

Introducción a UI/UX Design

Natalia Suárez

natalia@nattienatz.com

twitter @nataliasuarez_b

¿Qué es exactamente “User Interface Design”?

Es el método de ingeniería de las interacciones del usuario
y sus experiencias.

Es el diseño de páginas web, interfaces, aplicaciones móviles, etc..
con el enfoque en la experiencia del usuario.

Diseño centrado en el usuario.

Interacción simple.

Cumplir metas.

¿Por qué importa el UI?

¿Importa la belleza del UI?

La forma en la que una persona se siente acerca de un objeto o una cosa influye en el éxito que será de su uso.

Un usuario obligado a usar algo que no les gusta debido a como se ve o se siente será infeliz.



MUESTRA PARA FINES EDUCATIVOS
NIVEL CONGRESIONAL
PERÍODO 2010-2016



REPÚBLICA DOMINICANA
JUNTA CENTRAL ELECTORAL
ELECCIONES ORDINARIAS GENERALES CONGRESIONALES Y MUNICIPALES DEL 16 DE MAYO DEL AÑO 2010
PARA ELEGIR SENADORES (AS), DIPUTADOS (AS) NACIONALES Y REPRESENTANTES AL PARLACEN



PROVINCIA:
MUNICIPIO:
CIRCUNSCRIPCIÓN No.:



1 PARTIDO DE LA LIBERACIÓN DOMINICANA PLD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	2 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	3 PARTIDO REVOLUCIONARIO SOCIAL CRISTIANO PRSC PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	4 ALIANZA POR LA DEMOCRACIA APD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	5 BLOQUE INSTITUCIONAL SOCIALDEMOCRÁTICO BIS PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	6 FUERZA NACIONAL PROGRESISTA FNP PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	7 PARTIDO QUIRQUEYANO DEMOCRATA CRISTIANA PQDC PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	8 PARTIDO UNIÓN DEMOCRATA CRISTIANA UDC PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	9 PARTIDO VERDE DE LA UNIDAD DEMOCRÁTICA PVUD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8
10 MOVIMIENTO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO MODA PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	11 PARTIDO DE LOS TRABAJADORES DOMINICANOS PTD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	12 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	13 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	14 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	15 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	16 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	17 PARTIDO DE LA UNIÓN NACIONAL PUN PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	18 PARTIDO SOCIALISTA VERDE PASOVE PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8
19 PARTIDO DEMOCRÁTICA POPULAR PDP PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	20 PARTIDO HUMANISTA DOMINICANO PHD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	21 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	22 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	23 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	24 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	25 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	26 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8	27 PARTIDO REVOLUCIONARIO DOMINICANO PRD PARA SENADOR: NOMBRE DEL CANDIDATO PARA DIPUTADO: 1 2 3 4 5 6 7 8

HaHaStop.com



MUESTRA PARA FINES EDUCATIVOS

¿Importa la belleza?

¿El es bello?



Checkout

step 1/2

A

*** Your name**

The software license will be made out in this name.



*** E-mail address**

We'll send the receipt to this e-mail address.

Company name (optional)

If you want your company name on the invoice, just add it here.

Secure credit card payment

This is a secure 128-bit SSL encrypted payment.

*** Credit card number**

The 16 digits on the front of your credit card.



*** Expiration date**

The date your credit card expires. Find this on the front of your credit card.

 /

*** Security code** (or "CVC" or "CVV")

The last 3 digits displayed on the back of your credit card.



What happens now?

This is step 1 of 2. On the next page you can review your cart and product information. We will not bill you until you confirm the order on the next page.

[Next step »](#)

Checkout

step 1/2

B

*** Your name**

The software license will be made out in this name.

*** E-mail address**

We'll send the receipt to this e-mail address.

Company name (optional)

If you want your company name on the invoice, just add it here.



Secure credit card payment

This is a secure 128-bit SSL encrypted payment.



*** Credit card number**

The 16 digits on the front of your credit card.



*** Expiration date**

The date your credit card expires. Find this on the front of your credit card.

 /

*** Security code** (or "CVC" or "CVV")

The last 3 digits displayed on the back of your credit card.



What happens now?

