

Análisis de la usabilidad y experiencia de usuario visita-pedido en la nueva web [REDACTED].

Está bien que la nueva web presente los productos con grandes fotos, pero hay que cuidar para no pasarse con el peso de las imágenes: una visita de home > es > iluminación > lámparas sobremesa > Americana > “anadir a la Cesta”... representa 300 peticiones al servidor, 20MB de transferencia y 2 minutos de carga.

En general las tiendas online tienen espacio para la opinión de los compradores, entiendo que [REDACTED] reserva las redes sociales para este papel.

Con relación a las “posibilidades de la web” siento en falta herramientas “profesionales” como por ejemplo un “Wish List” o “mesa de luces”. También recordar que la web no está adaptada para los móviles y con el público exigente que tiene esto también se siente en falta.

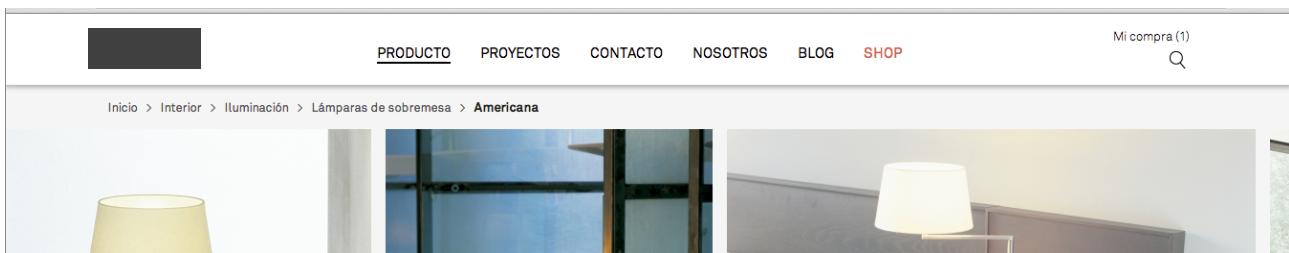
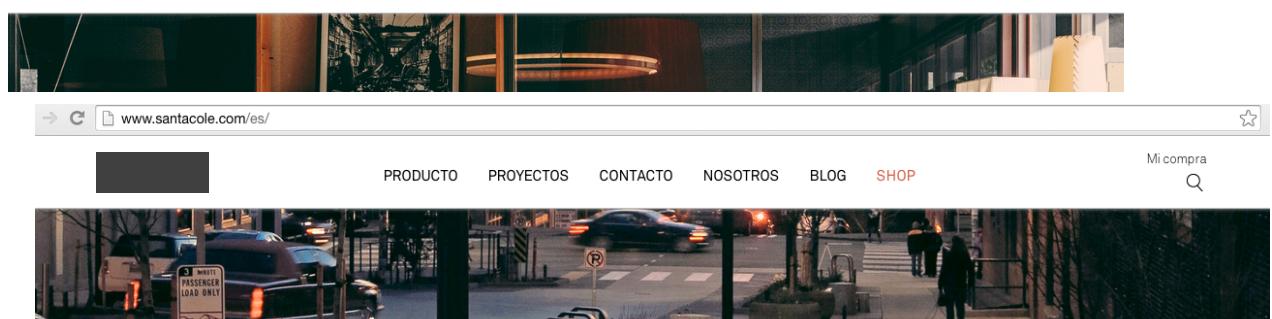
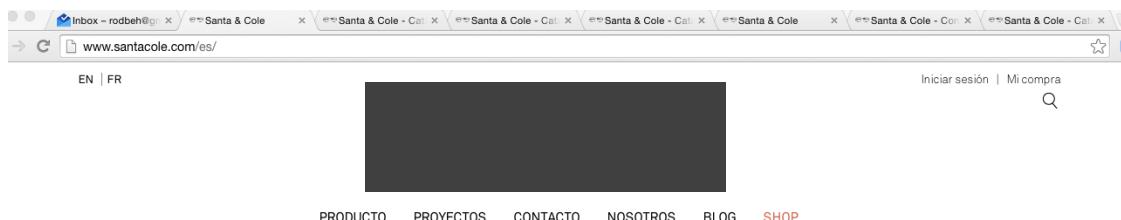
IDIOMAS (Crítico)

La web siempre retorna en Inglés, mismo que en la visita anterior se hubiera cambiado.

