
Vendido e entregue por MadeiraMadeira

★★★★☆ 4.3 | 116 avaliações ID: 629072

Cor: **Cinza**

Azul Bege Cinza Marrom Preto

Largura (cm): 205

205 225 235 250 265 290 300

Compartilhar

R\$2.999,86 ↓ 28%  
**R\$ 1.994,90**

à vista no cartão ou Pix (5% OFF)  
ou R\$ 2.099,90 em 12x vezes sem juros

Mais opções de pagamento

1 unidade [Adicionar](#) [Comprar](#)

**Figura 29:** Página de produto (MadeiraMadeira, abril 2023)

Na primeira seção da página do produto, as imagens do produto são o elemento de maior destaque. No exemplo demonstrado na figura, o anúncio traz 10 imagens que apresentam o produto de diferentes formas: sofá ambientado, sofá no fundo branco, imagens de todos os ângulos do sofá, imagem do sofá com as dimensões, e um vídeo demonstrativo de uma pessoa interagindo com o sofá.

O usuário pode escolher entre 5 cores do produto, e as imagens são atualizadas automaticamente ao passar o mouse em cada cor. Além disso, a página também oferece:

- 7 opções de largura;
- Opção de compartilhar o link do produto;
- Nota e avaliações do produto;
- Opções de pagamento;
- Opções de frete e montagem;
- Condições de garantia.



**Figura 30:** Página de produto (MadeiraMadeira, abril 2023)

O site oferece recomendações de outros produtos que geralmente são adquiridos junto ao produto anunciado.



Descrição

**Sofá Prime 3 Lugares, Retrátil, Reclinável, 2,05M com Molas Yescasa**

O Sofá Prime é fabricado com material de alta qualidade retrátil e reclinável possui estrutura em madeira eucalipto reflorestada seca em estufa com 16 de umidade para não estufar e ainda com braço compensado naval.

Assento retrátil de ferro com pillow, espuma de densidade D33, encosto com catraca de 8 estágios blindada e silenciosa, com certificação americana Coberto com manta acrílica TNT resinado e mola, o revestimento em tecido Veludo Nobre e pés de madeira.

Conta com molas e percintas elásticas italiana em sua estrutura, o que confere maior durabilidade e resistência por mais tempo.

Vai deixar o ambiente muito mais aconchegante e perfeito para relaxar e descansar.

**Figura 31:** Página de produto (MadeiraMadeira, abril 2023)

Na parte inferior do anúncio, existe uma seção de 4 abas com os títulos:

- Informações do pedido;
- Avaliações;
- Perguntas e respostas;

- Garantia estendida.

Em “informações do pedido”, existe uma descrição detalhada do produto, seguido por uma tabela extensa contendo todos os dados técnicos do produto. A tabela pode ser observada na figura a seguir:

Pesos e Dimensões		Características	
Altura (cm)	102 cm	Cor	Cinza
Largura (cm)	205 cm	Tipo de Sofá	Retrátil e Reclinável
Profundidade (cm)	123 cm	Tipo de Mola	Molas Bonnel
Largura do Braço	23 cm	Marca	Yescasa
Garantia		Quantidade de Lugares	03
Garantia	03 Meses	Possui Rodízio	Sim
Materiais e Acabamentos		Nível de Conforto	Firme e Macio
Material dos Pés	Madeira	Estilo	Moderno
Tipo de Madeira	Eucalipto	Enchimento do Encosto	Fibra Silliconada
Maciça da Estrutura		Bipartida	Não
Material da Corrediça do Sofá	Aço/Metal	Cor do Produto	Cinza
Composição do Tecido	Fibras Sintéticas	Quantidade de Itens	1
Montagem		Origem do Produto	Nacional
Necessita Montagem	Sim	Modelo do Sofá	Retrátil e Reclinável
Complexidade da Montagem	Baixa; pode ser montado por uma pessoa sozinha	Densidade da Espuma do Assento	D-33
Sistema de Montagem	Encaixe	Ambiente Principal	Sala de Estar
Recomendações de Uso, Manutenção e Limpeza	Não utilizar nenhum produto químico: amoníaco, ácido, água sanitária, álcool, solvente, thinner e etc. Faça limpeza apenas com pano branco úmido com água e sabão neutro; Não é recomendado a utilização de aspiradores.	Ambiente	Sala de Estar
Documentos Adicionais		Cor Predominante	Cinza
Manual de Montagem	<a href="#">Clique aqui para acessar</a>	Gramatura do Tecido	320 g/m <sup>2</sup>
		Tipo de Percinta do Assento	Italiana
		Possui Mola	Sim
		Quantidade de Estágios do Encosto	8

**Figura 32:** Página de produto (MadeiraMadeira, abril 2023)

A tabela acima apresenta características e dados técnicos do produto, complexidade da montagem, documento do manual de montagem, entre outras informações. É um recurso interessante para garantir que o usuário tenha acesso a todos os detalhes do produto que está adquirindo.

Informações do produto **Avaliações** Perguntas e Respostas Garantia Estendida

**4.3/5** ★★★★★  
116 avaliações

Selecione para filtrar as avaliações:

- 5 ★ (77)
- 4 ★ (18)
- 3 ★ (6)
- 2 ★ (6)
- 1 ★ (9)

84% dos clientes recomendam este produto  
Certificado por trustvox

**Avaliações**  
 Todas  Positivas  Negativas  
 Ordenar por: Mais úteis

★★★★★ 29/12/2022  
 O sofá é super confortável e grande. Dá até para dormir! O grande problema é a entrega da Madeira Madeira que simplesmente deixa o produto jogado no hall do prédio, não sobe nem pelo elevador. Ou seja, pagamos o frete (que no meu caso não foi barato) e temos que pagar outro serviço para subir o sofá e montá-lo. Não deveriam cobrar um frete tão caro para deixar o sofá simplesmente na porta do prédio. Um absurdo mesmo!

Andreia S.  
 Recomenda esse produto A avaliação é útil? 5 👍

★★★★★ 20/10/2022  
 Gente que sofá maravilhoso eu adorei, recomendo de olhos fechados 😍😍😍😍😍

Jerlani S.  
 Recomenda esse produto A avaliação é útil? 2 👍

**Figura 33:** Página de produto (MadeiraMadeira, abril 2023)

Na aba “Avaliações”, o usuário pode consultar a nota atribuída ao produto, e também opiniões positivas ou negativas de pessoas que já adquiriram o produto do qual está interessado.

Informações do produto Avaliações **Perguntas e Respostas** Garantia Estendida

**Faça sua pergunta**

Sua pergunta

Mínimo de 20 caracteres

Seu melhor e-mail

**Enviar pergunta** Certificado por trustvox

Bom Dia a bertura da minha porta é 86 cm gostaria de saber se o produto quando vem com embalagem passa ou vem alguma parte solta que possa facilitar para entrar no apartamento. obrigado

Resposta da MadeiraMadeira 04/01/2023  
 Olá, tudo bem? ❤️ Ele é enviado em um volume de 54x120x205 CM. (AxLxC). Atenciosamente Equipe MadeiraMadeira. 📦💙

Bom Dia, qual a profundidade do sofá aberto? quanto de profundidade do assento?

Resposta da MadeiraMadeira 20/09/2022  
 Bom dia Eduardo, como vai? Quando aberto a profundidade total do sofá é de 176cm. Esse sofá é um sucesso por aqui, aproveite a disponibilidade e realize sua compra :) Atenciosamente Equipe MadeiraMadeira. 📦

Boa tarde, moro em prédio 2 andar e não possui elevador... Gostaria de saber se a entrega é feita no apartamento?

**Figura 34:** Página de produto (MadeiraMadeira, abril 2023)

Na aba “Perguntas e Respostas”, é possível tirar qualquer dúvida sobre o produto, entrega e montagem com a equipe do MadeiraMadeira antes de efetuar a compra.

Informações do produto	Avaliações	Perguntas e Respostas	Garantia Estendida
------------------------	------------	-----------------------	--------------------

Seu Seguro de Garantia Estendida começa a valer quando acaba a garantia do fabricante, ou seja, você tem período adicional de total tranquilidade.

Planos disponíveis

+ 12 meses      + 24 meses

Seguradora

**ZURICH**

Seguro comercializado pela Zurich Minas Brasil Seguros S.A. código SUSEP 05495, CNPJ 17.197.385/0001-21. Seguro de Garantia Estendida Original - Processo SUSEP: 15414.900523/2014-77. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autorarquia, incentivo ou recomendação a sua comercialização. - A comercialização de seguro é fiscalizada pela SUSEP. Para conhecer na íntegra as condições do produto consulte o site da SUSEP. Informação, dúvida e reclamação ligue para o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) 0800 284 4848 disponível 24 horas por dia e 7 dias por semana. Pessoas com deficiência auditiva: 0800 275 8585. Ouvidoria: 0800 770 1061 de segunda à sexta das 8h30 às 17h00 ou Caixa Postal 67.600, CEP: 03162- 971 - São Paulo-SP ou pelo site [www.zurich.com.br](http://www.zurich.com.br) e Serviço de Atendimento ao Público SUSEP 0800-0218484. A contratação do Seguro é opcional, sendo possível a desistência do contrato em até 7 (sete) dias corridos com a devolução integral do valor pago. É proibido condicionar desconto no preço do bem à aquisição do seguro.

**Benefícios e Vantagens de contratar a Garantia Estendida**

Mesmas coberturas da garantia do fabricante	✓
Cobertura nacional com assistências técnicas credenciadas	✓
Profissionais especializados e peças originais	✓
Conserto garantido quantas vezes for necessário <sup>1</sup>	✓
Proteção após a garantia do fabricante	✓
Sem custo adicional ao acionar a garantia estendida para o conserto <sup>2</sup>	✓
Consertos utilizando peças genuínas ou troca do produto <sup>3</sup>	✓

Ao clicar em comprar você aceita as condições do [Seguro Garantia Estendida](#) e a forma de pagamento.

**Figura 35:** Página de produto (MadeiraMadeira, abril 2023)

Em “Garantia Estendida”, é possível consultar as opções de garantia atreladas àquele produto. O usuário pode escolher entre ter o produto apenas com a garantia de fábrica, válida por 12 meses, ou optar pela garantia estendida da MadeiraMadeira, válida por 24 meses.

### Fluxo de compra

O fluxo de compra no site MadeiraMadeira é composto por três partes: carrinho, entrega, e pagamento. Os detalhes de cada etapa podem ser vistos nas figuras a seguir:

madeiramadeira Busque tudo para sua casa... Compra segura

Carrinho Entrega Pagamento

Compartilhar Importar

Sofá Prime 3 Lugares, Retrátil, Reclinável, 2,05M com Molas Yescasa  
Vendido e entregue por MadeiraMadeira

Rs 1.994,90  
à vista no cartão ou Pix  
ou R\$ 2.099,90 em 12x sem juros no cartão

Subtotal R\$ 2.099,90 R\$ 1.994,90  
Frete Inserir o CEP para calcular  
Total R\$ 1.994,90  
à vista no cartão ou Pix  
ou R\$ 2.099,90 em 12x sem juros no cartão

Continuar

Calcular frete e prazo

CEP Calcular  
Não sei o meu CEP

Cupom de desconto

Insira aqui Aplicar

Código do vendedor

Código do vendedor Validar

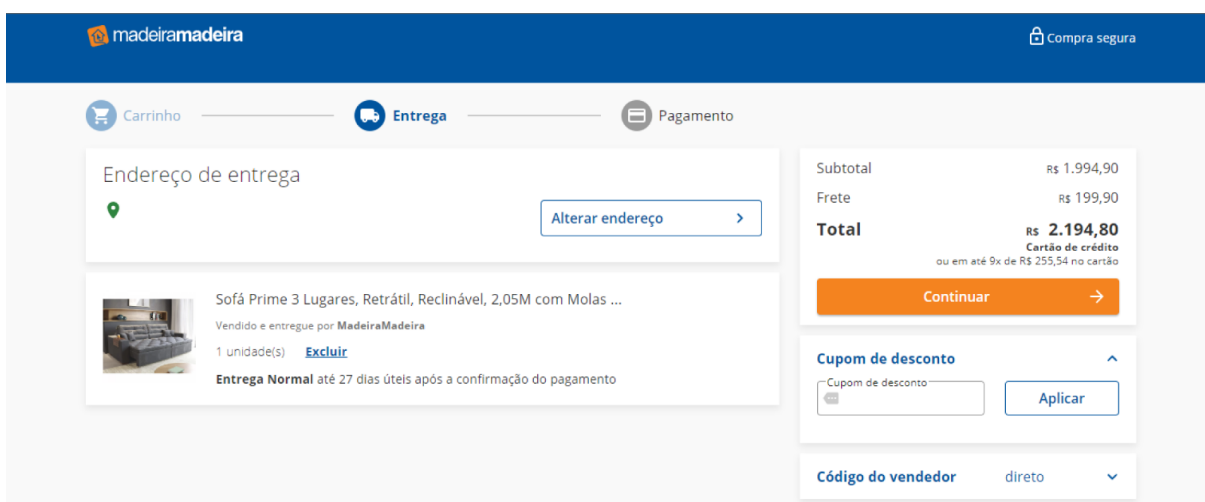


**Figura 36:** Fluxo de compra (MadeiraMadeira, abril 2023)

Em “Carrinho”, o site mostra a lista de produtos selecionados, com imagem, descrição e valor individual de cada produto, assim como o valor total da compra. Nesta etapa, o usuário pode realizar as seguintes ações:

- Excluir itens do carrinho;
- Editar a quantidade de itens;
- Compartilhar link da compra;
- Adicionar garantia estendida;
- Adicionar serviço de montagem;
- Calcular frete e prazo de entrega através do CEP;
- Adicionar cupom de desconto;
- Adicionar código do vendedor.

No topo superior direito do site existe um distintivo de “Compra Segura”, geralmente utilizado em sites de compra e venda para demonstrar que o site é seguro.

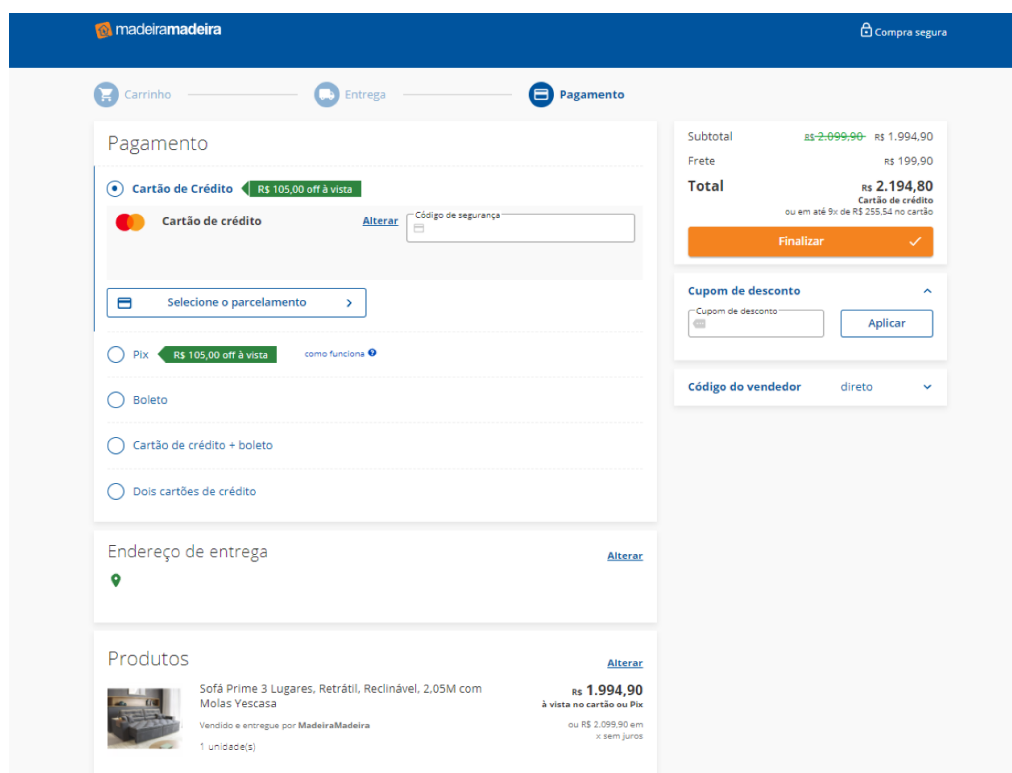


**Figura 37:** Fluxo de compra (MadeiraMadeira, abril 2023)

Em “Entrega”, o usuário pode adicionar ou alterar o endereço de recebimento do produto, e o valor total da compra é alterado de acordo com o valor atribuído ao frete.

Nesta etapa, o usuário também pode realizar as seguintes ações:

- Conferir a lista de produtos selecionados;
- Excluir produtos da lista de compras;
- Conferir as condições e estimativa de frete;
- Adicionar cupom de desconto;
- Adicionar código do vendedor.



**Figura 38:** Fluxo de compra (MadeiraMadeira, abril 2023)

Em “pagamento”, assim como nas etapas anteriores, o usuário pode conferir todos os valores atribuídos à compra, assim como o valor total a ser investido.

O site oferece as seguintes condições de pagamento:

- Cartão de crédito;
- PIX;
- Boleto;
- Cartão de crédito + boleto (o valor da compra é dividido em duas partes);
- Dois cartões de crédito (o valor da compra é dividido em duas partes).

Além de definir a forma de pagamento, o usuário pode realizar as seguintes ações na tela de pagamento:

- Conferir a lista de produtos selecionados;
- Alterar lista de compras (usuário retorna à etapa de carrinho);
- Alterar endereço de entrega (usuário retorna à etapa de entrega);
- Adicionar cupom de desconto;
- Adicionar código do vendedor.

✔ Falta pouco para concluir seu pedido!

Status: **Aguardando pagamento**

⚠ **Cuidado com fraudes no boleto**  
Antes de pagar, confira os dados do seu boleto:

Código do boleto:  
**23796349226000088055399003077700193110000229980**

Valor do boleto: **R\$ 2.299,80** Validade: **05 de abril**

**Copiar código** **Baixar boleto**

⚠ O código do seu boleto inicia em 237

237 23796349226000088055399003077700193110000229980

Beneficiário: **MadeiraMadeira M.I. Revestimentos Ltda. 10.490.181/0001-35**

⚠ Confirme o nome do beneficiário e o CNPJ


**Outras dicas:**

- Não enviamos boletos em anexo por e-mail
- Não solicitamos depósitos para terceiros
- Utilizamos apenas boletos emitidos pelo Bradesco (código iniciado em 237), Citibank (código iniciado em 745) ou Itaú (código iniciado em 341)

O prazo de entrega informado começa a contar após a **aprovação do pedido**.

Assim que o pagamento for confirmado, enviaremos mais detalhes sobre seu pedido para o e-mail

**Resumo do pedido**  
Número: 32706455  
Realizado em 04/04/2023

 **Sofá Prime 3 Lugares, Retrátil, Reclinável, 2.05M com Molas Yescasa**  
Valor unitário: R\$2.099,90  
Quantidade: 1,00  
Cor: Cinza

🕒 Prazo: 27 dias úteis

📍 Endereço de entrega:

💰 **Detalhes do Pagamento:**

Valor dos produtos: **R\$ 2.099,90**  
Valor dos fretes: **R\$ 199,90**  
Quantidade de itens: 1  
Forma de pagamento: **Boleto**

Valor total do pedido:  
**R\$ 2.299,80**

**Figura 39:** Fluxo de compra (MadeiraMadeira, abril 2023)

Ao finalizar a compra por boleto bancário, o usuário é direcionado para uma tela de confirmação detalhada, que inclui informações sobre o pagamento, produtos adquiridos, endereço de entrega, além do detalhamento dos valores e o valor total do pedido. Essa página também contém o código do boleto para que o usuário possa realizar o pagamento. Após a confirmação da compra, todas as comunicações sobre o pedido são enviadas para a caixa de e-mail fornecida pelo usuário.

Contudo, a seguir estão os principais pontos do site MadeiraMadeira:

- Interface do usuário

- As cores da marca MadeiraMadeira são amplamente usadas na interface do usuário e têm funções específicas. O laranja da marca é usado em seções e elementos da página que exigem maior destaque, como liquidações, ofertas e botões importantes. Já o azul da marca é mais presente em elementos informativos, como o menu de navegação, interações, carrosséis, botões menos importantes e textos. A utilização das cores da marca ajuda a fortalecer a identidade visual da MadeiraMadeira e a criar uma experiência de navegação coesa para o usuário;
  - O site da MadeiraMadeira apresenta variações no tratamento do texto, de acordo com a importância e o contexto do conteúdo. Para elementos que precisam de destaque, são utilizados recursos como negrito, caixa alta, ou uma combinação de ambos. Na página inicial do site, há imagens editadas com diferentes composições tipográficas para nomear seções, categorias ou promoções. Isso ajuda a chamar a atenção do usuário e facilita a navegação, mas dificulta a pregnância da marca;
  - As imagens dos produtos no site da MadeiraMadeira são apresentadas em 3D fotorealistas, oferecendo diversos ângulos do produto para que o usuário possa visualizá-lo em detalhes. Além disso, é possível ampliar as imagens com zoom, permitindo uma avaliação mais minuciosa do produto;
  - As interações no site proporcionam uma experiência fluida para o usuário. Ao interagir com os elementos da página, o site responde imediatamente com animações e transições, tornando a navegação mais agradável e intuitiva. Esse tipo de interação é importante para engajar o usuário durante a navegação.
- Funcionalidades:
    - Ampla variedade de filtros que ajudam o usuário a encontrar facilmente o produto desejado, oferecendo opções específicas. No entanto, devido à extensa lista de filtros, pode ser desafiador para o usuário encontrar rapidamente os filtros relevantes para sua busca;
    - Ao utilizar a barra de busca, o site oferece opções pré-selecionadas que incluem "Mais buscados", "Sugestões de categoria" e "Produtos mais relevantes". Isso pode reduzir o esforço necessário para realizar a busca, assim, o usuário pode encontrar o produto desejado com mais facilidade e rapidez;
    - A MadeiraMadeira oferece aos usuários a possibilidade de fazer perguntas antes de efetuar a compra, o que é fundamental para esclarecer dúvidas antes de tomar

uma decisão. Essa interação entre a empresa e o consumidor ajuda a estabelecer uma relação mais próxima e confiável.

- Navegação

- O menu de navegação da MadeiraMadeira é bem organizado, com opções claras e estruturadas que permitem que o usuário encontre produtos por departamento, ambiente ou categoria. Isso facilita a navegação e a busca de produtos específicos, tornando a experiência mais agradável e eficiente;
- Fluxo de navegação sempre visível na tela, permitindo que o usuário saiba exatamente onde está no site e possa facilmente voltar à página anterior ou desfazer ações. Esse recurso proporciona uma navegação mais fácil e intuitiva.
- Utilizam bastante o recurso de carrossel, que consiste na navegação horizontal, para exibir a maior quantidade possível de produtos em um espaço limitado de tela. Esse recurso ajuda a otimizar o espaço e a oferecer mais opções de produtos para o usuário em um único local, tornando a experiência de compra mais conveniente.

- Conteúdo

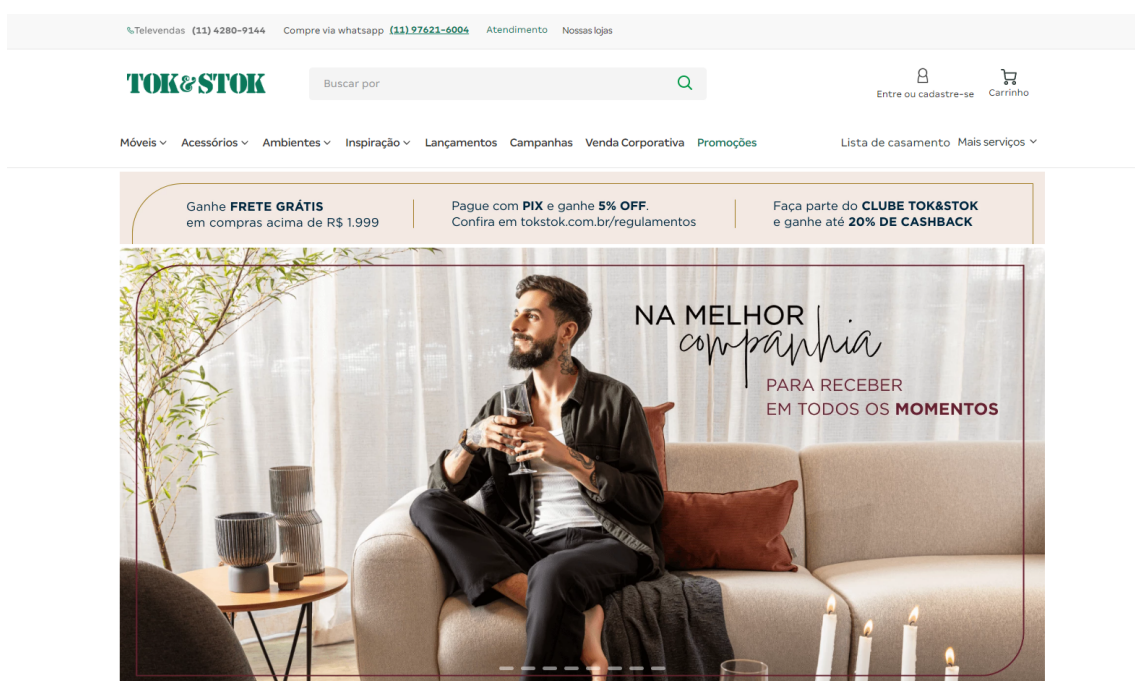
- A marca aparentemente tem como foco principal divulgar ofertas e liquidações, o que é positivo para usuários que buscam produtos por preço. Entretanto, a organização do conteúdo na página inicial, que apresenta diversas seções com produtos distintos em promoção, pode prejudicar a percepção de cada produto.
- Descrições detalhadas dos produtos e fichas técnicas com dados específicos são essenciais para ajudar o usuário a tomar uma decisão de compra mais informada. Essas informações ajudam a fornecer uma visão completa e precisa do produto, evitando decepções futuras;
- Avaliações de outros clientes permite que o usuário tenha acesso às opiniões de pessoas que já tiveram experiências com o produto, o que ajuda na tomada de decisão. Também demonstra a transparência da empresa sobre os produtos por mostrar opiniões negativas;
- Durante o fluxo de compra na MadeiraMadeira, os detalhes do produto, informações sobre frete e pagamento são mantidos na página em todas as etapas,

inclusive na página de confirmação. Isso garante que o usuário tenha clareza sobre suas decisões, possa alterar as informações a qualquer momento e se sinta mais seguro para concluir a compra.

### 3.4.2. Tok&stok

# TOK&STOK

## Página inicial



**Figura 41:** Página inicial (Tok&Stok, abril 2023)

Na página inicial, a Tok&Stok apresenta um carrossel de fotos dos seus produtos. O que chama a atenção é o cuidado da marca em apresentar os produtos de forma ambientada, retratando cenários realistas. Essa abordagem permite que os clientes visualizem os produtos em contexto, tornando mais fácil imaginar como eles poderiam se encaixar em suas próprias casas.

Algumas imagens apresentam descontos. Outras imagens falam sobre a experiência que o produto pode proporcionar.

Acima do carrossel, existe um banner com condições para adquirir frete grátis, descontos por pagamento via PIX e estornos para quem optar por fazer parte do “Clube Tok&Stok”.

O menu de navegação da Tok&Stok oferece as seguintes opções:

- Móveis;
- Acessórios;
- Promoções;
- Ambientes;
- Lançamentos;
- Campanhas;
- Venda corporativa;
- Promoções.

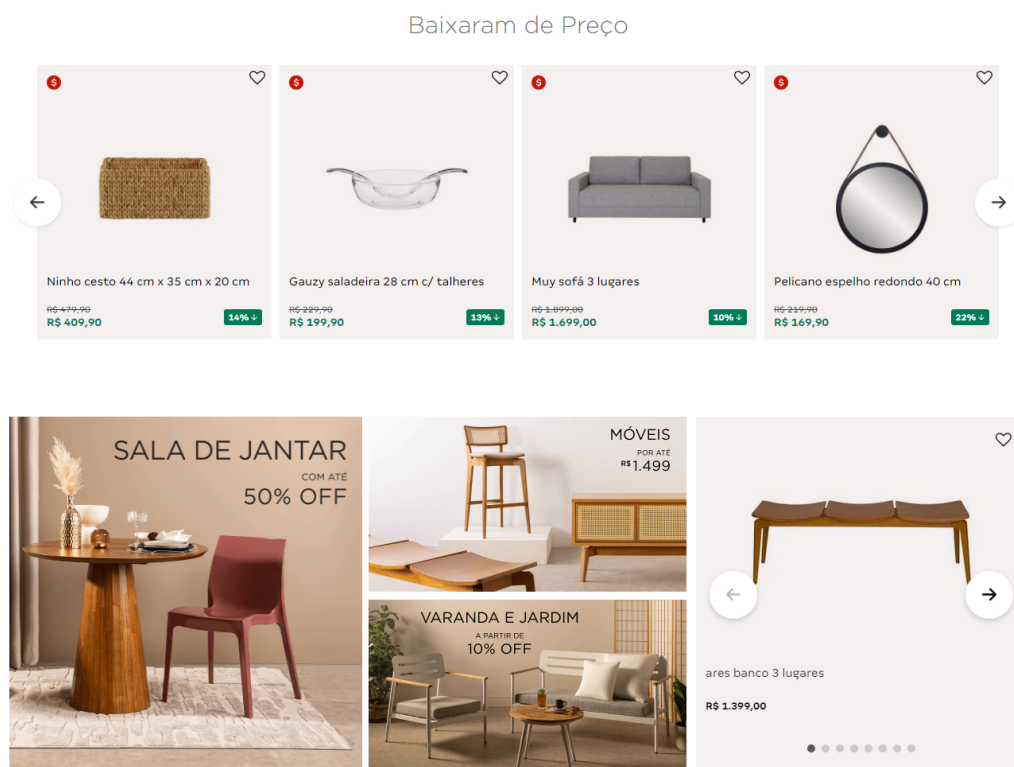
Também existe no menu a funcionalidade de criar e compartilhar listas de casamento, além de outros serviços que a empresa oferece, como cartão presente, compra via WhatsApp, consultoria para decoração de ambientes, Clube Tok&Stok, entre outros.



**Figura 42:** Página inicial (Tok&Stok, abril 2023)

Logo após a primeira seção da página, a Tok&Stok oferece opções de ambientes da casa para o usuário selecionar. Essa funcionalidade permite que o usuário escolha um dos ambientes disponíveis, como, quarto, sala de estar, cozinha, entre outros, para iniciar uma pesquisa específica por produtos relacionados a esse ambiente. A representação dos ambientes é feita utilizando o recurso de iconografia.

Em seguida existe outra funcionalidade semelhante, da qual o usuário pode selecionar um tipo de produto sugerido pela Tok&Stok;



**Figura 43:** Página inicial (Tok&Stok, abril 2023)

Na seção “Baixaram o preço”, a Tok&Stok apresenta uma seleção de produtos variados que entraram em oferta recentemente, em formato de carrossel. É possível conferir a porcentagem de desconto através de selos verdes, que ficam ao lado do valor do produto.

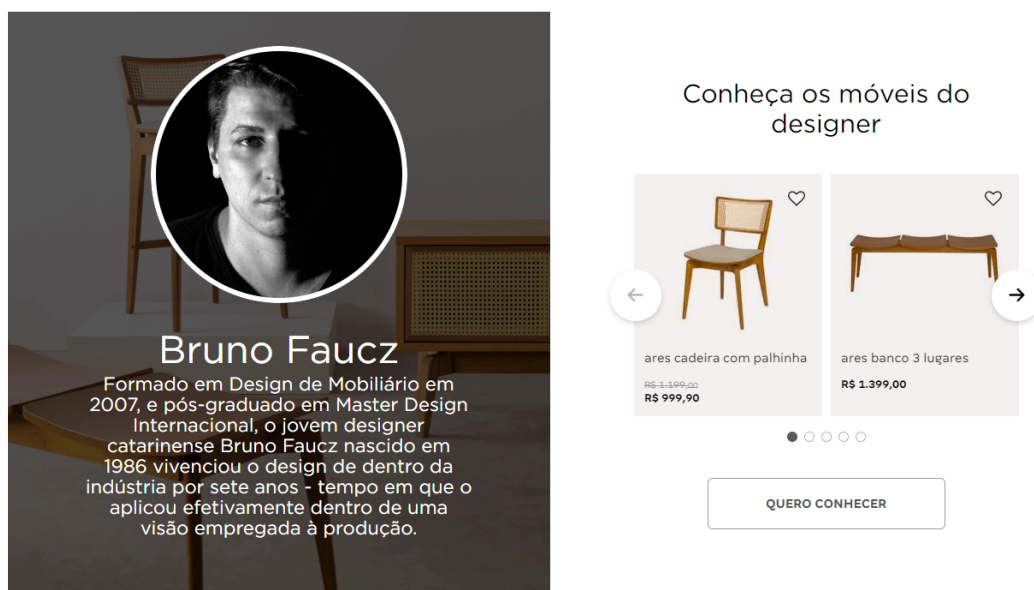
A seguir, a Tok&Stok exibe uma seção com ambientes diversos, todos contendo cadeiras. É possível selecionar algum dos ambientes, ou conferir uma seleção de cadeiras através de um carrossel.



