



Agencia de
Aprendizaje
a lo largo
de la vida

DISEÑO UX/UI

Clase 7

POV y MVP

Les damos la bienvenida

Vamos a comenzar a grabar la clase

Clase 06

Entrevistas Cualitativas

- ¿Qué es una entrevista?
- Tipos de entrevista
- Etapas de una entrevista
- **Tarea para el Proyecto Final**

Clase 07

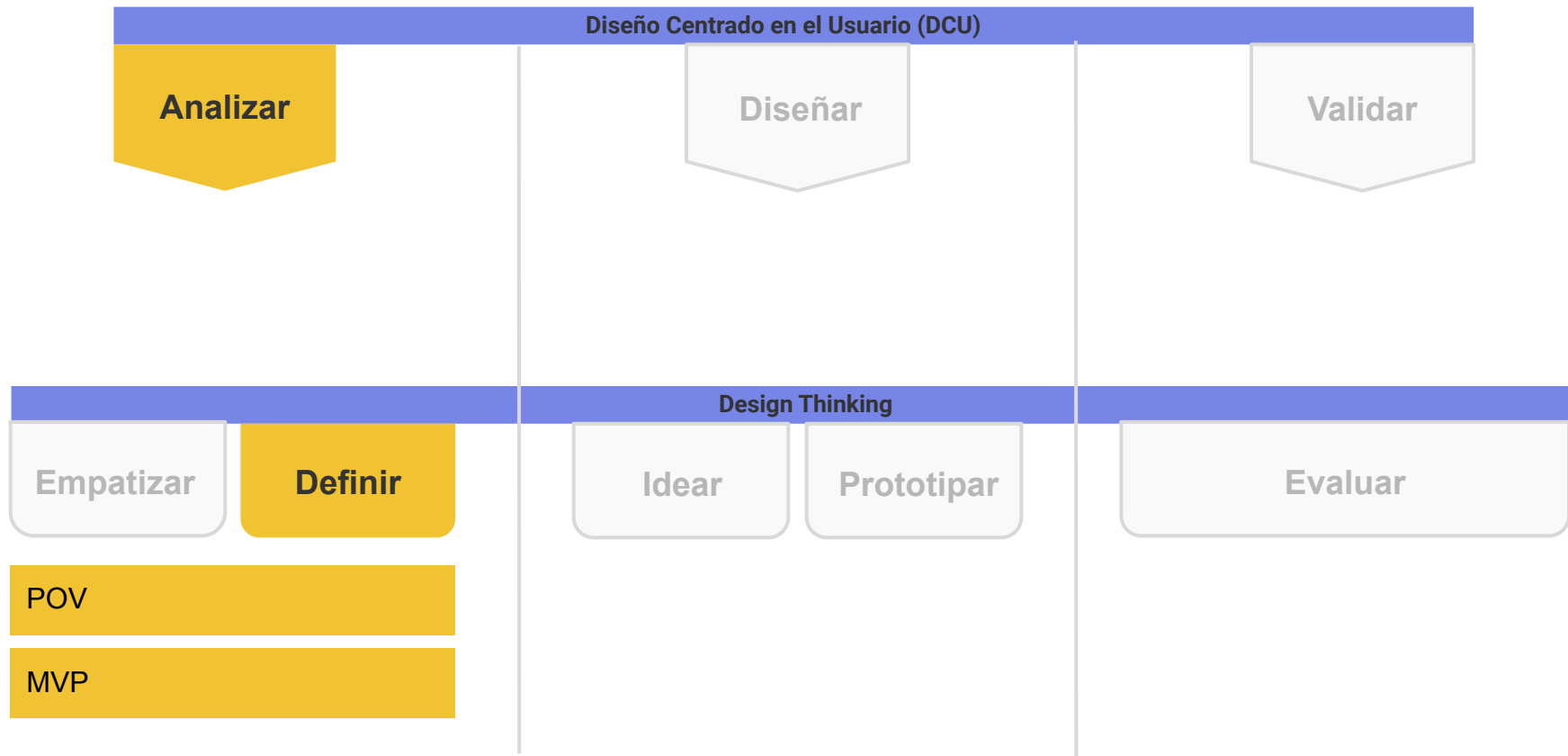
POV y MVP

- ¿Qué es un POV?
- Recursos:
Storytelling y Storyboard
- ¿Qué es un MVP?
- Listado de funcionalidades
- **Tarea para el Proyecto Final**

