

# MÉTRICAS IMPORTANTES PARA UX EM STARTUP

Respostas rápidas para perguntas essenciais

**Métricas de UX / Case LIVEHERE**





## **DANIELE ZANDONÁ**

Senior UX/UI Analyst – SIDI

Mentora Inova Unicamp

Professora de pós e de graduação



*Startup* especializada em encontrar imóveis para alugar para universitários na região de Campinas. FOCO.



# Encontre o melhor imóvel perto da sua faculdade

Procure por cidade, bairro ou universidade



**UNICAMP**

**PUCCamp**

**FACAMP**



## Sua moradia **estudantil** com mais **facili**

Procure por cidade, bairro ou universidade



Unicamp

PUCCamp

Facamp

QUER ANUNCIAR SEU IMÓVEL?



Receba ofertas  
exclusivas!

Digite seu email

Quero desconto!

# O que é uma *startup*?

“Uma organização temporária com um modelo de negócios escalável e repetível.”

<https://acestartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>



# Condições?

A LIVEHERE teve aporte de um sócio e um fôlego para ir em frente. Mas precisa dar resultado.

Traduzindo: crescer, aparecer e, quem sabe, dar frutos **a curto prazo**.



# Objetivos do negócio?

O máximo possível de *VIEWS*, reconhecimento de marca e **aluguéis fechados** até **julho de 2018**.

*deadline*

*ERA MAIO...*





# Objetivo da minha contratação?

Melhorar o design da **interface** do site.

Mas também a **experiência do usuário**

*(combinamos que isso era o mais importante).*

*Sim, isso mesmo. Era Maio. ;)*



# Perguntas que a Livehere se faz sempre

- Como prover a melhor experiência para nossos clientes?
- Como ser mais “encontrável” nas buscas?
- Como fazer meus possíveis clientes ficarem mais tempo pesquisando no MEU site?
- O que posso aprender com meus concorrentes?



# Alinhados com o que o mercado diz sobre métricas

- Meus objetivos irão definir minhas métricas
- Objetivos de negócio estão em sintonia com os objetivos de UX
- Estou oferecendo uma boa experiência para meu usuário?



## **OBJETIVOS DE NEGÓCIOS**

Gerar valor  
para o negócio



## **OBJETIVOS DE UX**

Gerar valor  
para o usuário



## **KPIs**

Medir os  
resultados





# MÉTRICAS DE NEGÓCIO

# Métricas

Indicadores que mostram de forma **quantitativa** (medidas) um determinado comportamento do usuário no site, sistema etc.

*QUANTIDADE DE VISITAS*



# KPIs

Indicadores criados a partir das métricas que mostram quantitativamente a chegada a um **objetivo** traçado de comportamento do usuário no mesmo site, sistema etc.

*PORCENTAGEM DE VISITANTES NOVOS*



# Visita, Sessão

O período de tempo pelo qual um usuário está ativo no seu site ou aplicativo.

Por padrão, se um usuário estiver inativo por 30 minutos ou mais, qualquer atividade futura será atribuída a uma nova sessão.





# Meta

Permite que você acompanhe as ações importantes, ou conversões, que ocorrem no seu site ou aplicativo. Com as metas, você pode avaliar como eles atendem aos seus objetivos.



# Precisamos descobrir

- Usuários ativos
- Perfil dos usuários
- Comportamento dos usuários
- Engajamento
- Custo de aquisição de cliente
- Desempenho da aplicação
- Atigimento de objetivos
- Receita e lucro



# Métricas de vaidade x Métricas de ação

“As únicas métricas que os empreendedores deveriam investir energia em coletar são aquelas que os ajudem a tomar decisões. Infelizmente, a maioria dos dados disponíveis nos sistemas de análise de dados do mercado são o que eu chamo de Métricas da Vaidade. Elas te deixam feliz, mas não oferecem um guia claro do que fazer.

***Eric Ries***

<https://tim.blog/2009/05/19/vanity-metrics-vs-actionable-metrics/>



[https://pt.wikipedia.org/wiki/Eric\\_Ries#/media/File:Eric\\_Ries2.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Eric_Ries#/media/File:Eric_Ries2.jpg)



# O que interessa de verdade?

- Número de visitas **x** Taxa de conversão
- Usuários cadastrados **x** Usuários recebendo valor
- Número de acessos **x** Número de produtos vendidos



# Objetivos fundamentais dos KPIs

1. **MEDIR** o desempenho dos processos da empresa.
2. **ARMAZENAR** esses dados para poder fazer um **monitoramento** ao longo do tempo e verificar a **evolução** no desempenho.