**Figura 44:** Página inicial (Tok&Stok, abril 2023)

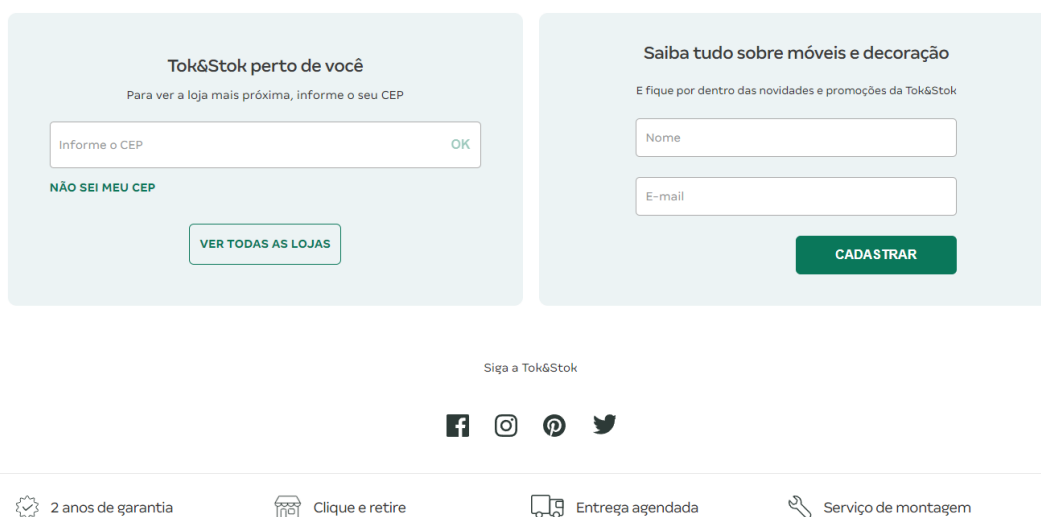


Em “Novidades para você”, a Tok&Stok exibe uma seleção de produtos que foram adicionados recentemente no site.



**Figura 45:** Página inicial (Tok&Stok, abril 2023)

A Tok&Stok possui uma categoria de produtos dedicada aos designers, que inclui designers de interiores renomados que fazem parte da equipe de criação da empresa. Essa categorização permite que os usuários escolham produtos com base no seu estilo de design favorito.



**Figura 46:** Página inicial (Tok&Stok, abril 2023)

Na parte inferior da página, o usuário encontra dois formulários disponíveis. O primeiro formulário permite ao usuário inserir seu CEP e obter informações sobre as lojas físicas mais próximas de sua localização, caso tenha interesse em visitar a loja pessoalmente. O segundo formulário convida o usuário a se cadastrar na lista de e-mail marketing da empresa, permitindo que eles recebam atualizações sobre novidades e promoções da Tok&Stok.

A página termina com um convite para acessar as redes sociais da empresa, seguido de uma lista de serviços disponibilizados pela mesma: 2 anos de garantia, clique e retire, entrega agendada e serviço de montagem.

## Página de catálogo

Conheça o Meu Ambiente Tok&Stok: Serviço de decoração online a partir de R\$ 249.

Televendas (11) 4280-9144 Compre via whatsapp (11) 97621-6004 Atendimento Nossas lojas

**TOK&STOK** Buscar por

Entre ou cadastre-se Carrinho

Móveis ▾ Acessórios ▾ Ambientes ▾ Inspiração ▾ Lançamentos Campanhas Venda Corporativa Promoções Lista de casamento Mais serviços ▾

home > móveis > sofás > sofá fixo


### Sofá fixo

Sofás fixos unem praticidade e design em uma casa bem decorada. A Tok&Stok tem vários modelos diferentes pra você escolher o preferido.

Categorias ▾ Tendência ▾ Características ▾ Designer ▾ Situação ▾ Tamanho ▾ Cor ▾ Material ▾

99 produtos  Ordenar Por: Relevância ▾ Visualização:

4 recém vendidos




muy sofá 3 lugares

R\$ 1.899,00  
R\$ 1.699,00 11% ↓

ADICIONAR AO CARRINHO

4 recém vendidos




muy sofá 2 lugares

R\$ 1.699,00

ADICIONAR AO CARRINHO

10 recém vendidos




law sofá 3 lugares

R\$ 3.199,00

ADICIONAR AO CARRINHO

10 recém vendidos




muy sofá 3 lugares

R\$ 1.899,00

ADICIONAR AO CARRINHO


10 recém vendidos




muy sofá 3 lugares

R\$ 1.899,00


ADICIONAR AO CARRINHO




Sofá 3 lugares




Sofá




Sofá 2 lugares




Escolha seu sofá




Sofá retrátil



Sala de estar



Sofá-cama



Sofá de canto modular

Mostrando 20 de 99

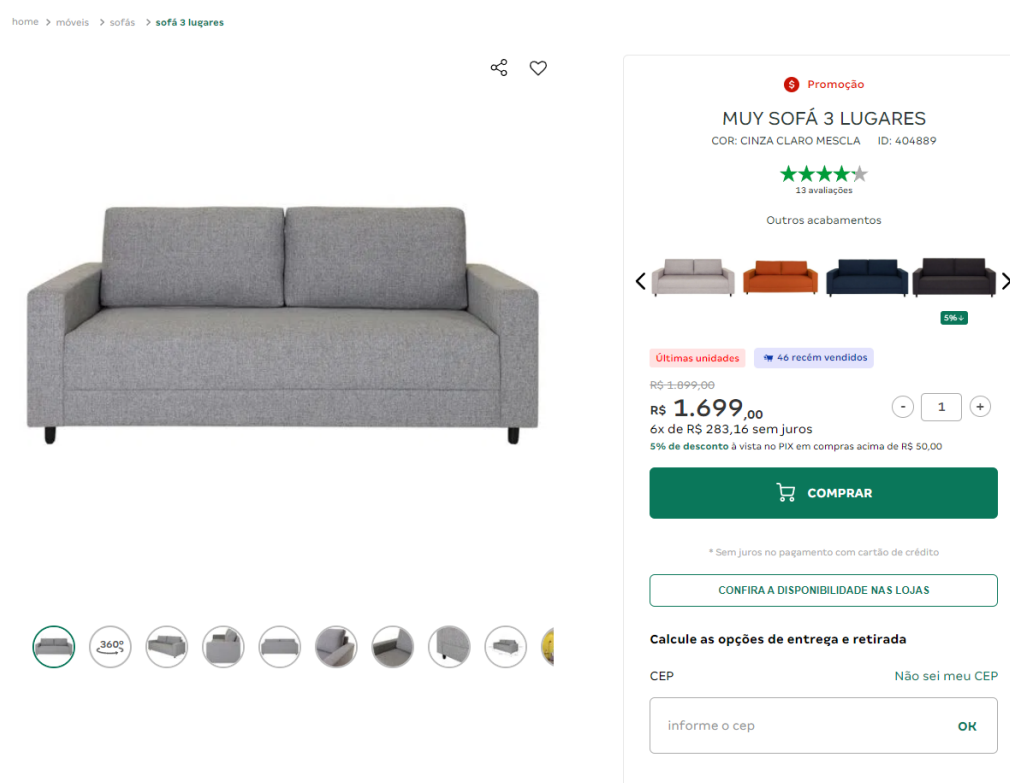
MOSTRAR MAIS

**Figura 47:** Página de catálogo (Tok&Stok, abril 2023)

A página de catálogos de sofás da Tok&Stok é bastante interativa. Além dos *cards* de produto, o site oferece opções de sofás por categoria, como: sofá 3 lugares, sofá retrátil, escolha seu sofá, etc. por meio de imagens.

O usuário pode modificar a forma de visualização da página selecionando a quantidade de produtos por linha.

## Página do produto



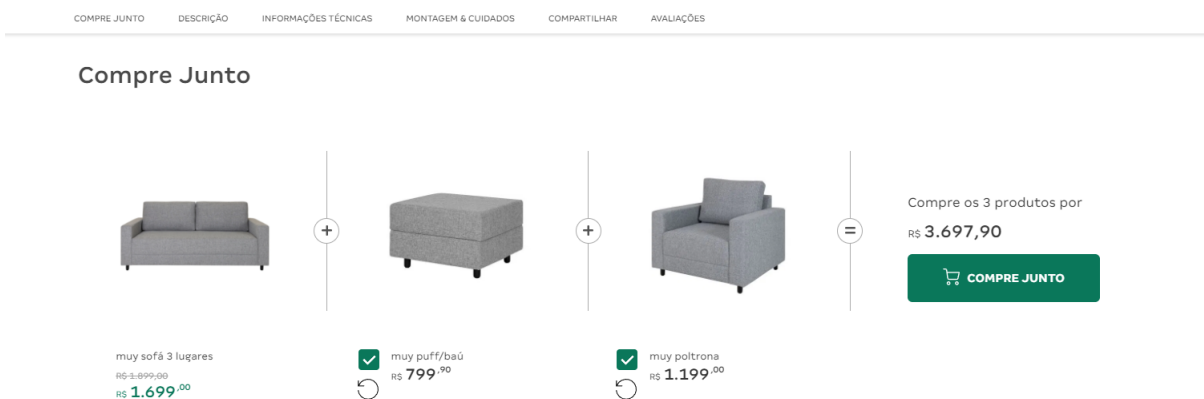
**Figura 48:** Página de produto (Tok&Stok, abril 2023)

Visão geral do produto com imagem bem destacada, imagens seguem o padrão de fundo branco e proporcionam uma visão detalhada do produto. As demais informações sobre o produto ocupam menos espaço da tela.

Na seleção de cores, a Tok&Stok apresenta imagens do produto em menor tamanho, com as cores já aplicadas.

COMPRI JUNTO    DESCRIÇÃO    INFORMAÇÕES TÉCNICAS    MONTAGEM & CUIDADOS    COMPARTILHAR    AVALIAÇÕES

## Compre Junto



Compre os 3 produtos por  
R\$ 3.697,90

**COMPRE JUNTO**

muy sofá 3 lugares  
R\$ 3.099,00  
R\$ 1.699,00

muy puff/baú  
R\$ 799,00

muy poltrona  
R\$ 1.199,00

**Figura 49:** Página de produto (Tok&Stok, abril 2023)

Recomendações de produtos que podem ser adquiridos junto com o produto principal.

### Sobre o Produto



Perfeita para relaxar em frente à TV do home cinema ou na roda de bate papo com amigos e familiares na sala de estar, a linha Muy possui desenho livre de excessos e ótima relação custo x benefício. Seus itens são confeccionados em madeira maciça de reflorestamento Eucalipto, percintas elásticas e espuma D26; matérias-primas que garantem a resistência, durabilidade e o conforto ideais para o dia a dia. Disponível em uma cartela de cores variadas, este sofá é a escolha certa para compor ambientes com medidas compactas. E para deixar seu décor ainda mais aconchegante e cheio de personalidade, combine-o com uma manta e almofadas de sua preferência, e arrase nesta escolha. \*Importante: Produto de grandes dimensões; verifique as larguras das portas e passagens, bem como o tamanho do elevador. A Tok Stok transporta somente até o 5º andar pela escada. Em casos de andares mais altos ou escadas pelas quais o produto não passa, sugerimos contratar um serviço de içamento (não oferecido pela Tok Stok). Observação: Medida total da frente do assento: 1,63 m.

Arraste o produto para os lados para ver os detalhes.





Origem : Brasil    Linha : Muy    Tendência : Urbano Contemporâneo

**Figura 50:** Página de produto (Tok&Stok, abril 2023)

Descrição detalhada do produto, utilizando conceitos de design, ambientação e dados técnicos do produto. A abordagem da descrição do produto é bastante humanizada. É possível interagir com a imagem ao lado da descrição para conferir todos os ângulos do produto em 360°.

## Informações técnicas

Sofá com estrutura em madeira maciça (Eucalipto) e percintas elástica e emborrachada revestidas com espuma de poliuretano (D26/assento, D26/encosto e D26/braços), manta acrílica e tecido 100% polipropileno. Possui pés maciços tingidos.  
Acompanha 2 almofadas para o encosto com enchimento em 50% fibra siliconizada/50% flocos de espuma e fechamento por zíper. Carga máxima suportável: 300kg; distribuídos uniformemente. Os pés são fornecidos desmontados; vide manual de montagem.




	Altura	85.00CM
	Largura	197.00CM
	Profundidade	88.00CM
	Peso	45.00KG



**Figura 51:** Página de produto (Tok&Stok, abril 2023)

Informações técnicas do produto com imagem representativa.

## Montagem & Cuidados

	Pessoas para montar	2
	Quantidade de peças	4
	Tempo de montagem*	15 min
	Manual de montagem	<a href="#">Abrir pdf</a>

### Limpeza e cuidados

**Estrutura:** Tecido: aspirador de pó ou escova com cerdas macias. Pés: pano levemente umedecido com água, seguido de pano seco.

**Cuidados:** Não utilizar produtos químicos, abrasivos ou limpeza a vapor. Evitar o contato com objetos cortantes e exposição prolongada ao sol.

Contratando este serviço você garante a qualidade da montagem Tok&Stok no mesmo dia da entrega.

A garantia de 2 anos também é uma vantagem exclusiva da contratação da montagem.

É importante lembrar que não realizamos serviços elétricos, como conexões de luminárias e nem o manuseio do móvel no local.

\*O tempo e a dificuldade de montagem são calculados levando em consideração profissionais treinados e acostumados a realizar esta atividade.

**Figura 52:** Página de produto (Tok&Stok, abril 2023)

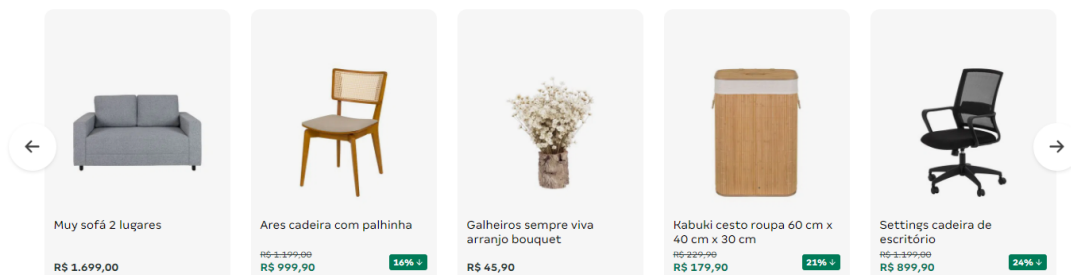
Seção sobre montagem e cuidados, trazendo informações para auxiliar os usuários na montagem adequada do produto e realizar uma boa manutenção, evitando possíveis contratempos.

## Trocas e Devoluções

Compre online e troque onde desejar!  
Você tem 7 dias caso não fique satisfeito com o produto.

[Veja as condições](#)

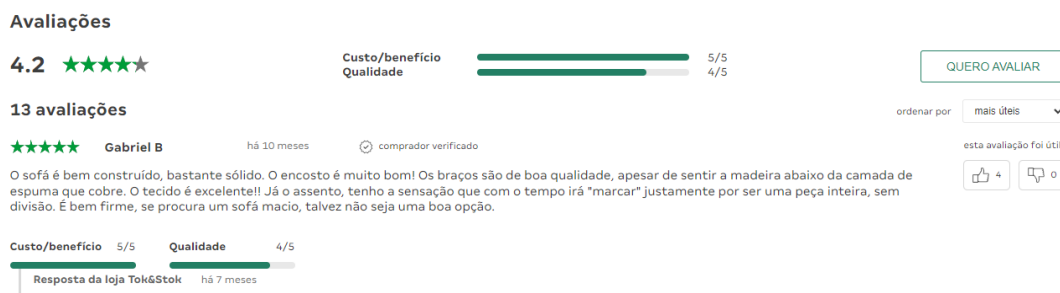
### PRODUTOS VISITADOS POR QUEM PROCURA ESTE ITEM



**Figura 53:** Página de produto (Tok&Stok, abril 2023)

Informações sobre trocas e devoluções, detalhando os procedimentos e prazos para trocas ou devoluções de produtos.

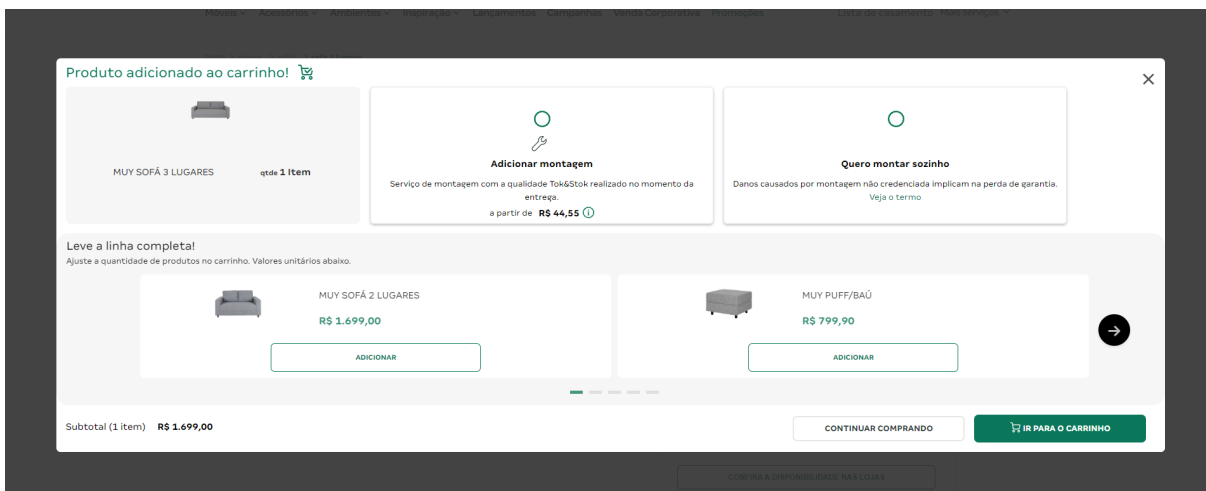
Seção “Produtos visitados por quem compra este item” recomenda produtos com base no perfil de compra dos usuários.



**Figura 54:** Página de produto (Tok&Stok, abril 2023)

Como no site do MadeiraMadeira, o site da Tok&Stok conta com uma seção de “Avaliações”, onde o usuário pode consultar a nota atribuída ao produto, assim como opiniões de outros clientes.

## Fluxo de compra



**Figura 55:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Na aba de carrinho, o usuário pode selecionar se necessita de montagem, com valor adicional, ou se prefere montar sozinho. Dessa forma, o usuário pode indicar suas preferências e realizar uma compra adequada às suas necessidades.

Após isso, oferecem produtos da mesma linha do produto a ser adquirido.

## TOK&STOK

1. Carrinho 2. Identificação 3. Pagamento 4. Confirmação

< Escolher mais produtos

PRODUTO	QTD	UNITÁRIO	TOTAL
 <p>Últimas unidades <span>213 vendendo agora</span></p> <p><b>MUY SOFÁ 3 LUGARES</b></p>	<input type="text" value="1"/>	R\$ 1.699,00	R\$ 1.699,00
<p>Montagem <b>contratada a partir de R\$ 44,55</b></p> <p>Serviço de montagem com a qualidade Tok&amp;Stok realizado no momento da entrega.</p> <p><a href="#">Alterar opção de montagem</a></p>			

**Descontos especiais no frete**  
Informe seu CEP e veja se algum deles se aplica à sua compra  
[CONFIRA AS CONDIÇÕES](#)

Calcule as opções de frete e retirada

CEP  Não sei meu CEP  
Informe o seu CEP

Cupom

Informe o código do cupom

[Condições de uso](#)

Itens R\$ 1.743,55  
**Subtotal\*** R\$ 1.743,55

\* Subtotal sem Frete. Escolha a modalidade de entrega no próximo passo

**Figura 56:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Primeira etapa do carrinho mostra a seleção de produtos e opção de montagem escolhida, o usuário pode alterar as informações.

Ao lado, existem dois campos para o usuário preencher CEP e cupom de desconto, seguido pelo valor total da compra, e o CTA "Fechar pedido".



**Figura 57:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Novamente, ao final da página de carrinho, oferecem uma seção de recomendações de produtos da mesma linha do produto que está sendo adquirido.



**Figura 58:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Seção de identificação por e-mail, com os objetivos descritos. O intuito desta seção, segundo a página, é: identificar perfil do usuário, notificar pedidos e gerenciar o histórico de compras.



1. Carrinho 2. Identificação 3. Pagamento 4. Confirmação

### 1. Dados pessoais

E-mail

Primeiro nome

Último nome

CPF

Telefone

Incluir dados de pessoa jurídica

Quero receber e-mails com promoções.

**IR PARA A ENTREGA**

### 2. Entrega

Aguardando o preenchimento dos dados

### 3. Pagamento

Aguardando o preenchimento dos dados

### Resumo do pedido

[Voltar ao carrinho](#)

Cupom  **APLICAR**

[Condições de uso](#)

Subtotal	R\$ 1.699,00
Montagem	R\$ 44,55
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.743,55</b>

**Figura 59:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Primeira etapa do carrinho: campos para preenchimento dos dados pessoais.

**TOK&STOK**

1. Carrinho 2. Identificação 3. Pagamento 4. Confirmação

### 1. Dados pessoais

[alterar dados](#)

moby-logo

### 2. Entrega

**Receber** Retirar

CEP  Não sei meu CEP

#### Pacote do pedido

Móveis

**MUY SOFÁ 3 LUGARES** 1 item  
Com montagem

**Entrega Agendada** R\$ 143,00  
Agendada para segunda-feira, 24 de abril de 2023  
Alterar

Período para entrega  
Horário Comercial (das 08h00 as 18h00)

**Montagem** R\$ 44,55  
Realizada na mesma data e período da entrega.

### Resumo do pedido

[Voltar ao carrinho](#)

(1 itens)

**MUY SOFÁ 3 LUGARES** Qtde  
R\$ 1.699,00 1  
Com montagem

Cupom  **APLICAR**

[Condições de uso](#)

Subtotal	R\$ 1.699,00
Entrega	R\$ 143,00
Montagem	R\$ 44,55
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.886,55</b>

**Figura 60:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Segunda etapa do carrinho: campos para preenchimento dos dados de entrega. O usuário pode optar por receber ou retirar o produto. No caso de receber, o “Pacote do pedido” informa data da entrega agendada, valor da entrega, e informações de montagem. No caso de retirar, a página informa o endereço da loja Tok&Stok mais próxima do usuário.

Rua Brigadeiro Silva Paes  
Centro - Florianópolis - SC  
Alterar

Endereço errado? Revise seu CEP

Número

Complemento

Ponto de referência

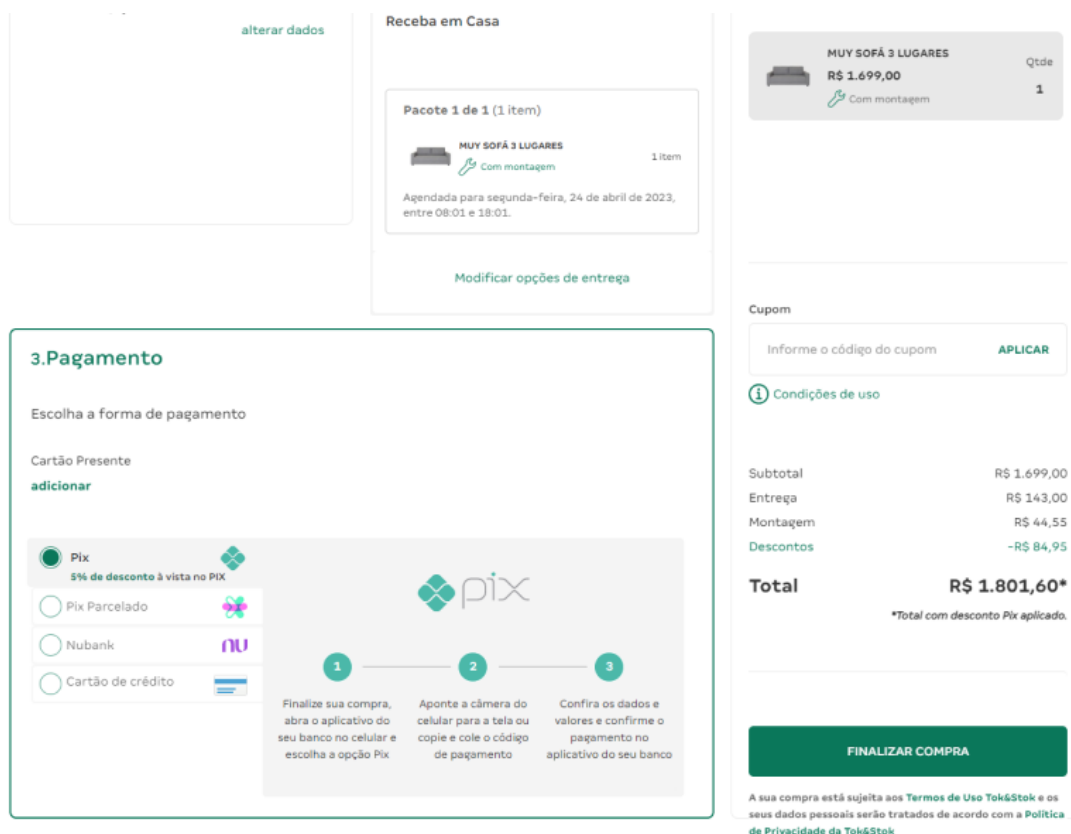
Destinatário

[IR PARA O PAGAMENTO](#)

3. Pagamento

**Figura 61:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Campos para informar detalhes de entrega, seguidos do CTA “Ir para pagamento”.



**Figura 62:** Fluxo de compra (Tok&Stok, abril 2023)

Terceira etapa do carrinho: seleção de forma de pagamento. O site oferece pagamento por PIX, PIX Parcelado, Nubank, ou cartão de crédito. Ao lado, o site mostra a descrição dos valores da compra, valor total e o CTA “Finalizar compra”.

Todas as etapas do processo de compra são feitas em uma mesma página, assim, o usuário pode consultar cada detalhe da compra a todo momento.

A seguir estão os principais pontos do site TokStok:

- Interface do usuário
  - A cor verde característica da marca é utilizada para destacar funcionalidades e conteúdos importantes, já a cor cinza da marca é vista em componentes de navegação;
  - As tipografias na interface da página são menos variadas, em comparação com o site da MadeiraMadeira, o que fortalece a consistência visual da marca;

- O estilo de comunicação de marca da Tok&Stok na página inicial difere da abordagem da MadeiraMadeira vista anteriormente, que enfatiza os preços dos produtos. Em vez disso, a Tok&Stok adota uma abordagem centrada na entrega de valor, utilizando imagens de produtos em ambientes reais e com pessoas utilizando os produtos, o que pode proporcionar uma sensação de humanização e identificação;
  - Nos catálogos de produto e na página de produto, optam por imagens do produto em fundo branco, para que o foco da imagem seja apenas as características do produto.
- Funcionalidades
    - A Tok&Stok apresenta uma quantidade menor de opções de filtros em comparação com o site da MadeiraMadeira, mas ainda oferece opções suficientes para realizar uma busca avançada. No entanto, a nomeação dos filtros pode ser um pouco confusa, sendo necessário passar o mouse sobre o título do filtro para entender o que ele oferece. Esse aspecto pode requerer um esforço adicional por parte do usuário para compreender as opções de filtragem disponíveis;
    - Ao acionar a barra de busca no site da Tok&Stok, o site oferece sugestões de produtos mais procurados, o que pode minimizar o esforço de digitação do usuário. Essa funcionalidade permite que o usuário clique diretamente no produto desejado e seja direcionado para a página do produto, agilizando o processo de busca.
    - O usuário pode indicar suas preferências em relação à montagem dos produtos adquiridos durante a etapa de compra. Esse recurso oferece ao usuário flexibilidade na escolha do serviço de montagem.
- Navegação
    - O site da Tok&Stok utiliza recursos interativos para apresentar os produtos, como ícones no menu de navegação e ao longo das páginas, imagens minimizadas de produtos para fazer recomendações e carrosséis com componentes de apresentação estáticos. Essa abordagem singular na forma de apresentar o conteúdo do site pode ser um grande diferencial da marca, tornando a experiência de navegação agradável e envolvente para os usuários;

- Fluxo de navegação sempre visível na tela, garantindo que os usuários possam navegar pelo site de forma eficiente e sem se perderem;
  - O menu de navegação da Tok&Stok apresenta todos os produtos disponíveis no site, inclusive os mais específicos. À medida que o usuário passa o mouse sobre um item do menu, novos itens relacionados aparecem, oferecendo uma navegação detalhada e abrangente;
  - O fluxo de compra da Tok&Stok é feito em uma única página, que é atualizada e expandida à medida que o usuário preenche suas informações. Esse recurso é interessante, pois proporciona ao usuário uma maior clareza em sua jornada de compra, permitindo que ele se concentre em preencher as informações necessárias sem a necessidade de navegar por várias páginas diferentes.
- Conteúdo
    - O ponto forte da Tok&Stok é o design de ambientes. O site conta com uma seção de recomendações de móveis por designers e serviços de arquitetura. Dessa forma, o usuário tem a opção de escolher produtos com base no design, permitindo que eles encontrem peças de mobiliário e decoração que se alinhem com suas preferências estéticas e estilo de design favorito;
    - O site da Tok&Stok apresenta várias seções de recomendações de móveis, estofados e decorações em várias páginas do site. Essa estratégia visa expor uma ampla variedade de produtos aos usuários, para gerar interesse e incentivar a exploração do site.
    - Assim como o MadeiraMadeira, a Tok&Stok oferece descrições detalhadas e fichas técnicas dos produtos para fornecer uma visão completa e precisa do produto. Assim como avaliações de outros compradores para garantir mais segurança na tomada de decisão.

### 3.4.3. Síntese da análise de similares

As informações coletadas na análise de similares foram sintetizadas no quadro abaixo para melhor visualização:

		
Interface	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Foco em promoções;</li> <li>● Laranja da marca em elementos de destaque;</li> <li>● Azul da marca em elementos de navegação;</li> <li>● Diversas tipografias e combinações tipográficas;</li> <li>● Banners personalizados na home.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Foco em design;</li> <li>● Verde da marca em elementos de destaque;</li> <li>● Cinza da marca em elementos de navegação;</li> <li>● Tipografias selecionadas pela marca, poucas combinações;</li> <li>● Banners personalizados na home.</li> </ul>
Funcionalidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Filtros avançados, lista extensa;</li> <li>● Sugestões de busca na barra de busca;</li> <li>● Ordenação dos resultados de busca;</li> <li>● Sem opção de montagem;</li> <li>● Favoritar produtos;</li> <li>● Avaliar produtos;</li> <li>● Área do cliente;</li> <li>● Central de ajuda;</li> <li>● Atendimento via WhatsApp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Filtros avançados;</li> <li>● Sugestões de busca na barra de busca;</li> <li>● Ordenação dos resultados de busca;</li> <li>● Oferece opção de montagem;</li> <li>● Favoritar produtos;</li> <li>● Avaliar produtos;</li> <li>● Área do cliente;</li> <li>● Cartão presente;</li> <li>● Lista de casamento;</li> <li>● Central de atendimento;</li> <li>● Atendimento via WhatsApp.</li> </ul>
Navegação	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menu de navegação apresenta todos os produtos;</li> <li>● Menu de navegação separa produtos por ambiente;</li> <li>● Carrosséis para recomendar produtos;</li> <li>● Etapa de compra em 3 páginas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menu de navegação apresenta todos os produtos;</li> <li>● Menu de navegação separa produtos por ambiente;</li> <li>● Carrosséis para recomendar produtos;</li> <li>● Etapa de compra em uma página.</li> </ul>
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Indica produtos em promoção;</li> <li>● Imagens de produto ambientadas;</li> <li>● Imagens de produto em fundo branco;</li> <li>● Imagens de produto em todos os ângulos;</li> <li>● Descrição breve do produto;</li> <li>● Ficha técnica do produto;</li> <li>● Avaliação de clientes;</li> <li>● Perguntas e respostas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Indica produtos em promoção;</li> <li>● Imagens de produto ambientadas apenas em banners;</li> <li>● Imagens de produto em fundo branco;</li> <li>● Imagens de produto em todos os ângulos;</li> <li>● Descrição detalhada do produto;</li> <li>● Ficha técnica do produto;</li> <li>● Avaliação de clientes;</li> <li>● Manual de montagem;</li> <li>● Informações de garantia, troca e devolução.</li> </ul>

O quadro da síntese da análise de similares, assim como as demais considerações feitas durante o plano de estratégia, foram utilizados como guia para criar o plano de escopo do projeto.

