



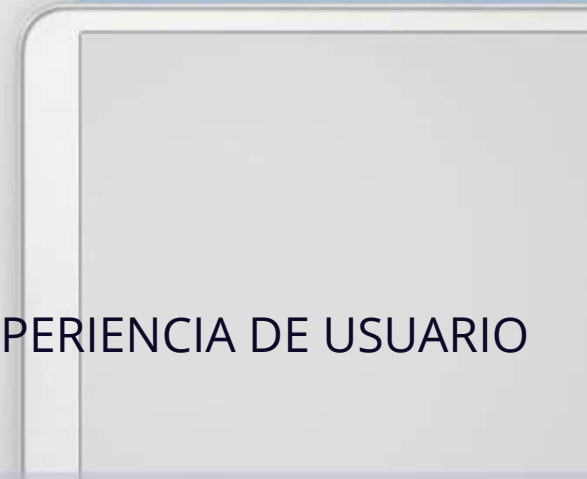
UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO



INTRODUCCIÓN A UX

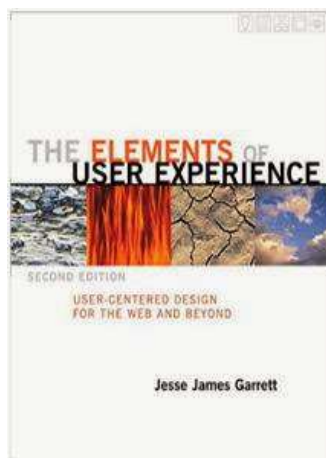


UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO





El término UX fue creado por el diseñador **Jesse James Garret**, escribió un libro llamado **“Los elementos de la experiencia de usuario”** donde ideó un modelo explicando los 5 pasos que se deben tener en cuenta para una experiencia de usuario exitosa



ESTRATEGIAS

ALCANCES

ESTRUCTURA

ESQUEMAS

SUPERFICIES

UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Estrategias

Construir **Estrategias** basadas en las necesidades del usuario y los objetivos del negocio (ganar dinero, ahorrar dinero, ganar audiencia, posicionamiento)



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Alcances

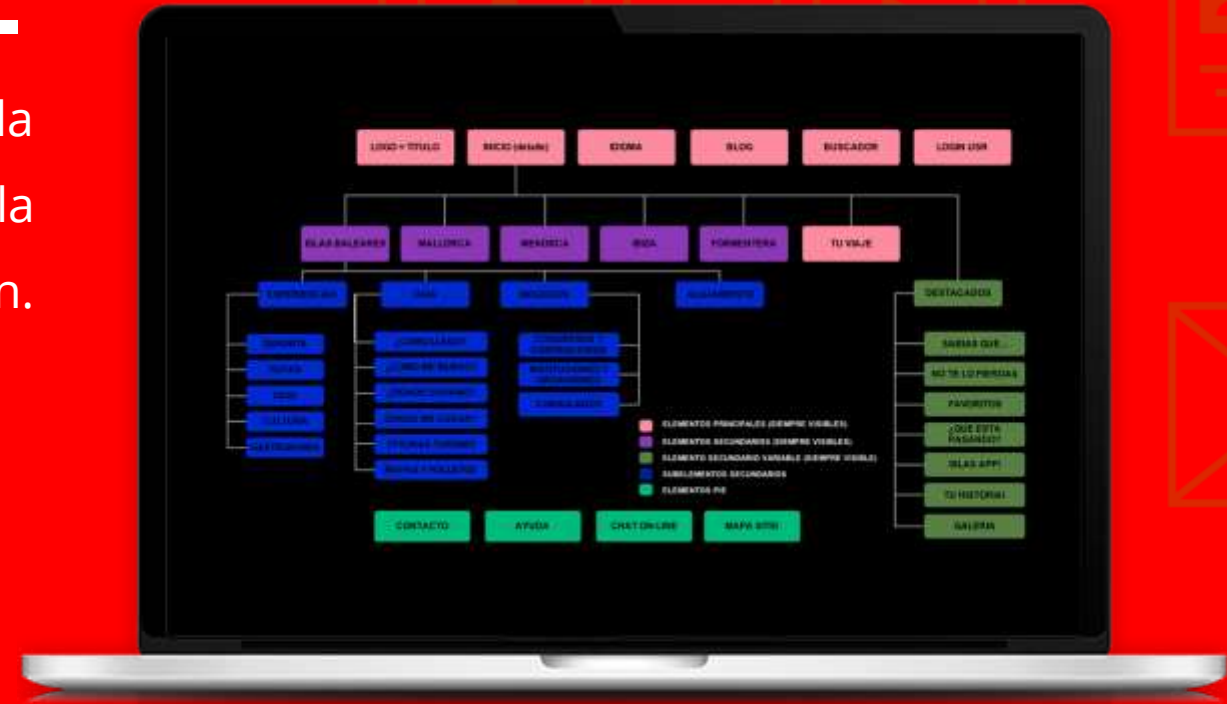
Construir **alcances** basados en los requerimientos y especificaciones para ser realistas con el proyecto.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Estructura

Construir una **estructura** basada en la Arquitectura de la Información (AI) para organizar, priorizar, clasificar la información.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Esquemas

Construir **esquemas** basados en la navegación e interacción del usuario en cómo se va a mover a través de la información que se presentará en las superficies.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

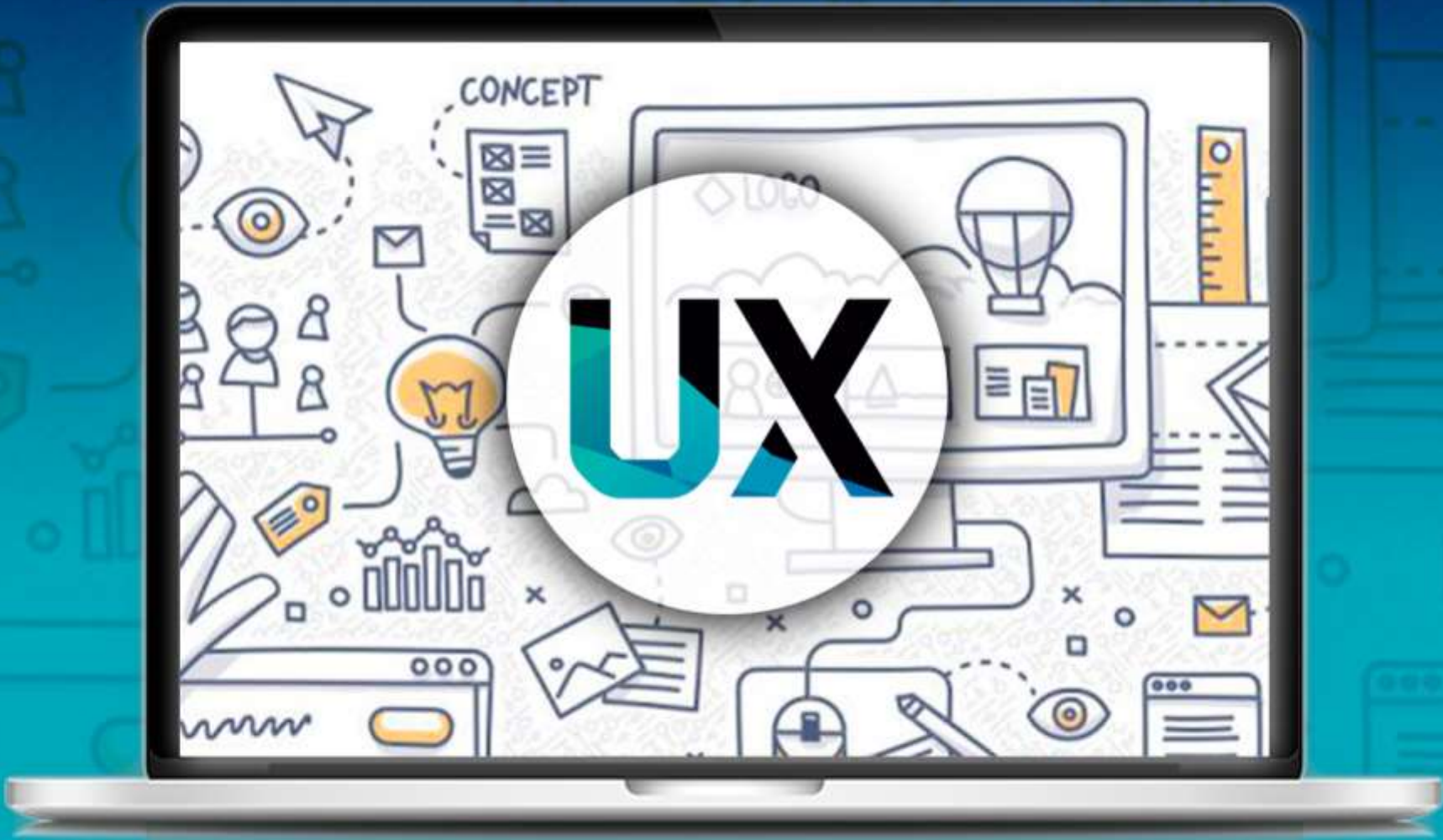
Superficies

Construir **superficies** estéticas y amigables para el usuario, elegir adecuadamente los colores, las fuentes, elementos gráficos, las imágenes... etc



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

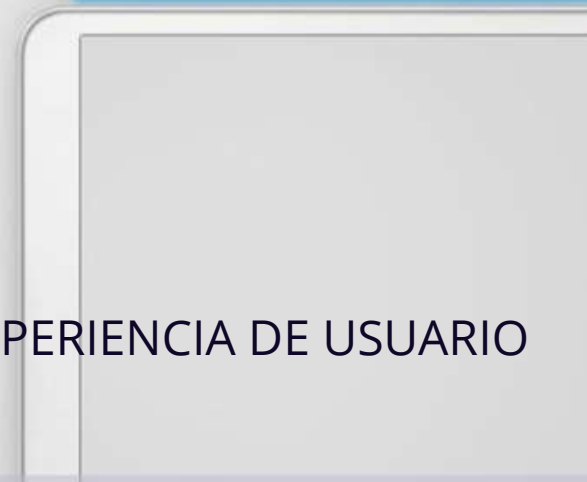
“Todo comienza en un nivel abstracto,
pero gracias a estos 5 pasos de **Jesse James Garret**
hacemos concreto cualquier proyecto visual”



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO



PLANIFICAR PARA EL ÉXITO



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

“Si no planificas mejor, planificas fracasar”

UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

¿Por qué estoy haciendo esto?

- Pregúntate ¿por qué existen los sitios web en primer lugar?
- ¿Qué se supone que debe hacer un sitio web?
- ¿Qué necesidades cumplen los sitios web?
- ¿Por qué a nadie le importa que existan miles de sitios web y aplicaciones móviles, y cómo hago yo para que les importe la mía?
- Pregúntate ¿por qué google es importante, por qué facebook es importante, por qué la aplicación whatsapp es importante?



¿Para quién lo estoy haciendo?

- Pregúntate, ¿quiénes son las personas que espero visiten, usen o interactúen con mi sitio web?
- Pregúntate también ¿quiénes son las partes interesadas en el negocio que también necesitan beneficiarse de esto?
- ¿Qué necesito que pase cuando los usuarios entren al sitio, que compren, que se suscriban, que regresen otra vez?



¿Qué valor agregado proporciono?

- Pregúntate, ¿a las personas les resulta muy fácil utilizar un servicio en línea o es más probable que lo adquieran si van a una tienda física?
- Entiende esto: la experiencia de usuario es un ciclo de valor, si das valor a las personas que usan el producto, entonces el valor regresará convertido en ventas, posicionamiento, audiencia... etc.



¿Cómo mediré los resultados?

- Pregúntate, ¿Cuándo sabré que tengo éxito, cuando tenga 4.000 usuarios inscritos, cuando tenga 1.000 visitas mensuales, cuando tenga una venta diaria?
- Si no tienes una manera de medir el éxito ¿Cómo sabrás cuando lo haz logrado?



¿Qué puedo hacer con lo que tengo?

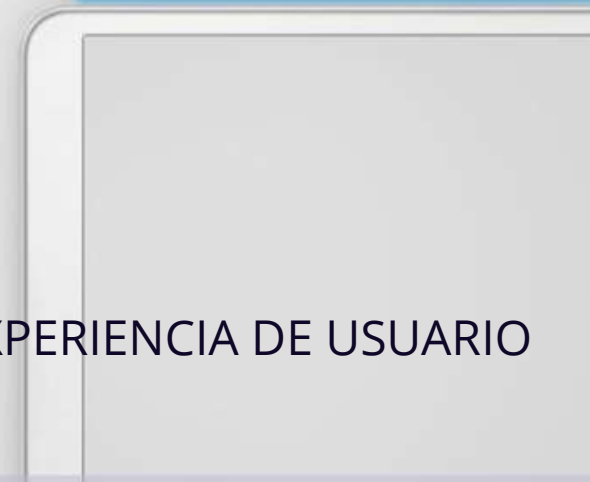
- Pregúntate, ¿Qué tiempo hay disponible?
- ¿Qué presupuesto económico se tiene?
- ¿Qué tecnología o personal se debe contratar para finalizar el proyecto?
- Es importante poner límites para que no sea un proyecto interminable, y no esté por encima del cronograma, del presupuesto y del talento humano.



