 



Actividad | #1 | Conociendo al Usuario

Diseño de Interfaces II

Ingeniería en Desarrollo de Software

TUTOR: Fátima Fernández de Lara Barrón

ALUMNO: Alejandra Ibarra Carmona

FECHA: 17/07/2025

Indicé

Introducción…………………………………………..3

Descripción…………………………………………..3

Justificación………………………………………….3

Desarrollo……………………………………………4

Conclusión…………………………………………..4

Referencias………………………………………….5

Introducción

En esta actividad se realizaron 3 journery map de la tienda Liverpool con tres franquicias que tiene, mostrando el recorrido de cada cliente con cada una de las etapas. El frontend es una parte de la aplicación que en otra termino es la parte visual de la aplicación o un sitio web, para que este se pueda desarrollar de manera adecuada es necesario poseer habilidades y conocimientos en diseño gráfico, así como la presentacion y organización de la información ordenada y eficiente.

Dentro de la planeación del desarrollo de un software se generan ciertas preguntas para conocer las necesidades del cliente, y claro que dentro de estas preguntas se generan para conocer la parte piramidal del proyecto, claro que esto se considera un trabajo arduo y por eso gracias a la arquitectura de la información le damos sentido al caos y junto con esto se tienen que cumplir con ciertos pasos para poder hacer el diseño de la arquitectura de la información.

Descripción

* Identificar el problema a resolver si se quiere saber la solución, es necesario que conozcamos la información que se tiene y recolectar las piezas involucradas y así poder armar un plan apegándonos claro a lo que tenemos. Adicional a eso tenemos que realizar reuniones con las personas involucradas que estas son conocidas como stakeholders.
* Declara la intención, posterior a nuestra reunión con los stakeholder y los usuarios se debe limitar y establecer el propósito del proyecto, adicional a eso nos tenemos que volver a reunir para que podamos rectificar la información y la visión del proyecto, paso importante también es conocer la competencia por que gracias a esto nos permite conocer los errores y aciertos con la aparición.
* Reconocer limitaciones con esto encaramos la realidad y así delimitamos los factores, delimitar los factores y los parámetros como el tiempo y los recursos de las habilidades de nuestro equipo.

Justificación

En esta parte para lograr una comunicación fluida nos podemos ayudar con los organizadores gráficos, como son mapas y diagramas para que nos permita establecer una comunicación mas amena con los usuarios y validar que nuestras ideas soluciones y limitaciones del proyecto.

* Prototipos: estos nos permiten experimentar, probar y validar nuestro funcionamiento.
* Wirefram: es una representación temprana de nuestra interfaz
* Diagrama de flujo: representa los procesos de condiciones de un flujo de trabajo.
* Mapa mental: son ilustraciones de conexión entre objetos
* Mapa de trayectoria: Representa los pasos y lugares de experiencia del usuario.
* Diagrama jerárquico: nos ayuda a representar la ilustración de los objetos conceptos y lugares.

Como diseñador de UX es indispensable investigar a los usuarios dependiendo de las particularidades de cada proyecto, es decir adaptarnos a las necesidades de los usuarios, para poder lograrlo tenemos las técnicas de investigación de los usuarios.

Desarrollo

Se anexan los journey map en la carpeta comprimida.

Mapa 1: El proceso que se utilizo en este mapa fue que el cliente primero hizo el descubrimiento de la empresa, para después pasar a la evaluación de como atendieron al cliente al visitar ya sea la tienda física o en la aplicación web para comparar productos, pasando al siguiente que es la compra, claro usando la tarjeta Liverpool aprovechando las promociones, al final terminamos con post venta ahí es cuando se le da un seguimiento al cliente por correo para invitarlo a las ventas nocturnas, pero dentro de este recorrido el cliente tuvo varios inconvenientes, detectando el área de oportunidad que se detecto es que la paquetería no es muy eficiente y no le brindaron atención por cat cliente tuvo que ir a tienda, la propuesta que se implementaría seria diseñar la interfaz con un botón de atención al cliente que resuelva dudas o incluso hacer tramites que se hacen en tienda.

Mapa 2: En este mapa nos enfocamos en la primer franquicia de Liverpool que es suburbia, funcionando de la primer manera como el mapa 1 con la etapa de descubrimiento aquí fue mediante anuncios en redes sociales, en la etapa de evaluación el cliente explora las marcas en la app de aquellas marcas que sean criticas y reconocidas, en la etapa de compra el cliente tuvo un ligero inconveniente con sus datos y cambio su experiencia, terminando con la etapa de post venta donde si pudieron resolverle al cliente el inconveniente. El área de oportunidad que detecte es que de igual manera es con la aplicación que no cuenta con un botón de ayuda para el cliente, la solución seria la misma que el mapa 1 añadir a la interfaz ese botón.

Mapa 3: Este mapa es de la segunda franquicia de Liverpool que es Sfera, cuanta con las mismas etapas que los mapas anteriores solo que aquí cambia un poco el tipo de usuario al que va dirigido ya que el descubrimiento es mediante influencers, la etapa de evaluación, cliente llega a tienda a ver la ropa y buscar asesoramiento de moda, para después entrar a la aplicación y notar que la interfaz no es muy buena ya que no están distribuidos bien los iconos ahí donde la experiencia baja un poco, en la etapa de compra lo hace desde la app con atención personalizada, y finalmente en post venta el influencer invita a mas clientes a lanzamientos para ofertar la empresa. El área de oportunidad que se detectó de nuevo fue con la interfaz, pero en este caso la distribución de los iconos e imágenes, la propuesta de mejora será re diseñar la interfaz para un uso fácil de los usuarios

Conclusión

El joruney map es un mapa de la historia de usuario que nos permitirá generar una descripción visual de lo que se requiere para que podamos llegar al objetivo esperado por nuestros usuarios, gracias a estos mapas nos hemos permitió en las empresas reconocer el camino del cliente para acceder a la marca o al producto, con esta información la empresa puede mejorar sus productos o servicios así como sus procesos, por que miden la experiencia del usuario de alguna de las plataformas o de misma tienda física.

Adicional el journey map es una visualización de la experiencia del cliente de extremo a extremo y es trazada por una ruta para apoyar a la toma de decisiones de marketing, ventas, atención al cliente o incluso el desarrollo de un producto, este mapa puede tomar varias formas y hay quienes representan el viaje en forma de un esquema, mientras que algunas otras personas prefieren infografías o ilustraciones.

Referencias