



APLICACIÓN PARA EL CONTROL DE MENÚS

DineDisplay

by Bugs



EL PROBLEMA

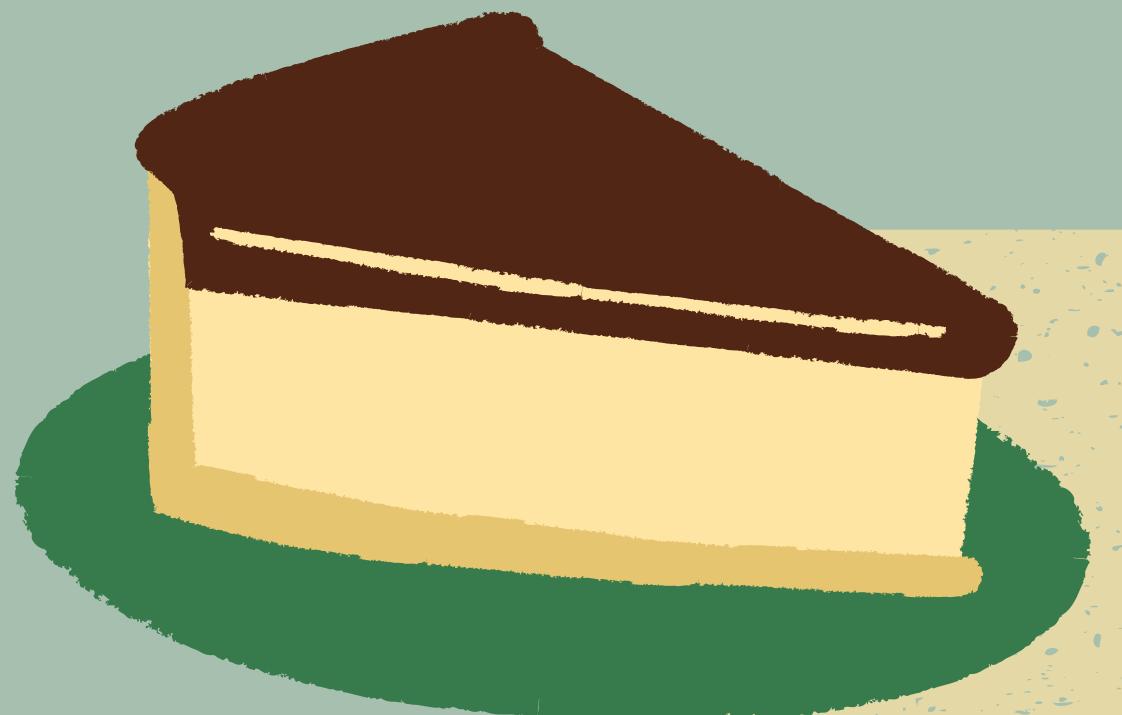
- La cafetería del ITAM se está enfrentando a una pérdida de interés por parte de los los estudiantes.
- Muchos usuarios se sienten confundidos al no encontrar con facilidad lo que pueden consumir, y no se ven motivados a probar.
- La cafetería enfrenta el reto de mantener su menú actualizado de forma eficiente en las pantallas que muestran sus productos.



DINE DISPLAY

Dine Display es una app pensada para la cafetería del ITAM. Permite actualizar fácilmente los menús digitales que se muestran en las pantallas, organizándolos por tiempo del día y facilitando la promoción de nuevos productos.

FUNCIONALIDAD



PANTALLAS PERSONALIZABLES POR MOMENTO DEL DÍA

La app permite tener plantillas distintas para desayuno, comida o promociones especiales, aumentando la relevancia de los menús mostrados y maximizando ventas.

The image shows two screenshots of a mobile application interface. The top screenshot, labeled 'Pantalla 1', displays a grid of six coffee drink options with their names, sizes, and prices. The bottom screenshot, labeled 'Pantalla 2', shows a single 'Green Tea Latte' with its details. Both screens include navigation buttons for 'Productos' and 'Plantilla'.

Pantalla 1

Nombre	Tamaño	Precio
White Chocolate Mocha	TALL 51 GRANDE 61 VENTI 63	\$61.00
Caramel Latte with Almondmilk	TALL 73 GRANDE 78 VENTI 80	\$74.00
Brown Sugar Latte	TALL 54 GRANDE 59 VENTI 61	\$67.00
Salted Caramel Cream Cold Brew	TALL 58 GRANDE 63 VENTI 66	\$61.00
Oatmilk Cocoa Macchiato	TALL 61 GRANDE 66 VENTI 68	\$74.00
Brown Sugar Oatmilk Iced Shaken Espresso	TALL 61 GRANDE 66 VENTI 68	\$74.00

Pantalla 2

Nombre	Tamaño	Precio
Green Tea Latte	TALL 51 GRANDE 61 VENTI 70	\$61.00

GESTIÓN DINÁMICA DE PRODUCTOS EN TIEMPO REAL

La cafetería puede agregar, quitar o actualizar productos fácilmente desde la app sin conocimientos de diseño. Esto les permite:

- Quitar productos agotados.
- Promocionar productos nuevos rápidamente.

The image shows a product management interface. At the top right are buttons for '+ Crear producto' (Create product) and 'Filtro' (Filter). The main area displays a table with columns for 'PRODUCTOS' and 'DESCRIPCIÓN'. Four items are listed: 'CINNAMON LATTE', 'COCOA MACCHIATO', 'WHITE CHOCOLATE', and 'CARAMEL LATTE', each with a small image and its description and price.

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN
	CINNAMON LATTE Iced Cinnamon Roll Latte \$61.00
	COCOA MACCHIATO Oatmilk Cocoa Macchiato \$74.00
	WHITE CHOCOLATE White Chocolate Mocha \$82.00
	CARAMEL LATTE Carmel Latte with Almondmilk \$67.00

¿CÓMO
ITERAMOS?



PERSONA



SALVADORA DE LA CAFETERIA LAURA RAMOS

Género: Femenino

Edad: 46 años

San Ángel, CDMX

Gerente General, Cafetería de ITAM

CHANNELS/ DISPOSITIVOS



Aquí no solo servimos café, servimos comunidad.

BACKGROUND

- 6 años de experiencia como gerente de la cafetería del ITAM
- Conocimiento en operaciones y logística
- Perdiendo clientes a competencia moderna fuera del ITAM

GOALS

- Aumentar las ventas de la cafetería al menos un 25% en el próximo semestre
- Atraer más estudiantes destacando los productos únicos de la cafetería
- Mejorar la visibilidad y legibilidad del menú.

MOTIVATIONS

- Generar un impacto positivo en la comunidad universitaria
- Sentirse valorada cuando más estudiantes eligen la cafetería
- Deseo de modernizarse y adaptarse a los gustos la comunidad.

INFLUENCERS



SKILLS

- Manejo de presupuestos
- Eficiencia operativa

CHALLENGES

- Manejo tecnológico
- Estrategias promocionales

BEHAVIOR

- Prefiere estrategias claras, prácticas y con resultados medibles.
- Es receptiva a ideas concretas y aplicables

FRUSTRATIONS

- Sensación de estar desconectada de la comunidad estudiantil.
- Imagen de cafetería "vieja" o sin innovación entre los estudiantes.
- Poca visibilidad del menú y falta de conocimiento sobre los productos.

