

USABILIDADE

FUNÇÕES DA HOME PAGE

- 1- Definir o conteúdo o estilo e outros itens contidos no Site.
- 2- A primeira impressão é que fica, se o usuário não gostar ele não voltará.
- 3- O design é importante, mas mais que isso é a interação.
- 4- A homepage deve funcionar como porta de entrada como um saguão de um prédio.
- 5- Utilizar de assistência prática e objetiva se constrangimentos.
- 6- Links em todas as páginas para as principais ferramentas, sendo em menu ou não.
- 7- Apresentar todos os serviços na homepage.
- 8- O site é muito mais do que um simples folheto, ele tem o objetivo de tornar a empresa virtual.

DIRETRIZES DA HOME PAGE

Informando o objetivo do site

- 1- Exibir o nome da empresa e/ou logotipo, em um tamanho razoável e em um local de destaque.
- 2- Incluir um slogan resumindo explicitamente o que o site ou a empresa faz.
- 3- Enfatizar o que o site faz de importante sob a perspectiva dos usuários, assim como a diferença entre seu site e os dos principais concorrentes.
- 4- Enfatizar as tarefas de mais alta prioridade, para que os funcionários tenham um ponto de partida definido na homepage.
- 5- Designar explicitamente uma página do site como a home oficial.
- 6- No Website da empresa principal, não usar a palavra Website para se referir a qualquer outro aspecto, exceto à totalidade da presença da empresa na Web.
- 7- Estruturar a home Page de modo diferente de todas as outras páginas existentes no site.

Transmitindo informações sobre sua empresa

- 8- Agrupar as informações da empresa, como sobre nós, relações com investidores, sala de imprensa, empregos, e outras informações sobre a empresa, em uma única área reservada.
- 9- Incluir um link da homepage para uma seção "Sobre nós", que oferece aos usuários uma visão geral sobre a empresa e links para todos os detalhes relevantes sobre seus produtos, serviços valores da empresa, proposta de negócios, equipe de gerenciamento e outros pormenores.
- 10- Para obter cobertura da imprensa para sua empresa, incluir um link "Sala de imprensa" ou "Sala de notícias" em sua homepage.
- 11- Apresentar uma face unificada ao cliente, em que o Website seja um dos pontos de toque em vez de uma entidade em si.
- 12- Incluir um link "Fale Conosco" a home Page, que acessa uma página com todas as informações de contato de sua empresa.
- 13- Ao fornecer um mecanismo de "feedback" (resposta), especificar o objetivo do link e se será lido pelo atendimento ao cliente ao cliente ou pelo Webmaster, e outras informações pertinentes.
- 14- Não incluir informações internas da empresa (destinadas aos funcionários e que devem permanecer na intranet) no Website público.

- 15- Se o site reunir informações de qualquer cliente, é recomendável incluir um link “Política de privacidade” na homepage.
- 16- Explicar como o Website gera dinheiro se essa informação não estiver muito clara.

Criação do Conteúdo

- 17- Usar seções e categorias de rótulo, como idioma centrado no cliente, de acordo com a importância dessas seções e categorias para o cliente e não para a empresa.
- 18- Evitar conteúdo redundante.
- 19- Não utilizar frases eruditas nem dialetos de marketing que fazem com que as pessoas tenham um trabalho para descobrir o que está sendo dito.
- 20- Empregar letras maiúsculas e outros padrões de estilo com consistência.
- 21- Não rotular uma área nitidamente definida da página se o conteúdo for suficientemente auto-explicativo.
- 22- Evitar as categorias e as listas de marcadores de um único item.
- 23- Utilizar espaços não-separáveis entre as palavras nas frases, que precisam permanecer juntas para serem vistas e entendidas.
- 24- Usar somente o discurso imperativo, como em “Insira uma cidade ou CEP” nas tarefas obrigatórias, ou qualificar a declaração adequadamente.
- 25- Explicar o significado de abreviações, iniciais maiúsculas, acrônimos e segui-los imediatamente com as abreviações, na primeira ocorrência.
- 26- Evitar pontos de exclamação.
- 27- Empregar raramente todas as letras maiúsculas e nunca como um estilo de formatação.
- 28- Evitar usar inadequadamente espaços e pontuação para dar ênfase.

Revelando o conteúdo por meio de exemplos

- 29- Usar exemplos para revelar o conteúdo do site em vez de apenas descrevê-lo.
- 30- Para cada exemplo, disponibilizar um link para acessar diretamente a página detalhada desse exemplo, em vez de saltar para uma página de categoria geral a que o item pertence.
- 31- Inserir um link para uma categoria mais abrangente, ao lado do exemplo específico.
- 32- Indicar claramente quais links conduzem a informações de acompanhamento sobre cada exemplo e quais links direcionam para informações gerais sobre a categoria como um todo.

Arquivos e acesso ao conteúdo anterior

- 33- Facilitar o acesso aos itens apresentados recentemente na homepage, como nas duas últimas semanas ou no mês anterior, fornecendo uma lista das últimas apresentações e inserindo itens recentes em arquivos permanentes.

