

## Transcripción del vídeo

### Recorridos de usuario

En el campo del diseño de UX, los diseñadores de UX combinan creatividad con herramientas, directrices, marcos y procesos para generar experiencias excepcionales para los usuarios.

Uno de estos marcos que les sirven como guía para crear soluciones centradas en el usuario es el "recorrido de usuario". Veamos qué es un recorrido de usuario y cómo ayuda a los diseñadores de UX a abordar las necesidades de los usuarios.

Suponga que está planificando un viaje por carretera con amigos. Antes de empezar, tiene que saber desde dónde salen y a dónde van.

Al igual que un mapa en el caso de un viaje por carretera, un recorrido de usuario es una guía de la ruta que sigue un usuario cuando interactúa con un producto digital. Esto significa que tiene un comienzo, un fin y una ruta en medio.

La ruta de un recorrido de usuario se divide en varias fases.

Los distintos sectores, como el de comercio electrónico y el de redes sociales, diseñan distintas fases para sus productos o servicios.

Sin embargo, hay algunas fases comunes para un producto digital: concienciación, investigación y reflexión, toma de decisiones, soporte, y fidelización y promoción.

¿Qué significan estas fases en una historia de usuario? Veámoslo.

Durante la fase de concienciación, el objetivo es que el producto digital llame la atención del usuario. Puede que vea un anuncio, escuche hablar de él a amigos o familiares, o tope con él mientras realiza una búsqueda en línea.

Durante la fase de investigación y reflexión, los usuarios empiezan a informarse sobre el producto. Puede que lo comparen con otros productos, lean reseñas o busquen más información para determinar si satisface sus necesidades.

En la fase de toma de decisiones, los usuarios deciden utilizar el producto. Esto puede significar que se registran o que efectúan una compra.

A medida que los usuarios interactúan con el producto, puede que detecten problemas o que tengan dudas. En la fase de soporte, buscan apoyo a través del servicio al cliente o de recursos de autoayuda.

Por último, para los usuarios que han tenido una experiencia positiva, la fase de fidelización y promoción representa una implicación continua. Siguen utilizando el producto y disfrutando de él. Estos usuarios leales también podrían convertirse en promotores si lo recomiendan a amigos o escriben reseñas positivas.

Para crear este recorrido de usuario, los diseñadores de UX utilizan usuarios prototipo que les aportan más información sobre las conductas y las motivaciones de los usuarios.

Cuando los diseñadores de UX entienden las necesidades y los deseos de los usuarios, pueden trazar estas fases del recorrido de usuario, desde la fase de concienciación hasta la de fidelización y promoción.

¿Por qué tienen que dedicar tanto tiempo y esfuerzo los diseñadores de UX a crear un recorrido de usuario? Porque un recorrido de usuario bien diseñado ofrece muchas ventajas. Ayuda a los diseñadores de UX a entender las experiencias que pueden tener los usuarios en cada paso de sus interacciones con un producto digital.

También puede simplificar el proceso de planificación para que los diseñadores de UX creen grandes experiencias para los usuarios.

Lo más importante que hay que recordar es que los recorridos de usuario ayudan a los diseñadores de UX a entender a sus usuarios y a empatizar con ellos, lo que les permite crear experiencias de diseño que aborden las necesidades de los usuarios en cada fase.