

Briefing para reestruturação do site da ONG Cão Sem Dono

www.caosemdono.com.br

Por Tassia e Rafael em 19 de novembro de 2012/02 de dezembro de 2012

1 - Cliente

Razão social: Cão Sem Dono.

Ramo de atividade: Organização Não Governamental

Responsável pelo contato: Vicente Define

E-mail: faleconosco@caosemdono.com.br

Website: www.caosemdono.com.br

Perfis sociais:

Twitter: <https://twitter.com/#!/caosemdono>

Facebook: <http://www.facebook.com/caosemdono>

2 - Contextualização

A ONG Cão sem Dono surgiu no estado de São Paulo em 1998 (formalmente em 2005) com o objetivo de tirar o maior número possível de animais das ruas, tratando-os e realizando sua reintegração a famílias que lhe forneçam afeto, atenção e cuidados. Atualmente a ONG possui dois abrigos com mais de 210 animais constantemente analisados por veterinários. Todos os funcionários são voluntários que visitam sempre as instalações. A ONG vive de doações que precisam ser constantes devido ao alto custo de manutenção das atividades que incluem alimentação de qualidade, mutirões veterinários em comunidades carentes (onde ocorrem castrações, vacinações, vermifugações) além da realização diária de feiras de adoção.

2.1 - Pesquisa com o cliente

Abaixo seguem algumas perguntas realizadas ao cliente, respondidas por Vicente, membro da direção da Cão sem Dono:

A. Qual o principal objetivo do site de vocês atualmente?

O principal objetivo do site hoje é DOAR animais, embora haja também a divulgação do que fazemos, nossa prestação de contas e, claro, pedir ajuda também

B. Há quanto tempo o site atual está no ar?

O nosso site está no ar, neste formato atual, há 2 meses. Recebemos mais de 1000 visitas por dia

C. O que vocês já conseguiram trazer para a ONG (recursos financeiros, voluntariado, divulgação, etc) através do site?

Com o site conseguimos novos doadores, voluntários e também adoção de cães.

D. O que vocês gostariam que o site pudesse trazer para a ONG?

O site é um cartão de visitas. Sempre.

E. O que vocês mais gostam no site atual de vocês? E o que menos gostam?

O que mais gostamos é a quantidade de pessoas que nos visitam diariamente, claro. O que menos gostamos é a falta de tempo para interagir com os visitantes. Ainda não conseguimos acertar um cadastro de e-mails, etc

F. Vocês gostariam que o site, de alguma maneira, tivesse maior integração com as redes sociais?

Procuramos divulgar em nossas redes sociais o site, embora acreditamos que ainda falta agilidade nas ações, muito por falta de tempo para postagens.

G. Há sites de outras ongs e instituições que vocês considerariam como exemplo a seguir?

Não

H. Qual a frequência de atualização do site? Vocês gostariam de aumentar, diminuir?

Procuramos todos os dias atualizar ou postar algo diferente. Usamos a plataforma do blogger, o que facilita muito.

I. Vocês acompanham a quantidade de visitas do website? Sabem informar se elas têm aumentado ou diminuído - ou se há períodos em que elas aumentam por algum motivo?

Acompanhamos sim.

J. Gostariam de deixar algum comentário extra sobre o site ou a atividade de vocês?

Gostaríamos muito de ter maior interatividade com os nossos seguidores e visitantes do site. Algo como Cão Sem Dono OnLine.

2.2 - Público-alvo

O público-alvo foi definido a partir de pesquisa etnográfica (ver etnografia virtual para um perfil detalhado), que acusou o seguinte perfil:

Sexo: Homens e Mulheres, com maioria absoluta de mulheres, totalizando cerca de 80% do público total

Idade: Perfil preponderante entre 25 e 50 anos, podendo essa média mínima ser esticada para 21 dependendo dos objetivos

Classe social: Entre C1 e B1

Perfil regional: Compreende-se entre a área de atuação da ONG - cidade de São Paulo, Guarulhos, Itapeverica da Serra, Osasco, Carapicuíba Mauá, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Poá e cidades com até 30 km de distância do centro da cidade.