Obviamente se puede volver a seleccionar otro idioma, pero no sería el comportamiento esperado.

MENÚ (Crítico)

Con el desplazamiento abajo en la página, el login y la selección de idiomas desaparecen cuando se hace el cambio al menú flotante. En las Fichas de producto se pasa un poco peor, pues, futuramente con las visitas de los buscadores por ejemplo, si un usuario llega directamente a una ficha de producto, no sabrá que para tener la versión de esta página/ficha de producto en otro idioma, habría que volver a home, cambiar idioma, volver al producto:



COMPORTAMIENTOS DISTINTOS PARA UN MISMO ICONO (Crítico)

En el menú para iniciar sesión, en [X] significa “cerrar” el menú, pero en el modal “Mi compra” el [X] significa “eliminar” el producto.

Consecuentemente, para cerrar el modal de “Mi compra” hay que clicar fuera (en la página) pero eso no vale para el menú de iniciar sesión.

El el modal del Newsletter se permite las dos posibilidades, cerrar con el [X] y con el clic fuera del modal (en la página).

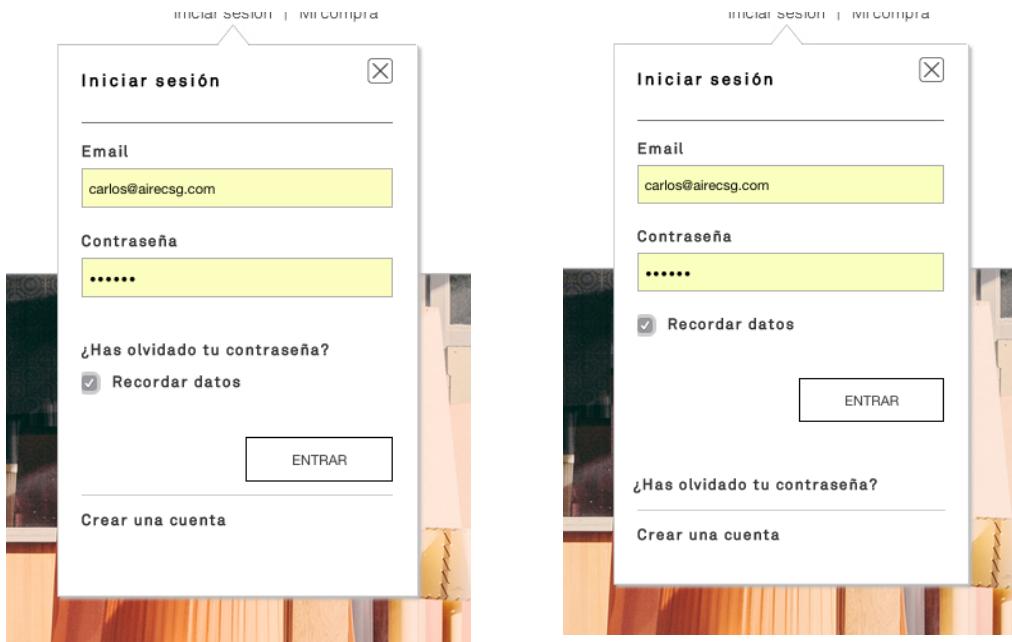
Una solución sería gráficamente diferenciar el menú/dropdown de un modal/popup y tener iconos distintos para cerrar y borrar.

