

Curso online en vivo

UX/UI

Clase nº 3

Definiendo el proyecto



Temas

Temas de la clase de hoy:

- Definiendo nuestros primeros pasos
- Investigación en UX
 - Desktop Research
 - Benchmark

Un recorrido breve



01

Definiendo nuestros primeros pasos

¿Cómo definimos los primeros elementos en un trabajo?

Empezaremos pensando:

¿Cuál es el **problema** que busco solucionar con mi proyecto?

¿Qué **objetivo** persigo con el diseño a realizar?

¿Qué **solución** propongo?

Problema, objetivo y solución



Problema

Es una situación que requiere solución, puede ser un vacío en el conocimiento.

Pregunta orientadora: ¿qué problemática de nuestro contexto puede ser resuelto con un producto digital o web?



Objetivo

Es lo que nos proponemos alcanzar, la meta a la cual queremos llegar.

Pregunta orientadora: ¿qué buscamos desarrollando la página web?



Solución

Es la propuesta de desarrollo, la cual intenta resolver el problema detectado.

Pregunta orientadora:
La página web ¿cómo soluciona el problema?
¿Qué funcionalidades va a incluir?

Sobre el problema

Para redactar el problema debemos incluir algunos ítems. A continuación algunos pasos que pueden ayudarte:

- Identificar el problema que querés investigar.
- Delimitar el objeto en el espacio-geográfico.
- Delimitar el espacio temporal.
- Hacer un paneo rápido para ver si otras personas hablaron sobre este problema y/o diseñaron soluciones

Manos a la obra

Actividad en clase



Consigna

Cada grupo irá completando posibles **problemas, objetivos y soluciones** que piensen para el diseño de su app. Este será el primer puntapié para avanzar sobre el tema que eligieron.

02

Investigación en UX

Avanzamos sobre la fase “Definir”

El UX Research

UX Research significa *investigación de usuarios*.

Como vimos, cualquier diseño de un producto que considere a las personas usuarias debe investigar sobre las necesidades de las mismas en el proceso de diseño.

El UX Research

Va a ser clave para poder avanzar sobre las fases del Design Thinking: primero empatizar, para luego definir nuestro trabajo.

La investigación nos permitirá entender las características y objetivos que tienen las personas usuarias, empatizar con ellas, tener en cuenta sus necesidades y motivaciones en el proceso de diseño.

EL UX Research

¿Cómo lo lograremos?

A través de técnicas, métodos y metodologías.

MAPA DE
EMPATIA

MAPA DE
TRAYECTORIA

MAPA DE
AFINIDAD

MAPA DE
TENDENCIAS

ENTREVISTAS
EN
PROFUNDIDAD
o CUALITATIVAS

ENCUESTAS

FICHA DE
PERSONA
USUARIA

BENCHMARKING

EVALUACIÓN
HEURÍSTICA

A/B TESTING

CARDSORTING

ESCENARIOS

¿Qué métodos de investigación existen?

Los tipos de investigación se pueden llevar a cabo de forma **cualitativa** por ejemplo:

- Estudios etnográficos.
- Entrevistas.
- Personas.
- Grupos focales o focus group popularmente conocido.
- Creación de prototipos.

Los tipos de investigación **cuantitativos** puede ser, por ejemplo:

- Encuestas, que son diferentes a las entrevistas.
- Pruebas de campo.
- Laboratorios controlados.
- Seguimiento ocular o hasta cosas más complejas como mapas de calor.

Razones para investigar



Entender el contexto de los individuos enfoca nuestros **esfuerzos en resolver sus principales problemas**, por tanto invertir mejor tiempo y dinero.



Investigar nos **permite eliminar nuestros propios prejuicios**, tener una mirada imparcial, acercarnos a la empatía y por tanto, crear mejores soluciones.



Conocer qué otros productos existen y qué problemas no se han resuelto, nos ayudará a **encontrar ventajas competitivas**.

Razones para investigar



Validar nuestras ideas por medio de investigación, hará que podamos **iterar y presentar recursos más acertados.**



Acercarnos a los usuarios, nos permitirá identificar cómo realizar pequeños **ajustes en nuestro producto o servicio**, que representan gran impacto para estas personas.