Clase 08

Arquitectura de la Información

- ¿Qué es la Arquitectura de la Información?
- Card Sorting en Optimal Workshop
- Matriz de Similitud y Dendrograma
- Mapa del sitio en Whimsical
- **Tarea para el Proyecto Final**

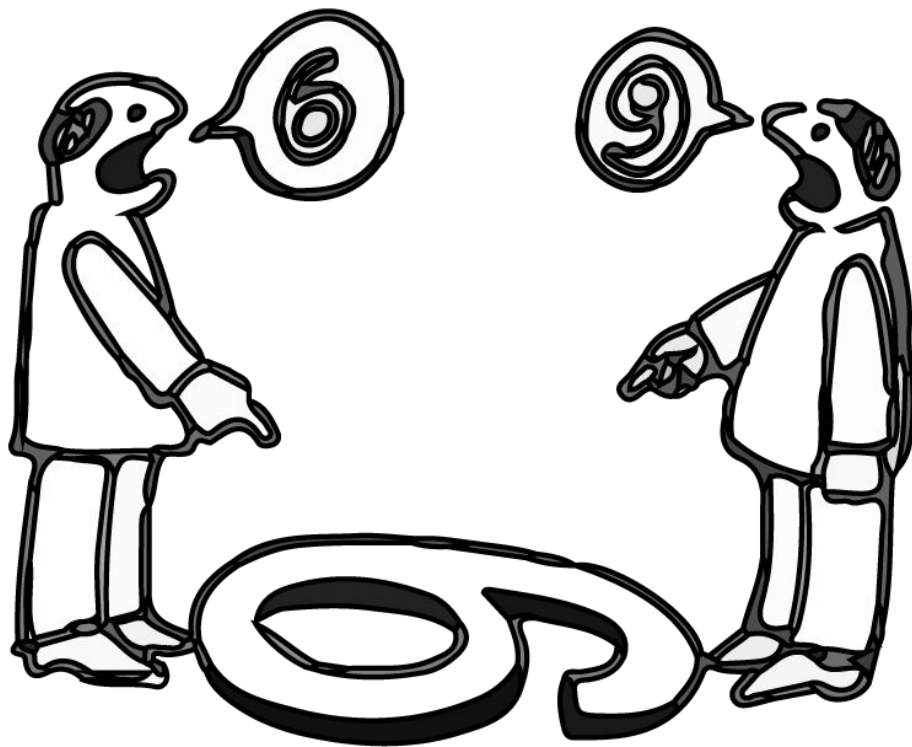


¿Qué es POV?

POV o **Point of view**, en español significa **Punto de vista**.

En UX sirve para obtener de forma concisa el **qué, para quién y por qué** estamos creando nuestro producto o servicio.

Si podemos entender realmente la problemática de nuestros usuarios podremos **generar una solución adecuada, focalizada y con valor agregado**.



Punto de vista

Para elaborar un “Punto de Vista” tenemos que pensar en una **historia (breve y significativa)** sobre el problema que vamos a abordar y cómo vamos a usar esa visión única que nos da el diseño para elaborar una solución para ese usuario.

- **Usuario** (descripción del usuario, por qué es nuestro usuario y no otro)
- **Necesita** (problema a abordar — en forma de verbo)
- **Porque** (describimos la clave del problema, lo que motiva a hacer)



Laura es secretaria en una empresa de vinos. Tiene 27 años y una mascota llamada Toby. Ella es nacida en Venezuela pero vive en CABA. Por su trabajo Laura viaja seguido a Mendoza. Ella **necesita** encontrar la tranquilidad y confianza en un cuidador a quien dejarle su mascota cuando viaja por trabajo, **porque** quiere sentir que deja a Toby en un segundo hogar donde lo cuiden como lo hacían sus padres en Venezuela.

Storytelling en UX

Estas técnicas narrativas son herramientas muy útiles para el diseño de servicios y productos digitales.

Es el arte de crear una secuencia de eventos, reales o ficticios, creando una **atmósfera que envuelva y cautive**.

Se trata de una manera de contar un mensaje para transmitir cosas e intentar influir en nuestro comportamiento.

Estructura y requisitos

User persona - Necesita (relacionado a nuestra app) - Porque: insight

Arco argumental + Emoción

Introducción - Nudo - Desenlace

¿Por qué es importante?

Contar historias es un recurso muy efectivo porque apela a la forma en la que funciona la mente humana.

- Es un impulso natural de **mantener orden y dotar de significado** a lo que observamos.