This is step 1 of 2. On the next page you can review your cart and product information. We will not bill you until you confirm the order on the next page.

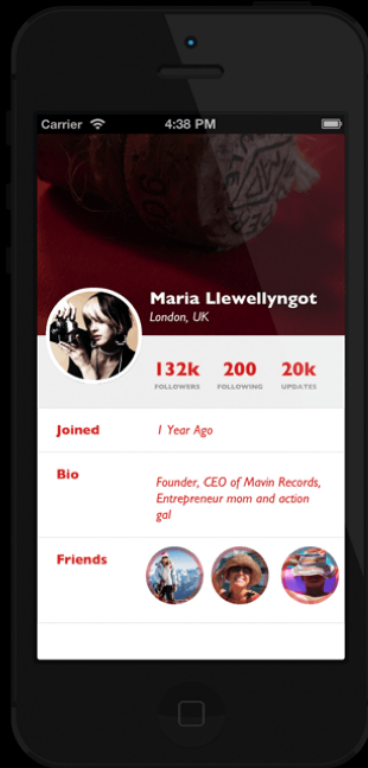
[Next step »](#)

¿Cómo creamos
un buen UI?

Conoce a tu usuario



Diseña con patrones



Ser Consistente

Navegaciones consistentes

Títulos consistentes

Botones consistentes

Dar Retroalimentación



Guía a tu usuario

Diseña con jerarquía

Tipografía

Fondos y colores destacados

Contexto de página / información

Keep it Simple

El contenido es lo más importante.

Las metas del usuario deben tener prioridad.

Un buen UI es invisible

Ejercicio 1

Crea un homepage para una tienda de utensilios de cocina

GoMockingbird.com

Introduce a la tienda, dale un nombre

Main Call to Action: Oferta de 25% de descuento en cuchillos.

También incluye:

1. Próxima clase de cocina
2. Link a otros productos
3. Información sobre la tienda: Número de teléfono, ubicación y horario.

¿Qué es User Experience Design?

Método para moldear las percepciones y emociones de un usuario que interactúa con una interfaz de usuario (user interface).

¿Qué realmente quieren las personas que usan tu website o app?

¿Por qué nos debería de importar?

CONTROL DE LA MENTE

UX puede empujar a la gente a su meta
igual que el Marketing.

¿Cómo hacemos esto posible?

INVESTIGACIÓN SOBRE EL USUARIO (User Research)

Es el proceso de aumentar nuestra comprensión y empatía por la gente.

Responde a la pregunta de \$1M de dolares:

¿Qué necesitan las personas?

Responde a las preguntas

QUÉ
CÓMO
POR QUÉ

Haz Click

Comprar ahora

Cancelar

¡ATENCIÓN!
NO entrar

La diferencia entre UI/UX

Elementos UI → Botones - Haz Click

UX (desde el punto de vista de mercadeo) → Botones como
Comprar ahora, Cancelar, Atención no entrar

Entonces,
¿cómo diseñamos una emoción?

