

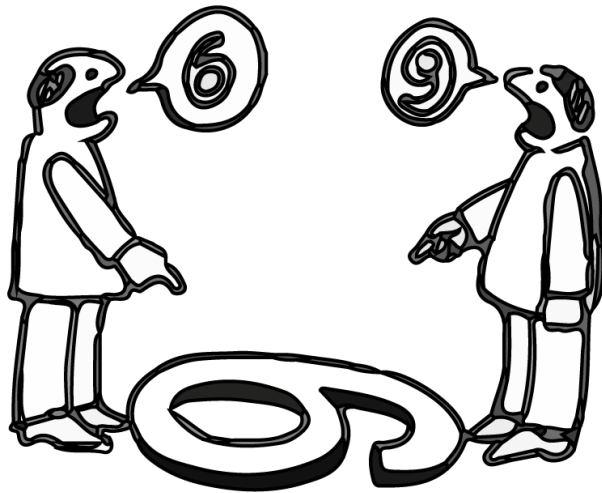
POV y MVP

¿Qué es POV?

POV o Point of view, en español significa Punto de vista.

En UX sirve para obtener de forma concisa el qué, para quién y por qué estamos creando nuestro producto o servicio.

Si podemos entender realmente la problemática de nuestros usuarios podremos generar una solución adecuada, focalizada y con valor agregado.



Punto de vista

Para elaborar un “Punto de Vista” tenemos que pensar en una historia (breve y significativa) sobre el problema que vamos a abordar y cómo vamos a usar esa visión única que nos da el diseño para elaborar una solución para ese usuario.

- Usuario (descripción del usuario, por qué es nuestro usuario y no otro)
- Necesita (problema a abordar — en forma de verbo)
- Porque (describimos la clave del problema, lo que motiva a hacer).

Storytelling en UX

Estas técnicas narrativas son herramientas muy útiles para el diseño de servicios y productos digitales.

Es el arte de crear una secuencia de eventos, reales o ficticios, creando una atmósfera que envuelva y cautive.

Se trata de una manera de contar un mensaje para transmitir cosas e intentar influir en nuestro comportamiento.

Estructura y requisitos:

User persona - Necesita (relacionado a nuestra app) - porque: insight

Arco argumental + Emoción

Introducción - Nudo - Desenlace

¿Por qué es importante?

Contar historias es un recurso muy efectivo porque apela a la forma en la que funciona la mente humana.

Es un impulso natural de mantener orden y dotar de significado a lo que observamos.

Las historias nos ayudan a recordar, las procesamos de una forma mucho más profunda de lo que procesamos otro tipo de información. Toda la información rica en detalles que nos da la descripción de los personajes, ubicación y los eventos, los relacionamos con nuestra experiencia personal, nos ayuda a conectar de manera personal con la información e ideas que transmite la historia.

Las emociones juegan un papel muy importante también. Una historia cercana que cala hondo o toca un punto sensible en el usuario puede desencadenar reacciones muy fuertes o memorias profundas.

"La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidarán lo que les hiciste sentir".

Maya Angelou.

Consejos para contar una buena historia

No se trata simplemente de tener una historia y contarla. La magia está en el arte de contarla, quiénes y cómo lo hagan. Solo así se conseguirá atraer a la audiencia, conectar con ella y diferenciarnos del conjunto.

Para que la historia pase al siguiente nivel, es importante que gire en torno a personas reales antes que «usuarios sin nombre». Cuando se da un poco de información acerca del trasfondo de la historia y el usuario, ayuda a vincular la historia con las necesidades de los usuarios.

Contar historias que les resulte familiar a los receptores ayuda a crear una buena conexión entre dicho receptor y la propia historia.

En relación a la trama, se describe cómo y porqué un usuario podría interactuar con un producto. Esto puede basarse de nuevo en una interacción real que se haya observado o puede ser un ejemplo hipotético pero realista.

Compartir datos del usuario es efectivo, pero hacerlo describiendo esos datos a través de una historia rápida es incluso mucho más persuasivo.

Datos: Durante el testeo, el 64% de los usuarios abandonaron la web tras haber realizado una búsqueda sin obtener resultados.

Efectivo: Julia estaba tan frustrada mientras intentaba buscar un producto en la web de diferentes formas sin obtener resultados, que finalmente se sintió tonta por no saber hacerlo y salió de la web resoplando. 64% de los usuarios, durante el test, se sintieron de forma similar y abandonaron la web tras una búsqueda sin resultados.