Las historias nos ayudan a **recordar**, las procesamos de una forma mucho más profunda de lo que procesamos otro tipo de información. Toda la información rica en detalles que nos da la descripción de los personajes, ubicación y los eventos, los relacionamos con nuestra experiencia personal, nos ayuda a **conectar de manera personal** con la información e ideas que transmite la historia.

- Las **emociones** juegan un papel muy importante también. Una historia cercana que cala hondo o toca un punto sensible en el usuario puede desencadenar **reacciones muy fuertes o memorias profundas**.



*"La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero
nunca olvidarán lo que les hiciste sentir".*



Autor/as/es: Maya Angelou.

Consejos para contar una buena historia

No se trata simplemente de tener una historia y contarla. La magia está en el arte de contarla, quiénes y cómo lo hagan. Solo así se conseguirá atraer a la audiencia, conectar con ella y diferenciarnos del conjunto.

Para que la historia pase al siguiente nivel, es importante que gire en torno a personas reales antes que «usuarios sin nombre». Cuando se da un poco de **información acerca del trasfondo de la historia y el usuario**, ayuda a vincular la historia con las necesidades de los usuarios.

Contar historias **que les resulte familiar** a los receptores ayuda a crear una buena conexión entre dicho receptor y la propia historia.

En relación a la trama, se describe cómo y porqué un usuario podría interactuar con un producto. Esto puede basarse de nuevo en una **interacción real que se haya observado** o puede ser un ejemplo hipotético pero realista.

Compartir datos del usuario es efectivo, pero hacerlo describiendo esos datos **a través de una historia rápida es incluso mucho más persuasivo.**

Datos: Durante el testeo, el 64% de los usuarios abandonaron la web tras haber realizado una búsqueda sin obtener resultados.

Efectivo: Julia estaba tan *frustrada* mientras intentaba buscar un producto en la web de diferentes formas sin obtener resultados, que finalmente se *sintió* tonta por no saber hacerlo y salió de la web *resoplando*. 64% de los usuarios, durante el test, se sintieron de forma similar y abandonaron la web tras una búsqueda sin resultados.

Súper efectivo: Julia, *mamá de tres, cuando terminó las tareas del hogar*, fue a su pc a intentar realizar una búsqueda.. Se frustró mucho luego de buscar de *mil formas* en la web y no obtener resultados. Aquella situación hizo que se sintiera tonta *por no considerarse buena con la pc*, así que se *rindió* y salió de la web *angustiada*. Realizamos un test y sus resultados indican que *6 de cada 10 usuarios se sintieron igual que Julia* y abandonaron la web tras una búsqueda sin resultados.



¿Qué es un Storyboard?

Es el **guión gráfico**. Es un **conjunto de ilustraciones** que aparecen en secuencia y que se utilizan como **guía para entender una historia**.

La característica principal del storyboard es su **representatividad**: es visual, la historia aparece frente a nuestros ojos como algo menos abstracto que en el guión.

Un storyboard se parece mucho a una **historieta de la narración**.

¿Cómo crear un storyboard?

1. Elabora una **línea temporal**. Piensa cuál va a ser el inicio de tu spot, el desarrollo y el desenlace. Te ayudará comenzar creando un listado de todo lo que va a pasar, para después ordenarlo.
2. Identifica cuáles son los **momentos clave** de tu historia. Aquellos en los que se representa el mensaje que quieres transmitir o los que destaquen las cualidades de tu producto.
3. Ten en cuenta que el storyboard sirve para mostrar visualmente una idea. No es el anuncio ni el vídeo final, **debe dibujarse rápidamente sin mucho detalle**, bastan unos bocetos para plasmar las ideas.

¿Cómo crear un storyboard?

4. Elabora los bocetos y los **complementas con información**. Utilizar globos de diálogo, una descripción aclaratoria debajo del cuadro, etc.
5. Si no se te ocurre qué representar en cada viñeta, piensa en **dónde puedes "cortar" la historia**. Un ejemplo sencillo: En la primera viñeta podría aparecer un personaje triste porque tiene una necesidad que no logra cubrir. En la siguiente, el anuncio de nuestro producto. Y, en la última, el mismo personaje feliz, sin el problema que le atormentaba.

STORYBOARD

| | | |
|--|--|--|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Ejercicio Clase 7

Agarren hoja y lápiz, vamos a practicar rápidamente cómo hacer un storyboard.