JOURNEY

USER GOALS

Vender y atender la mayor cantidad de clientes ante una oportunidad

PROCESS AND CHANNELS

Es hora pico y hay mucha gente en Plaza Roja a la que se le puede vender café y comida

PROBLEMS

La gente no parece ni voltear a la cafetería, están acostumbrados a comprar de otro lado

EXPERIENCE



Anticipación



Desilusión

IDEAS/ OPPORTUNITIES

Hacer un rebranding de la cafetería: más moderna

Anunciar de manera más atractiva consistentemente con pantallas, que pueden anunciar más en cantidad y diversidad

JOURNEY

Brindar una buena experiencia al cliente nuevo, vendiendo café y bebidas que le emocionen

Un cliente entra y empieza leyendo el menú digital, pero no ve y pide un menú físico. Después, pide una opción que ya no sirven

El menú es difícil de leer desde lejos, es poco atractivo visualmente y no está actualizado

Actualizar y mejorar los menús

Terminó el día y hay que hacer los cambios al menú en la computadora, mandarlos a imprimir y enmascar

Es muy tardado actualizar el menú de esta manera, y habrá que volverlo a hacer eventualmente

USER GOALS

PROCESS AND CHANNELS

PROBLEMS

EXPERIENCE

IDEAS/ OPPORTUNITIES



Pena



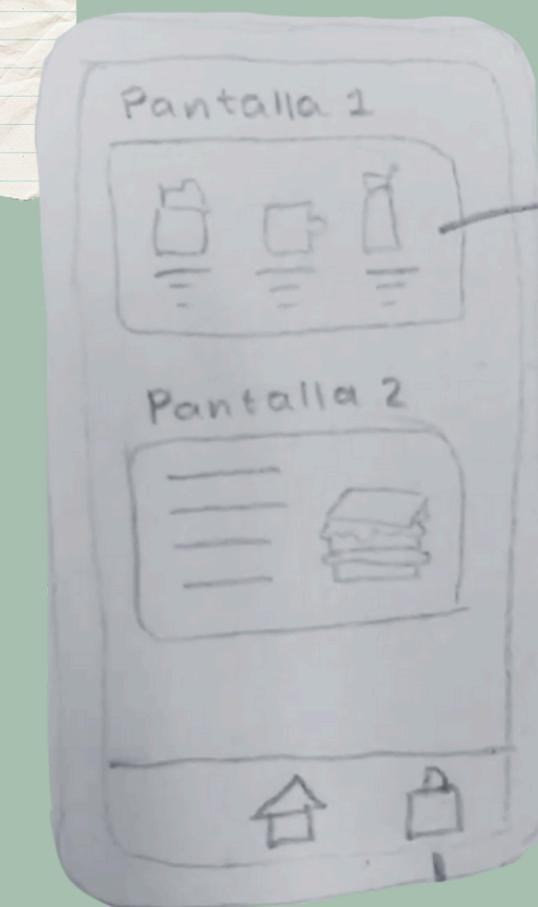
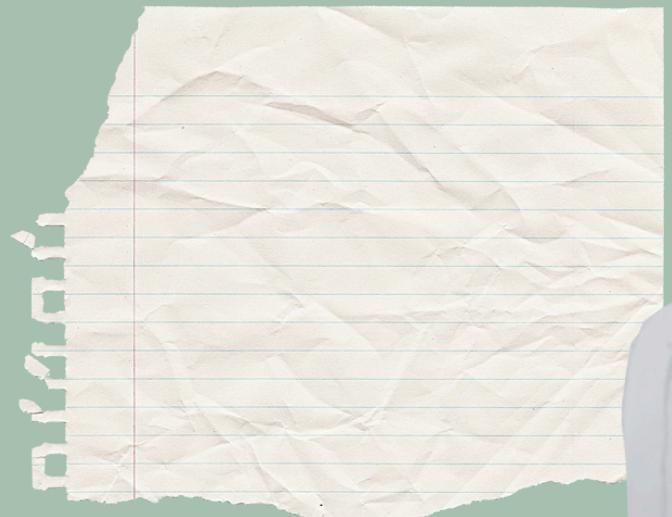
Flojera y falta de motivación

Tener un menú fácil de leer que guíe y apoye al cliente a elegir con velocidad y seguridad un producto actualizado

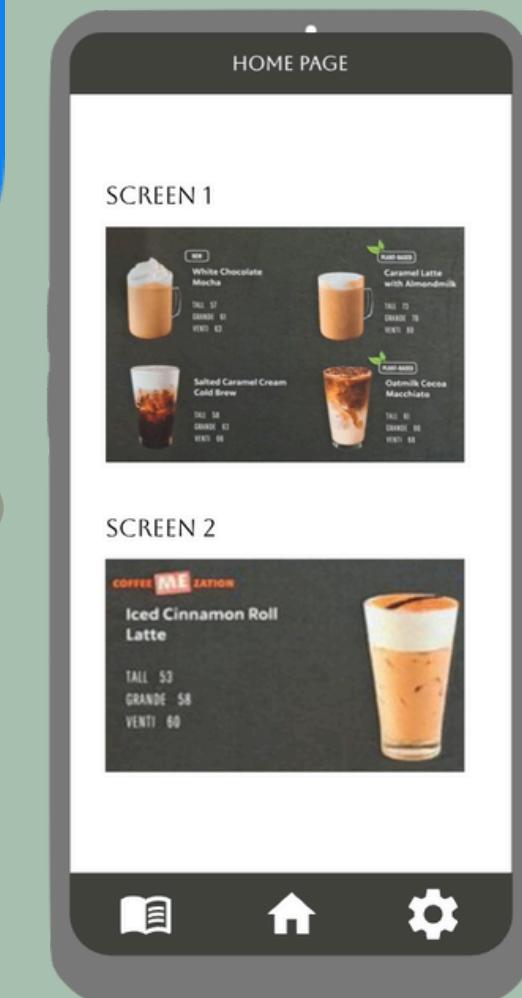
Solo requerir de una acción con consecuencia inmediata para cambiar el menú

PROTOTIPOS

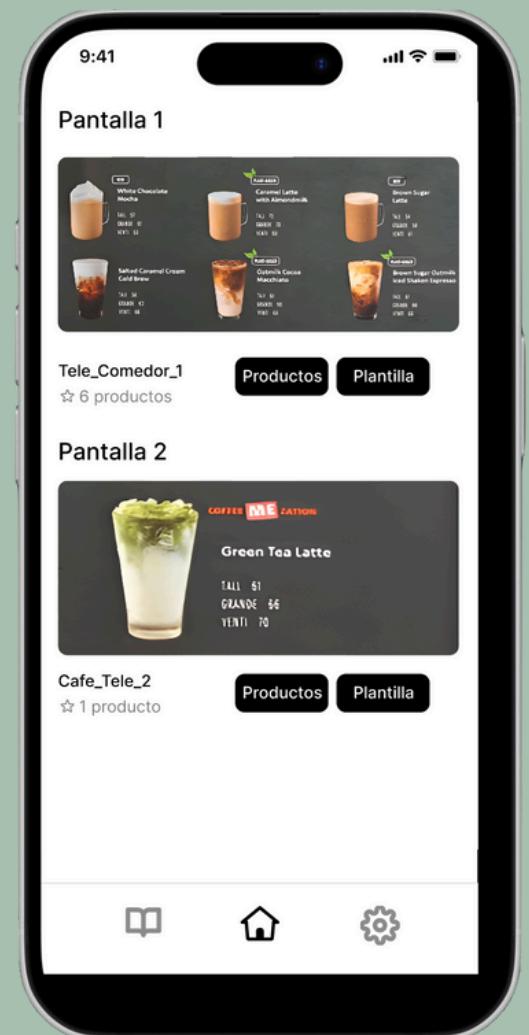
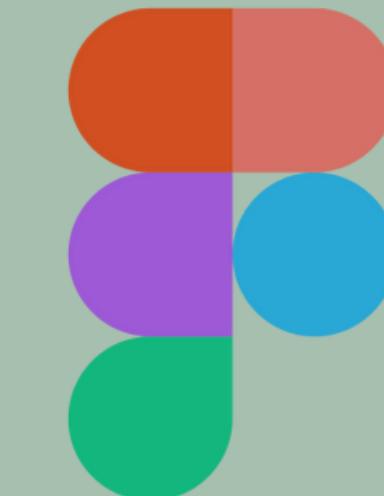
DE PAPEL



