

Fase 2. Modelado

1. Identificar las categorías de usuarios:

Hemos creado las siguientes categorías de usuarios para encajar la información de la fase de investigación de acuerdo a las tres estrategias propuestas (según el modelo top-down):

Identificados por roles de usuario:

- Descargador: persona que se descarga la aplicación.
- Cliente registrado: persona que una vez descargada la aplicación se registra.
- Usuario Bar: persona encargada de llevar a cabo el marketing del bar.

Identificados por objetivos de usuario:

- Personas que solo pretender ver un partido.
- Los que aparte de ver los partidos también quieren ayudar a la comunidad de la app, comentar y subir información.
- Empleado del bar encarado de atraer clientes.

Identificados por segmento de usuario:

- El "Erasmus" que esta fuera de su país y quiere ver el deporte típico de su tierra.
- El que vive fuera de su ciudad natal y quiere ver a su equipo de futbol.
- El que va en grupo con sus amigos a tomarse unas cañas (20-30 años) y aprovechan para ver algún partido.
- El del bar que pone eventos "raros" (caso rugby) y quiere atraer al público que le gusta ese deporte y que posiblemente desconozca el bar.
- El del bar que simplemente no quiere "perder puntos" en el mercado y quiere estar "a la moda" en este tipo de apps.

Finalmente nos hemos decidido por la identificación por roles de usuario debido a que es la más afín a nuestros intereses.

2. Procesar los datos.

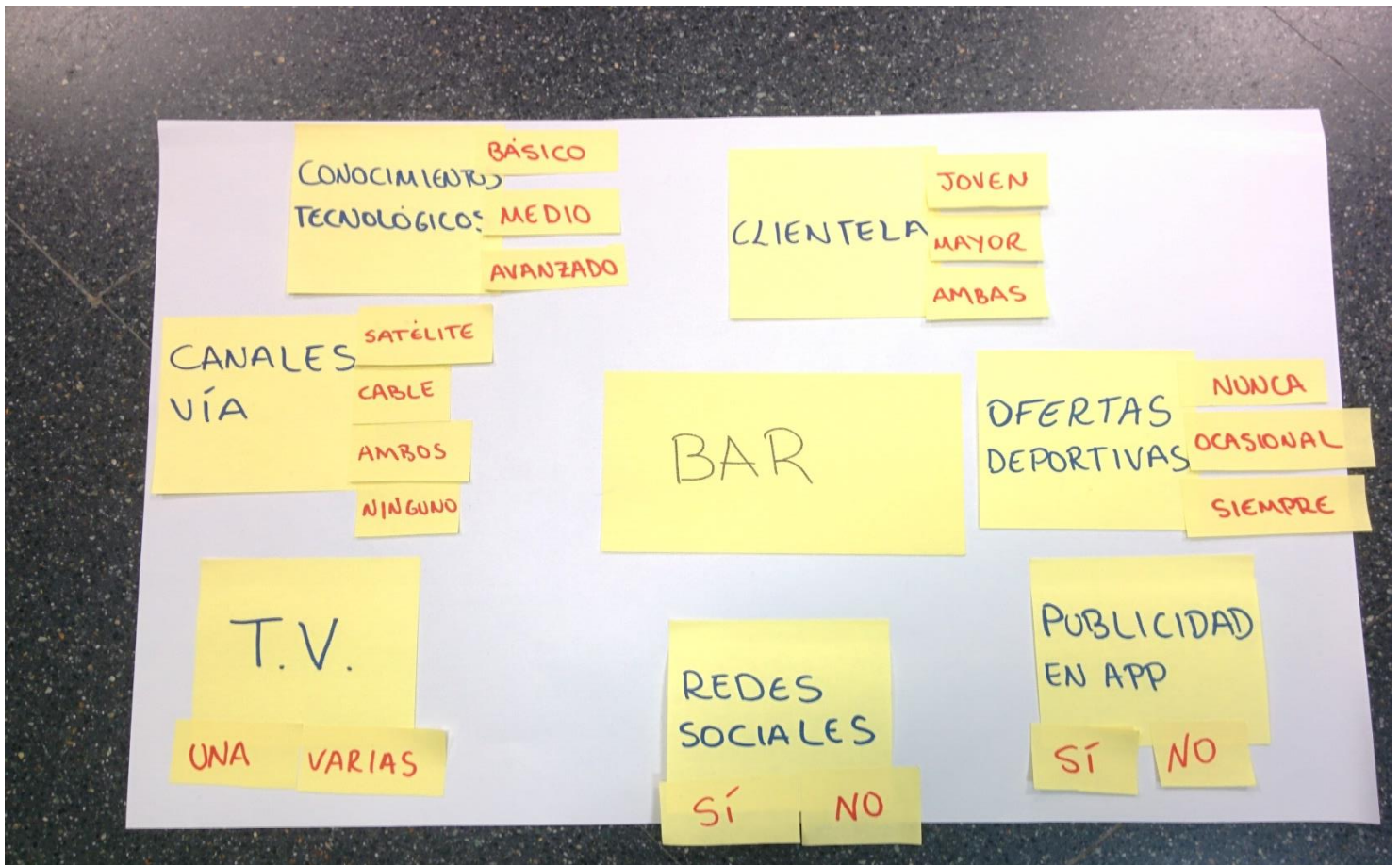
Una vez extraída la información de la lista de factoides elaboramos los diagramas de afinidad:

DIAGRAMA CONSUMIDOR



(En negro la categoría de usuario "consumidor" distinguiendo entre "registrado" y "no registrado", en azul las etiquetas de los grupos de factoides y en rojo los factoides.)

DIAGRAMA BAR



(En negro la categoría de usuario "bar", en azul las etiquetas de los grupos de factoides y en azul los factoides.)

3. Identificar y crear esqueletos.

Evaluamos los datos procesados en la etapa de procesamiento para verificar las categorías de los usuarios creadas en la etapa 1. Ahora identificamos subgrupos que representan grupos de usuarios importantes desde el punto de vista diseño/negocio. Por cada categoría creamos un esqueleto de persona, nuestros esqueletos están en la carpeta de archivos "esqueletos".

Separamos los esqueletos por roles, siguiendo la estrategia. Contamos con esqueletos "consumidor" y esqueletos "bar".

Dependiendo de los datos anteriores como factoides y siguiendo los diagramas de afinidad obtenemos también esqueletos de personas secundarias.

(Ver carpeta "esqueletos")

4. Priorizar esqueletos

Hemos ordenado los esqueletos por prioridad de cara al sistema que desarrollaremos, comenzando por los más beneficiosos de manera subjetiva y terminando por los de menor importancia.

5. Desarrollar las personas a partir de los esqueletos.

A partir de estos esqueletos añadimos datos como pueden ser detalles individuales sobre su personalidad e introducimos un contexto para crear las personas finales.

Cada persona consta de un documento principal que le relaciona con todos los factoides y fuentes de información empleadas para su creación.

(Ver carpeta personas)

6. Validar las personas

Verificamos que los datos incluidos en la fase anterior encajan con los contenidos de la fase de análisis para poder afirmar que la persona es correcta. Nuestras personas creadas se encuentran en la carpeta “personas”.

7. Artefactos producidos en la fase de modelado

Debido que llevamos a cabo nuestro trabajo siguiendo el proceso de diseño de personas top-down hemos utilizado postits, tijeras, celo y rotrings para elaborar los diagramas de afinidad.

Estos artefactos producidos en estas etapas forman el conjunto de elementos que describen a las personas, así como los esqueletos obtenidos a partir de nuestras listas de factoides e investigación con las que posteriormente convertiremos en dichas personas.

Fase 3. Requisitos

En esta fase diferenciamos dos nuevos conceptos, escenarios y requisitos (se obtienen a partir de los escenarios).

1. Enunciado de problemas y visiones

En esta parte identificaremos una situación a cambiar desde el punto de vista de la persona y del negocio. Por ejemplo:

Sportbar es un local muy preparado para el disfrute del deporte debido a sus múltiples pantallas y amplitud, pero su localización a pesar de ser céntrica, se encuentra un poco escondida.

Posteriormente lo convertiremos en visión para obtener un objetivo de diseño:

Nuestra aplicación permitirá a los clientes el acceso al bar facilitando su ubicación y haciendo saber las ofertas y promociones del gerente lo que supondría un aumento de su clientela.

Sportbar se encuentra en la carpeta de “requisitos”.

2. Lluvia de ideas

Una vez obtenidos el problema y la visión es ahora cuando nos centramos en el desarrollo de los escenarios y la derivación de los requisitos de la manera más subjetiva.

3. Identificación de las expectativas de las personas.

Primera aproximación al modelo mental del usuario donde tenemos que reconocer los factores cognitivos y sociales que influyen las expectativas de las personas, los deseos de las personas y su comportamiento.

Podemos ver las expectativas de cada situación en la carpeta de “requisitos”.

4. Construcción de los escenarios de contexto.

La creación de los escenarios de contexto consiste en cubrir las necesidades de una persona, el nivel de detalle deber ser elevado y reflejar todas las posibles interacciones para posteriormente identificar los requisitos.

Véase carpeta “requisitos”.

5. Identificación de requisitos.

Una vez que se ha desarrollado los escenarios de contexto de nuestras personas los analizaremos para extraer las necesidades y requisitos de las personas de acuerdo con los apuntes vistos en clase.

Carpeta “requisitos”.