#### 4. PLANO DE ESCOPO

No plano de escopo, foi feito um levantamento das principais funcionalidades e requisitos de conteúdo do produto, levando em consideração os objetivos do produto, necessidades dos usuários e análise de similares realizadas na etapa anterior.

##### 4.2. Especificações funcionais

Para definir as funcionalidades da interface, foi preciso compreender os principais objetivos dos usuários ao acessar e interagir com um site e-commerce de móveis, eles são:

- Encontrar produtos do seu interesse ou que podem gerar seu interesse;
- Visualizar imagens e descrições de produtos;
- Comparar características, preços, dimensões e demais atributos dos produtos;
- Personalizar pesquisas para encontrar produtos com atributos do seu interesse;
- Salvar produtos do seu interesse destacando-os do restante dos produtos;
- Identificar informações de entrega, montagem e condições de garantia;
- Entrar em contato com a empresa para receber suporte e/ou esclarecer dúvidas;
- Acessar uma área própria do cliente onde pode consultar informações sobre pedidos e dados pessoais que foram preenchidos no site;
- Realizar uma compra.

As principais ações que serão realizadas pelo usuário dentro do site são:

Buscar produtos através da estrutura de navegação
Buscar produtos através do conteúdo fornecido na página inicial
Buscar produtos através de um campo de busca por digitação
Filtrar resultados de busca para realizar pesquisa avançada
Ordenar resultados de busca
Navegar nos catálogos de produtos
Conferir sugestões de produtos

Ler, avaliar e comparar informações
Criar conta e consultar área do cliente
Favoritar produtos
Escolher produtos adicionando-os ao carrinho
Entrar em contato com a empresa através do WhatsApp para sanar dúvidas;
Preencher informações pessoais, de frete e pagamento durante a etapa de compra;
Finalizar compra.

### 4.3. Requisitos de conteúdo

Por se tratar de um e-commerce de móveis, que possui uma variedade de produtos com características específicas, o mapeamento dos requisitos de conteúdo envolveu a identificação dos tipos de produtos anunciados e a categorização dos mesmos, visando proporcionar uma experiência de compra satisfatória.

Os produtos oferecidos no site são móveis e estofados, mais especificamente:

Sofás: sofás fixo, sofás de 2 lugares, sofás de 3 lugares, sofás-cama, puffs, poltronas, chaises;
Racks e painéis;
Mesas: mesas de jantar, mesas de cozinha, mesas de escritório, mesas de centro, mesas laterais, mesas de cabeceira;
Cadeiras: cadeiras para mesa de jantar, cadeiras para cozinha, cadeiras para escritório, bancos;
Camas e cabeceiras: camas de casal, camas queen, camas king, camas de solteiro, camas infantis;
Guarda roupas e cômodas: guarda roupas de casal, guarda roupas de solteiro, guarda roupas infantil, cômodas, cômodas infantis;



Armários: armários de cozinha, armários de banheiro, gabinetes de banheiro, armários multiuso, armários infantis;
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Estantes e cristaleiras.
--------------------------

Para facilitar a busca por produtos que compõem ambientes específicos, os produtos são categorizados por ambiente da seguinte forma:

Sala de estar: sofás, racks e painéis, mesas de centro, mesas laterais, estantes;
-----------------------------------------------------------------------------------

Sala de jantar: mesas de jantar, cadeiras de jantar, cristaleiras;
--------------------------------------------------------------------

Quarto: camas, cabeceiras, mesas de cabeceira, guarda roupas, cômodas;
------------------------------------------------------------------------

Cozinha: armários de cozinha, mesas de cozinha, cadeiras para cozinha, cozinha completa embutida;
---------------------------------------------------------------------------------------------------

Escritório: mesas de escritório, cadeiras de escritório, estantes;
--------------------------------------------------------------------

Banheiro: armários de banheiro, gabinetes de banheiro.
--------------------------------------------------------

Na **pesquisa avançada por filtros**, os usuários podem selecionar suas preferências com base nas opções:

Categoria
Cor
Material
Preço
Altura
Largura
Profundidade

As opções disponíveis na pesquisa avançada por filtros podem variar de acordo com o tipo de produto que o usuário estiver buscando, pois alguns produtos possuem propriedades distintas.

Para editar a **ordem dos resultados de busca**, os usuários podem optar pelos critérios:

Mais relevantes
Mais vendidos
Maior preço
Menor preço

Nas **páginas de catálogo** de produtos, os produtos são apresentados em *cards* individuais, contendo:

Imagem
Descrição breve
Preço
Indicação de ofertas (se aplicável)
Botão para adicionar o produto ao carrinho

Nas **páginas do produto**, o usuário tem as seguintes informações:

Imagens do produto para visualização detalhada
Título com descrição breve do produto
Descrição detalhada do produto
Preço do produto, incluindo opções de pagamento e parcelamento
Opções de cores disponíveis (dependendo do produto)
Opções de tamanhos disponíveis (dependendo do produto)

Ficha técnica com informações como altura, largura, profundidade, peso, tipo de tecido, tipo de material e nível de dificuldade da montagem
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Condições de garantia, troca ou devolução
-------------------------------------------

A **página de carrinho** e fluxo de compra seguem os padrões já estabelecidos no mercado.

## 5. PLANO DE ESTRUTURA

No plano de estrutura, as especificações funcionais e requisitos de conteúdo estabelecidos na etapa anterior foram detalhados e refinados. Nesta etapa, o comportamento desejado das funcionalidades é definido através do design de interação. Além disso, um plano de arquitetura da informação foi proposto para organizar o conteúdo de forma sistemática, a fim de facilitar o acesso e compreensão das informações pelo usuário.

### 5.1. Design de interação

Nessa etapa, foi realizado o mapeamento de possíveis ações e reações que ocorrem em cada página, visando criar uma experiência fluida e intuitiva.

Utilizei como base algumas funcionalidades mapeadas no “Plano de escopo” para determinar as principais interações no site, assim como o princípio de ação e reação para criar a comunicação entre interface e usuário. As ações são interações feitas ativamente pelo usuário através da interface, e reações são as respostas que a interface fornece ao usuário.

#### 5.1.1. Mapeamento das interações

- Buscar produtos através da estrutura de navegação:



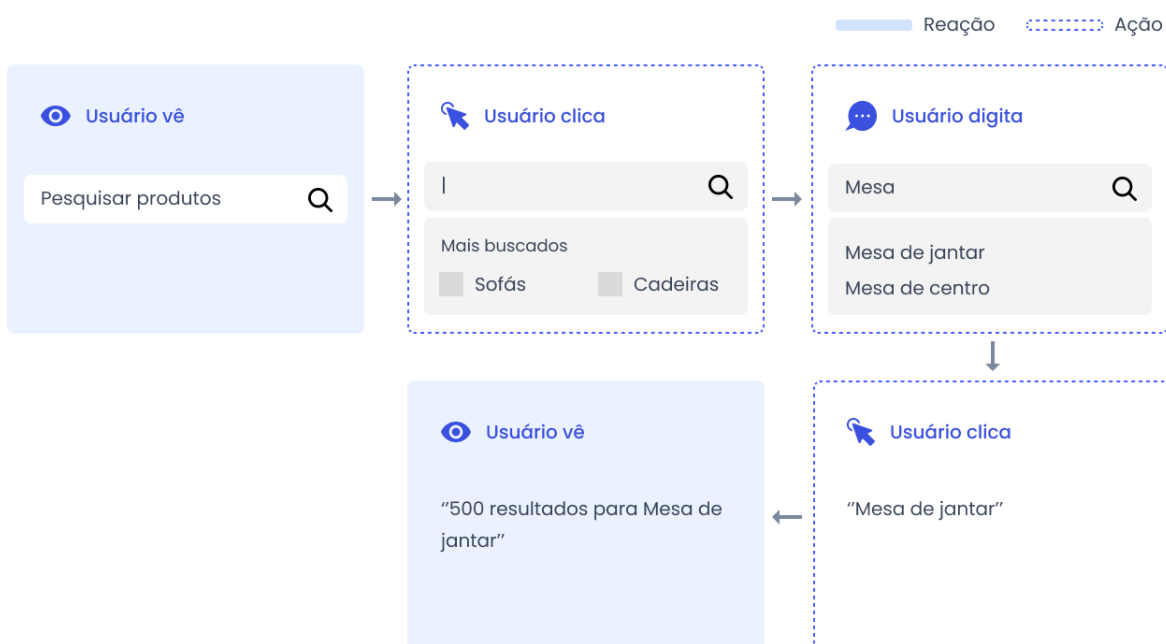
**Figura 63:** Design de interação (Autora, 2023)

- Buscar produtos através do conteúdo fornecido na página inicial:



**Figura 64:** Design de interação (Autora, 2023)

- Buscar produtos através de um campo de busca por digitação:



**Figura 65:** Design de interação (Autora, 2023)

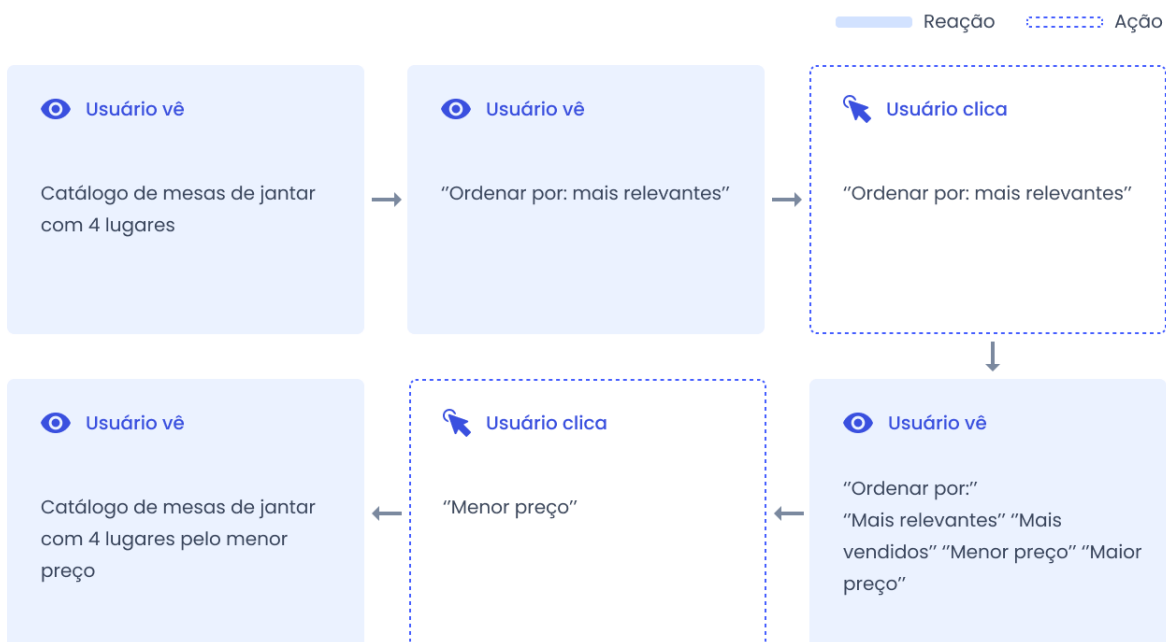
- Filtrar resultados de busca para realizar pesquisa avançada:

Z



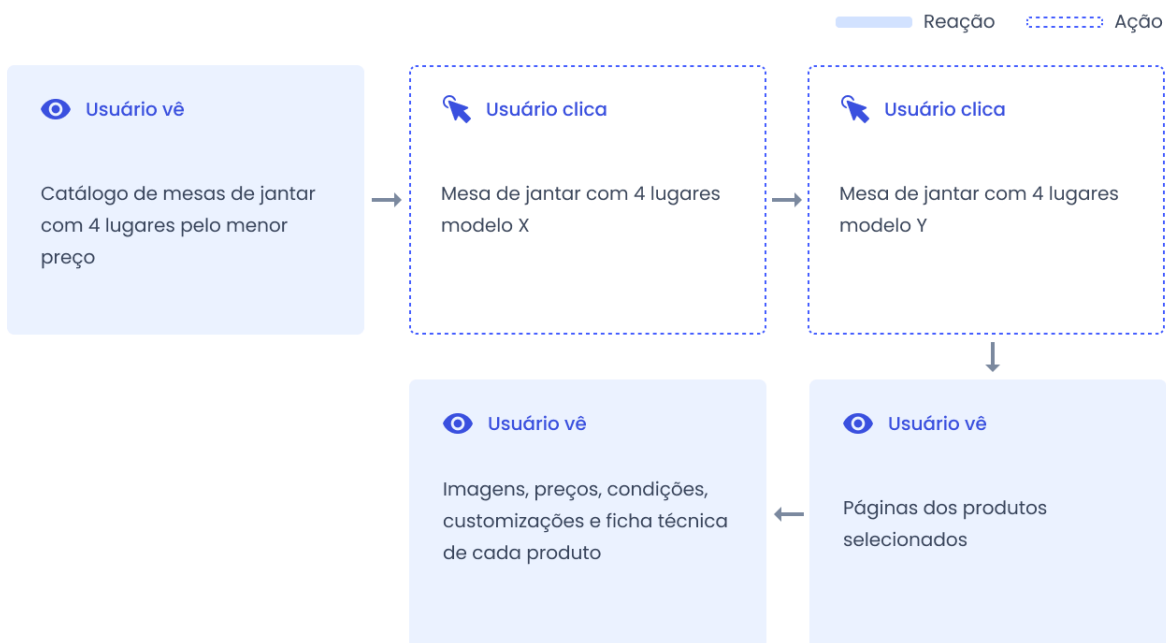
**Figura 66:** Design de interação (Autora, 2023)

- Ordenar resultados de busca:



**Figura 67:** Design de interação (Autora, 2023)

- Ler, avaliar e comparar informações:



**Figura 68:** Design de interação (Autora, 2023)

- Escolher produtos adicionando-os ao carrinho:



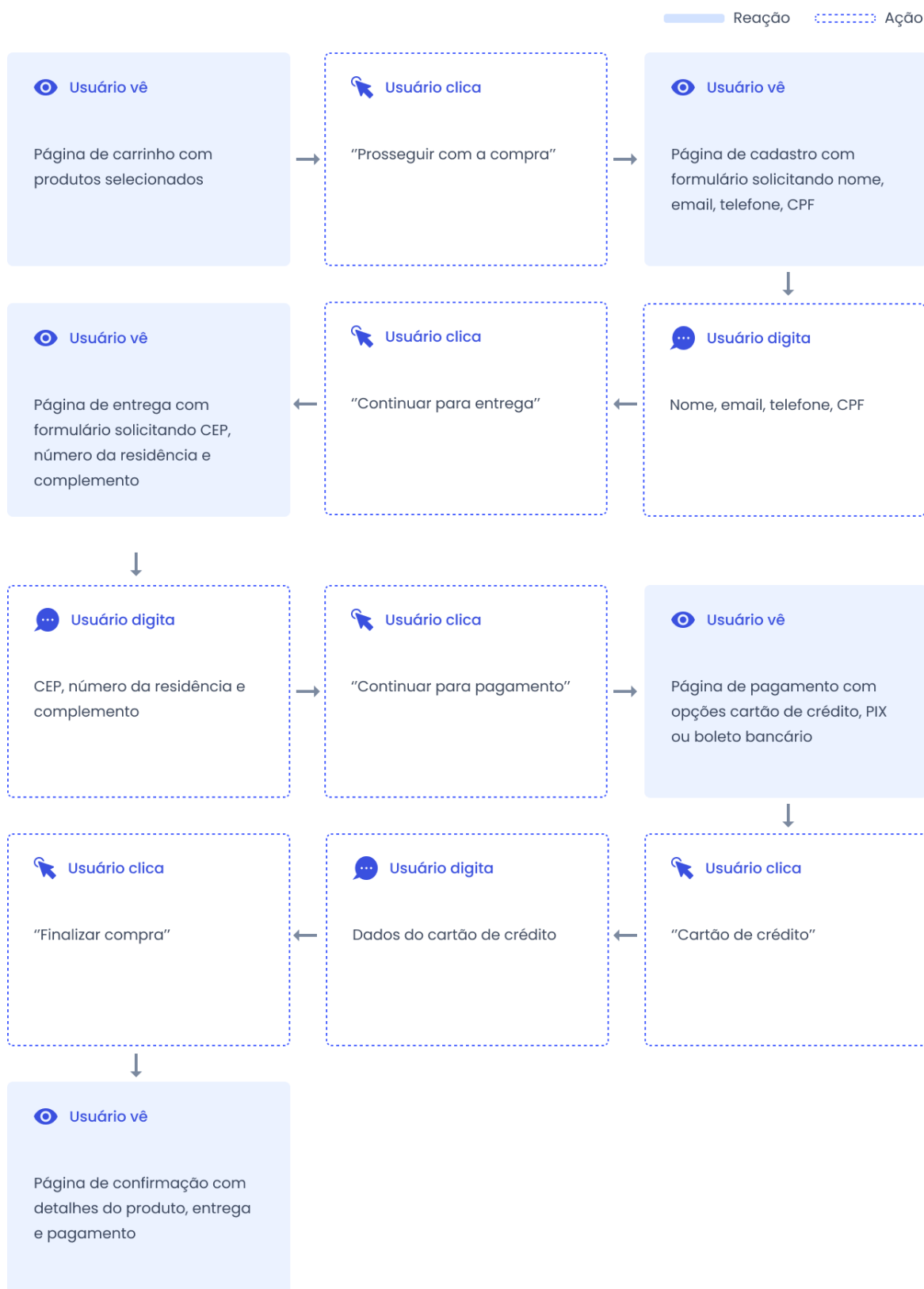
**Figura 69:** Design de interação (Autora, 2023)

- Conferir sugestões de produtos:



**Figura 70:** Design de interação (Autora, 2023)

- Preencher informações pessoais, de frete e pagamento durante a etapa de compra; finalizar compra:



**Figura 71:** Design de interação (Autora, 2023)



Através das figuras acima, é possível compreender as comunicações entre usuário e interface nas principais funcionalidades propostas pelo site.

## **5.2. Arquitetura da informação**

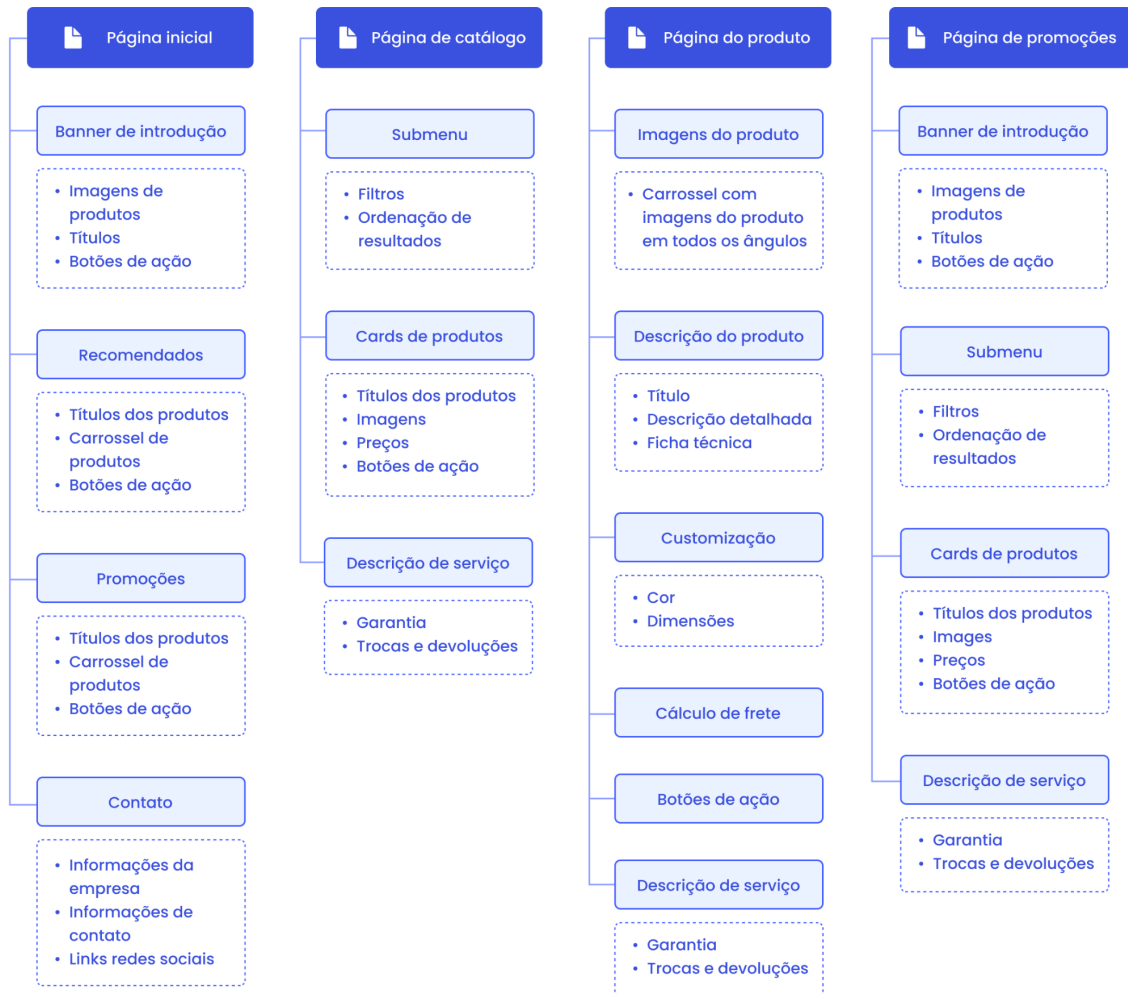
Em Arquitetura da informação, foi feita a estruturação das informações levantadas nos requisitos de conteúdo, do plano de escopo. O objetivo é organizar e categorizar o conteúdo do site de forma lógica e sistemática, para que as informações sejam acessadas e compreendidas com facilidade pelo usuário.

Para criar uma estrutura completa de um site e-commerce de móveis, foi definido os tipos de páginas que devem conter na interface, sendo elas:

- Página inicial;
- Catálogo de produtos;
- Catálogo de produtos por ambiente;
- Página do produto;
- Página de promoções;
- Página de cadastro;
- Área do cliente;
- Página de carrinho;
- Página de frete;
- Página de pagamento;
- Página de confirmação da compra.

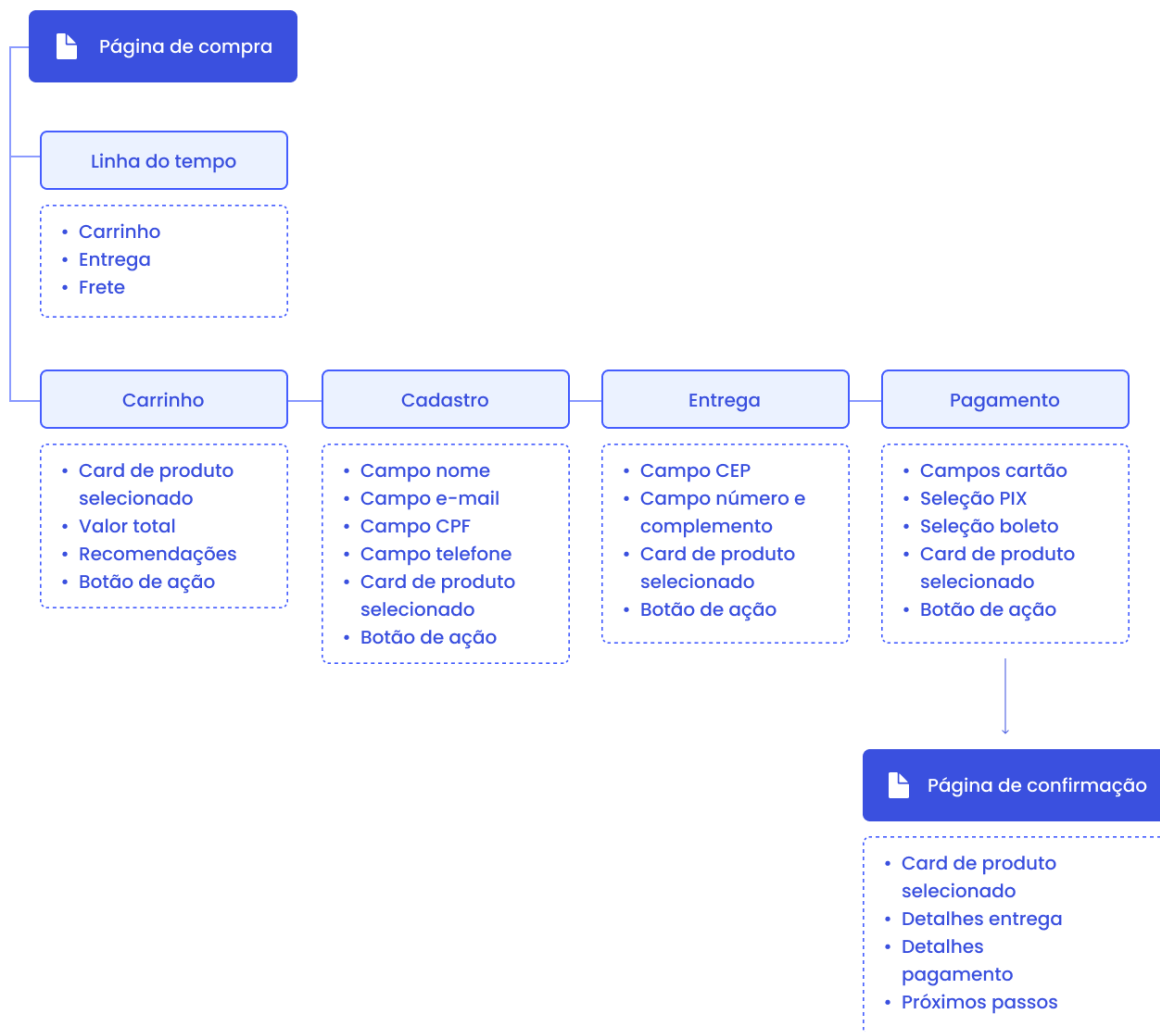
A seguir, é possível observar a estruturação dos conteúdos nas páginas listadas acima.

### **5.2.1. Organização do conteúdo**



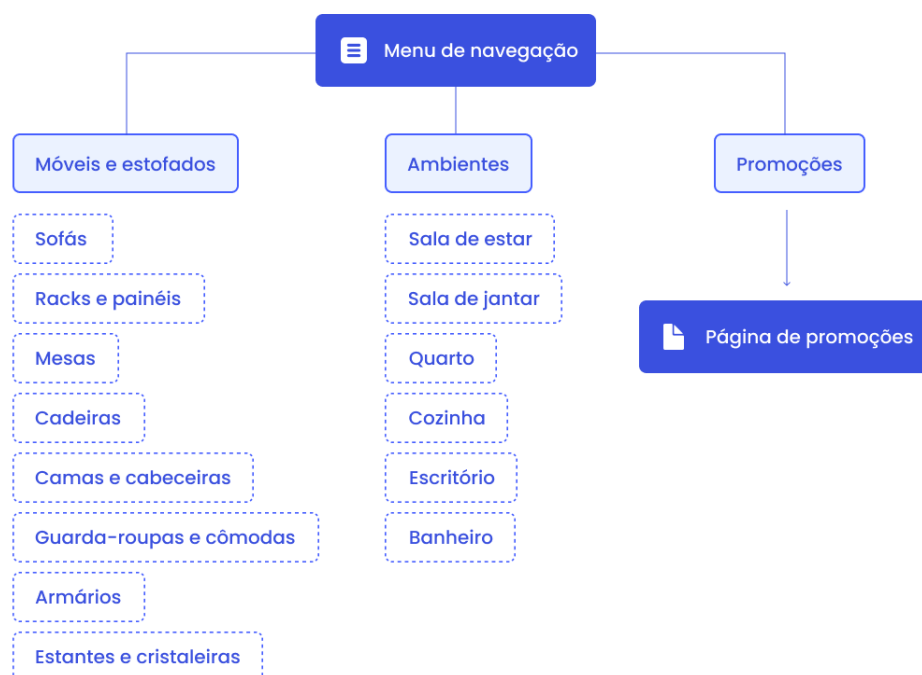
**Figura 72:** Arquitetura da informação (Autora, 2023)

Detalhamento do fluxo de conteúdo durante a etapa de compra:



**Figura 73:** Arquitetura da informação (Autora, 2023)

Proposta de estrutura de conteúdo para o menu de navegação:



**Figura 74:** Arquitetura da informação (Autora, 2023)

Com as interações e conteúdos mapeados e estruturados, é possível obter uma compreensão mais clara de como o produto funcionará e de como as informações serão entregues ao usuário. Na próxima etapa, chamada de plano de esqueleto, o plano de estrutura será refinado, permitindo uma visão ainda mais concreta do site. Nessa fase, serão definidos detalhes como a disposição dos elementos na interface, a hierarquia visual das informações e a navegação entre as páginas.

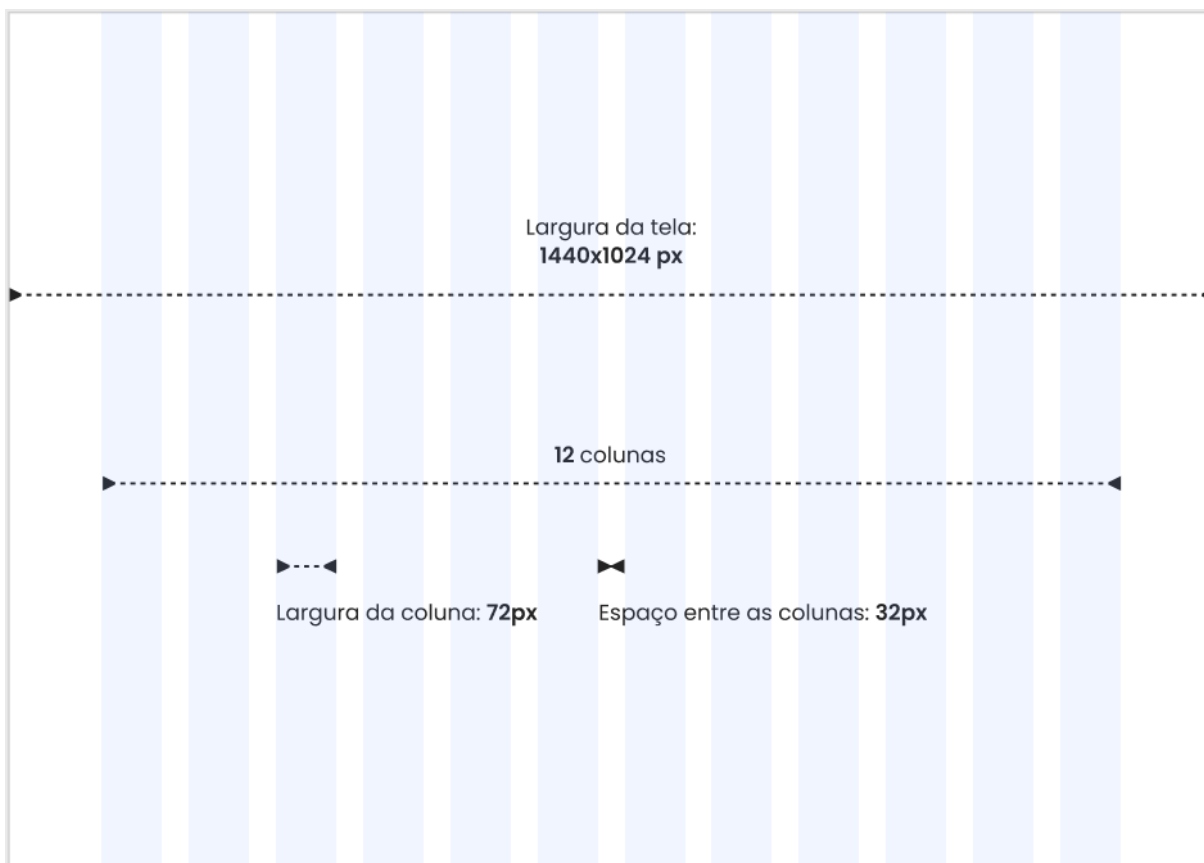
## 6. PLANO DE ESQUELETO

No plano de esqueleto, as estruturas criadas na etapa anterior foram refinadas e aprimoradas, explorando detalhes mais específicos de interface, navegação e organização das informações. Nesta etapa foram criadas as primeiras representações da interface através de wireframes.

### 6.1. Design de interface

O design de interface foi empregado para definir a aparência visual dos elementos, como botões, listas, campos de texto e outros, além de organizar esses elementos de forma coesa na interface como um todo.

### 6.1.1. Especificações das páginas



**Figura 75:** Design de interface (Autora, 2023)

Para definir o tamanho da tela e espaçamentos, utilizei como base o site Material Design. Material design é uma plataforma criada pela empresa Google que relata as melhores práticas de design de interface.

O tamanho escolhido é chamado “Desktop Large”, de 1440 x 1024 pixels, que segundo a fonte, entrega responsividade quando o site é acessado por telas de diferentes resoluções.

