

[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K



Published in UX Collective BR



Helora Dana

[Follow](#)

Jun 12, 2018 · 7 min read



Save



UX case study: DramaFever

Melhorando a experiência do usuário de forma simples.



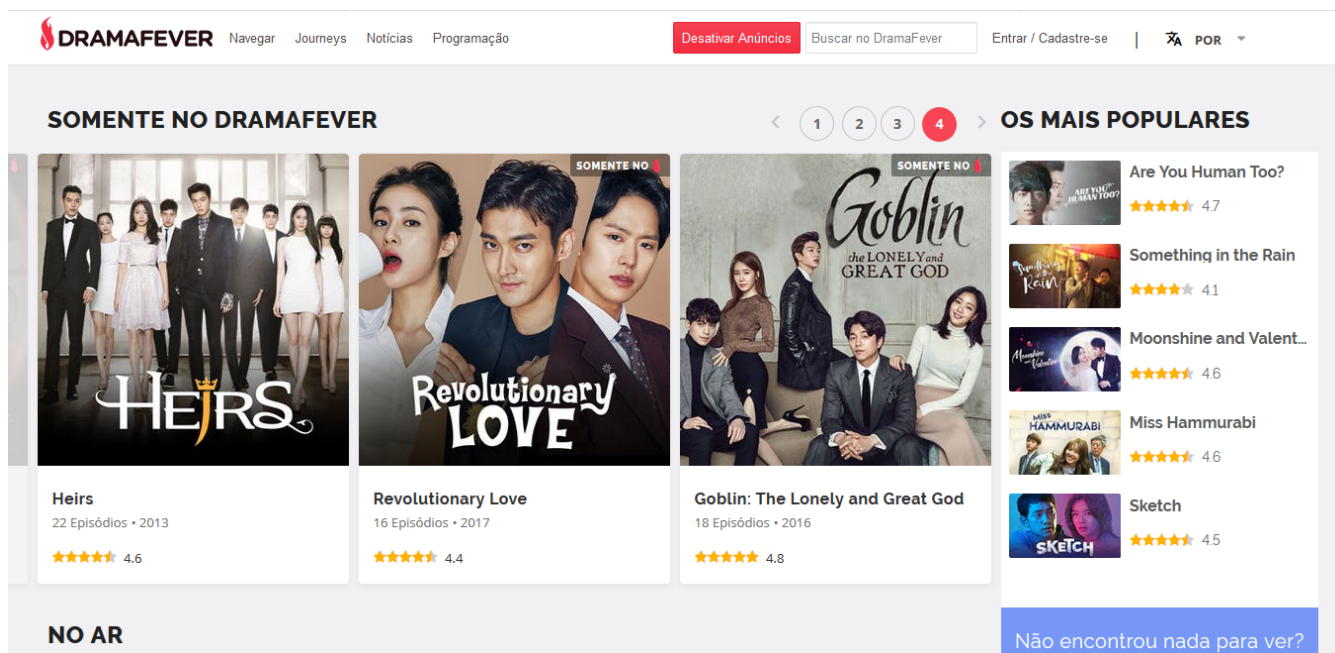
Os serviços *on demand* estão cada vez mais presentes, geralmente requerendo uma assinatura mensal ou anual, ou um cadastro feito pelo usuário do serviço. Após fazer o login na plataforma, vários conteúdos/serviços são exibidos e você pode escolher qual deles deseja e acessá-los imediatamente, como acontece na Netflix.

O DramaFever é uma dessas plataformas que possui um sistema onde é possível criar uma conta e obter acesso aos episódios das mais diversas séries, documentários e filmes originalmente coreanos e chineses. Após utilizar esse site por um tempo, pude perceber algumas falhas de usabilidade em funcionalidades principais que podem ser



[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K



Página inicial do site.

Objetivo

Este estudo de caso tem como objetivo analisar o sistema de exibição de vídeos do DramaFever utilizando métodos de design centrado no usuário para avaliar a usabilidade de seu fluxo e propor melhores soluções.

