

30/09

Aplicativos inovadores com uma UX valiosa: como adotar?

A transformação digital há tempos vem mudando de maneira significativa a rotina de empresas e consumidores em todas as partes do globo. Nos últimos anos, contudo, **o movimento de digitalização ganhou evidência e relevância**, um reflexo da mudança de hábitos e padrões da sociedade.

Diante do novo cenário, um tema tem ganhado força e notoriedade no meio empresarial: a **experiência do usuário em app**. Como veremos a seguir, os aplicativos se tornaram parte integrante da vida das pessoas, sendo um canal de interação moderno, ágil e altamente estratégico, que pode — e deve — ser explorado pelas empresas.

No entanto, disponibilizar um aplicativo ao usuário é apenas o primeiro passo dessa jornada de transformação mobile. É preciso ofertar uma ferramenta que entregue uma experiência de uso condizente com o perfil do destinatário e com a proposta da empresa. Esse é o grande desafio!

Por isso, preparamos este artigo com base em um case de sucesso recente de app para uma grande revista de negócios brasileira, a fim de mostrar como é possível aplicar uma **cultura focada na experiência do usuário em app** de maneira estratégica. Acompanhe!

Por que a experiência do usuário em aplicativos é tão importante

Hoje, a utilização de aplicativos é uma realidade totalmente integrada à vida das pessoas. De acordo com o [“Relatório de Tendências de Aplicativos para Dispositivos Móveis”](#), de 2019, **os apps representam 80% de todo o tempo que os usuários gastam em seus smartphones**.

Além disso, o Brasil ocupa a **terceira posição no ranking mundial** de downloads de aplicativos, atrás apenas de Índia e EUA. Em 2019, foram realizadas 143 bilhões de operações desse tipo no mundo, representando uma movimentação financeira na ordem de US\$120 bilhões. A estimativa é que as pessoas gastarão US\$156 bilhões em 2023.

Dito isso, não resta dúvida de que a experiência proporcionada para o usuário em app é um tema de grande relevância na atualidade. Quem aposta na **estratégia de um app mobile intuitivo e responsivo** está investindo não apenas na satisfação dos clientes, mas na formulação de uma relação duradoura e rica, que contribui para um melhor posicionamento no mercado.

O percurso, que vai da idealização de um app até a sua efetiva disponibilização, pode ser bastante longo, exigindo a avaliação de uma série de dados, características e variáveis não só do mercado, mas dos potenciais usuários.

A depender do segmento em que se atua e das ações que serão executadas dentro da aplicação, o processo pode ser mais ou menos complexo. Contudo, um atributo que deve estar presente, independentemente do ramo, é a experiência do usuário. Para isso, confira, a seguir, um case de como **aplicar uma cultura focada na experiência de uso do app** no seu negócio!

Como a BRQ aplicou essa estratégia e obteve sucesso em app de grande revista de negócios brasileira?

No caso de uma grande revista brasileira especializada em economia, negócios, política e tecnologia, o desafio foi fazer um novo portal e app mobile que trouxessem todos os seus leitores, inclusive os fiéis a revista física, para dentro do mundo digital.

Com matérias interativas, não só para ler, mas para assistir, ouvir, compartilhar e curtir, o objetivo principal foi integrar o online e o off-line para facilitar a interação entre o leitor, o produto e o anunciante, transformando a revista em um modelo digital multiplataforma mais atrativo.

Personalizando as interações

Em relação ao uso de aplicativos e meios digitais, já se percebeu que **as pessoas buscam uma personalização na sua experiência**. Ou seja, como regra, elas utilizam aplicativos ou plataformas que se adequem às suas necessidades.

É possível entender melhor a importância da personalização explorando o case da experiência da BRQ no projeto realizado com uma grande revista de negócios e levando em conta sua necessidade de oferecer aos seus usuários diferentes tipos de conteúdo, baseados em dados de preferência. Combinando um processo extensivo de coleta de informações, *analytics* e análise comportamental, foi possível atingir um grau de experiência e personalização sofisticado, adequando-se às características dos usuários do portal.

Nesse caso, por exemplo, digamos que o usuário prefira tópicos relacionados a economia, investimentos e tecnologia. Então, o aplicativo filtraria conteúdos afins com esses e os exibiria mais para ele — semelhante ao que o Google faz ao divulgar anúncios.

Outra estratégia é utilizar as informações para **compor uma base de dados rica**, que ajude a entender o comportamento do usuário, interpretar seus hábitos, receber inputs e, a partir disso, conseguir personalizar a experiência.

Diversificando os conteúdos

A diversificação do conteúdo é outro fator que apresenta grande impacto sobre a experiência do usuário em app. Hoje, com pessoas frequentemente conectadas e dispostas a passar tempo diante dos seus dispositivos móveis, é fundamental que **as soluções sejam pensadas para manter a atratividade e a relevância**, mesmo após horas de uso.