Para construir o grid da página, ela foi dividida em doze colunas de 72 pixels, com 32 pixels de espaçamento entre as colunas, e margens laterais de 112 pixels. A divisão em doze colunas permite versatilidade na construção da interface, como pode ser observado na figura a seguir:



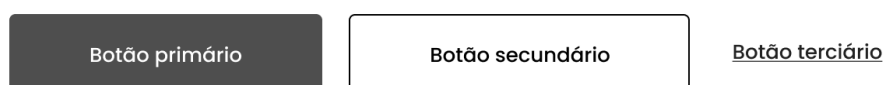
**Figura 76:** Design de interface (Autora, 2023)

O grid de doze colunas permite encaixar o conteúdo da página de diferentes formas. Os blocos numerados na figura representam componentes do site, que podem preencher duas colunas, três colunas, quatro colunas, seis colunas ou o total de doze colunas.

### 6.1.2. Componentes da interface

Em componentes da interface, foi criada uma prévia de como as principais funcionalidades do site aparecem visualmente para o usuário. Elas podem ser vistas nas figuras a seguir:

a) Botões de ação:



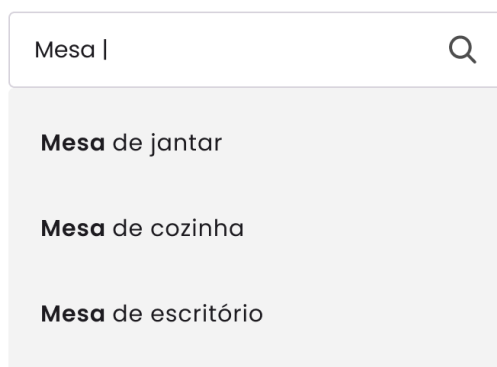
**Figura 77:** Componentes da interface (Autora, 2023)

**Botão primário:** se refere às ações principais dentro do site, como adicionar produtos ao carrinho e ações relacionadas ao fluxo de compra. Possui mais destaque visual, e tem como objetivo guiar o usuário a atingir um grande objetivo.

**Botão secundário:** usado em ações que não são principais, mas que ainda são relevantes. Possui menos destaque visual. Pode aparecer ao lado do botão primário para apresentar duas alternativas de ação para o usuário, nesse caso, a alternativa do botão secundário é sempre menos pertinente.

**Botão terciário:** usado para ações menos importantes e que não necessitam de destaque na página, como consultar detalhes específicos, acessar links, etc.

b) Barra de busca:



Um formulário de busca com o texto "Mesa |" e um ícone de lupa. Abaixo dele, um menu suspenso com três opções: "Mesa de jantar", "Mesa de cozinha" e "Mesa de escritório".

**Figura 78:** Componentes da interface (Autora, 2023)

Exemplo da barra de busca sendo utilizada e das recomendações que podem aparecer durante a busca.

c) Campos de digitação

Campo habilitado



Um campo de texto com o texto "Amanda |" e um cursor de texto.

Campo desabilitado

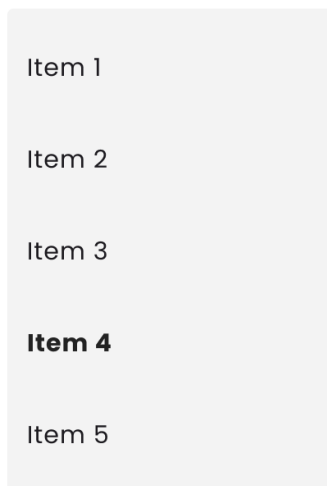


Um campo de texto com o texto "Digite seu e-mail" em cinza, indicando que não pode ser editado.

**Figura 79:** Componentes da interface (Autora, 2023)

Os campos de digitação são usados em formulários, principalmente na etapa de compra. A funcionalidade segue os padrões de interface e comportamento já conhecidos no mercado.

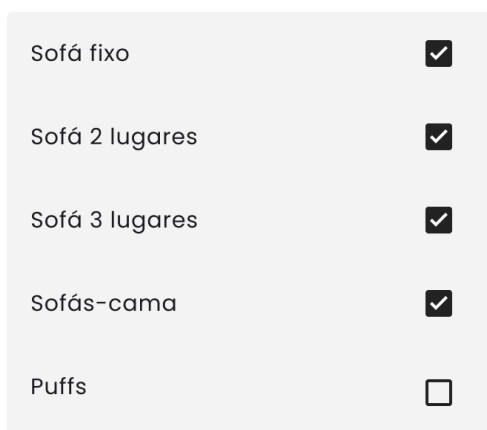
d) Lista vertical de itens:



**Figura 80:** Componentes da interface (Autora, 2023)

A lista vertical de itens foi utilizada no menu de navegação e na interação de ordenar os resultados de busca, o objetivo da funcionalidade é mostrar ao usuário todas as opções disponíveis em determinada área do site.

e) Caixas de seleção



**Figura 81:** Componentes da interface (Autora, 2023)



As caixas de seleção foram usadas na funcionalidade de filtros, o usuário pode habilitar e desabilitar as características de produtos que lhe interessam, e a lista de móveis é atualizada automaticamente.

f) *Cards* de produto



**Figura 82:** Componentes da interface (Autora, 2023)

O conteúdo principal previsto para os *cards* de produto são imagem do produto, título do produto, descrição breve, valor e botão de ação primário.

Contudo, é válido ressaltar que as figuras acima são uma representação inicial das funcionalidades. O design final foi refinado e concluído no plano de superfície, onde foi feita a aplicação da identidade visual da marca e a composição das funcionalidades com a interface como um todo.

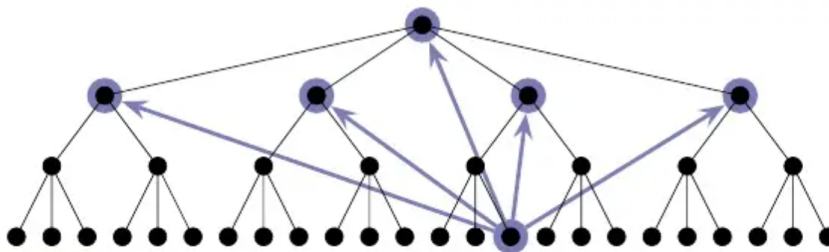
## 6.2. Design de navegação

De acordo com o framework de GARRETT, existem diferentes tipos de design de navegação que podem ser utilizados na estruturação de um website. No projeto em questão, optei por utilizar os modelos de navegação global e local, descritos a seguir.

### 6.2.1. Navegação global

A navegação global permite que o usuário navegue pelo site como um todo, independente da página que esteja acessando no momento, é um recurso de navegação fixo e apresenta links para as principais seções.

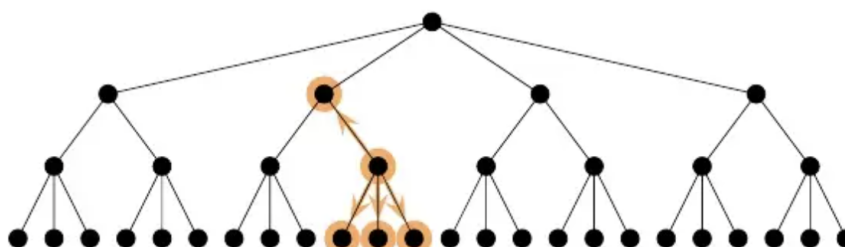
No contexto do projeto, a navegação global é feita por meio do menu de navegação, ele está presente em todas as páginas do site e apresenta o conteúdo principal do site por meio de tópicos.



**Figura 83:** Design de navegação (GARRETT, 2010)

### 6.2.2. Navegação local

A navegação local permite que o usuário explore opções dentro de uma determinada área do site. No projeto, um exemplo de navegação local é a funcionalidade de filtros em páginas de catálogo, onde o usuário pode explorar opções de produtos de forma mais específica e de acordo com o contexto da página.

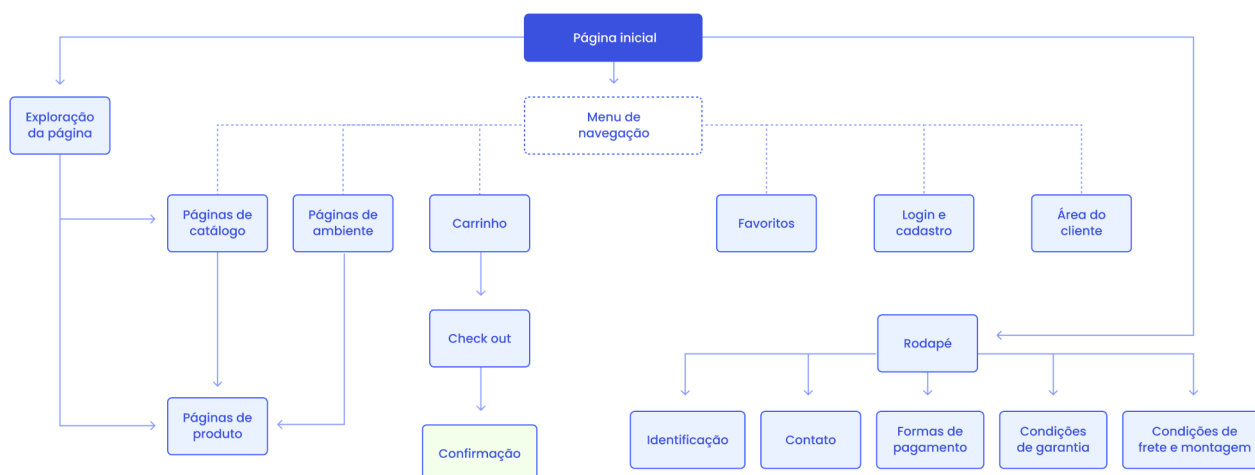


**Figura 84:** Design de navegação (GARRETT, 2010)

### 6.3. Design de informação

Na parte de design da informação, foi estabelecida a visualização da estrutura do site de forma mais clara através da criação de um mapa do site.

### 6.3.1. Mapa do site



**Figura 85:** Mapa do site (Autora, 2023)

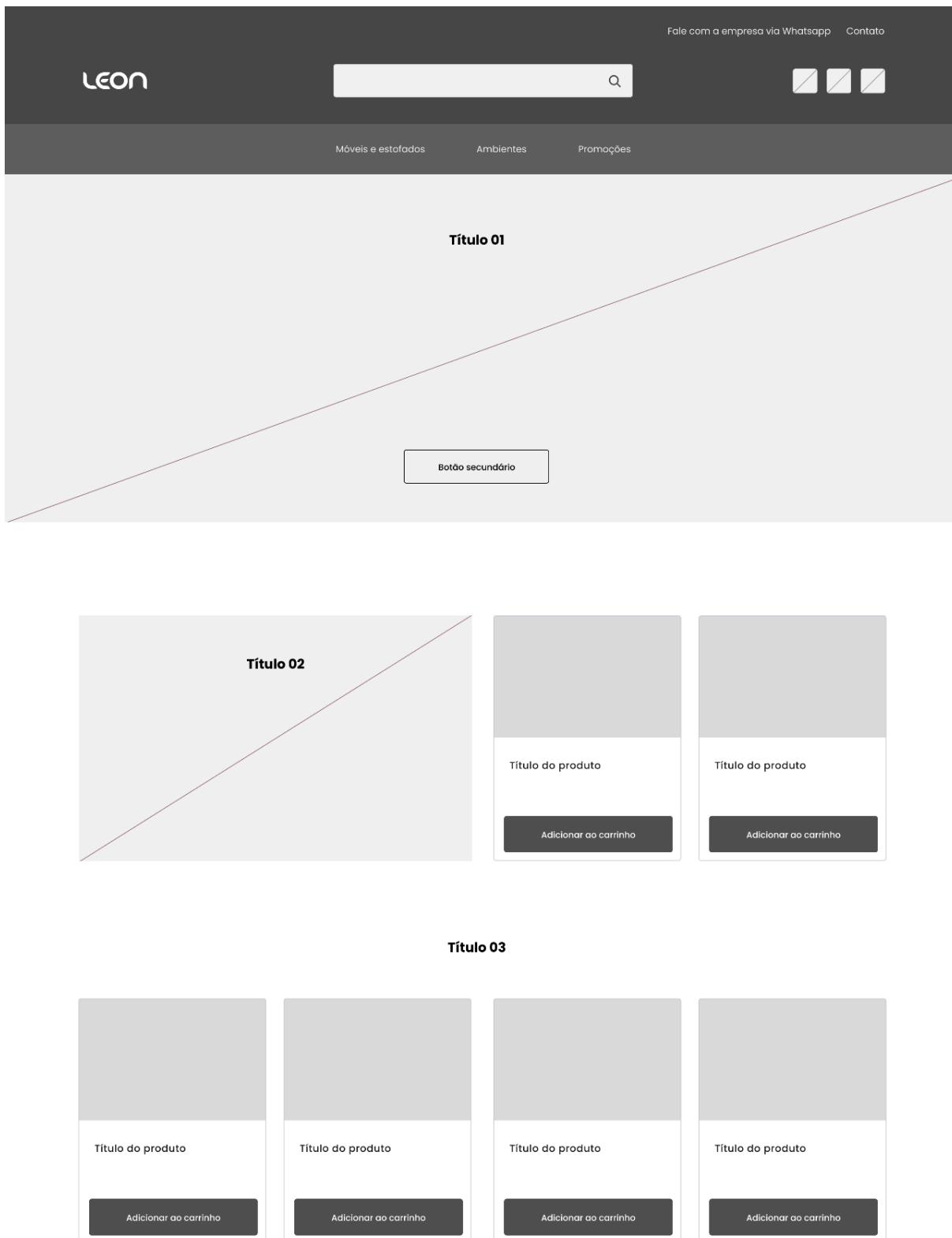
O fluxo acima, denominado mapa do site, é uma representação visual simplificada de como todas as páginas se relacionam dentro da estrutura.

Na teoria, o primeiro contato do usuário com a interface é feito através da página inicial. Nesta página, o usuário pode explorar os conteúdos durante a navegação vertical, que podem levá-lo para páginas de catálogo, páginas de produto e rodapé do site. O rodapé oferece informações importantes sobre a empresa, contatos para atendimento, condições de pagamento, garantia, frete e montagem. Através da página inicial, o usuário também tem acesso ao menu de navegação.

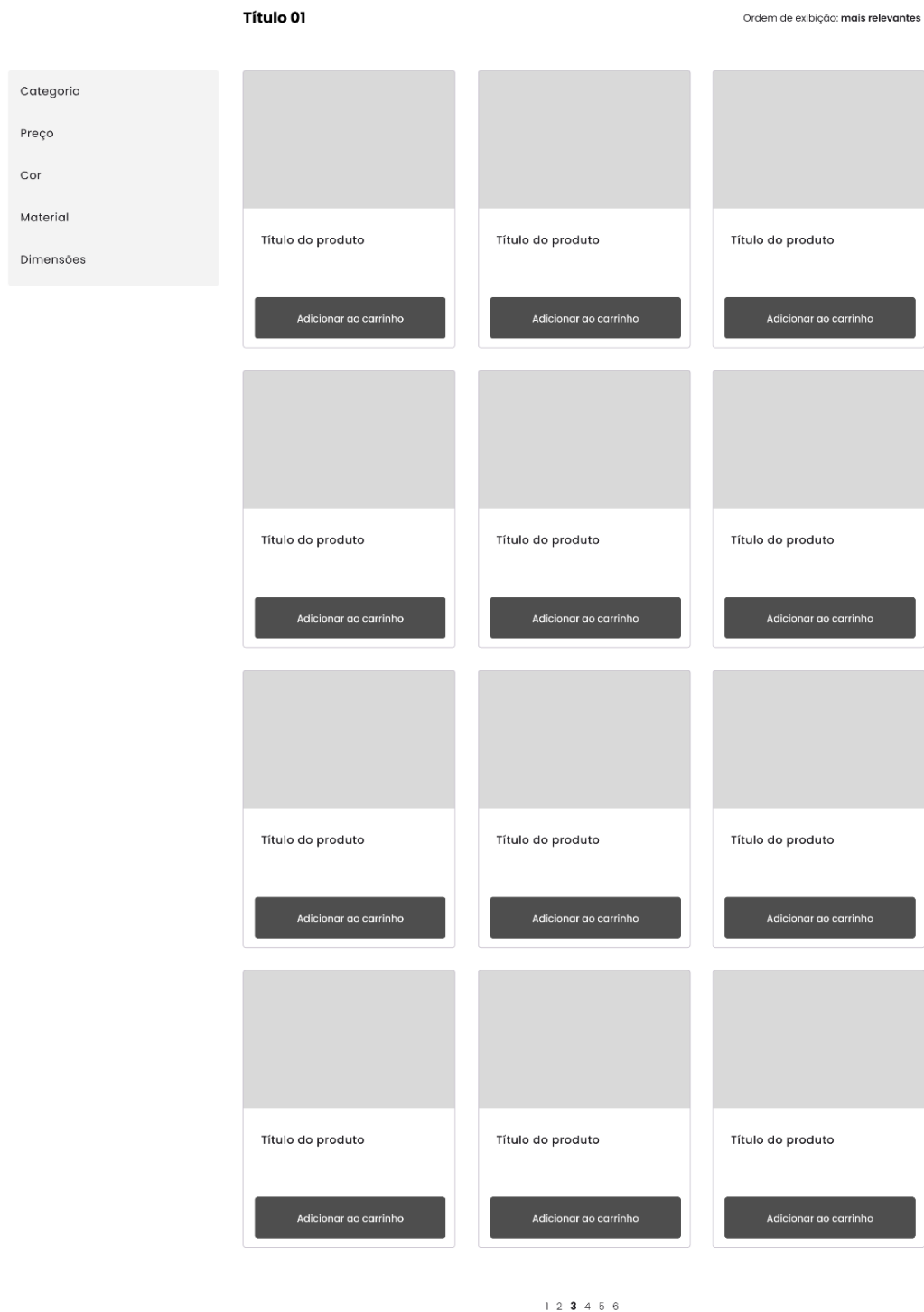
O menu de navegação é o principal meio de organização das informações dentro da interface, por conta disso, está presente em todas as páginas. Através do menu de navegação, o usuário tem acesso às páginas de catálogo, páginas de ambientes, páginas de busca por digitação, login e cadastro, e área do cliente. O menu também conta com funcionalidades essenciais para o fluxo de compra, como carrinho e favoritos.

A página inicial, páginas de catálogo e página de ambientes são os únicos meios de levar o usuário até uma página de produto, através dos *cards*. O usuário pode adicionar um produto ao carrinho através do card do produto ou da página do produto, mas a única forma de se direcionar até o carrinho é interagindo com o menu.

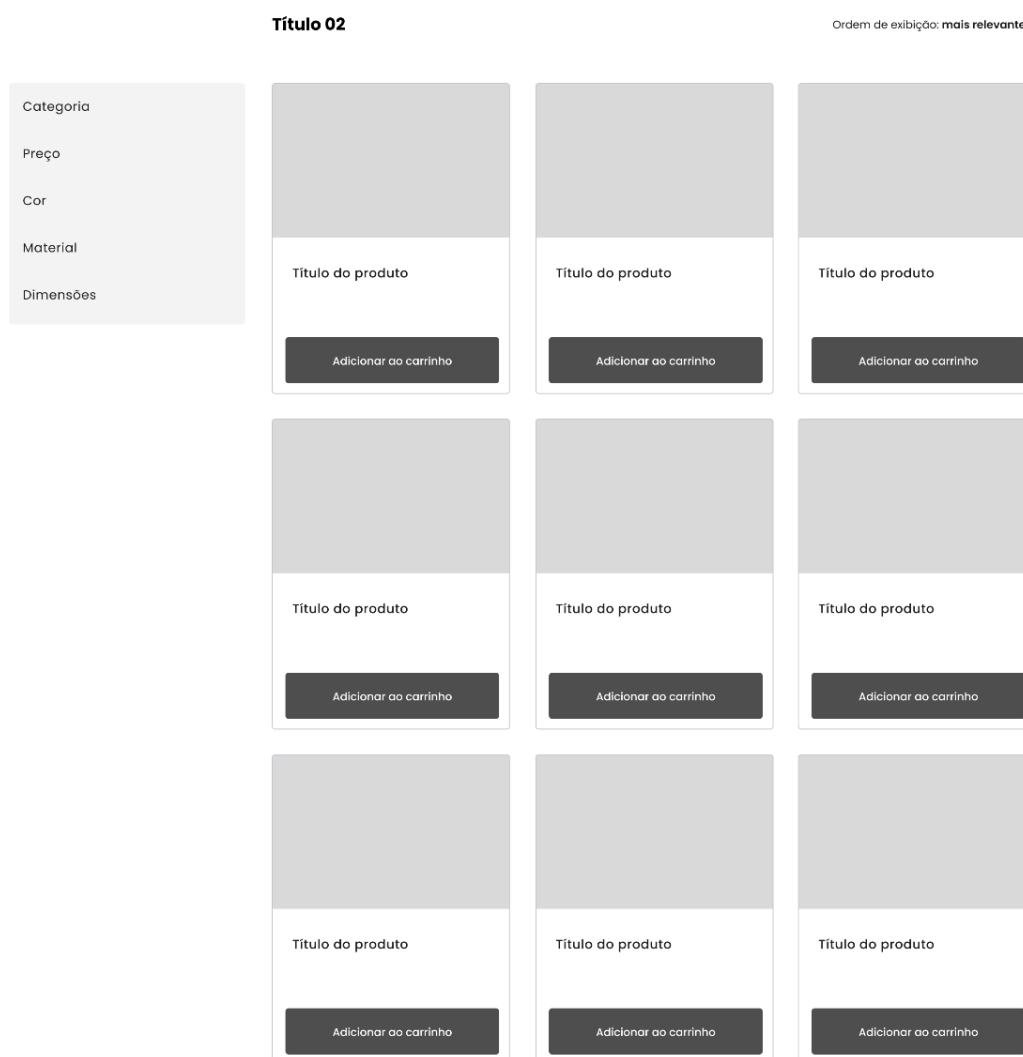
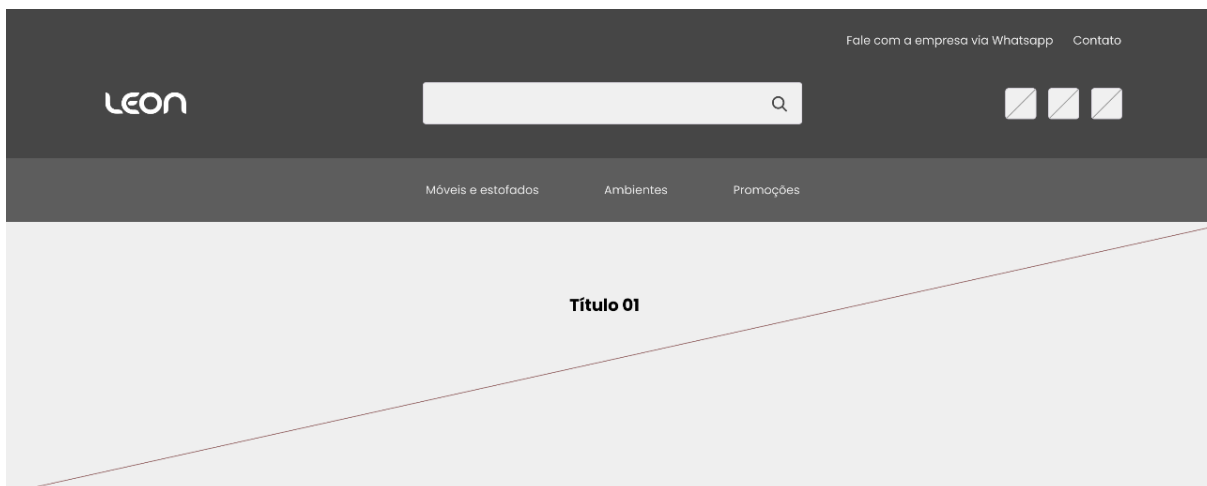
## 6.4. Wireframes



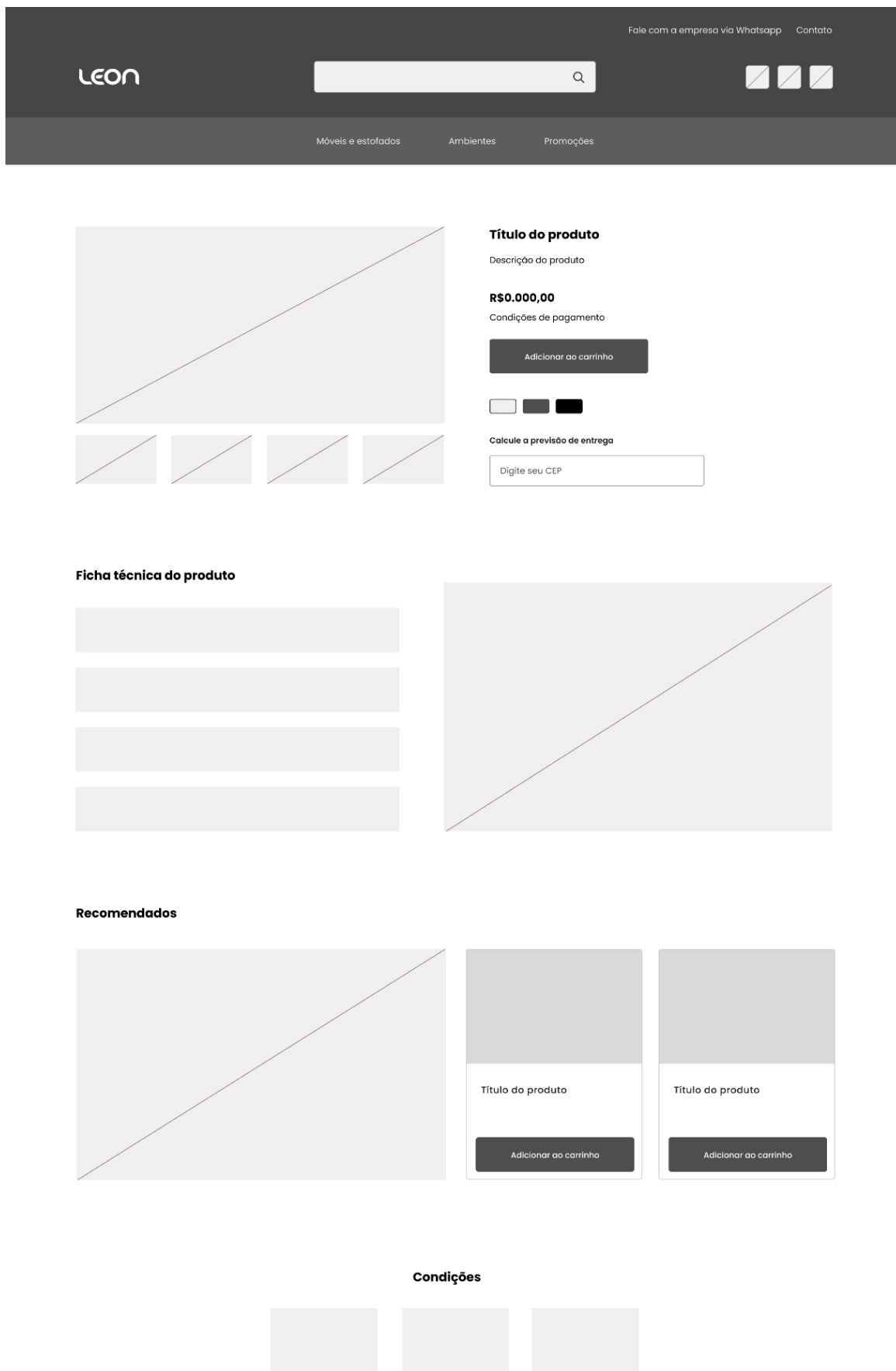
**Figura 86:** Wireframe - Página inicial (Autora, 2023)



**Figura 87:** Wireframe - Catálogo de produtos (Autora, 2023)



**Figura 88:** Wireframe - Catálogo de produtos por ambiente (Autora, 2023)



**Figura 89:** Wireframe - Página de produto (Autora, 2023)

## 7. PLANO DE SUPERFÍCIE

### 7.1. Cores

Durante o briefing realizado no plano de estratégia, a sócia da empresa delimitou as cores da marca. Para determinar a paleta de cores da interface, foi feita uma breve análise das comunicações visuais da marca em seus principais canais de contato. A identidade da empresa é caracterizada pelo uso das cores preto, branco e diferentes tonalidades de cinza. Consequentemente, ao desenvolver a paleta de cores para a interface, as cores da marca foram mantidas para garantir consistência.

#### Cores da interface

##### Escala de cores



##### Preto

#222222  
34 34 34

##### Cinza 1

#3C3C3C  
60 60 60

##### Cinza 2

#6C6C6C  
108 108 108

##### Cinza 3

#F3F3F3  
243 243 243

##### Branco

#FFFFFF  
255 255 255

##### Cores de fundo



##### Preto

#222222  
34 34 34

##### Cinza 1

#3C3C3C  
60 60 60

##### Cinza 3

#F3F3F3  
243 243 243

##### Branco

#FFFFFF  
255 255 255

##### Cores de texto



##### Preto

#222222  
34 34 34

##### Cinza 2

#6C6C6C  
108 108 108

##### Branco

#FFFFFF  
255 255 255

##### Sinalização



##### Verde

#549B68  
84 155 104

##### Vermelho

#CC6464  
204 100 100

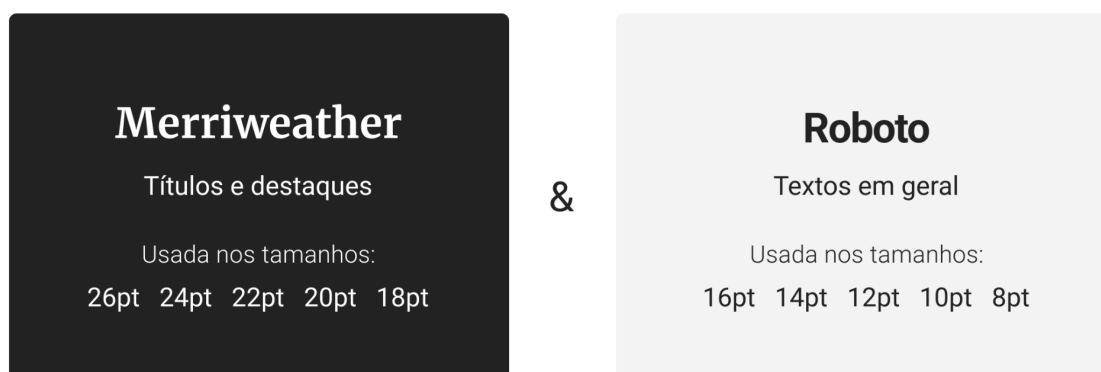
- Ações concluídas
- Destaques
- Promoções

- Ações não concluídas
- Mensagens de erro

**Figura 90:** Cores da interface (Autora, 2023)



## 7.2. Tipografia



**Figura 91:** Tipografias da interface (Autora, 2023)

A empresa não possui tipografias estabelecidas, no entanto, as tipografias clássicas com serifa estão muito presentes em suas comunicações. Para manter a coerência com o estilo visual da marca, foi preciso buscar uma tipografia serifada para títulos e destaques. A tipografia escolhida foi a Merriweather.

A escolha da tipografia Merriweather foi feita com base nos seguintes critérios:

- É uma tipografia com serifa amplamente utilizada no meio digital, semelhante às que a marca utiliza nos pontos de contato;
- Possui alta legibilidade e contraste mesmo em tamanhos e espessuras menores;
- Família tipográfica abrangente, possui variações de pesos e estilos que geram versatilidade;
- A parte numérica também foi um fator levado em consideração durante a escolha da tipografia, visto que o emprego de números são muito recorrentes na interface. A Merriweather possui numerais legíveis e imponentes. Isso possibilitou usar a tipografia até mesmo na exposição dos preços dos produtos, sem interferir na legibilidade e compreensão dos mesmos;
- A junção das serifas com o design arredondado da tipografia pode transmitir sofisticação e conforto simultaneamente, conceitos que fazem sentido dentro do contexto de móveis.

Já no caso dos textos, a tipografia escolhida foi a Roboto. Além da alta legibilidade e versatilidade de tamanhos e estilos, é bastante utilizada e é familiar para os usuários. Outro fator que influenciou na escolha foi seu aspecto contemporâneo, que gera equilíbrio junto ao estilo clássico da Merriweather.

