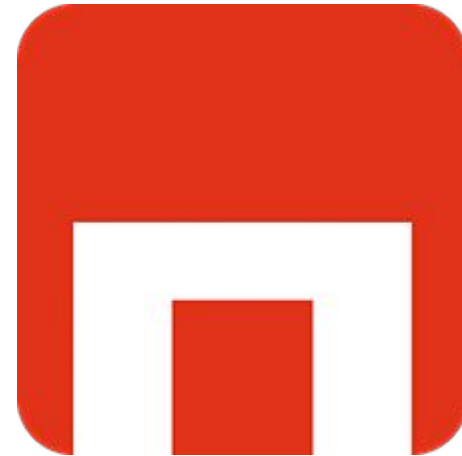


Qué es UX Research y cómo iniciarse en este campo.



1. Qué es la Experiencia de Usuario
2. Qué UX Research
3. Tipos de investigación
4. Plan de Research
5. Cómo iniciarse en este campo

01

¿Qué es la Experiencia de Usuario?

¿Qué es Experiencia de Usuario (UX)?

Se conoce como Experiencia de Usuario a todos los aspectos que abarcan la interacción del usuario final con la empresa, sus servicios y sus productos

NN Group

"It's the way you experience your life, a service, a product."

"It's the way you tell someone about it"

Donald Norman



Una simple taza puede afectar el ritual del café de la mañana



Todo forma parte de la experiencia del usuario

Factores que influyen en la experiencia del usuario:



Piensa en la última vez que fuiste a un restaurante...

- *¿Qué tipo de comida era?*
- *¿Por qué elegiste ese lugar?*
- *¿Cuál fue tu primera impresión cuando entraste? ¿Te hicieron esperar o te sentaron inmediatamente? ¿Cómo estaba organizado el menú?*
- *¿Llegó rápido la comida?*
- *¿Qué tal estaba?*
- *¿Cómo fue la atención por parte del servicio?*
- *¿Volverías?*