“La planificación resuelve muchos problemas
antes de comenzar cualquier proyecto”



EL BRIEFING



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO



El **Briefing** es un documento escrito que proporciona toda la información necesaria para desarrollar un proyecto (sitio web) adecuado a las necesidades y objetivos de la empresa.

Debe ser breve, conciso, completo y detallado.

Ayuda a reflexionar, a proporcionar la información imprescindible y a emitir el mensaje más claro y concreto.

¿QUÉ DECIR?

¿A QUIÉN?

PROPÓSITO

MEDIOS

MOMENTO

¿Qué decir?

Recolecta toda la información que suministra el cliente para el sitio web: textos, traducciones, fotos, ilustraciones... etc



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

¿A quién?

Define el público objetivo, su perfil demográfico y psicológico, sus gustos e intereses.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Propósito

Define los objetivos del proyecto: ventas, audiencia, suscriptores, posicionamiento.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Medios

Qué te gusta a ti o a tu cliente que ya exista en referencia a los propósitos y con qué medios y estrategias se van a lograr los objetivos.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Momento

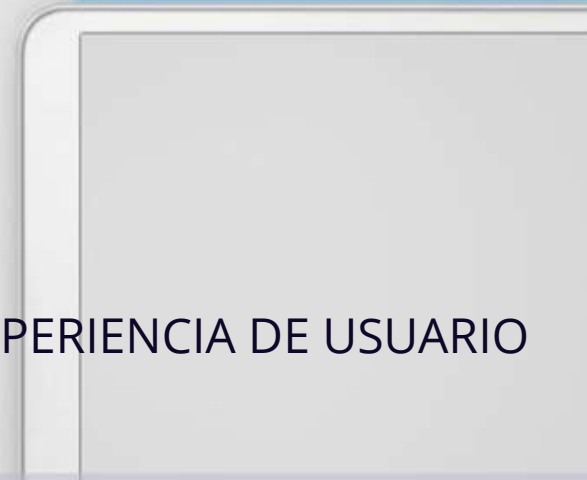
Quién es la competencia actual, cuáles son sus estrategias y propósitos, además investigar cuáles son las tendencias de diseño actuales e identificar cuáles servirán de referencia.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

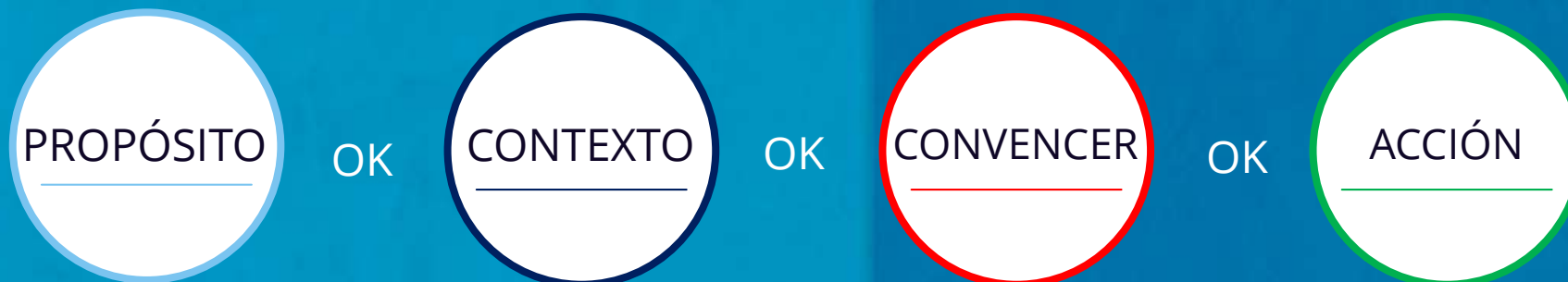


CALL TO ACTION



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

“Hoy no hay tiempo que perder,
entre más fácil y rápido sea tener acceso a las cosas,
más repetitiva será la experiencia”



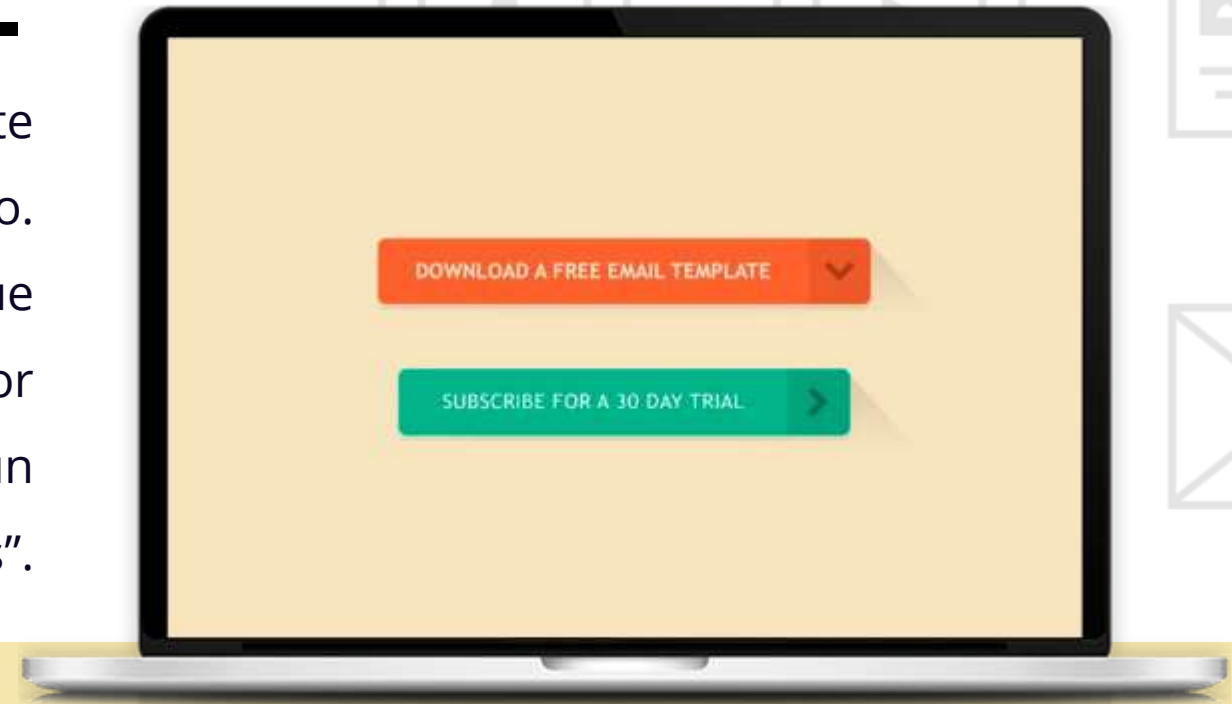
1. Haga su llamado a la acción en grande

Los lectores suelen escanear rápidamente los sitios web, es por eso que debe hacer que su llamado a la acción sea muy notable. Asegúrese de que el botón sea lo suficientemente grande para sobresalir y captar la atención del lector, pero no se exceda con él.



2. Use un mensaje claro en su llamado a la acción

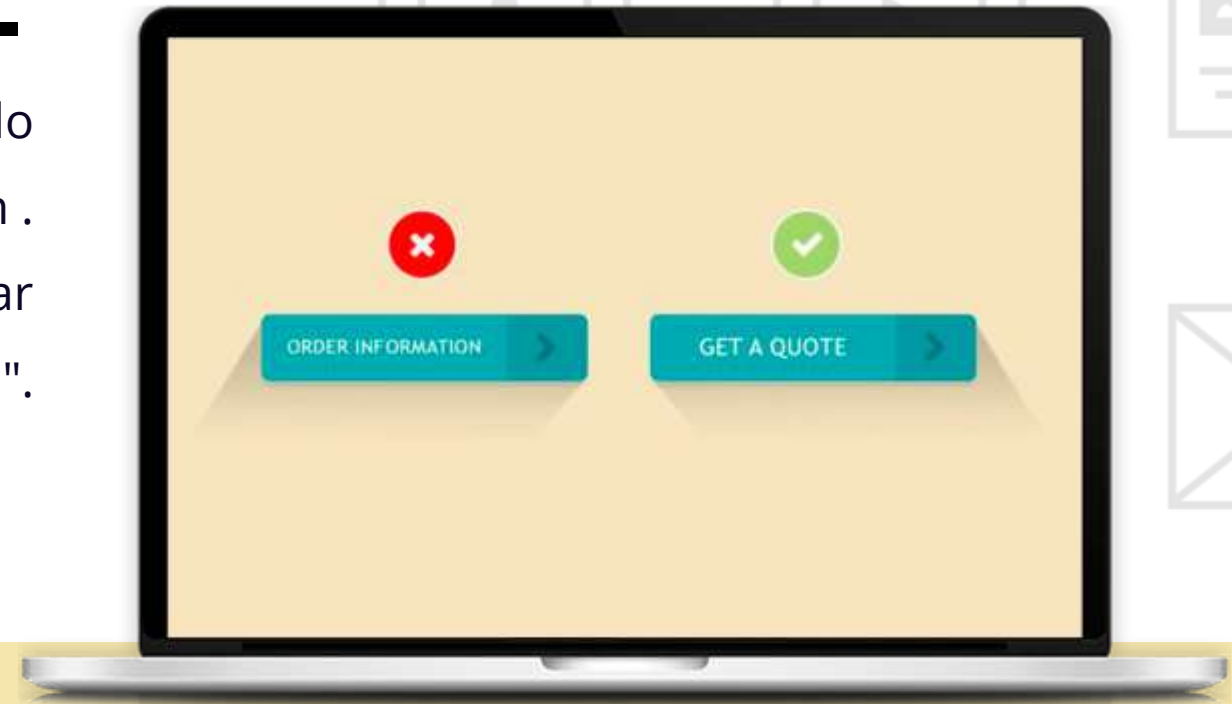
El llamado a la acción debe ser conciso y que claramente le indique a su audiencia qué acción están tomando. Intente usar texto que esté muy relacionado con lo que está ofreciendo o vendiendo con su sitio web, como por ejemplo “descarga la guía del éxito” o Suscríbete por un período de 30 días”.



3. Sugerencia de valor en su mensaje

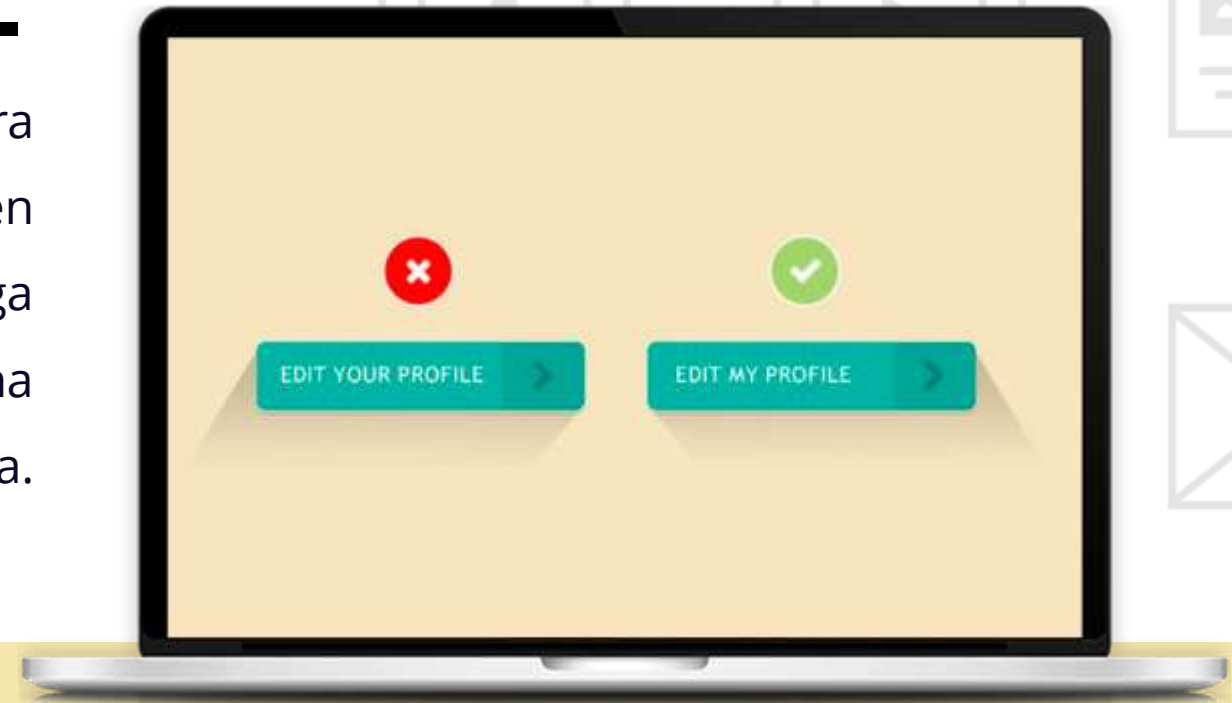
Explique a su lector no lo que tienen que hacer, sino lo que van a obtener cuando invite a su llamado a la acción .