### 7.3. Logo da empresa



**Figura 92:** Logo da empresa padrão e invertida (Leon Móveis e Estofados, 2023)

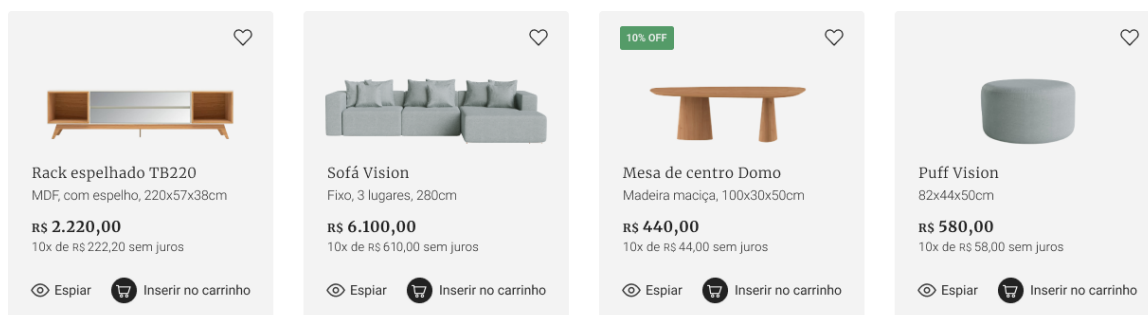
### 7.4. Imagens

As imagens, assim como os detalhes de cada produto, foram coletados através de catálogos de fornecedores enviados pela empresa. Ao todo, 20 catálogos de produtos foram disponibilizados pela empresa, através dos catálogos foi possível coletar informações necessárias para compor o conteúdo do site.

Ao observar os catálogos, foi determinado como faria o tratamento das imagens na interface.

- Imagens em fundo transparente

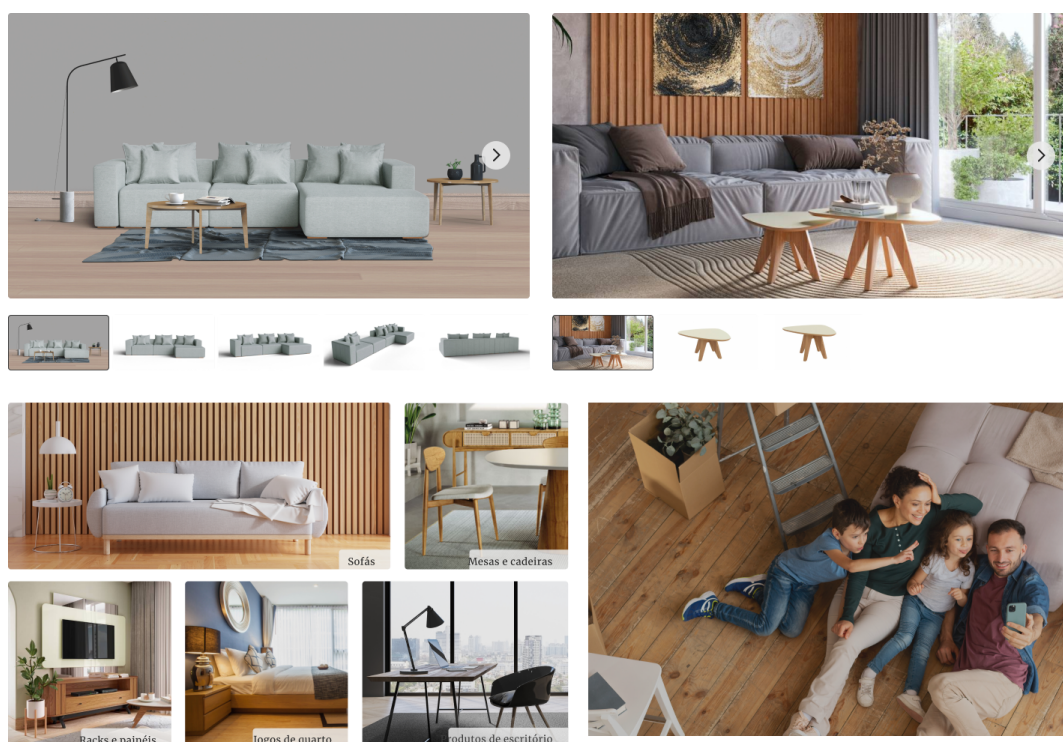
Foi possível observar que nem todos os fornecedores possuem imagens ambientadas dos produtos. Logo, para garantir a padronização na apresentação dos produtos em páginas de catálogo, foram inseridas imagens com fundo transparente nos *cards* de produto, como na imagem abaixo:



**Figura 93:** Uso de imagens no site 1 (Autora, 2023)

- Imagens ambientadas

Na página inicial, páginas de produto e páginas de ambientes, imagens ambientadas foram priorizadas. A ambientação proporciona aos usuários uma visão mais realista e envolvente, uma noção mais clara de como o produto se encaixa dentro de um contexto, podendo gerar mais engajamento e conexão. Exemplos de imagens ambientadas podem ser vistos abaixo:



**Figura 94:** Uso de imagens no site 2 (Autora, 2023)

- Imagens em fundo branco

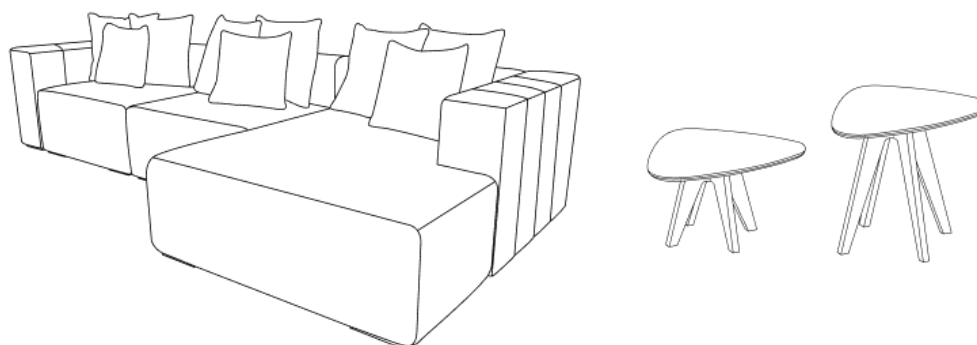
Nas páginas de produto, além das imagens ambientadas, foi preciso inserir imagens em fundo branco para oferecer uma visão focada no produto. Os produtos também foram apresentados em diferentes ângulos para que o usuário possa ter completa compreensão de detalhes.



**Figura 95:** Uso de imagens no site 3 (Autora, 2023)

## 7.5. Ilustrações

O único recurso de ilustração utilizado neste projeto foram os desenhos técnicos dos produtos, que assim como as imagens, foram retirados dos catálogos de fornecedores. A finalidade dos desenhos é prover uma representação visual da estrutura e detalhes sobre as dimensões do produto de forma prática.

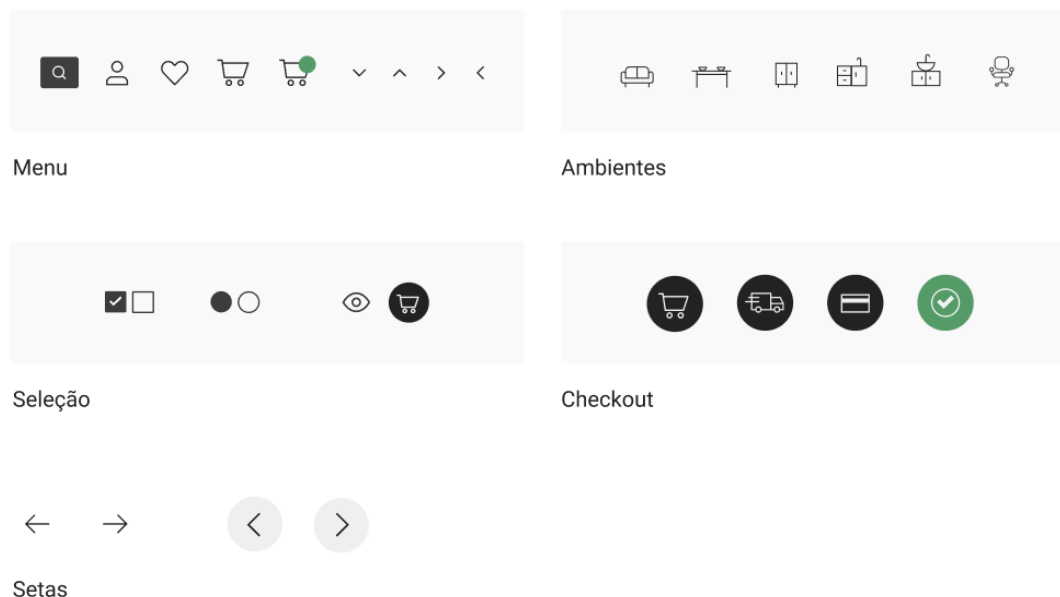


**Figura 95:** Ilustrações do site (Autora, 2023)

Ao analisar o material dos fornecedores, foi identificado que todos oferecem ilustrações dos produtos nos catálogos ou manuais de montagem, tornando possível o uso das ilustrações no site para cada produto sem complicações. No entanto, cada fornecedor entrega um estilo de ilustração diferente, logo, os traços e perspectivas das ilustrações podem variar dependendo do produto.

## 7.6. Iconografia

### Seleção de ícones



**Figura 95:** Ícones do site (Autora, 2023)

Foram criados ícones para diversas finalidades: os ícones de menu são padrão em sites e-commerce, já conhecidos pelos usuários, estão presentes em todas as páginas pois servem para auxiliar a navegação global.

Os ícones de ambientes foram feitos para complementar os textos no menu, a fim de reforçar a distinção entre os ambientes. Os ícones de check out possuem finalidade semelhante, que no caso é reforçar em que momento da etapa de compra o usuário se encontra.

Os ícones de seleção são interações presentes em momentos de tomada de decisão, podem ser vistos em *cards* de produto, filtros e durante o check out.

Por fim, as setas foram utilizadas também como recurso de navegação, principalmente em carrosséis de imagens e produtos.

## 8. PROTÓTIPOS DE ALTA FIDELIDADE

### 8.1. Página inicial

**LEON** Estabados ▼ Móveis ▼ Arredores ▼ Promoções

Busque produtos para a sua casa

**O máximo de conforto e encanto para o seu lar**  
 Produtos com até 30% de desconto

36 vezes para a cozinha

**Produtos mais procurados**

- Sofás
- Mesas e cadeiras
- Faixas e puxadões
- Legos de quarto
- Produtos de escritório

**Novos produtos adicionados**

- Mesa Branca: 100% MADE IN BRAZIL, 1,80x75x112cm. R\$ 2.920,00. Ou de R\$ 195,00 sem juros. [Esquece](#) [Insere no carrinho](#)
- Cadeira Zoa: Madeira maciça, 57x69x85cm. R\$ 890,00. Ou de R\$ 49,00 sem juros. [Esquece](#) [Insere no carrinho](#)
- Mesa lateral Era Double: Madeira maciça, 70x50x20cm. R\$ 400,00. Ou de R\$ 43,00 sem juros. [Esquece](#) [Insere no carrinho](#)

**Produtos em promoção até 30% OFF**

- Conjunto mesas de centro Ivy: 100% MADE IN BRAZIL, 40x40x40cm. R\$ 530,00. Ou de R\$ 500,00 sem juros. [Esquece](#) [Insere no carrinho](#)
- Rack Espetado T33.200: 100% MADE IN BRAZIL, 120x200x180cm. R\$ 2.220,00. Ou de R\$ 222,00 sem juros. [Esquece](#) [Insere no carrinho](#)
- Sofá 100% MADE IN BRAZIL, 170x170x85cm. R\$ 4.130,00. Ou de R\$ 1.130,00 sem juros. [Esquece](#) [Insere no carrinho](#)

**Nossa missão é ajudar você a construir a casa dos seus sonhos :)**  
 Em caso de dúvidas, entre em contato nos canais abaixo para receber um atendimento personalizado

Contato: atendimento@leon.com | (11) 3111-9999 | Entre em contato via WhatsApp | Perguntas frequentes

Formas de pagamento: Visa, Mastercard, PIX, Boleto

Garantia: Confira as condições de garantia

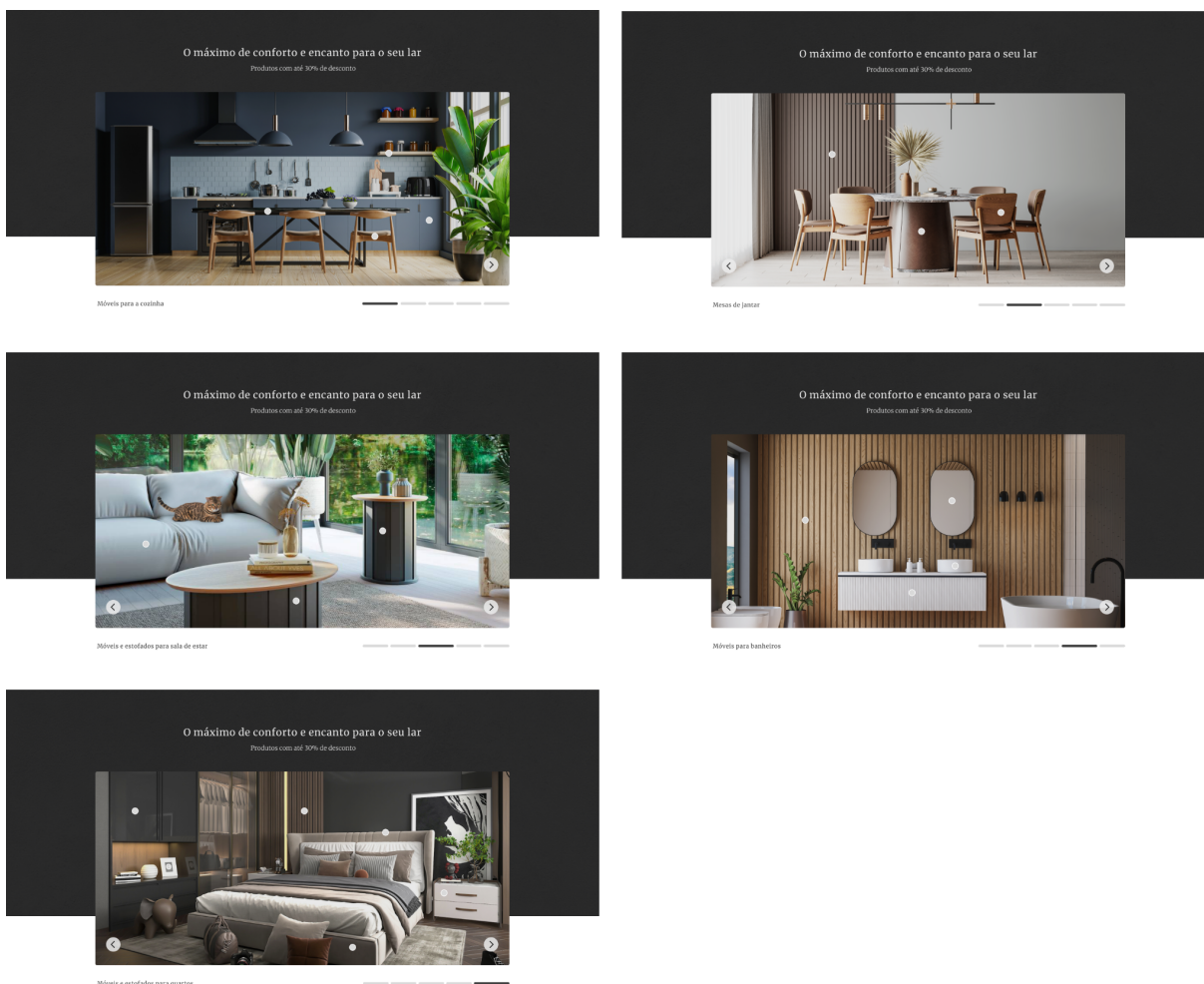
Frete e montagem: Confira as condições de frete e montagem

Rua: Rua Comercio de Móveis LTDA, CNPJ: 01.315.923/0001-03, Rua Corvini Corvini 208, Ribeirão Preto, SP, 13.701-030

**Figura 96:** Página inicial (Autora, 2023)

Na página inicial do site, o objetivo foi fornecer uma visão geral de todos os produtos oferecidos pela empresa. Produtos considerados de maior valor para o negócio receberam destaque.

### Página inicial – Seção 1



**Figura 97:** Página inicial – Seção 1 (Autora, 2023)

A primeira seção do site é composta por um carrossel de imagens destacando ambientes e seleções de produtos. A seção apresenta móveis para cozinha, mesas de jantar, móveis e estofados para sala de estar, móveis para banheiros, móveis e estofados para quartos.

O usuário pode consultar o nome e o valor dos produtos presentes em cada imagem ao passar o mouse sobre os produtos de seu interesse, tal interação pode ser visto na imagem abaixo:



Móveis para a cozinha



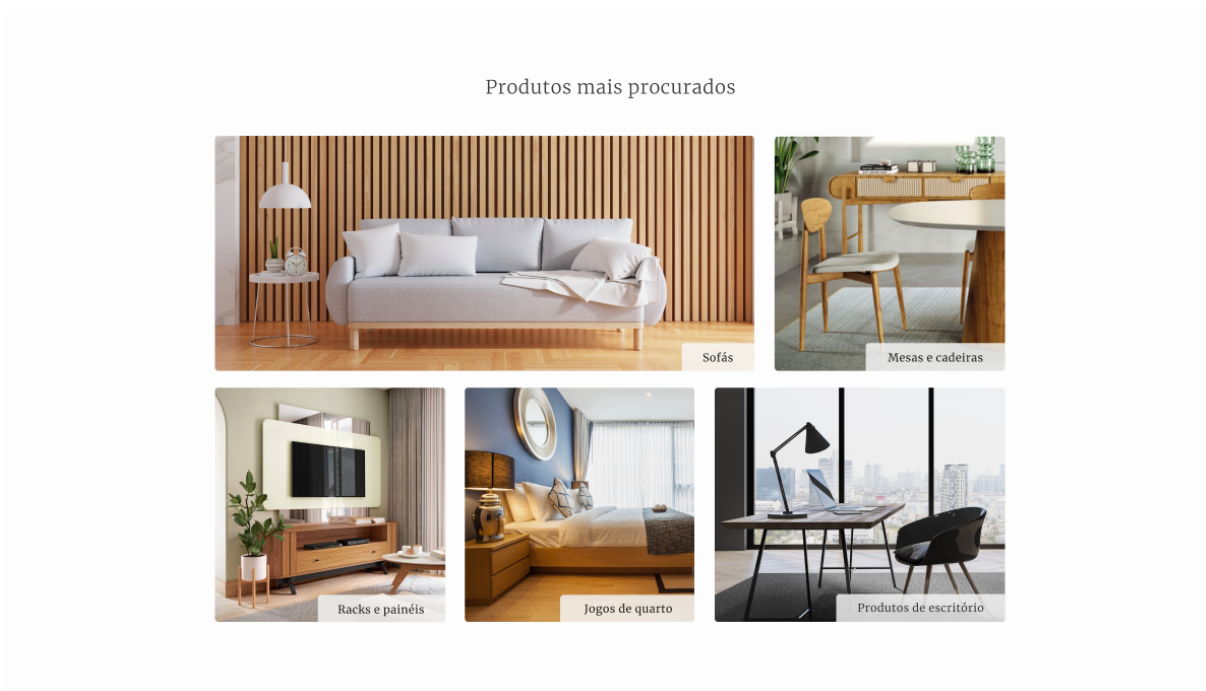
Móveis para a cozinha

**Figura 98:** Página inicial – Seção 1 (Autora, 2023)

No protótipo, é possível apenas visualizar o nome e o valor do produto, mas a interação real prevê que ao clicar na informação sobre o produto, a página do respectivo produto será aberta em uma nova aba.



## Página inicial – Seção 2

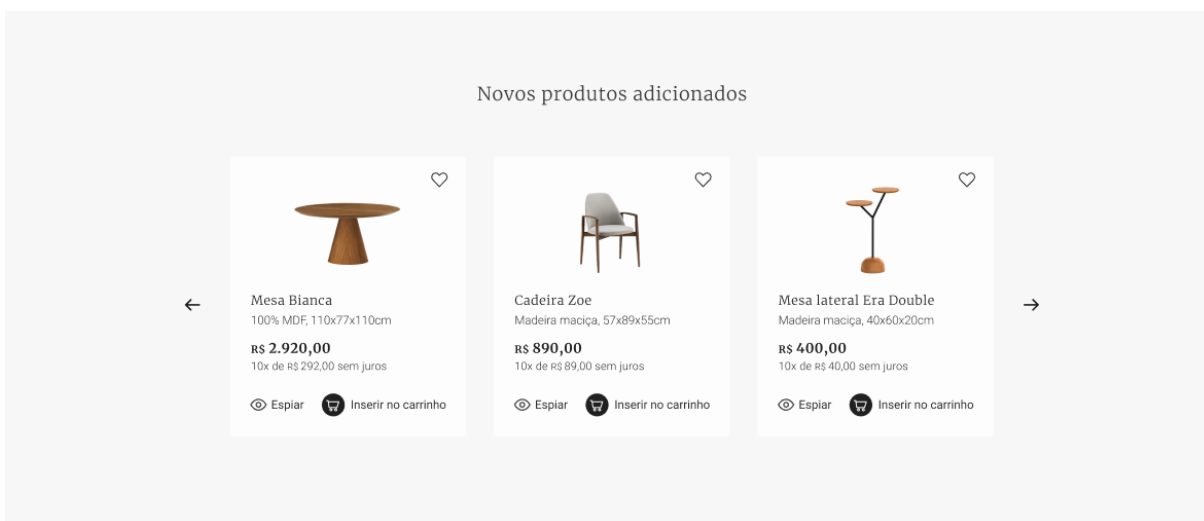


**Figura 99:** Página inicial – Seção 2 (Autora, 2023)

Durante um alinhamento breve com a sócia da empresa, feito por meio de rede social, ela solicitou que na página inicial tivesse uma seção apresentando os produtos de maior valor para a empresa atualmente. Os sofás são os produtos mais vendidos pela empresa, logo, recebeu destaque na seção. Mesas e cadeiras, racks e painéis, jogos de quarto e produtos de escritório também são produtos com alto número de vendas e estão presentes na seção.

Ao clicar nas imagens, o usuário é direcionado para páginas de catálogo dos produtos.

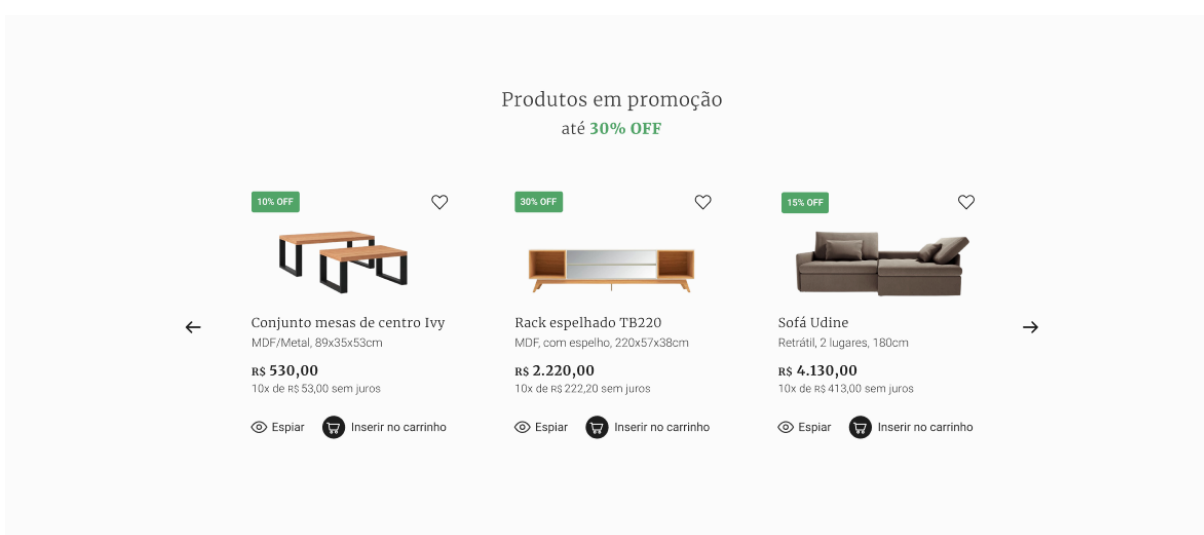
### Página inicial – Seção 3



**Figura 100:** Página inicial – Seção 3 (Autora, 2023)

Na intenção de destacar novos produtos e manter o site com aspecto atualizado, foi feita a seção “Novos produtos adicionados”, composta por *cards* de novos produtos. Desta forma, determinados produtos ganham destaque assim que forem adicionados ao site.

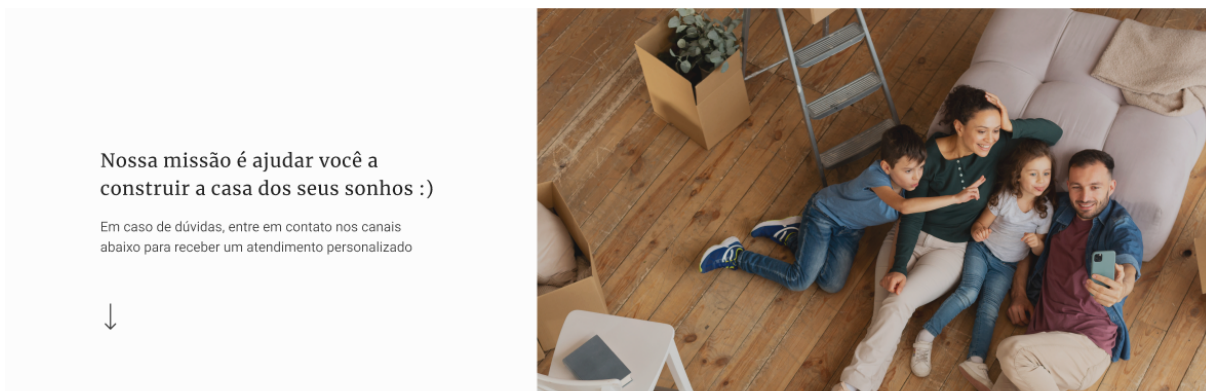
### Página inicial – Seção 4



**Figura 101:** Página inicial – Seção 4 (Autora, 2023)

Seção para destacar produtos selecionados que entraram em promoção. Neste contexto, selos contendo o percentual de promoção acompanham os *cards* de produto.

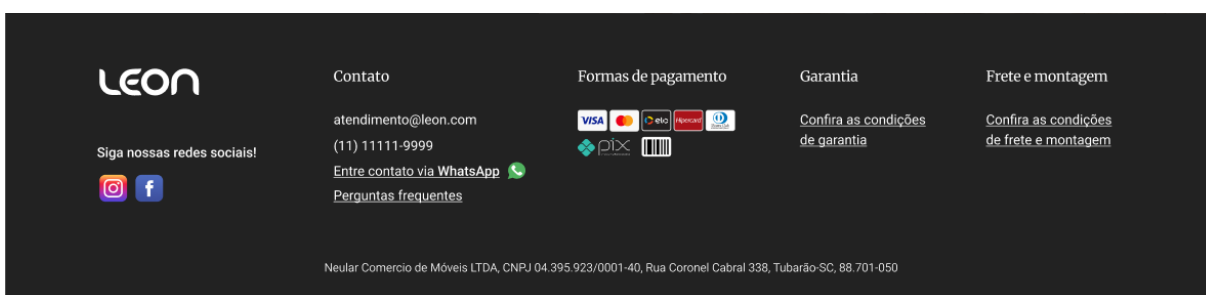
## Página inicial – Seção 5



**Figura 102:** Página inicial – Seção 5 (Autora, 2023)

A seção 5, última seção da página inicial, teve como objetivo gerar aproximação com o usuário por meio do texto e da imagem. Segundo os alinhamentos com a sócia da empresa, para eles é importante manter o contato próximo com clientes ou clientes em prospecção mesmo no ambiente online. Nesta seção os usuários são convidados para um atendimento personalizado, caso seja necessário. O texto e a seta para baixo direcionam o usuário para o rodapé do site, onde foram inseridos todos os pontos de contato para que o usuário busque atendimento caso precise.

### 8.2. Rodapé



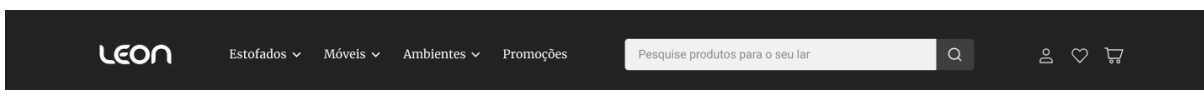
**Figura 103:** Rodapé (Autora, 2023)

No rodapé do site, foi aplicada a logo da empresa junto com os ícones das suas redes sociais. A empresa é bastante ativa nas redes sociais e atualmente faz vendas para todo o Brasil através deste meio.

Na parte de contato, foram inseridos e-mail de atendimento, telefone e um link externo para comunicação via WhatsApp. No futuro, haverá uma página de perguntas frequentes (FAQ) para que o usuário possa sanar dúvidas gerais sem precisar entrar em contato.

No futuro também haverá modais explicando detalhadamente as condições de garantia, frete e montagem, o usuário terá acesso a essas informações através do rodapé fixo em todas as páginas.

### 8.3. Menu de navegação



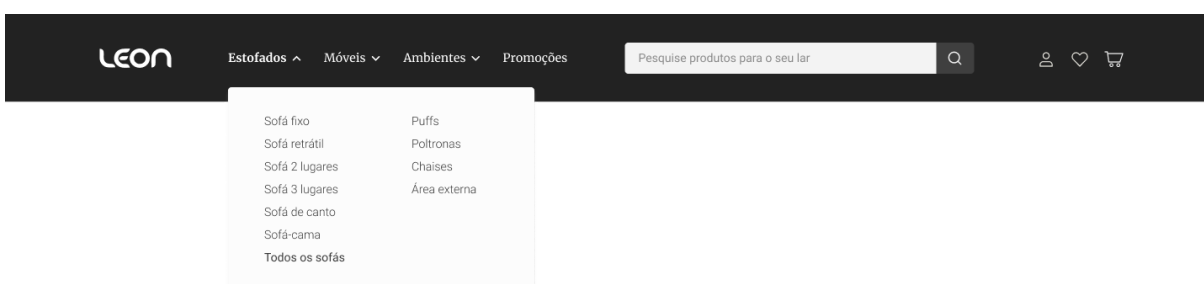
**Figura 104:** Menu de navegação (Autora, 2023)

Na figura acima, é possível ver o padrão estabelecido para o menu de navegação. Ele é composto pela logo da empresa e dropdowns denominados “Estofados”, “Móveis” e “Ambientes”, que ao serem acionados, apresentam as opções de produto com mais detalhe.

A empresa trabalha ativamente com promoções e descontos, por conta disso, haverá uma página específica de promoções no futuro, que poderá ser acessada através do menu.

Outros componentes presentes no menu são a barra de busca para pesquisas via digitação, ícone de acesso à área do cliente, ícone de acesso aos produtos favoritos, e ícone de carrinho.

#### Menu de navegação – Estofados

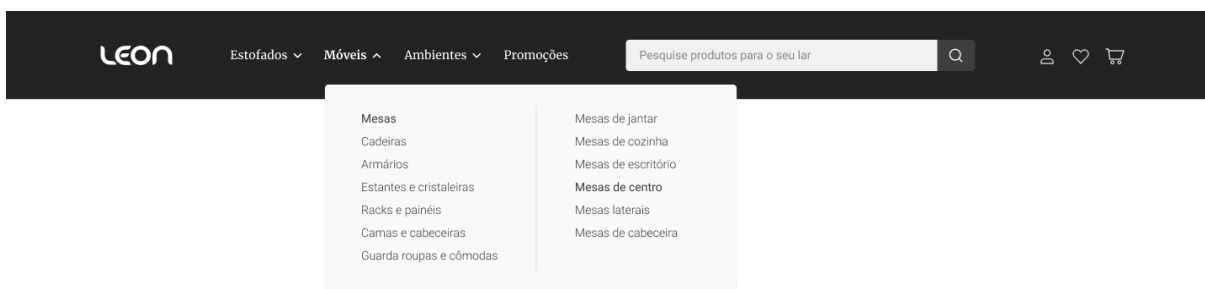


**Figura 105:** Menu de navegação – Estofados (Autora, 2023)

No menu de estofados, são apresentadas opções de sofás e variações de estofados para que o usuário possa realizar a busca com agilidade. Ao clicar nas opções, o usuário é direcionado para uma página geral de estofados com a opção de produto selecionada por meio de filtros.

Como mencionado, os sofás são o produto carro chefe da empresa, então foram selecionados como modelo de estofados neste projeto. No protótipo, em “Todos os sofás”, é possível acessar a página contendo variações de modelos de sofás e os filtros disponíveis.