Alguns KPIs

## **Taxa de Conversão**

É um KPI que pode medir a conversão de metas, ou seja, a quantidade de pessoas que realizaram uma ação importante do site, como efetuar uma compra, cadastrar-se para receber a *newsletter*, fazer *download* de um arquivo etc.



Alguns KPIs

## **Duração Média da Sessão**

Este é um KPI que nos ajuda a entender o tempo que o usuário permanece em seu site. A duração média da sessão é muito importante para sites de conteúdo e comércios eletrônicos, pois você deve ter o tempo mínimo que o usuário realiza uma compra ou lê um artigo.



Alguns KPIs

## **ROI**

### **Retorno Sobre Investimento**

É o retorno que sua ação de marketing obteve. Este KPI ajuda a medir corretamente as ações de marketing e onde melhorar o desempenho ou realocar verbas.





## Algumas Métricas

# CTR

### **Click Through Rate / Taxa de cliques**

É o número de vezes que o usuário clicou em seu anúncio ou *call to action* em relação ao total de vezes que esse elemento foi exibido para ele.



## Algumas Métricas

# NPS

### Net Promoter Score

Metodologia criada (por Fred Reichheld em 2003) para medir o grau de satisfação e a lealdade dos clientes das empresas de qualquer área. Essa métrica é muito utilizada por causa de sua simplicidade, confiabilidade e flexibilidade.



## Algumas Métricas

# DAU e MAU

### Daily Active Users / Monthly Active Users

**DAU** é direcionado para empresas que têm usuários que sempre estão engajados e mostram interação com o produto oferecido. Já o **MAU** representa um grupo de consumidores que interagem ativamente durante o mês, mesmo que seja pelo menos uma vez. Essa métrica está ligada à taxa de retenção do aplicativo e o engajamento do usuário.



Algumas Métricas

## **Churn Rate**

### **Taxa de saída**

É uma métrica que avalia a quantidade de clientes que deixam de fazer parte da base da sua empresa em um determinado período.

Controle mensal para análises de desenvolvimento pontuais e anual para retenção e outras métricas.



## Algumas Métricas

### **LTV**

#### **Lifetime Value / Valor da Vida Útil**

Estima o lucro líquido da vida de um cliente dentro da empresa. O valor vitalício de um cliente é quanto dinheiro ele vai dar para a empresa por todo o tempo em que comprar dela.



## Algumas Métricas

# CAC

### **Customer Acquisition Cost**

O Custo de Aquisição de Clientes mostra o quanto um negócio está investindo para conquistar cada novo cliente.



# Linha de Base (Baseline)

## Onde eu estou?

São os números atuais do negócio.

Sem linha de base, é difícil definir metas realistas.

- Número de visitantes
- Número de páginas visitadas
- Tempo de sessão
- Fontes de tráfego





# MÉTRICAS DE UX



*“Uma parte importante, mas negligenciada, do planejamento do projeto são as **métricas**. Muitas vezes falamos sobre nossos objetivos e usamos a palavra sucesso, mas raramente escrevemos o que realmente faremos para:*

- a) medir nosso progresso,*
- b) visitar e*
- c) ajustar as métricas em si.”*



*“Pode ser um desafio determinar o que medir e como, mas ainda mais difícil convencer aqueles com quem trabalhamos a gastar tempo nessas discussões. O desafio se multiplica quando você adiciona emoções que não são medidas em números.”*



# Framework HEART acrônimo

Desenvolvido por Kerry Rodde, Hilary Hutchinson e Xin Fu do Google Research Team, é uma série de métricas centradas no usuário que permitam medir a experiência do usuário (UX).



**HEART**

**HAPPINESS** [Felicidade]

Satisfação do usuário

NPS



HEART

# **ENGAGEMENT** [Engajamento]

Atividades do usuário

Uso do sistema ou app

Interações



HEART

## **ADOPTION** [Adoção]

Novos usuários

Uso de novas funcionalidades

Growth rate (taxa de crescimento)



**HEART**

**RETENTION [Retenção]**

% Ativo / unidade de tempo

Churn Rate (taxa de saída)

LTV (valor do tempo de vida)



HEART

## **TASK SUCCESS** [Sucesso na Tarefa]

Tempo para realizar a tarefa

Quantidade de tarefas completadas

Quantidade de erros







# THE HEART FRAMEWORK

OUR TEMPLATE FOR CHOOSING THE RIGHT UX METRICS FOR YOUR PRODUCT

	Goals	Signals	Metrics
Happiness			
Engagement			
Adoption			
Retention			
Task Success			