2.3 – Pesquisa contextual

Aos usuários foi solicitada a resposta do seguinte questionário (disponível online em <http://www.surveymonkey.com/s/7WMCXTL>):

A. Qual a sua idade?

Entre 12 e 18 = 6
Entre 19 e 25 = 12
Entre 25 e 30 = 11
Entre 30 e 45 = 4
Acima de 45 = 2

B. Você participa da equipe e/ou visita com frequência sites de adoção de animais? Quais?

16 pessoas disseram visitar frequentemente sites de adoção de animais, sendo que a maioria se referiu a perfis em redes sociais e não necessariamente a sites (o que nos dá uma pista de que algumas dessas que disseram “não” podem ter descartado as visitas que fazem a perfis de ONGs em redes sociais). Uma nem sabia que este tipo de site existia. 2 pessoas eram voluntárias de uma ONG na Bahia.

C. O que mais lhe atrai em um site de adoção de animais?

A maioria dos participantes respondeu ou citou, dentre suas considerações, a posse responsável. Muitos gostam de ter acesso a informações de como cuidar dos animais, pois muitos não tem experiência. A grande parte dos usuários também gostaria de ver fotos e informações do histórico do animal (vacinação, castração, etc). As pessoas citaram muito a palavra “história”, pois gostam de se identificar com os animais.

D. Ao visitar um site de adoção de animais, já sentiu vontade de adotar um? Se sim ou se não, por quê?

Das 35 pessoas que responderam ao questionário, 27 disseram sentir vontade de adotar, seja porque já adotou, porque gosta de animais, porque se sensibiliza ou porque lhe fazem companhia. No entanto, dessas 27, apenas 4 informaram ter adotado algum bichinho anteriormente. As demais disseram não sentir vontade por nunca terem visitado um site de adoção, por não terem espaço em casa ou por não possuírem o costume de criar animais.

E. Se você estivesse querendo adotar um animal, o que você procuraria no site de adoção? Exemplos: nome do animal, idade, fotos, etc.

Quase todos afirmaram que fotos são muito importantes (os que não citaram foto e idade citaram apenas foto e apenas uma informou que não se importaria com nenhuma informação). Outros dados como idade, doenças, vacinação, porte, temperamento e raça (ainda que aproximada) foram citados. Apesar de citado apenas por alguns, o temperamento – ou comportamento – mostrou-se relevante, especialmente quando atrelado à idade, como comentou uma respondente: *“(...) eu acharia interessante ter características do comportamento dele. Ter um lembrete de que mesmo com uma idade avançada (em torno de 2 a 5 anos) o animal ainda é brincalhão, esperto, etc. Imagino que pessoas que não tenham contato com cachorros imaginem que passada a fase filhote ele fica 'chato', o que não é verdade”*.

F. Você costuma ir a feiras de adoção de animais? O que você mais gosta nelas?

20 pessoas disseram ter ido pelo menos alguma vez na vida. Dessas, 3 informaram que vão com frequência, pois costumam ajudar. Aos que vão, lhe agradam a interação com os animais e também com as crianças.

- *“Gosto da interação com as crianças. Têm sucesso porque viram um compromisso social com responsabilidade e criatividade.”*
- *“Sim, a oportunidade de ter contato com eles, e gosto dos artesanatos, bolsas, camisas com foto e desenhos de animais e etc criados para ajudar na arrecadação de dinheiro”*
- *“Ver pessoas realmente interessadas em cuidar de animais e crianças aprendendo que bichos não são brinquedos.”*

Essas respostas destacadas mostram também que as feiras são uma boa oportunidade para integrar programas sociais, conscientizar e arrecadar dinheiro através de outras iniciativas, que podem ser obtidas também com outras parcerias.

