

Índice

1. Introducción
2. El problema
3. Objetivo
4. Análisis comparativo
5. Conclusiones
6. Definición del concepto
 - a. Estilo y comunicación
 - b. Reordenación y reestructuración
 - i. Ubicación de los contenidos / apps
 - ii. Diseño de la app Shine
 - c. Espacio “Smart”
 - iii. Diseño sistema comunicación Shine-app
 - iv. Política de encendido y sistema de notificaciones
 - v. Analítica
7. Otros desarrollos
 - a. Domótica

Introducción

Este documento recoge el análisis y una propuesta de cambio de identidad de Shine que de solución a la problemática principal que tenemos hoy tras meses de uso/pruebas.

El problema

Todos los análisis llevados a cabo identifican una problemática general que consiste en el uso de, casi en exclusiva, las funcionalidades de TV y “compartir pantalla”. Sin embargo, creemos que, si dotamos la experiencia de más acompañamiento, los usuarios usarán otras funcionalidades que de otro modo pasan desapercibidas.

Objetivo

Siguiendo con lo anterior, el objetivo de este análisis es definir las bases para crear una experiencia Shine propia para promocionar el uso de todas las aplicaciones y contenidos disponibles, así como el añadido de nuevos contenidos, centrándonos en alejar el producto de la identidad que tiene actualmente (una TV).

No vamos a sustituir la TV en el uso ni forzar el uso del resto de aplicaciones pero sí vamos a poner en valor el potencial de Shine mediante su transformación en el compañero ideal.

Análisis comparativo

Aunque Shine no cuenta con un competidor directo, sí que hemos creído necesario hacer un análisis de las alternativas que hay en el mercado. Vemos que algunas de las opciones sí que están disponibles en otras opciones (verde), otras existen pero contando con aplicaciones de terceros (naranja) y, finalmente, otras no existen y por tanto son únicas de Shine, lo que es un indicador claro de su ventaja.

		Customize your room	Color therapy	Discover the city	Wellness	My photos	TV	Good night	Screen sharing	VOD (not on Shine)	Control devices
Apple TV	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Chromecast	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
Roku							●		●		
Samsung Smart TV	●	●	●	●	●	●		●	●	●	

Entrevistas

Durante el proceso de entrevistas / focus group que se han llevado a cabo en los últimos meses, hemos detectado muchos puntos de los que destacamos los siguientes aspectos que apoyan la propuesta que definiremos más adelante:

Observaciones generales

1. Entre las actividades que realizan cuando están en la habitación, indican que miran Vídeos en YouTube, TV, Netflix, consultan su teléfono, buscan lugares a visitar, leen, miran su redes sociales, escuchan música, un baño o piden Room service, entre otros:
 - a. Esto nos indica que tenemos espacio para acompañar a los huéspedes todas o casi todas las actividades que llevan a cabo en la habitación.
2. Cuando se les pregunta qué esperan de una habitación inteligente, la mayoría de respuestas van en esta línea: Smart TV, control remoto, aparatos conectados (domótica), proveedores de vídeo (Vídeo on Demand).
 - a. El patrón aquí es la conectividad (dispositivo con la habitación) y contenido interactivo proporcionado por el hotel, por lo que nuestro estudio al respecto también tendría un buen impacto.

Específico Shine

3. Sobre qué añadirían a Shine, destacar: proveedores de vídeo (Netflix...), YouTube, luces de colores (domótica), room service, gaming, conectar el ordenador, recomendaciones de restaurantes u otros lugares de visita, entre otros.
 - a. Abarcamos casi todo esto, por lo que un replanteamiento “inteligente” pondría en valor todas las funcionalidades.
4. Finalmente, además de las preguntas, cuando observamos el uso de la app, hemos detectado la necesidad de guía constante porque de otro modo los usuarios se quedaban con las primeras interacciones, que ya de por sí no eran inmediatas.
 - a. El concepto de comunicación, notificación, conectividad....ayudará en este aspecto.

Conclusiones

De acuerdo con lo indicado anteriormente, buscamos la creación de una identidad Shine mediante el diseño de un sistema de comunicación Shine-App, unidireccional con peticiones de respuestas simples (Si/No, Blanco/Negro...), acompañado con un diseño también funcional y enfocado en la experiencia de usuario, siguiendo siempre la premisa de que Shine acompaña a los usuarios para hacer de su experiencia lo más sencilla posible primero, y provechosa en segundo lugar.

Este sistema de comunicación se dividirá en dos bloques:

1. Creación de un apartado “inteligente” dentro de la app, encargado de “rellenar” el espacio de no uso activo de los dispositivos mientras se está en la habitación.
2. Añadir elementos también de comunicación y guía dentro de las aplicaciones existentes.

Con esto, tendremos una aplicación dirigida por un sistema de comunicación que facilitará la usabilidad y ayudará a disfrutar más de la experiencia, y que además es un espacio Shine “autónomo”. Con ambos desarrollos, dotaremos de “inteligencia” a Shine.

Así, para llevar a cabo la metodología explicada anteriormente, vamos a trabajar en torno a 3 pilares.

- Espacio “Smart”: creación de un espacio único Shine, basado en la comunicación unidireccional como pilar para la creación de identidad.
- Reordenación y reestructuración de la aplicación actual
- Experiencia de usuario externa, es decir, apoyo por soportes tipo flyers, web, u otros medios de promoción.

Definición del concepto

Estilo y comunicación

Apariencia de marca

Shine es una marca que transmite diálogo, es el mensaje en sí. Una marca que involucra a las personas. Debe ser una marca que represente una interfaz viva, muy enfocada al mundo digital, y a ofrecer experiencias inmediatas. Es una marca en constante movimiento y evolución. Shine proporciona momentos de inspiración y sorpresa, experiencias cotidianas unidas a otras excepcionales, todas exclusivas y enfocadas a la personalización.

Una marca dinámica

El rango de expresión queda abierto aunque con algunas limitaciones para mantener siempre un estilo claro y directo, con diferentes opciones de uso del logo, textos y colores, entre otros. Podemos jugar con degradados o mantenemos colores planos. La combinación de texto y color debe tener en cuenta la visibilidad y la luz como límites. Proyectamos sobre pared blanca y debemos garantizar la visibilidad y el movimiento (luz) sin tener que contar con fondos de contraste como blanco/negro, etc....la fuente debe poder verse sobre fondo blanco como prioridad.