Por ejemplo, cambie la copia del botón de "Solicitar información y precios" a "Obtener información y precios".



4. Escribe la copia en primera persona

Haga que su llamada a la acción suene como si hubiera sido diseñada especialmente para esa persona en particular. En lugar de decir "Edite su perfil", mejor diga "Editar mi perfil". Escribir en primera persona ayuda a una experiencia de usuario más inmersiva.



5. Haga su llamada a la acción notable

Consejos para que los botones se vean “clicables”:

- Forma - rectángulo
- Limpiar los límites y las fronteras
- Coloque un espacio en blanco alrededor de su botón
 - Usa un color de contraste



6. La posición de la llamada a la acción

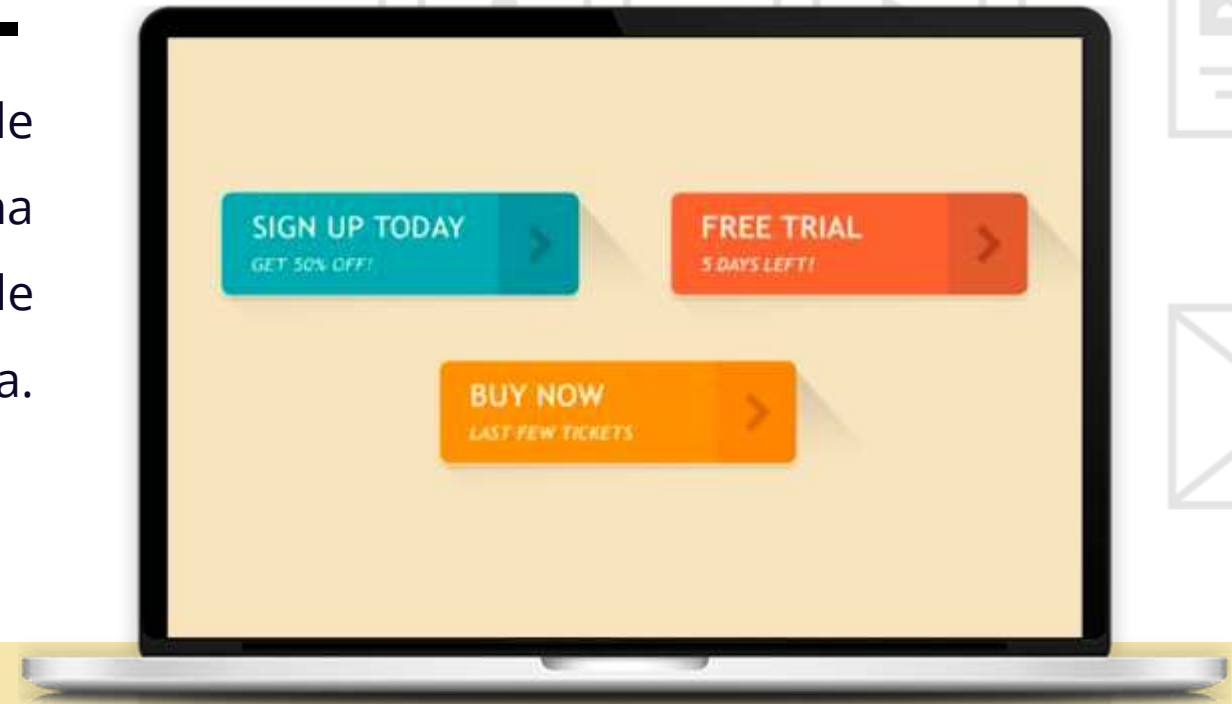
Si su producto es realmente directo y no necesita una explicación detallada , seguro, coloque el llamado a la acción en la parte superior de la página.

Si presenta un producto complejo y necesita más espacio para presentarle al lector, es mejor que le permita leer su mensaje y luego pedirle que actúe en consecuencia.



7. Crea un sentido de urgencia

Una buena idea es hacer que la oferta esté disponible solo por tiempo limitado. De esta forma motivas una respuesta más inmediata. Incluso el solo hecho de agregar "ahora" crea una sutil sensación de urgencia.



8. Incorporar iconos en el llamado a la acción

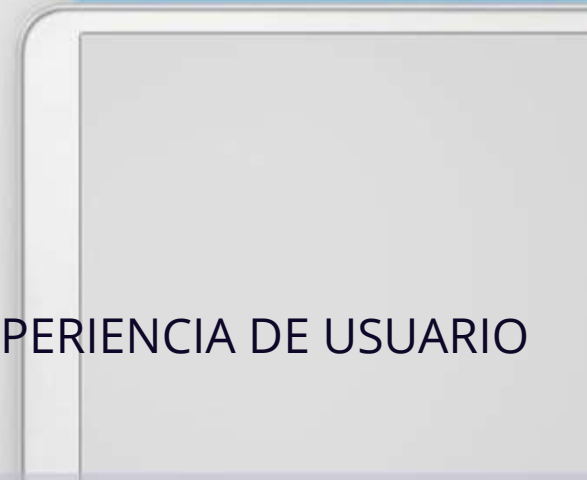
La inclusión de señales visuales en sus llamadas a la acción ha demostrado aumentar las tasas de conversión.

Por ejemplo, agregar un icono de carro de compras al botón "Agregar al carro" es útil y reconocible. En general, agregar iconos a ambos enlaces de texto y botones contribuye a la experiencia del usuario y fomenta los clics.





EL CONCEPTO



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

¿Qué sentimiento o sensación nos despierta lo que vimos?

SENTIMIENTOS Y SENSACIONES:

- Calma
- Tranquilidad
- Espiritualidad
- Paz

¿QUÉ TIPO DE EMPRESA DEBERÍA TRANSMITIR ESTOS SENTIMIENTOS Y SENSACIONES?

- Spa
- Iglesia
- Guía espiritual
- Eco Hotel
- Seguros de vida
- Funeraria



COLORES:



TIPOGRAFÍAS:

Personal

PORTFOLIO
enter site

ESTILO:

- Orgánico
- Fotográfico

UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

¿QUÉ ES EL CONCEPTO?

Es aquel mensaje que yo transmito a través del conjunto de colores, tipografías y estilos que elija para poner sobre una superficie: papel, pantalla, afiche, poster... etc.

¿Si estoy transmitiendo el mensaje adecuado para aquella empresa o negocio a la que le estoy trabajando?

Paleta de Color

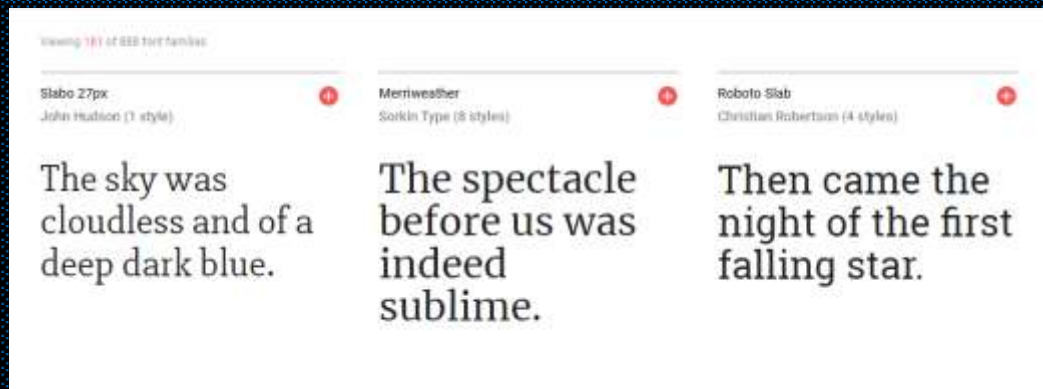


<http://paletton.com>

UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Tipografía

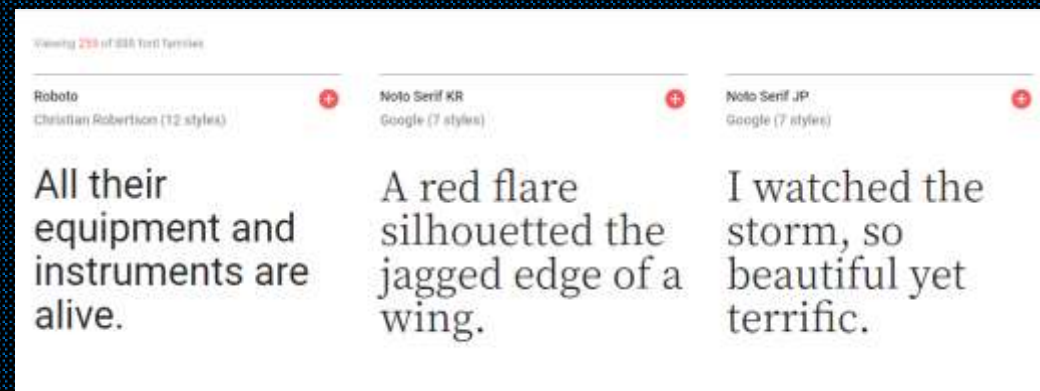
SERIF (Serifas)



Tipografías que tienen pequeños adornos ubicados generalmente en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos.

En pantallas digitales se usa para títulos y subtítulos.

SANS SERIF (Sin Serifas)

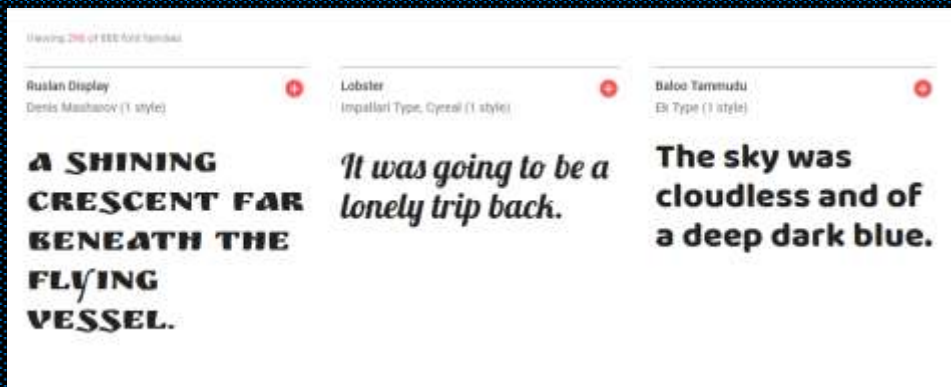


Tipografías que no tienen adornos, también llamadas palo seco porque no tienen remates.

En pantallas digitales se usa para párrafos, grandes cantidades de texto y para botones o llamadas a la acción.

Tipografía

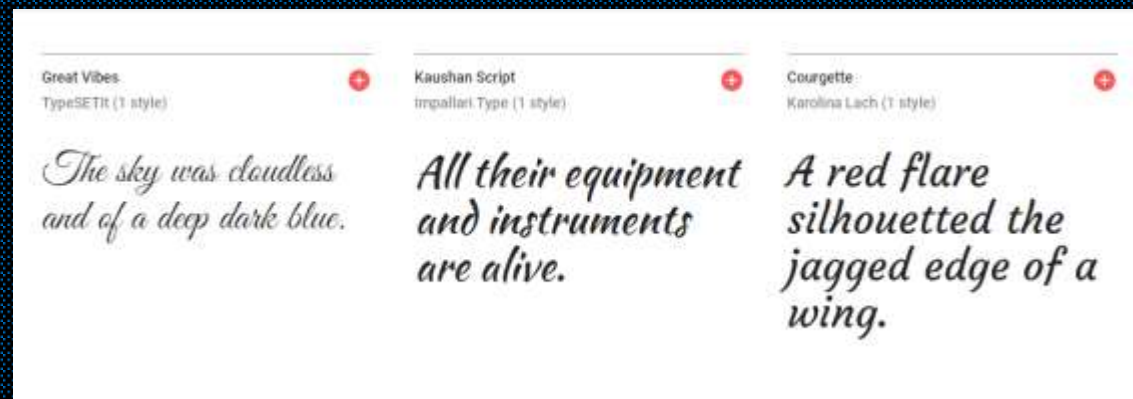
DISPLAY (Fuentes de exhibición)



Las tipografías display se caracterizan por tener una personalidad muy fuerte, y por tanto, ser muy únicas. La forma del carácter puede sugerir una época o período de tiempo.

En pantallas digitales se usa para logotipos, textos personalizados o transmitir una emoción.