Relato breve para el Ejercicio en clase de Storyboard

Un hombre se le acercó a un sabio anciano y le dijo:

– Me han contado que eres muy sabio. Por favor dime, ¿qué cosas haces como sabio que no podamos hacer los demás?

El anciano le contestó:

– Bueno, cuando como, simplemente como; duermo cuando estoy durmiendo, y cuando hablo contigo, sólo hablo contigo.

El hombre lo miró con asombro y le dijo:

– Pero yo también puedo hacer esas cosas y no por eso soy un sabio.

– Yo no lo creo así -replicó el anciano...

– Cuando duermes, recuerdas los problemas que tuviste durante el día, o te preocupas por los que podrás tener al levantarte. Cuando comes, estás pensando en qué harás después. Mientras hablas conmigo, estás pensando en qué vas a preguntarme o cómo vas a responderme antes de que termine de hablar.

¿Qué es un MVP?

Minimum Viable Product - **Producto Mínimo Viable.**

En desarrollo de producto, el producto viable mínimo es un **producto con suficientes características para satisfacer a los clientes iniciales, y proporcionar retroalimentación para el desarrollo futuro.**

En desarrollo de startups (empresas emergentes altamente innovadoras), para garantizar que una startup tenga éxito, se necesita **desarrollar productos escalables**, que deben introducirse gradualmente. Esta práctica es muy funcional para reducir riesgos y evitar gastos excesivos. Se basa en una validación real, **basada en pruebas y feedbacks de los clientes.**



1



2



3



4

MVP:



1



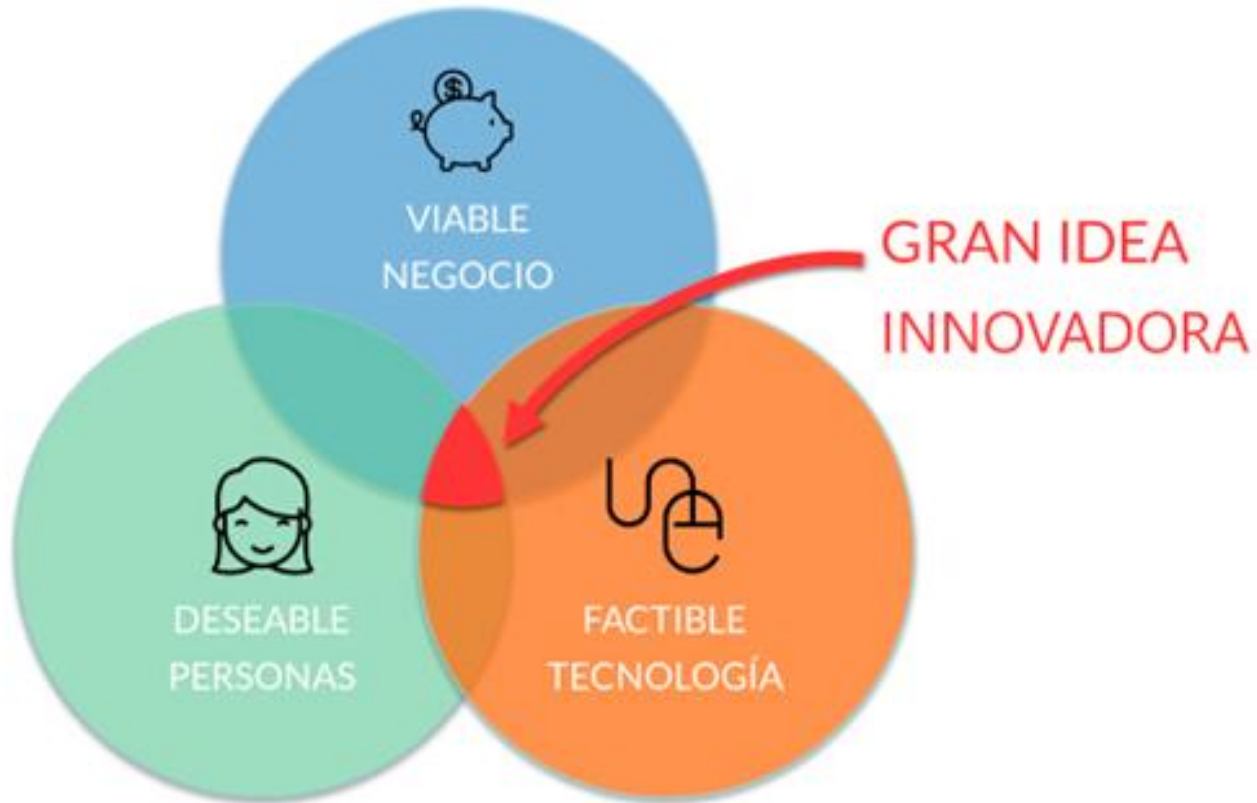
2



3



4



MVP

Es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recolectar, con el menor esfuerzo posible, **la máxima cantidad de conocimiento validado sobre sus potenciales clientes.**

Se utiliza para obtener un conocimiento rápido y cuantitativo del mercado de un producto, o de algunas funcionalidades en particular.