Fluxo de Interações

Entrando no site, para ter acesso ao conteúdo é preciso fazer um login ou se cadastrar. Depois disso, o usuário pode navegar pelas listas de séries e filmes para ver seus episódios e assisti-los, como mostrado no fluxo abaixo.



[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K



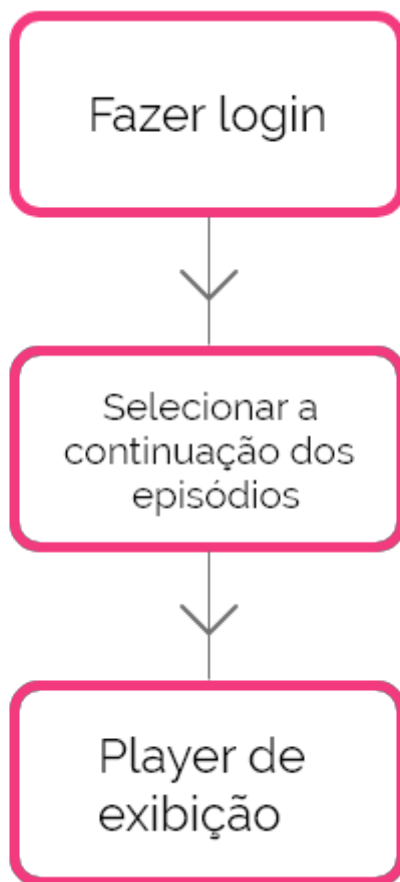
Fluxo inicial de interações

Ao entrar no site pela segunda vez, caso já tenha iniciado uma série, por exemplo, ele mostra logo no início da página o episódio no qual o usuário parou para que ele o encontre de maneira mais rápida e continue assistindo. Isso diminui a quantidade de interações para acessar o player de exibição de vídeos.



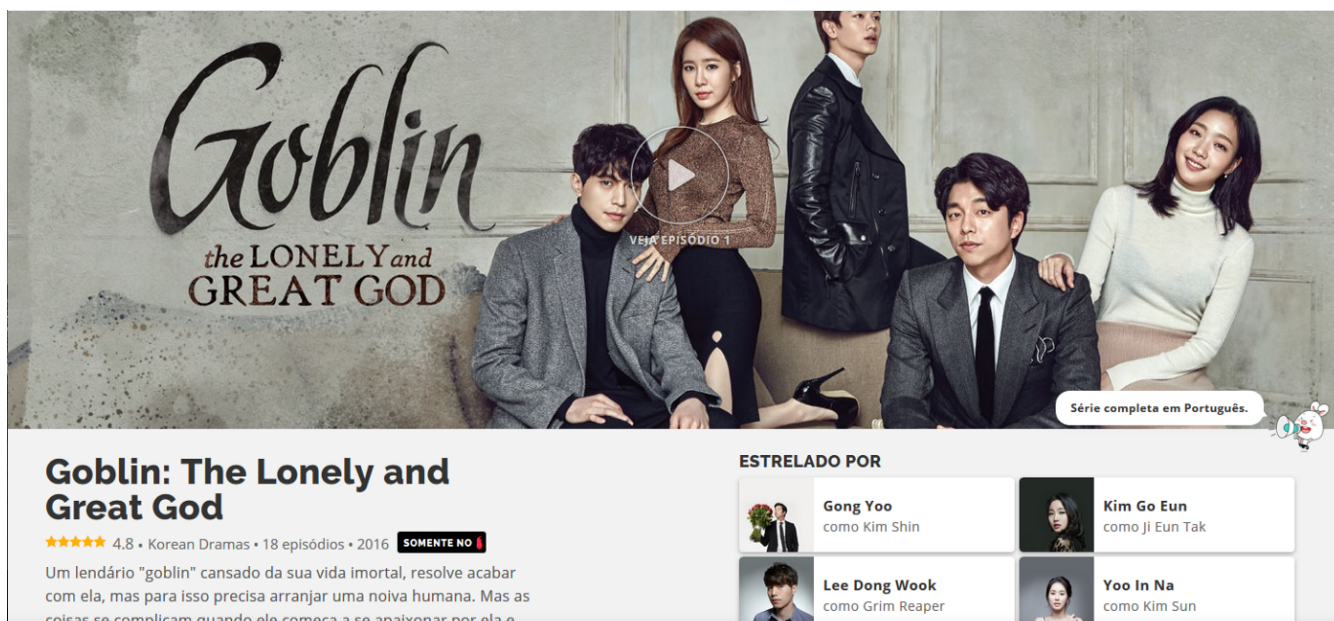
[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K