producto



TANGIBLE
VEHÍCULO

experiencia



INTANGIBLE
CONSECUENCIA

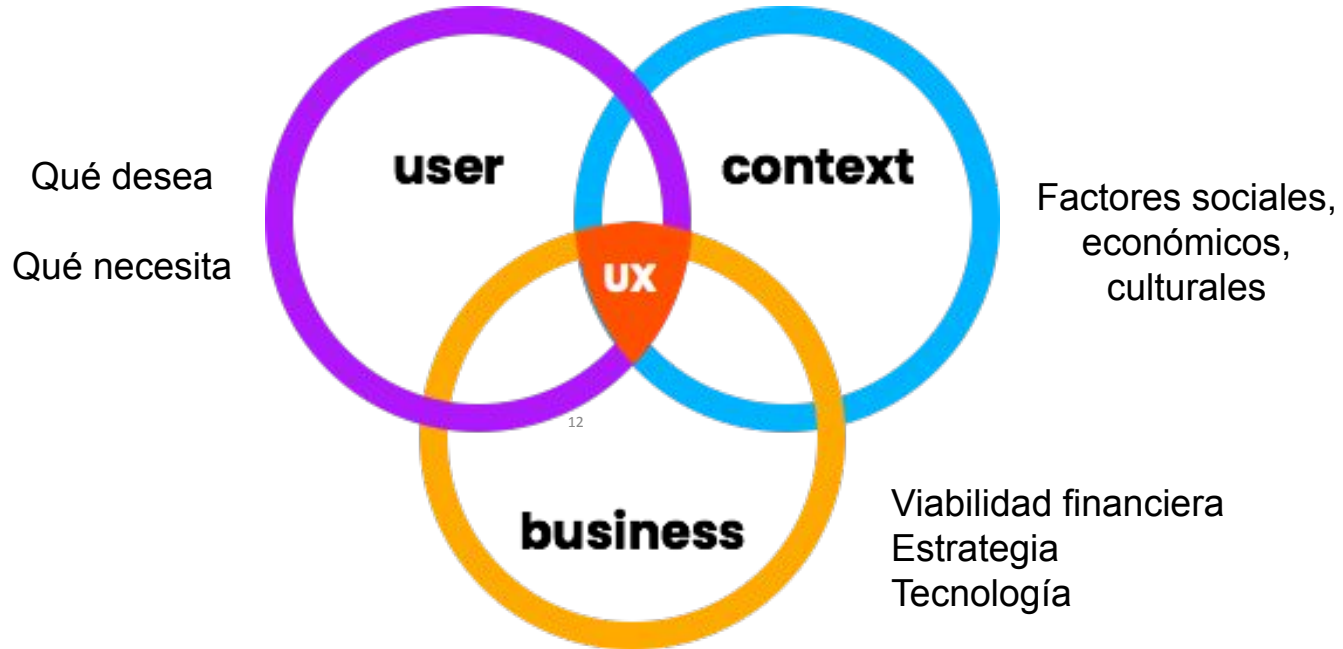
“

**La gente olvidará lo que dijiste, la gente
olvidará lo que hiciste, pero la gente nunca
olvidará cómo la hiciste sentir**

”

Maya Angelou

LA EXPERIENCIA DEL USUARIO NO SÓLO ABARCA AL USUARIO FINAL



*UX es el proceso de **mejorar la satisfacción que obtiene un usuario al usar un producto.***

*Se consigue optimizando varios factores como la **usabilidad, eficacia de uso, la satisfacción** en la interacción, y el **cumplimiento de las necesidades, deseos u obtención de ganancias** por parte del usuario al usar nuestro producto.*