Una marca viva

Igual que queremos acompañar a los huéspedes en su estancia de forma sorprendente y humana, nuestros mensajes e identidad de marca deben seguir esa premisa. Una forma directa y simple de comunicar, fácil de entender y con empatía. Así, la interfaz de la aplicación tiene que llegar a transmitir “vida” a lo largo del día, cambiando de color y apariencia a medida que pasa el día para dar una sensación de acompañamiento y reducir la sensación de artificialidad.

Una marca coherente

Todo lo anterior debe ir acompañado de elementos que garanticen coherencia en apariencia. Va en sentido general de la proporción y de la expresión del diseño y la consistencia de la impresión general. La marca debe ser reconocible en todos sus elementos.

Elementos básicos

Logo

Tras muchos test, el logo se confunde muchas veces con un botón, por lo que se considera que es mejor reducir su presencia en ese formato y dejarlo solo en texto dentro de la aplicación:



En el resto de soportes, el logo actúa como inicio o final de un mensaje. En algunos casos se puede colocar en cualquier lugar y tamaño (dentro del espacio de la comunicación). En otros casos el logo pretende ser un símbolo gráfico con potencia, sencillo sin efectos especiales, la simpleza debe acompañar siempre al logo.

Ejemplos:



Proporción del logo vs tipografía

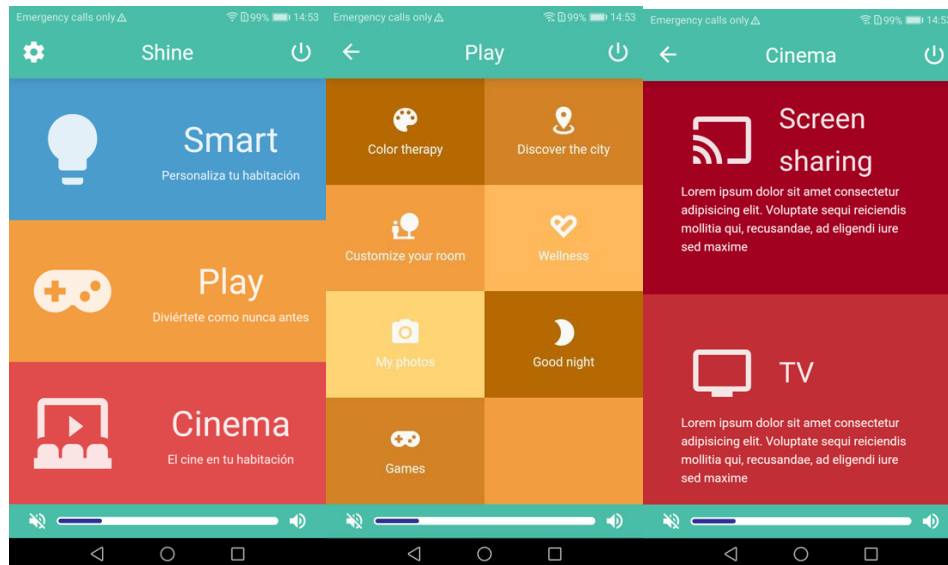
Definir la relación entre el logo (Shine) y la tipografía. Debe haber armonía entre el grosor de las líneas del logo y la tipografía que lo acompaña.

Colores

Con la redefinición del concepto, hemos pasado a colores planos, pasando del lila, fucsia, degradados, blanco y negro a una gama de colores más amplia. Aunque el orden de estos colores no es tan importante, la combinación idónea para transmitir el mensaje que se quiere construir sí es de gran importancia.

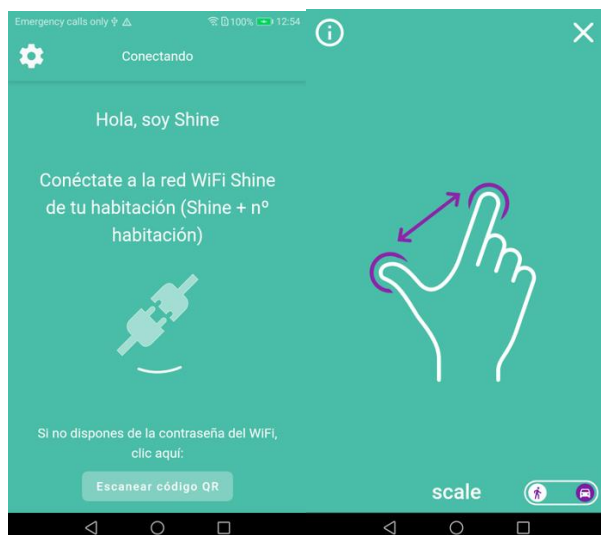
Jugamos con una combinación de colores que contemple en todo momento un objetivo primordial para una buena experiencia de usuario:

- Mantener siempre la agrupación de contenidos

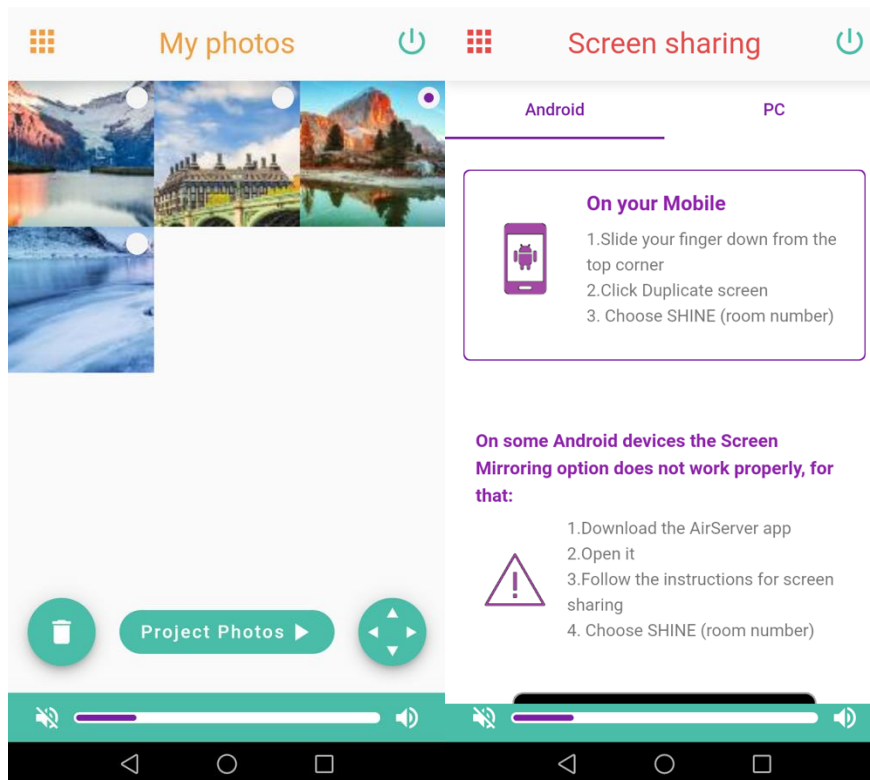


Siempre hay un color de fondo plano, con dos objetivos:

- Mantener una estética general para una buena ordenación de los mensajes. Es decir, la comunicación va con un código de color (verde en el ejemplo), y las funcionalidades van en distintos colores según su agrupación.



