

## Ejemplo de Aproximación al Problema

De acuerdo a lo brevemente conversado el día lunes 5 de abril, probablemente existan dos inconsistencias en el medio digital de Frogmi. (1) *La primera* responde a la críptica forma en que el contenido se explica dentro de la web. Los usuarios del sitio no conectan o perciben del todo la realidad práctica del servicio que ofrece la App de Frogmi. Por otro lado, la estética visual no representa al 100% el espectro demográfico del mercado, ya que la App intenta estar activa en áreas del extranjero referentes a Norteamérica y el estándar visual todavía no se acomoda a las expectativas de la marca. (2) *La segunda* radica netamente en una inconsistencia de unificación gráfica (branding) para todos los elementos (físicos & digitales) referentes a Frogmi, a saber: presentaciones, impresiones, campañas, redes sociales, etc.

## Ejemplo de Aproximación al Problema

De acuerdo a lo conversado con Deivinson, algunas problemáticas son las siguientes: Hay desafíos en términos del diseño UI para que sea limpia y coherente. Ha sido difícil encontrar a alguien que conozca de herramientas B2B. (3) No aterrizamos ciertos problemas por la magnitud de datos. Hay muchos elementos al mismo tiempo y hay fallas de complejidad funcional. El producto es grande pero no logra encajar. Existe un usuario analítico (personas que conocen) y otro usuario es más rudimentario, pero que supera lo que hace cualquiera. Va y responde tareas necesarias. La app y la web son diferentes. La app se reduce a ejecución. La web administra listas de productos (organización). (4) Se requiere aterrizar aterrizar casos de uso. (5) La prioridad en este momento es el diseño UI de la app.