

Qualidade de Serviço Web

A MarketWare disponibiliza um conjunto de serviços que visam melhorar a qualidade de serviço, especialmente em ambientes web, e melhorar a experiência do utilizador final. Do ponto de vista da MarketWare, proporcionar uma boa qualidade de serviços aos utilizadores, saudável para um bom desenvolvimento das Marcas nas relações virtuais com os seus clientes, é um factor crítico de sucesso no e-business combinar três vertentes estratégicas: Monitorização, Medição e Optimização.

A MarketWare estabeleceu nesta área uma parceria estratégica com a Dynatrace, permitindo assim desenvolver os seus serviços recorrendo à maior infra-estrutura global de monitorização e medição (m&m) existente na actualidade.

Infra-estrutura Global de Agentes

Monitorização

Nada se compreende, nem se melhora, antes de medir para conhecer. O conceito M&M (Monitorizar e Medir) é de facto o primeiro passo a seguir para quem tem uma visão orientada para a qualidade de serviço. Fazer um levantamento objectivo do comportamento do site em termos de desempenho e disponibilidade torna-se imprescindível, principalmente considerando a perspectiva do utilizador final.

O objectivo desta avaliação tem por base identificar quais os aspectos que podem ser críticos para o sucesso do seu negócio online e para a relação com os seus utilizadores, identificando aqueles que devem ser melhorados, através de dados que reflectem essa realidade e relatórios que podem apresentar medidas concretas e eficazes no sentido de melhorar a sua performance nos mercados digitais. A informação recolhida, permite tomar decisões

estratégicas nesse sentido. Evitar que o web site defraude as expectativas dos utilizadores, detectando eventuais problemas que afectem a experiência do utilizador em tempo real para serem ultrapassados em tempo útil, minimizando ao máximo os efeitos negativos.

A **Monitorização da Qualidade de Serviço em Ambientes Web** visa medir os seguintes aspectos do seu e-business:

- Desempenho e Disponibilidade

Reduzir o tempo de resposta do website face aos pedidos do utilizador, tornando o website mais rápido e sem falhas temporárias de acesso ou visualização incorrecta. [\[ver mais\]](#)

- Testes de Carga

Um dos principais problemas que ocorrem nos websites e que comprometem a sua performance, bem como a competitividade no e-business é a incapacidade de suportar a carga que leva à impossibilidade dos utilizadores satisfazerem todos os seus pedidos atempadamente sem falhas de visualização ou erros de execução. [\[ver mais\]](#)

- Integridade

Testar, diagnosticar e melhorar os padrões de qualidade do site, garantindo que a sua construção, conteúdos e links, imagens e compatibilidade de browsers ou outros recursos implementados no site são de elevada qualidade.

Compreender o impacto que esses recurso têm na qualidade no site e de que forma pode afectar positiva ou negativamente a experiência do utilizador é o grande objectivo. Foi desenhado para proporcionar às Marcas Digitais a capacidade de praticar uma gestão rigorosa e sobretudo consistente, assegurando que as normas de qualidade são cumpridas ao longo de todo o site, mesmo quando este é composto por milhares de páginas. [\[ver mais\]](#)

- Acessibilidade

Implementar as melhores práticas para criar um site que enriqueça a experiência de todos os seus utilizadores, que lhes permita aprender, compreender, navegar e interagir com a web, mesmo áqueles com necessidades especiais, pessoas mais idosas e os mais novos, utilizando técnicas, ferramentas e orientações que o tornem “user friendly”, de navegação fácil e intuitiva. [\[ver mais\]](#)

- Usabilidade

Traduz genuinamente o “*look and feel*” dos utilizadores na forma com se relacionam e interagem com o site e porquê.

Indica não só aquilo que os utilizadores fazem no site, mas porque é que eles interagem com o site da forma como o fazem. É a única ferramenta de research para testar a usabilidade que permite captar a experiência do utilizador na sua plenitude, incluindo em sites dinâmicos na web 2.0. Permite captar uma visão fiel das intenções, atitudes e comportamentos dos utilizadores face ao seu web site, obtida no momento em que a interacção acontece (quando estes estão a navegar no web site) ou com recurso a um painel representativo, constituído por listas de emails dos utilizadores. [\[ver mais\]](#)