- Siempre mantenemos un mínimo indicador de color que indique que estamos en una agrupación u otra (naranja / rojo en el ejemplo):



Hemos pasado a colores planos pero no abandonamos los degradados. Los colores pueden aparecer completos y/o con degradado y sombreado (siempre considerando la coherencia del conjunto de la pieza).

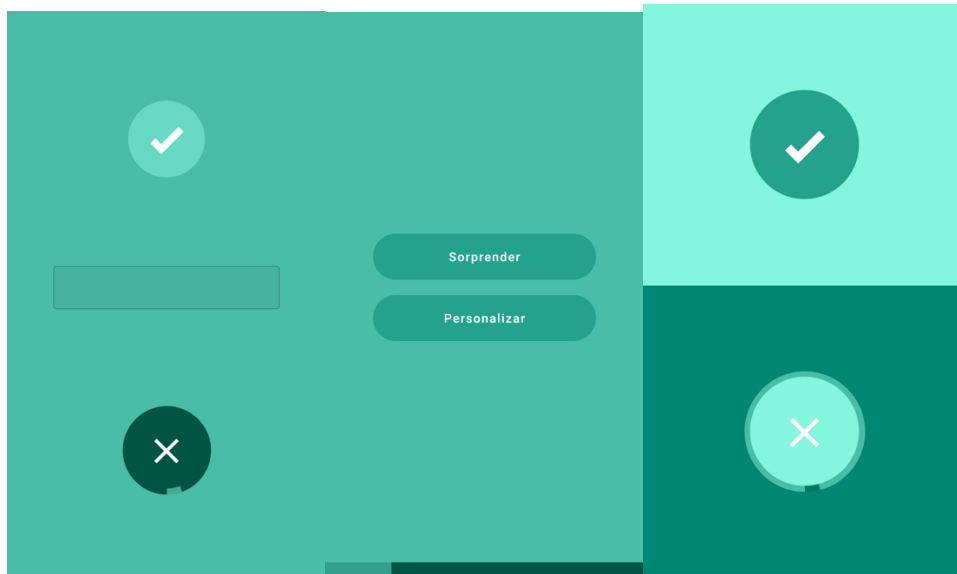
Pte: paleta de colores y css

Colores de alerta / comunicación / notificaciones.

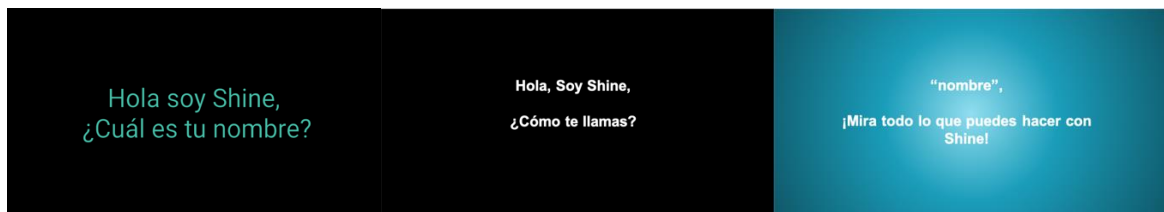
A usar cuando haya necesidad de diferenciación o llamada de atención clara.

Para la definición del nuevo concepto “Smart”, se ha creado un código de comunicación con diferenciando entre:

- Móvil: mensaje/ pregunta
 - Texto en botones: para preguntas / intrucciones
 - Texto blanco en cuadros de diálogo redondeados para diferenciarlos de la estética general de la aplicación (con bordes no redondeados) e indicar así que es un código distinto
 - Los botones usan los colores de fondo principal con degradados para facilitar la lectura (verde en el ejemplo)
 - Botones con iconos: para acciones que acompañen las instrucciones



- Pantalla proyección: instrucciones, tutoriales y preguntas
 - Se definen tres opciones para mostrar los diferentes mensajes:
 - Texto con color de cada agrupación en pantalla, sobre fondo blanco, con brillo y movimiento (juego de luces)
 - Texto blanco sin color sobre pared con mismo efecto que el anterior (ejemplo es el que va con fondo negro)
 - Texto sobre fondo de color para causar más impacto (como el rosa actual)



- Escenarios, estados de conversación.
 - El color tiene mucha importancia en las proyecciones cuando Shine “habla” o se comunica con el huésped. Debemos tener claramente identificado cuando Shine se encuentra en este estado:
 - Hablando: luz más intensa, parpadeo o latido más claro.
 - Esperando: luz menos intensa, parpadeo o latido más lento
 - Conversación finalizada: el mensaje, se apaga

En el siguiente vídeo se ven varios ejemplos que podemos aprovechar (sin nada de las florituras que hay sino más bien el cómo aparece y desaparece la tipografía).

https://www.youtube.com/watch?v=qK4Re_ArS3Q

Diseño de la proyección

Dado que Shine se comunica con el huésped, debemos definir una tipografía para tal efecto. Entre las opciones a barajar:

- Texto plano o que cambie de tamaño y tipo de movimiento, misma fuente que la actual (Roboto) que aparezca paulatinamente para dar sensación de conversación, es solo la idea del texto y podemos. Sin la parte gráfica aunque se puede plantear un ejemplo para valorar todas las opciones.
- Texto aparece entero de golpe y se le añade un efecto de luz, brillo y respiración...latidos.