Súper efectivo: Julia, mamá de tres, cuando terminó las tareas del hogar, fue a su pc a intentar realizar una búsqueda.. Se frustró mucho luego de buscar de mil formas en la web y no obtener resultados. Aquella situación hizo que se sintiera tonta por no considerarse buena con la pc, así que se rindió y salió de la web angustiada. Realizamos un test y sus resultados indican que 6 de cada 10 usuarios se sintieron igual que Julia y abandonaron la web tras una búsqueda sin resultados.



¿Qué es un Storyboard?

Es el guión gráfico. Es un conjunto de ilustraciones que aparecen en secuencia y que se utilizan como guía para entender una historia.

La característica principal del storyboard es su representatividad: es visual, la historia aparece frente a nuestros ojos como algo menos abstracto que en el guión.

Un storyboard se parece mucho a una historieta de la narración.

¿Cómo crear un storyboard?

- 1) Elabora una línea temporal. Piensa cuál va a ser el inicio de tu spot, el desarrollo y el desenlace. Te ayudará comenzar creando un listado de todo lo que va a pasar, para después ordenarlo.
- 2) Identifica cuáles son los momentos clave de tu historia. Aquellos en los que se representa el mensaje que quieres transmitir o los que destaquen las cualidades de tu producto.
- 3) Ten en cuenta que el storyboard sirve para mostrar visualmente una idea. No es el anuncio ni el vídeo final, debe dibujarse rápidamente sin mucho detalle, bastan unos bocetos para plasmar las ideas.
- 4) Elabora los bocetos y los complementas con información. Utilizar globos de diálogo, una descripción aclaratoria debajo del cuadro, etc.
- 5) Si no se te ocurre qué representar en cada viñeta, piensa en dónde puedes "cortar" la historia. Un ejemplo sencillo: En la primera viñeta podría aparecer un personaje triste porque tiene una necesidad que no logra cubrir. En la siguiente, el anuncio de nuestro producto. Y, en la última, el mismo personaje feliz, sin el problema que le atormentaba.

STORYBOARD

La producción:
La fecha:

Ejercicio Clase 7

Agarren hoja y lápiz, vamos a practicar rápidamente cómo hacer un storyboard.

Relato breve para el Ejercicio en clase de Storyboard:

Un hombre se le acercó a un sabio anciano y le dijo:

– Me han contado que eres muy sabio. Por favor, ¿qué cosas haces como sabio que no podamos hacer los demás?

El anciano le contestó:

– Bueno, cuando como, simplemente como; duermo cuando estoy durmiendo, y cuando hablo contigo, sólo hablo contigo.

El hombre lo miró con asombro y le dijo:

– Pero yo también puedo hacer esas cosas y no por eso soy un sabio.

– Yo no lo creo así -replicó el anciano.

– Cuando duermes, recuerdas los problemas que tuviste durante el día, o te preocupas por los que podrás tener al levantarte. Cuando comes, estás pensando en qué harás después.

