



«Talento Tech»

Fundamentos del Diseño Ux UI

CLASE 3



Clase N° 3 - Benchmarking

Temario:

Benchmarking

Benchmarking competitivo

Informe de conclusiones

Análisis de app similares para identificar fortalezas y debilidades en su diseño UX/UI

Benchmarking

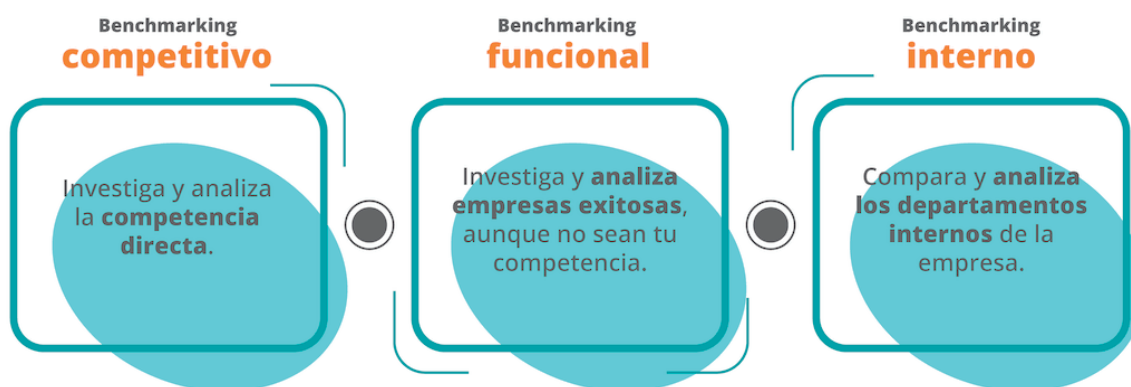


El **benchmarking** es un método que consiste en identificar las mejores prácticas dentro o fuera de una empresa a través de la comparación con las técnicas, procesos y servicios de otras organizaciones. Su objetivo es aumentar su eficiencia y competitividad.

Esta metodología puede aplicarse a cualquier proceso, enfoque, función o producto de una corporación, porque consigue evaluar tanto la calidad como el tiempo, coste, efectividad y la satisfacción de los clientes por igual.

Tipos de Benchmarking

TIPOS DE BENCHMARKING



Benchmarking competitivo

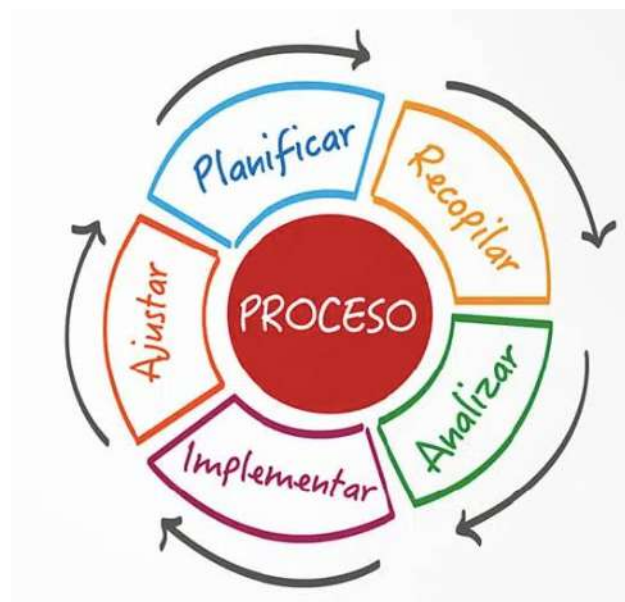
Esta metodología sirve para conocer la *posición* que tiene una empresa respecto a la competencia. Es perfecta para determinar y profundizar procesos, estrategias y técnicas que sirvan para alcanzar objetivos comerciales. Además, permite detectar a tiempo posibles fallas y ajustarlas a los resultados que se esperan, así como observar el funcionamiento de nuevas tecnologías o métodos de trabajo innovadores en otras organizaciones.

Para implementarla, se requieren pruebas de comparación y el análisis de las ventajas y desventajas del trabajo de los competidores directos. Gracias a esto, se pueden evaluar productos, servicios y procesos similares que sean casos de éxito, lo que es útil si se busca ubicar un nuevo artículo en el mercado.