Fluxo de interações depois de efetuar o login

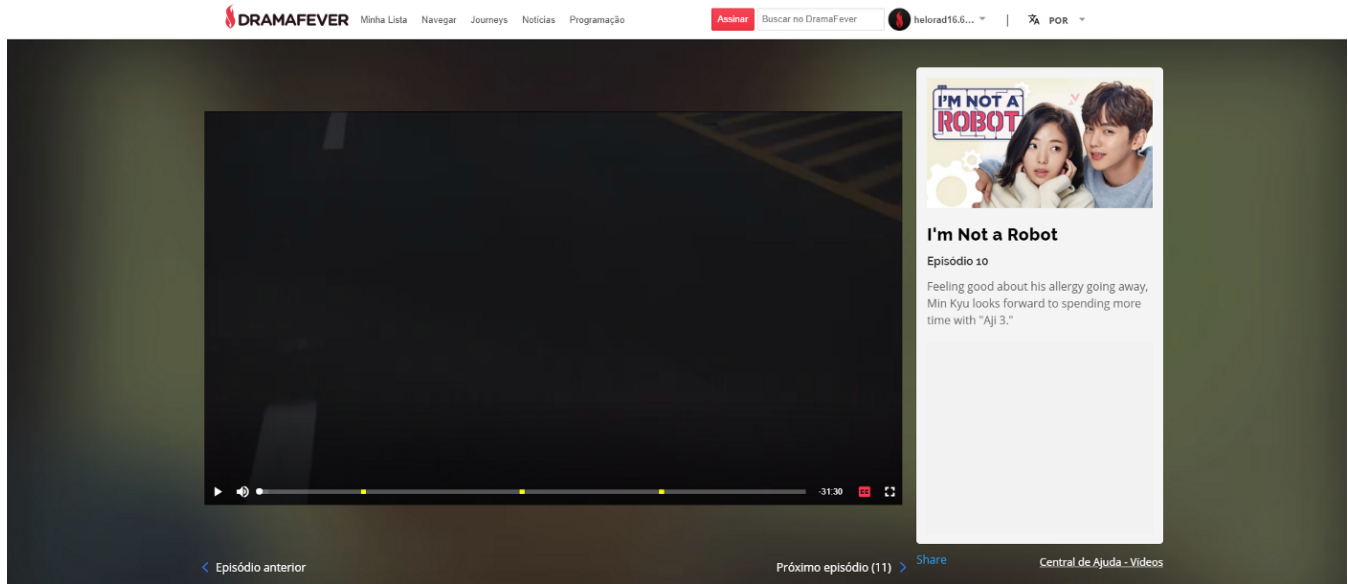
A navegação do site é bem fluída, os itens do menu são de fácil acesso e as páginas de informações sobre séries e filmes tem um layout agradável e intuitivo.