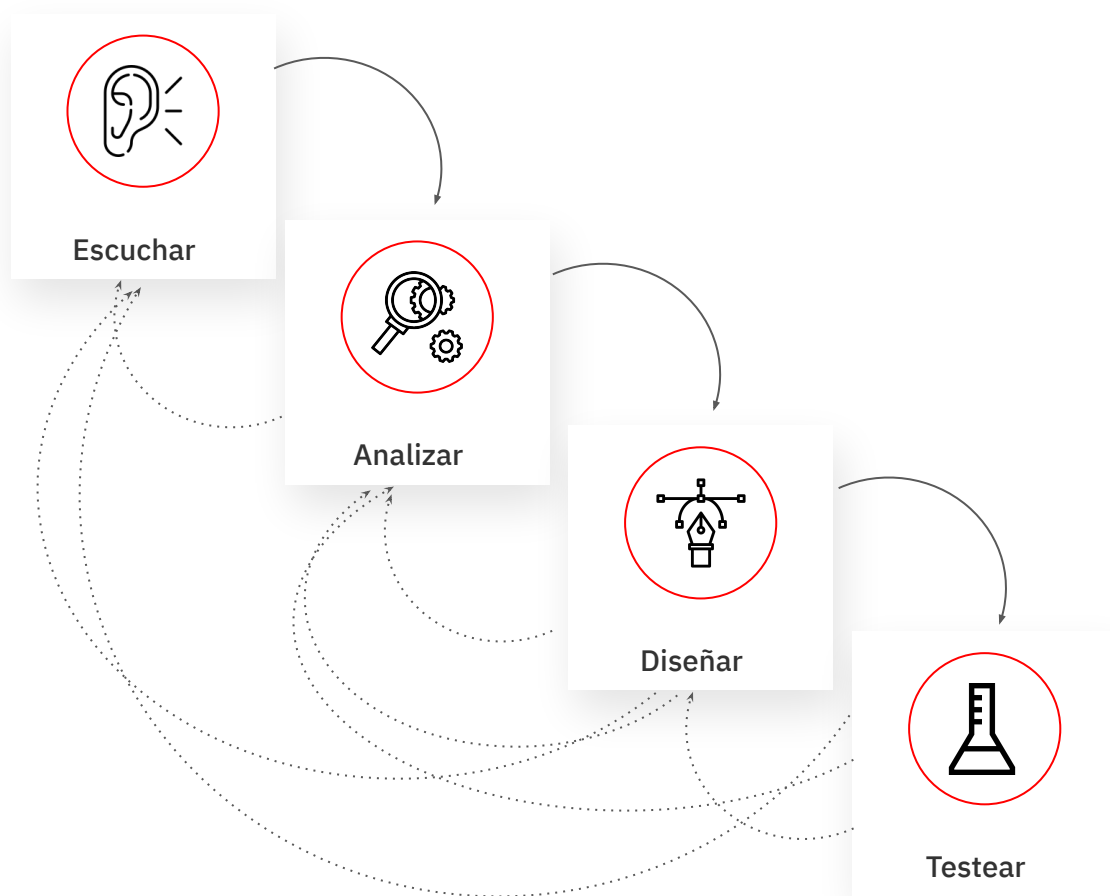
02

¿Qué es UX research?

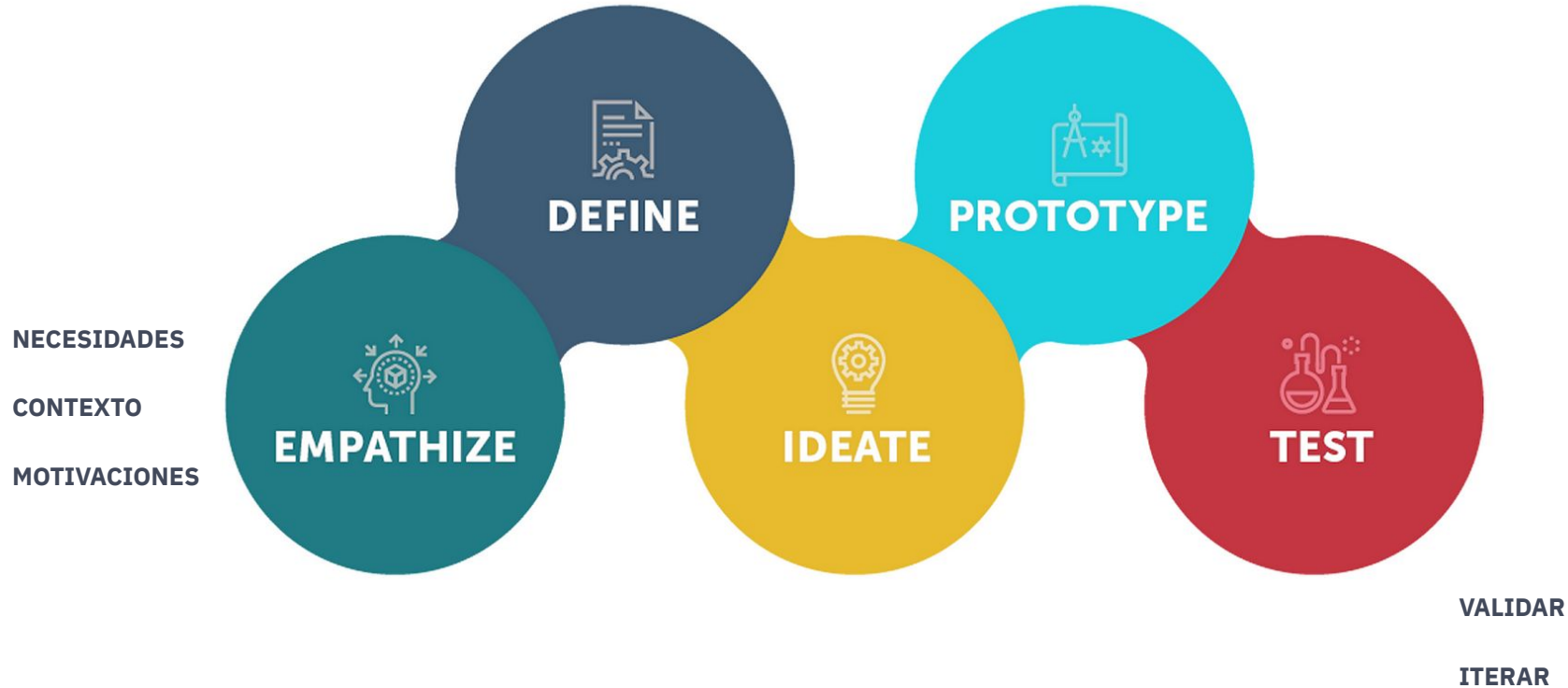
El UX research es...