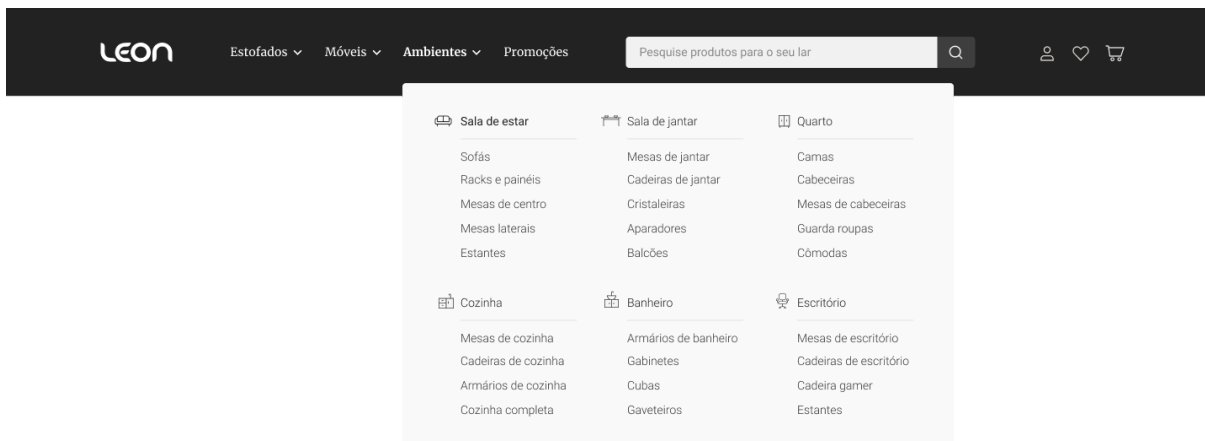
## Menu de navegação – Móveis



**Figura 106:** Menu de navegação – Móveis (Autora, 2023)

O comportamento do menu na parte de móveis segue um padrão semelhante ao de estofados. No contexto deste projeto, “Mesas de centro” foram os produtos escolhidos como representação de móveis. Ao acionar “Mesas de centro” no menu, o usuário é direcionado para uma página de catálogo contendo apenas mesas de centro.

## Menu de navegação – Ambientes



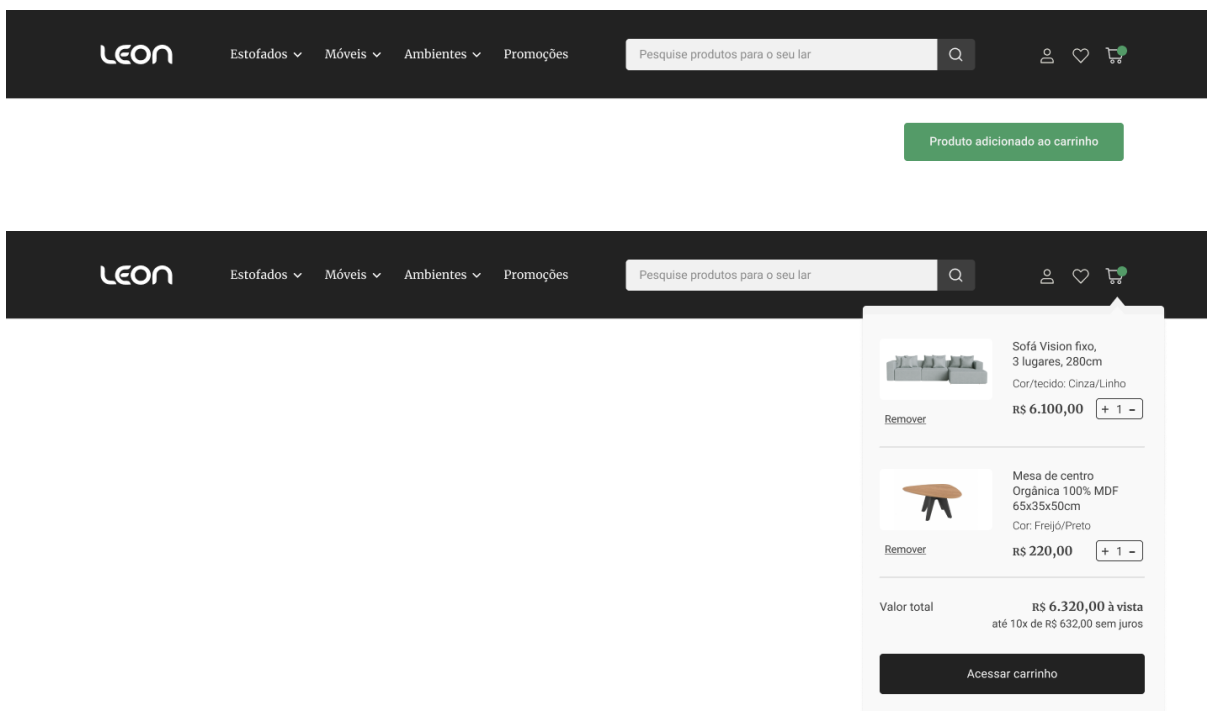
**Figura 107:** Menu de navegação – Ambientes (Autora, 2023)

O *dropdown* de ambientes foi criado para oferecer mais contexto aos usuários na apresentação dos produtos e facilitar a navegação. Desta forma, os usuários encontram seleções de produtos que pertencem a ambientes específicos.

O ambiente “Sala de estar” foi escolhido como representação de página de ambientes para este projeto, já que nas definições anteriores trouxe como foco os sofás e mesas de centro, e ambos fazem parte deste mesmo ambiente.

Ao clicar em “Sala de estar” no protótipo de alta fidelidade, o site direciona o usuário para a página do ambiente.

### Menu de navegação – Produtos adicionados ao carrinho

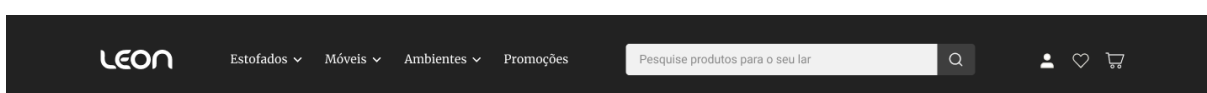


**Figura 108 e 109:** Menu de navegação – Carrinho (Autora, 2023)

Ao adicionar produtos ao carrinho, o ícone de carrinho apresenta mudança de comportamento através de uma sinalização verde. Ao clicar no ícone, abre um modal com detalhamento dos produtos adicionados, valor total e um botão de acesso ao carrinho.

Caso o usuário selecione mais de 2 produtos, o padrão de comportamento previsto para a interação futuramente é a adição de um *scroll* dentro do *modal*.

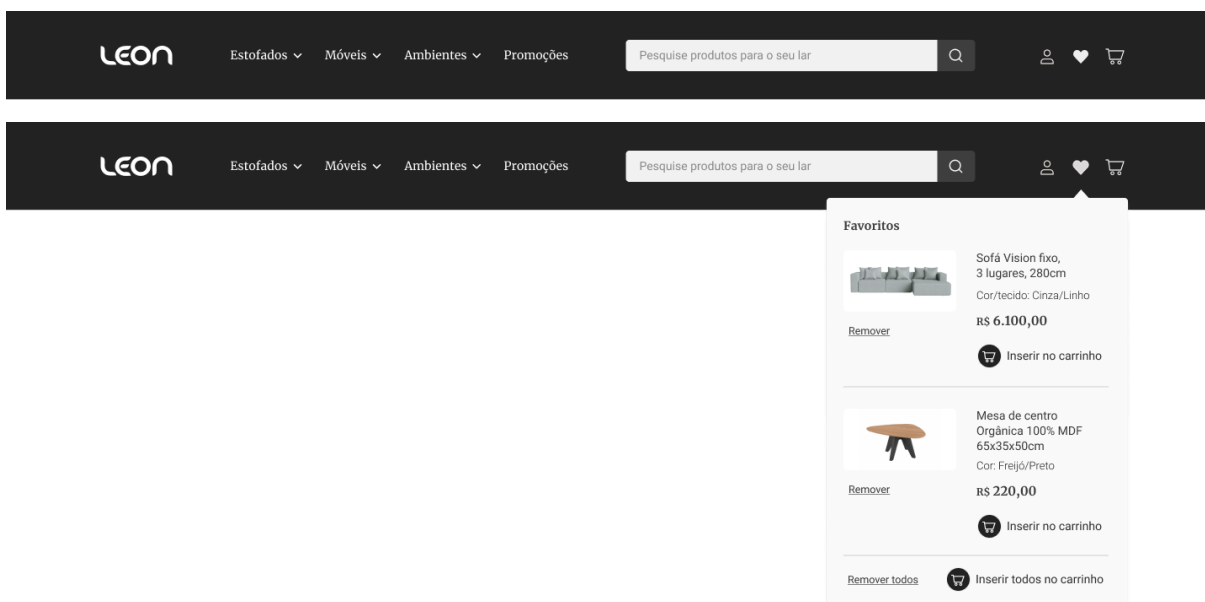
### Menu de navegação – Área do cliente



**Figura 110:** Menu de navegação – Área do cliente (Autora, 2023)

A **Figura 110** mostra uma mudança de comportamento ao clicar no ícone da área do cliente. Caso o usuário não esteja logado, será direcionado para uma página de login e cadastro. Se já estiver logado, terá acesso imediato à área do cliente.

### Menu de navegação – Favoritos



**Figura 111 e 112:** Menu de navegação – Favoritos (Autora, 2023)

As **Figuras 111 e 112** mostram a mudança de comportamento ao clicar no ícone de favoritos. Ao clicar no ícone, aparece um modal com detalhamento dos produtos favoritos, a opção de inseri-los no carrinho juntos ou separadamente, assim como removê-los.

Semelhante a interação de carrinho vista anteriormente, caso o usuário selecione mais de 2 produtos, o padrão de comportamento previsto é a adição de uma barra de *scroll* dentro do *modal*.

## 8.4. Página de catálogo – Sofás

LEON
Estofados ▾ Móveis ▾ Ambientes ▾ Promoções


🔍
👤
❤️
🛒

Estofados > Sofás

### Sofás


Categoria ▾
Preço ▾
Cor ▾
Tecido ▾
Dimensões ▾

264 produtos encontrados: Ordenar por: **Mais relevantes** ▾




**Sofá Vision**  
Fixo, 3 lugares, 280cm  
**RS 6.100,00**  
10x de R\$ 610,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Milano**  
Retrátil e reclinável, 2 lugares, 210cm  
**RS 5.340,00**  
10x de R\$ 534,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Torino**  
Fixo, 2 lugares, 180cm  
**RS 4.820,00**  
10x de R\$ 482,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Udine**  
Retrátil, 2 lugares, 180cm  
**RS 4.130,00**  
10x de R\$ 413,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Algave**  
Fixo modular, 4 módulos, 250cm  
**RS 5.120,00**  
10x de R\$ 512,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Lord**  
Retrátil, 2 lugares, 200cm  
**RS 4.590,00**  
10x de R\$ 459,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Aspen**  
Fixo, 2 lugares, 190cm  
**RS 7.340,00**  
10x de R\$ 734,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Arezzo**  
Retrátil e reclinável, 3 lugares, 280cm  
**RS 5.590,00**  
10x de R\$ 559,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Vancouver**  
Retrátil e reclinável, 2 lugares, 180cm  
**RS 4.760,00**  
10x de R\$ 476,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho




**Sofá Palermo**  
Fixo de canto, 4 lugares, 280cm  
**RS 5.220,00**  
10x de R\$ 522,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho



**Sofá Roma**  
Fixo com chaise, 3 lugares, 250cm  
**RS 4.860,00**  
10x de R\$ 486,00 sem juros


👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho





**Sofá Bibi**  
Sofá cama casal, 195cm  
**RS 1.870,00**  
10x de R\$ 187,00 sem juros

👁️ Espiar 🛒 Inserir no carrinho

1
2
3
...
22




Siga nossas redes sociais!


Contato

atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999

Entre contato via WhatsApp 

[Perguntas frequentes](#)

Formas de pagamento



Garantia

[Confira as condições de garantia](#)

Frete e montagem

[Confira as condições de frete e montagem](#)

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 113:** Página de catálogo – Sofás (Autora, 2023)

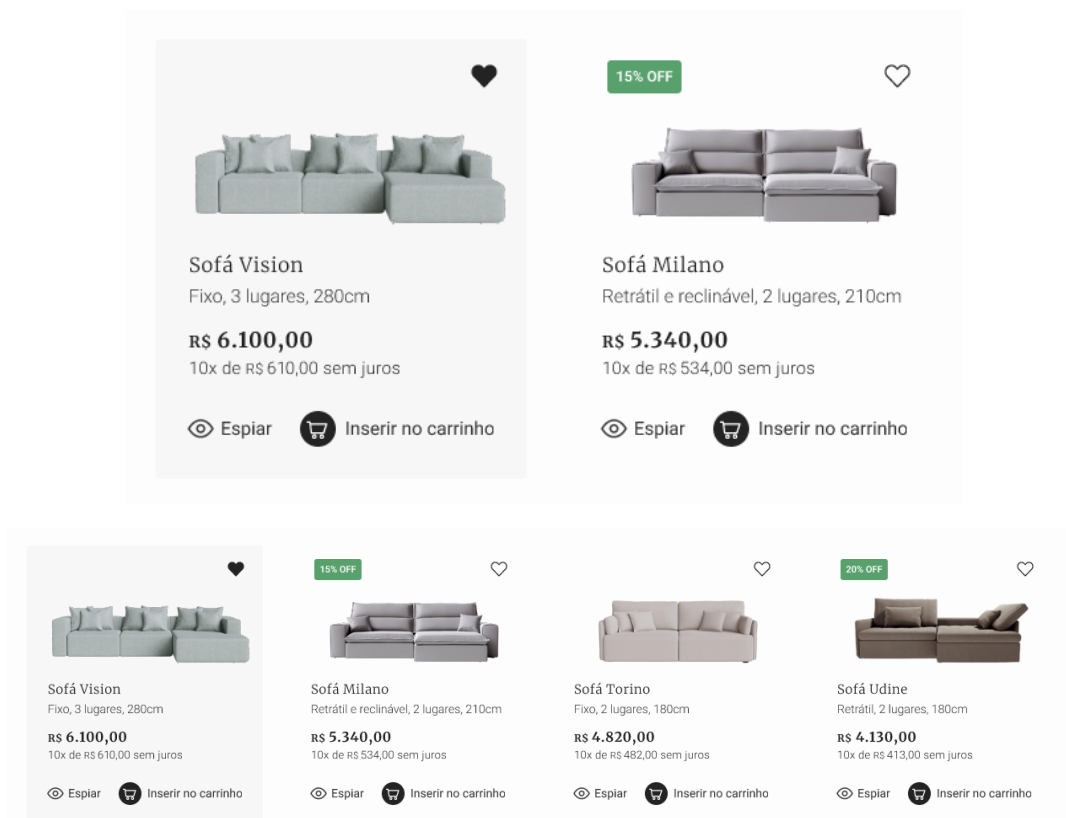


A página de catálogo de sofás é onde ocorre a exposição de todos os modelos de sofás em conjunto, o usuário pode personalizar sua pesquisa utilizando os filtros ou a interação para ordenar a prioridade dos resultados.

A interface é composta pelos *cards* de produto. Cada produto possui um *card* próprio, composto pela imagem do produto em destaque, nome do produto, descrição breve do produto, valor total e parcelado. Na parte superior do *card*, o usuário pode favoritar os produtos, destacando aqueles que possui interesse. Já na parte inferior dos *cards*, o usuário pode clicar em “Espiar”, sendo direcionado para a página do produto selecionado, ou pode clicar em “Inserir no carrinho”.

Para sofás, a descrição mostra o modelo, quantidade de lugares e largura total do produto.

### Catálogo de sofás – Interações na página



**Figura 114 e 115:** Página de catálogo de sofás – Cards (Autora, 2023)

A fim de tornar a página mais interativa e destacar os itens de interesse, os *cards* mudam de cor ao passar o *mouse* sobre um produto.

Categoria	Preço	Cor	Tecido	Dimensões
<input type="checkbox"/> Sofá fixo <input type="checkbox"/> Sofá retrátil <input type="checkbox"/> Sofá reclinável <input type="checkbox"/> Sofá 2 lugares <input type="checkbox"/> Sofá 3 lugares <input type="checkbox"/> Sofá de canto <input type="checkbox"/> Sofá modular <input type="checkbox"/> Sofá cama <input type="checkbox"/> Puffs <input type="checkbox"/> Poltronas Limpar filtros	Preço mínimo <input type="text" value="R\$ 0,00"/> Preço máximo <input type="text" value="R\$ 10.000,00"/>	<input type="checkbox"/> Preto <input type="checkbox"/> Branco <input type="checkbox"/> Cinza claro <input type="checkbox"/> Cinza escuro <input type="checkbox"/> Bege <input type="checkbox"/> Marrom <input type="checkbox"/> Terracota <input type="checkbox"/> Azul <input type="checkbox"/> Nude Limpar filtros	<input type="checkbox"/> Linho <input type="checkbox"/> Chenile <input type="checkbox"/> Suede <input type="checkbox"/> Couro <input type="checkbox"/> Courino <input type="checkbox"/> Courissimo <input type="checkbox"/> Nobuck <input type="checkbox"/> Veludo <input type="checkbox"/> Patchwork <input type="checkbox"/> Jacquard	Largura total <input type="text" value="0 cm"/> Altura total <input type="text" value="0 cm"/> Profundidade <input type="text" value="0 cm"/>

**Figuras 116 e 117:** Página de catálogo de sofás – Filtros (Autora, 2023)

Os filtros de estofados apresentam modelos do produto e características para que o usuário possa personalizar sua busca. A escolha dos tópicos, assim como o conteúdo que compõe cada tópico, foram definidos com base nos catálogos de estofados fornecidos pela sócia da empresa. Depois de pronto, os filtros foram aprovados pela mesma. De acordo com alinhamentos e estudos de catálogos, no contexto de estofados, é essencial que o site ofereça opções de modelo de estofado, tamanho, cor do tecido e tipo de tecido.

Ordenar por: Mais relevantes ▾

Ordenar por: Mais relevantes ▲

- Mais relevantes
- Mais vendidos
- Menor preço
- Maior preço

**Figura 118:** Página de catálogo de sofás – Ordenação (Autora, 2023)

A **Figura 118** mostra o comportamento e os critérios de seleção para ordenar a prioridade dos resultados.

## 8.5. Página de catálogo – Mesas de centro

**LEON**
Estofados ▾ Móveis ▾ Ambientes ▾ Promoções

Pesquise produtos para o seu lar


👤 ❤️ 🛒

Mesas > Mesas de centro

Mesas de centro

Categoria ▾
Preço ▾
Cor ▾
Material ▾
Dimensões ▾


60 produtos encontrados: Ordenar por: **Mais relevantes** ▾



Mesa de centro Orgânica  
100% MDF, 65x30x50cm

**RS 220,00**  
10x de RS 22,00 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)

10% OFF


Mesa de centro Fratelli  
MDF com puff, 90x40x90cm

**RS 780,00**  
10x de RS 78,00 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)



Mesa de centro Elegance  
MDF/Espelho, 93x23x63cm

**RS 863,00**  
10x de RS 86,30 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)



Mesa de centro Roma  
MDF/Metal, 71x30x71cm

**RS 490,00**  
10x de RS 49,00 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)

15% OFF


Mesa de centro Nadi  
Mármore/Metal, 70x27x70cm

**RS 550,00**  
10x de RS 55,00 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)



Mesa de centro Curve triangular  
MDF/Metal, 63x30x55cm

**RS 859,00**  
10x de RS 85,90 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)



Mesa de centro Curve redonda  
MDF/Metal, 63x30x55cm

**RS 945,00**  
10x de RS 94,50 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)

10% OFF


Mesa de centro Domo  
L: 100cm A: 30cm P: 50cm

**RS 440,00**  
10x de RS 44,00 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)

10% OFF


Conjunto mesas de centro Ivy  
MDF/Metal, 89x35x53cm

**RS 530,00**  
10x de RS 53,00 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)



Mesa de centro Ivy Grande  
MDF/Metal, 89x35x53cm

**RS 360,00**  
10x de RS 36,00 sem juros


👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)



Mesa de centro Ivy Pequena  
MDF/Metal, 67x30x44cm

**RS 242,00**  
10x de RS 24,20 sem juros

👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)



Mesa de centro Hexagonal  
100% MDF, 70x40x70cm

**RS 370,00**  
10x de RS 37,00 sem juros

👁️ [Espiar](#) 🛒 [Inserir no carrinho](#)

1
2
3
4
5

**LEON**

Siga nossas redes sociais!

[📷](#) [f](#)

Contato

atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999

[Entre contato via WhatsApp](#)

[Perguntas frequentes](#)

Formas de pagamento

Garantia

Confira as condições de garantia

Frete e montagem

Confira as condições de frete e montagem

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 119:** Página de catálogo – Mesas de centro (Autora, 2023)

A página de catálogo de mesas de centro possui o mesmo comportamento do catálogo de sofás. As únicas mudanças são a descrição do produto e o conteúdo dos filtros.

No caso de móveis, a descrição nos *cards* apresenta os materiais do produto e suas medidas.

### Catálogo de mesas de centro – Interações na página

Categoria	Preço	Cor	Material	Dimensões
<input type="checkbox"/> Retangular <input type="checkbox"/> Quadrada <input type="checkbox"/> Redonda <input type="checkbox"/> Ovalada <input type="checkbox"/> Ripada <input type="checkbox"/> Com rodas <input type="checkbox"/> Com armazenamento <input type="checkbox"/> Multifuncional <input type="checkbox"/> Linha industrial <input type="checkbox"/> Linha retrô <input type="checkbox"/> Linha orgânica Limpar filtros	Preço mínimo <input type="text" value="R\$ 0,00"/> Preço máximo <input type="text" value="R\$ 10.000,00"/>	<input type="checkbox"/> Preto <input type="checkbox"/> Branco <input type="checkbox"/> Off White <input type="checkbox"/> Cinza <input type="checkbox"/> Madeira clara <input type="checkbox"/> Madeira média <input type="checkbox"/> Madeira escura Limpar filtros	<input type="checkbox"/> MDF <input type="checkbox"/> MDP <input type="checkbox"/> Madeira <input type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> Mármore <input type="checkbox"/> Espelho <input type="checkbox"/> Vidro <input type="checkbox"/> Pintura UV <input type="checkbox"/> Laca	Largura total <input type="text" value="0 cm"/> Altura total <input type="text" value="0 cm"/> Profundidade <input type="text" value="0 cm"/>

**Figura 120:** Página de catálogo de mesas de centro – Filtros (Autora, 2023)





Os filtros para móveis possuem algumas particularidades. A seleção de cores é diferente em comparação aos sofás, aqui o usuário pode selecionar cores neutras e tons de madeira. Outra particularidade do filtro de móveis é a seleção de materiais, o que não existe no caso dos sofás.

Assim como no caso dos sofás, as opções de cores e materiais para móveis foram baseadas em catálogos de fornecedores e validadas pela sócia da empresa.

## 8.6. Página de produto – Sofá

LEON Estados Móveis Assentos Possuções  👤 🛒

Estados > Sofá > Sofá Vision

**Sofá Vision** 👤

É atual e clássico em madeira, encosto com almofadas e assentos em tecido de lã. Não cabe os detalhes mais preciosos para lhe garantir um produto de alta qualidade.

cores: 🟩 🟨 🟦 🟪 🟫

Tecido:

Dimensões:


**RS 6.100,00 à vista**  
ou RS de R\$ 593,00 por mês

**Sobre o produto**

**Estrutura**  
Estrutura composta em madeira de qualidade 100%, reforçada com espuma ortopedica e espuma de MCM castor de imenso. Pontos de tensão fixos anti-furto. Não em madeira.

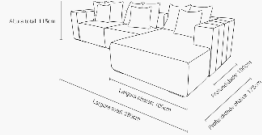
**Encosto**  
Faz com almofadas feitas em fibra e costura.

**Assento**  
Assento em espuma D-20 High soft, com detalhes estéticos de 10cm, moldes bonitos de sustentação.



**Dimensões do produto**

Altura total	113cm
Largura total	280cm
Largura da chaise	100cm
Largura dos assentos	80cm
Largura dos braços	70cm
Profundidade sofá	280cm
Profundidade com chaise	100cm
Peso	475kg



Altura total: 113cm  
Largura total: 280cm  
Largura da chaise: 100cm  
Largura dos assentos: 80cm  
Largura dos braços: 70cm  
Profundidade sofá: 280cm  
Profundidade com chaise: 100cm  
Peso: 475kg

**Características gerais**

Cor	Cinza
Tipo de madeira	Fundo de
Material do encosto	Fibra e poliestireno
Material do assento	espuma D-20 High soft tecido clássico
Material dos pés	Eucalipto
Pontos de tensão	12 pontos galvanizados anti-furto ou parafusos

**Informações importantes**

Dificuldade de montagem: Média

Manual de montagem: [Ver Manual](#)

Garantia: 2 anos

Recomendações de uso e manutenção: Ler as instruções diretas à luz solar. Não expor a produtos químicos e produtos inflamáveis. Não colocar objetos sobre o sofá e braços do sofá.

**Outros produtos da linha Vision →**

**Puff Vision**  
Formato: 40x40x40cm  
**RS 340,00**  
ou RS de R\$ 33,33 por mês

**Póteene Vision**  
Formato: 40x40x40cm  
**RS 760,00**  
ou RS de R\$ 73,33 por mês

**LEON** Contato Formas de pagamento Garantia Frete e montagem

Contato: [atendimento@leon.com](mailto:atendimento@leon.com)  
(11) 11111-9999  
Entre em contato via WhatsApp

Formas de pagamento:

Garantia: Confira as condições de garantia

Frete e montagem: Confira as condições de frete e montagem

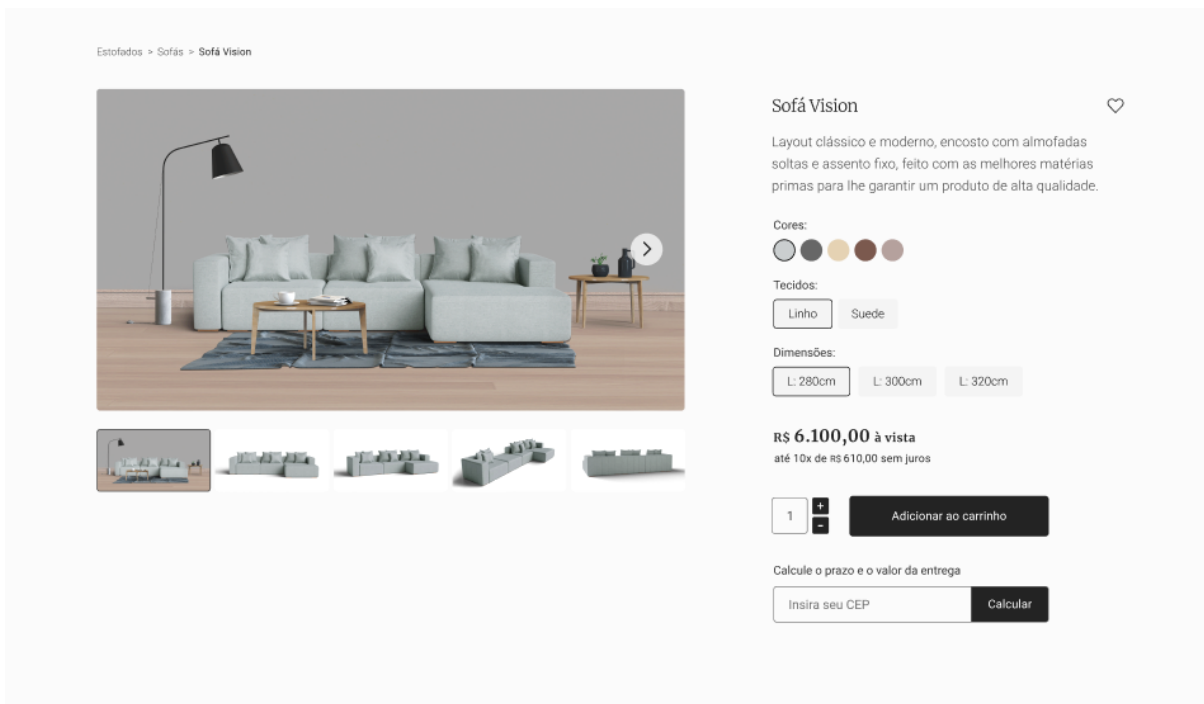
Siga nossas redes sociais:

Perguntas frequentes

Nota: Correio de Móveis LTDA, CNPJ 24.955.921/0001-03, Rua Carlos e Cabral 238, Jd. Jardim SC, 88.764-020

Figura 121: Página de sofá (Autora, 2023)

## Página de sofá – Seção 1



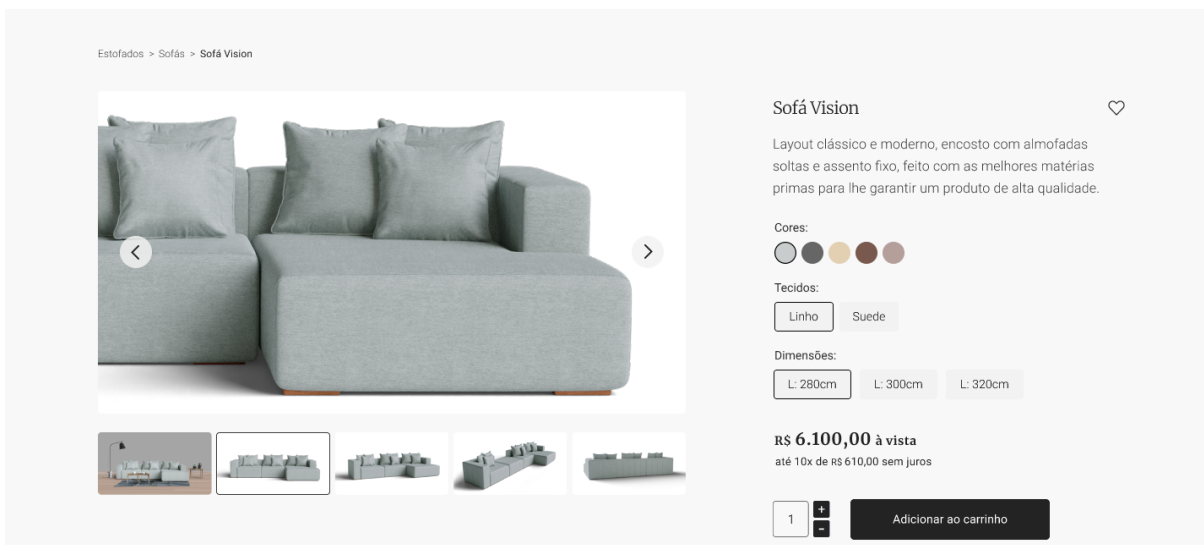
**Figura 122:** Página de sofá – Seção 1 (Autora, 2023)

Na primeira seção da página de produtos, o elemento de maior destaque são as imagens que configuram um carrossel.

Como padrão, foi definido que a primeira imagem deve ser do produto ambientado, com a finalidade de causar uma primeira impressão amigável e convidativa. O restante das imagens no carrossel são em fundo branco para focar o produto. No entanto, vale lembrar que as fábricas fornecedoras são responsáveis pelo acesso às imagens, então é possível que nem todos os produtos sigam o padrão ideal estabelecido neste projeto.

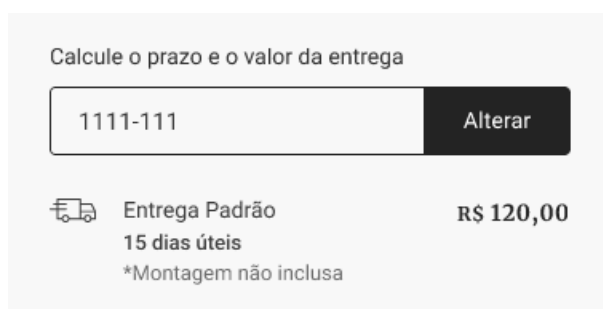
Ao lado da imagem, a interface apresenta o nome do produto, descrição, assim como valor à vista e parcelado em destaque. É possível editar a quantidade de produtos, calcular o prazo e valor da entrega, e adicionar o produto ao carrinho.

Um detalhe importante que pode ser observado na interface é que a empresa oferece alternativas de cores, tecidos e dimensões para um mesmo modelo de sofá. Logo, o usuário pode selecionar suas preferências na página do produto. O valor do produto muda ao selecionar uma dimensão diferente.



**Figura 123:** Página de sofá – Seção 1 (Autora, 2023)

Ao interagir com as imagens em fundo branco, a imagem é ampliada para destacar detalhes do produto.

