

ux writing

¿Qué es?

Diseño de palabras que nos guian al interactuar.



El mundo de la experiencia de usuario abarca tres áreas principales:

investigación

Conocer las necesidades, los deseos u los problemas de los usuarios.



diseño

crear soluciones creativas que permiten al usuario llegar a ese lugar que esperaban al navegar por la interfaz.

estrategia de contenido

mensajes o comunicaciones que le llegan al usuario para entender qué está sucediendo.

Ud. está aquí



- diferencia -

COPYWRITER · UX WRITER

- usa palabras atractivas para atraer a los usuarios.
- usa lenguaje sencillo para explicar cosas.
- orientado a ventas.
- orientado a producto.
- trabaja con el departamento de Marketing.
- trabaja con diseñadores.
- cuenta historias.
- comparte conversaciones.
- puede trabajar solo.
- no puede trabajar solo.



“Yo uso el lenguaje para resolver problemas.

Yo uso las palabras como material”



mejores prácticas

- claridad · precisión · utilidad

claridad

Transforma el mensaje para que el usuario entienda qué significa esa acción.

- • Presta atención a los verbos:
El verbo indica la acción.
- • Elimina los términos técnicos:
Poner en contexto al usuario.

"Error de autenticación" vs. "Tu contraseña no es correcta"

precisión

El mensaje no solo debe ser corto, sino también eficiente.

Intenta seleccionar las palabras adecuadas que encarnen el significado que estas buscando para que el mensaje sea lo más puntual posible.

jerarquización : Coloca las palabras importantes al inicio del mensaje.

"Ingresaste una contraseña incorrecta" X

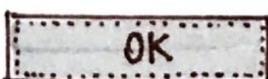
"Contraseña incorrecta" ✓

utilidad

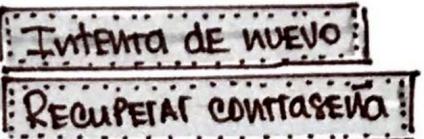
El call to action (CTA) debe indicarle al usuario que paso sigue. De igual manera, los textos deben guiar al usuario hacia donde deben ir.



Contraseña incorrecta



Contraseña incorrecta



VOZ DE MARCA

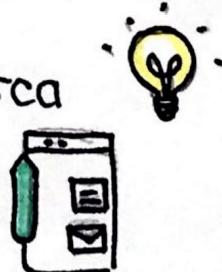


¿cómo lo dices?

¿qué dices?

La voz de tus productos puede estar identificada en dos recursos:

- Principios de marca
- Guía de estilo



el tono

Veamos las posibilidades que tenemos con el lenguaje desde dos ángulos:



- elección de palabras o frases:

¿Frases cortas o comentarios y explicaciones?

"Error 404: Intentelo de nuevo" vs. "Ouch! No pudimos encontrar la página que estás buscando"

- la estructura del mensaje:

¿Diriges la conversación o describes lo que pasa?

"Reestablezca su contraseña ahora" vs. "No tenga su cuenta segura restableciendo su contraseña"

- Para elegir el tono, **contesta estas preguntas:**



• ¿Qué tan experimentados son al usar la interfaz?

• ¿Cuáles son sus intenciones?

• ¿Cuál es su estado de ánimo?

¡Intenta estar en contacto con la persona que realiza la investigación o mantener el contacto con el usuario para empezar a revisar cómo se encuentran en los flujos y como podemos ayudarlos a transitarlos de una manera fácil!

:= tonos :=



- **Titulos** } creativo, humano, emocional.
- **Asuntos**
- **Subtitulos** } Directo, informativo
- **Acerca de**
- **Cuerpo del texto** }
 - **Subsecciones**
 - **Casos de estudio**
 - **Beneficios**Conversacional, detalles,
cuenta una historia
- **Bullets**
- **Contenido técnico** } Preciso, frontal, técnico
- **Aspectos del producto**
- **Call to Action** } directo, corto

Hay que tener en cuenta que el usuario pasa por distintos sentimientos a través de los procesos.

¿Cuál es la meta del usuario? ¿Qué siente en un momento determinado? ¿Qué le gustaría sentir?

¡Necesitamos llevarlo a esa experiencia ideal!