Tiene solamente aquellas funcionalidades que permiten que el producto sea lanzado.

MVP

Al pensar en un nuevo servicio, producto o canal, se suelen establecer hipótesis o pequeños supuestos acerca de **lo que se necesita para solucionar una necesidad**.

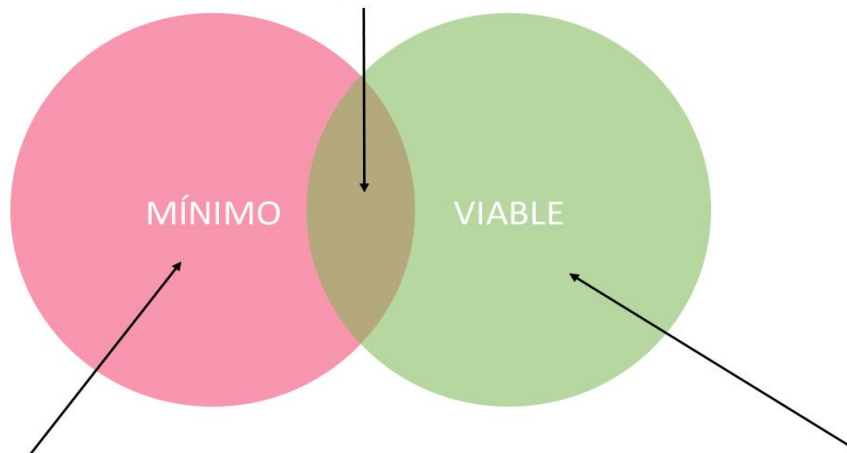
Un **ejercicio para determinar el producto mínimo viable**, permite establecer **qué ideas son válidas y cuáles deben descartarse** antes de iniciar la producción.

Para lograrlo necesitamos:

- **Listado de tareas**
- Determinar cuales son **prioridad, imprescindible**.
- Determinar futuras versiones, **deseable**.

MÍNIMO + VIABLE

Productos viables mínimamente, perfectos para reducir incertidumbres, probar hipótesis, re-definir conceptos y mejorar iterativamente el producto según el mercado responde...



Productos insuficientes en sus funcionalidades o valor aportado. Generalmente, son productos de mala calidad, que no responden a la necesidad esencial de sus potenciales usuarios, y que, por tanto, nadie quiere usar...

Productos que, generalmente tras una gran inversión de tiempo y dinero, salen al mercado con una gran cantidad de funcionalidades que nadie (usuarios finales) ha probado todavía... y que es probable que muchas de ellas o en conjunto no respondan parcial o totalmente a las necesidades esenciales del usuario final...

Tarea para el Proyecto

Para continuar con el **Proyecto Final** que vamos a desarrollar durante todo este curso:

Vamos a realizar un **POV** aplicando las técnicas de **Storytelling y Storyboard**, esto nos permitirá a nosotros y a otros/as comprender y empatizar con nuestros usuarios.

Para ello realizaremos las siguientes tareas:

- **POV** - Completar la frase: **Usuario - Necesita - Porque**.
- **Storytelling** - Crear una **narración** sobre nuestro proyecto que cuente con un: **Inicio - Nudo - Desenlace**, que cree una **conexión emocional** con nuestra User Persona. Que sea persuasiva y tenga relación con nuestros usuarios.
- **Storyboard** - Representar visualmente la narración. Ilustrando los **momentos clave** de la historia (6 dibujos máximo).
Recuerden que no es necesario saber dibujar “bien” sino que se entienda la idea. Puede ser a mano o digital, si es a mano deberán pasarlo a tinta y escanearlo con buena calidad y buena luz para que se pueda visualizar correctamente.

Tarea para el Proyecto

Para continuar con el **Proyecto Final** que vamos a desarrollar durante todo este curso:

Vamos a definir un **MVP**, esto nos permitirá tener en claro cuales son las funcionalidades básicas que debe tener mi app.