G. Você tem alguma sugestão ou comentário a fazer sobre o tema?

Esta resposta não era obrigatória, no entanto, 29 pessoas responderam. Eis alguns destaques:

- *“Falar sobre adoção comunitária. Aqui na rua mora uma cadela chamada Gostosa. Cada um tem uma responsabilidade. Como ela não se acostumou a viver em uma casa e gosta de morar na rua. Foi a saída que encontramos. Acho q seria uma boa alternativa p as pessoas que nao podem tr um animal em casa”*
- *“Eu não costumo visitar muitos sites de adoção ou feiras, mas, quando o faço, aprecio um site claro, com informações bem colocadas, e sem poluição visual. Quanto às feiras, creio ser importante orientar quem adota, pois muitos levam o bichinho para casa sem saber que não basta amá-lo, mas é preciso cuidar corretamente dele.”*
- *“Creio que um bom canal para divulgação de adoção de animais seria através de clínicas veterinárias, que são frequentadas por pessoas que já demonstraram interesse em animais.”*
- *“Pensei aqui em uma, considerando um site de adoção, acho que o mais importante é sempre a atualização e organização. Se o animal foi adotado, tirar as informações dele ou colocar um aviso visível de que foi adotado.”*
- *“Acho que o que falta mesmo é divulgação de projetos assim e menos burocracia no processo porém com mais acompanhamento.”*
- *“Os sites também deveriam mostrar animais adotados e felizes, pois os que eu vejo só tem animais sofrendo e pedidos de ajuda!!”*
- *“Seria interessante que o compartilhamento de informações de doação de animais fosse centralizado, mas dividido em cidades.”*

2.4 – Benchmarking

Outras ONGs de mesma temática (não necessariamente canina)

- Adote um Gatinho (<http://adoteumgatinho.uol.com.br/>) – São Paulo e ABC
A ONG Adote um Gatinho possui uma ficha de cada gato disponível para adoção com foto, nome e uma pequena história, além de características como brincalhão, carinhoso e sociável, fortalecendo a relação do animal com a instituição e criando uma simpatia com o visitante. Há também uma área de prestação de contas, onde são exibidos os gastos do grupo.

O blog possui informações úteis, um design relativamente superior em comparação com os disponíveis no setor e uma versão em inglês.
- SPAC: Sociedade Protetora dos Animais de Curitiba (<http://www.spacuritiba.org.br/>) – Curitiba
- SOS Bichos (www.sosbichos.com.br) – Belo Horizonte
- UIPA: União Internacional Protetora dos Animais (http://www.uipa.org.br) – São Paulo

- Associação Protetora dos Animais/Bahia (<http://www.abpabahia.org.br/>) - Salvador

3 - Projeto

3.1 - Objetivos

- Levando em consideração a análise do atual site, a resposta da diretoria e o resultado da pesquisa on-line (respondida por 35 pessoas), é possível destacar alguns itens em diferentes instâncias que ajudam não apenas a identificar melhorias para o site da ONG, mas para estratégia e até mesmo futuros projetos que podem vir a ser desenvolvidos com um tema similar.
 - Apesar do objetivo principal ser a adoção de animais, é também necessário deixar evidente a necessidade das doações para a manutenção da ONG
 - Criar uma área onde os animais disponíveis para adoção sejam exibidos com com mais informações como fotos, nome, história, origem, peso, etc
 - Destacar melhor os eventos – pagos ou gratuitos, como a feira diária de adoção – pois aumentam as chances de concretizar pontos de contato off-line
 - Ser um forte meio de conscientização sobre as necessidades dos animais, responsabilidade e conduta na posse dos mesmos
 - Melhorar o design do site, permitindo que as informações principais sejam encontradas rapidamente e de forma agradável, e claro, aumentando o interesse na ONG e no assunto em si
 - Sensibilizar mais os usuários com relação à necessidade de adotar, utilizando uma forma mais positiva de conscientização
 - Integrar o conteúdo do novo site ao Facebook da ONG (com mais de 11 mil fãs), aumentando o tráfego
-