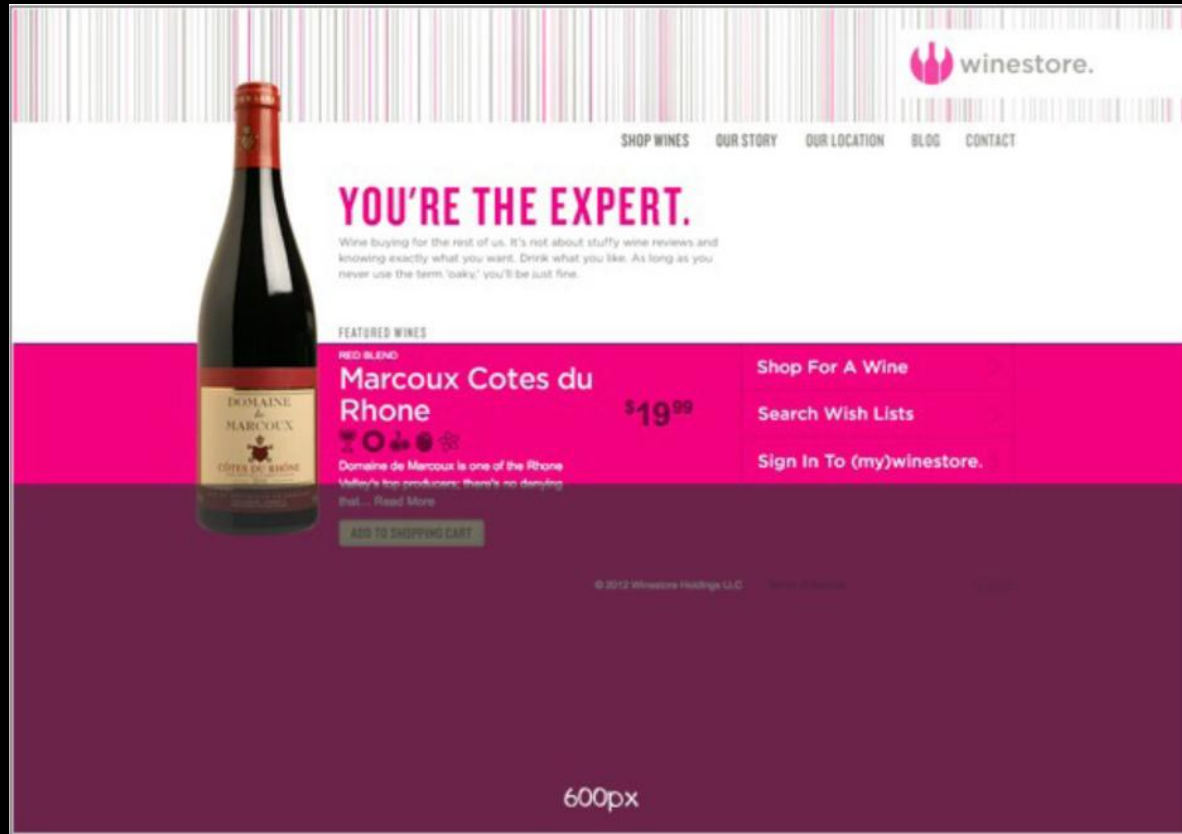
Estado de botones

Leer más	Default
Leer más	Hover
Leer más	Activo
Leer más	Enfocado (focus)
Leer más	Deshabilitado

El Grid - super importante



The Fold (cortado por la comp.) - Empezar por una idea general



EI Flow (Call to action)

The screenshot displays the Hulu website interface. At the top, navigation links for TV, MOVIES, KIDS, and MORE are visible, along with a search bar and user account information for 'CHARLES (99+)'. The main banner promotes the Hulu Original series 'BEHIND THE MASK', featuring four sports mascots: a duck, a beaver, a moose, and a green creature. The text on the banner reads: 'A hulu ORIGINAL BEHIND THE MASK. Go inside the lives of some of the most colorful, daring, and charismatic stars of the sports world: the mascots.' A red button labeled 'Watch the Season Premiere' is positioned to the right of the mascots. Below the banner, a social media section shows 'See what we're watching:' with links to Like (1.2m) and Follow (97K followers). The 'SHOWS YOU WATCH >' section is divided into two columns. The left column features four show thumbnails: 'THE DAILY SHOW WITH JON STEWART', 'SATURDAY NIGHT LIVE', 'THE COLBERT REPORT', and 'The Morning After'. The right column features a larger thumbnail for 'Watch the entire series' with a green button labeled 'Try Hulu Plus for Free'. The background of the banner image shows the mascots in a stadium setting.

hulu TV MOVIES KIDS MORE

UPGRADE CHARLES (99+)

A hulu ORIGINAL
BEHIND THE MASK

Go inside the lives of some of the most colorful, daring, and charismatic stars of the sports world: the mascots.