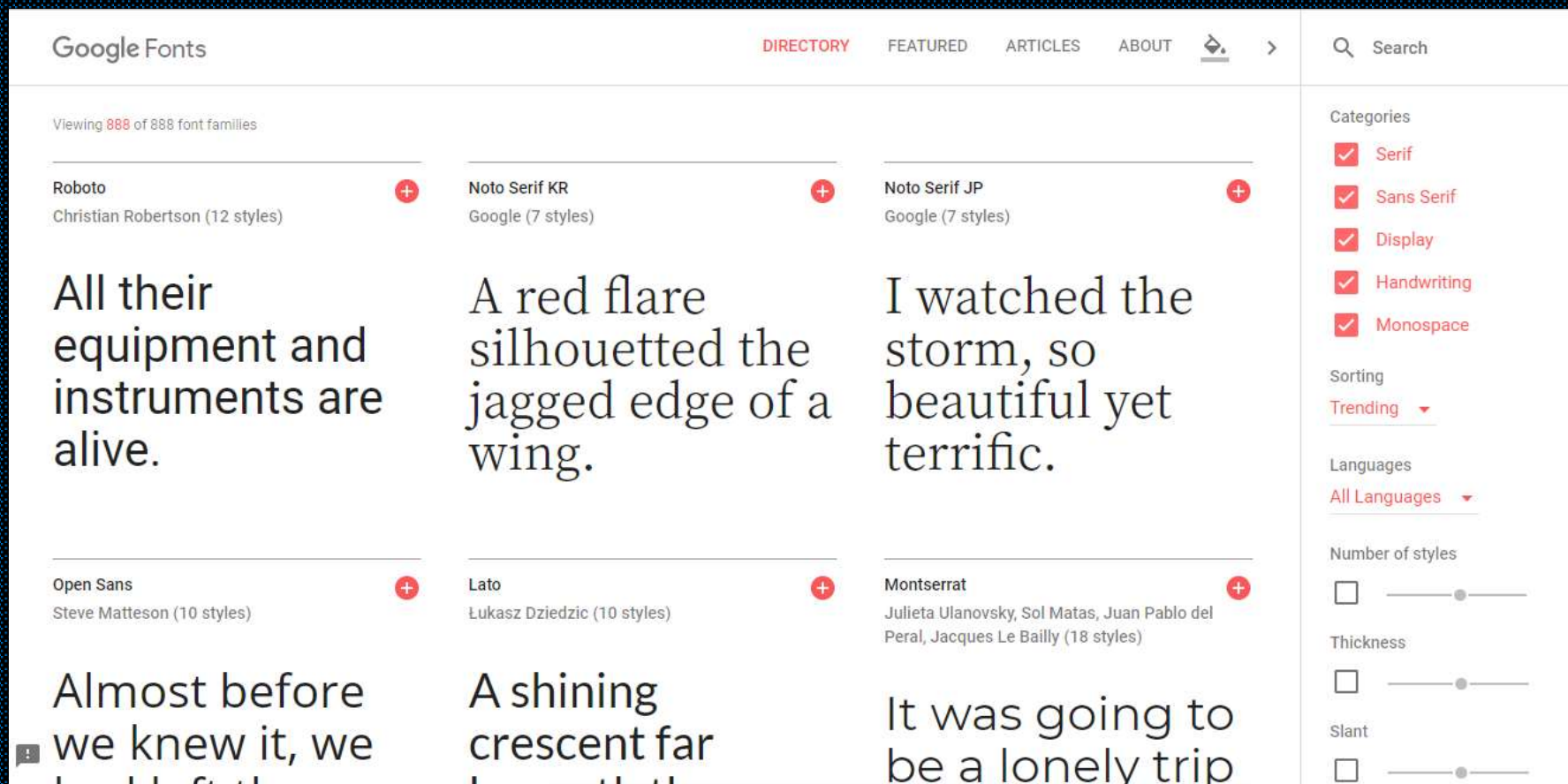
HANDWRITING (Caligráficas)



La mayoría de ellas son elegantes y, por tanto, eso es lo que transmiten: elegancia, lujo y calidad.

Son ideales para aplicarlas en proyectos cuyo objetivo sea dar la sensación de ser muy elaborados, con mucha historia y tradición, y que sean algo clásicos.

Tipografía



fonts.google.com

Estilo

Diseño Fotográfico (y el Cinemagraph)



Cuando las fotografías son protagonistas en el sitio Web. Se pueden colocar como fondos, encerradas en módulos y márgenes en blanco, y ahora como tendencia se usa el Cinemagraph que no es más que un elemento dentro de la fotografía con movimiento o animación.

Ver ejemplo en <https://flixel.com/>

Estilo

Diseño Plano (Flat Design)



Es la predominación de elementos e ilustraciones con colores planos, uso de iconos, vectores, Y dibujos. Su uso más común es para categorías tecnológicas, productos o servicios de vanguardia o educación virtual, ya que transmite mucha sensación de frescura y Juventud.

Ver ejemplo en <https://mutantcreative.com/>

UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Estilo

Diseño Orgánico (Organic Design)

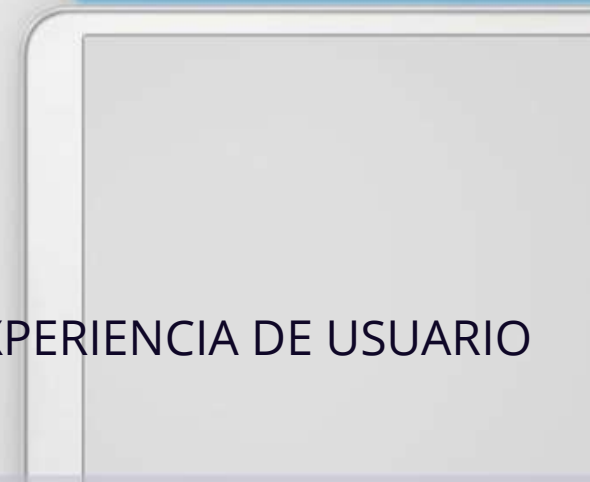


Es el uso excesivo de ornamentos, elementos orgánicos o de la naturaleza, texturas, ambientes naturales, degradados, fotografías recortadas y se usa para transmitir una experiencia, ya sea sentirte en la playa, en la selva, en un ambiente arquitectónico... etc. Hoy en día no es muy usado por la optimización de imágenes que exigen las pantallas de dispositivos más pequeños.

UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO



EL PRESUPUESTO



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO



2 PARÁMETROS PARA FREE LANCE

1. Cuánto vale mi hora de trabajo (Es algo que debes descubrir por cuenta propia, de acuerdo a tu experiencia, competencias, educación, títulos, etc)
2. Cuánto me demoro haciendo el proyecto. Por eso es importante hacer "demos" de proyectos para que conozcas tu "timeline", además de alimentar tu portafolio y conocerás cuánto tardarías en promedio en hacer un proyecto similar.

VALOR HORA * TIEMPO DE ENTREGA = COTIZACIÓN DEL PROYECTO



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO



¿QUÉ ES LA ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN?



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

AI

Es organizar conscientemente el contenido y el flujo de un sitio web, aplicación o sistema para que todo tenga sentido.

Con la información recolectada en la fase de Planificación y con la AI se busca coincidir las expectativas entre las personas que usarán el sistema y las necesidades de la empresa.



ARBOL
JERÁRQUICO

LISTA
ANIDADA

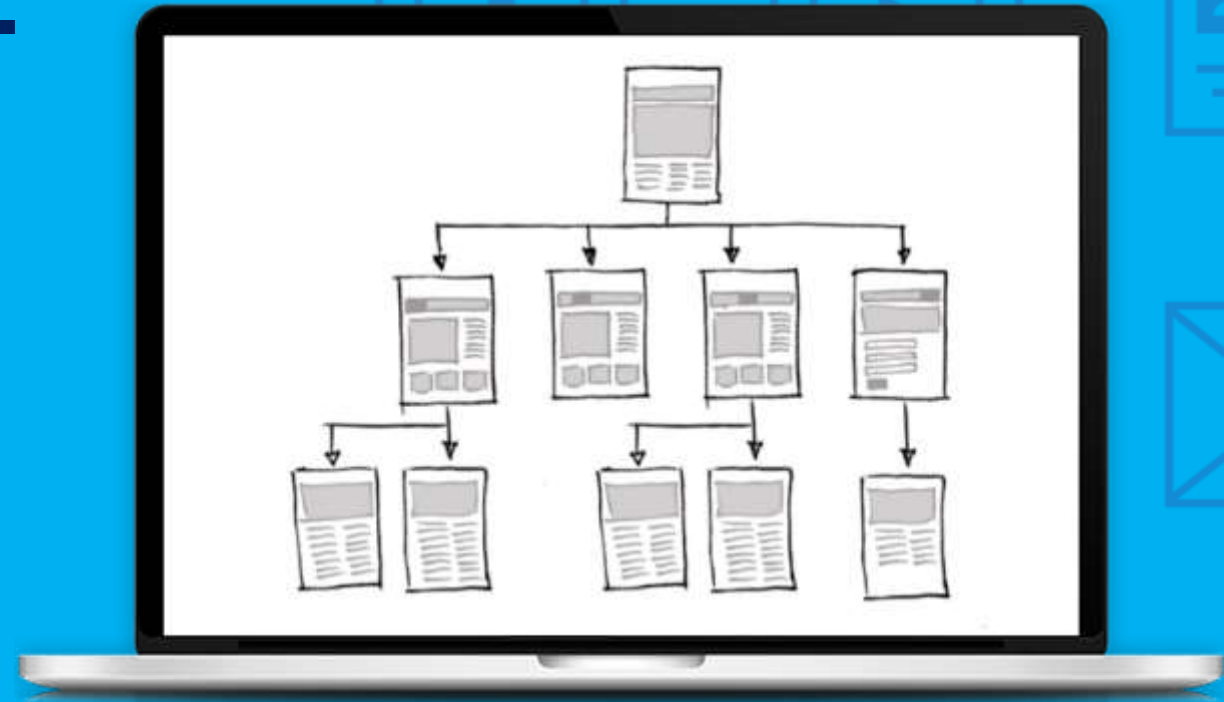
HUB &
SPOKE

BENTO BOX

VISTA
FILTRADA

Árbol Jerárquico

- Categorías descendentes
- Modelo que se adapta a la divulgación progresiva
- Es ideal para pantallas grandes pero se convierte en algo pesado para pantallas pequeñas.
- Ha sido un estándar durante bastante tiempo, especialmente para sitios con contenidos.
- Comienza de forma simple para luego aumentar su complejidad mientras se navega.



Listas Anidadas

- Es un patrón de menú lineal que se usa mucho en aplicaciones móviles.
- Los usuarios tocan o deslizan para mostrar menús adicionales.
- Se navega de forma horizontal de izquierda a derecha o viceversa.
- Te vas moviendo de lo general a lo específico.



Hub & Spoke

- Este modelo utiliza una pantalla central que actúa como una especie de plataforma de lanzamiento para los enlaces de exploración que apuntan hacia otras secciones externas.
- Va y vuelve hacia la parte central.



Bento Box

- Muestra una caja principal con titulares o fragmentos de las demás cajas comúnmente llamado el dashboard (tablero).
- Es un modelo muy usado para sistemas administrativos y/o de servicios.



Vistas Filtradas

- Se trata de un solo conjunto de datos con mayor frecuencia.
- Se puede explorar toda la información desde múltiples puntos de vista, esto admite una variedad de opciones de clasificación.
- Aplicaciones como Spotify o Deezer usan este modelo.



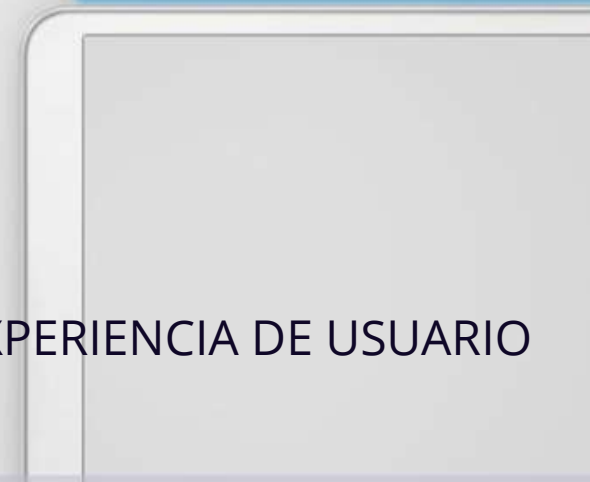
Combinación de Modelos

- Por la complejidad del proyecto y el manejo de una información profunda, es válido combinar modelos de AI para facilitar la navegación entre tanto contenido.
- Recuerda, todo parte de una idea, ahora es llevar esa idea a una experiencia real.





REGLAS DE ORO DEL UX



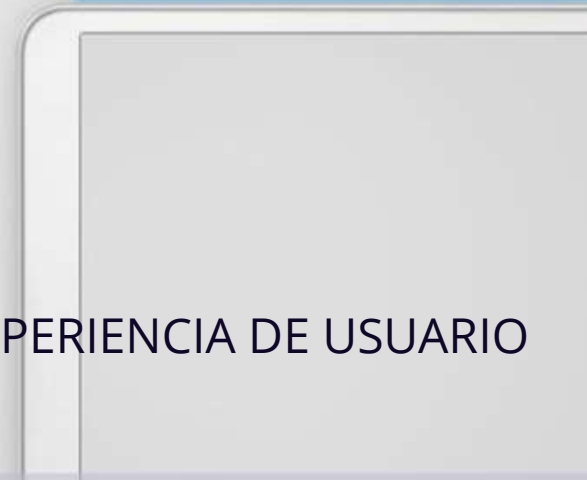
UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

1. Todo el contenido debe ser legible.
2. Todas las funcionalidades deben trabajar correctamente.
3. El diseño debe tener mínimas variaciones entre pantallas de dispositivos.
4. Antes de lanzar el proyecto hacer pruebas de:
 - **Funcionalidad:** Enlaces, botones, conexiones a bases de datos.
 - **Usabilidad:** Rápido y fácil.
 - **Compatibilidad:** Validar el código en cada dispositivo y navegador.
 - **Seguridad:** Prevenir ataques comunes.
 - **Errores y excepciones:** Correcciones de bugs.