3.2 - Métricas de Sucesso

- Aumentar a captação de recursos financeiros da ONG
 - Aumentar o número de visitantes nos eventos e consequentemente o número de Adoções
 - Colocar a ONG como referencial em adoção de animais na região
 - Aumentar o tráfego do site
-

3.3 - Medidas a serem tomadas

- Revisar os rótulos utilizados no site

- Revisar o posicionamento das informações
- Revisar distribuição e conexão entre páginas
- Sugerir criação de conteúdo que reforce os objetivos da ONG
- Desenvolver um site conciso, permitindo ao usuário encontrar as informações que deseja, em especial, como demonstrado na pesquisa, sobre os animais.
- Dadas as medidas necessárias de reformulação, seria importante considerar uma plataforma de gerenciamento de conteúdo mais abrangente e personalizável, como o Wordpress que, por ter as características de blog, permitiria a adaptação rápida dos gestores de conteúdo, que demonstraram facilidade com a ferramenta Blogger.

3.4 - Sugestões

- Designar alguém ou um pequeno grupo de voluntários para desenvolver/gerenciar o conteúdo do site e das redes sociais, criando uma conexão que aumentará a influência da ONG dentro da rede de adoção de animais, em especial os cães.
- No entanto, para conseguir criar grupos específicos para cuidar da presença da ONG na internet, seria necessário uma campanha para que mais voluntários aparecessem e pudessem ser alocados para isto. Uma área no site para cadastro de voluntários – e futura análise da diretoria – poderia melhorar este processo.
- A campanha de voluntariado poderia estar atrelada à campanha de patrocínio/doações. Empresas médias e grandes do setor de animais domésticos (como produtores de rações, remédios e diversos artigos veterinários) poderiam se interessar em ajudar a ONG em troca de publicidade de seus produtos nas feiras e eventos.
- Apesar da ONG já ter médicos voluntários e outros profissionais que ajudam a manter a organização e cuidados dos cães, uma parceria com a faculdade de veterinária local poderia aumentar o staff responsável para estas tarefas mais complexas. Alunos em formação poderiam ganhar horas de atividade complementar no trabalho com a ONG.
- Outras parcerias com outras faculdades e instituições poderiam ser analisadas e, se viáveis, trabalhadas. Dessa forma a sobrecarga em profissionais diminuiria e conseqüentemente mais tempo e recursos poderiam ser deslocados para a presença online da ONG.

As pessoas vem demonstrando, através da pesquisa generalista (divulgada nas redes sociais e respondida por 35 pessoas), que apreciam bastante as fotos dos animais e se sentem mais seguras em adotá-los quando possuem detalhes sobre eles. Essa estratégia pode ajudar a aumentar o número de adoções, pois além da maioria dos sites das ONGs não possuírem tal recurso (o fazem sem muita organização, na maioria das vezes, no Facebook), a integração destas páginas com as redes sociais poderá gerar mais interesse.

A maioria também tem maior contato com esse tipo de atividade através do facebook. Alguns não sabem que existem sites deste tipo, o que abre uma boa oportunidade de destaque para a ONG.

Outro ponto importante é a necessidade de evitar super-expor o sofrimento dos animais, pois isso afasta algumas pessoas que não estão acostumadas a presenciar esse tipo de situação (animais muito feridos). Os pedidos de ajuda também podem ser feitos em uma linguagem (visual e textual) menos “coitadista”, ganhando simpatia dos mais desconfiados.

4 - Planejamento do Design Centrado no Usuário

- Divulgação de um questionário mais específico para os usuários, dessa vez voltado para adoção de cães
- Questionar mais detalhes aos diretores da ONG após a resposta do questionário geral inicial
- Testes de usabilidade com tarefas que representem os objetivos principais do site
- Card-sorting aberto e fechado
- Prototipação da reestruturação do site (wireframes)
- Protótipo funcional
- Criação de um novo layout, seguindo padrões de usabilidade e maior acessibilidade possível
- Desenvolver um site conciso, permitindo ao usuário novato no assunto ou já habituado a encontrar as informações que deseja