En el siguiente vídeo se ven varias formas y tipos combinadas que podemos usar como referencia / inspiración.

https://www.youtube.com/watch?v=qK4Re_ArS3Q

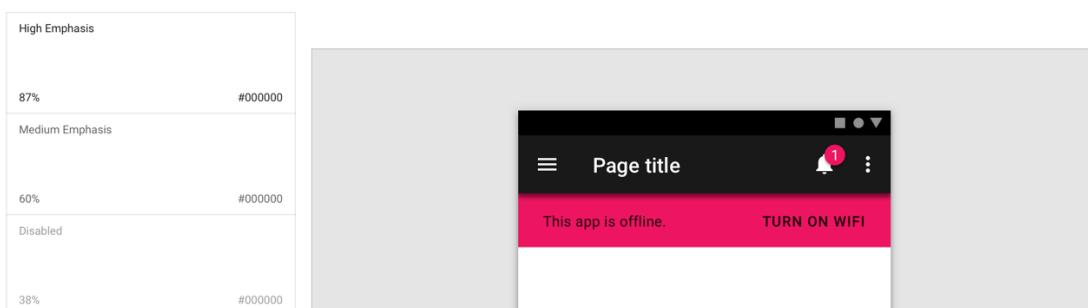
Se usaría el mismo estilo para la creación de carátulas que sustituyan las actuales.

Tipografía

Los encabezados, subtítulos y el cuerpo del mensaje deben generar una sensación de armonía a la vez que estructura y facilidad de lectura. Los diferentes niveles de lectura se deben hacer patentes mediante la tipografía y el tamaño.

Se puede usar Bold como alternativa para resaltar mensajes pero nunca diferentes tipografías en un mismo soporte. Para eso tenemos los diferentes tamaños y formatos (bold, cursiva...).

Normal, Bold, Light, Italic.



La tipografía puede aparecer en blanco o negro. Los titulares y las instrucciones también pueden aparecer los colores definidos por cada agrupación. El uso de escalas de grises colores con más o menos transparencia también es posible por razones funcionales en aplicaciones digitales o similares. Bold también se puede utilizar para resaltar texto del cuerpo y tablas.

Tamaños, espaciado y alineación

Los tamaños de letra, el espaciado entre líneas y el espaciado entre las jerarquías de texto (título, subtítulo, cuerpo) se pueden seleccionar libremente.

Recomendaciones:

- Jerarquía: % Título vs resto texto
- Alineación: la tipografía siempre aparece en tipo desigual. La alineación de la tipografía preferiblemente está alineada a la izquierda o al ras a la derecha con respecto al borde interno del logo. El logo puede aparecer arriba o debajo del título. Los títulos han de ser breves (por ejemplo, el nombre de la app solamente) se pueden alinear horizontalmente a la izquierda o a la derecha del logo. La tipografía se puede utilizar en mayúsculas y minúsculas.

Los estilos de fuente de Shine se asignan a los diversos elementos de texto:

- Título en Extended Bold
- Subtítulo en Extended Normal o Extended Bold
- Botones y botones de texto en Normal
- Cuerpo en normal / light normal
- Elementos de texto interactivo en Normal

Estas características están contempladas en la librería de Material.io, aunque se puede modificar, es recomendable mantener la originalidad por temas de eficiencia y coherencia.

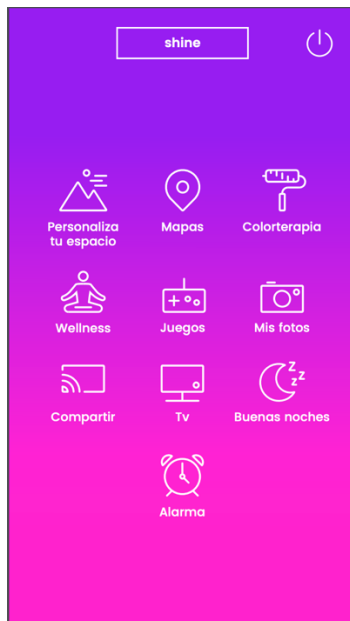
Disposición de la estructura (layout). Estructuras claras.

Para estructurar el contenido de una forma clara y coherente, el diseño se puede subdividir vertical y horizontalmente en bloques. Es importante que cada bloque tenga una función. La subdivisión es siempre recta, rectangular y desangrada hasta el borde. Cada imagen llena su área completa. Las transparencias, marcos, diagonales, cajas y otras formas geométricas perjudicarían la claridad de la impresión general.

Reordenación y estructuración

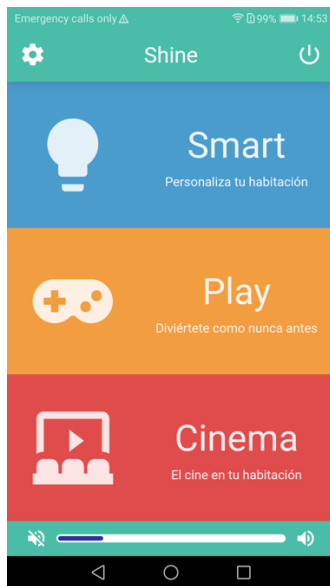
Ubicación de los contenidos / apps

La app actual tiene una distribución que no acompaña a los usuarios o que hace complicada la experiencia completa. Es por ello que creemos que la categorización, acompañada de un sistema de comunicación, puede ser la solución que enriquezca la experiencia o que la lleve al máximo nivel.



Se sugiere ordenar las aplicaciones siguiendo una agrupación según su lógica de uso:

- **Juega:** Descubre la ciudad, visualiza tus fotos o ¡simplemente juega!
 - Un espacio que incluya todas las apps cuyo grado de interacción es alto
 - Mapas, Colorterapia, Wellness, Juegos, Mis fotos
- **Disfruta:** tu espacio multimedia
 - El cine en la habitación
- **Transforma:** personaliza tu habitación
 - Espacio creado con el fin de dotar de inteligencia a Shine. Tendrá un apartado en la aplicación pero su configuración afectará a todas las funcionalidades de la app a diferentes niveles.



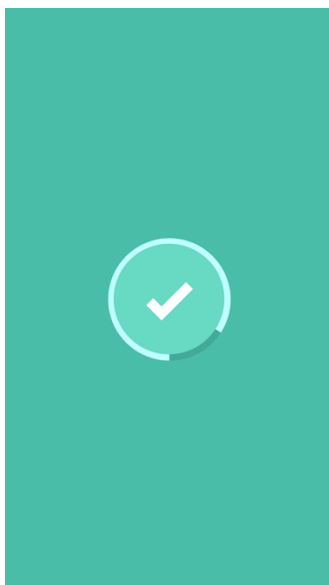
Diseño de la app Shine

Para poder llevar a cabo el cambio conceptual, es necesario hacer cambios en la web a varios niveles, sobre todo la parte de inicio, todo aquello que tiene que ver con inicio de la experiencia y la creación de un sistema de comunicación.