Para hacerlo debemos:

- Redactar una **lista de tareas** (todas las que se me ocurran relacionadas a mi proyecto).
- Definir prioridades, **cuáles tareas son imprescindibles para el funcionamiento de la app**.
- Definir cuáles tareas son **deseables** para versiones más avanzadas de mi app en un futuro (versión 2.0).
- Identificar cuál es la **función básica y primordial** que mi usuario realizará en mi app, y por qué es **deseable para mi usuario**.

Realizar un informe sobre las conclusiones del ejercicio, cuáles tareas se desarrollaran primero y por qué (explicar brevemente cada tarea).

Ejemplo de entrega

POV

Pilar es una estudiante avanzada que vive en Buenos Aires. Ya ha hecho terapia antes.

Ella **necesita** encontrar a un psicólogo que se adecue mejor a sus necesidades y la ayude a superar esta etapa de su vida, **porque** quiere sentirse mejor y más realizada.



Storytelling:

El novio de Pilar terminó la relación que tenía con ella desde la escuela. Ella se siente muy triste y no sabe cómo buscar un terapeuta con el que se sienta cómoda. Recurre a su mamá y a sus amigas para que le recomienden alguno. Intenta atenderse con los distintos terapeutas que sus conocidas le recomendaron, sin tener éxito, luego de un año, continúa con el mismo problema. Hasta que un día en su celular aparece la solución, una app para buscar terapeuta! Usandola al fin consigue encontrar a su terapeuta ideal que la ayuda a mejorar y encontrar la felicidad.



STORYBOARD:

Nos ayuda a predecir y explorar visualmente la experiencia de un usuario con un producto.

Facilita la tarea de comprender cómo las personas podrían interactuar con la app.



MVP



IMPRESCINDIBLES (versión lanzamiento)

Mi cuenta

- Datos personales: nombre y apellido, dni, email, ciudad, género, fecha de nacimiento, motivo de consulta.
- Sugerencias.

Buscar psicólogo

- Filtrar por problemática del paciente (ejemplo: adicción, trastorno alimenticio, fobias, duelo, depresión, ansiedad, etc.), tipo de terapia (psicoanálisis, TCC, sistémica, etc.), costo, disponibilidad horaria del profesional, zona geográfica.
- Agendar un primer turno con el profesional.



DESEABLES (más adelante)

Mi cuenta

- Gestionar mis turnos.
- Configurar preferencias que permitan búsquedas y sugerencias más efectivas.
- Mis valoraciones y reseñas realizadas sobre el profesional.
- Dar de baja (cuenta).
- Medios de pago.

Conectar usuarios

- Chat entre paciente y profesional.

Buscar psicólogo

- Mejorar el filtro (valoraciones).
- Gestionar todos los turnos con el profesional.
- Testimonios sobre la app.

Historia clínica

- Gestionar la historia clínica del paciente para que el psicólogo que derive pueda registrar información del paciente.

En pleno auge de la virtualidad y el **trabajo a distancia**, cada vez son más las personas que optan por un estilo de vida que les permita **vivir viajando**.

Sin embargo, las ofertas para alquilar sostienen precios elevados y por periodos cortos.



POV Punto de vista

¿Quién es, qué necesita y por qué?

Paula es freelancer y tiene ganas de vivir en diferentes lugares durante el año. **Necesita** encontrar alojamientos por periodos de tiempo largos y a costos razonables, **porque** quiere hospedarse por algunos meses y sentirse como en casa.

MVP Mínimo producto viable

| VERSIÓN LANZAMIENTO | | | |
|---------------------|---|---|--|
| Prioridades | Home | Buscador | Perfil |
| IMPRESINDIBLE | <ul style="list-style-type: none">- Novedades- Sugerencias- Chat entre usuarios | <ul style="list-style-type: none">- Encontrar alojamientos- Filtrar por ubicación y plazos de alquiler | <ul style="list-style-type: none">- Gestionar mis reservas- Administrar publicaciones propias |
| DESEABLE | <ul style="list-style-type: none">- Recordatorio de próximas reservas | <ul style="list-style-type: none">- Llevar un historial de los alojamientos vistos- Ver valoraciones y opiniones | <ul style="list-style-type: none">- Llevar un registro de mis valoraciones y opiniones |

No te olvides de dar el presente

Recordá:

- **Revisar la Cartelera de Novedades.**
- **Hacer tus consultas en el Foro.**

Todo en el Aula Virtual.

**Muchas gracias por tu atención.
Nos vemos pronto**