BAJA/MEDIA
FIDELIDAD



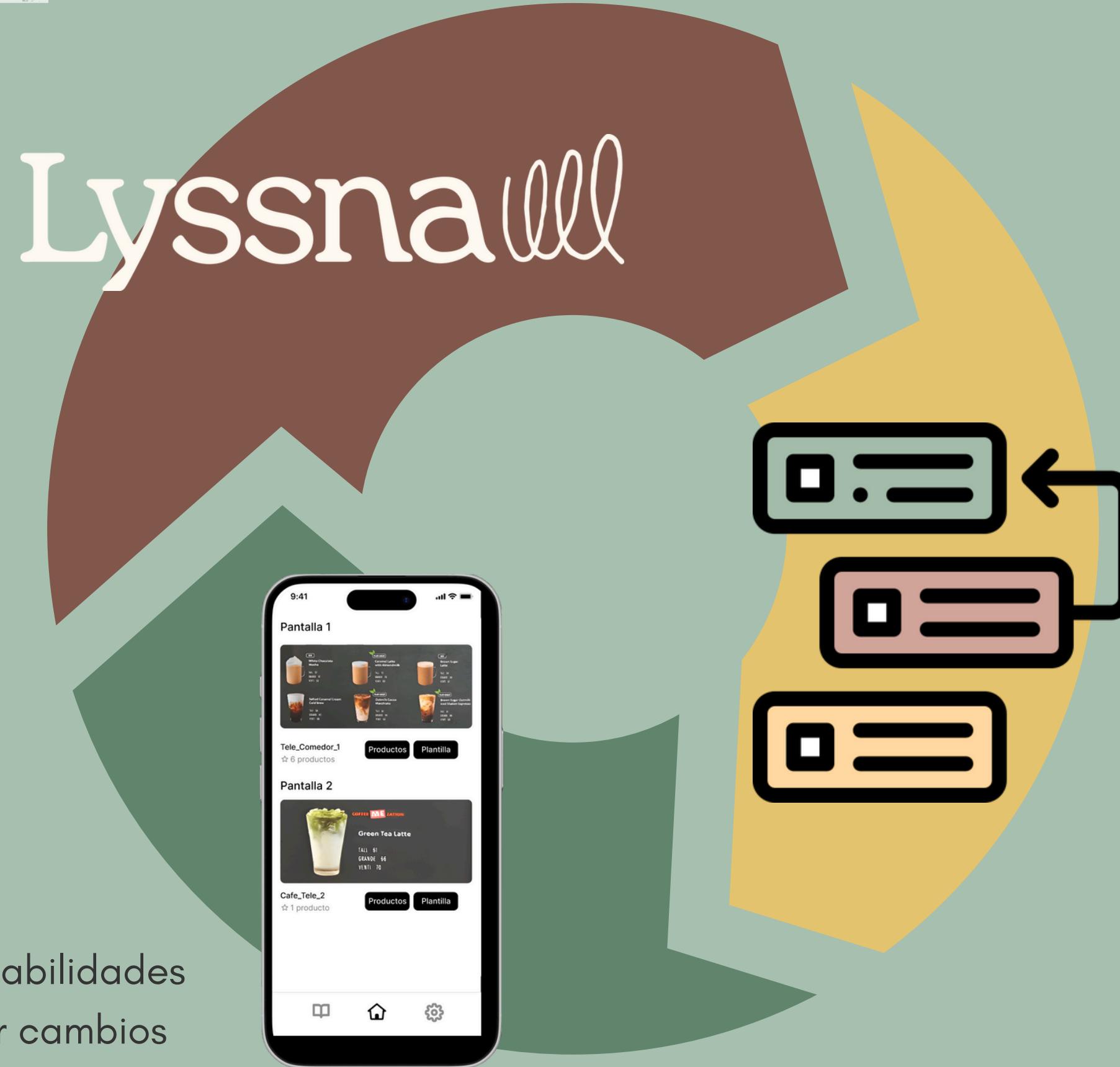
ALTA
FIDELIDAD



ITERACIONES

- Investigar
- Crear pruebas
- Probar cambios

- Asignar responsabilidades
- Realizar cambios

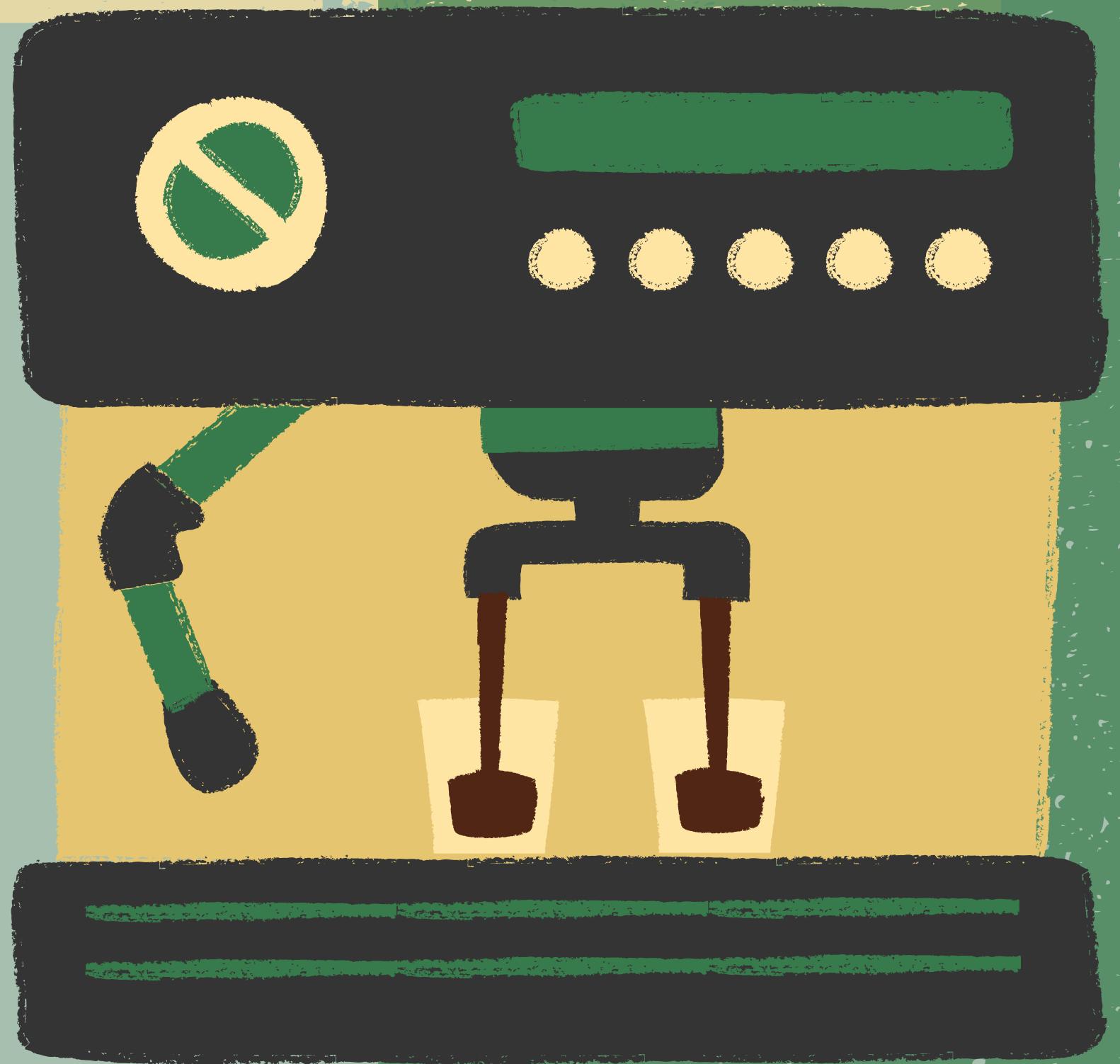


- Revisar resultados
- Planear cambios
- Reorganizar backlog

Lyssna

