

Canal de vendas próprio para a Pé de Mato

MARCA

Pé de Mato

Varejo de orgânicos

ÁREA

Product Design

ESCOPO

Site e aplicativo

Operação de pedidos

PERÍODO

out. 2019 – fev. 2022

O DESAFIO

A Pé de Mato vendia online apenas por aplicativos e sites de terceiros. Pagava taxa em cada pedido e não controlava a experiência de compra, num público que quer saber a procedência do produto e comprar sem complicação.

A SOLUÇÃO

Criei o canal próprio da loja, com site e aplicativo, e redesenhei a separação e a entrega para dar prioridade ao pedido online. A plataforma também reúne conteúdo sobre orgânicos e receitas, para trazer o cliente de volta.

A ABORDAGEM

- Mapeei a jornada de compra e analisei 87 concorrentes para encontrar onde a marca podia se diferenciar.
- Levantei onde os clientes moram, por quais canais compram e em que horários.
- Desenhei o fluxo completo à mão, tela a tela, para site e aplicativo.
- Testei duas versões dos protótipos com 4 clientes antes de fechar a interface.
- Troquei os sistemas da loja para atualizar pedidos e entregas em tempo real.

01 · Pesquisa

Jornada, concorrência, clientes

02 · Esboço

Fluxo à mão

03 · Baixa fidelidade

Hierarquia e navegação

04 · Alta fidelidade

Identidade da marca

05 · Operação

Loja e entrega conectadas

RESULTADOS

**+13,7%**

de receita mensal após o lançamento do canal próprio.

**-13%**

em custos operacionais, com menos taxas de marketplace.

**25%**

das vendas online migraram para o canal próprio em 10 meses.

**Prêmio**

Jovem Líder, do Google for Startups, pela criação do e-commerce.

No consolidado de mai/2021 a jan/2022, a receita mensal cresceu 11%.

O QUE APRENDI

O site e o aplicativo eram metade do trabalho. O pedido online só ganhou prioridade de verdade quando a separação e a entrega na loja mudaram junto com as telas.

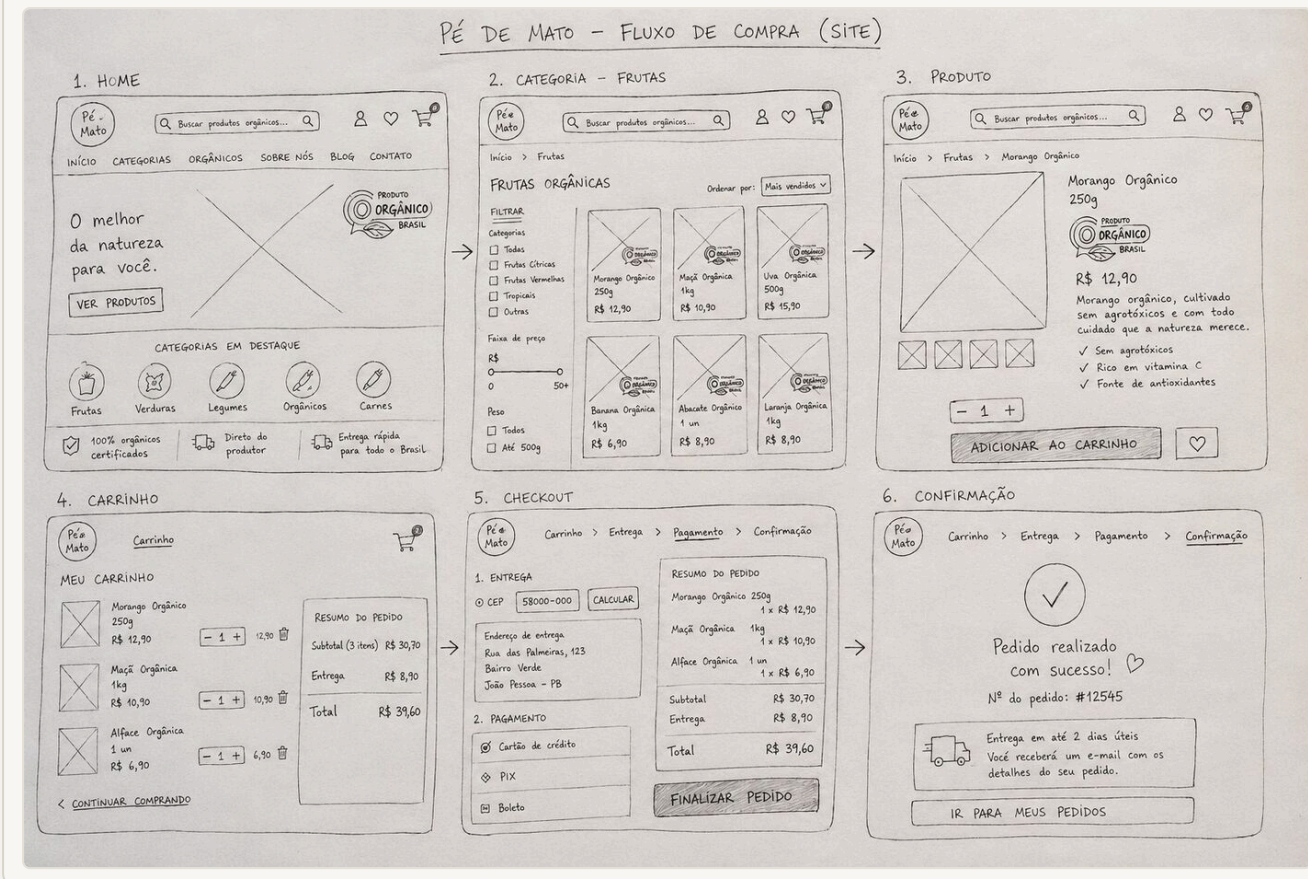
25% das vendas online no canal próprio em 10 meses.

