

# O tripé de um serviço de sucesso

Por Paulo Lindoso \*

A adoção da Web como meio primário de relacionamento com o cliente é uma realidade e tendência. Empresas vêm adotando aplicações Web tanto num modelo SaaS (Software as a Service) quanto para seus front-ends corporativos. As vantagens são claras:

- Unificar interfaces: interfaces Web são facilmente padronizáveis através do uso de tecnologias como CSS e XML;
- Centralizar manutenção de aplicações: a aplicação Web não reside no cliente e sim em um servidor. Sua manutenção é simplificada;
- Baixo requisito de cliente: clientes precisam ter apenas acesso a um navegador com um grau de conectividade.

Ao mesmo tempo em que a adoção acentuada de aplicações Web como paradigma traz vantagens, os desafios para monitorar e avaliar o desempenho aumentam. A complexidade tecnológica dos ambientes somada à cada vez mais crescente necessidade de se conhecer mais sobre o usuário que acessa o serviço faz com que novas métricas e tecnologias sejam utilizadas para aumentar a visibilidade da aplicação e seu sucesso.

Essencialmente, podemos dividir essas métricas em três tipos.

## Métricas de audiência: QUEM visita (ou usa) minha aplicação (meu site)?

Preocupação fundamental durante o planejamento de um site ou de uma aplicação web, a audiência deve ser uma preocupação operacional também.

Quando falamos de aplicações internas (em uma intranet, por exemplo), a medição de audiência presta-se a verificar se o dimensionamento original foi adequado e também a verificar a adesão à nova aplicação, permitindo inclusive a eventual criação de campanhas focadas no tipo de uso que está se fazendo da aplicação.

Para aplicações externas, acessadas por usuários espalhados pela Internet, a medição de audiência e seu acompanhamento é crucial para o andamento do site e a aferição precisa de seu sucesso. Somadas à medição da audiência estão também métricas mais “setorizadas” como por exemplo taxa de conversão em sites de comércio eletrônico.

É a correta escolha e implementação de métricas de audiência que dá subsídios concretos ao gestor sobre o perfil de acesso ao mesmo.

## Métricas técnicas: COMO a infra-estrutura reage à audiência?

Para colocar uma aplicação ou site no ar, uma determinada infra-estrutura foi contratada ou instalada. Monitorar a saúde dela é prioridade das áreas tecnológicas para garantir sua disponibilidade e adequação permanente.

A grande preocupação aqui é determinar com precisão o que monitorar e como monitorar. Existem no mercado várias ferramentas que dizem entregar grande profundidade de monitoração, mas na verdade oferecem uma monitoração superficial. Vários clientes reportam ter que investir tempo e dinheiro em um grau de customização que sempre causa grande frustração.

Além disso, com a complexidade de ambientes tecnológicos cada vez maior, um projeto de monitoração técnica segue a mesma complexidade. A opção por contratar serviços de monitoração pode aqui ser vantajosa para as empresas.

Novamente, a correta escolha e implantação de ferramentas é crítica para um acompanhamento adequado do andamento do site.

### **Métricas de desempenho do site: O QUE meu cliente/usuário vê?**

A já mencionada complexidade oferece um outro problema que é cada vez mais premente. De que adianta investir e monitorar uma infra-estrutura complexa se não se tem visibilidade do impacto – positivo ou negativo – percebido pelo cliente?

Medir o desempenho percebido pelo usuário do site ou da aplicação é hoje em dia talvez a métrica mais fundamental para se avaliar a satisfação do usuário, especialmente se falamos de aplicações Web onde o fator produtividade é fundamental. De forma direta, o usuário prefere um site “feio” mas “rápido” a um site “bonito” porém “lento”.

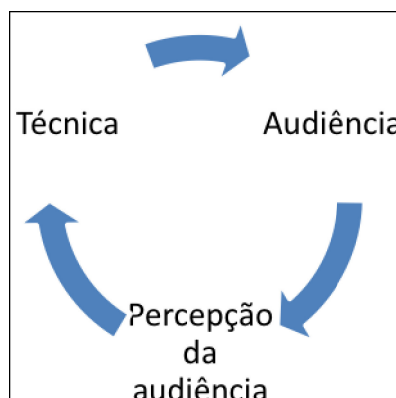
A complexidade desta medida reside na dificuldade de se estabelecer as diferentes percepções a serem medidas. Para este trabalho, é fundamental o conhecimento da audiência do site.

### **Conclusão**

O correto equilíbrio de um site é uma tarefa complexa que demanda um conjunto de métricas bem dimensionadas e geridas.

Para uma visão ampla e abrangente do mesmo, o gestor hoje precisa contar com três eixos de atuação e monitoração de tal forma a equipar-se com a informação necessária para promover o crescimento saudável e bem-sucedido do site.

É somente através desta visão holística do funcionamento de uma aplicação ou site na Web que pode-se promover aquilo que deve ser o objetivo primário do mesmo: a satisfação de seu usuário.



*Paulo Lindoso - Gerente de pré vendas de serviços gerenciados*