PRUEBAS

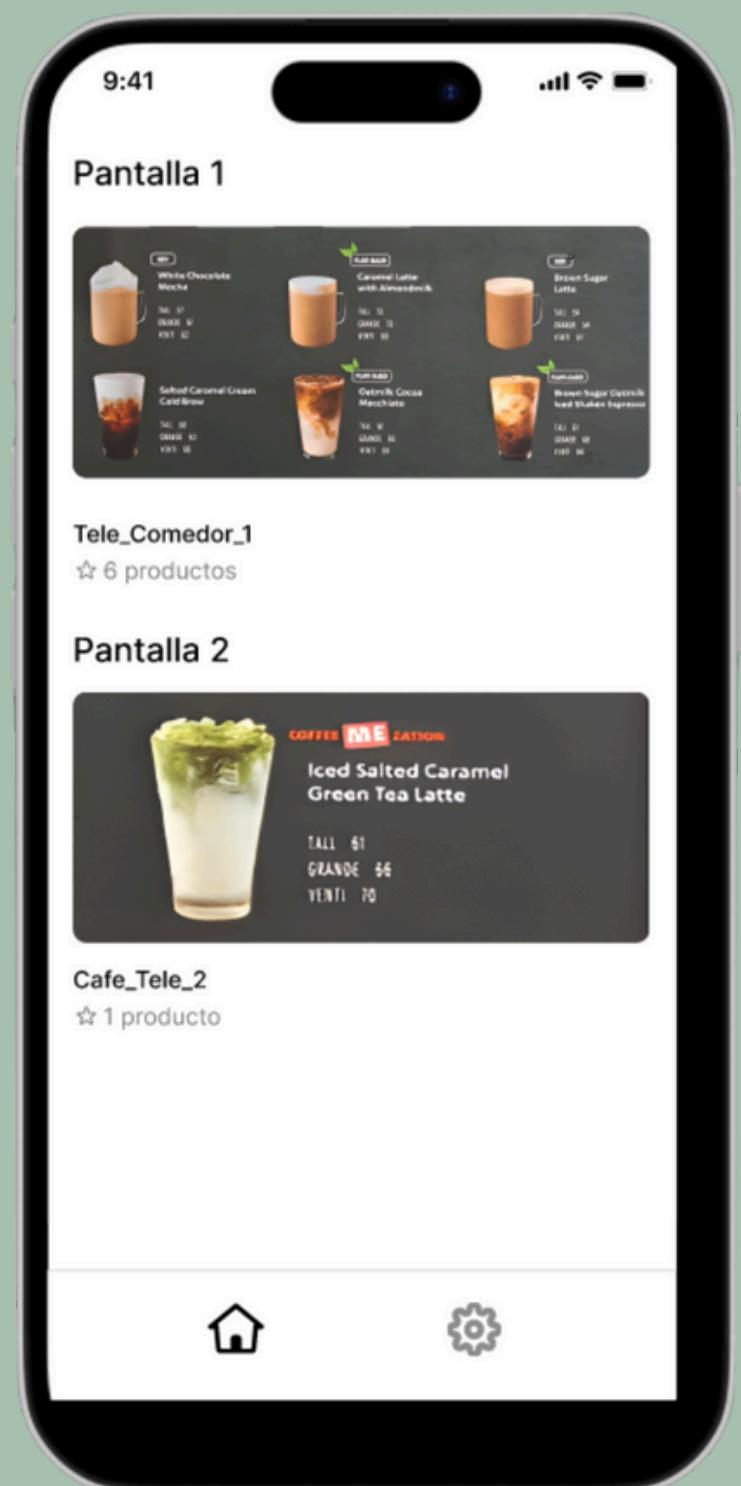
+30 participantes
de diferentes
edades



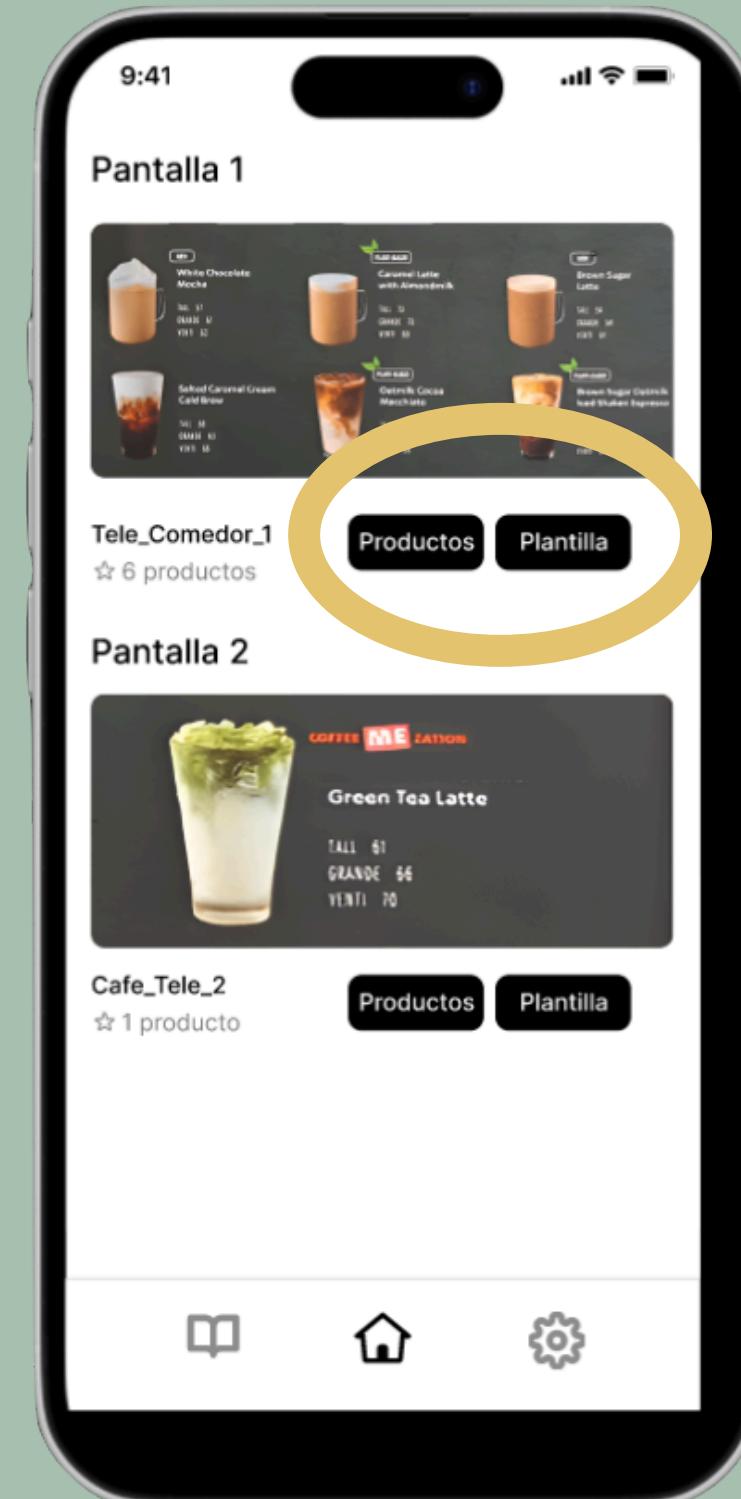
PRUEBA 1



CAMBIOS A LA PÁGINA DE INICIO



Se remplazo con
botones claros
en home

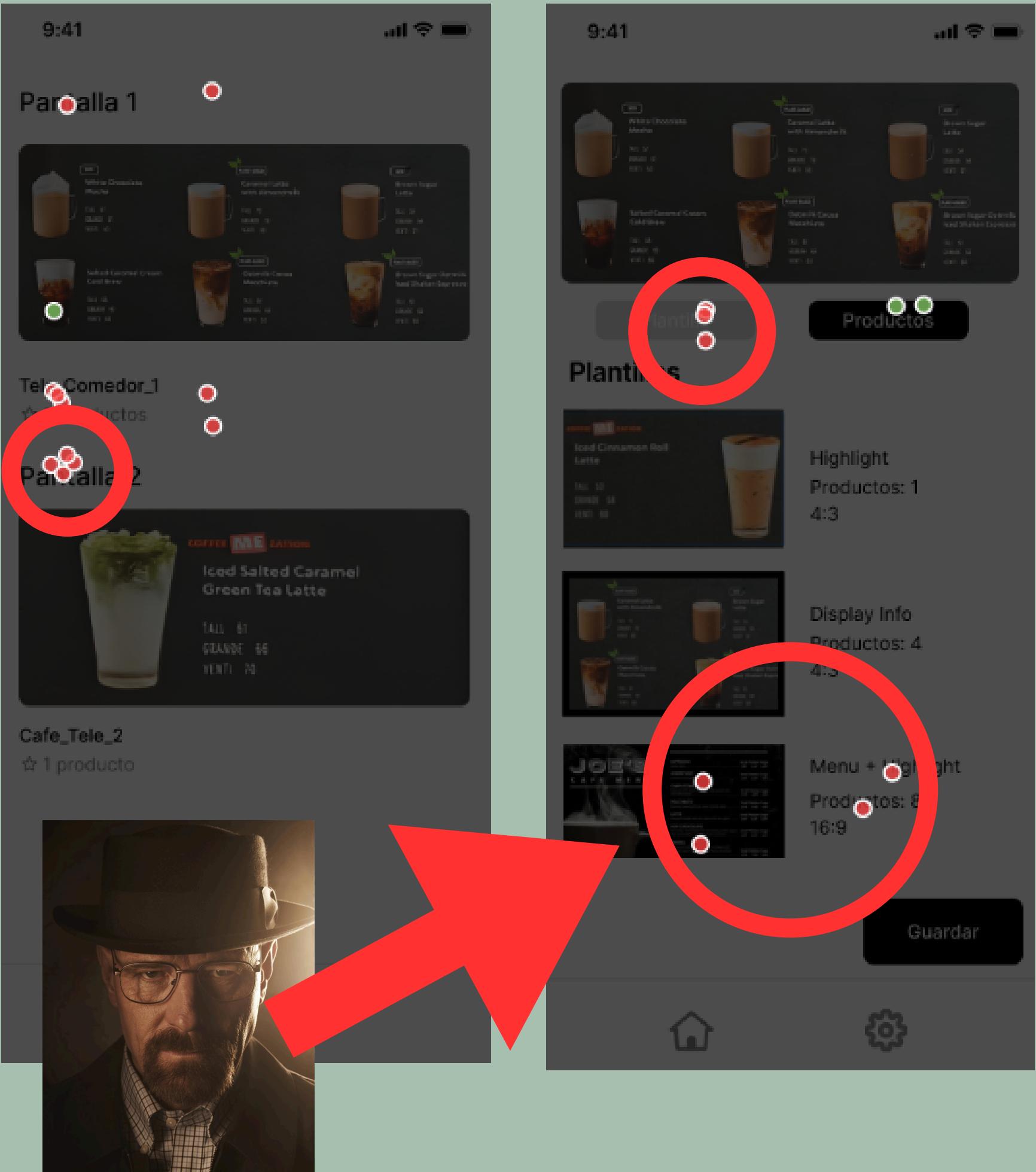




NO ENCONTRABAN COMO LLEGAR A PRODUCTOS