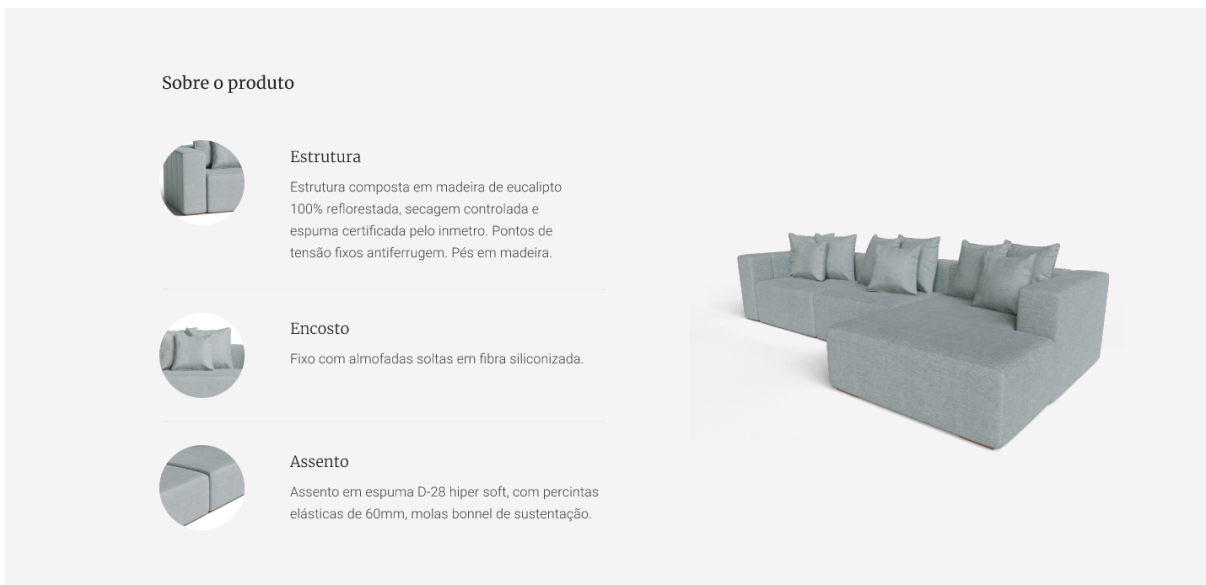


**Figura 124:** Página de sofá – Seção 1 (Autora, 2023)

A figura acima mostra a interação de cálculo de frete. Ao adicionar o CEP, a interface mostra o tipo de entrega, assim como prazo e valor da entrega.

A princípio, assim como grande parte das lojas de móveis online, fica sob responsabilidade do cliente a montagem dos produtos, a empresa se responsabilizará apenas pela entrega neste primeiro momento. Por conta disso, a sinalização “Montagem não inclusa” foi adicionada à página do produto.

## Página de sofá – Seção 2



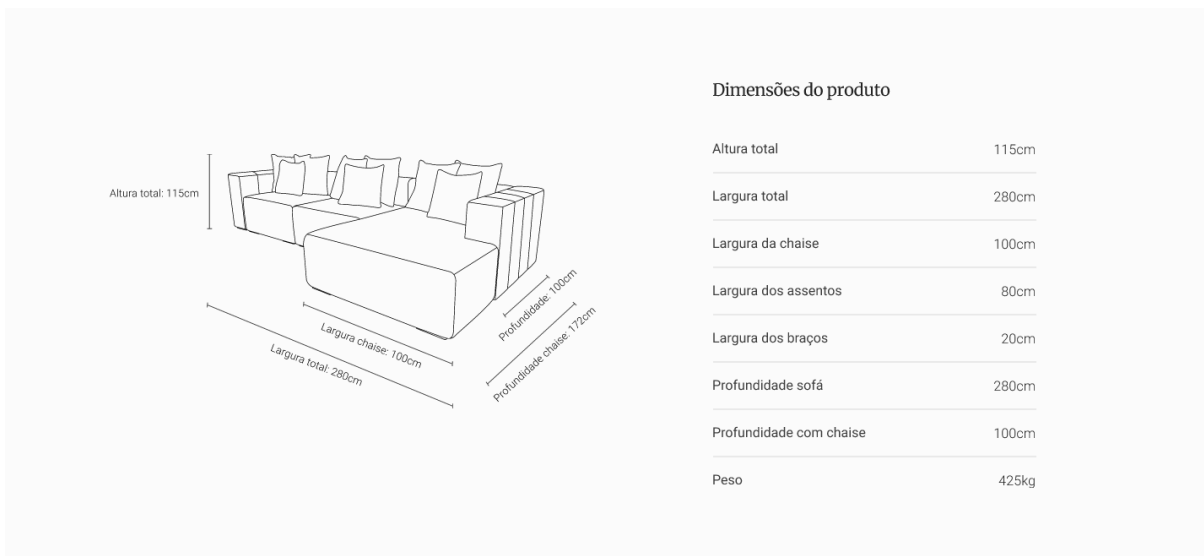
**Figura 125:** Página de sofá – Seção 2 (Autora, 2023)

Durante a pesquisa com o público alvo feita no início deste projeto, um fator bastante mencionado pelos entrevistados foi a desconfiança em relação à qualidade dos produtos. Segundo os entrevistados, a falta de detalhes sobre o produto pode impactar negativamente na decisão de compra.

Levando isso em consideração, foi criada uma seção apontando pontos importantes sobre o produto. No caso de sofás, os pontos selecionados para apresentar a qualidade foram estrutura, encosto e assento. Cada tipo de produto no site tem uma configuração de tópicos diferentes nesta seção.



### Página de sofá – Seção 3



**Figura 126:** Página de sofá – Seção 3 (Autora, 2023)

A seção 3 apresenta todas as dimensões e peso do produto, as informações são complementadas por uma ilustração do mesmo.

### Página de sofá – Seção 4

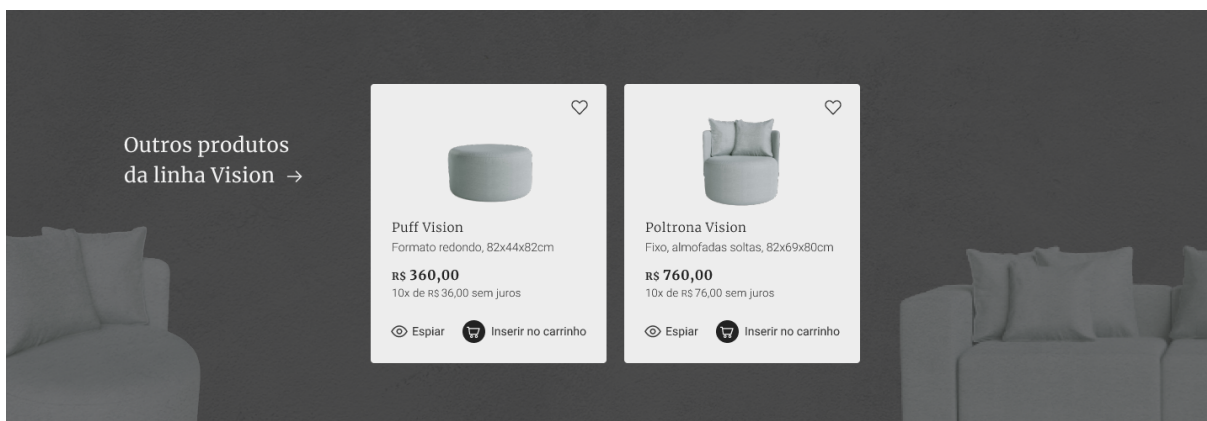


**Figura 127:** Página de sofá – Seção 4 (Autora, 2023)

Ficha técnica que aborda todos os materiais que compõem o produto. Ao lado, em “Informações importantes”, são inseridas instruções de montagem, tempo de garantia, recomendações de uso e

manutenção. Todas essas informações foram arquitetadas para garantir transparência e segurança ao usuário antes de adquirir o produto.

### Página de sofá – Seção 5



**Figura 128:** Página de sofá – Seção 5 (Autora, 2023)

A seção 5 da página de produto apresenta recomendações de produtos que pertencem à mesma linha. Apresentar produtos relacionados aos itens que o cliente está visualizando é um recurso bastante utilizado por lojas online para incentivar compras adicionais.

## 8.7. Página de produto – Mesa de centro

LEON Estofado Móveis Ambientais Promoções

Procurar produtos com o código

Mesas > Mesas de centro > Mesa Orgânica

**Mesa de centro Orgânica**

Mesa de centro em formato orgânico 100% MDF, traz um toque de modernidade e sofisticação para o seu ambiente. Ideal para salas de estar e sala de visitas.

Coras:

Dimensões:

L: 65cm A: 30cm P: 50cm L: 65cm A: 30cm P: 50cm

**R\$ 220,00 à vista**  
ou 10x de R\$ 22,00 sem juros

Adicionar ao carrinho

Calcular o frete e o prazo de entrega

Inserir seu CEP

Sobre o produto

**Tampo**

Tampo em formato orgânico assimétrico, 100% MDF, na cor freijó, revestido com pintura e secagem a traveleira em ambos os lados.

**Base**

Base preta composta por 4 pés, revestidos com pintura e secagem a traveleira com 6 camadas de proteção. Escala de brilho fosca.

Altura: 30cm

Profundidade: 50cm

Largura: 65cm

**Dimensões do produto**

Largura: 65cm

Altura: 30cm

Profundidade: 50cm

Peso: 20kg

**Características gerais**

Cor do tampo: Madeira clara/Freijó

Cor da base: Preto fosco

Material: 100% MDF

Revestimento: Pintura UV

Tipo de madeira: Freijó

Formato: Orgânico/Oval

**Informações importantes**

Dificuldade de montagem: Fácil

Manual de montagem: [Mesa Orgânica manual](#)

Garantia: 90 dias

Recomendações de uso e manutenção: Para limpeza use um pano limpo e levemente umedecido em água. Logo após, seque a superfície com um pano seco. Não use água ou produtos de limpeza.

Outros produtos da linha Orgânica →

Mesa lateral Orgânica 100% MDF: 45x44x45cm

**R\$ 420,00**  
10x de R\$ 42,00 sem juros

Adicionar ao carrinho

Bank Orgânica 100% MDF: 180x75x35

**R\$ 2.850,00**  
10x de R\$ 285,00 sem juros

Adicionar ao carrinho

LEON

Contato: atendimento@leon.com (11) 1111-5999 Entre em contato via WhatsApp Perguntas frequentes

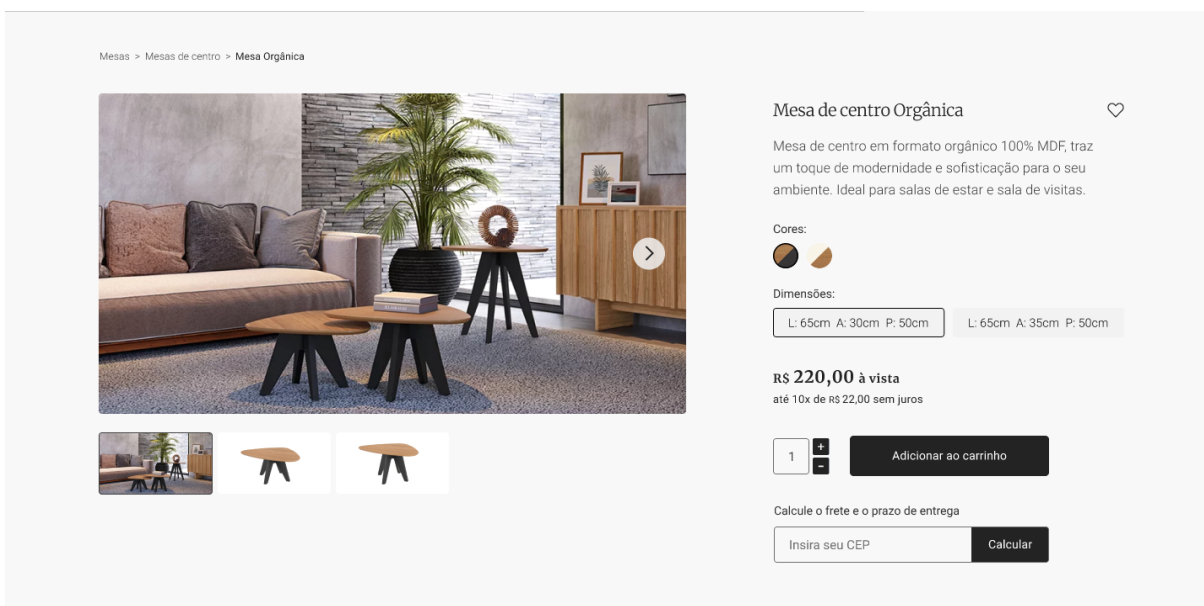
Formas de pagamento: Visa, Mastercard, PIX

Garantia: Confira as condições de garantia

Frete e montagem: Confira as condições de frete e montagem

Figura 129: Página de mesa de centro (Autora, 2023)

## Página de mesa de centro – Seção 1



**Figura 130:** Página de mesa de centro – Seção 1 (Autora, 2023)

A primeira seção da página de mesa de centro segue o mesmo padrão da página de sofás. Os fatores diferenciais são a apresentação das opções de cores e opções de dimensões. É possível mudar as cores e dimensões navegando no protótipo.

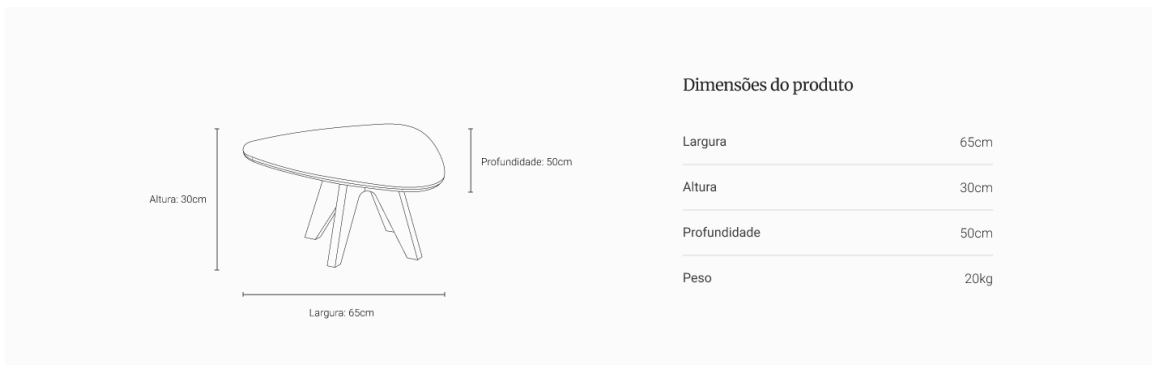
## Página de mesa de centro – Seção 2



**Figura 131:** Página de mesa de centro – Seção 2 (Autora, 2023)

No caso das mesas de centro, os tópicos da seção “Sobre o produto” são o tampo e a base do produto.

### Página de mesa de centro – Seção 3



**Figura 132:** Página de mesa de centro – Seção 3 (Autora, 2023)

Na seção 3, assim como na página de sofás, são apresentadas as dimensões da mesa de centro.

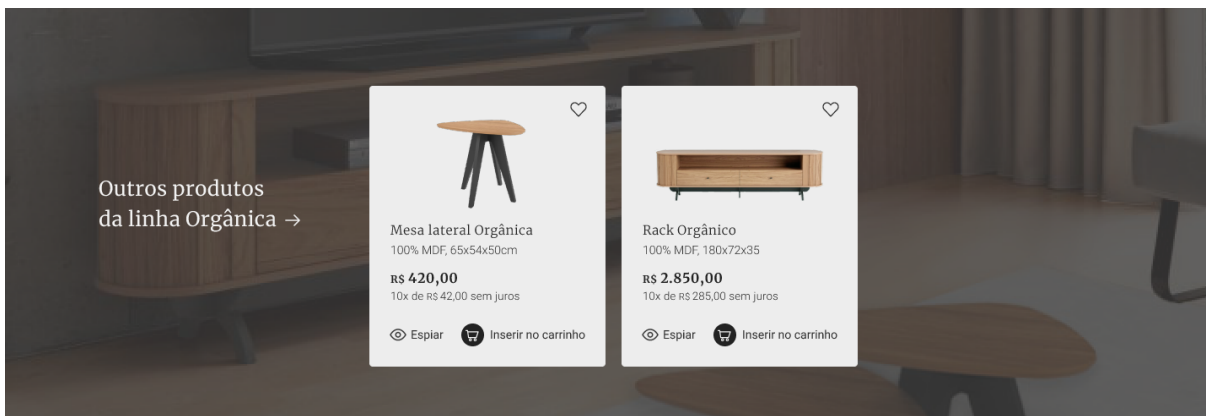
### Página de mesa de centro – Seção 4

Características gerais		Informações importantes	
Cor do tampo	Madeira clara/Freijó	Dificuldade de montagem	Fácil
Cor da base	Preto fosco	Manual de montagem	<a href="#">Mesa Orgânica manual</a>
Material	100% MDF	Garantia	90 dias
Revestimento	Pintura UV	Recomendações de uso e manutenção	Para limpeza use um pano limpo e levemente umedecido em água. Logo após, seque a superfície com um pano seco. Não use água ou produtos de limpeza.
Tipo de madeira	Freijó		
Formato	Orgânico/Oval		

**Figura 133:** Página de mesa de centro – Seção 4 (Autora, 2023)

Na seção 4, características gerais de materiais e informações importantes sobre montagem, garantia e manutenção da mesa de centro.

## Página de mesa de centro – Seção 5



**Figura 134:** Página de mesa de centro – Seção 5 (Autora, 2023)

Na seção 5, assim como no caso dos sofás, são apresentadas recomendações de produtos que pertencem à mesma linha da mesa de centro.

## 8.8. Página de ambientes – Sala de estar

**LEON** Estofados Móveis Ambientes Promoções

Ambientes > Sala de estar

Sala de estar

Nova linha  
*Elegance*

Sofás Estofados Racks e painéis Mesas de centro Mesas laterais Estantes

Recentemente adquiridos juntos

Rack ripado BM454  
100% MDF, 200x72x40  
**RS 4.160,00**  
10x de R\$ 218,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Mesa de centro Frances  
100% MDF, 70x27x70cm  
**RS 530,00**  
10x de R\$ 53,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Mesa lateral Chaka  
100% MDF, 60x35x60  
**RS 999,00**  
10x de R\$ 99,90 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Tipo de produto Preço Cor Tecido Material

572 produtos encontrados Ordenar por: Mais relevantes

30% OFF Rack espelhado TB220  
MDF com espelho, 220x57x38cm  
**RS 2.220,00**  
10x de R\$ 222,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Sofá Vision  
Fixo, 3 lugares, 283cm  
**RS 6.100,00**  
10x de R\$ 610,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

16% OFF Mesa de centro Domo  
Maciça madeira, 100x36x50cm  
**RS 440,00**  
10x de R\$ 44,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Puff Vision  
82x44x50cm  
**RS 580,00**  
10x de R\$ 58,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Sofá Aspen  
Fixo, 2 lugares, 190cm  
**RS 7.340,00**  
10x de R\$ 734,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Rack com painel TB151  
MDF com espelho, 180x188x35cm  
**RS 3.245,00**  
10x de R\$ 324,50 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Mesa de centro Hexagonal  
100% MDF, 70x49x70cm  
**RS 370,00**  
10x de R\$ 37,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

Mesa lateral Era Double  
Maciça madeira, 40x63x23cm  
**RS 400,00**  
10x de R\$ 40,00 sem juros  
Esplar Inserir no carrinho

1 2 3 ... 57

**LEON**

Contato  
atendimento@leon.com  
(11) 1111-9999  
Entre contato via WhatsApp   
Perguntas frequentes

Formas de pagamento

Garantia  
Confira as condições de garantia

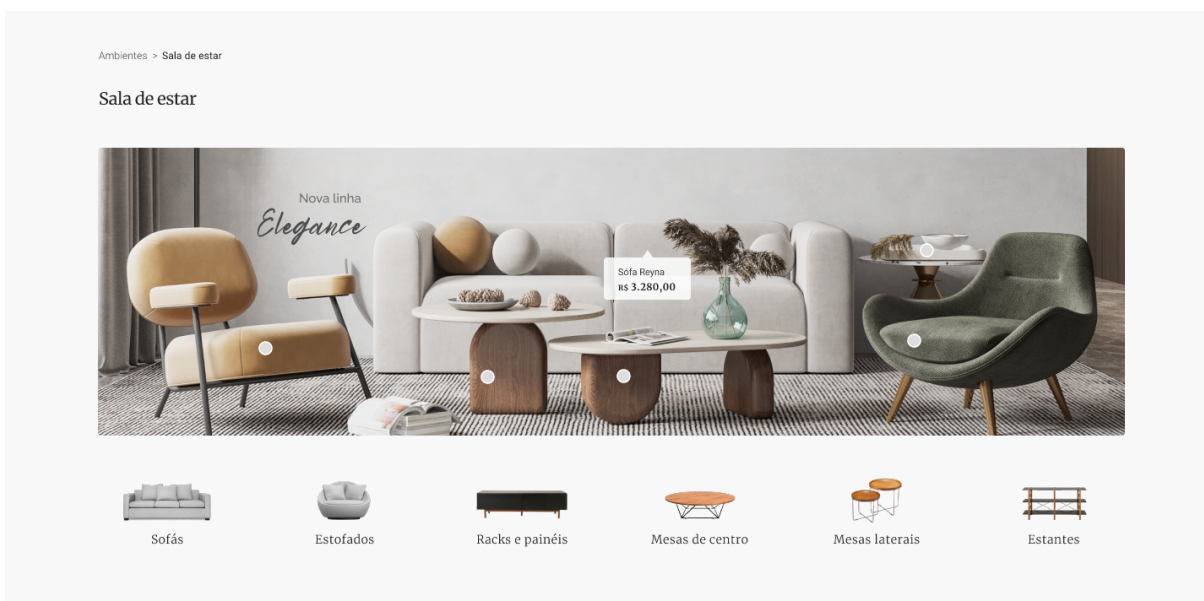
Frete e montagem  
Confira as condições de frete e montagem

Siga nossas redes sociais

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tatuapé/SP, 08.701-050

Figura 135: Página de ambiente – Sala de estar (Autora, 2023)

## Página de ambiente – Seção 1

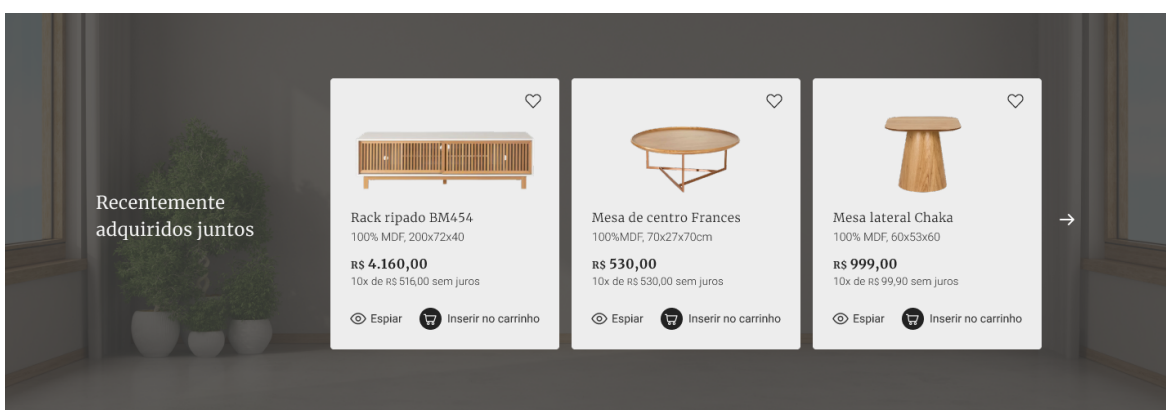


**Figura 136:** Página de ambiente – Seção 1 (Autora, 2023)

Na seção 1 da página de ambientes, foi inserida uma imagem em destaque com produtos que compõem uma sala de estar. Assim como na página inicial, ao passar o *mouse* sobre os pontos indicadores nos na imagem, os produtos que estão na imagem podem ser identificados.

Após a imagem, todos os produtos para salas de estar foram apresentados através de uma lista horizontal, a lista mostra os tipos de produto e imagens demonstrativas. Ao selecionar algum produto específico, o usuário é direcionado para a página de catálogo do produto selecionado.

## Página de ambiente – Seção 2

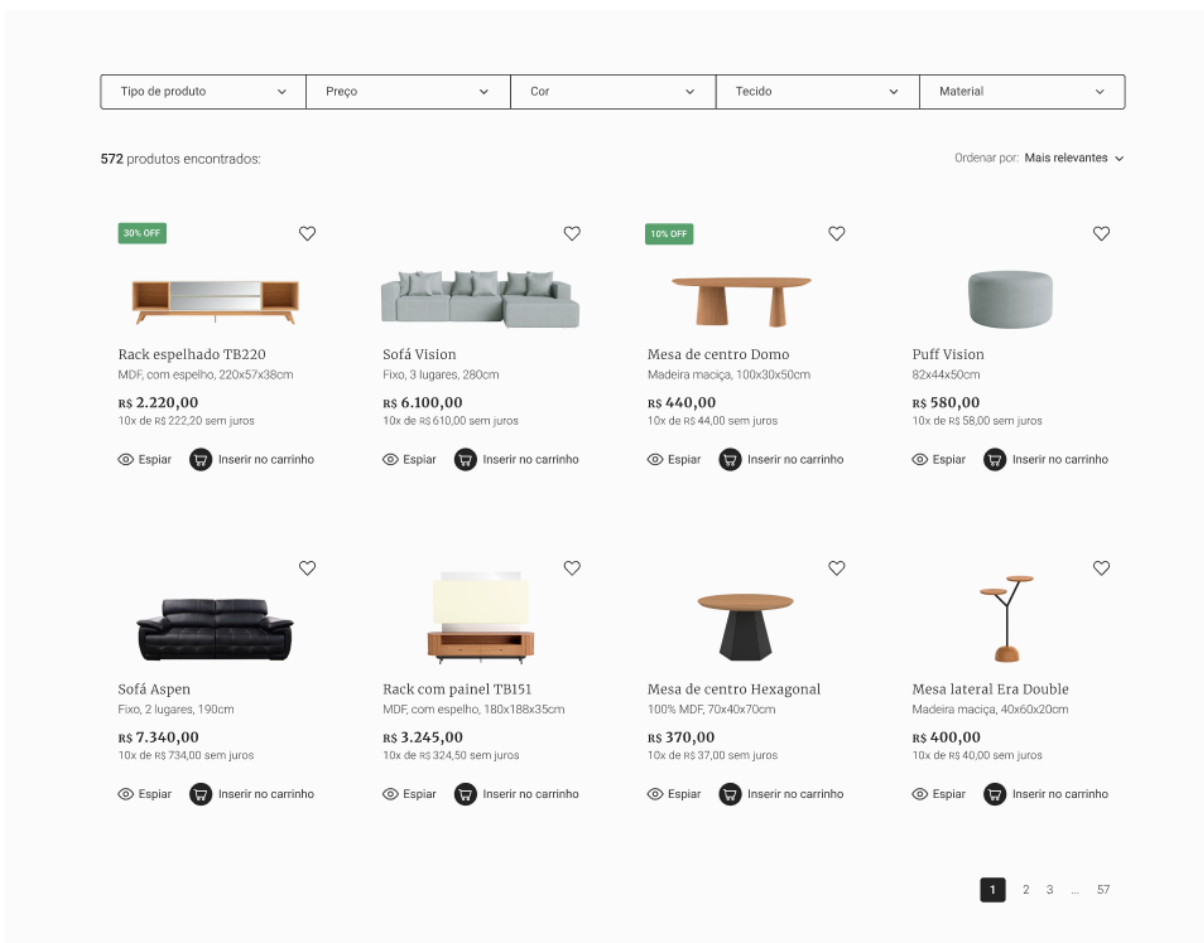


**Figura 137:** Página de ambiente – Seção 2 (Autora, 2023)



Na seção 2, para auxiliar os usuários que procuram comprar mais de um produto para a sala de estar, foi criada uma seção chamada “Recentemente adquiridos juntos”, com combinações de produtos selecionados.

### Página de ambiente – Seção 3



**Figura 138:** Página de ambiente – Seção 3 (Autora, 2023)

A seção 3 da página de ambientes foi direcionada para catálogo, onde produtos variados para sala de estar são apresentados simultaneamente. O usuário pode personalizar a lista através dos filtros e selecionar apenas os produtos que deseja.

Tipo de produto	Preço	Cor	Tecido	Material
<input type="checkbox"/> Sofás <input type="checkbox"/> Sofá-cama <input type="checkbox"/> Puffs <input type="checkbox"/> Poltronas <input type="checkbox"/> Chaises <input type="checkbox"/> Racks e painéis <input type="checkbox"/> Mesas de centro <input type="checkbox"/> Mesas laterais <input type="checkbox"/> Estantes Limpar filtros	Preço mínimo <input type="text" value="R\$ 0,00"/> Preço máximo <input type="text" value="R\$ 10.000,00"/>	<input type="checkbox"/> Preto <input type="checkbox"/> Branco <input type="checkbox"/> Cinza claro <input type="checkbox"/> Cinza escuro <input type="checkbox"/> Bege <input type="checkbox"/> Marrom <input type="checkbox"/> Terracota <input type="checkbox"/> Azul <input type="checkbox"/> Nude <input type="checkbox"/> Off White <input type="checkbox"/> Madeira clara <input type="checkbox"/> Madeira média <input type="checkbox"/> Madeira escura Limpar filtros	<input type="checkbox"/> Linho <input type="checkbox"/> Chenile <input type="checkbox"/> Suede <input type="checkbox"/> Couro <input type="checkbox"/> Courino <input type="checkbox"/> Courissimo <input type="checkbox"/> Nobuck <input type="checkbox"/> Veludo <input type="checkbox"/> Patchwork <input type="checkbox"/> Jacquard	<input type="checkbox"/> MDF <input type="checkbox"/> MDP <input type="checkbox"/> Madeira <input type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> Mármore <input type="checkbox"/> Espelho <input type="checkbox"/> Vidro <input type="checkbox"/> Pintura UV <input type="checkbox"/> Laca Limpar filtros

**Figura 139:** Página de ambiente – Filtros (Autora, 2023)

Os filtros da página de ambientes são uma junção entre os filtros de estofados e filtros de móveis, já que ambos fazem parte do mesmo ambiente.

## 8.9. Área do cliente

The screenshot displays the 'Área do cliente' (Customer Area) of the LEON website. At the top, there is a navigation bar with the LEON logo, menu items (Estofados, Móveis, Ambientes, Promoções), a search bar, and user icons. Below the navigation, the user is greeted with 'Olá, Maria!'. On the left, a vertical sidebar contains five tabs: 'Dados pessoais' (selected), 'Endereços', 'Pagamentos', 'Minhas compras', and 'Favoritos'. The main content area shows a form for editing personal data. The fields are: Email (email@email), Nome (Maria), Sobrenome (Da Silva), CPF (999.111.999-19), and Telefone (99 11111-9999). An 'Editar dados' link is located below the form. At the bottom of the page, a dark footer contains the LEON logo, social media links, contact information (atendimento@leon.com, (11) 11111-9999), payment methods (VISA, Mastercard, PIX, etc.), and links to warranty and shipping conditions.

**Figura 140:** Área do cliente – Dados pessoais (Autora, 2023)

A área do cliente é composta por 5 páginas: Dados pessoais, Endereços, Pagamentos, Minhas compras e Favoritos. As páginas são estruturadas em formato de abas. A interface padrão da área do cliente é a que contém os dados pessoais do usuário. Nesta página, a única ação possível é realizar a edição dos dados.

The screenshot displays the LEON website's customer area. At the top, there is a navigation bar with the LEON logo, menu items (Estofados, Móveis, Ambientes, Promoções), a search bar, and user icons. Below the navigation bar, the customer area is titled "Área do cliente" and greets the user with "Olá, Maria!". A sidebar on the left contains menu items: "Dados pessoais", "Endereços" (highlighted), "Pagamentos", "Minhas compras", and "Favoritos". The main content area is titled "Endereço 1" and contains a form for address management. The form fields are: "Nome da rua" (Rua Flor Margarida), "Número" (1111) and "Complemento" (Em frente à UFSC), "Bairro" (UFSC) and "Cidade" (Florianópolis), and "Estado" (Santa Catarina). Below the form, there are two buttons: "Editar endereço" and "Remover endereço". At the bottom of the address management section, there is a button "Adicionar novo endereço". The footer of the page is dark and contains the LEON logo, social media links, contact information (atendimento@leon.com, (11) 11111-9999, WhatsApp), payment methods (VISA, Mastercard, PIX, DIX), and links for "Garantia" and "Frete e montagem".

**Figura 141:** Área do cliente – Endereços (Autora, 2023)

Em **endereços**, os usuários podem adicionar um endereço, assim como remover ou editar um endereço já existente.

LEON Estofados ▾ Móveis ▾ Ambientes ▾ Promoções

Pesquise produtos para o seu lar

Área do cliente

Olá, Maria!

Dados pessoais

Endereços

**Pagamentos**

Minhas compras

Favoritos

Meus cartões

Cartão de crédito  
VISA \*\*\*\* \* 9999

✎ Editar cartão

🗑 Remover cartão

⊕ Adicionar novo cartão

LEON

Siga nossas redes sociais!

Instagram Facebook

Contato

atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999

Entre contato via WhatsApp

Perguntas frequentes

Formas de pagamento

VISA Mastercard Elo Flexcard DIX

Garantia

[Confira as condições de garantia](#)

Frete e montagem

[Confira as condições de frete e montagem](#)

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 142:** Área do cliente – Pagamentos (Autora, 2023)

Na página de **pagamentos**, os usuários podem criar, editar ou remover métodos de pagamento utilizados dentro do site.

