

Relatório de análise da MusicDot

Melhoria da conversão

Realizada em mês/ano

Definição da pesquisa

Objetivo: Melhorar a taxa de conversão de planos, download de apostilas e newsletter do site da MusicDot.

Solicitante da pesquisa: Pedro - gestor do projeto.

Objetivo da MusicDot

- Disponibilizar o ensino de música online para qualquer público.

Método de ensino da MusicDot

- Para os níveis iniciantes eles não focam em um estilo único.
- As aulas sobre um estilo musical são para partes avançadas do curso.
- As aulas são voltadas ao ensino bem prático, com pouca teoria.

Métodos de pesquisa

- Avaliação de dados do Google Analytics.
- Análise de métricas.
- Entrevistas informais com equipes internas.

Fontes de dados

- Google Analytics
- Plataforma da Help Scout
- HotJar

Análise de hipóteses

- Elementos interativos do site não possuem aparência chamativa para o visitante.
- Elementos ilustrativos, não interativos, possuem aparência que induzem os visitantes para realizarem interações.
- Textos em destaque possuem indicações visuais para representar a existência de interações.
- O site não possui um comparativo explícito entre os planos para os visitantes.
- O site não apresenta os métodos de pagamento dos planos de maneira explícita para o visitante.
- O site não explicita os elementos que compõem cada plano para o visitante.

Riscos e mitigação

Muitos dados da plataforma do Google Analytics para serem analisados.

- Focar a análise para entender o que os visitantes procuram.
- Identificar estratégias para melhorar as visitas no site.

Inferências feitas pela equipe de sucesso do cliente não abrangem todos os contatos realizados.

- Avaliar base de dados de contatos com as dúvidas e perguntas menos recentes.

Apenas uma pessoa da equipe de UX realizando a pesquisa sobre os dados.

- Realizar uma pesquisa formal com interação de partes da pesquisa.
- Incluir pessoa da equipe de marketing para ajudar na análise de dados e incluir na pesquisa.
- Apresentar para gestor e outras equipes da MusicDot os resultados finais.

Análise do Google Analytics

Período de avaliação: 13/10/2019 até 19/10/2019

Cadastro na newsletter

| Visualização de páginas | Visualização de páginas únicas | Taxa de saída | Taxa de conversão |
|-------------------------|--------------------------------|---------------|-------------------|
| 17 | 14 | 11,76% | 0,14% |

Contato com as escolas

| Visualização de páginas | Visualização de páginas únicas | Taxa de saída | Taxa de conversão de funil |
|-------------------------|--------------------------------|---------------|----------------------------|
| 14 | 12 | 21,76% | 16,67% |

Se analisarmos os dados não fica claro se essas metas são relevantes para as pessoas que chegam no rodapé das páginas. Para termos essas informações claras, precisamos adicionar outras páginas próximas para comparar os acessos. Próximas relacionadas ao pertencer ao mesmo menu de acesso às informações, como a páginas de artigos.

Se compararmos os dados com as páginas de artigos para o período de 14/10 (dia que o Google Analytics começou a mensurar as metas) até 19/10, temos:

| | Entradas | Visualização de páginas únicas | Taxa de saída | Taxa de rejeição |
|---|----------|--------------------------------|---------------|------------------|
| /para-escolas | 0% | 12(0,05%) | 21,43% | 0% |
| /newsletter-cadastrado | 0% | 14 (0,06%) | 11,76% | 0% |
| /artigos/o-melhor-teclado-para-iniciantes | 50,91% | 47 | 54,55% | 71,43% |
| /artigos/baixo-iniciante-qual-comprar | 34,48% | 27 | 62,07% | 90% |
| /artigos/aula-de-canto-e-para-todos | 9,52% | 21 | 47,62% | 100% |
| /artigos | 6,67% | 12 | 6,67% | 100% |

Existem melhorias que podem ser feitas na estrutura das páginas da área de artigos. Porém, existem mais acessos por mecanismos de busca por essas páginas, que comparado as outras páginas. Dentre as páginas de artigos com acessos mais próxima dos valores da página para-escolas e newsletter-cadastrada é a página de artigos, com 12 visualizações únicas. Ela possui poucos acessos comparadas as outras páginas de artigos, mas ela possui uma quantidade

igual a de visualizações únicas e possui entradas por essa páginas. Podemos entender que poucas pessoas navegam pela área do rodapé e interagem, mas uma boa estratégia é melhorar o conteúdo das páginas para deixar as páginas mais fáceis de serem encontradas pelos mecanismos de buscas.