- Se confundían con los títulos de las pantallas
- Los tabs dentro de la pantalla de edición confundían
- Tenían que pasar por la sección de plantillas que no solo confundía pero hace las cosas mas lentas

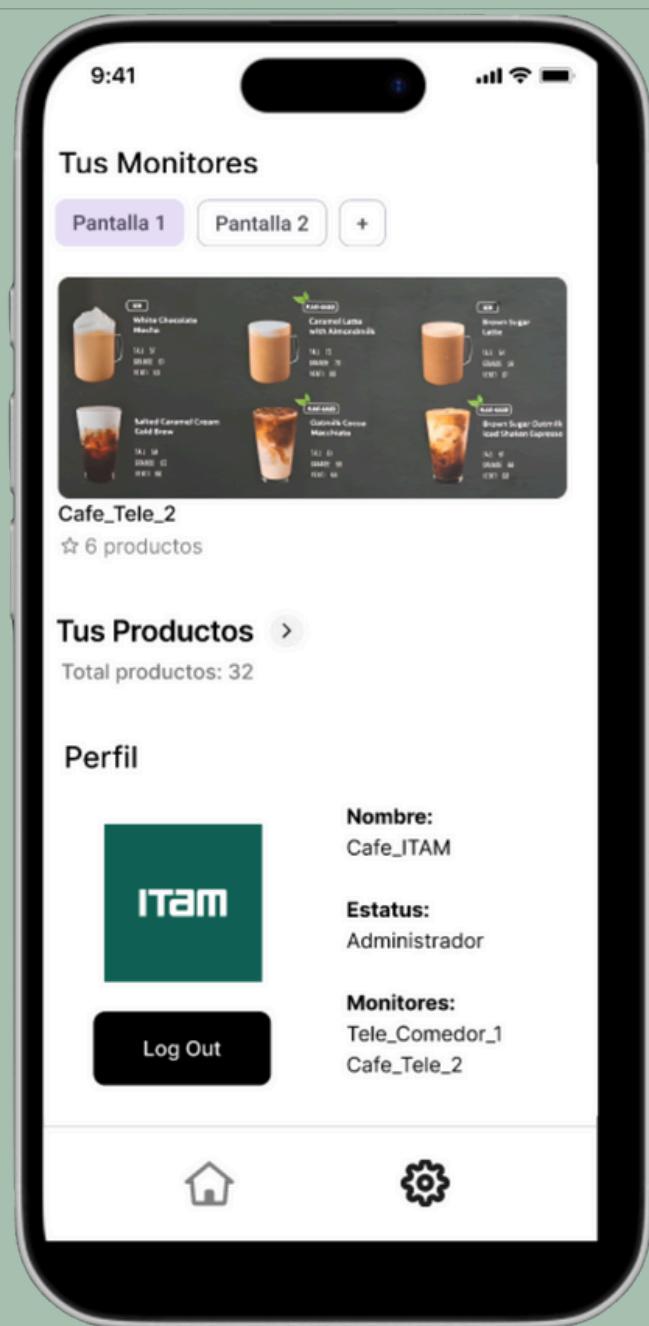
Mejora mas comun 43%: La ubicacion de los botones