# MÉTRICAS DA LIVEHERE

# Número totais de filtros

ANTES: 19



DEPOIS: **8**

## **Hipótese:**

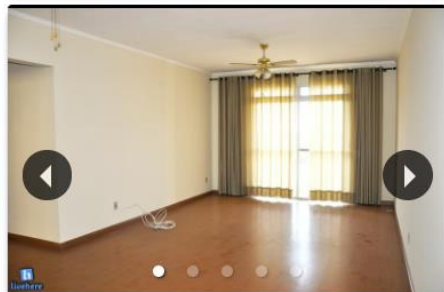
Houve um refinamento dos filtros disponíveis. Percebemos que quando há muitas opções de filtros, as pessoas tendem a não usá-los muito.



Rua, bairro ou cidade



Rua Egle Moretti Belintani, Parque das Flores



**Apartamento**  
A180824477

Aluguel  
**R\$ 3204**

140 M², 3 VAGA(S) DE GARAGEM

Avenida Papa Pio XII, Jardim Chapadão

Avenida João Erbolato, Jardim Chapadão



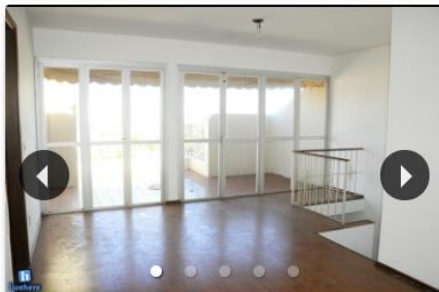
**Apartamento**  
A180823367

Aluguel  
**R\$ 4411**

173 M², 2 VAGA(S) DE GARAGEM, CONTAS INCLUSAS

Avenida José Bonifácio, Jardim Flamboyant

Rua Antônio José Ribeiro Júnior, Bonfim



**Apartamento**  
A180823279

Aluguel  
**R\$ 3206**

130 M², 1 VAGA(S) DE GARAGEM, CONTAS INCLUSAS

Avenida João Erbolato, Jardim Chapadão



**Apartamento**

Aluguel



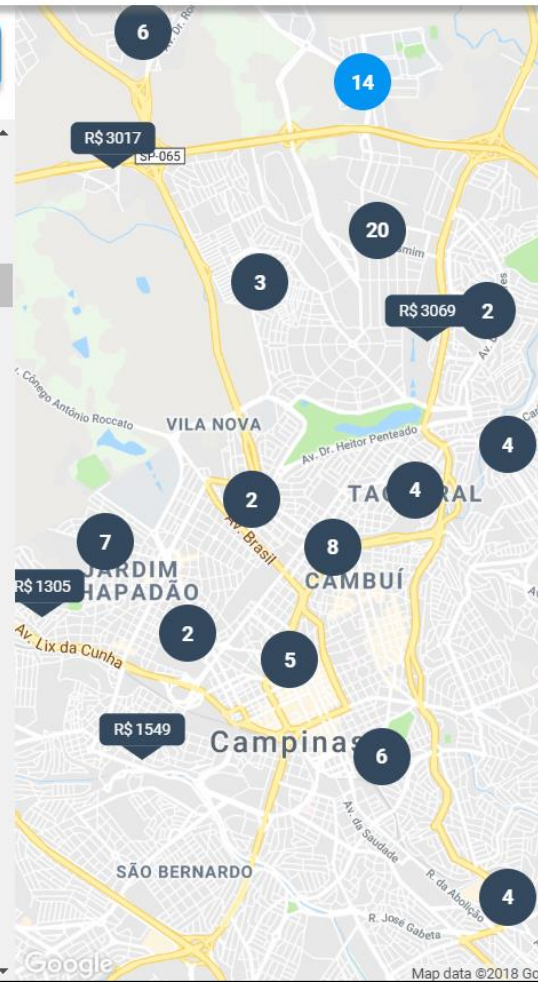
**Apartamento**

Aluguel



**Apartamento**

Aluguel



← Voltar

Limpar Filtros

### Tipos de imóvel

- Apartamento
- Casa
- Kitnet
- Pensionato
  - Feminino
  - Masculino
  - Misto

### Faixa de preço

de R\$ 500 até R\$ 10000 +



### Metragem

de 0m<sup>2</sup> até 500m<sup>2</sup>



### Dormitórios

- 1+
- 2+
- 3 ou mais

### Banheiros

- 1+
- 2+
- 3 ou mais

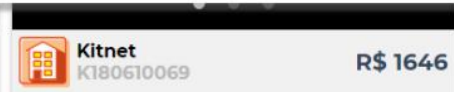
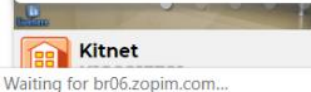
### Vagas de garagem