Análise do Hotjar

Página Inicial - Desktop

Análise do período a partir do dia 24/06/2019 com 1000 pageviews

Heatmap

Foram registrados 500 pageviews para a página na versão desktop. Foi observado que:

- Os cursos da lateral esquerda possuem mais cliques que os outros.
- Existe uma grande tendência em clicar no meio dos botões das categorias de cursos, mesmo existindo um feedback visual de todo o conjunto do botão.
- Existem elementos interativos que possuem apenas a área do botão e não todo o elemento. Por exemplo, nos vídeos do youtube apenas o botão play possui interação e não toda a área de vídeo.
- Existem clicks no nome do Alura línguas e na área de entrar em contato, como se fossem elementos interativos.

Movimentação do mouse

- Existe uma área grande de click no rosto das pessoas para iniciar o vídeo.
- Também existem muitas pessoas tentando clicar na área do “+ assinado” como se ele fosse um botão.
- Existem alguns acessos no menu do rodapé da musicdot, mas poucos.

Nível de scroll

- Mais de 50% das pessoas não desce a partir da primeira dobra do site.
- 32% chegam até a primeira apresentação dos planos.
- 15% chegam até o cadastro de newsletter e os ebook no rodapé do site.

Com essas informações, principalmente com a análise do heatmap e da movimentação do mouse, podemos afirmar que a hipótese de que “Textos em destaque possuem interação como links ou âncoras” é verdadeira, pois existem pessoas que tentam clicar no texto para entrar em contato, mas ele não possui link.

Página Inicial - Mobile

Heatmap

Houveram 489 pageviews para a página inicial na versão mobile. Foi observado que:

- Mais pessoas vão no link para contato do topo da página da versão mobile do que na versão desktop.
- Pessoas são mais impactadas pelo botão vermelho do matricule-se do que o botão das categorias do menu.

- Na versão mobile fica nítida a grande busca pelo curso de canto. Porque na versão desktop a opção do curso de canto é fácil de ser acessada no menu, mas na versão mobile a opção de canto aparece na 3ª linha do menu, sendo necessário realizar um scroll na página. O mesmo acontece para os cursos de cordas e áudio.
- Existem pessoas clicando em professores, provavelmente para saber quem são eles. Mas não existe essa informação no site.
- Existem tentativas de interações na área sobre didática.
- No menu do rodapé as pessoas interagem mais nas opções de apostila, perguntas frequentes e contato.

Nível de scroll

- A partir da área dos cursos cai para 50% de visualizações.
- Nos botões matricule-se a quantidade de visões já cai para 25%.
- A partir do vídeo da aula de canto a visão da página cai para 15%.
- Na área de visão do segundo matricule-se cai para 10%.
- Apenas 7,5% das pessoas chegam no rodapé.

Na parte do mobile podemos perceber que o layout não está beneficiando a navegação dos usuários. Por ser muito longo, fica mais difícil das informações abaixo das categorias de cursos serem acessadas, principalmente no rodapé.

Página de curso de Teclado - Desktop

Heatmap

Foram registrados 543 pageviews para a página na versão desktop. Foi observado que:

- Mesmo estando na página de piano e teclado existem muitos clicks nessa parte do menu.
- Existem muitos clicks no nome do teclado, talvez para ir pros cursos de teclado(?).
- Existem muitos acessos para links do topo sobre “saiba como começar no teclado”.
- Grande parte das visitas gravadas pelo Hotjar tem interesse no teclado iniciante.
- Pessoal acaba usando o menu do rodapé para voltar ao topo.

Movimentação do mouse

Na visão para analisar os movimentos identificamos:

- As pessoas identificam a informação do rodapé dos cursos como botões.



- Existem clicks na área do “entrar em contato” para pedir informações de boleto.
- Em todas as páginas existem acessos no link de perguntas frequentes.

Nível de scroll

- Até a parte de curso de teclado iniciante ficam com 75% de visão
- Quando chegam na parte do teclado avançado tem 50%
- Depois da área de cursos, quando começa o título “Por onde começar” fica apenas com 25% de visão.
- Após o matricule-se já cai para 15%
- E no menu rodapé fica apenas com 10% de visitas

Página de curso de Teclado - Mobile

Heatmap

Foram registrados 420 pageviews para a página na versão mobile. Foi observado que:

- O botão de com as categorias dos cursos se chama “mostrar categoria”
- Bastante acessos aos links do topo
- Existe também muito interesse no curso iniciante

Nível de scroll

Na visão scroll podemos observar:

- 75% até o teclado iniciante
- 50% na área do teclado intermediário
- 25% até o teclado blues
- 15% no meio do artigo do “por onde começar com teclado e piano”
- e apenas 5% no menu rodapé

Com essas análises podemos entender que o layout mobile está muito longo e isso faz com que poucas pessoas cheguem até o final do layout. Isso é um problema principalmente para o menu do rodapé, porque ele tem informações importantes, mas poucas pessoas chegam nele.