

Aplicacion móvil facebook:

Posee una estructura comprobada y funcional, pero se agregan elementos, gráficos y funciones constantemente.

Son muy conocidos los cambios que se han realizado en busca de un diseño más minimalista, agregando así funciones como las historias.

Parte funcional

La principal función de facebook es ser una red social, pero también nos ofrece funcionalidades adicionales como crear álbum de recuerdos, marketplace que te permite comprar y vender, servicio de mensajería, entre otros.

Parte Informativa

Podemos determinar que la información o el contenido que ofrece a los usuarios es un gran almacén de contenido multimedia, que es alimentado por los propios usuarios, volviéndose así una red social muy completa.

Nivel de estrategia

1. ¿Qué busca realizar y alcanzar el usuario con el producto?

El usuario puede tener diferentes objetivos al usar facebook, todo depende de sus intereses y aficiones.

Ya que hablamos de una red social algunos de los objetivos que el usuario busca serían:

Conectar con su lista de amigos y familia y también conectar con gente nueva y crear nuevos lazos.

También se puede usar como medio de entretenimiento, ya que facebook cuenta con videos y memes, los cuales los usuarios pueden compartir y a su vez opinar.

La app también cuenta con noticias y actualidad, lo que nos sirve para mantenernos conectados e informados, seguir temas de interés como deportes, cine, cocina, etc.

También existen grupos donde los usuarios pueden compartir intereses, gustos, etc.

Cuenta con una plataforma de compra y venta muy eficiente, llamada marketplace, donde los usuarios ponen sus precios y condiciones.

En pocas palabras el usuario busca conectarse socialmente, informarse, entretenerse, promocionar o vender, etc.

2. ¿Qué objetivos queremos alcanzar como negocio u organización?

Facebook como aplicación móvil busca conectar, informar, entretener y ser una de las redes sociales más usadas a nivel mundial.

Nivel de enfoque

3. ¿Qué debemos entregarle en cuanto a funcionalidades y contenidos al usuario de nuestro producto para que cumplan sus objetivos?

Debe ser fácil de usar: Cualquier usuario debe ser capaz de utilizar la app, sin importar si este es experimentado o no.

Intuitivo: Que el usuario pueda encontrar fácilmente los distintos apartados de la app, sin ningún tipo de capacitación.

Debe ser entretenido: Que el contenido multimedia que se encuentre sea del interés del usuario, que no sea repetitivo.

Adaptativo: La app debe ser capaz de mantenerse a la orden del día en cuanto a tendencias, por lo que, las actualizaciones son fundamentales.

Seguro y confiable: El usuario debe navegar en la app sintiéndose seguro de que su información está protegida.

Accesible: La app debe ser multidispositivo, esto quiere decir, que se pueda acceder a esta desde cualquier dispositivo móvil (teléfono, tablet, etc)

Introducción:

Jesse James Garret es un destacado diseñador de experiencia de usuario de San Francisco, California. En el año 2000, definió un importante diagrama que denominó “Los elementos de la experiencia de usuario”, sentando bases sólidas de un proceso de diseño de productos digitales muy utilizado hoy en distintas plataformas.

Facebook ha declarado en 2015 que utiliza como parte de su constante renovación el esquema y los elementos de la experiencia de usuario definidos por J. J. Garret. Esto quiere decir que definen las dimensiones de su producto y los distintos niveles que propone el autor.

El objetivo de esta actividad sumativa es realizar evaluaciones de productos y definir sus enfoques y estrategias según los elementos de la experiencia de usuario establecidos por J. J. Garret, tomando como principal sujeto de estudio Facebook como aplicación móvil.

Conclusión