10 principios de la usabilidad

1. Visibilidad del estatus del sistema : le da certeza a los usuarios de lo que ocurre en cada paso.
2. Compatibilidad entre el sistema y la vida real : entre la experiencia de la vida real y la experiencia digital.
3. Dale libertad al usuario : Genera una vía de escape.
4. Consistencia y estándares : Manténlo simple.
5. Prevén el error.
6. Reconocer vs. Recordar : cuanta más información le proporciones, le brindas los elementos para reconocer el proceso.
7. Flexibilidad y eficiencia : Los usuarios experimentados deben tener prácticas que permitan navegar más rápido en la plataforma, y a los usuarios nuevos que les permita acercarse fácilmente y adoptar esas medidas para lograr navegar.
8. Diseño minimalista : Diseño simple que no permite perderse entre un montón de elementos.
9. Ayuda a los usuarios a reponerse de los errores : Proveer una solución.
10. Ayuda y documentación



patrones de escaneo



¿Qué factores influyen?

- ◆ La meta que busca: El usuario tiene ciertos propósitos a la hora de navegar.
- ◆ Su experiencia previa navegando en internet.
- ◆ Diseño de la aplicación o sitio web.
- ◆ Tipo de contenido.

Tipos de patrones

Patrón en F: Lectura de izquierda derecha y de arriba a abajo. Evitar este patrón porque tendrían huecos de contenido.

Patrón de capas de pastel: Se enfoca en la jerarquización. Esto permite al usuario identificar rápidamente los mensajes más importantes.

Patrón punteador: Dos patrones.

- a. ¿Qué busca? Determina donde se detendrá a leer.
- b. Elementos resaltados (diseño, tipografía...)

Patrón de compromiso: Ideal y difícil. El usuario deberá estar muy interesado para leer palabra por palabra.

la investigación

Fases donde está presente el UX writer

- **Tomar notas.** Entender específicamente cuales son las necesidades y los objetivos del usuario, para ofrecer contenido que sea de real valor.
- **UX Design.** Cuando se comienza a maquetar el producto digital , el UX writer debe participar en como lograr ese storytelling.
- **UI Design.** El microcopy y el UI copy Funcionarán como UX writer. Supervisar que esos puntos sean claros.
- **Lanzamiento.** Aquí existe la iteración y se podrá cambiar todo aquello que creemos que podemos mejorar y brindar una mejor experiencia.

Aprende sobre las personas que usan tu producto y su contexto.

Verifica que los usuarios interactúan fácilmente.

Descubre como la gente percibe el producto y como reacciona en cada etapa.



microcopy



Fragmentos que le sirven a la interfaz y al usuario para explicar los elementos que estamos incluyendo.

titulares

- Elimina las palabras que no son esenciales para mejorar la capacidad de escaneo.
- Mueve las palabras clave al frente del título para captar la atención de las personas.
- Minimiza las exageraciones y modismos. Registra la opción más sencilla para poner como prioridad el valor que obtendrá el usuario al adquirir la Experiencia.

(los usuarios, en promedio, leen las primeras 11 letras del título)

resúmenes de contenido

- Proporciona atajos para los usuarios que desean obtener los puntos principales sin leer el documento completo.

slug y URL

- Deben contener las palabras claves de tu texto.
- No utilicen pronombres, artículos, preposiciones ni conjunciones.



UI copy

Se refiere a las etiquetas de los comandos que aparecen en botones, elementos de menú y otros elementos orientados a la acción en la interfaz de usuario.

• • • Recomendaciones

- Mantener el texto breve sin sacrificar la claridad.
(NO COLOCAR MÁS DE CUATRO PALABRAS)
- Describe el estado consecuente, no el estado actual.
- Usa verbos para los comandos que inician una acción.
- Utiliza adjetivos para los comandos que desencadenen un cambio en el estado del sistema o la aparición de un elemento en la interfaz.
- Evita usar nombres vagos o genéricos como "Ok".
- Incluye información sobre herramientas para aclarar los resultados. Por ejemplo, si son funcionalidades nuevas o no son intuitivas para el usuario.

◆ Utiliza un lenguaje simple:

- No requiere poner esfuerzo para descifrar el mensaje.
- Es beneficioso escribir para un público internacional.
- Genera mejores resultados en los motores de búsqueda.