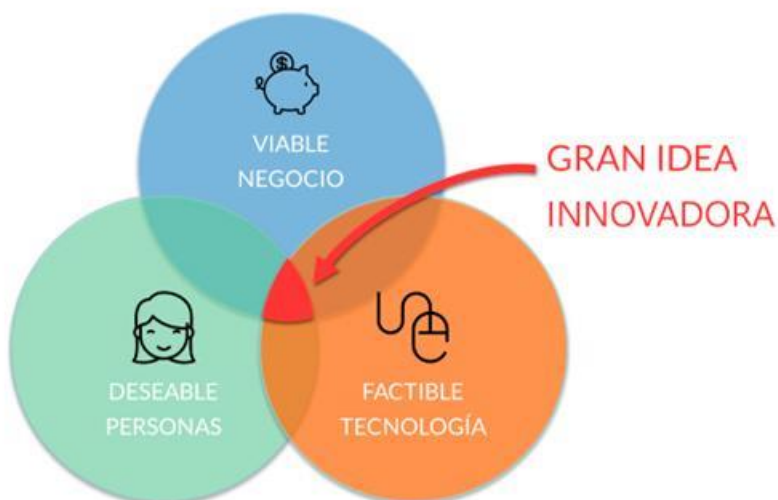
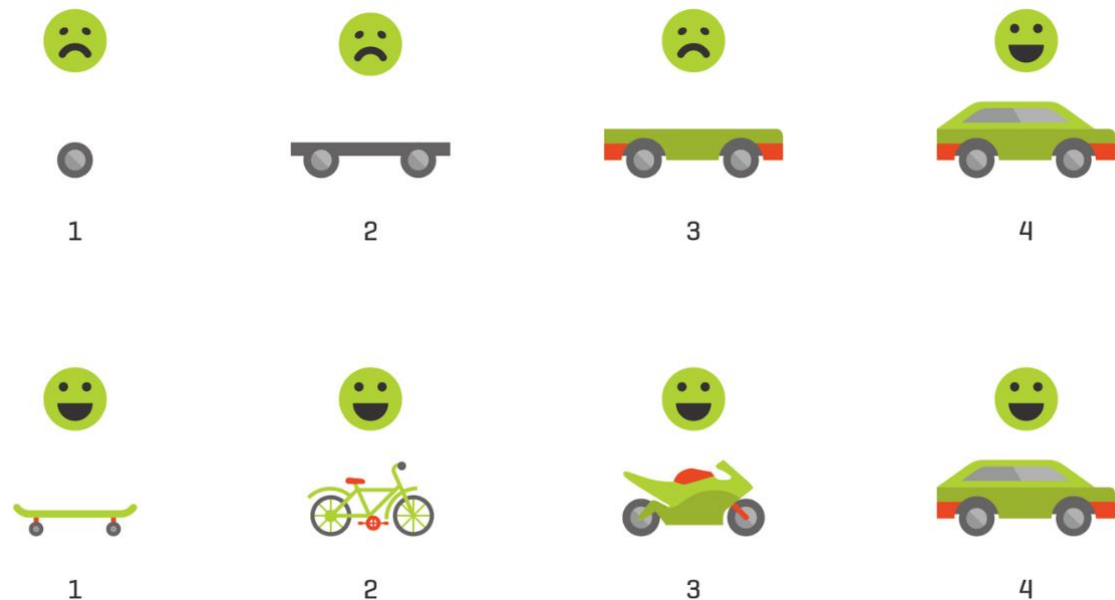
Mientras hablas conmigo, estás pensando en qué vas a preguntarme o cómo vas a responderme antes de que termine de hablar.

¿Qué es un MVP?

Minimum Viable Product - Producto Mínimo Viable.

En desarrollo de producto, el producto viable mínimo es un producto con suficientes características para satisfacer a los clientes iniciales, y proporcionar retroalimentación para el desarrollo futuro.

En desarrollo de startups (empresas emergentes altamente innovadoras), para garantizar que una startup tenga éxito, se necesita desarrollar productos escalables, que deben introducirse gradualmente. Esta práctica es muy funcional para reducir riesgos y evitar gastos excesivos. Se basa en una validación real, basada en pruebas y feedbacks de los clientes.



MVP

Es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recolectar, con el menor esfuerzo posible, la máxima cantidad de conocimiento validado sobre sus potenciales clientes.

Se utiliza para obtener un conocimiento rápido y cuantitativo del mercado de un producto, o de algunas funcionalidades en particular.

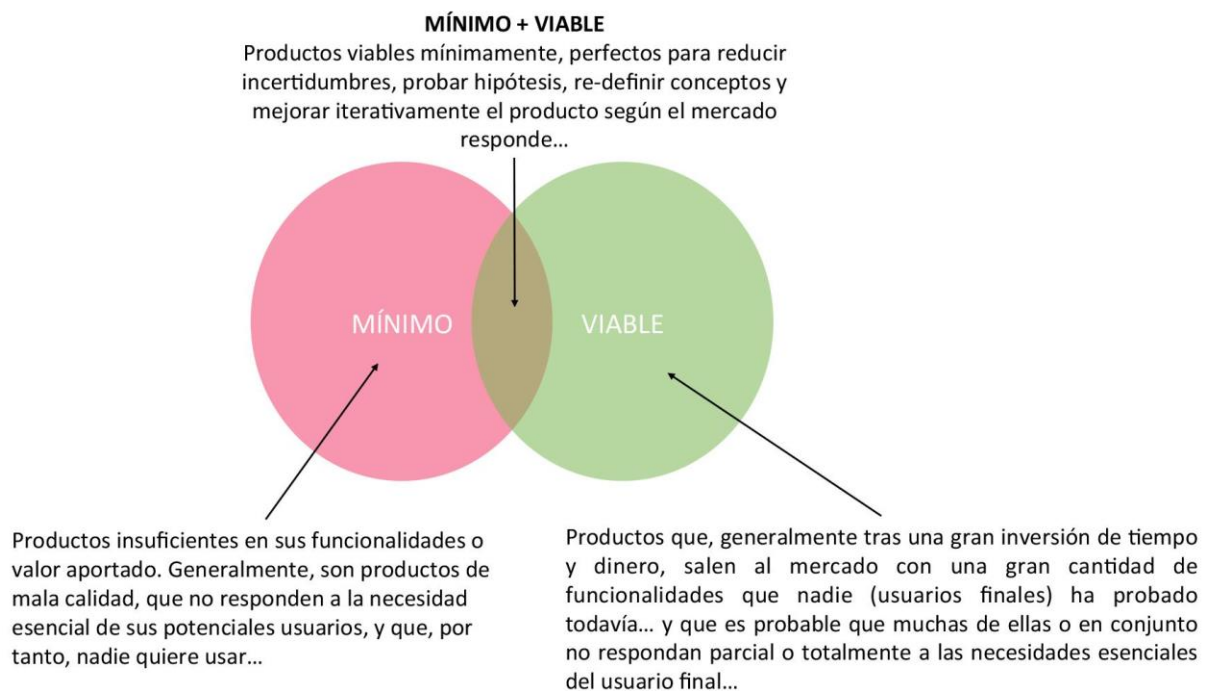
Tiene solamente aquellas funcionalidades que permiten que el producto sea lanzado.