Watch the Season Premiere ▶

See what we're watching: [Like](#) 1.2m [Follow](#) 97K followers

SHOWS YOU WATCH >

Suggested ▾

New Episode
THE DAILY SHOW WITH JON STEWART

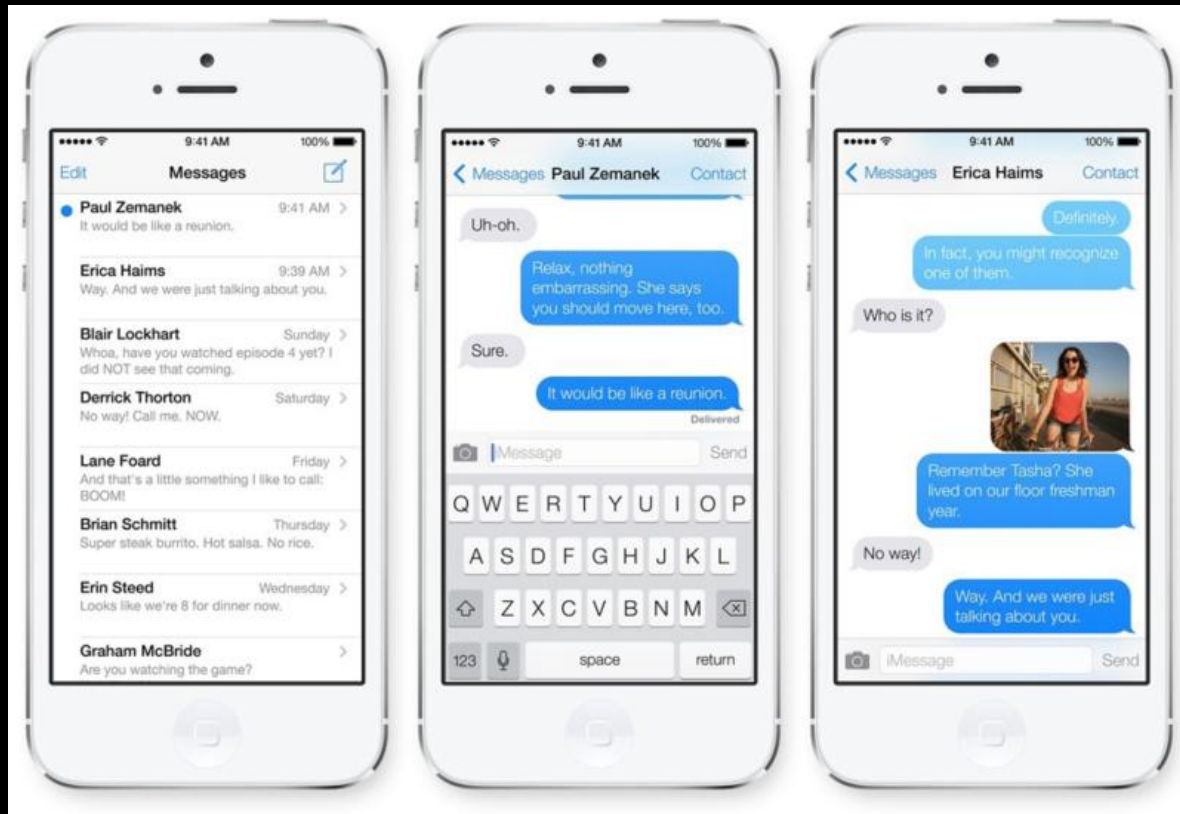
New Episode
SATURDAY NIGHT LIVE

New Episode
THE COLBERT REPORT

New Episode
The Morning After

Watch the entire series [Try Hulu Plus for Free ▶](#)