Pantalla de inicio:

Botón on/off: una pantalla previa a la del home, donde sólo haya un botón de encendido / apagado. Esto es para obligar a que se encienda Shine activamente por parte del usuario en caso de que no se haya encendido previamente, esto es sólo en caso del primer uso, después aparecerá siempre la Home con el botón de encendido arriba.

Ejemplo: icono de encendido y texto indicando que se encienda Shine.



Home

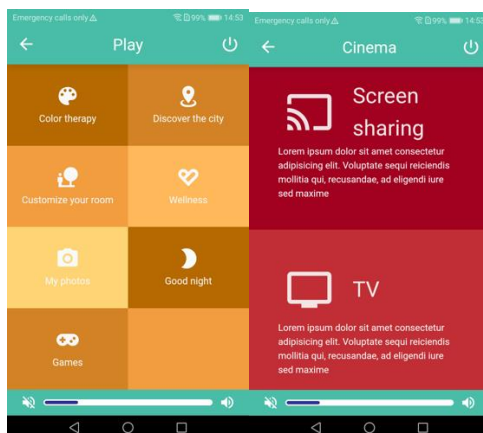
La Home está diseñada según la categorización explicada anteriormente.

- 3 espacios claramente identificados con una descripción clara.



Resto App

Se queda como está ahora pero con cambios de color ya que pasamos a un modelo multicolor para identificar claramente cada área con su color y variaciones (degradados). Es una forma de hacer que la navegación sea más intuitiva.



Espacio “Smart”

Como hemos indicado anteriormente, se ha definido la creación de un espacio creación de un espacio único Shine, basado en la comunicación unidireccional como pilar para la creación de identidad.

Este espacio tiene como principal objetivo la personalización de la experiencia y la guía dentro de la app en general.

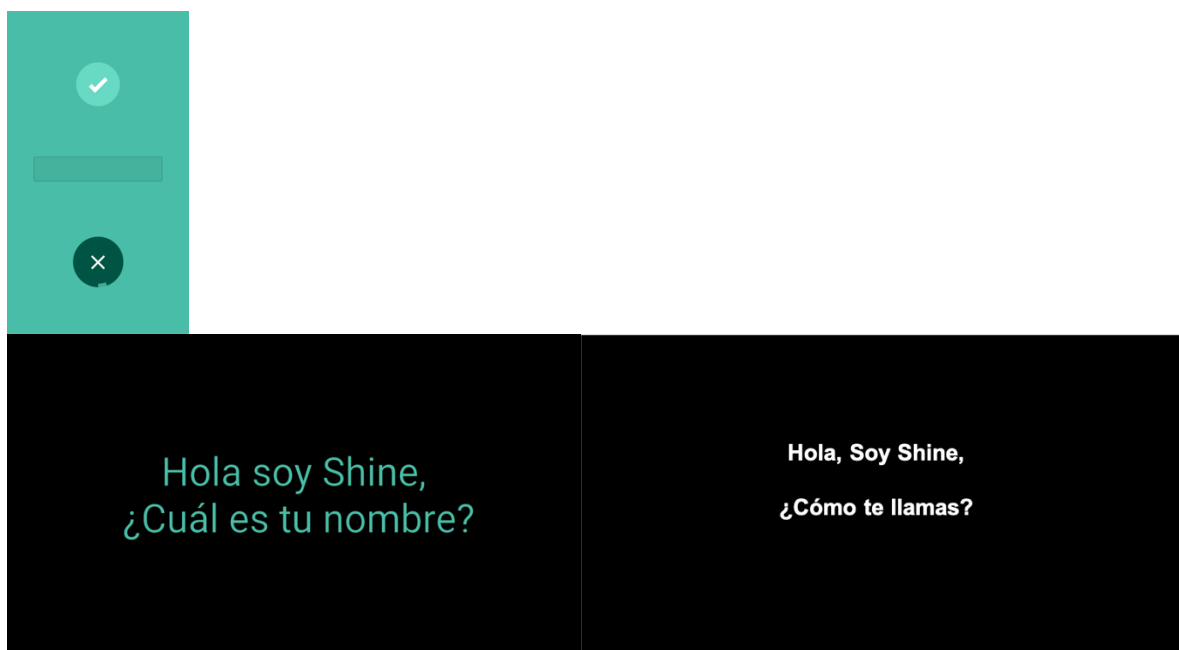
Como se ha visto en el apartado de estilo y comunicación, hemos definido un sistema de comunicación shine-app para dotar de inteligencia a Shine. A continuación se muestra un ejemplo de lo que esto representa:

Ejemplos de conversaciones

Primer contacto con el huésped

1. Shine encendido previamente

- Damos un mensaje de bienvenida en proyección. En el móvil, el huésped observa una pantalla donde se le invita a poner su nombre para una experiencia más personalizada.



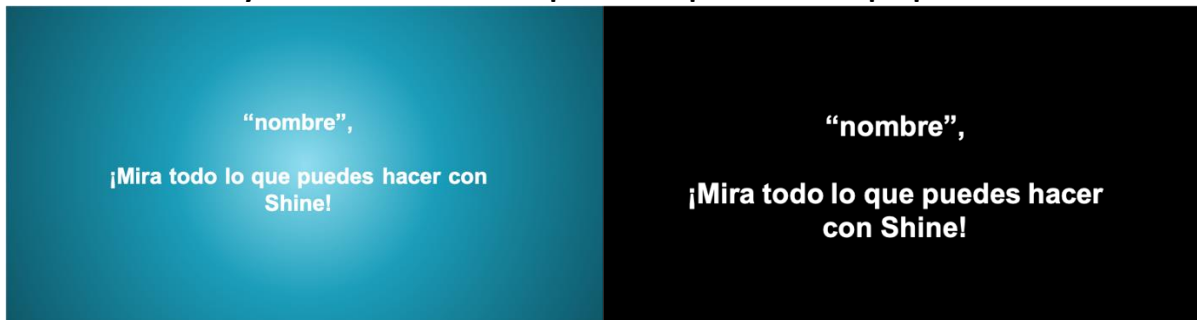
Proyección: **Hola, soy Shine, cuál es tu nombre / cómo te llamas?**

- El texto parpadea, es sobre fondo blanco, el color cambia según el momento del día para dar sensación de vida, movimiento, humanización.