The screenshot shows a website layout with several overlapping and interacting components:

- Top Navigation:** "Iniciar sesión | Mi compra (1)"
- Login Modal:** "Iniciar sesión" form with fields for "Email" and "Contraseña". It includes links for "¿Has olvidado tu contraseña?", "Recordar datos", and "ENTRAR".
- Header Navigation:** "CONTACTO", "NOSOTROS", "BLOG", "SHOP", and "Mi compra (1)"
- Cartoon Character:** A large, semi-transparent cartoon face of a man with a beard and mustache.
- Newsletter Modal:** "Mensaje de la página" asking if the user wants to delete a product from their cart. Buttons: "Cancelar" and "Aceptar".
- Cartoon Hand:** A semi-transparent cartoon hand pointing towards the bottom right.
- Product View:** "Mi compra" section showing a lamp labeled "Americana" with a price of "385 €".
- Bottom Footer:** "RECORDAR DATOS + CONTRASEÑA"

OLVIDADA (Crítico)

Por la proximidad para que si has olvidado la contraseña, hay que hacer clic en recordar datos. Para evitar malentendidos, se podría reorganizar los enlaces, cómo la propuesta a la derecha:



ELEGIR EL PAÍS CON EL TECLADO (Crítico)

En “Donde Comprar” no se permite usar el teclado al contrario que en Registrar/Quién eres. Porque se utilizan dos “componentes” interna y externamente distintos. Además del tema estético y de usabilidad, en el iPad un de estos componentes no funciona.

The image shows two side-by-side screenshots of an iPad application's country selection screen. Both screens have a header with 'Dónde comprar'. The left screen shows a dropdown menu for 'País' with a list of countries. The right screen shows the same dropdown, but the list of countries is displayed as a separate floating modal window. This visual comparison highlights the difference in design and user interaction between the two components.

VALIDACIÓN FORMULARIOS (Crítico)

El alerta de un error en un formulario no debería estar lejos del campo a que se relaciona, eso es especialmente crítico en caso de notebooks o tablets, cuando hay que “buscar” por la página el campo/opción a revisar/rellenar/chequear.

Además, en este caso el copy no está correcto y se debería haber marcado de rojo el checkbox.

¡Bienvenido/a a [REDACTED]

Te invitamos a registrarte, nos encantaría conocerte y así poder colaborar en futuros proyectos. Déjanos tus datos y profesión y te mantendremos informado/a de todas nuestras novedades así como de los eventos que realicemos que puedan ser de tu interés, además recibirás bonos y ofertas con grandes descuentos y tendrás acceso a nuestra tarifa digital. ¡Regístrate!

Política de privacidad : El campo no es correcto. Por favor, rellénalo de nuevo.

¿Cómo quieres iniciar sesión?

(*) Email	carlos@airecsg.com
(*) Contraseña	*****
(*) Confirmar contraseña	*****

¿Quién eres?

(*) Nombre	Carlos Alberto
(*) Apellidos	Rodriguez Behning
(*) País	España
(*) Actividad	Otros
Empresa	Aire CSG

Recuerda que los campos marcados con * son obligatorios.
 Deseo recibir información sobre las novedades de [REDACTED]
 (*) He leído y acepto la [Política de privacidad](#)

Registrarse

HTTPS (Crítico)

Ni la cesta de compras ni tampoco las páginas de perfil de usuarios se encuentran en páginas seguras, entiendo que el pago se hace por PayPal y no en la web de [REDACTED] pero, aún así, se recomienda SSL/HTTPS donde el usuario administre sus datos de envío y facturación.

The screenshot shows a web browser window with two tabs open. The top tab is titled "Mi compra" and the bottom tab is titled "My profile". Both tabs show standard HTML content without any SSL indicators like padlocks or https:// in the URL. The browser's address bar also shows a URL starting with "www.[REDACTED]".

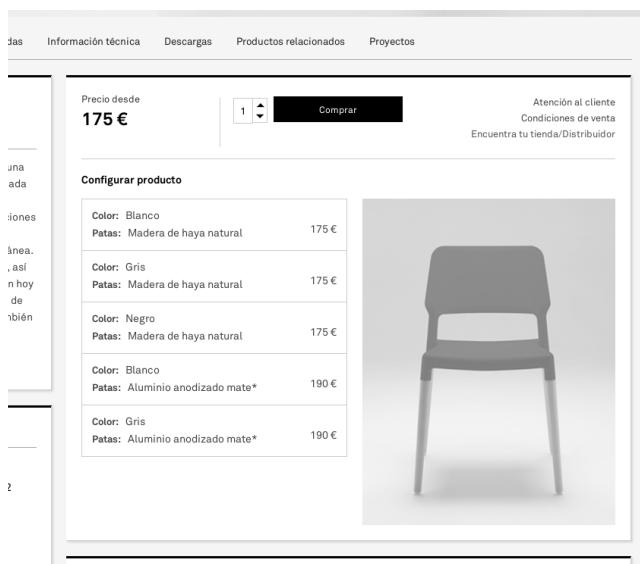
PERSISTENCIA DE LA CESTA (Crítico)