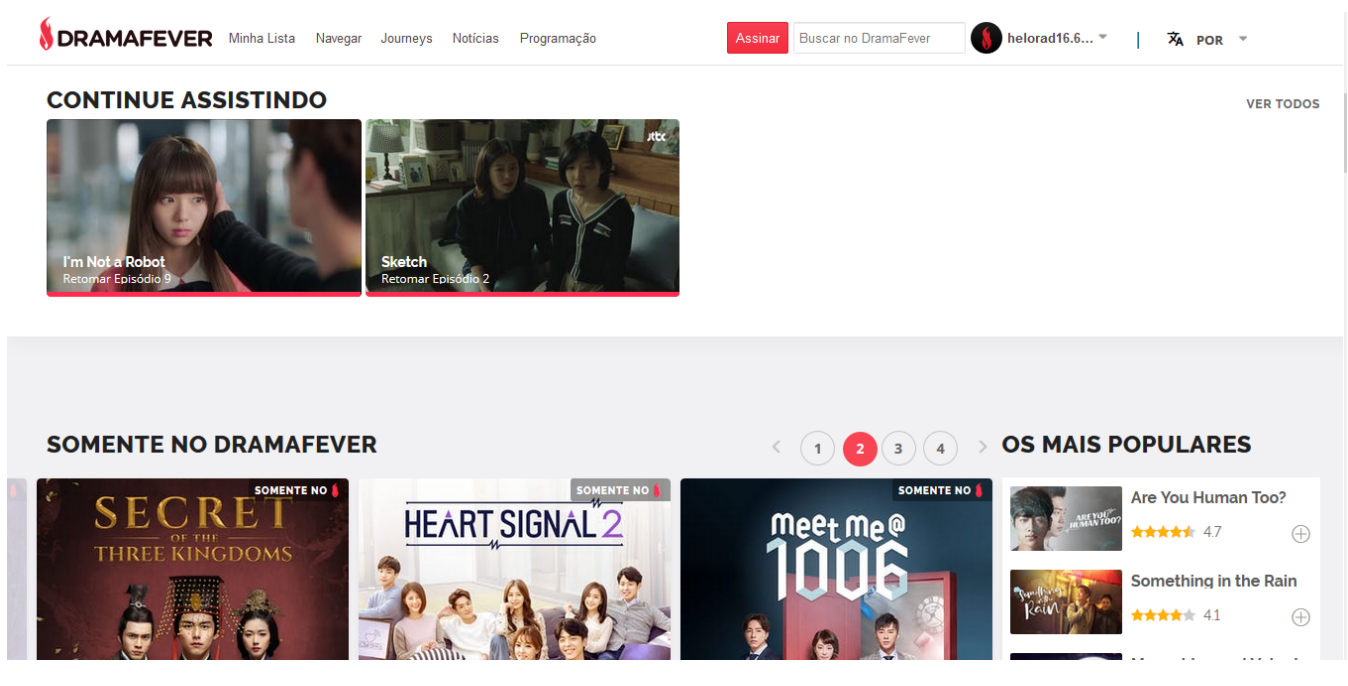

[Open in app](#)
[Get started](#)

Bing index: 4,86K

de episódios. Intitulada no site como “Continue Assistindo”, essa lista deve salvar o estado atual de cada série que está sendo assistida com o episódio no qual o usuário parou. Ao terminar um episódio, encerrei a seção e saí do site para continuar a série depois, e na imagem abaixo, pode ser visto o último estado do player de exibição.



Voltando para o site alguns dias depois, na lista de “Continue Assistindo” o episódio que estava salvo como atual, e que eu poderia continuar a assistir como diz o termo, era na verdade o que eu já havia visto.



[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K

da lista.

Ao passar por essa experiência frustrante, comecei a perceber que ela acontecia mais vezes. Conforme continuava assistindo as séries, ficava perdida ao tentar lembrar em qual episódio parei e constantemente assistia episódios repetidos.

Quando um usuário entra novamente na plataforma e vê a lista de episódios com o termo “*Continue Assistindo*”, como base em experiências anteriores, ele entende que aquela lista se refere aos episódios atuais de cada série que está em andamento. Isso também pode ser confirmado pelos termos usados, como “*Retomar o episódio*”, levando a entender que ele não foi finalizado mesmo que tenha sido.

Conteúdo e público alvo

O conteúdo de um site, assim como seu design, é uma parte muito importante pois é a informação que será passada diretamente aos usuários do sistema. Ao projetar a conversa entre um produto e seu usuário, é preciso ter em mente o público alvo e as mais diversas ocasiões nas quais o sistema será utilizado para sempre transmitir uma linguagem clara e intuitiva.