TENDENCIAS DEL DISEÑO WEB

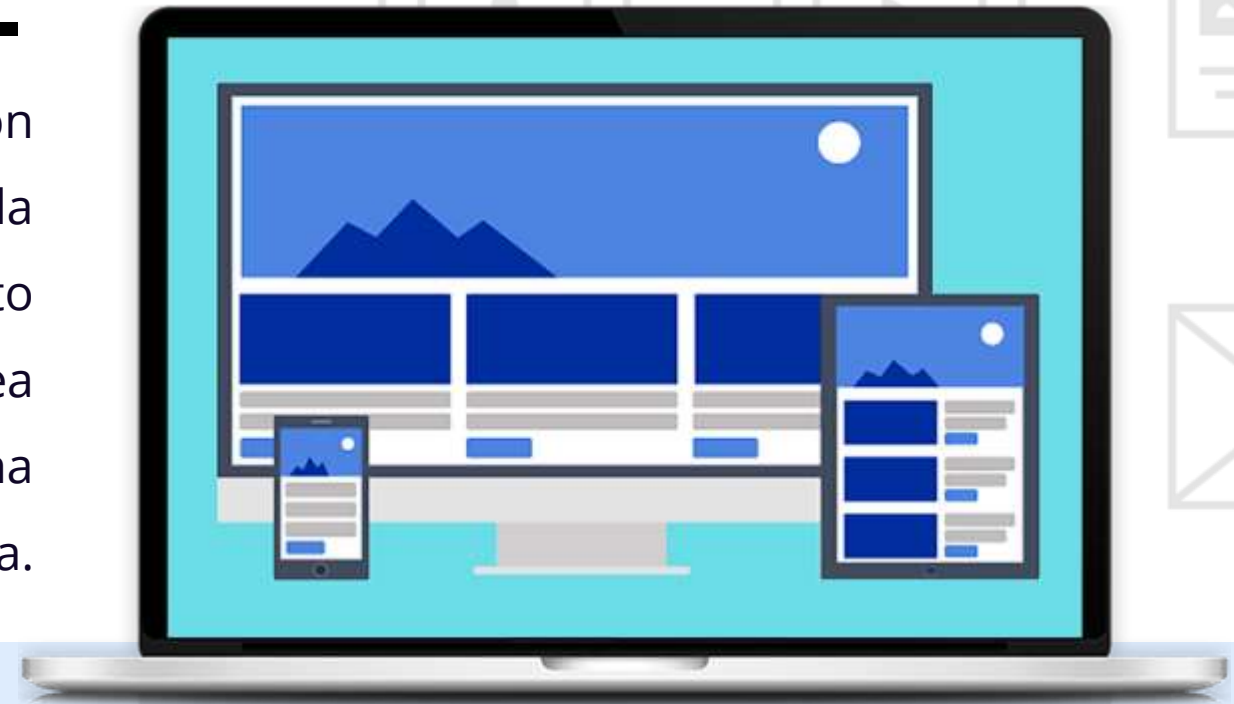


UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

La principal novedad es la rapidez, hoy en día todos corremos mucho y nuestra atención es más difícil de captar, por eso en la actualidad se pide más que un diseño atractivo, rapidez, usabilidad y que sea muy visual.

1. Prioridad al diseño móvil

La visualización de internet en el móvil supera la versión de escritorio, por eso es importante prestar atención a la experiencia desde el móvil, quizás sea el primer contacto que tenga el usuario con tu página web, y para que no sea el último contacto hay que diseñar pensando en dicha experiencia.



2. Cinemagraphs

Son imágenes fijas con una parte en movimiento, no están en formato de video, sino que son fragmentos GIF encima de la imagen, por lo tanto la experiencia es muy liviana y no consume recursos como el formato video.



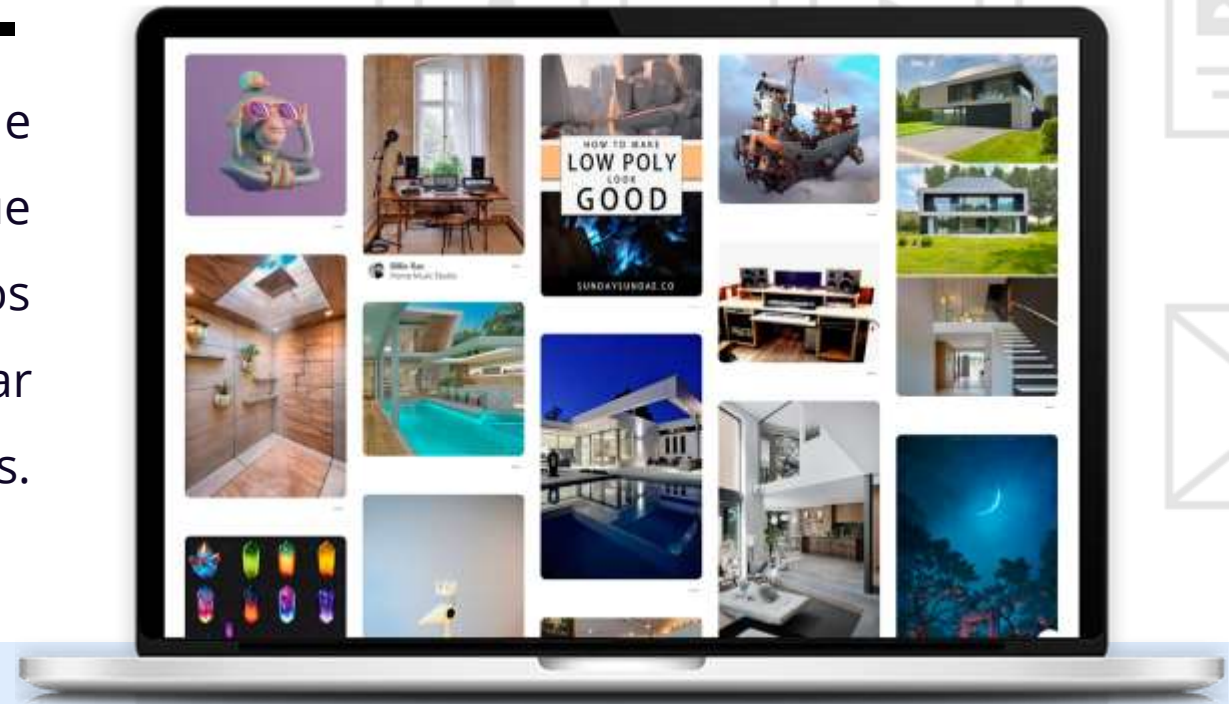
3. Flat Design

El Flat Design mejora la experiencia de usuario, aligera la carga y se adapta muy bien a la versión móvil usando diseños elegantes, descartando elementos que sobran, texturas y efectos innecesarios.



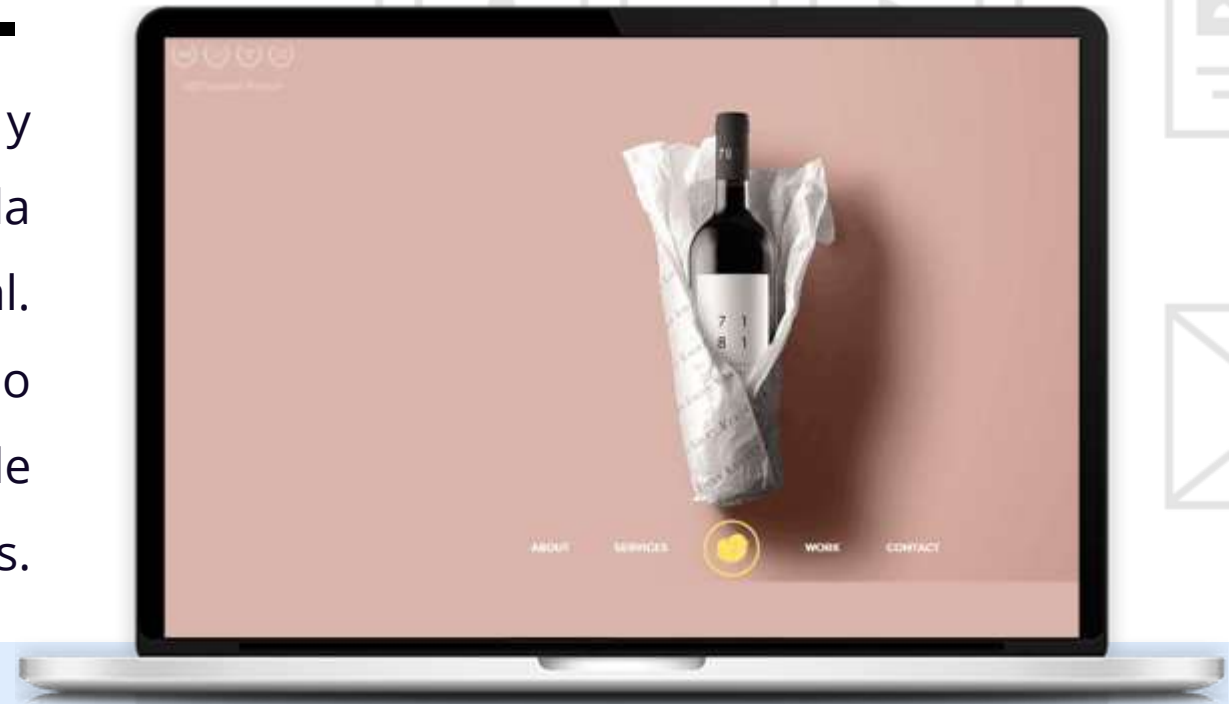
4. Diseño modular

Evitar el uso de mucho texto y cargar más bloques de imágenes que se adapten de forma responsiva para que la lectura en dispositivos más pequeños se haga menos pesada, facilita la creatividad del diseñador para usar distintas asimetrías.



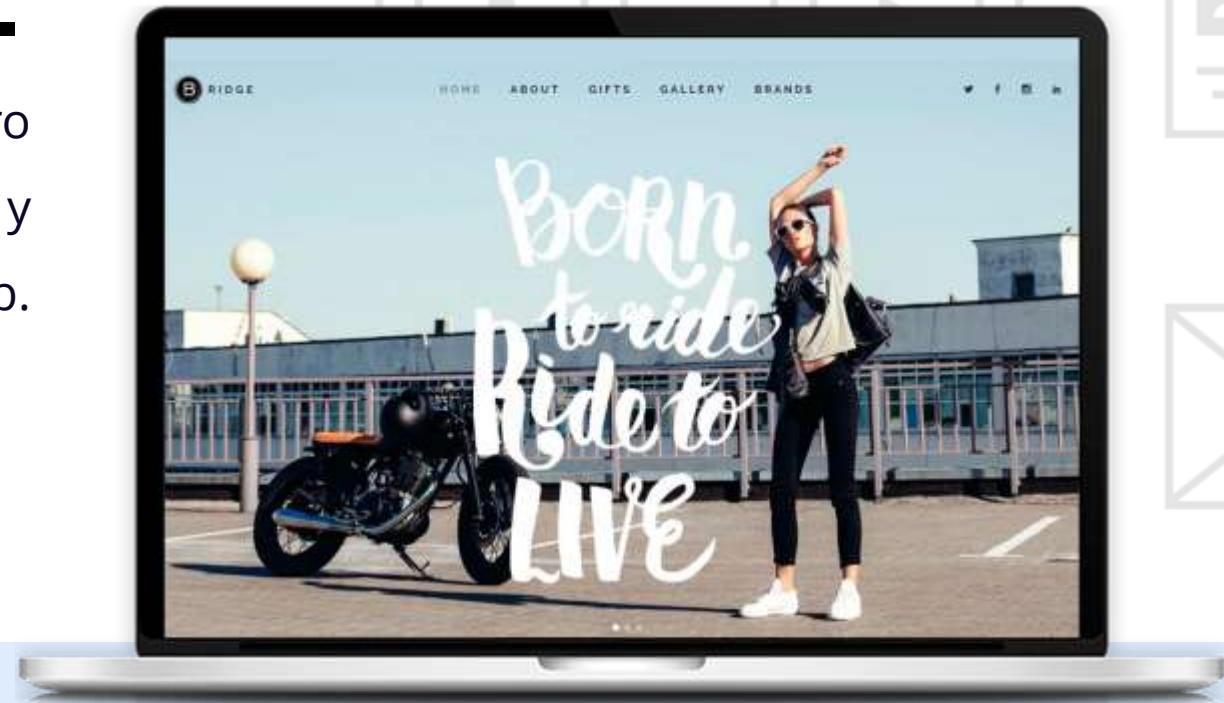
5. Diseño Hero

Cabeceras grandes que se adapten a todas las pantallas y que abarquen todo el ancho independiente de la resolución es un uso cada vez más habitual. Grandes elementos captan la atención del usuario focalizando el mensaje en un escenario limpio de elementos innecesarios.