Algunas formas de recopilar esta información son:

- **Directa:** con antiguos empleados, proveedores y clientes (suele ser una investigación más limitada).
- **Indirecta:** a través de vías indirectas como internet, publicaciones, catálogos, estudios de productos, entre otros.
- **Cooperativa:** a partir del intercambio de información entre las empresas competidoras.

Proceso del Benchmarking Competitivo



Para que sea efectivo, es esencial seguir un proceso estructurado:

- **Planificación:** antes de sumergirse en los datos, es crucial determinar *qué áreas* serán objeto del benchmarking y *contra qué competidores* se compararán.
- **Recopilación de datos:** utilizando diversas herramientas y técnicas, las empresas deben recopilar *datos relevantes* sobre sus competidores. Esto puede incluir métricas financieras, operativas, de calidad, entre otras.

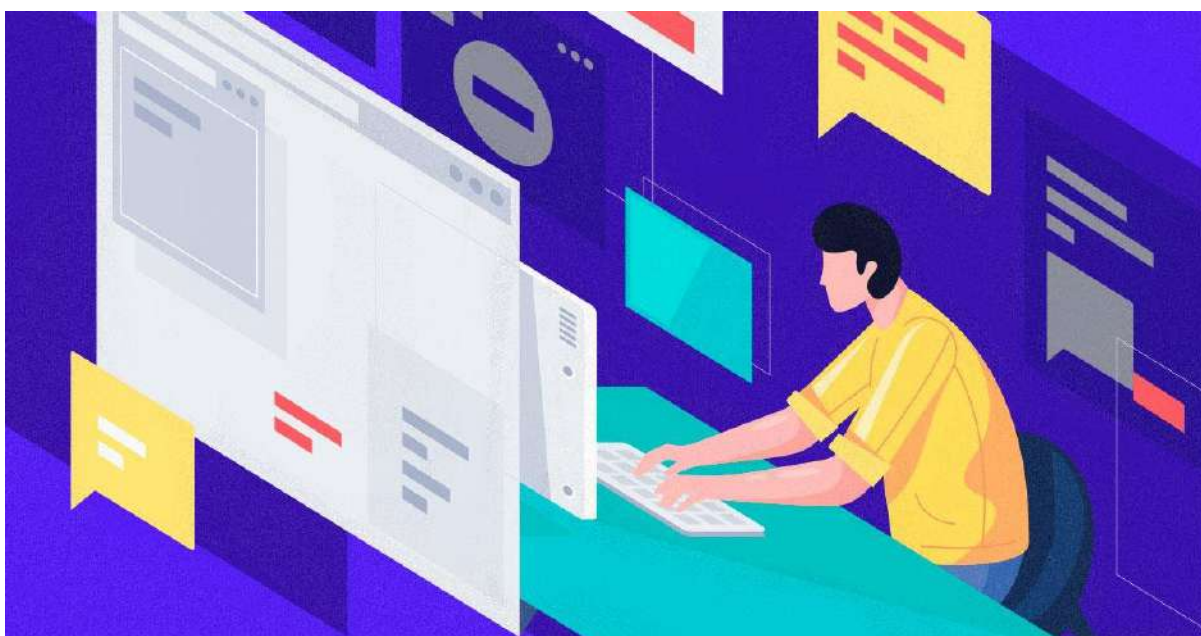
- **Análisis:** una vez recopilados los datos, es el momento de *interpretarlos*. ¿Qué cuentan estos datos sobre el panorama competitivo? ¿Dónde se encuentra su empresa en comparación con otras?
- **Integración:** con los hallazgos en mano, es vital *ajustar o rediseñar las estrategias* empresariales según las necesidades identificadas.
- **Acción:** finalmente, es el momento de *implementar las mejoras identificadas y monitorear el impacto*.