Fazendo uma pesquisa sobre o público alvo do DramaFever, de acordo com o próprio site mais de 80% de seus estimados 3,5 milhões de telespectadores mensais não são asiáticos. A empresa informa que a maioria dos usuários é jovem, e as mulheres são 65% dos espectadores com a faixa etária de 18 a 34 anos.

Tendo isso em vista, muitas pessoas que são usuários do sistema assistem inúmeras séries e filmes em várias plataformas e devido a essa quantidade de informações, confiamos nos sistemas para que eles salvem dados importantes para facilitar a utilização, como por exemplo, nome de usuário e senhas. Um dos principais dados que são salvos pelos sistemas de *video on demand* são as listas de episódios ou filmes já assistidos.

Analisando a lista salva pela plataforma, percebe-se que ela acaba gerando mais esforço para o usuário, fazendo com que ele sempre volte os episódios e muitas vezes assista episódios repetidos pois não se recorda de onde parou, o que resulta em uma quebra de confiança entre a plataforma e o próprio usuário. Ao consumir mídia, você



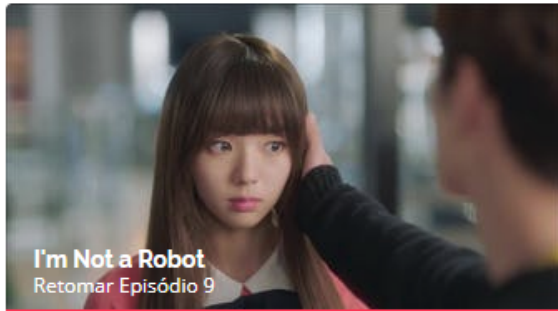
[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K

sempre os melhores termos para passar essas informações.

Melhorando a experiência através das palavras

CONTINUE ASSISTINDO



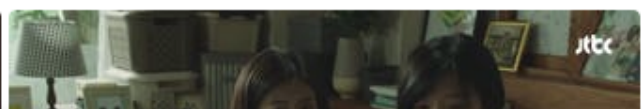
↑
Indicação do episódio atual

No DramaFever, podemos ver que a linguagem utilizada para passar a informação sobre a lista de episódios é um pouco confusa. Termos como “Continue Assistindo” e “Retomar Episódio” levam a entender que o usuário pode continuar assistindo o episódio, mas como visto anteriormente, na verdade o episódio no qual foi pausado era o número 10, e na imagem pode ser visto o número 9.

Seguindo o fluxo normal dos usuários que retornam ao site para continuar uma série, é esperado que na lista de episódios para continuar assistindo esteja o episódio atual, no qual o usuário se encontra, ou o último episódio assistido de cada série.

Portanto, uma solução para melhorar a usabilidade dessa lista para que não confunda o usuário, é focar nos textos que transmitam as informações principais. Levando em consideração que a lista mostra pela thumbnail o último episódio assistido, para entender isso de maneira clara pode-se colocar o termo “Último Episódio Assistido : 9” na thumbnail. Isso indicaria qual foi o último episódio assistido e que o usuário pode continuar assistindo a série.