6. Tipografías tipo display o caligráficas

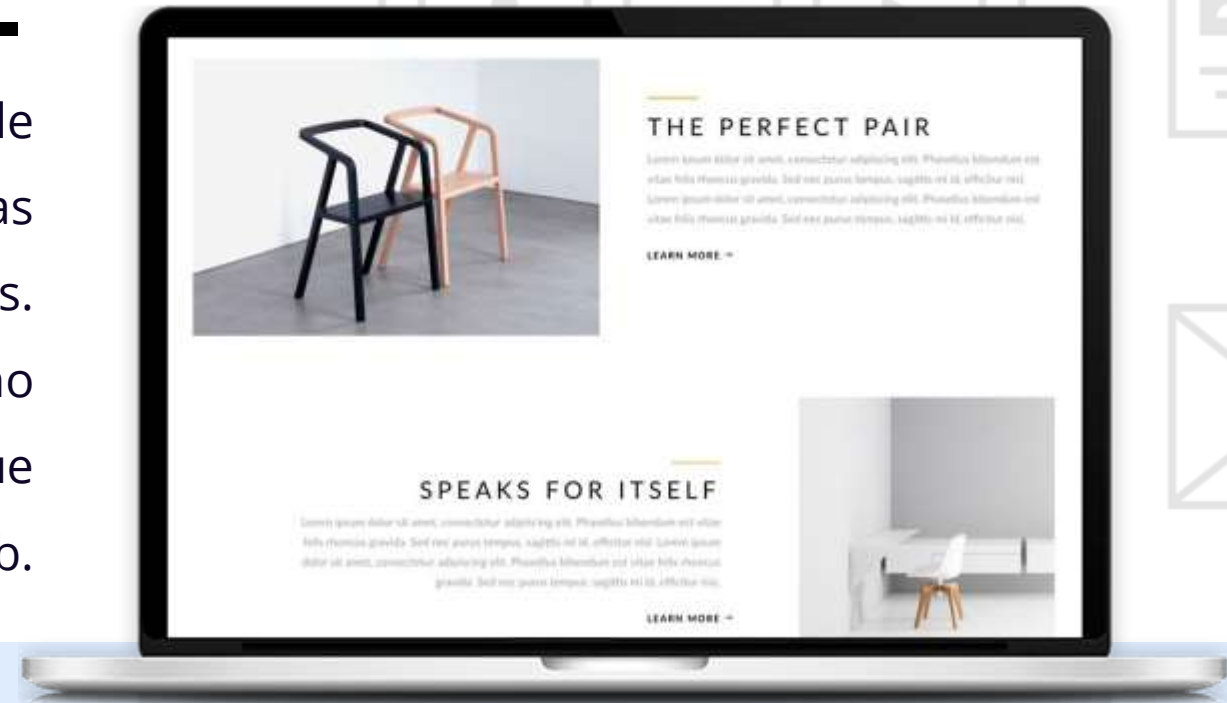
Letras grandes sobre imágenes, textos cortos pero impactantes, letras que parezcan escritas a mano y redondeadas son tendencia en el diseño web.



7. Diseño minimalistas y limpios

Este tipo de diseños destacan por el predominio de fondos blancos o muy claros, un único color para las tipografías y diseño con pocos elementos.

Se trata de emplear los elementos de diseño estrictamente necesarios para focalizar en el objetivo que persigue el sitio web.



8. Menú hamburguesa

Este tipo de menú permite ocultar los elementos de navegación y que solo se muestren cuando el usuario haga clic en el correspondiente icono. Ahora es muy usado en la posición inferior derecha de pantallas móviles.



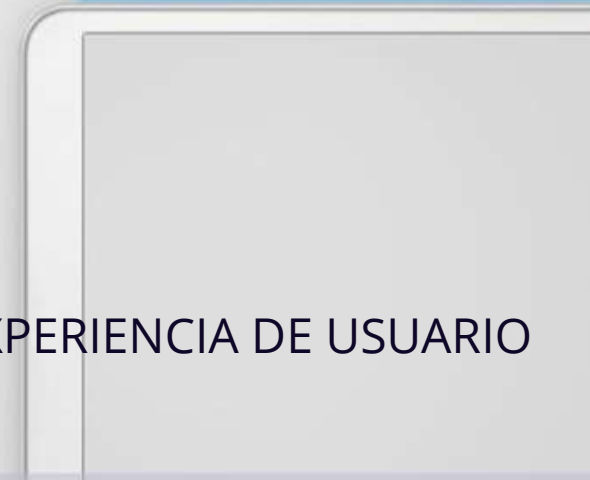
9. Elementos con animaciones

Animar determinados elementos, como botones, filas o cajones, otorga un aire moderno y novedoso, pero hay que hacerlo con cuidado para no saturar al usuario. Los efectos siempre funcionan y no dejan de captar la atención de usuario o posible cliente.



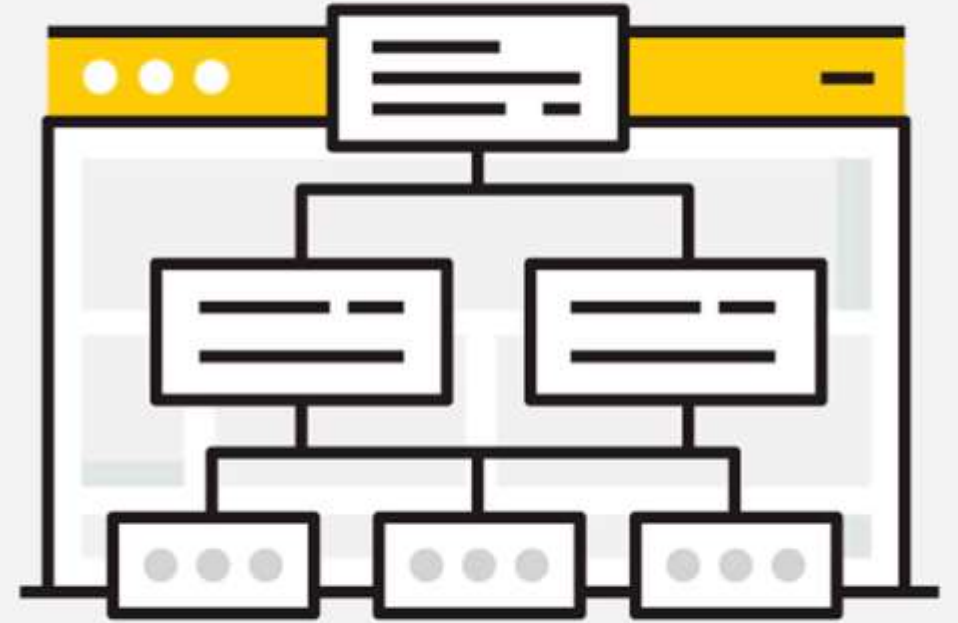


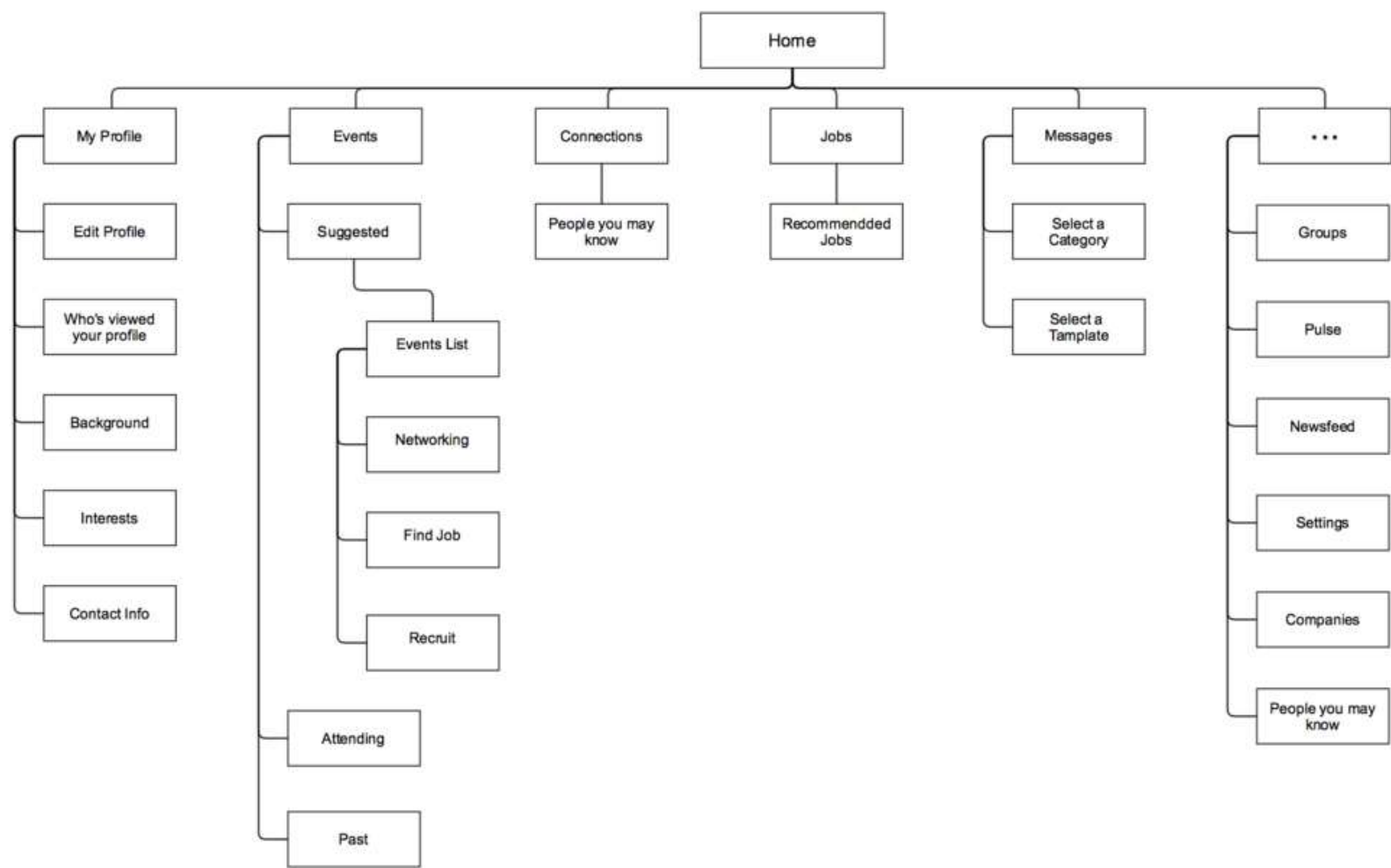
SITEMAP



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

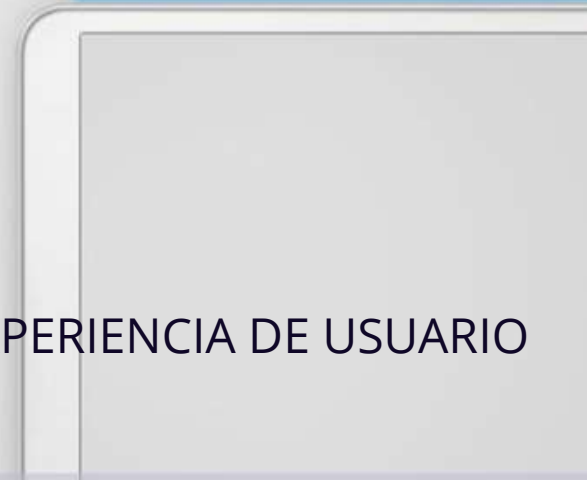
El SITEMAP es una representación visual que ilustra la Arquitectura de la Información, y se usa para categorizar, organizar, priorizar y vincular todo el contenido basado en la expectativa entre la experiencia de usuario y las necesidades de la empresa.