Cuando (intencionadamente o no) se cierra el browser se pierde la cesta de compras, en general las webs de e-commerce alcanzan mantener la sesión de la cesta abierta. Especialmente en el caso de [REDACTED] que no dispone de un Wish list, Favoritos, etc, la cesta de compras es el único sitio donde ir “guardando” productos para posterior revisión.

CONFIGURAR PRODUCTO ANTES DE LA COMPRA

No hay un aviso que antes se debe configurar abajo para poder comprar arriba.

Luego se abre un popup de alerta, pero sería mejor indicar visualmente eso antes, por ejemplo con el botón comprar en gris (desactivado) hasta que se tenga hecho la configuración necesaria... Además, está bien “Comprar” o sería mejor el “Añadir” o “Seleccionar”.



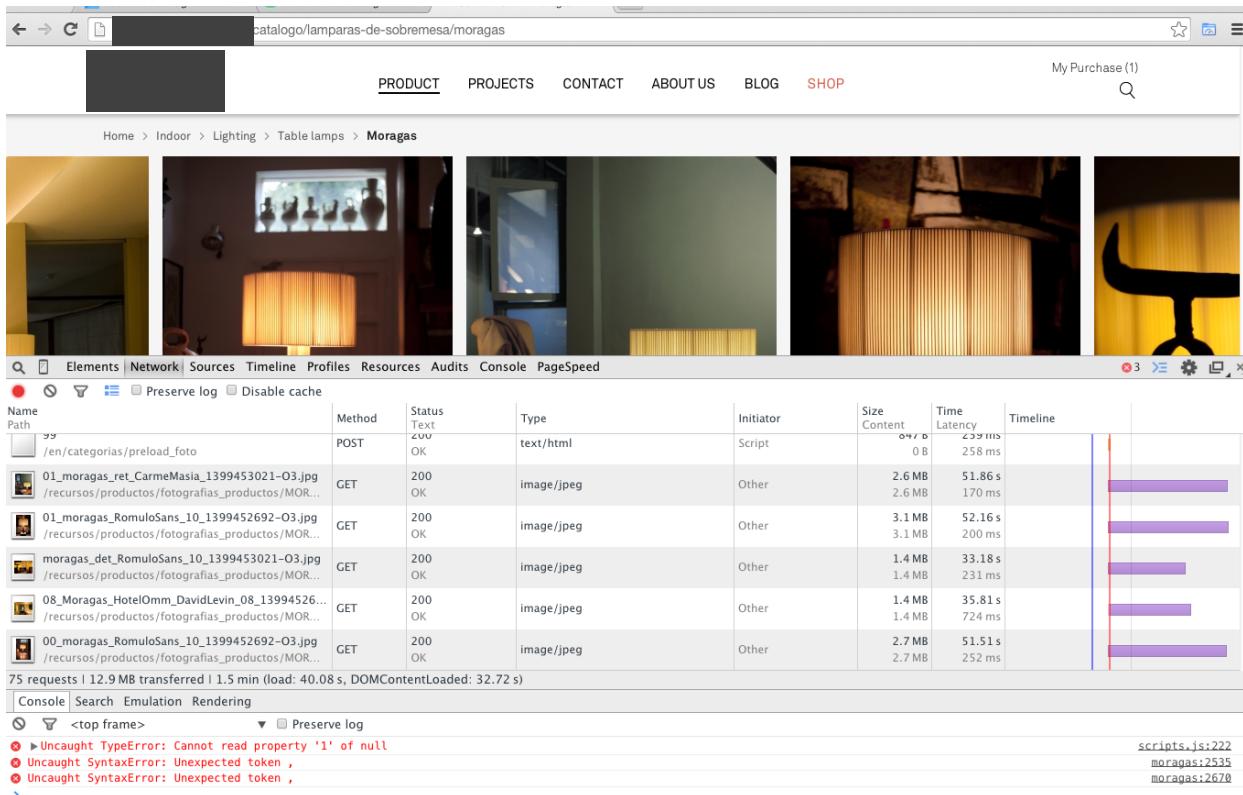
Propuesta:

A proposed redesign of the product configuration page. It features a header with navigation links: "Información técnica", "Descargas", "Productos relacionados", "Proyectos", "PROYECTOS", "CONTACTO", "NOSOTROS", "BLOG", and "SHOP". The main area has a "Precio desde 175 €" section with a quantity selector and a "Comprar" button. To the right is a "Configurar producto" section with a large "Color: Gris Patas: Madera de haya natural" option highlighted in black. Below it are other options: Negro/Madera de haya natural (175 €), Blanco/Aluminio anodizado mate* (190 €), and Gris/Aluminio anodizado mate* (190 €). To the left of the configuration section is a list of options: Blanco/Madera de haya natural (175 €), Gris/Madera de haya natural (175 €), Negro/Madera de haya natural (175 €), Blanco/Aluminio anodizado mate* (190 €), and Gris/Aluminio anodizado mate* (190 €). A large image of the chair is positioned between the configuration and list sections.

FLUJO DE LA TIENDA

Es bastante intuitiva la navegación, sea buscando por un diseñador determinado, un producto específico o navegando por las categorías...

La única sugerencia es optimizar las imágenes (evitar imágenes de 3MB) y evitar errores de javascript (aumenta la posibilidad de comportamientos inestables en los diferentes sistemas operativos, versiones de navegadores...).



The screenshot shows a browser window displaying a product page for 'Moragas' table lamps. The Network tab of the developer tools is open, showing a list of requests made by the browser. The requests include images for different lamp models and variations, such as '01_moragas_ret_CarmeMasia_1399453021-03.jpg' and '00_moragas_RomuloSans_10_1399452692-03.jpg'. The timeline shows the sequence of these requests, with some taking longer than others. The total transfer time is 12.9 MB over 1.5 minutes.

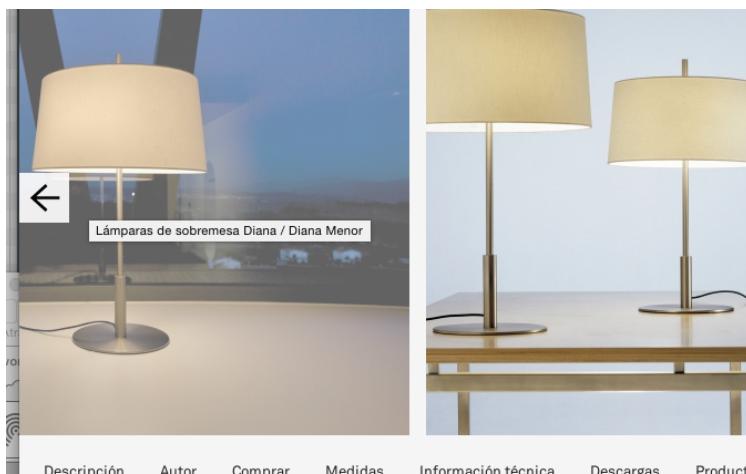
Name	Path	Method	Status	Type	Initiator	Size Content	Time Latency	Timeline
1	/en/categorias/preload_foto	POST	200	text/html	Script	0 B	258 ms	
2	01_moragas_ret_CarmeMasia_1399453021-03.jpg	GET	200	image/jpeg	Other	2.6 MB	51.86 s	
3	/recursos/productos/fotografias_productos/MOR...		OK			2.6 MB	170 ms	
4	01_moragas_RomuloSans_10_1399452692-03.jpg	GET	200	image/jpeg	Other	3.1 MB	52.16 s	
5	/recursos/productos/fotografias_productos/MOR...		OK			3.1 MB	200 ms	
6	moragas_det_RomuloSans_10_1399453021-03.jpg	GET	200	image/jpeg	Other	1.4 MB	33.18 s	
7	/recursos/productos/fotografias_productos/MOR...		OK			1.4 MB	231 ms	
8	08_Moragas_HotelOmm_DavidLevin_08_13994526...	GET	200	image/jpeg	Other	1.4 MB	35.81 s	
9	/recursos/productos/fotografias_productos/MOR...		OK			1.4 MB	724 ms	
10	00_moragas_RomuloSans_10_1399452692-03.jpg	GET	200	image/jpeg	Other	2.7 MB	51.51 s	
11	/recursos/productos/fotografias_productos/MOR...		OK			2.7 MB	252 ms	