Claves para Sobresalir en el Mercado con Benchmarking Competitivo

Lograr el éxito requiere más que solo recopilar datos. Algunas claves esenciales incluyen:

1. **Identificación de Competidores Destacados:** es vital *elegir correctamente a quién estudiar*. Identifica líderes del mercado y competidores emergentes que estén haciendo movimientos significativos.
2. **Uso de Herramientas y Tecnología Adecuadas:** la tecnología ha facilitado mucho la tarea de benchmarking. Utiliza las *herramientas adecuadas* para recopilar y analizar datos.
3. **Interpretación Adecuada de Datos:** más allá de la recolección, *interpretar los datos* adecuadamente es crucial. Cada dato tiene una historia detrás; es esencial descubrir esa historia.
4. **Acciones Efectivas:** no basta con saber dónde mejorar. Hay que *actuar sobre ese conocimiento*, implementando cambios que generen valor real.
5. **Reevaluación Constante:** el mercado cambia constantemente. Es esencial *revisar y ajustar regularmente* las estrategias basadas en nuevos hallazgos.

¿Qué es el benchmarking de UX?



El **benchmarking de UX** es el proceso de evaluar la usabilidad, accesibilidad y eficiencia de un producto comparándolo con los productos líderes en el mercado o los estándares de la industria.

Su objetivo es descubrir cómo se pueden mejorar los aspectos de UX para superar a la competencia o alcanzar la excelencia en el diseño.

Realizar un estudio de benchmarking de UX trae múltiples beneficios, como la identificación clara de las fortalezas y debilidades del producto desde una perspectiva de usuario. Permite establecer objetivos realistas de mejora y alinear el diseño del producto con las expectativas del mercado.

Cuándo realizar un análisis de la competencia

El **análisis de la competencia** forma parte del conjunto de técnicas de investigación UX / UI. El Benchmark debe de realizarse antes de comenzar a trabajar en un nuevo proyecto, tarea o funcionalidad.

Es importante *definir los principales aspectos o criterios de comparación* antes de comenzar con el análisis. Igual de importante es añadir el producto que se está diseñando o que se pretende mejorar a dicho análisis o Benchmark.

No es conveniente analizar muchos *competidores*; de 3 a 5, sería suficiente. Hay que incluir a competidores directos, que serían los principales pero, también se pueden añadir otro tipo de productos que no compitan directamente.

→ Por ejemplo, si trabajamos en un Ecommerce y queremos mejorar el sistema de búsqueda, mirar Amazon, Gear Best, Best Buy sería correcto pero otros productos como milanuncios, Booking, TripAdvisor o Airbnb, también es interesante.

No es recomendable copiar: el análisis debe de ayudar para *inspirarse, adaptar y mejorar* los hallazgos encontrados.

Cómo hacer un análisis competitivo o Benchmark

Antes de lanzarse a revisar a la competencia o similares, es necesario conocer y definir una serie de cuestiones:

- ¿Qué problema he de resolver?
- ¿Quién lo está resolviendo ya?
- ¿Cómo resuelven el problema?
- ¿Cómo esa solución la hace diferencial para tenerla en cuenta?



Ejercicios prácticos:

Benchmarking

Realizar una comparativa con 3 competidores directos de nuestro proyecto de app con los siguientes puntos de análisis:

- Nombre y "logo" de las 3 Apps (Para poder ver el diseño de mi competencia)
- Reseña de las 3 Apps (Para poder ver el enfoque de mi competencia)
- Captura de las 3 Apps (Para poder ver el diseño de mi competencia)
- Cantidad de Pasos por Acción (De 3 acciones por cada una de las 3 Apps)
- Vocabulario o Errores (Óptimo, Error menor, Error mayor - que no me permite operar)
- Diseño (Óptimo, Básico, Malo)
- Fortalezas y Debilidades (De cada una de las 3 Apps)

Informe de Conclusiones

Adjuntar un breve informe de conclusiones que obtenemos del benchmarking:

- ¿Quién es mi competencia?
- ¿Quiénes son sus usuarios?,
- ¿Cómo les hablan?,
- ¿En qué se diferencian?,
- ¿Qué puedo ofrecer en mi App que ellos no tengan?
- ¿Cómo puedo superar su propuesta?

Resolución:

[Resolución | Ejercicio 3.pdf](#)



Buenos Aires
aprende

Agencia de Habilidades para el Futuro