El UX Research es la **investigación sistemática de los usuarios y sus necesidades**.

Emplea una variedad de técnicas, instrumentos y metodologías para llegar a conclusiones, determinar hechos y descubrir problemas, revelando así una valiosa información que puede aportar al proceso de diseño.



¿En qué parte del proceso de diseño se aplica?



El mayor beneficio que nos va a dar hacer research:

Es acertar...

El principal fin de un producto y/o servicio es **dar solución** a un problema o a una necesidad.

¿Por qué fallamos?

Porque no entendemos el verdadero problema y necesidad, el contexto, el background de los potenciales usuarios, sus escenarios, etc...

Acertar...

En beneficio del usuario

Necesidades resueltas

Rapidez y menor esfuerzo

Beneficios económicos, sociales, emocionales, etc



En beneficio de la empresa

Reputación de marca.

Más clientes

Fidelización

Clientes más satisfechos.

Empleados motivados

03

Tipos de research

Saber en qué fase del proyecto estamos nos va a llevar a un tipo de research u a otro

¿Research generativo o evaluativo?

Tipos de research

Inspiración

Research

Generativo

Se trata de generar necesidad, ideas, soluciones, hipótesis... Es una fase en la que abrimos la mente, recogemos información para posteriormente poder guiar el proceso.

Protopersonas

Entrevistas

Mapas de empatía

Journey Map

Benchmark

Validar hipótesis

Research

Evaluativo

Podemos evaluar una idea o si un botón funciona. Si un menú genera más clicks que otro. Podemos validar una hipótesis. En función de si tenemos algo sobre lo que opinar o interactuar podemos plantearlo de diferentes modos.

Test de Usabilidad

Card Sorting

Test A/B

Tree test

Analítica

Encuestas

Tipos de research

Inspiración

Research

Generativo / Cualitativo



Nombre: Rodolfo López
Edad: 80 años
Localidad: El Pino de Tormes
Profesión: Jubilado

Biografía: Es un señor que lleva toda su vida viviendo en el pueblo y que siempre se ha podido desplazar en coche para hacer sus compras, pero desde que no le han renovado el carnet por su edad, depende de su hijo para que le haga los recados.

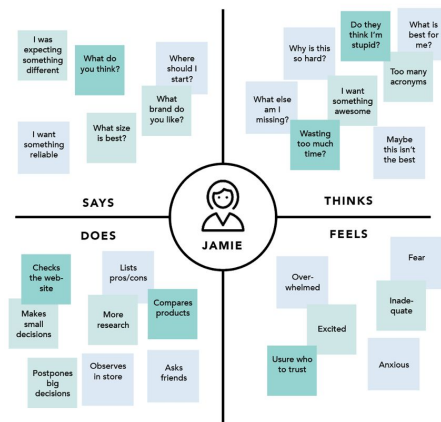
Necesidades y frustraciones:

- Poder comprar lo que necesita cuando lo necesita
- Depender de su hijo para poder comprar
- No tener a su alcance productos de primera necesidad

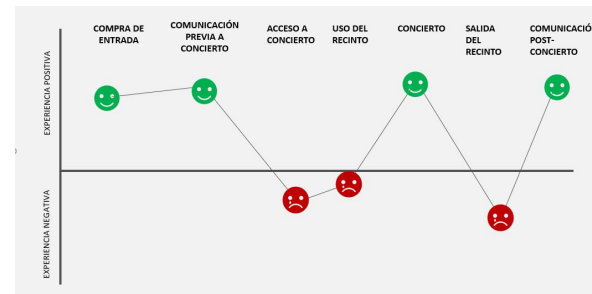
Oportunidades:

- No depender de su hijo
- Consumir productos de su entorno
- Consumir productos que no están a su alcance
- Descubrir las nuevas tecnologías y métodos de pago

EMPATHY MAP Example (Buying a TV)