Links

- 34- Diferenciar os links e torná-los fácil de visualizar.
- 35- Não usar instruções genéricas, como “Clique aqui”, como um nome de link.
- 36- Não usar links genéricos, como “Mais...”, no final de uma lista de itens.
- 37- Permitir links coloridos para indicar os estados visitados e não-visitados.
- 38- Não usar a palavra “Links” para indicar links existentes na página.
- 39- Se um link não fizer nada mais do que ir para outra página da Web, como vincular a um arquivo PDF ou acionar um equipamento de áudio e vídeo, aplicativo de mensagens de

e-mail outro aplicativo, certificar-se de que o link indique explicitamente o que acontecerá.

Navegação

- 40- Alocar a área de navegação principal em um local bastante destacado, de preferência imediatamente ao lado do corpo principal da página.
- 41- Agrupar itens na área de navegação, de modo que os itens semelhantes fiquem próximos entre si.
- 42- Não disponibilizar diversas áreas de navegação para o mesmo tipo de links.
- 43- (Não incluir um link ativo para a homepage na homepage.)
- 44- Não inventar termos para as opções de navegação de categorias. As categorias devem ser diferenciáveis entre si. Se os usuários não entenderem sua terminologia inventada, não conseguirão distinguir as categorias.
- 45- Se existir um recurso de carrinho de compras em seu site, incluir um link para este recurso na homepage.
- 46- Usar ícones na navegação somente se ajudarem aos usuários a reconhecer imediatamente uma classe de itens, como novos itens, itens em liquidação ou conteúdo do vídeo.

Pesquisa

- 47- Disponibilizar para os usuários uma caixa de entrada na homepage para inserir consultas de pesquisa, em vez de oferecer apenas um link para uma página de pesquisa.
- 48- As caixas de entrada devem ser suficientemente grandes para os usuários verem e editarem consultas padrão no site.
- 49- Não rotular a área de pesquisa com um título, em vez disso, usar um botão "Search" (Busca/Pesquisa), à direita da caixa.
- 50- A menos que as pesquisas avançadas sejam regra geral em seu site, forneça pesquisa simples na homepage, com um link para acessar a pesquisa avançada ou dicas de pesquisa, se existirem.
- 51- A pesquisa na homepage deve pesquisar o site inteiro, por default.
- 52- Não oferecer um recurso para "Pesquisar na Web", na função de pesquisa do site.

Ferramentas e atalhos para tarefas

- 53- Oferecer aos usuários acesso direto às tarefas de alta prioridade na homepage.
- 54- Não incluir ferramentas que não estejam relacionadas com as tarefas que os usuários costumam fazer no site.
- 55- Não oferecer ferramentas que reproduzem funções do navegador, como definir uma página como página inicial default do navegador ou marcar um site.

Gráficos e animação

- 56- Usar gráficos para apresentar o conteúdo real, não somente para decorar a homepage.
- 57- Rotular gráficos e fotos se os respectivos significados não estiverem claros no contexto da história que complementam.
- 58- Editar fotos e diagramas adequadamente, segundo o tamanho de exibição.
- 59- Evitar gráficos de marca d'água (imagens de plano de fundo com texto sobreposto)

- 60- (Não usar a animação para o único propósito de chamar a atenção para um item na homepage. Raramente a animação tem um local na página porque distrai a atenção voltada para outros elementos.)
- 61- (Jamais animar elementos críticos da página, como logotipo, slogan ou título principal.)
- 62- Permitir que os usuários decidam se desejam ver uma introdução animada de seu site – não deixar a opção de animação predefinida.

Design Gráfico

- 63- Limitar os estilos de fonte e outros atributos de formatação de texto, como tamanhos, cores, etc. na página, porque o texto com design muito pesado pode se desviar do significado das palavras.
- 64- (Usar texto com muito contraste e cores de plano de fundo, para que os caracteres fiquem o mais legíveis possível.)
- 65- Evitar a rolagem horizontal a 800x600
- 66- Os elementos mais críticos da página devem estar visíveis “acima da dobra” (na primeira tela de conteúdo, sem rolar), no tamanho de janela mais predominante.
- 67- (Usar um layout fluido para permitir o ajuste do tamanho da homepage a diversas resoluções de tela.)
- 68- Usar logotipos criteriosamente.

Componentes da interface com o usuário

- 69- Nunca utilizar componentes da interface como parte da tela em que as pessoas não deverão clicar.
- 70- Evitar utilizar diversas caixas de entrada de texto na homepage, principalmente na parte superior da página em que as pessoas geralmente procuram o recurso de pesquisa.
- 71- Usar raramente menus suspensos, principalmente se os itens neles contidos não forem auto-explicativos.

Títulos de janela

- 72- Iniciar o título da janela com a palavra que resume a informação (geralmente o nome empresa)
- 73- Não incluir o nome de domínio de nível superior, como “.com”, no título da janela, a menos que faça realmente parte do nome da empresa, como em “Amazon.com”.
- 74- Não incluir a palavra “homepage” no título. É uma verbosidade sem importância.
- 75- Incluir uma descrição resumida do site no título da janela.
- 76- Limitar os títulos das janelas a não mais do que sete ou oito palavras e a menos de 64 caracteres.

