

PRACTICA UX: LISTA DE REQUISITOS PROYECTO FINAL BOOTCAMP KEEPCODING

Víctor Bandín Mauriz

Concepto.

El proyecto a desarrollar es una **red social** basada en la producción de **contenido editorial** (Blog Post) **generado por los usuarios**.

Uno de sus **puntos diferenciales** frente a otras plataformas (Por ejemplo Blogger), es que la inexistencia de plantillas y widgets personalizados más allá del nombre del blog y la identificación del usuario, presentando los contenidos con un **diseño minimalista** donde nada distraiga del propio contenido y **donde lo destacado sea precisamente la calidad del mismo**.

Igualmente, **aunque no es el objetivo de la práctica**, tanto el **área privada** como el **proceso de registro** se orientaran a la sencillez y el minimalismo para garantizar una curva de aprendizaje mínima y una experiencia de usuario sobresaliente.

Tipos de usuarios.

Con carácter general, establecemos los siguientes tipos de usuarios:

- **Creadores:** Usuarios registrados que utilizan la plataforma editorial como un medio de comunicación para ganar notoriedad y reconocimiento.
- **Comentaristas:** Usuarios registrados participativos que quieren aportar otro enfoque complementario o contrario al de los creadores, apoyar las tesis de estos o ganar visibilidad para sí mismos a través de la notoriedad de los más influyentes.
- **Pasivos:** Usuarios no registrados que acceden a los contenidos a través de las redes sociales, el correo electrónico (enviado por alguno de sus conocidos) y/o los buscadores para consumir las publicaciones.
- **Sociales:** Usuarios (registrados o no) que utilizan los contenidos que más les gustan para alimentar sus perfiles sociales en otras redes.
- **Coleccionistas:** Usuarios registrados con un nivel de participación bajo que utilizan la plataforma como repositorio para guardar los contenidos que les parecen más interesantes y poder acceder a ellos con facilidad en el futuro.

Estas tipologías se establecen para **facilitar la segmentación** de la comunidad de usuarios, siendo muy probable que se den **casos de uso en los que estos perfiles se entremezclen**.

Objetivos generales.

- **Captar Creadores** que alimenten la plataforma con sus contenidos.
- **Captar Pasivos** para conformar una audiencia cualificada que permita atraer a más creadores así como anunciantes de cara a una futura monetización de la red.
- **Convertir a los Pasivos en usuarios registrados** (Comentaristas/Coleccionistas) para generar una comunidad de comentaristas que orbite alrededor de los contenidos publicados.
- **Convertir a los Comentaristas en Creadores** aunque sea de forma puntual, aprovechando los mensajes de confirmación y los boletines para incentivarles a realizar respuestas más elaboradas a través de sus propios posts.
- **Incentivar a Coleccionistas y Sociales** con alertas y mensajes internos (Por ejemplo recordando a un usuario cuyo tiempo de lectura sea elevado que puede guardar el artículo para consultarlo más adelante o compartirlo en sus redes sociales).

Jerarquía de la información.

El **header común** a todas las páginas del site incluye los **elementos básicos** para profundizar en los contenidos de la plataforma: **Un buscador de texto libre y un listado de categorías para una navegación estructurada**.

Las **páginas más importantes de la plataforma** son los **posts de los usuarios**. Como ya se ha avanzado, en estas páginas del site se utilizará un **diseño minimalista** para destacar el texto, el título, la ilustración/fotografía que lo acompañe sobre el resto de elementos, **eliminando cualquier distracción superflua**.

En un **nivel secundario** pero eminente dada la importancia de captar Creadores para la plataforma, se **destacará el perfil del autor** (Fotografía, nombre y número de seguidores), otorgando a estos el **estatus de influencers** que buscan al publicar sus contenidos en Internet.

Para incrementar el engagement y facilitar su medición, los posts no se verán completos sino que, al alcanzar el **35% del texto publicado**, los usuarios tendrán que hacer **click en “Seguir leyendo”** para continuar la lectura. Aunque esta práctica es contra-intuitiva para la satisfacción del usuario, **mejorará la monetización** de la plataforma al generar **más páginas vistas**, **incentivará a los Creadores a elaborar contenidos de calidad** e **incrementará el grado de implicación de los Pasivos** al exigirles un pequeño esfuerzo para continuar leyendo.

Tras el artículo, se incluirá la **sección de comentarios** en la que **lo más destacado** al margen del propio comentario será igualmente el **perfil del comentarista**. Al igual que en el caso de los posts, los visitantes **solo verán el primer tercio del comentario** y deberán clickar para leerlo completo. Este es un gran **incentivo para que la aportación de los comentaristas tenga una calidad mínima** si esperan que, al margen del autor, alguien les lea.

A continuación, los visitantes verán una **selección de artículos recomendados** en función de la temática y el autor del contenido que están leyendo a fin de **generar permanencia en el site y fidelizar a los nuevos usuarios**. En este sentido, **renunciamos a incluir y destacar categorías** (al margen de la selección incluida en el header bajo el buscador, que en versiones posteriores de la plataforma serán personalizadas en función del artículo concreto y la actividad previa del usuario), ya que consideramos que **la mayor parte de los visitantes se integrarán en la categoría de pasivos** y llegaran directamente al artículo que están leyendo, por lo que **apostamos por captarles vía otros artículos de valor antes que por una selección temática general**.

En la misma línea de captar usuarios “paracaidistas” con artículos de alta calidad incluimos una sección **“Hoy no puedes perderte”** en la que encontrarán los 2/3 artículos más leídos, comentados y compartidos de la plataforma.

Aunque **no se ha incluido en el prototipo**, en la versión final los usuarios podrán **acceder directamente al perfil del autor** (así como al de los comentaristas y autores de los artículos recomendados) para ver todos los contenidos publicados por este y el número de seguidores, artículos guardados y compartidos por otros usuarios como información destacada.

La segunda página más importante del site es la Home. El **objetivo** de esta parte del site **apelar a la vanidad de los usuarios**. A los Creadores y a los Comentaristas se les “vende” la notoriedad que pueden alcanzar firmando contenidos y comentarios en la plataforma. A los Pasivos, Coleccionistas y Sociales se les vende el acceso directo a contenidos y autores de gran calidad. **Por eso se les destaca como influencers** y se ofrece bajo el call to action principal una selección de los principales influencers y contenidos por categorías.

Esta orientación de la Home hacia la captación de Creadores y Comentaristas se basa en dos asunciones:

1 – Los Pasivos son “paracaidistas” y como tales llegaran al site a través de algún contenido. Es menos probable que busquen la plataforma como tal, y menos al tratarse de un proyecto nuevo sin una marca notoria ni consolidada.

2 – Los Creadores y los Comentaristas si investigarán (búsqueda en Google o visita a la Home) **antes de registrarse** en la plataforma. El objetivo es **venderles que es una red para influencers** donde ya hay autores de alta calidad y con una audiencia que les sigue.

Por último, las **páginas de categorías** se orientan principalmente a **Coleccionistas y Sociales**, facilitando que estos puedan **localizar y compartir los contenidos** que más les interesan a través de las categorías y autores que ya conocen.