

Da visita à *reserva direta.*

Exemplo de relatório de análise do site

Uma amostra do formato e do nível de clareza da análise completa. Os cenários e esquemas são fictícios; não representam um hotel, uma auditoria realizada ou resultados medidos.

O OBJETIVO

Ajudar o visitante a encontrar a informação de que precisa e a chegar à reserva com menos dúvidas, valorizando o site como canal próprio de vendas.

Duas prioridades neste exemplo

01

ALTA

Dar visibilidade à reserva

Colocar uma ação de reserva clara no início do percurso, também no telemóvel.

02

MÉDIA

Clarificar as condições

Mostrar as condições essenciais junto da tarifa, antes de pedir dados ao visitante.

Numa análise real, cada observação é acompanhada da página, do dispositivo e da evidência que permitem localizar o problema.

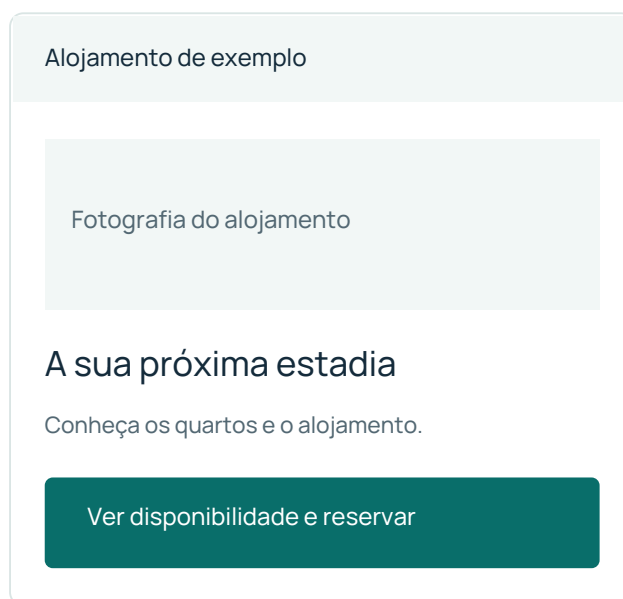
Reservar deve ser *fácil de encontrar.*

PRIORIDADE ALTA · EXPERIÊNCIA NO TELEMÓVEL

SITUAÇÃO ILUSTRATIVA



PROPOSTA DE MELHORIA



Esquemas ilustrativos. Não são capturas de um site real.

O que dificulta a decisão

Se o botão de reserva só surgir no final da página, o visitante tem de procurar o próximo passo. Pode recorrer a um contacto ou sair do site para continuar a pesquisa.

O que recomendamos

Adicionar uma ação de reserva visível junto da apresentação do alojamento. Usar uma designação clara e confirmar que abre o motor de reservas da unidade certa.

COMO CONFIRMAR A MELHORIA

No telemóvel, verificar se o botão é fácil de encontrar, se pode ser tocado sem dificuldade e se permite avançar para a escolha das datas.

Saber o que mudar. *E como verificar.*

Um plano curto para partilhar com a equipa que gere o site. As prioridades abaixo pertencem apenas a esta demonstração.

Prioridade	Melhoria	Como verificar
Alta	Dar visibilidade ao botão de reserva no telemóvel.	Confirmar que o visitante encontra a ação e chega à unidade certa.
Média	Explicar pagamento, cancelamento e o que a tarifa inclui.	Confirmar que as condições estão disponíveis antes da introdução dos dados.
Após as alterações	Repetir o percurso de escolha e reserva.	Verificar computador e telemóvel, incluindo ligações e mensagens de erro.

O que vale a pena acompanhar

Quando existirem dados disponíveis, acompanhar os cliques em reservar e as reservas concluídas. Comparar períodos semelhantes e considerar alterações de preços, procura e disponibilidade. Um aumento de cliques, por si só, não comprova um aumento de reservas.

Vamos olhar para o seu site?

joacoelho@estadialab.pt · estadialab.pt