Móvil: Hay un tiempo de espera visible para escribir. También hay un botón para cancelar la acción y por tanto no indicar el nombre.

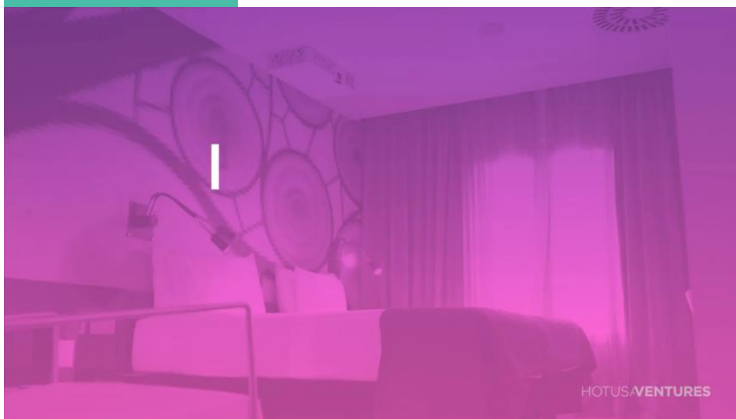
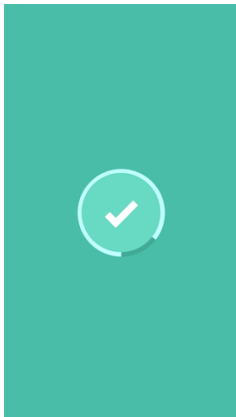
- Si huésped introduce el nombre:

- **“Nombre”, ¡mira toda la experiencia que te hemos preparado!**
- Si no introduce el nombre:
 - **Muy bien. ¡Mira toda la experiencia que te hemos preparado!**



Proyección: mostramos vídeo presentación Shine.

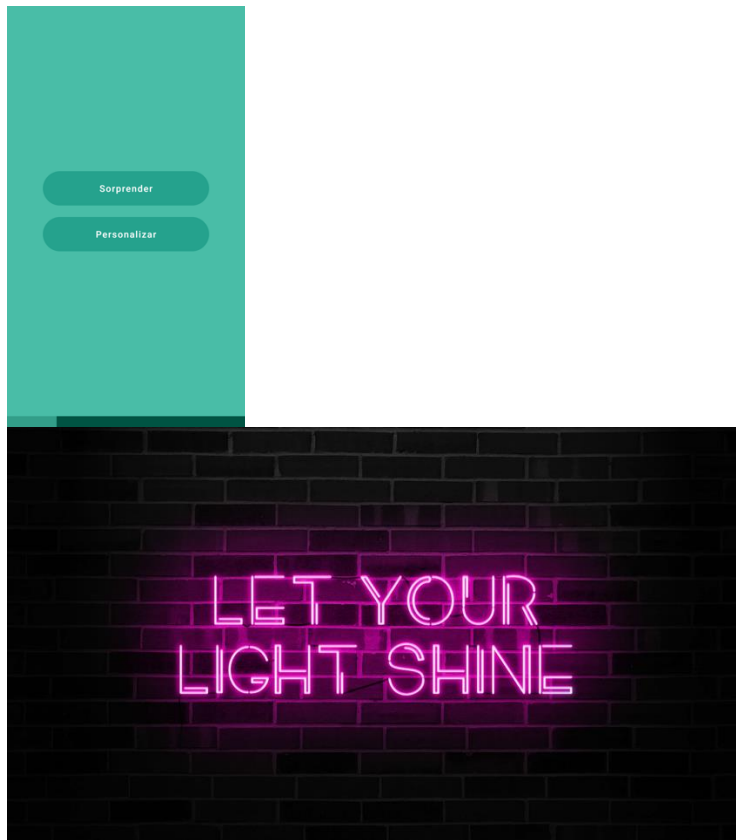
- Se muestra la primera vez, hay opción de quitarlo,
- hay temporizador para indicar en todo momento lo que falta.
- Tras la primera vez, habrá un botón de ver la presentación en la pestaña de opciones.



Tras la presentación, mostramos opciones:

- ¿Qué quieres hacer ahora?
 - Sorpréndeme: mostramos contenido de forma aleatoria y según el momento del día
 - Quiero explorar: lo llevamos a los contenidos para que pueda seleccionar cómo quiere personalizar la habitación.
 - Living Wall
 - Citas?