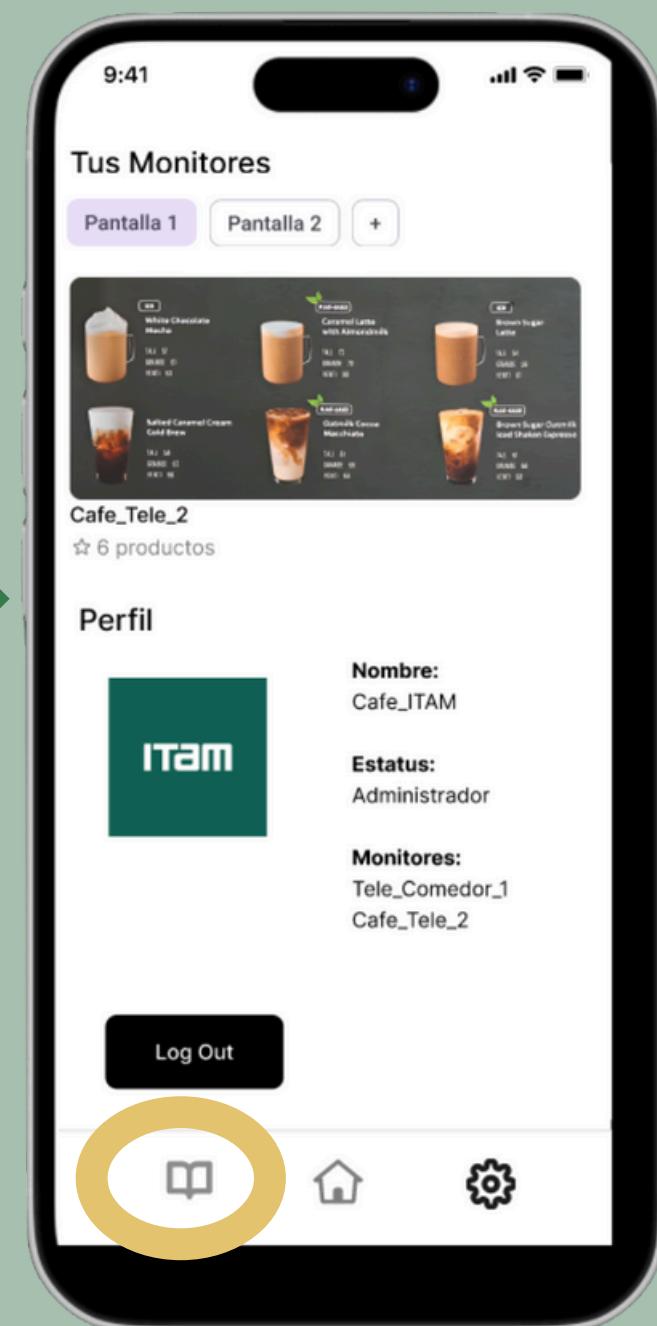
PRUEBA 2



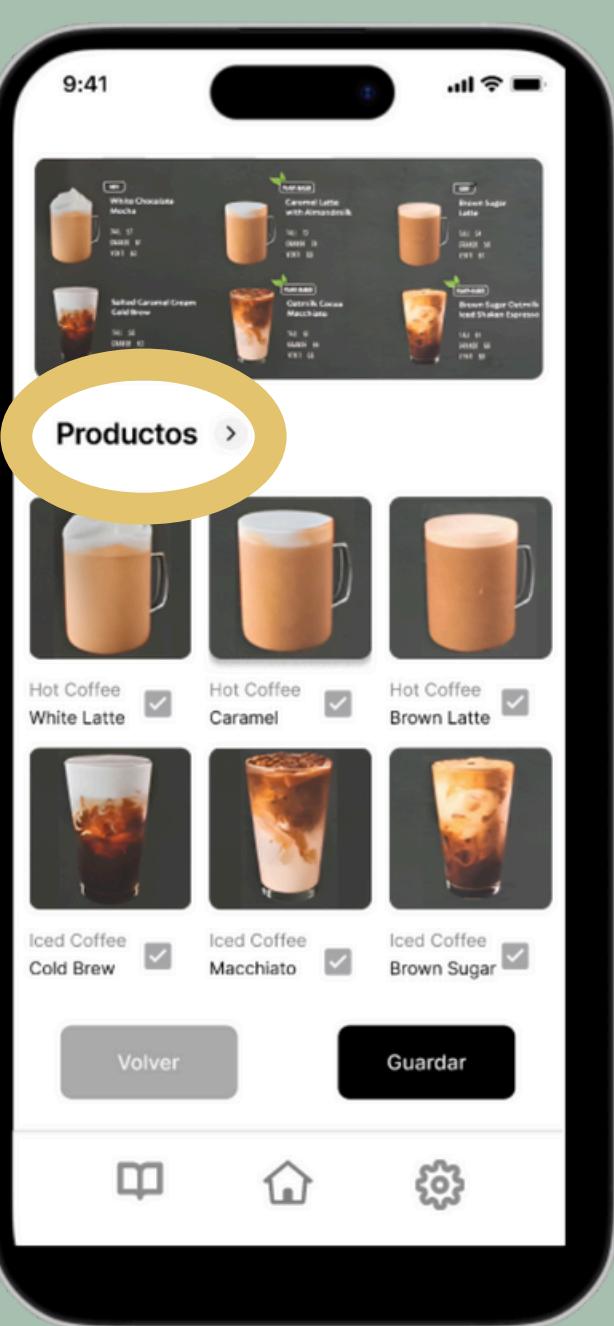
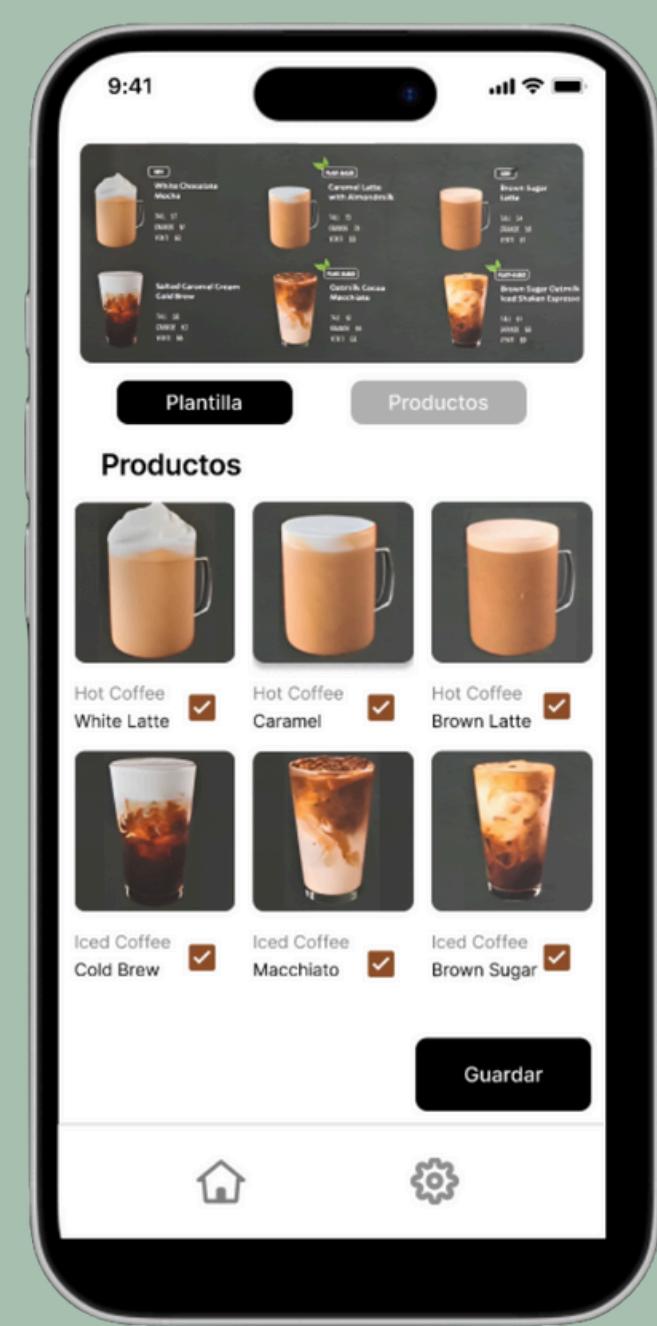
CAMBIOS PARA LA PÁGINA DE MENU