CONCEITO INICIAL

Antes de qualquer tela digital, desenhei à mão o fluxo completo de compra, para site e aplicativo, e validei a ordem das etapas.

FLUXO DE COMPRA · SITE

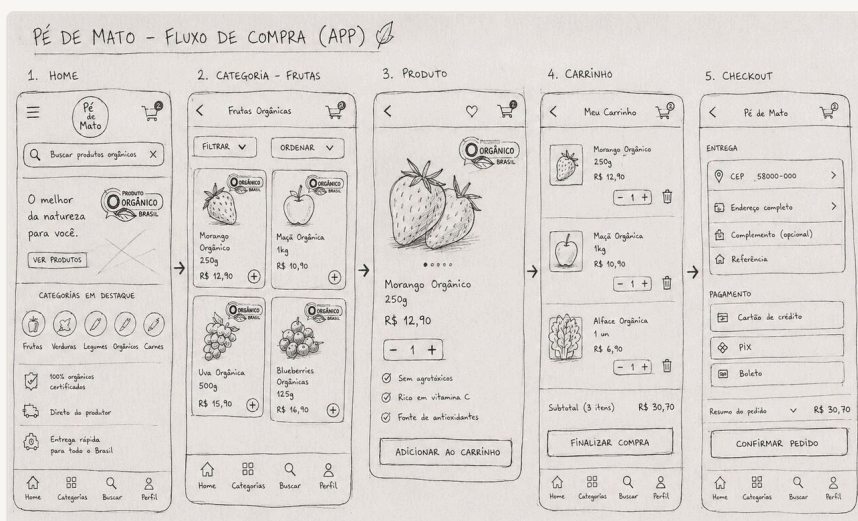
6 telas, da home à confirmação do pedido



FLUXO DE COMPRA · APLICATIVO

O mesmo fluxo em 5 telas, com menu inferior fixo (início, categorias, busca e perfil) para o cliente navegar sem voltar à home.

- 1 Home
- 2 Categoria
- 3 Produto
- 4 Carrinho
- 5 Checkout



DO ESBOÇO À INTERFACE

Com o fluxo validado, os esboços viraram protótipos de baixa fidelidade, usados para testar hierarquia e navegação. Depois, a interface de alta fidelidade recebeu a identidade da marca.

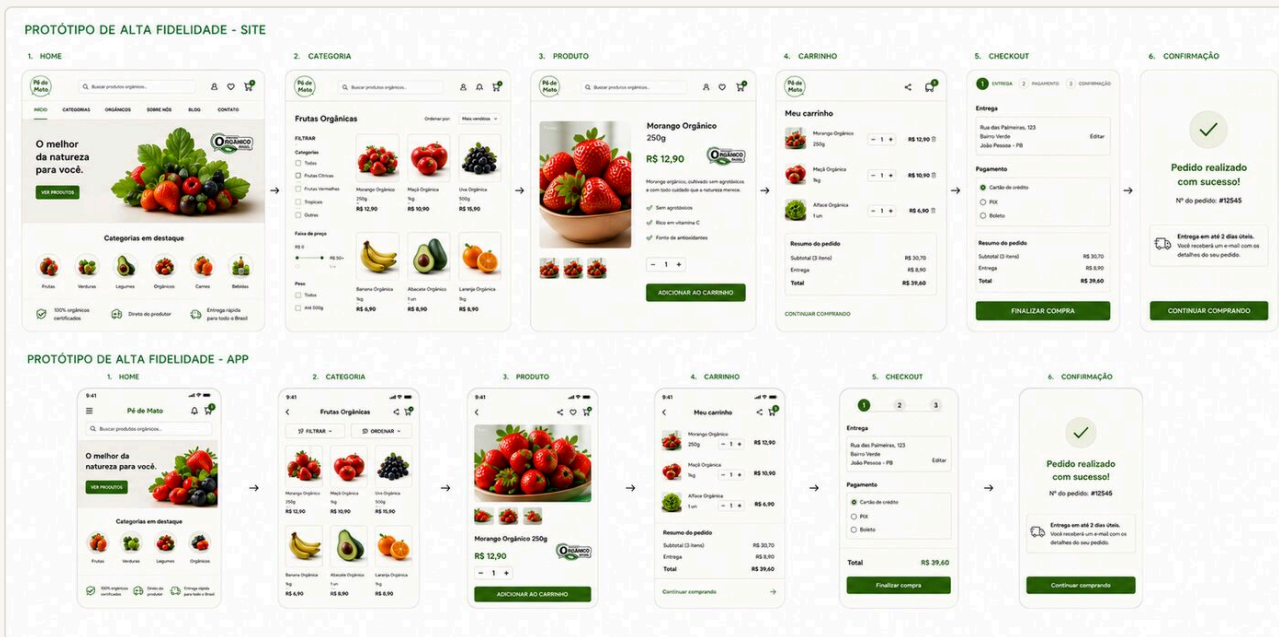
PROTÓTIPO DE BAIXA FIDELIDADE · SITE & APLICATIVO

Hierarquia e navegação



PROTÓTIPO DE ALTA FIDELIDADE · SITE & APLICATIVO

Identidade visual da marca



TELAS DA JORNADA

01 · Home

Categorias em destaque

02 · Categoria

Filtros e ordenação

03 · Produto

Selo de orgânico

04 · Carrinho

Resumo do pedido

05 · Checkout

Entrega e pagamento

06 · Pedido

Confirmação e prazo

+13,7% de receita mensal e 25% das vendas online no canal próprio.