Invertir en validar cómo nuestro **público meta** utiliza el producto, nos hará **más fácil innovar** en un mercado digital con mucha competencia.

Desktop Research

Validando el problema

¿Qué es un desk research o investigación de escritorio?

Es un método de investigación que implica el uso de datos ya existentes. Estos se recopilan y se resumen para aumentar la eficacia general de la investigación. Nos permite validar que aquello que definimos, está bien encaminado

¿Qué datos puedo usar?

**NOTAS
PERIODÍSTICAS**

ESTADÍSTICAS

**GOOGLE
ANALYTICS**

**APLICACIONES
CON
FUNCIONES
SIMILARES
+
VALORACIONES**

**USUARIOS DEL
TIPO DE
SERVICIO**

**INFORMACIÓN
COMERCIAL**

¿Cómo planteo el Desk Research?

1. Identificar el tema de investigación:

Antes de comenzar, identificar el tema a investigar. Una vez hecho esto, hacer una lista de los atributos de la investigación y su propósito.

¿Cómo planteo el Desk Research?

2. Identificar las fuentes de investigación:

Posteriormente, buscar aquellas fuentes de información que proporcionarán los datos más relevantes aplicables a la investigación.

¿Cómo planteo el Desk Research?

3. Recopilar los datos existentes

Una vez que las fuentes de recolección de información se hayan reducido, verificar si hay datos anteriores disponibles que estén estrechamente relacionados con el tema. Pueden obtenerse de diversas fuentes, como periódicos, bibliotecas públicas, organismos gubernamentales y no gubernamentales, etc.

¿Cómo planteo el Desk Research?

4. Combinar y comparar

Una vez recopilados los datos, combinarlos y compararlos para que no se duplique la información. Dar un formato accesible.

¿Cómo planteo el Desk Research?

5. Analizar los datos

Analizar los datos que se recopilen e identificar si se han respondido todas las preguntas. Si no es así, repetir el proceso para profundizar más en ideas prácticas.

Benchmark de la competencia

Conocer otros productos

Benchmark

Mediante el **UX Benchmark o análisis competitivo** se evalúan y comparan los **productos** competidores del mercado **desde el punto de vista del usuario final** para descubrir fortalezas y características relevantes.

El objetivo: obtener oportunidades de mejora y **extraer tendencias UX dentro del mercado.**

Tipo de competidores



Los competidores directos hacen exactamente lo mismo que vos. Tienen la misma oferta de productos o servicios y pueden compartir la misma base de clientes.



Los competidores indirectos ofrecen un tipo de producto o servicio similar, pero quizás su valor agregado principal sea algo diferente a lo que vos ofrecés.

¿Cómo comparamos?

Lo que haremos será investigar y relevar en detalle los productos de las empresas competidoras: sus características y funcionalidades básicas.

Buscaremos:

- Entender a qué usuarios les habla y cómo.
- Comprender la estructura de diseño y flujo de navegación.

Preguntas orientadoras:

- ¿Qué ofrezco?
- ¿Qué hacen bien ellos y qué no?
- ¿Realmente ofrecen una buena experiencia de usuario en sus plataformas?

¿Cómo realizo un análisis de los comparables?

Definir objetivos

¿Qué quiero saber?
Definir metas y criterios
de evaluación

1

Identificar la competencia

Analizar 4 competidores
directos y de 2 a 4
indirectos.

2

Buscar tendencias de usabilidad

¿Qué acciones o
funcionalidades son viables?

3

¿Cómo realizo un análisis de los comparables?

Evaluar la UX

¿Qué beneficios ofrecen a los usuarios?
¿Cuántos pasos necesitas para cumplir con la
tarea? ¿Cómo le hablan al usuario?

4

Análisis

Resumir de manera eficaz
toda la información obtenida

5

Presentación

Colocar un icono y breve reseña de las app que formaron parte del benchmarking.

