

1. Matching inteligente (MUST)

- Hipótesis: Si la plataforma recomienda creadores a marcas según nicho, estilo y presupuesto, las marcas perciben mejor ajuste y querrán repetir.
- Prototipo: Versión simple de formulario que, con reglas básicas, sugiera 3–5 creadores a cada marca (sin IA completa).
- Experimento: Probar con 5–10 marcas y 20–30 creadores una “simulación” de selección usando esas recomendaciones.
- Métricas: Porcentaje de recomendaciones aceptadas, satisfacción (1–5), intención de volver a usar la función.
- Datos a recolectar: Qué recomendación eligieron, por qué, qué les gustó o no del match.
- Forma de recolección: Formularios dentro del prototipo + encuesta corta y algunas entrevistas rápidas.

2. Pagos y contratos en la plataforma (MUST)

- Hipótesis: Si los pagos y acuerdos se hacen desde la plataforma, aumenta la confianza y la disposición a usarla en proyectos reales.
- Prototipo: Flujo simulado de contrato y pago (pantallas de ejemplo y pasarela de prueba, sin dinero real).
- Experimento: Simular una campaña completa con 3 marcas y 5 creadores usando ese flujo.
- Métricas: Nivel de confianza (1–5), porcentaje de usuarios que dicen que usarían ese flujo en la vida real.
- Datos a recolectar: Dudas, puntos confusos, sensación de seguridad o desconfianza.
- Forma de recolección: Encuesta después de la simulación + entrevistas cortas.

3. Perfil profesional del creador (SHOULD)

- Hipótesis: Perfiles completos reducen el tiempo de decisión de las marcas.
- Prototipo: Plantilla de perfil con foto, nicho, ejemplos de contenido, métricas básicas y tarifas.
- Experimento: 10 creadores llenan su perfil y 5 marcas eligen con quién trabajar en una campaña ficticia.
- Métricas: Tiempo medio para decidir, cantidad de perfiles que revisan, claridad percibida.
- Datos a recolectar: Qué campos usaron realmente para decidir; qué información les faltó o sobró.

- Forma de recolección: Cronometrar la tarea + encuesta breve a las marcas.

4. Dashboard de métricas de campaña (SHOULD)

- Hipótesis: Un panel sencillo de resultados hace que las marcas sientan más control y valor por el servicio.
- Prototipo: Pantalla de ejemplo con datos de alcance, interacciones y resultado de una campaña.
- Experimento: Mostrar el dashboard a 5–8 marcas y pedirles que expliquen qué entienden y qué decisiones tomarían.
- Métricas: Qué tan bien entienden los indicadores, utilidad percibida (1–5), funciones que extrañan.
- Datos a recolectar: Comentarios sobre qué KPIs son clave y qué cambiarían del diseño.
- Forma de recolección: Test de usabilidad guiado + formulario de evaluación.

5. Centro de recursos y plantillas (COULD)

- Hipótesis: Ofrecer guías, briefs y checklists aumenta el uso recurrente de la plataforma y mejora la calidad de las campañas.
- Prototipo: Página con 3–5 recursos descargables para creadores y marcas.
- Experimento: Publicar los recursos y medir uso durante 2–3 semanas.
- Métricas: Número de descargas, tiempo en la página, tasa de retorno de usuarios.
- Datos a recolectar: Cuáles recursos se usan más y por qué los consideran útiles.
- Forma de recolección: Analítica básica + encuesta corta a quienes descargan.

6. Reseñas y calificaciones mutuas (SHOULD)

- Hipótesis: Las reseñas públicas aumentan la confianza y ayudan a decidir más rápido con quién trabajar.
- Prototipo: Módulo de estrellas y comentario corto al cierre de una colaboración.
- Experimento: Tras una campaña piloto, pedir a marcas y creadores que se califiquen.
- Métricas: Porcentaje de usuarios que dejan reseña, utilidad percibida, cambio en la confianza.
- Datos a recolectar: Criterios que valoran (cumplimiento, calidad, comunicación).

- Forma de recolección: Formulario integrado en el flujo de cierre + entrevistas breves.

7. Registro de links y resultados de publicaciones (COULD)

- Hipótesis: Si creadores pueden registrar links y métricas de sus publicaciones, las marcas pueden evaluar mejor el desempeño.
- Prototipo: Campos simples para pegar enlaces de TikTok/Instagram y escribir métricas (views, likes, etc.).
- Experimento: Campaña piloto donde los creadores registran sus publicaciones y resultados.
- Métricas: Número de publicaciones registradas, completitud de datos, facilidad percibida.
- Datos a recolectar: Qué métricas consideran esenciales y qué les cuesta reportar.
- Forma de recolección: Formularios en la propia plataforma + feedback por chat.

8. Soporte y acompañamiento vía chat (MUST)

- Hipótesis: Un canal de soporte cercano reduce fricciones del primer uso y mejora la satisfacción.
- Prototipo: Chat por WhatsApp/Telegram o chat interno atendido por el equipo.
- Experimento: Acompañar a los primeros 10–15 usuarios durante su proceso de registro y uso inicial.
- Métricas: Número de consultas, tiempo medio de respuesta, satisfacción con el soporte (1–5).
- Datos a recolectar: Dudas más frecuentes y pasos donde se traban.
- Forma de recolección: Historial de conversaciones + mini-encuesta al finalizar la ayuda.