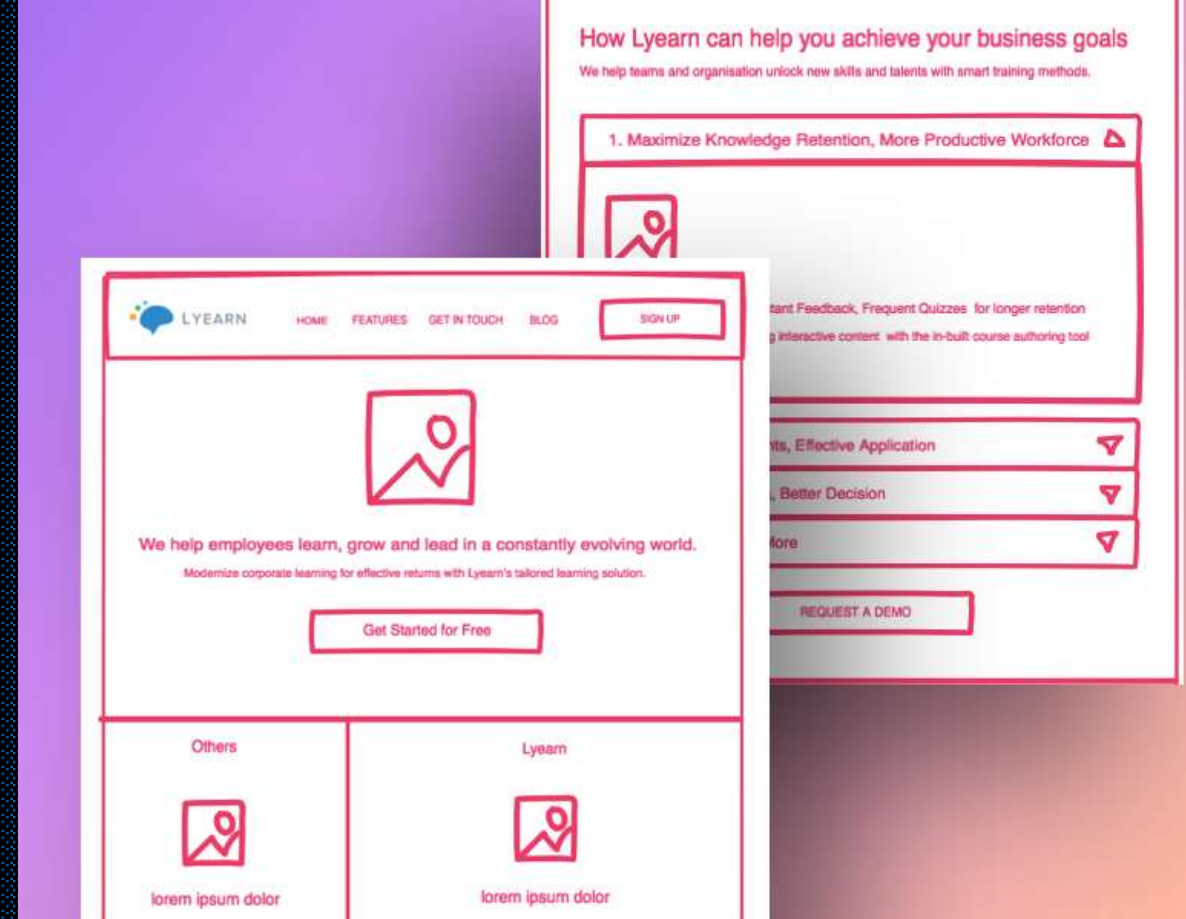


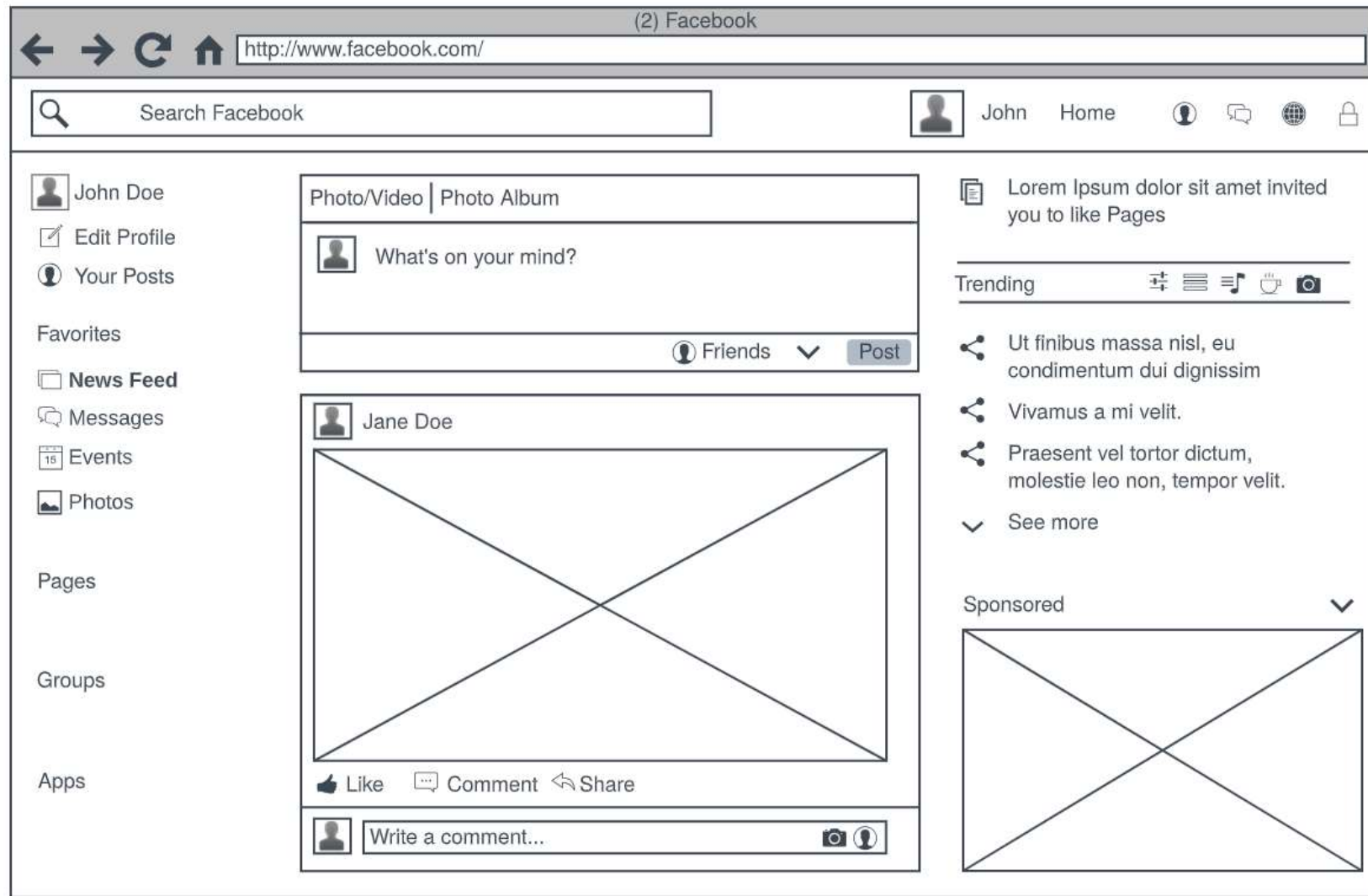
WIREFRAME



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

El WIREFRAME permite conectar la estructura conceptual subyacente a la arquitectura de la información. Es la guía que sirve para el diseñador como para el programador. Allí se define la estructura, el contenido, la jerarquía de la información, la funcionalidad y la interacción.



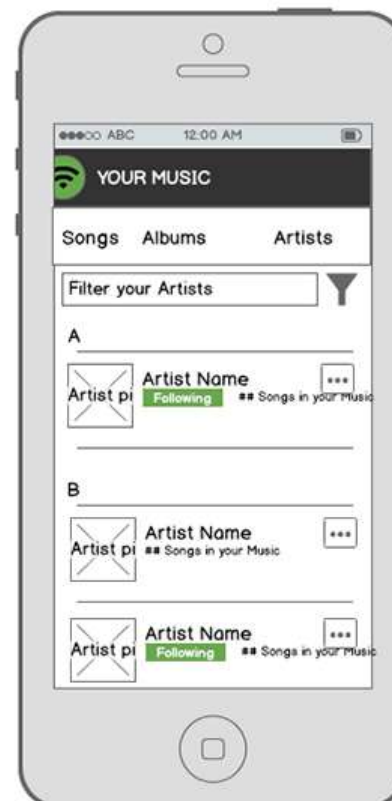




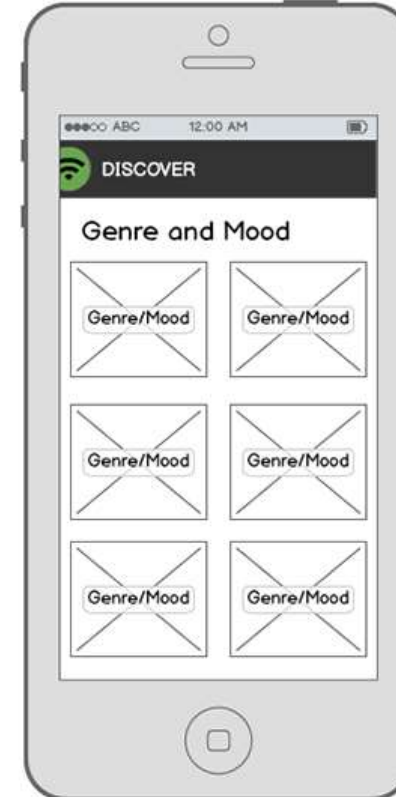
Menu



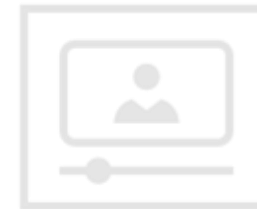
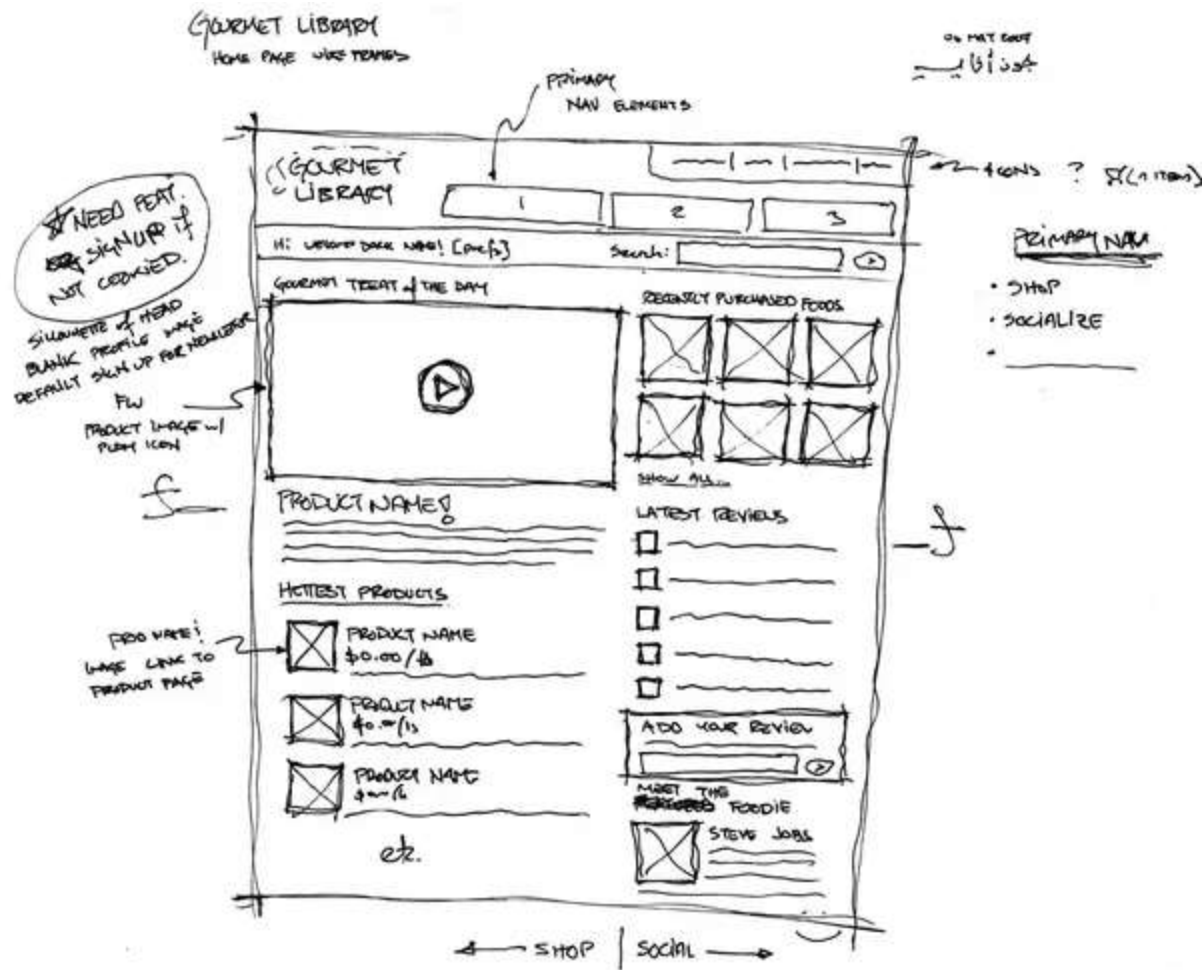
Discover