NAVEGACIÓN FICHA DE PRODUCTOS

Puede sorprender que las flechas de arriba hacen cambiar las fotos (de un mismo producto) pero que las flechas más abajo en la misma página ahora hacen cambiar a producto.

Si los comportamientos son diferentes, mejor utilizar iconos diferentes.

Además, el pantallas más pequeñas, la caja/flecha se solapa sobre al contenido.



Diana / Diana Menor

Federico Correa, Alfonso Milá, Miguel Milá. 1995

Esbelta, firme y clara, la lámpara Diana es un compendio de sobriedad funcional y compositiva. Un pie central metálico de diámetro variable cabecea una amplia pantalla de lino circular de forma ligeramente cónica.



Autor

Federico Correa

PRECIOS UNITARIOS Y SUBTOTAL DEL PEDIDO

Quizás estaría bien añadir el subtotal cuando haya compras de varias unidades, cómo en la propuesta siguiente:

The screenshot shows a product page with a "Price" section displaying "320 €" and a quantity selector set to "1". A large "Buy" button is prominent. To the right, there are links for "Customer service", "Terms of sale", and "Find shop/distributor". Below the price, it says "Total: 960€". On the left, there's a sidebar with partially visible text: "of en in a the d.". At the bottom, there's a "Measures" section with a dimension of "Ø20 cm / 7.9*" and a search icon.

CATÁLOGOS, DISTRIBUIDORES, PDFS

Me parece un poco confuso que la búsqueda “Distribuidores” lleve a “Elige tu catálogo” que lleva a un listado de distribuidores (o al contactar por email), pero que en el footer se encuentre enlaces para los Catálogos (que ahora apuntan para una página web incluyendo Forestal y Libros)... Además, se puede luego encontrarse con la posibilidad de descargar catálogos en versión PDF.

The screenshot shows a website with a navigation bar at the top. In the center, there's a section titled "Elige tu catálogo" with several circular icons. A call-to-action button says "Si deseas recibir más información sobre el catálogo de libros de E...". Below this, there's a large black rectangular area. The footer features a navigation bar with "PRODUCTO", "PROYECTOS", "CONTACTO", "NOSOTROS", "BLOG", and "SHOP". On the left, there are dropdown menus for "INTERIOR", "URBANA", and "FORESTAL", and a "LIBROS" section with categories: "Clásicos del diseño", "Contemporáneos del diseño", "Los ojos fértilles", and "Biblioteca de gestión". On the right, there's a "Libros" section with a bookshelf image and the text "La última edición de la muy...". A large "Libros" watermark is overlaid on the image. The footer also includes links for "Iniciar sesión" and "Mi compra" and a search icon.