NNGROUP.COM NN/g



Protopersonas

Mapa de empatía

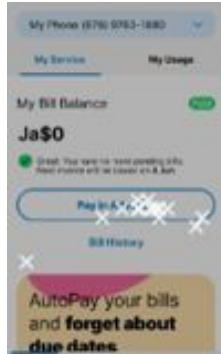
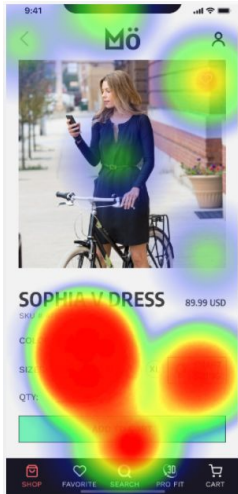
Journey Map

Tipos de research

Evaluativo: validar hipotesis

Research

Evaluativo/Usabilidad



Test de usabilidad



Card Sorting abierto



Card Sorting cerrado

¿Cuándo es el momento ideal para hacer research?

Siempre, porque...

Antes

Descubrimiento de necesidades,
contexto, inhibidores, tareas,
oportunidades

Priorización

Durante

Iterar

Ajustar

Validar

Después

Permite que se desarrollen nuevas
funcionalidades y mejoras en el
producto basadas **en datos y no en
suposiciones.**

Innovación y mejora continua

En cualquier momento **el objetivo** es el mismo: Obtener información de valor para poder definir las funcionalidades y la interfaz que maximice los beneficios, tanto para el usuario como para el negocio.

04

Plan de research: ¿Qué tener en cuenta?

Los mínimos para crear un plan de research:

<p>01</p> <p>Objetivo</p> <p>¿Qué queremos resolver?</p> <p>¿Buscamos inspiración o validamos una hipótesis?</p> <p>Objetivos:</p> <p>De negocio</p> <p>Estratégicos</p> <p>De investigación</p>	<p>02</p> <p>Target</p> <p>Saber a quién se dirige nuestro producto o servicio nos ayuda a definir la muestra.</p> <p>¿Cómo obtener esa muestra?</p> <p>Bases de datos</p> <p>Friends & family</p> <p>Agencias</p>	<p>03</p> <p>Técnicas</p> <p>Seleccionar las técnicas que nos ayuden en la investigación</p> <p>Ejecución:</p> <p>Contexto</p> <p>Remoto/ moderado/ no moderado/ presencial</p> <p>Análisis de la información: insights</p>	<p>04</p> <p>Resultados</p> <p>Un buen inform debería contemplar:</p> <p>Metodología</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Objetivo ○ Muestra ○ Técnicas <p>Los resultados</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Insights ○ Hipótesis ○ Resultados de los experimentos. <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Focos en los que seguir investigando ○ Acciones clave
--	--	---	---

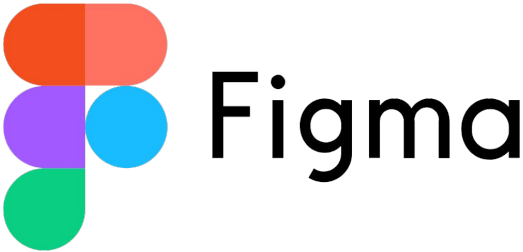
05

¿Cómo iniciarse en este campo?

UX Research platforms

Utilidades

- Prototipado e interacción
- Co-creación y facilitación
- Test de usabilidad
- Análisis de datos cualitativos



Prototipado e interacciones



Co-creación y facilitación



Usability testing



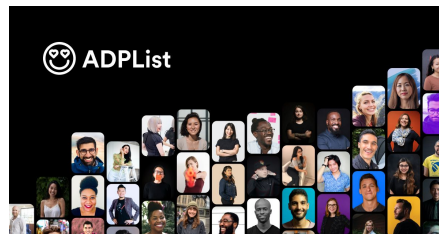
Análisis de datos cuali



UX Research tips

Recursos

- Abrir la mente/ viajes/ cultura
- Podcast
- Comunidades de UX
- Libros
- Mentores
- Bootcamps (The Bridge!)



Muchas gracias

Diana Henao
diana.henao@thebridgeschool.es

thebridge.tech