CONTINUE ASSISTINDO

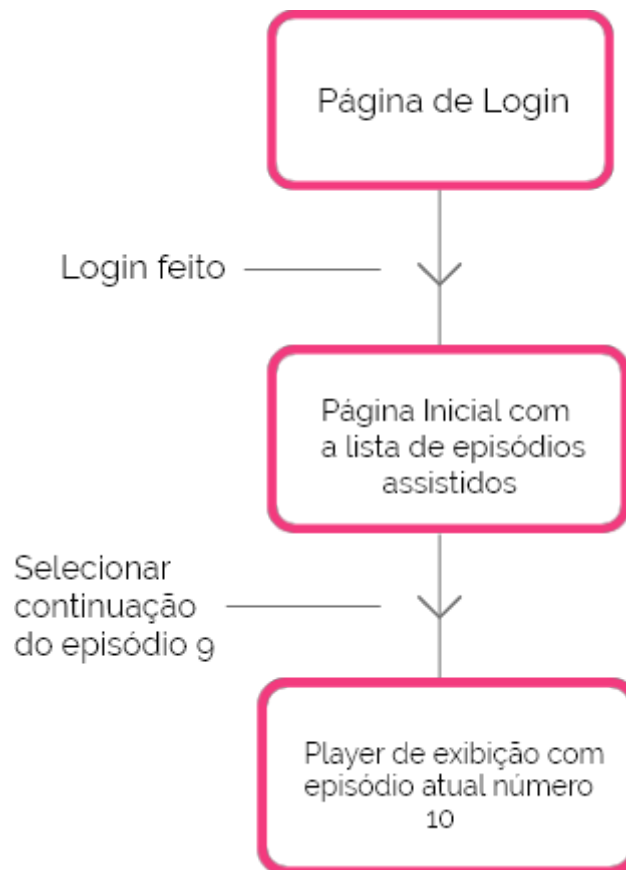


[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K

Lista de episódios com os novos termos

Com isso, o fluxo de navegação para usuários que já possuem conta e lista de séries que estão assistindo se tornaria mais intuitivo, como mostrado no fluxograma de navegação abaixo:



A lista de “*Continue Assistindo*” passa a se referir as séries que o usuário está vendo no momento, e as thumbnails dos episódios são referentes ao último episódio visto de cada série.

Aplicando Testes A/B

Testes A/B permitem que você compare duas (ou mais) versões de algo para determinar qual delas funciona melhor. Aplicando isso na plataforma, podemos medir o melhoramento da experiência do usuário com relação aos termos utilizados.

Na interface atual do DramaFever, para o usuário que já efetuou seu login conseguir



[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K



Com a atualização dos termos e o novo fluxo de navegação, o usuário pode ir para o player com um total de 1 click.



Testando com usuários do sistema os termos da interface, houve um entendimento maior sobre onde pararam e para qual deveriam continuar nos episódios, causando menos frustração e mais confiança no sistema.



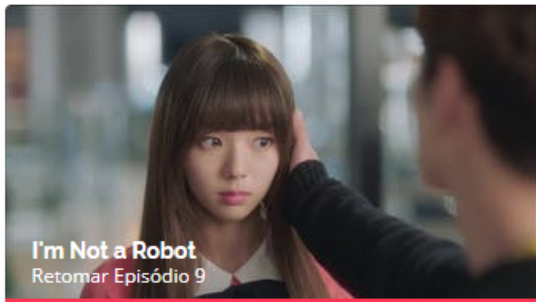
[Open in app](#)[Get started](#)

Bing index: 4,86K

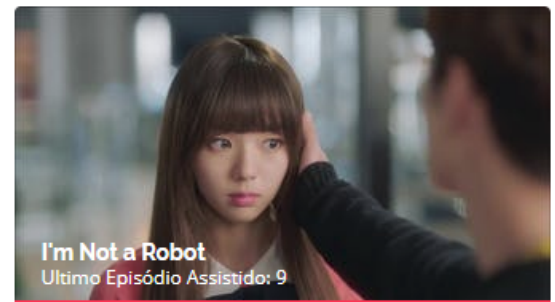
ANTES

DEPOIS

CONTINUE ASSISTINDO



CONTINUE ASSISTINDO



Conclusão

Apesar de ser uma ótima plataforma para assistir séries e filmes, as listas de episódios assistidos do DramaFever ainda causam desconforto para os usuários por causa dos termos utilizados nela. Como pode ser visto neste estudo de caso, os termos e informações que as plataformas transmitem são de extrema importância para a experiência do usuário ao longo da navegação. Aplicando termos de fácil entendimento e que melhoram os fluxos de interação, pode-se construir uma plataforma intuitiva e que responda as expectativas do usuário para que ele se sinta confiante ao utilizar o site.





Bing index: 4,86K

[Open in app](#)

Get started

Sign up for UX Collective Brasil

By UX Collective BR

Design. Feito no Brasil. [Take a look.](#)



Get this newsletter