FLECHAS/ICONOS

Supongo se podría aprovechar el mismo diseño de flechas de la navegación lateral para el menú dropdown, además, con el menú desplegado, se podría apuntar la fecha para decir que ahora el clic “cierra” el menú:

← Noticias →

Proyectos ↓

Interior

Corporativo

Educación

Entidades Públicas

Hostelería y restauración

Proyectos singulares

Tiendas

Exterior

Ámbito privado / corporativo

Avenidas

Paseos marítimos

Plazas y parques

Proyectos singulares

Descarga nuestros catálogos ↓

NORMALIZAR ESTILOS

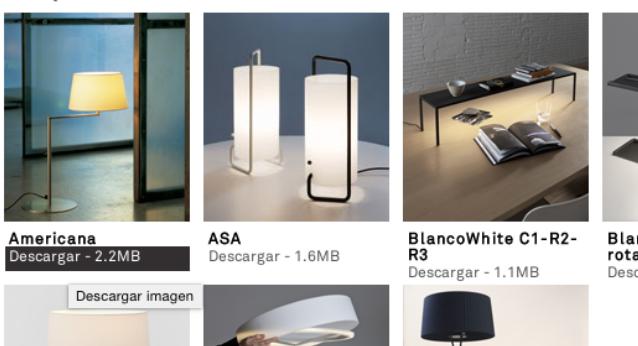
En todos los sitios se debería aplicar la misma gráfica para los elementos similares:
Por ejemplo en el apartado de Download de material gráfico y “News 2013”...

Notas de prensa Material gráfico

En esta sección encontrarás fotografías en alta resolución de los productos más emblemáticos de nue
descargarte los archivos que deseas.
Si el material gráfico del producto que necesitas no está disponible en esta galería, no dudes en conta

Seleccionar material por categoría ▾

Lámparas de sobremesa



Americana
Descargar - 2.2MB

ASA
Descargar - 1.6MB

BlancoWhite C1-R2-R3
Descargar - 1.1MB

Blan rota
Descr

[Descargar imagen](#)

[Descargar](#)

[Visualizar](#)

INTERIOR

Catálogo interior

[Descargar](#)

[Descargar](#)

[Descargar](#)

EXTERIOR

Fichas técnicas exterior

Selección 2013

[Iluminación urbana](#)

[Iluminación urbana](#)

[Mobiliario urbano](#)

[Mobiliario urbano](#)

[Visualizar News 2013](#)

[Visualizar TARIFA 2013](#)

[Visualizar](#)

Los enlaces, algunas veces salen con underline y otras ya no:

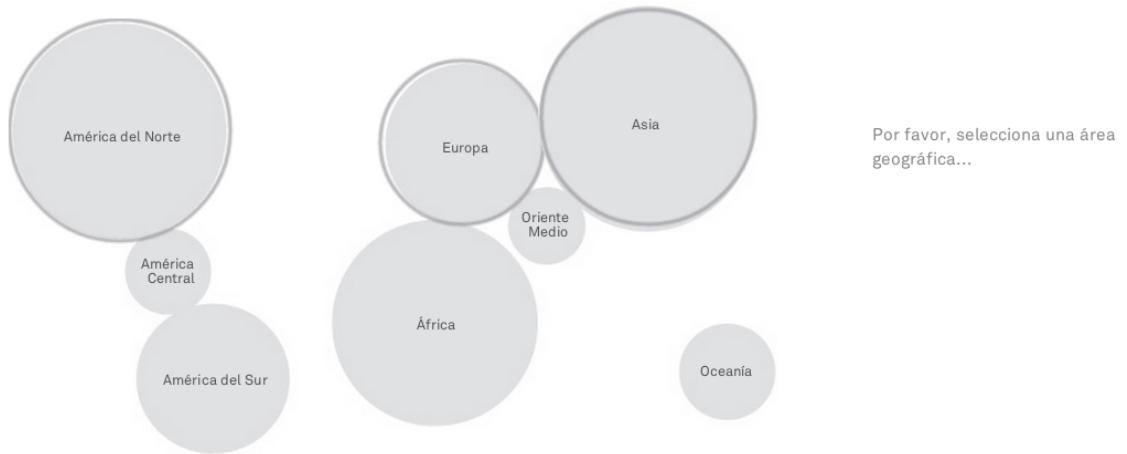
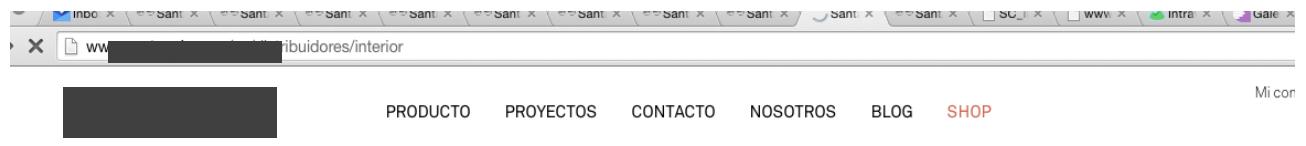
s información sobre el catálogo de nuestra División Forestal no dudes en contactar con nosotros en [REDACTED] o en el
2 437

¡Bienvenido/a Carlos Alberto!