- Sem vagas
- 1+
- 2+
- 3+

### Comodidades

- Móvel
- Contas inclusas

APLICAR FILTROS



# Porcentagem dos filtros sendo usados em conjunto

ANTES: 47%



DEPOIS: **85%**

## **Hipótese da Livehere:**

Aqui mostra que com menos filtros as pessoas começaram a usar mais um conjunto de filtros do que apenas um filtro de cada vez. Em 15% das buscas, o número de filtros usados no conjunto de filtragem (ou seja, preço, tipo do imóvel, número de quartos, etc) é de 85% (ou seja, são usados 7 filtros no conjunto).



# Número médio de imóveis visualizados por sessão

ANTES: 5



DEPOIS: 8

## **Hipótese da Livehere:**

Como a lista agora tem 3 colunas em vez de 2, a pessoa consegue visualizar mais imóveis com menos scroll na página.

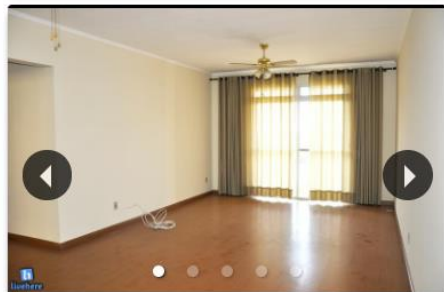




Rua, bairro ou cidade



Rua Egle Moretti Belintani, Parque das Flores



**Apartamento**  
A180824477

Aluguel  
**R\$ 3204**

140 M², 3 VAGA(S) DE GARAGEM

Avenida Papa Pio XII, Jardim Chapadão

Avenida João Erbolato, Jardim Chapadão



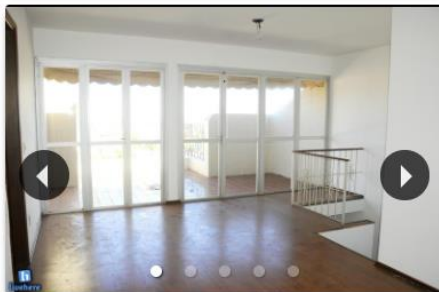
**Apartamento**  
A180823367

Aluguel  
**R\$ 4411**

173 M², 2 VAGA(S) DE GARAGEM, CONTAS INCLUSAS

Avenida José Bonifácio, Jardim Flamboyant

Rua Antônio José Ribeiro Júnior, Bonfim



**Apartamento**  
A180823279

Aluguel  
**R\$ 3206**

130 M², 1 VAGA(S) DE GARAGEM, CONTAS INCLUSAS

Avenida João Erbolato, Jardim Chapadão



**Apartamento**

Aluguel



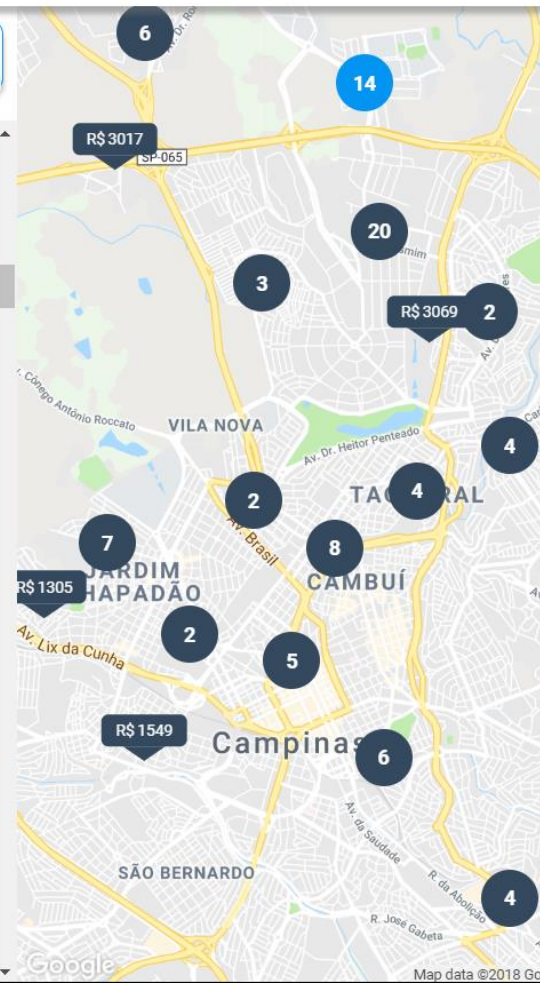
**Apartamento**

Aluguel



**Apartamento**

Aluguel





# Conversão de visualização da página para agendamento de visita

ANTES: 0,5%



DEPOIS: **1,8%**

## **Hipótese da Livehere:**

Como o *call to action* para visitas está bem visível quando a pessoa entra na página e a foto tem um destaque maior do que antes, a força de venda é mais forte.



FOTOS



MAPA



## Descrição

LANÇAMENTO PROMOCIONAL! Diversos modelos de apartamentos luxuosos, lofts duplex e contêineres com isolamento termoacústico. Compacto, sem ser pequeno; bem localizado, sem ser caro; elegante, sem ser exagerado - o New York City Village conta com apartamentos contemporâneos com todo o requinte e sofisticação que você merece: ar condicionado; Smart TV em LED; refrigerador duplex; micro-ondas; duchas eletrônicas; piaas esculpidas em mármore; móveis planejados; bancada para estudo; projeto luminotécnico diferenciado com automação; paisagismo. Obras em fase final