Artists

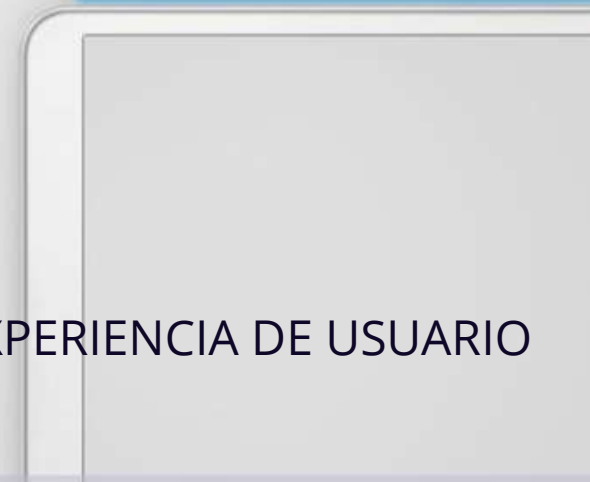


Genre and Mood





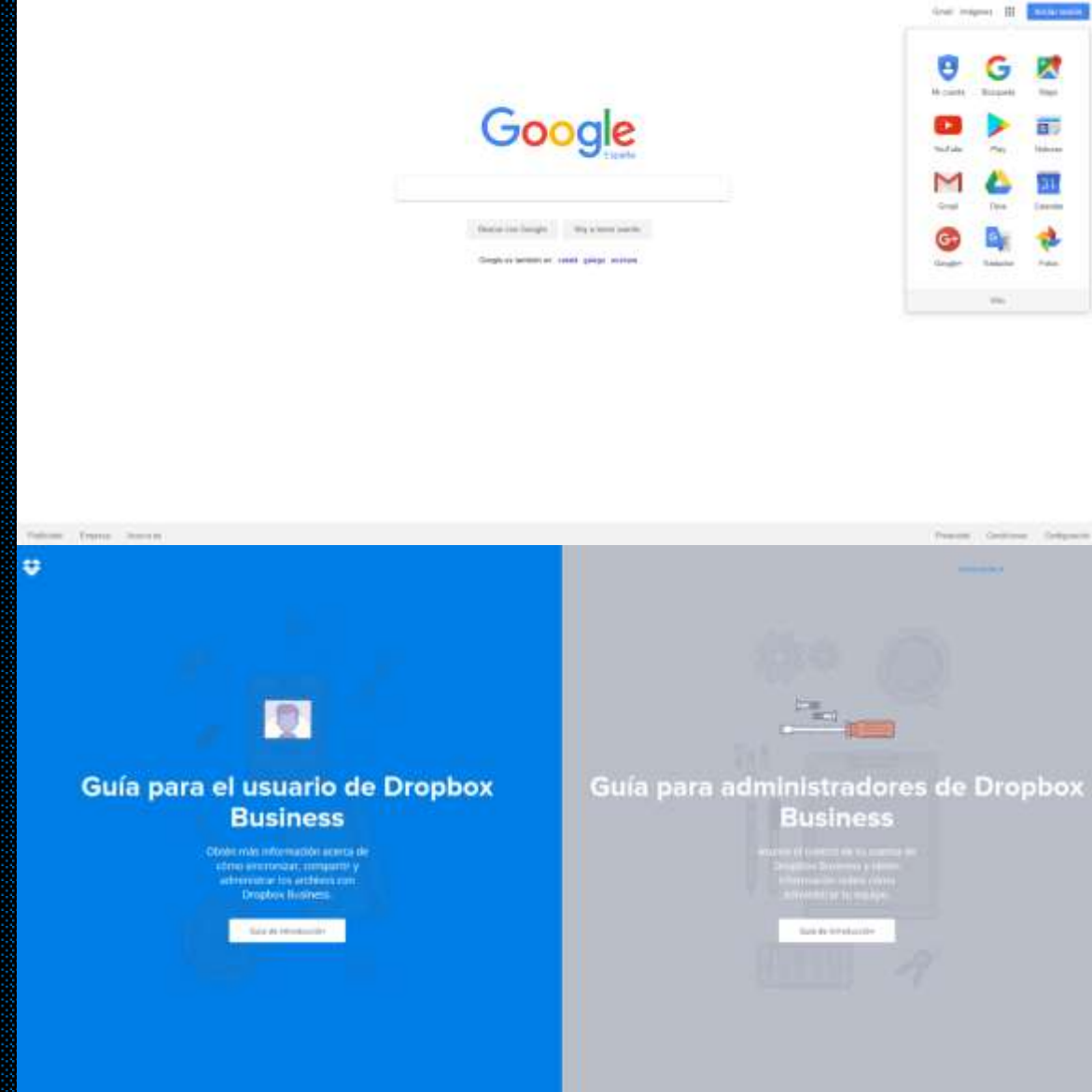
UI



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

UI

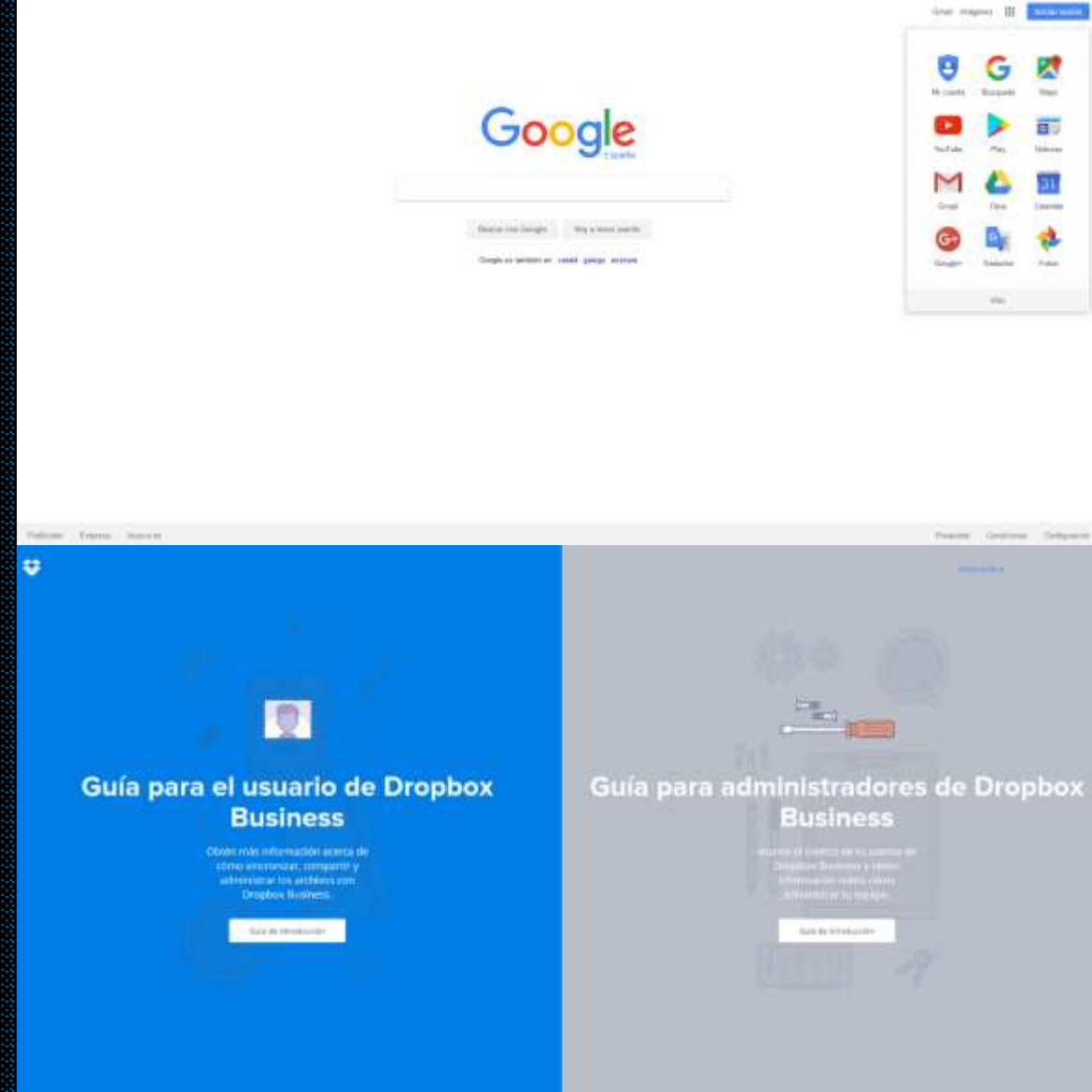
Una interfaz de usuario, en inglés USER INTERFACE, a menudo conocida por la abreviatura UI, hace referencia a la interfaz con la que las personas interaccionan con las pantallas.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

UI

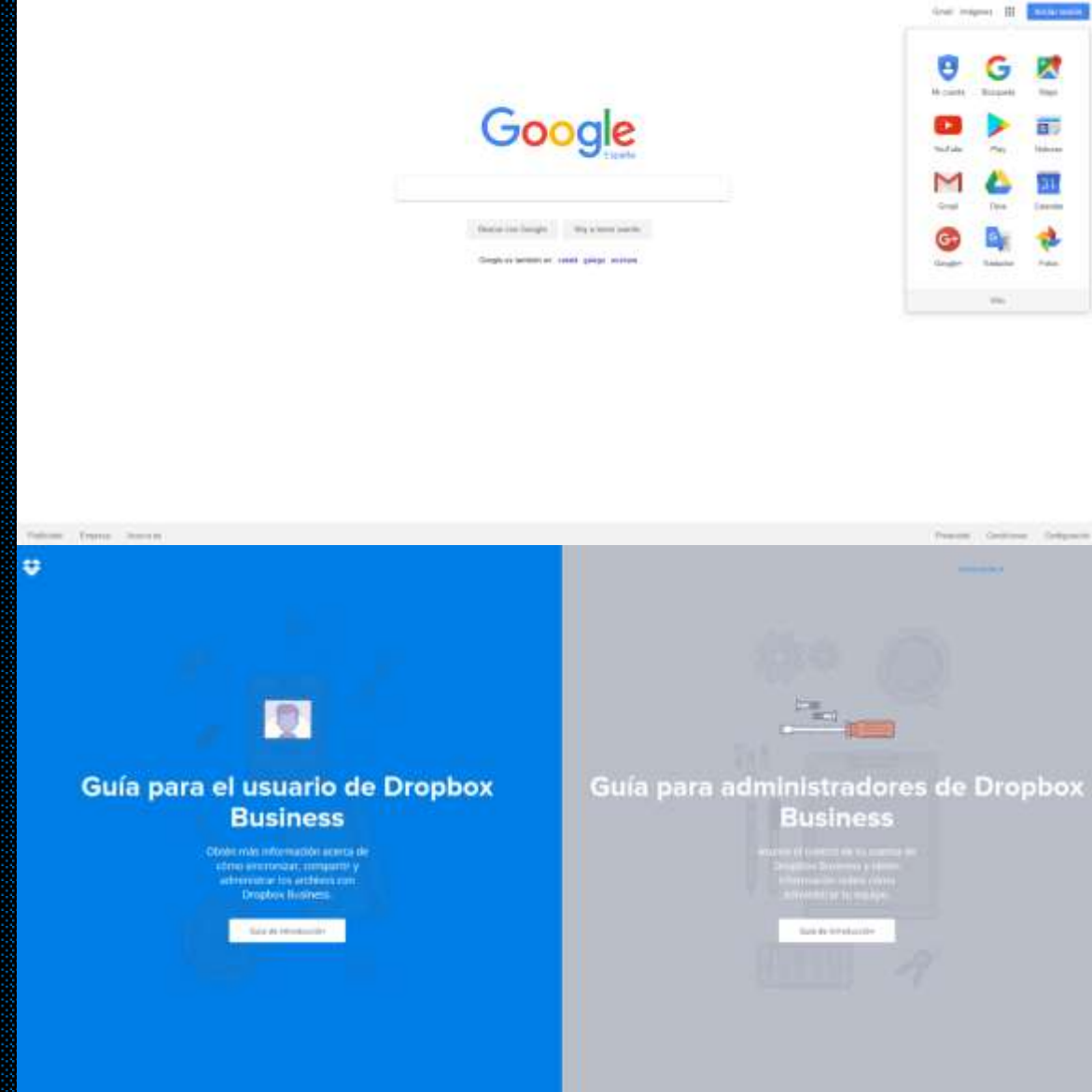
La interfaz de usuario está íntimamente relacionada con la facilidad de uso de una página web. Hace tiempo que el objetivo ya no solo es conseguir una interfaz de usuario útil, sino que el aspecto estético también juega un papel importante.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

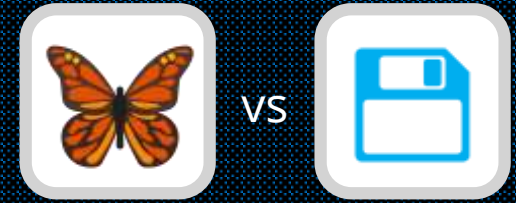
UI

El objetivo de los diseñadores web es sentar las bases de una buena experiencia de usuario con una interfaz de usuario intuitiva, lo que funciona especialmente bien a través de una interfaz gráfica de usuario.



UX: MÁSTER EN DISEÑO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO

ESTÉTICA VS FUNCIONALIDAD



El símbolo de una mariposa puede ser bonito y, con toda probabilidad, puede que le guste a algún grupo objetivo.

Sin embargo, si se utiliza como icono para “guardar”, el sistema sufrirá las consecuencias del diseño, puesto que nadie va a asociar una mariposa con el proceso de almacenamiento.

El icono de un disquete es, sin embargo, muy gráfico y, aunque este medio de almacenamiento ya está obsoleto, sigue utilizándose como símbolo para el proceso de almacenaje.

Los usuarios esperan utilizar este símbolo y, de manera instintiva, buscan este tipo de iconos ya implantados.

Por consiguiente, hay que tener en cuenta las convenciones de símbolos usuales y no pasarlas por alto de manera imprudente en lo que respecta a una buena experiencia de usuario y a una interfaz gráfica de usuario intuitiva y comprensible.