Agradecemos tu confianza y nos ponemos a tu disposición para cualquier duda que se te pueda plantear en: [REDACTED]
o llamando al [REDACTED]

[REDACTED]
Continuar

Las gráficas estén bien ajustadas en los mapas, los anillos no se encajan del todo con los círculos y estaría bien que el cursor de mouse cambiase para mostrar que es clicable.



En la cesta de compras, el botón “Modificar” en gris no es plano, tiene bordas, sombreados, diferente de la gráfica de la web:

Atención al cliente Condiciones de venta

Utilizar los mismos datos de envío para la facturación

Facturación

(*) Teléfono	
Otro teléfono	
(*) Nombre	Carlos Alberto
(*) Apellidos	Rodriguez Behning

Se ve bastante bien la web en un tablet (iPad), con algunos problemas puntuales como el footer flotante o con no poder seleccionar un país en mapa de distribuidores y en “Donde Comprar”:

iPad 16:01

PRODUCTO PROYECTOS CONTACTO NOSOTROS BLOG SHOP Mi compra (1)

Mi perfil

Si deseas modificar los datos de tu perfil de acceso a Santa & Cole, cumplimenta los siguientes campos con los nuevos datos que quieras emplear.

Cómo quieres iniciar sesión?

(*) Email: carlos@arecog.com
Contraseña:
Confirmar contraseña:

¿Quién eres?

(*) Nombre: Carlos Alberto
(*) Apellidos: Rodriguez Behning
Domicilio:
Población:
Código postal: 08360
Provincia/Estado:
(*) País: Brasil

Recuerda que los campos marcados con * son obligatorios.
Deseo recibir información sobre las novedades de Santa & Cole
¿Quieres darte de baja? Haz click [aquí](#)

Aceptar

Catálogo **Contacto** **Espacio profesional** **Grupo Santa & Cole**

Interior Dónde encontrarnos Prensa Nosotros
Urbana Dónde comprar Proyectos Neoserries
Forestal Contacta con nosotros Condiciones de venta Bellotch
Libros Comprar online Accionistas
Carrera Intranet

Mapa web | Aviso legal | Política de privacidad |

Catálogo **Contacto** **Espacio profesional** **Grupo Santa & Cole**

Interior Dónde encontrarnos Prensa Nosotros
Urbana Dónde comprar Proyectos Neoserries
Forestal Contacta con nosotros Condiciones de venta Bellotch
Libros Comprar online Accionistas
Carrera Intranet

Suscríbete a nuestras newsletters

¡SÍGUENOS!

Mapa web | Aviso legal | Política de privacidad |

© Santa & Cole 2014

RESUMEN

[REDACTED] dispone de una gama de productos fabulosos y cada visita a su web debería ser parte de una experiencia completa. La web presenta de forma solemne los catálogos, diseñadores y productos y nada debería impedir convertirse en una web de referencia en el sector.

Sin embargo, la web actual se presenta bastante “inspirada” en el diseño papel, no tanto por la forma, sino por no apuntarse más a las ilimitadas nuevas posibilidades del medio. La nueva web representa un grande paso adelante, y la gran sugerencia sería no esperar un tiempo indeterminado para entonces hacer otra nueva web. Mas bien al contrario, la recomendación sería seguir evolucionando esta web semana a semana, con ciclos cortos, implementando paso a paso nuevas características, herramientas, posibilidades, validando con los usuarios a cada iteración, posicionándose cada vez más cerca de las necesidades de los usuarios y los objetivos de [REDACTED].