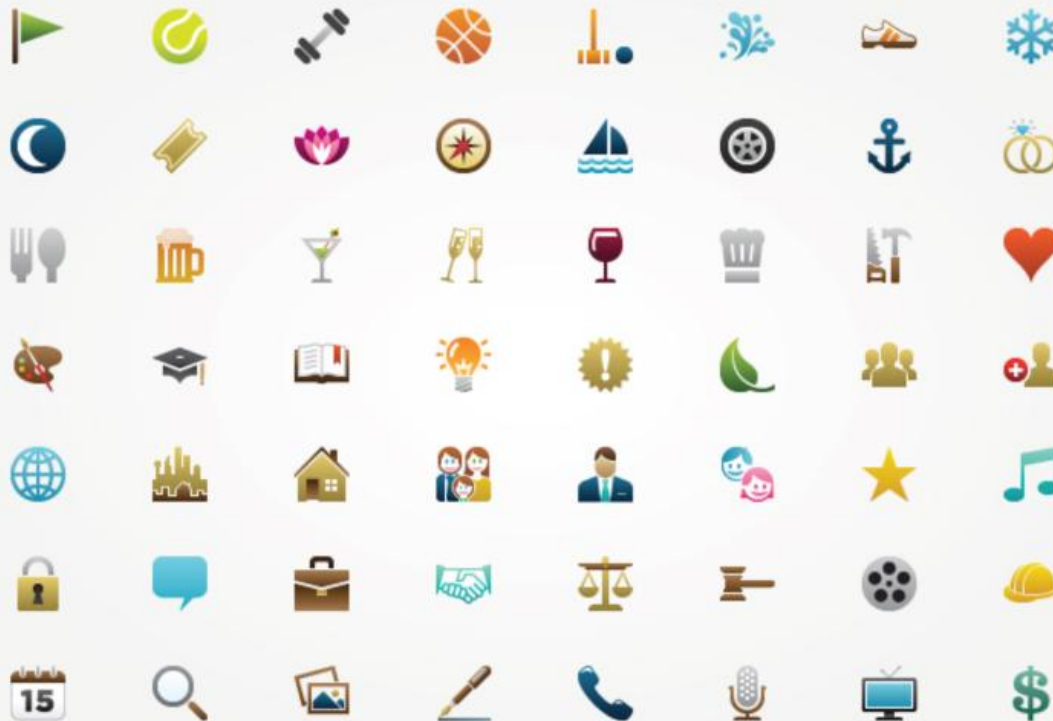
Contexto info/páginas (Mensaje UI Iphone)



Tipografía

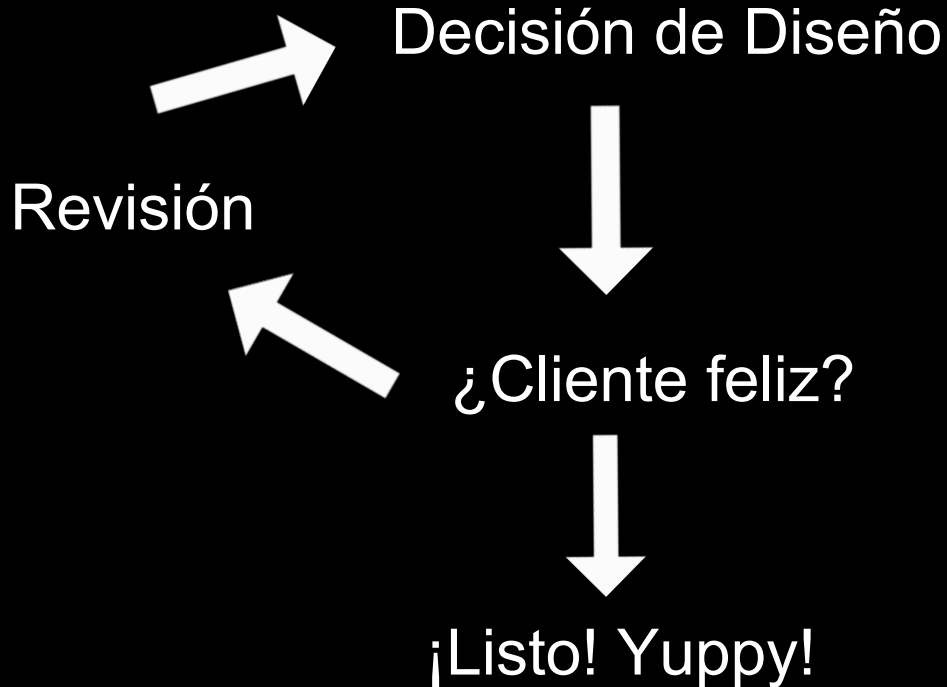


Iconografía



UX Ciclo de Prueba

The Old Way



Proceso de Prueba

1. Hipótesis - “Un botón más grande aumentará la cantidad de clicks”
2. Construir - Armar
3. Medir - (Ej. Google Analytics)
4. Refinar

Enséñale a tu cliente
que tu eres el que sabes

Métodos de Prueba (para probar usuarios)

Encuestas - Ej. Google Surveys, Survey Monkey

User Flow - Google Analytics (click tracking)

Heat Mapping - crazyegg.com (ver video) / kissmetrics.com

Split A/B - www.optimizely.com

Screen Recording - www.SilverBackApp.com

Ejercicio 2

Crea una prueba (Puedes elegir un website)

Formula una hipótesis (Ej. “Un botón de checkout color rojo y más grande aumentará las ventas en mi e-commerce”)

Elige un dato que apoye tu hipótesis (Ej. “Actualmente el color es gris, poco atractivo y pequeño.”)

