

Pantalla principal

Para la pantalla principal primero se visitaron diversas páginas dedicadas a venta de productos. Entre estas, se puede resaltar “Amazon”, en la que se puede observar que la página principal está saturada de fotos, links e información, provocando una sensación agobiante en los usuarios. Debido a esto, se optó por un diseño más simple.

Inicialmente el diseño propuesto fue listar todas las categorías de productos disponibles, tales como “sports” o “technology” entre otras. Pero, al listar las categorías se genera una sensación estática, creando una imagen de abandono. Por lo tanto, se decidió agregar una sección en la que se muestran productos al azar generando dinamismo (estando la mayoría de ellos entre los más vendidos).

Browser

En un principio, se realizaron varios diseños de pantallas para la lista de productos. Se tomó esta decisión debido a que el usuario pasará la mayor parte del tiempo buscando y recorriendo items, por lo que es muy importante que ésta sea simple pero a su vez completa.

Primero se estudiaron páginas de venta de productos (ebay, mercadolibre, amazon, dealextreme, ...) para ver cómo es que organizaban su contenido, y así notar los elementos en común.

De “MercadoLibre” cabe destacar la forma en la que se listan las sub categorías, y además, el espacio reducido en el que se encuentran (entre publicidad y objetos resaltados de otras categorías). Teniendo los factores anteriores en cuenta, se decidió incrementar el espacio, conservando una estructura similar.

De todos los diseños propuestos, los mas interesantes fueron los siguientes:

- Side tabbed and breadcrumbs design: Este diseño se ve atractivo visualmente, pero genera un problema al tener muchas categorías anidadas, ya que se crean "sub-tabs" debajo de la categoría padre y se ven muy amontonados. Se quiso probar agregando un breadcrumb, pero la jerarquía de categorías estaría en dos lugares distintos lo que seguramente llevaría a confusiones.
- Coverflow and breadcrumbs design: Se ve muy interactivo, actual y divertido, sin embargo, tiene el problema que se puede ver sólo un item a la vez. Esto resulta molesto dado que se suele comparar entre muchos items en simultáneo, cosa que el diseño no lo permite. Sin embargo se pensó agregarlo en la vista del objeto, pero ocupaba demasiado espacio en la pantalla y el resto de los datos del item eran amontonados y pasaban “desapercibidos”.
- Pure breadcrumbs design: Este fue el último que se probó ya que cuando se creó el mockup, se notó que el diseño resultante era intuitivo y visualmente atractivo. Por lo que finalmente, fue el elegido.

Carrito de compras

En un principio se encontraba la duda si dedicarle al carrito una sección entera buscando reducir la contaminación visual, pero se encontró que a la hora de querer consultar los contenidos de éste, se interrumpía el flujo de navegación ya que uno se veía obligado a abandonar la ventana en la que se encontraba. Se optó por reservar una sección de la pantalla para éste, dado que esto permite al usuario tener el "control" visual de lo que está comprando. Además se agregó la opción de esconderlo para ofrecerle al usuario una opción al visualizar el carrito.

Luego, debía definirse el lugar sobre el cual posicionarlo. Se varió entre la izquierda y derecha de la lista de los objetos*. Se optó por posicionarlo del lado derecho, ya que se acostumbra a leer de izquierda a derecha y tener el carrito del lado izquierdo entorpece la vista de los objetos (se tiene presente que al localizar el sitio a un idioma en el cual la lectura se realiza al revés, el carrito ocupará el lado izquierdo).

*No se consideró arriba y abajo dado que quita espacio de la lista, y entorpece la navegación.

Nuevo Usuario

Para aquellos usuarios que quieran registrarse antes de empezar a navegar por la página, se decidió crear un sistema de cuentas en la que en el momento de la creación se pidan datos mínimos (solo lo indispensable). Esto facilita la creación de la cuenta y además ayuda a ganar la confianza del usuario, dado que si se piden datos sensibles en esta etapa, el usuario (quien inicialmente “desconfía”) podría asustarse y cancelar el registro. Los datos faltantes pueden llenarse en cualquier momento en la sección de administración de la cuenta, o mandatoriamente a la hora de querer hacer un "checkout" del carrito.

Ya que se quiere facilitar el uso de la página a los usuarios, se decidió permitir a los usuarios sin cuenta explorar los productos y el manejo del carrito sin restricciones. Sin embargo, a la hora de hacer el "checkout", se les requerirá la creación de una cuenta, llenando todos los datos necesarios.