- Sabías qué?
- Otras opciones a estudiar a futuro



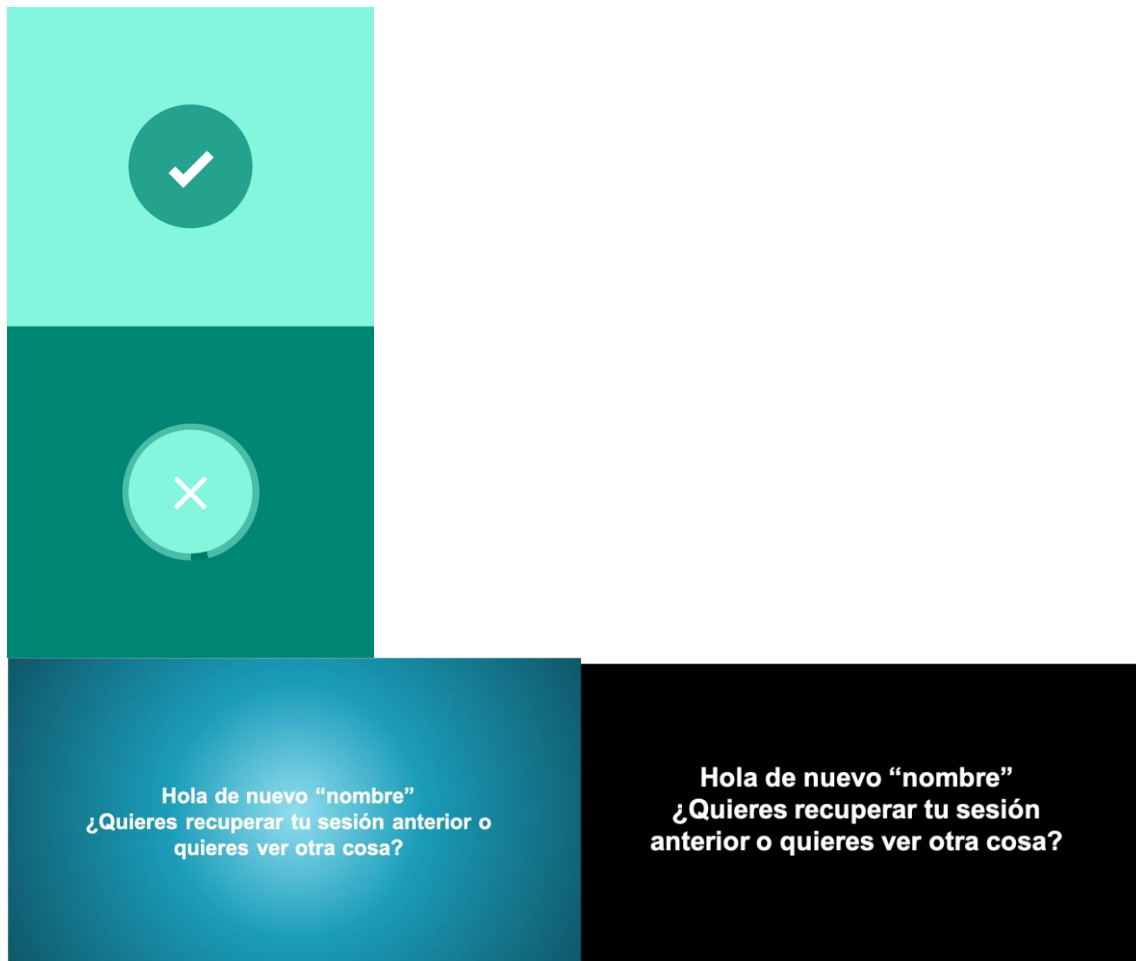
Segundo contacto con el huésped

Una vez se vuelva a conectar, ofrecemos diferentes opciones al huésped cuando se encienda Shine:

- Mantenemos la sesión donde la dejó y antes preguntamos si quiere seguir viendo lo mismo o quiere cambiar:

¿Quieres recuperar la sesión anterior o quieres hacer otra cosa?

- Opción de contestar Sí, No (optamos por iconos o texto, a decidir)
- Hay temporizador por lo que si no contesta, se recupera la sesión.
- Si dice que no, va a la Home

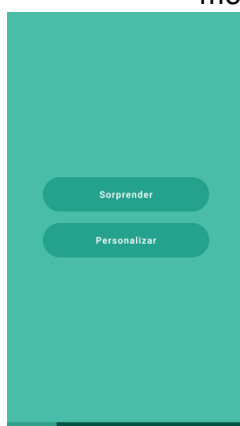


Comunicación en el resto de aplicaciones Shine

Como se indicaba anteriormente, las aplicaciones de Shine requieren de guía / acompañamiento para motivar su uso o sacarles mejor provecho.

Es por eso que las formas de comunicación explicadas anteriormente se podrían aplicar a algunas aplicaciones, especialmente aquellas con más complejidad a nivel de UX.

- Maps:
 - Cuando se abre la app, indicamos al usuario si quiere ver un vídeo de Barcelona o navegar en un Mapa 3D. EL formato de mensaje siempre es el mismo. En pantalla mostramos texto sobre el fondo que se decida y en el móvil damos opciones de clic:





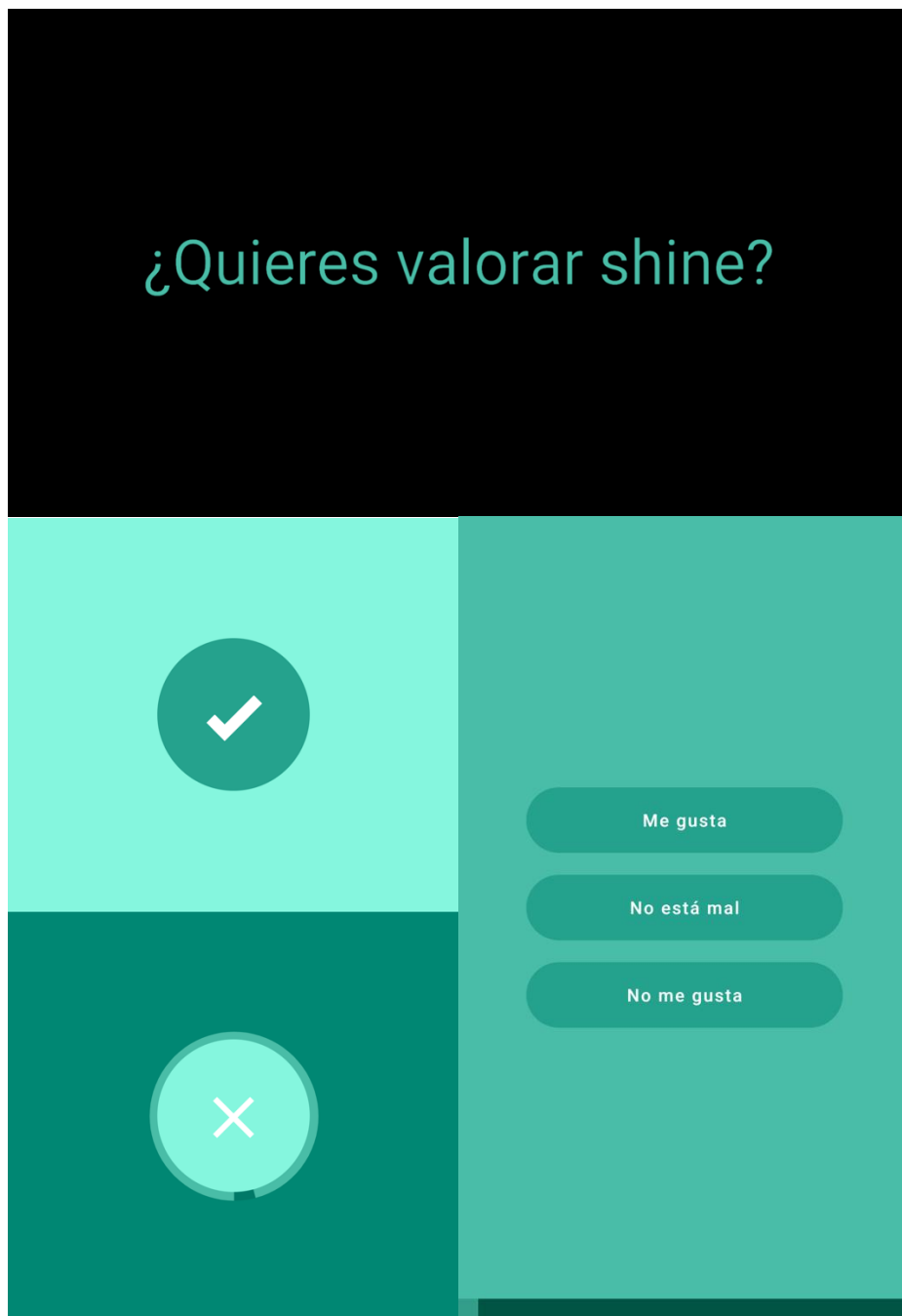
- Colors
 - ¿Quieres ver un color predeterminado o quieres seleccionar un color?