Elige un método de prueba (Ej. “Heatmapping”)

Justifica tu elección (Ej. “El método de Heatmapping ayudará a comprobar que los usuarios no están dando click a este botón”)

Good UX / Bad UX

www.creativewithak.com
demo.northkingdom.com/ihuvudetpatoyota/
www.contentof.com

www.virgin.com
www.motorola.com

¿Qué piensan de myspace.com?

La Historia de FAB.com

<http://techcrunch.com/2013/09/27/not-so-vip/>

SHOPPING BAG

⌚ Items will be reserved in your cart for **19:42**

CONTINUE CHECKOUT



2 MILLION FANS SALE!

ADD UNLIMITED SKINNY DENIM FOR \$19.95

USE CODE **2MILLION** AT CHECKOUT

Terms & Restrictions Apply

ORDER SUMMARY



DAVINA
Size: 6

QTY: 1

\$39.95 VIP
\$69.00 Reg



+ ADD PROMO CODE

SUBTOTAL: **\$39.95**
Promo Code: 50% Off Your First Item **-\$20.00**
SHIPPING: Classic Fab (7-10 days) *Change* **FREE**
TOTAL: **\$19.95**
You Are Saving **\$49.05**

CONTINUE CHECKOUT

SHIPPING OPTIONS

- ☒ Classic Fab (7-10 days) - **FREE**
☐ Express Fab (2-3 days) - **\$8.95**
Guarantee Arrival 10/1/13

FREQUENTLY BOUGHT WITH:



ART OF BAROQUE
\$19.95
Add to Bag



THREE OF A KIND
\$9.95
Add to Bag



REVIVAL
\$6.95
Add to Bag



DIAMOND DREAM
\$9.95
Add to Bag



VIP MEMBERSHIP PROGRAM

With this purchase, you are activating your VIP Membership.

VIP MEMBERSHIP PERKS

All JustFab Styles \$39.95

Save up to 50% off regular retail prices.

Free Shipping & Exchanges

*Free shipping on all orders over \$39.00. Free exchanges.

JustFab Rewards

Earn points towards free shoes with every purchase.

No thanks, I don't want to save up to 50%

Checkout as regular member

HOW VIP MEMBERSHIP PROGRAM WORKS

1. Get a personalized boutique on the 1st of every month.
Receive new styles handpicked just for you by our stylist each month.
2. Visit your boutique by the 5th of the month.
Log into your Boutique and check out your new selections by the 5th of the month. Shop your favorite styles. Each JustFab style is only \$39.95.
3. No obligation to buy. Skip any month.

If you are not ready to make a purchase, simply Skip The Month by the 5th and you will not be charged. Skip as many months as you'd like. If you do not take action between the 1st and the 5th of the month, you will be charged \$39.95 for a member credit on the 6th. Each credit can be redeemed for 1 JustFab item, so use it to shop later!

User Research

Research approach: métodos de acercamiento.

Escribir guías de discusión

The basics: preguntar, observar

Etiquette: Cómo entablar una conversación con un extraño

Sacando lo mejor: Acercate con una mente abierta, no saltes a conclusiones

Tomar notas: Fotos y cuadernos (0 iphone, 0 ipad, usa lapiz y papel)

Con quién hablar

Preparate para compartir

Links de referencia

Para crear wireframes

justinmind.com

balsamiq.com

moqups.com

omnigraffle.com

invisionapp.com
(testing)

smashingmagazine.com

socialmediaexaminer.com

thisisgoingtobebig.com

Fonts

[googlefonts](https://googlefonts.com)

[typekit](https://typekit.com)