Nesse sentido, uma das estratégias é diversificar os conteúdos ofertados, instigando e conduzindo o usuário a executar outras ações, consumir novas informações e, com isso, se manter conectado, explorando as possibilidades que são oferecidas.

Além disso, pode-se pensar em alternativas para diversificar o formato como as informações são apresentadas em diferentes plataformas. Foi exatamente isso o que a BRQ explorou no app: trouxe diferenciais de modo que a experiência obtida no site e no aplicativo aproveitasse as soluções específicas de cada dispositivo.

Garantindo a acessibilidade

Segundo o [Google](#), criar aplicativos acessíveis garante igualdade de acesso a cerca de um bilhão de pessoas com deficiência no mundo todo, mas também beneficia pessoas sem deficiência, possibilitando a personalização de experiências: proporcionar acessibilidade significa dar atenção aos detalhes e a como seus usuários interagem com seu aplicativo.

Em outros termos, seria garantir à ferramenta o potencial de **conversar bem com diferentes tipos de usuários**. Levando em conta outros atributos importantes para o público do nosso case, destacamos a familiaridade com recursos digitais e [tecnologia](#).

Aplicações mobile precisam ser **simples, intuitivas e democráticas**. No geral, devem ajudar usuários leigos, assim como aqueles mais familiarizados com o mundo digital.

Além disso, é essencial se atentar à responsividade da aplicação, considerando que ela rodará em dispositivos diversos, como smartphones e tablets. Logo, é necessário pensar essa acessibilidade do ponto de vista de como as pessoas utilizarão o app, de maneira que ele seja compatível com o maior número de dispositivos e **entregue uma experiência responsiva e eficiente em todos eles**.

Agregando valor à solução

A experiência do usuário de aplicativos está intimamente ligada à sua percepção sobre a ferramenta, isto é, ao valor que a solução é capaz de agregar. Nesse sentido, é muito importante investir em **melhorias para a utilidade**, ou seja, o potencial que o app tem para solucionar as dores e necessidades do usuário.

Na prática, não se trata de dispor de uma aplicação com inúmeras funcionalidades, mas daquelas ideais, considerando o que o público valoriza e busca ao baixar o app. Daí a importância de conhecer a fundo o destinatário da solução e de se inovar a partir desse indicador.

Mais uma vez, destacamos o **case da BRQ com a grande revista de negócios brasileira**. Diante da necessidade de agregar valor à solução, em tal projeto se pensou em fortalecer a questão da autonomia do usuário dentro da aplicação. Para tanto, focou-se no autosserviço, dando liberdade ao usuário para fazer a sua assinatura ou renová-la, comprar um novo produto, tudo isso de forma independente.

Isso porque hoje em dia, as pessoas querem realizar ações por conta própria, sem ter que ligar para um call center. **No contexto de transformação digital, os clientes buscam agilidade e praticidade.**

Contando com a parceria da BRQ

O processo de desenvolvimento de um app, além de conhecimento técnico e expertise, **exige uma grande base estratégica**. Como dito, existem diversas variáveis que precisam ser avaliadas antes, durante e depois do processo, buscando oferecer uma ferramenta que seja realmente aderente aos objetivos da empresa-cliente e às necessidades dos usuários finais.

O [design](#) como base para o [trabalho da BRQ](#) possibilita fazer, por exemplo, pesquisas com o usuário final, promover produtos no mercado com o objetivo de testar hipóteses, ou validar o comportamento do cliente. Com isso, fica mais seguro compreender o mercado e conhecer a fundo o usuário, seu comportamento e interesses.

Outro grande benefício oferecido pela parceria com a BRQ é uma **metodologia pautada em dados e pesquisas** que possibilita identificar desajustes rapidamente e dedicar todos os esforços e recursos naquilo que faça sentido para o destinatário da aplicação. Imagine sua empresa investir um longo tempo e dinheiro construindo uma solução que, talvez, o usuário final não adote?

A BRQ está ao lado da sua empresa **em todas as etapas do processo de transformação digital**, avaliando e orientando em questões que vão desde a infraestrutura física e tecnológica da empresa até pontos estratégicos, como a melhoria do entendimento do mercado, do consumidor e dos caminhos que podem ser melhor explorados.

Por fim, é importante destacar que uma atuação empresarial com foco na melhoria da experiência do usuário em app pode colaborar para o crescimento do negócio, contribuindo até mesmo para o [gerenciamento de crises](#), por meio de dados e análises, que são a base para [tomadas de decisões estratégicas](#).

Coloque o seu negócio de vez no cenário da transformação digital a partir da inovação e tecnologia. [Entre em contato](#) hoje mesmo com a **BRQ Digital Solutions** e entenda como podemos ajudá-lo!