Url

- 77- As homepages para Websites comerciais devem ter o URL [HTTP://www.empresa.com](http://www.empresa.com) (ou o equivalente em seu país ou no domínio de nível superior não-comercial).
- 78- Para qualquer Website que tenha uma identidade conextada a um país específico, diferente dos Estados Unidos, usar o domínio de nível superior desse país.
- 79- Se disponível, registrar os nomes de domínio com grafias alternativas, abreviações ou erros comuns do nome do site.

- 80- Se existirem grafias alternativas de nomes de domínio, selecionar uma delas como a versão autorizada e redirecionar os usuários para essa versão a partir de todas as demais grafias.

Notícias e comunicados à imprensa

- 81- Os títulos devem ser sucintos mas descritivos, para transmitir o máximo de informações com um mínimo de palavras possível.
- 82- Escrever e editar sinopses específicas de comunicados à imprensa e das novas histórias apresentadas na homepage.
- 83- Vincular o título, e não a sinopse, à história completa da notícia.
- 84- Desde que todas as novas histórias da homepage tenham ocorrido dentro da semana, não há necessidade de listar a data e hora na sinopse de cada história, a não ser que seja realmente um item do noticiário de última hora, que tem atualizações freqüentes.

Janelas pop-up e páginas intermediárias

- 85- Conduzir os usuários à “verdadeira” homepage quando digitarem o URL principal ou clicarem em um link para seu site.
- 86- Evite janelas pop-up.
- 87- (Não usar páginas de roteamento para os usuário selecionarem as respectivas localizações geográficas, a não ser que existam versões de seu site em diversos idiomas.)

Publicidade

- 88- Manter os anúncios de empresas externas nas bordas da página.
- 89- Manter os anúncios externos (anúncios de empresas diferentes das suas) pequenos e o mais discretos possível em relação ao conteúdo central da homepage.
- 90- Se você posiciona anúncios fora da área de banner padrão, no início da página, rotulá-los como publicidade, para que os usuários não os confundam com o conteúdo de seu site.
- 91- Evitar usar convenções para anúncios para acomodar recursos regulares do site.

Boas-vindas

- 92- Não dê boas-vindas aos usuários no site. Antes que você renuncie ao patrimônio da homepage principal e a utilize para dar saudações, experimente usá-la para um slogan.

Comunicando problemas técnicos e tratando de emergências

- 93- Se o Website ficar paralisado ou partes importantes do Website não estiverem funcionando informar isso claramente na homepage.
- 94- Ter um plano para lidar com o conteúdo crítico do Website para o caso de uma emergência.

Créditos

- 95- Não desperdiçar espaço com créditos relacionados ao mecanismo de pesquisa, empresa de design, empresa do navegador favorito ou com a tecnologia utilizada por trás dos bastidores.
- 96- Limitar a exibição dos prêmios recebidos por seu Website.

Recarregamento e atualização da página

- 97- Não atualizar automaticamente a homepage para acionar atualizações para os usuários.
- 98- Ao fazer uma atualização, atualizar somente o conteúdo realmente modificado, como as atualizações de notícias.

Personalização

- 99- Se sua homepage tiver áreas que fornecerão informações personalizadas assim que você souber algo sobre o usuário, não disponibilize uma versão genérica do conteúdo para os novos usuários – crie um conteúdo diferente para esse espaço.
- 100- (Não disponibilizar para os usuários recursos para personalizar a aparência básica da interface com o usuário da homepage.)

Obtendo dados do cliente

- 101- Não fornecer links para registro na homepage; em vez disso, explique (ou, pelo menos, faça uma associação) as vantagens do registro para o cliente.
- 102- Explicar para os usuários os benefícios e a frequência de publicação, antes de solicitar seus endereços de e-mail.

Favorecendo uma comunidade

- 103- Se existir suporte para comunidades de usuários com bate-papo (chat) ou outros recursos para discussão, não apresentar link genéricos para esses recursos.
- 104- Não oferecer uma entrada em “Livros de Visitantes” para sites comerciais.

Datas e horas

- 105- Mostrar datas e horas somente para informações relacionadas ao tempo, como itens de notícias, bate-papos ao vivo, cotações de ações e outros itens.
- 106- Mostrar aos usuários a hora da última atualização do conteúdo, não a hora atual gerada pelo computador.
- 107- Incluir o fuso horário utilizado, sempre que fizer referência a uma hora.
- 108- Usar abreviações padrão, como p.m. ou P.M.
- 109- Usar o nome do mês inteiro ou abreviações, mas não números.

Cotações de ações e exibição de números

- 110- Fornecer a porcentagem de mudança, não apenas os pontos ganhos ou perdidos em citações de ações.
- 111- Explicar as abreviações das ações, a não ser a abreviação seja totalmente explícita como “IBM”.
- 112- Usar um separador de milhares adequado à sua localidade, para os números com cinco ou mais dígitos.
- 113- Alinhar os pontos decimais ao exibir colunas de números.