CÓDIGO DO IMÓVEL

K180205347

KITNET

### ENDEREÇO

Rua Luverci Pereira de Souza, 1430  
Cidade Universitária - Campinas/SP

KITNETS A PARTIR  
DE**R\$1.819,46**[Ver kitnets ▾](#)

### AGENDE UMA VISITA



Nome completo\*



Email\*



Celular\*

**AGENDAR VISITA**ou **ALUGUE AGORA!**

Ajuda

# Tempo médio no site por sessão

ANTES: 3m12s



DEPOIS: **5m20s**

## **Hipótese da Livehere:**

Com o maior número de imóveis visualizados, maior o tempo médio que a pessoa fica em nossa site.



*AUMENTO NA TAXA DE  
CONVERSÃO DE VISITAS  
PARA ALUGUÉIS  
FECHADOS*



Lembrando que o período de 10 de julho até 10 de agosto foi o período de matrículas e eles tiveram mais visitas e aluguéis nesse período, **mas a conversão era baixa.**



Para começar, coletamos algumas métricas e monitoramos alguns KPIs, mas as métricas de UX, satisfação, engajamento, adoção e retenção ainda estão sendo trabalhadas. Mas só de trabalhar um pouco em cima da métrica de Task Success, já rendeu uma melhoria na taxa de conversão de 20%, mesmo tendo passado o pico de oportunidade de vendas da empresa.

:)



# Referências

- **Livehere** <[www.liverhere.com.br](http://www.liverhere.com.br)>
- **Leandro Rezende**. Curso: Métricas de UX e Negócios para Startups e Produtos Digitais. Udemy. <<https://www.udemy.com/ux-metricas/>>
- **Huxley Dias**. Curso UX Métricas. Punk Metrics <https://punkmetrics.com/>
- Insight-Driven UX - Como direcionar melhor seu projeto de UX com Métricas. **UX Academy** - Youtube <[https://youtu.be/\\_wNEebZy5lw](https://youtu.be/_wNEebZy5lw)>
- Você conhece o framework HEART da Google para métricas de UX? **Caroli.org**. <http://www.caroli.org/voce-conhece-o-framework-heart-da-google-para-metricas-de-ux/>
- Conheça o framework HEART do Google para métricas de UX. **Blog Homem Máquina** <<https://www.homemmaquina.com.br/ux/conheca-o-framework-heart-do-google-para-metricas-de-ux/>>
- O que são métricas. **Blog Métricas Boss** <<https://metricasboss.com.br/o-que-sao-metricas/>>
- Ajuda do **Google Analytics**. <<https://support.google.com/analytics#topic=3544906>>
- Tipos de Key Performance Indicators (KPIs). **Acsendo.blog**. <<https://blog.acsendo.com/pt/tipos-key-performance-indicators-kpis/>>
- 9 métricas que os produtores digitais devem ficar de olho! **Hotmart.blog** <<https://blog.hotmart.com/pt-br/metricas-para-produtores-digitais/>>