Comunicación de despedida

Para saber el momento de despedida, debemos conocer el momento en que el cliente se va de la habitación, hay que analizarlo técnicamente.

Por le momento se propone pedir una valoración:

- ¿Quieres valorar Shine?
 - Damos tres opciones de:
 - “me gusta” “no está mal” “no me gusta”
 - “me encanta” “mejorable”
 - Valroación en formato estrellas como en la Apple store.



Opciones de personalización

Además de ofrecer la opción de elegir entre los contenidos de los que disponemos en Living Wall, necesitamos desarrollar otro tipo de contenido para llenar los momentos de no uso activo o de silencio.

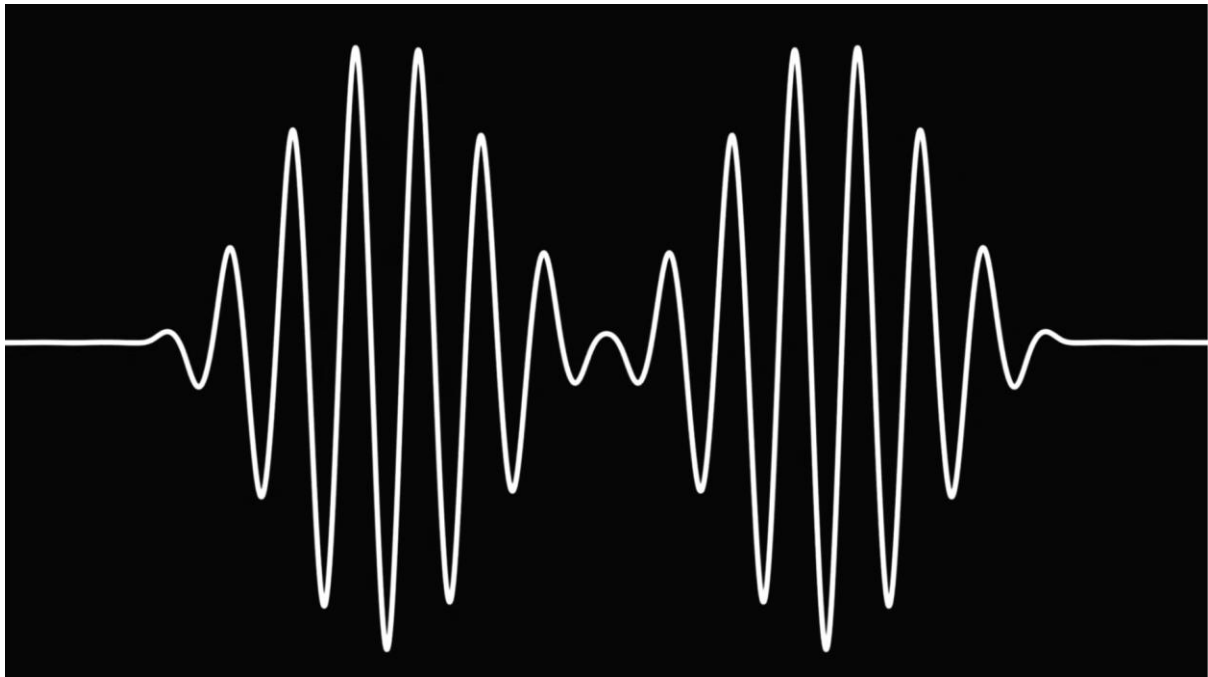
Ejemplos:

Citas / Sabías qué

Did you know Lady Liberty wears a
size 879 shoe?

32 |  Shine 08/10/2019

Crear contenidos dinámicos que se muevan según el ritmo de la música por ejemplo, de una línea blanca podemos crear muchas interacciones con la duración que creamos y las formas que deseemos.



Política de encendido y sistema de notificaciones

Una de las situaciones más críticas para que todo lo anterior tenga sentido, es la necesidad de encender el dispositivo. Ante esto, se nos plantean estos escenarios:

- Shine se debe encender desde recepción cuando se haga el check in (herramienta desarrollado para ello)
- Generar un sistema de notificaciones según los estados que queramos definir como por ejemplo:
 - Estado: Móvil conectado, proyector off, card on
 - Acción: Notificación en el móvil: “ya conoces todo lo que puedes hacer con Shine?”
 - Estado: Móvil conectado, sistema sin uso
 - Acción: Según momento del día, notificación en pared.
 - De noche: “¿ya conoces nuestras rutinas para ayudarte a dormir?”
 - ¡Muéstramelas! – “No me interesa”
 - Estado: Móvil off, sistema sin uso, proyector on, card on
 - Acción: mensaje en proyección: “¿quieres transportarte al ártico?”
“Abre tu aplicación Shine”

Analítica

La idea es crear un sistema modificable según los datos recogidos en la analítica de cada caso de uso / no uso.

Otros desarrollos: domótica

Estamos pendientes de las opciones de las que podemos disponer para añadir domótica y completar así la experiencia Shine.

El análisis está categorizado en 4 apartados:

- Luces: este caso es ideal para acompañar a Shine en toda la habitación, en este caso sí que Shine se convierte un elemento de experiencia global
- Presencia: sensores de presencia en la habitación que tienen como objetivo detectar si hay alguien en la habitación y sobretodo detectar las falsas presencias, es decir, cuando por ejemplo un huésped se va y deja la tarjeta puesta.
- Clima: es quizá el elemento de menos relevancia para Shine
- Cortinas: perfecto para los momentos del día donde la luz exterior puede afectar negativamente a la experiencia.