LEON Estofados ▾ Móveis ▾ Ambientes ▾ Promoções

Pesquise produtos para o seu lar

Área do cliente

Olá, Maria!

- Dados pessoais
- Endereços
- Pagamentos
- Minhas compras**
- Favoritos

Histórico de compras

28/05/2023		VISA **** * 9999	Pagamento aprovado
Nº do pedido: 191919		Valor total da compra: R\$ 5.796,00	<a href="#">Visualizar pedido</a>

LEON

Contato

atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999  
Entre contato via WhatsApp   
[Perguntas frequentes](#)

Formas de pagamento

Garantia

[Confira as condições de garantia](#)

Frete e montagem

[Confira as condições de frete e montagem](#)

Siga nossas redes sociais!

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 143:** Área do cliente – Minhas compras (Autora, 2023)

Em **minhas compras**, os usuários podem ver o histórico de compras, assim como acessar detalhes e *status* dos pedidos.

LEON Estofados ▾ Móveis ▾ Ambientes ▾ Promoções

Pesquise produtos para o seu lar

Área do cliente

Olá, Maria!

Dados pessoais

Endereços

Pagamentos

Minhas compras

Favoritos

Meus produtos favoritos

**Sofá Vision**  
Fixo, 3 lugares, 280cm  
**RS 6.100,00**  
10x de RS 610,00 sem juros

**Mesa de centro Orgânica**  
100% MDF, 65x30x50cm  
**RS 220,00**  
10x de RS 22,00 sem juros

Espiar Inserir no carrinho

Espiar Inserir no carrinho

LEON

Siga nossas redes sociais!

Contato

atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999  
Entre contato via WhatsApp

Perguntas frequentes

Formas de pagamento

VISA, Mastercard, PIX, Boleto, Débito em Conta

Garantia

Confira as condições de garantia

Frete e montagem

Confira as condições de frete e montagem

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 144:** Área do cliente – Favoritos (Autora, 2023)

Quando um usuário logado adiciona produtos aos **favoritos**, os produtos ficam registrados na área do cliente até que o usuário desfaça a interação.

## 8.10. Carrinho e check out

As páginas de carrinho e check out seguem um padrão semelhante a todos os sites e-commerce. Padrões pré-estabelecidos foram seguidos na criação das interfaces para que os usuários sintam familiaridade com as telas, facilitando o preenchimento das etapas e a conclusão da compra.

O processo de compra pode ser observado nas imagens a seguir:

The image displays the checkout process on the LEON website. The top navigation bar includes the LEON logo and a WhatsApp contact link. A progress indicator shows four steps: Carrinho (active), Entrega, Pagamento, and Confirmação.

**2 produtos selecionados:**

- Sofá Vision:** Fixo, 3 lugares, 280cm. Cor/Tecido: Cinza/Linho. Preço: R\$ 6.100,00.
- Mesa de centro Orgânica:** 100% MDF, 65x35x50cm. Cor: Freijó/Preto. Preço: R\$ 220,00.

**Resumo do pedido:**

- Subtotal produtos: R\$ 6.320,00
- Calcula o prazo e o valor da entrega:  Insira seu CEP
- Cupom de desconto:  Insira o cupom
- Total: R\$ 6.320,00** (até 10x de R\$ 632,00 sem juros)
- 

**Produtos recomendados com base na sua seleção:**


- Puff Vision:** Formato redondo, 82x44x82cm. Preço: R\$ 360,00 (10x de R\$ 36,00 sem juros).
- Rack Orgânico:** 100% MDF, 180x72x35. Preço: R\$ 2.850,00 (10x de R\$ 285,00 sem juros).
- Mesa lateral Orgânica:** 100% MDF, 65x54x50cm. Preço: R\$ 420,00 (10x de R\$ 42,00 sem juros).
- Poltrona Vision:** Fixo, almofadas soltas, 82x69x80cm. Preço: R\$ 760,00 (10x de R\$ 76,00 sem juros).

**Footer:**

- LEON logo and social media links (Instagram, Facebook).
- Contato: atendimento@leon.com, (11) 11111-9999. [Entre contato via WhatsApp](#)
- Formas de pagamento: VISA, Mastercard, Elo, Rede, Pix, QR Code.
- Garantia: [Confira as condições de garantia](#)
- Frete e montagem: [Confira as condições de frete e montagem](#)
- Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 145:** Carrinho e check out – Carrinho (Autora, 2023)



**LEON** Dúvidas? Fale conosco via WhatsApp 

### Identificação

Antes de prosseguir com a sua compra, precisamos que você crie uma conta:

Email

Nome

Sobrenome

CPF

Telefone

[Continuar para entrega](#)

[← Voltar para o carrinho](#)

### Já tem uma conta?

Escolha um dos métodos para ter acesso rápido a sua conta:

[Entrar com Google](#) [Enviar palavra chave por email](#)



Ou digite suas credenciais de login:

Email








Senha

[Continuar para entrega](#)

**LEON**

Siga nossas redes sociais!  
 

**Contato**  
atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999  
[Entre contato via WhatsApp !\[\]\(7658034662edbadcafaa5cffb6a3f03b\_img.jpg\)](#)  
[Perguntas frequentes](#)

**Formas de pagamento**  
      
 

**Garantia**  
[Confira as condições de garantia](#)

**Frete e montagem**  
[Confira as condições de frete e montagem](#)

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 146:** Carrinho e check out – Identificação (Autora, 2023)

LEON
Dúvidas? Fale conosco via WhatsApp

Carrinho

Entrega

Pagamento

Confirmação

CEP

Alterar

Entrega Padrão

15 dias úteis

\*Montagem não inclusa

**R\$ 120,00**

Endereço

Rua Flor Margarida

Número

Complemento

Bairro

Cidade

UFSC

Florianópolis

Estado

Santa Catarina

Salvar endereço para próximos pedidos

Continuar para pagamento

← Voltar para o carrinho

**Resumo do pedido**

1

Sofá Vision fixo,  
3 lugares, 280cm

Cor/tecido: Cinza/Linho

**R\$ 6.100,00**

---

1

Mesa de centro  
Orgânica 100% MDF  
65x35x50cm

Cor: Freijó/Preto

**R\$ 220,00**

---

Subtotal	<b>R\$ 6.320,00</b>
Frete	<b>R\$ 120,00</b>
Cupom	10% de desconto
<b>Total</b>	<b>R\$ 5.796,00</b>

até 10x de R\$ 579,60 sem juros

**LEON**

Siga nossas redes sociais!

Contato

atendimento@leon.com

(11) 11111-9999

Entre contato via WhatsApp

[Perguntas frequentes](#)

Formas de pagamento

Garantia



[Confira as condições de garantia](#)


Frete e montagem


[Confira as condições de frete e montagem](#)


Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050


**Figura 147:** Carrinho e check out – Entrega (Autora, 2023)


Dúvidas? Fale conosco via WhatsApp 


  
Carrinho






  
Entrega

  
Pagamento

  
Confirmação

Selecione a forma de pagamento:

PIX 

**Cartão de crédito**     

Número do cartão






Nome impresso no cartão


Data de validade  Código de segurança

CPF/CNPJ do titular

Quantidade de parcelas


Salvar cartão para próximos pedidos


Cartão de débito     

Boleto bancário 

Efetuar pagamento

[← Voltar para a entrega](#)

 **Resumo do pedido**




**1**

Sofá Vision fixo,  
3 lugares, 280cm  
Cor/tecido: Cinza/Linho

**RS 6.100,00**

---



**1**


Mesa de centro  
Orgânica 100% MDF  
65x35x50cm  
Cor: Freijó/Preto

**RS 220,00**

---

Subtotal	<b>RS 6.320,00</b>
Frete	<b>RS 120,00</b>
Cupom	10% de desconto
<b>Total</b>	<b>RS 5.796,00</b>


até 10x de RS 579,60 sem juros

 **Entrega**



em até 15 dias úteis  
\*Montagem não inclusa

Rua Flor Margarida, 111  
UFSC, Florianópolis, Santa Catarina  
Complemento: Em frente à UFSC

[Alterar endereço de entrega](#)




Siga nossas redes sociais!








Contato

atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999

[Entre contato via WhatsApp](#) 

[Perguntas frequentes](#)

Formas de pagamento

Garantia

[Confira as condições de garantia](#)

Frete e montagem

[Confira as condições de frete e montagem](#)

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 148:** Carrinho e check out – Pagamento (Autora, 2023)

LEON
Dúvidas? Fale conosco via WhatsApp

Carrinho — Entrega — Pagamento — Confirmação

**Seu pedido foi aprovado!**

Nº do pedido: 191919

Enviamos um email de confirmação para [email@email.com](mailto:email@email.com) com detalhes da sua compra e informações sobre próximos passos

Você também pode conferir o status do seu pedido acessando a página [Minhas compras](#)

Resumo da sua compra:

**Resumo do pedido**

**1** Sofá Vision fixo, 3 lugares, 280cm  
Cor/tecido: Cinza/Linho  
**RS 6.100,00**

**1** Mesa de centro Orgânica 100% MDF 65x35x50cm  
Cor: Freijó/Preto  
**RS 220,00**

---

Subtotal **RS 6.320,00**

Frete **RS 120,00**

Cupom **10% de desconto**

**Total RS 5.796,00**  
até 10x de R\$ 579,60 sem juros

**Entrega**

em até 15 dias úteis  
\*Montagem não inclusa

Rua Flor Margarida, 111  
UFSC, Florianópolis, Santa Catarina  
Complemento: Em frente à UFSC

[Alterar endereço de entrega](#)

**Pagamento**

Forma de pagamento: cartão de crédito

**VISA** \*\*\*\* \* 9999

Valor das parcelas: **10x de R\$ 579,60**

Valor total da compra: **RS 5.796,00**

Em caso de dúvidas, entre em contato com a Leon através do WhatsApp (11) 11111-9999 ou demais meios de contato :)

**LEON**

Siga nossas redes sociais!

**Contato**

atendimento@leon.com  
(11) 11111-9999  
[Entre contato via WhatsApp](#)

[Perguntas frequentes](#)

**Formas de pagamento**

**Garantia**

[Confira as condições de garantia](#)

**Frete e montagem**

[Confira as condições de frete e montagem](#)

Neular Comercio de Móveis LTDA, CNPJ 04.395.923/0001-40, Rua Coronel Cabral 338, Tubarão-SC, 88.701-050

**Figura 149:** Carrinho e checkout – Confirmação de compra (Autora, 2023)

## 9. TESTES DE USABILIDADE

A fim de avaliar a efetividade da interface proposta, foi conduzido um teste de usabilidade com usuários reais. Os usuários entrevistados foram escolhidos com base no comportamento de compra online – os três já tiveram experiências de compra de móveis online, e possuem idade entre 25 e 32 anos, faixa etária que faz parte do público alvo da empresa.

Para realizar o teste das telas, foi elaborado um roteiro para guiar os usuários durante a navegação, enquanto executam as principais ações dentro do site.

### 9.1. Roteiro dos testes de usabilidade

Para realizar os testes com os usuários, foram propostas 12 missões que os mesmos deveriam concluir para verificar a usabilidade da interface, as missões selecionadas foram:

**Missão 1:** Identificar e apontar os produtos oferecidos pela empresa

**Missão 2:** Identificar e apontar os meios de contato da empresa

**Missão 3:** Encontrar a página de sofás e adicionar um sofá ao carrinho

**Missão 4:** Encontrar a página de mesas de centro e adicionar uma mesa de centro ao carrinho

**Missão 5:** Identificar como chegar até a página de carrinho

**Missão 6:** Apontar os produtos que compõem o carrinho, confirmar informações, apontar o valor do subtotal do pedido e valor total do pedido

**Missão 7:** Concluir a etapa de identificação

**Missão 8:** Concluir a etapa de entrega

**Missão 9:** Concluir a etapa de pagamento

**Missão 10:** Chegar até a página de confirmação e apontar as informações mais relevantes na página

**Missão 11:** Encontrar a área do cliente

**Missão 12:** Encontrar o último pedido realizado

O fator de sucesso das missões será classificado da seguinte forma:

- Concluída
- Concluída com dificuldade
- Não concluída

Os três usuários realizaram os testes por meio de vídeo chamada, e aceitaram fazer compartilhamento da tela para que a autora pudesse visualizar todo o processo e fazer anotações.

## 9.2. Resultados dos testes de usabilidade e considerações

<b>Usuário 1 - Lucas (25 anos)</b>		Observações
<b>Missão 1:</b> Identificar e apontar os produtos oferecidos pela empresa	Concluída	Identificou instantaneamente através do menu de navegação.
<b>Missão 2:</b> Identificar e apontar os meios de contato da empresa	Concluída	Foi instantaneamente para o rodapé do site.
<b>Missão 3:</b> Encontrar a página de sofás e adicionar um sofá ao carrinho	Concluída com dificuldade	Adicionou ao carrinho com facilidade, mas teve dificuldade de acessar a página de sofás.
<b>Missão 4:</b> Encontrar a página de mesas de centro e adicionar uma mesa de centro ao carrinho	Concluída	Quis usar barra de busca primeiramente, mas logo chegou na página através do menu.
<b>Missão 5:</b> Identificar como chegar até a página de carrinho	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 6:</b> Apontar os produtos que compõem o carrinho, confirmar informações, apontar o valor do subtotal do pedido e valor total do pedido	Concluída	Conseguiu compreender e descrever as informações na página facilmente.
<b>Missão 7:</b> Concluir a etapa de identificação	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 8:</b> Concluir a etapa de entrega	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 9:</b> Concluir a etapa de pagamento	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 10:</b> Chegar até a página de confirmação e apontar as informações mais relevantes na página	Concluída	Afirmou que a informação mais relevante da página é saber que terá contato por email.
<b>Missão 11:</b> Encontrar a área do cliente	Concluída com dificuldade	Após a compra, retornou para a página inicial e o ícone da área do cliente não estava funcionando. Conseguiu acessar por outra página.
<b>Missão 12:</b> Encontrar o último pedido realizado	Concluída	Concluiu com facilidade.

<b>Usuário 2 - Evandro (33 anos)</b>		Observações
<b>Missão 1:</b> Identificar e apontar os produtos oferecidos pela empresa	Concluída	Abriu a página e navegou por toda a página inicial, ao perguntar sobre os produtos, citou mesas, cadeiras, sofás, jogos de quarto, nesta respectiva ordem.
<b>Missão 2:</b> Identificar e apontar os meios de contato da empresa	Concluída	Identificou e apontou com facilidade.
<b>Missão 3:</b> Encontrar a página de sofás e adicionar um sofá ao carrinho	Concluída com dificuldade	Teve dificuldade de encontrar a página de sofás através do menu. Tentou adicionar o produto ao carrinho direto na página de catálogo, o que não é possível no protótipo.
<b>Missão 4:</b> Encontrar a página de mesas de centro e adicionar uma mesa de centro ao carrinho	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 5:</b> Identificar como chegar até a página de carrinho	Concluída com dificuldade	Voltou para a página anterior sem querer e o protótipo estava desconfigurado, tendo que adicionar todos os produtos novamente.
<b>Missão 6:</b> Apontar os produtos que compõem o carrinho, confirmar informações, apontar o valor do subtotal do pedido e valor total do pedido	Concluída	Clicou várias vezes para digitar CEP e cupom, mas no protótipo só é possível ativar as informações pelo botão.
<b>Missão 7:</b> Concluir a etapa de identificação	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 8:</b> Concluir a etapa de entrega	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 9:</b> Concluir a etapa de pagamento	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 10:</b> Chegar até a página de confirmação e apontar as informações mais relevantes na página	Concluída	Apontou os produtos selecionados, quando vai receber o produto. Clicou instantaneamente em "Minhas compras" para visualizar o pedido.
<b>Missão 11:</b> Encontrar a área do cliente	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 12:</b> Encontrar o último pedido realizado	Concluída	Concluiu com facilidade.

<b>Usuário 3 - Julia (29 anos)</b>		Observações
<b>Missão 1:</b> Identificar e apontar os produtos oferecidos pela empresa	Concluída	Identificou e apontou os produtos ao navegar brevemente pela home e depois acessar o menu.
<b>Missão 2:</b> Identificar e apontar os meios de contato da empresa	Concluída com dificuldade	Procurou os meios de contato no menu de navegação, após não encontrar, foi até o rodapé do site.
<b>Missão 3:</b> Encontrar a página de sofás e adicionar um sofá ao carrinho	Concluída com dificuldade	Tentou pesquisar pela barra de busca, que não está interativa no protótipo. Após isso, encontrou através do menu e completou a missão.
<b>Missão 4:</b> Encontrar a página de mesas de centro e adicionar uma mesa de centro ao carrinho	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 5:</b> Identificar como chegar até a página de carrinho	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 6:</b> Apontar os produtos que compõem o carrinho, confirmar informações, apontar o valor do subtotal do pedido e valor total do pedido	Concluída	Verificou os produtos no carrinho, confirmou as informações e os valores do pedido.
<b>Missão 7:</b> Concluir a etapa de identificação	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 8:</b> Concluir a etapa de entrega	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 9:</b> Concluir a etapa de pagamento	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 10:</b> Chegar até a página de confirmação e apontar as informações mais relevantes na página	Concluída	Confirmou as informações, focou em confirmar o endereço de entrega.
<b>Missão 11:</b> Encontrar a área do cliente	Concluída	Concluiu com facilidade.
<b>Missão 12:</b> Encontrar o último pedido realizado	Concluída	Concluiu com facilidade.

Os três usuários tiveram facilidade para completar as missões, tirando algumas exceções. Os principais problemas identificados durante o teste de usabilidade foram:

- Dois usuários tiveram dificuldade de encontrar a página de sofás através do menu, o que torna necessário ajustar a posição dos elementos no menu de estofados.
- Dois usuários tentaram utilizar a barra de busca e outras funcionalidades que não estavam disponíveis para interação, indicando limitação do protótipo.
- Um usuário perdeu todos os itens no carrinho ao voltar a página sem querer, indicando falha de navegação no protótipo
- Um usuário não conseguiu acessar a área do cliente após realizar uma compra, indicando falha de navegação no protótipo.



No geral, os testes tiveram um resultado bastante positivo. Além de completar as missões propostas pelo roteiro, os usuários navegaram espontaneamente entre as páginas, interagiram com elementos que não faziam parte do roteiro por curiosidade. Durante o teste foi possível analisar se as informações sobre produtos, preços, especificações e detalhes da etapa de compra estavam claras para os usuários, e todos tiveram bastante facilidade em identificar e descrever esses conteúdos.

Os principais problemas destacados anteriormente, como a posição da página de sofás no meu e dificuldades durante a navegação, foram falhas de protótipo simples de resolver e foram devidamente ajustadas.

## CONCLUSÃO

O framework de Garrett foi essencial na construção deste projeto, permitindo que ele progredisse de forma organizada e linear. As etapas bem definidas e interdependentes propostas pelo framework garantiram um embasamento teórico sólido e forneceram orientações claras até chegar no resultado final alcançado.

O objetivo deste projeto foi desenvolver uma interface de site de e-commerce sobre móveis e estofados. Em resumo, acredito que a proposta de interface tenha sido alcançada com sucesso. As páginas elaboradas neste projeto desempenharam um papel fundamental ao mostrar como a empresa pode oferecer seus produtos online. A execução do projeto apresentou um fluxo completo, desde a catalogação e identificação dos produtos, até a simulação de uma confirmação da compra, e os testes de usabilidade feitos com usuários tiveram resultados muito positivos.

No entanto, devido à diversidade do nicho de móveis e estofados, infelizmente não foi viável incluir todas as possíveis variações de produtos e funcionalidades no projeto. Por esse motivo, o produto desenvolvido deverá ser aprimorado caso a empresa decida prosseguir com sua implementação.

## REFERÊNCIAS

BURITI, Estofados. **Fabricante de estofados parceira**. Disponível em:

<https://estofadosburiti.com.br/>. Acesso em: Junho de 2023.

DALLA COSTA. **Fabricante de móveis parceira**. Disponível em: <http://www.dallacosta.com.br/>.

Acesso em: Junho de 2023.

DIQUALITÁ, Estofados. **Fabricante de estofados parceira**. Disponível em:

<https://www.diqualita.com.br/>. Acesso em: Junho de 2023.

E-COMMERCE BRASIL. **Dados do setor moveleiro no Brasil: marketplaces e crescimento**.

Disponível em:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/dados-do-setor-moveleiro-no-brasil-marketplaces-e-crescimento>. Acesso em: 22 de Março de 2023.

GALINARI, Rangel; TEIXEIRA, Job R.; MORGADO, Ricardo. **A competitividade da indústria de móveis do Brasil: situação atual e perspectivas**. BNDES, 2013.

GARRETT, Jesse. **Os Elementos da experiência do usuário**. 2ª Edição. New Riders, 2010.

HOMEDOCK. **Exemplo de site e-commerce mobiliário**. Disponível em: <https://homedock.com.br/>.

Acesso em: 15 de Abril de 2023.

MADEIRAMADEIRA. **Exemplo de site e-commerce mobiliário**. Disponível em:

<https://www.madeiramadeira.com.br>. Acesso em: 2 de Abril de 2023.

MARCON, J. **Fabricante de móveis parceira**. Disponível em: <https://www.jmarcon.com.br/>. Acesso em: Junho de 2023.

MARCOBIN. **Fabricante de móveis parceira**. Disponível em: <https://www.marcobin.com.br/>.

Acesso em: Junho de 2023.

MATERIAL DESIGN 2. **Design de navegação**. Disponível em:

<https://m2.material.io/design/navigation/>. Acesso em: Abril de 2023

MATERIAL DESIGN 2. **Grids e layout responsivo**. Disponível em:

<https://m2.material.io/design/layout/responsive-layout-grid/>. Acesso em: Abril de 2023

MATERIAL DESIGN 3. **Componentes da interface.** Disponível em:

<https://m3.material.io/components>. Acesso em: Junho de 2023.

Silva, Jefferson. **Elementos da experiência do usuário por Garrett e a estratégia de validação.**

Disponível em:

<https://jeffersonalex.medium.com/elementos-da-experiência-do-usuário-by-garrett-e-a-estratégia-de-validação-96cebc2c6aa5>. Acesso em: 19 de março de 2023.

SOUZA, Marcelo. **Catálogo de especificação de mobiliário.** 3ª Edição. UNIFAP, 2020.

STOJKOVSKA, Marija. **The elements of User experience.** Disponível em:

<https://bootcamp.uxdesign.cc/the-elements-of-user-experience-bb98f4e385e3>. Acesso em: 19 de março de 2023.

TOKSTOK. **Exemplo de site e-commerce mobiliário.** Disponível em: <https://www.tokstok.com.br>.

Acesso em: 10 de Abril de 2023.

TOMASI, Estofados. **Fabricante de estofados parceira.** Disponível em:

<https://estofadostomasi.com.br/>. Acesso em: Junho de 2023.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Os 5 planos da experiência do usuário	9
Figura 2: Plano de Estratégia	10
Figura 3: Plano de Escopo	11
Figura 4: Plano de Estrutura	12
Figura 5: Plano de Esqueleto	13
Figura 6: Plano de Superfície	14
Figura 7: Briefing com a empresa	16
Figura 8: Gráfico sobre faixa etária	18
Figura 9: Gráfico sobre renda mensal	18
Figura 10: Gráfico de comportamento 1	19
Figura 11: Gráfico de comportamento 2	20
Figura 12: Gráfico de comportamento 3	20
Figura 13: Gráfico de comportamento 4	21
Figura 14: Gráfico de comportamento 5	21
Figura 15: Gráfico de comportamento 6	22
Figura 16: Gráfico de comportamento 7	22
Figura 17: Gráfico de comportamento 8	24
Figura 18: Gráfico de comportamento 8	24
Figura 19: Persona 1	25
Figura 20: Persona 2	26
Figura 21: Persona 3	27
Figura 22: MadeiraMadeira	28
Figura 23: Página inicial MadeiraMadeira	29
Figura 24: Página inicial MadeiraMadeira	30
Figura 25: Página inicial MadeiraMadeira	30
Figura 26: Página inicial MadeiraMadeira	31
Figura 27: Página de catálogo MadeiraMadeira	31
Figura 28: Filtros Página de catálogo MadeiraMadeira	33
Figura 29: Página de produto MadeiraMadeira	34
Figura 30: Página de produto MadeiraMadeira	35
Figura 31: Página de produto MadeiraMadeira	35
Figura 32: Página de produto MadeiraMadeira	36
Figura 33: Página de produto MadeiraMadeira	37
Figura 34: Página de produto MadeiraMadeira	37

Figura 35: Página de produto MadeiraMadeira	38
Figura 36: Fluxo de compra MadeiraMadeira	38
Figura 37: Fluxo de compra MadeiraMadeira	39
Figura 38: Fluxo de compra MadeiraMadeira	40
Figura 39: Fluxo de compra MadeiraMadeira	41
Figura 40: Tok&Stok	44
Figura 41: Página inicial Tok&Stok	44
Figura 42: Página inicial Tok&Stok	45
Figura 43: Página inicial Tok&Stok	46
Figura 44: Página inicial Tok&Stok	46
Figura 45: Página inicial Tok&Stok	47
Figura 46: Página inicial Tok&Stok	47
Figura 47: Página de catálogo Tok&Stok	48
Figura 48: Página de produto Tok&Stok	49
Figura 49: Página de produto Tok&Stok	50
Figura 50: Página de produto Tok&Stok	50
Figura 51: Página de produto Tok&Stok	51
Figura 52: Página de produto Tok&Stok	51
Figura 53: Página de produto Tok&Stok	52
Figura 54: Página de produto Tok&Stok	52
Figura 55: Fluxo de compra Tok&Stok	53
Figura 56: Fluxo de compra Tok&Stok	53
Figura 57: Fluxo de compra Tok&Stok	54
Figura 58: Fluxo de compra Tok&Stok	54
Figura 59: Fluxo de compra Tok&Stok	55
Figura 60: Fluxo de compra Tok&Stok	55
Figura 61: Fluxo de compra Tok&Stok	56
Figura 62: Fluxo de compra Tok&Stok	57
Figura 63: Design de interação	66
Figura 64: Design de interação	66
Figura 65: Design de interação	67
Figura 66: Design de interação	67
Figura 67: Design de interação	68
Figura 68: Design de interação	68
Figura 69: Design de interação	69
Figura 70: Design de interação	69

Figura 71: Design de interação	70
Figura 72: Arquitetura da informação	72
Figura 73: Arquitetura da informação	73
Figura 74: Arquitetura da informação	74
Figura 75: Design de interface	75
Figura 76: Design de interface	76
Figura 77: Componentes da interface	76
Figura 78: Componentes da interface	77
Figura 79: Componentes da interface	77
Figura 80: Componentes da interface	78
Figura 81: Componentes da interface	78
Figura 82: Componentes da interface	79
Figura 83: Design de navegação	80
Figura 84: Design de navegação	80
Figura 85: Mapa do site	81
Figura 86: Wireframe - Página inicial	82
Figura 87: Wireframe - Catálogo de produtos	81
Figura 88: Wireframe - Catálogo de produtos por ambiente	84
Figura 89: Wireframe - Página de produto	85
Figura 90: Cores da interface	86
Figura 91: Tipografias da interface	87
Figura 92: Logo da empresa	87
Figura 93: Uso de imagens no site 1	88
Figura 94: Uso de imagens no site 2	88
Figura 95: Uso de imagens no site 3	90
Figura 96: Página inicial	91
Figura 97: Página inicial – Seção 1	92
Figura 98: Figura 98: Página inicial – Seção 1	93
Figura 99: Página inicial – Seção 2	94
Figura 100: Página inicial – Seção 3	95
Figura 101: Página inicial – Seção 4	95
Figura 102: Página inicial – Seção 5	96
Figura 103: Rodapé	96
Figura 104: Menu de navegação	97
Figura 105: Menu de navegação – Estofados	97
Figura 106: Menu de navegação – Móveis	98

Figura 107: Menu de navegação – Ambientes	98
Figura 108: Menu de navegação – Carrinho	99
Figura 109: Menu de navegação – Carrinho	99
Figura 110: Menu de navegação – Área do cliente	99
Figura 111: Menu de navegação – Favoritos	100
Figura 112: Menu de navegação – Favoritos	100
Figura 113: Página de catálogo – Sofás	101
Figura 114: Página de catálogo de sofás – Cards	102
Figura 115: Página de catálogo de sofás – Cards	102
Figura 116: Página de catálogo de sofás – Filtros	103
Figura 117: Página de catálogo de sofás – Filtros	103
Figura 118: Página de catálogo de sofás – Ordenação	103
Figura 119: Página de catálogo – Mesas de centro	104
Figura 120: Página de catálogo de mesas de centro – Filtros	105
Figura 121: Página de sofá	106
Figura 122: Página de sofá – Seção 1	107
Figura 123: Página de sofá – Seção 1	108
Figura 124: Página de sofá – Seção 1	108
Figura 125: Página de sofá – Seção 2	109
Figura 126: Página de sofá – Seção 3	110
Figura 127: Página de sofá – Seção 4	110
Figura 128: Página de sofá – Seção 5	111
Figura 129: Página de mesa de centro	112
Figura 130: Página de mesa de centro – Seção 1	113
Figura 131: Página de mesa de centro – Seção 2	113
Figura 132: Página de mesa de centro – Seção 3	114
Figura 133: Página de mesa de centro – Seção 4	114
Figura 134: Página de mesa de centro – Seção 5	115
Figura 135: Página de ambiente – Sala de estar	116
Figura 136: Página de ambiente – Seção 1	117
Figura 137: Página de ambiente – Seção 2	117
Figura 138: Página de ambiente – Seção 3	118
Figura 139: Página de ambiente – Filtros	119
Figura 140: Área do cliente – Dados pessoais	120
Figura 141: Área do cliente – Endereços	121
Figura 142: Área do cliente – Pagamentos	122



Figura 143: Área do cliente – Minhas compras	123
Figura 144: Área do cliente – Favoritos	124
Figura 145: Carrinho e check out – Carrinho	125
Figura 146: Carrinho e check out – Identificação	126
Figura 147: Carrinho e check out – Entrega	127
Figura 148: Carrinho e check out – Pagamento	128
Figura 149: Carrinho e check out – Confirmação de compra	129

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - Pesquisa com o público-alvo

<p>Primeiramente, qual é a sua idade?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Até 25 anos</li> <li>2) 26 a 35 anos</li> <li>3) 36 a 45 anos</li> <li>4) 46 a 55 anos</li> <li>5) 56 a 65 anos</li> <li>6) Acima de 65 anos</li> </ol>
<p>Qual é a sua renda mensal, aproximadamente?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Menos de R\$ 1.000</li> <li>2) Entre R\$ 1.000 e R\$ 3.000</li> <li>3) Entre R\$ 3.000 e R\$ 6.000</li> <li>5) Entre R\$ 6.000 e R\$ 10.000</li> <li>6) Mais de R\$ 10.000</li> </ol>
<p>Como você costuma escolher móveis para a sua casa?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pesquisa em lojas online</li> <li>2) Pesquisa móveis através das redes sociais</li> <li>3) Visito lojas físicas</li> <li>4) Outros</li> </ol>
<p>Você costuma comprar móveis pela internet? Se sim, com que frequência?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sim, com frequência</li> <li>2) Sim, com pouca frequência</li> <li>3) Não costumo comprar móveis pela internet</li> </ol>

Caso a pessoa tenha assinalado as opções *1) Sim, com frequência* ou *2) Sim, com pouca frequência*:

<p>Quais sites você utiliza para comprar móveis pela internet?</p>
<p>Quais são os principais motivos que o levam a comprar móveis pela internet?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Comodidade</li> <li>2) Buscas personalizadas</li> <li>3) Variedade de produtos</li> </ol>

- 4) Facilidade em comparar preços
- 5) Avaliações de outros clientes
- 6) Flexibilidade de horários
- 7) Outros

Em escala de prioridade, qual aspecto você considera mais importante ao adquirir móveis pela internet?

- 1) Preço
- 2) Qualidade
- 3) Design

Como você avalia a qualidade dos móveis que você compra online?

- 1) Imagens do produto
- 2) Descrição do produto
- 3) Especificações do produto
- 4) Marca do produto
- 5) Avaliações de outros clientes
- 6) Outros

Qual é o seu processo de decisão ao comprar móveis online?

Quais são os principais desafios ou problemas que você encontra ao comprar móveis pela internet?

- 1) Produto diferente da imagem
- 2) Incerteza sobre a qualidade do produto
- 3) Dificuldade de avaliar cores, texturas, dimensões
- 4) Dificuldade de escolher entre as opções
- 5) Dificuldade com entrega, montagem e devolução
- 6) Outros

Caso a pessoa tenha assinalado a opção 3) *Não costumo comprar móveis pela internet*:

Quais são os principais desafios que o impedem de comprar móveis pela internet?

- 1) Produto diferente da imagem
- 2) Incerteza sobre a qualidade do produto
- 3) Dificuldade de avaliar cores, texturas, dimensões
- 4) Dificuldade de escolher entre as opções
- 5) Dificuldade com entrega, montagem e devolução
- 6) Outros