Se añadió un menu para la lista de productos



En la sección de productos se puede ir a la lista

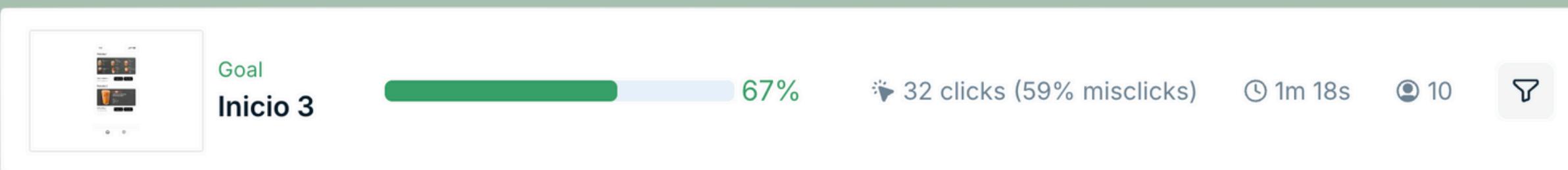


EXPLICACIÓN II



Prueba para agregar producto nuevo

VS

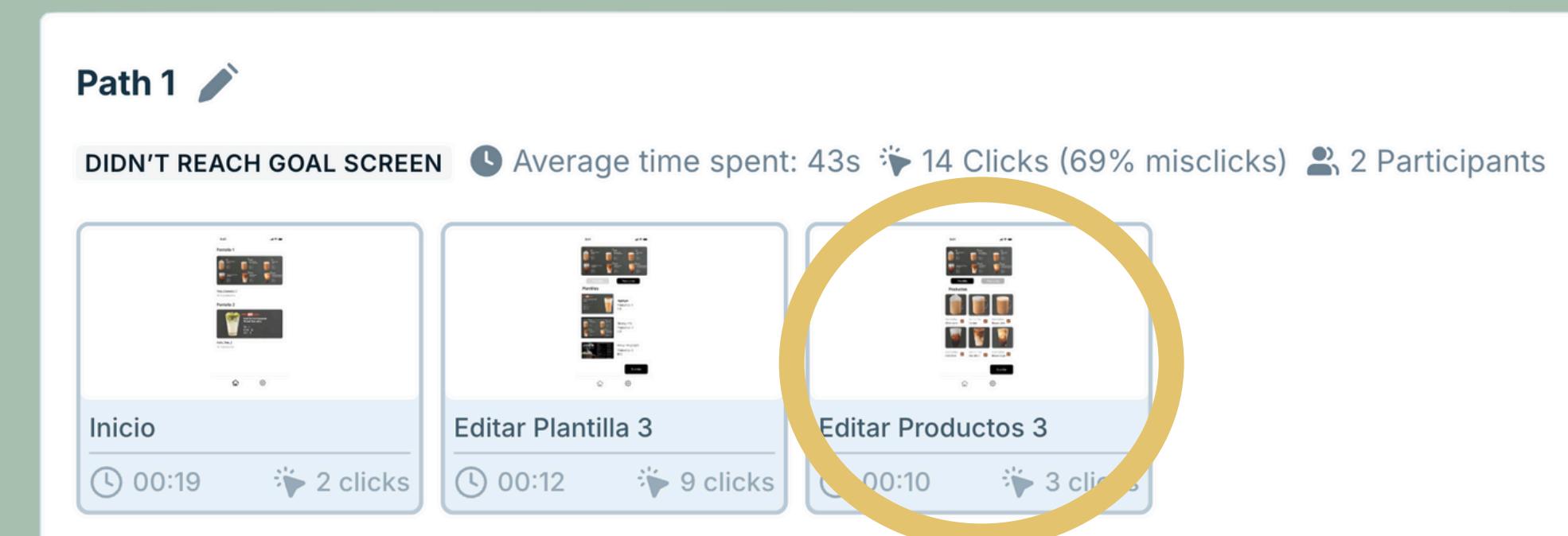


Prueba para cambiar producto en pantalla

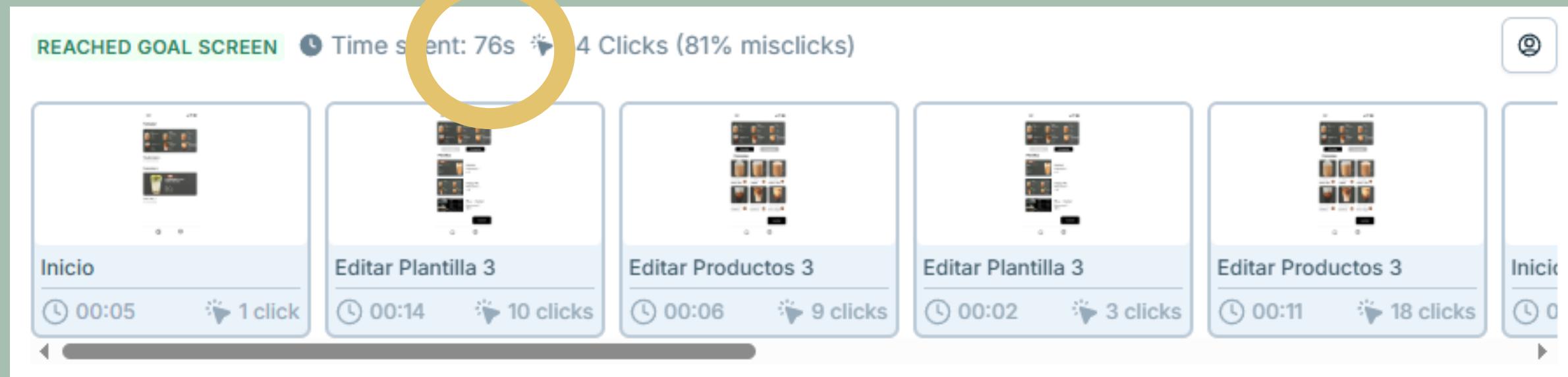
USUARIOS NO ENCONTRABAN LA SECCIÓN DE MENÚ

Nunca buscaban en settings
=>

Se quito de settings y se metió la opción de editar el Menu dentro de los productos



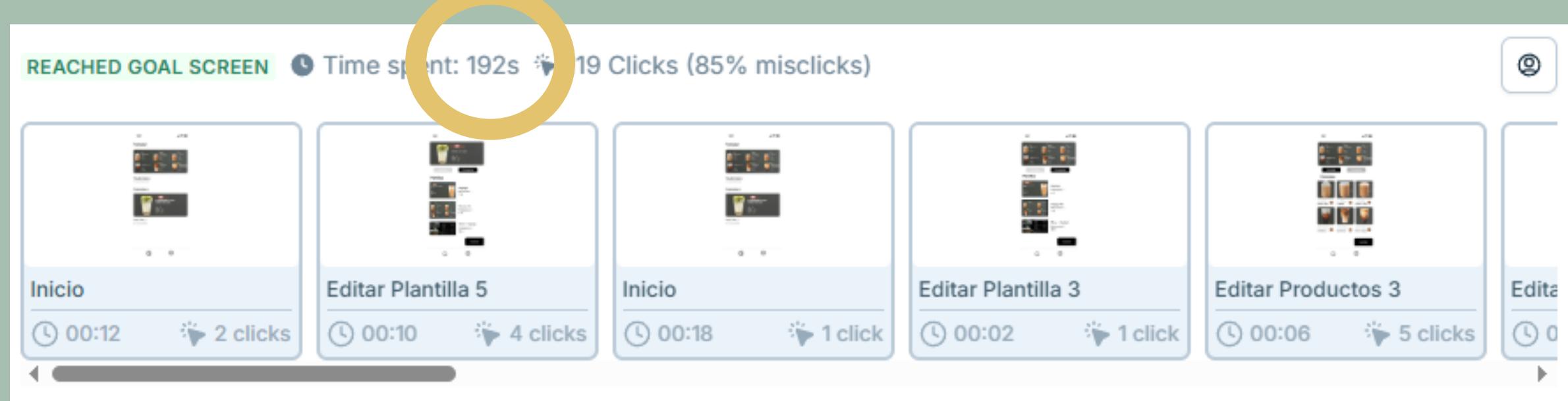
EXPLICACIÓN III



Se tardaban mucho en llegar a la sección.

=>

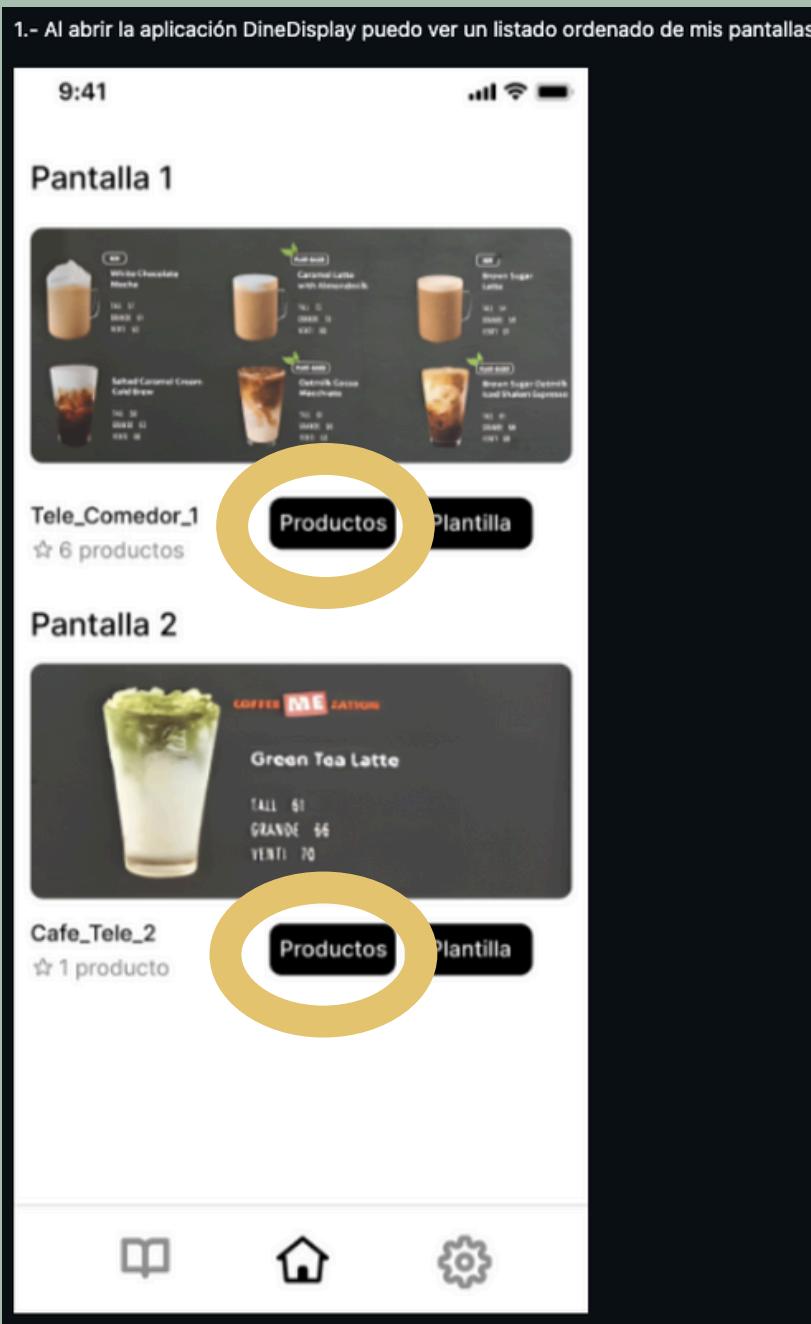
Anadimos la alternativa en el menu dado que se debería poder acceder en cualquier lugar