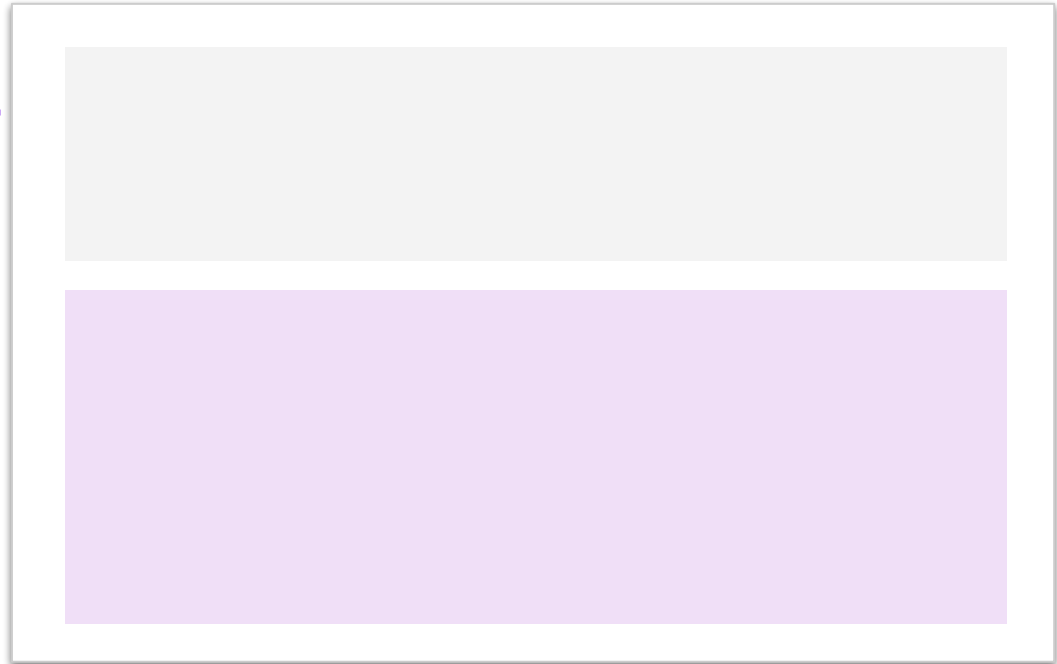


APP elegidas

Colocar una captura de las pantallas, para realizar el benchmarking.

Tablas

El objetivo es analizar la competencia desde diferentes puntos. Estos serán:
vocabulario/diseño/
cantidad de pasos.



Cantidad de pasos

Se presentan los ítems a tener en cuenta para el armado de la tabla.

Realizarlo con un mínimo de 3, y un máximo de 5 aproximadamente.

	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Cantidad de pasos para buscar			
Cantidad de pasos para reservar			

Vocabulario

Se presentan los ítems a tener en cuenta para el armado de la tabla.

Se selecciona cual es el correspondiente

	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Cumple: permite que el usuario pueda cumplir sus objetivos.			
Error menor: si bien es un error, permite seguir haciéndolo.			
Errores mayores: no permite operar. El usuario se pierde y no cumple su objetivo.			

Diseño

Se presentan los ítems a tener en cuenta para el armado de la tabla.

En este caso también se selecciona una sala opción por competencia

	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Limpio: deja aire entre los elementos, para que visualmente no se vea todo muy amontonado.			
Balanceado: la relación entre los distintos elementos es equilibrada, visualmente lo más importante ocupa mayor espacio y se lee bien.			
Lleno: los elementos no están bien proporcionados en relación al espacio, algunos pueden mostrarse muy grandes, ocupando mal el espacio.			

Resultados

Por último, se deben presentar los resultados del benchmarking realizado. El objetivo es colocar fortalezas y debilidades de cada competencia.

	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Fortalezas			
Debilidades			

Manos a la obra

Tarea



Consigna

Pueden buscar en la web recursos que validen el tema de su investigación, en una **investigación de escritorio**.

Pegar links de interés en FigJam.



Bibliografía y Recursos

Material de consulta

- ¿Qué es UX Research? [Link](#)
- Cómo google investiga en una semana [Link](#)
- Biblioteca UX [Link](#)
- Importancia y categorías de la investigación en UX Design [Link](#)

Gracias



¿Dudas o consultas?



jumpedu.org