BACKLOG

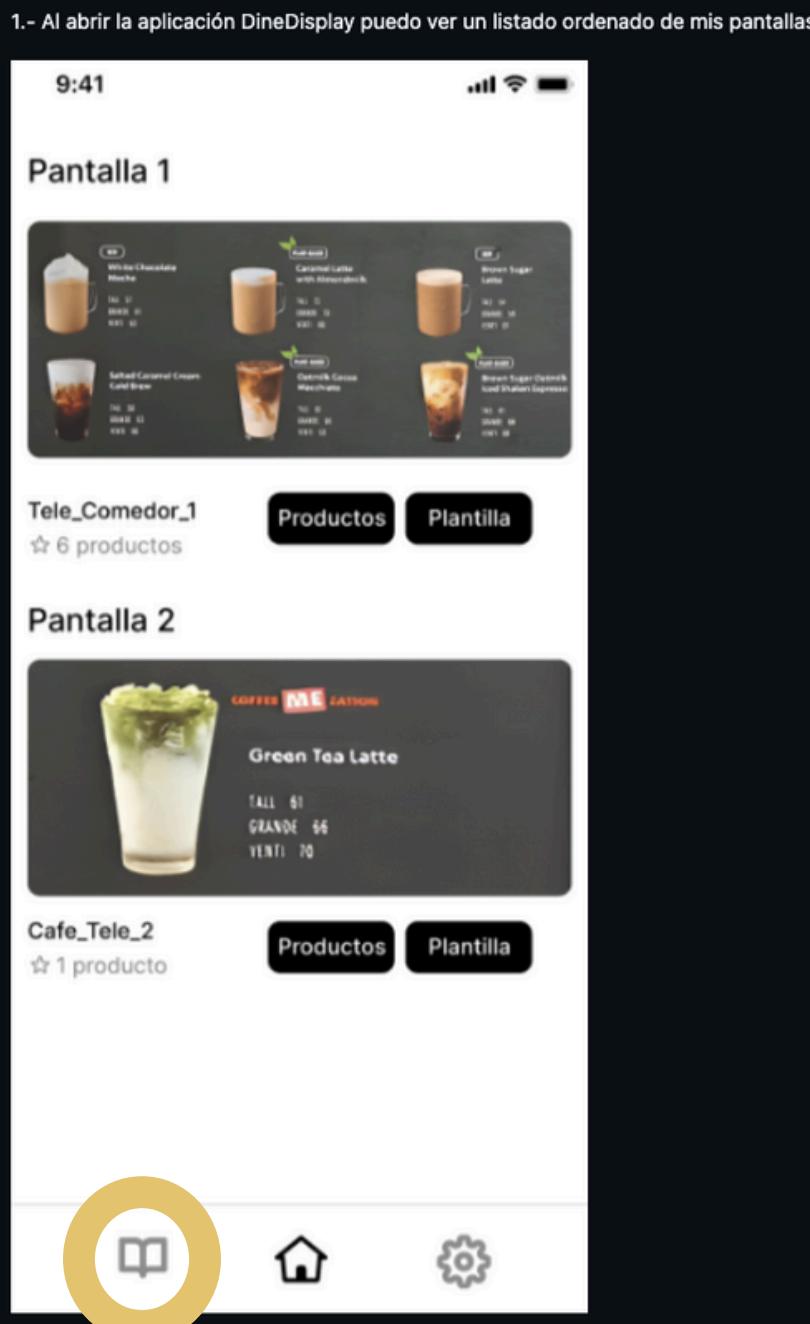
CAMBIO 1

Como manager, quiero cambiar el producto que se muestra en mi segunda pantalla por otro diferente, directamente desde la pantalla de inicio.



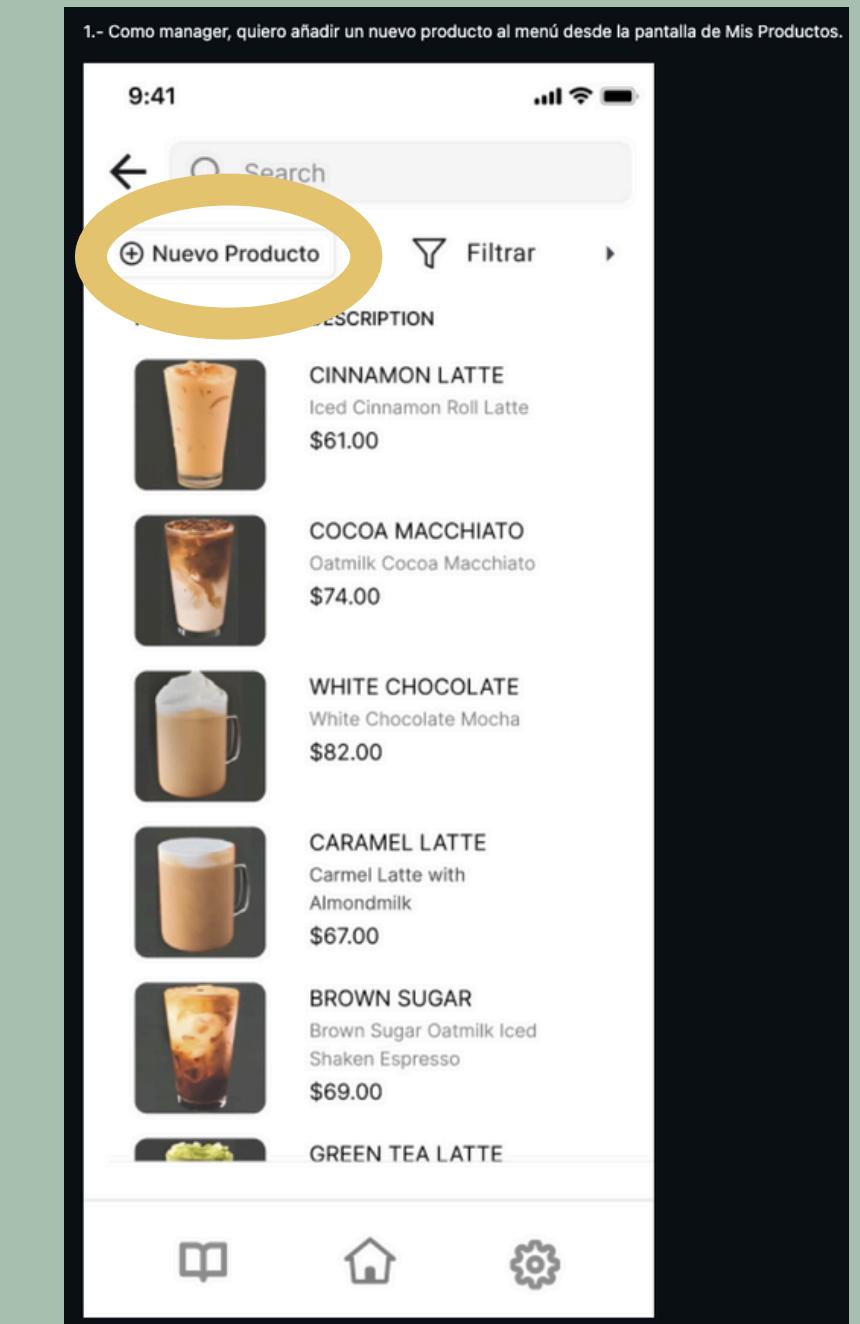
CAMBIO 2

Como manager, quiero acceder a la sección «Mis Productos» desde diversos lugares de la aplicación



CAMBIO 3

Como manager, quiero añadir un producto desde la pantalla "Mis Productos"





APRENDIZAJES

El apego emocional desde los prototipos es real, y lástima el desarrollo si se pierde el enfoque en los usuarios

Iterar es inevitable y conviene hacerlo constantemente con retroalimentación/investigación de usuarios

Es importante que las pruebas estén bien planeadas y contextualicen bien a los usuarios



SI VOLVEMOS A EMPEZAR

- **Tener entrevistas con preguntas más específicas para empatizar y mejorar nuestra persona.** Entender mejor las verdaderas necesidades, frustraciones y comportamientos de los usuarios
- **Priorizar tests con usuarios reales antes de invertir tiempo en alta fidelidad** (más con Moqups). Recolectar retroalimentación temprana sin generar un apego emocional al diseño.
- **Planear más las pruebas de usabilidad**, asegurándonos de que los escenarios sean realistas y estén bien contextualizados para los participantes, lo cual ayudaría a obtener insights más relevantes.



¡GRACIAS!

Harry Dawson
Javier Escalante
Mauricia Peña
Fernando Retama