Al pensar en un nuevo servicio, producto o canal, se suelen establecer hipótesis o pequeños supuestos acerca de lo que se necesita para solucionar una necesidad.

Un ejercicio para determinar el producto mínimo viable, permite establecer qué ideas son válidas y cuáles deben descartarse antes de iniciar la producción.

Para lograrlo necesitamos:

- Listado de tareas
- Determinar cuales son prioridad, imprescindible.
- Determinar futuras versiones, deseable.



Proyecto Final

TAREA PARA EL PROYECTO FINAL

Para continuar con el Proyecto Final que vamos a desarrollar durante todo este curso:

Vamos a realizar un POV aplicando las técnicas de Storytelling y Storyboard, esto nos permitirá a nosotros y a otros/as comprender y empatizar con nuestros usuarios.

Para ello realizaremos las siguientes tareas:

Completar la frase: Usuario - Necesita - Porque.

Crear una narración sobre nuestro proyecto que cuente con un Inicio - Nudo - Desenlace, que cree una conexión emocional con nuestra user persona. Que sea breve y persuasiva.

Representar visualmente la narración con un storyboard, ilustrando los momentos clave de la historia (6 dibujos máximo). Recuerden que no es necesario saber dibujar "bien" sino que se entienda la idea. Puede ser a mano o digital, si es a mano deberán pasarlo a tinta y escanearlo con buena calidad y buena luz para que se pueda visualizar correctamente.

Para continuar con el Proyecto Final que vamos a desarrollar durante todo este curso:
Vamos a definir un MVP, esto nos permitirá tener en claro cuales son las funcionalidades básicas que debe tener mi app.

Para hacerlo debemos:

Redactar una lista de tareas (todas las que se me ocurran relacionadas a mi proyecto).

Definir prioridades, cuáles tareas son imprescindibles para el funcionamiento de la app.

Definir cuáles tareas son deseables para versiones más avanzadas de mi app en un futuro (versión 2.0).

Identificar cuál es la función básica y primordial que mi usuario realizará en mi app, y por qué es deseable para mi usuario.

Realizar un informe sobre las conclusiones del ejercicio, cuáles tareas se desarrollaran primero y por qué (explicar brevemente cada tarea).

Arquitectura de la información

¿Qué es Arquitectura de la información?

En pocas palabras, la arquitectura de la información es el arte de organizar la información de la forma más clara y lógica posible.

Para que el usuario pueda encontrar fácilmente lo que está buscando. Además, también nos permitirá poder añadir fácilmente nuevas funcionalidades y escalar el producto. Se trata de organizar, estructurar y etiquetar correctamente todos sus elementos.

«La arquitectura de la información es la práctica de decidir cómo organizar las partes de algo para que sea comprensible»

Information Architecture Institute.

ARQUITECTURA

VALIDANDO JERARQUÍAS

Para comenzar a cumplir nuestros objetivos, es necesario averiguar si los problemas que experimentan nuestros nuevos usuarios se deben a la organización visual de nuestro contenido o a la organización de nuestra información.

Para ello, se tomó como base la arquitectura de información original de Discord y se realizaron diversos tests con usuarios sobre la misma.

ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN

Arquitectura de la información

Es crucial para el desarrollo de cualquier sitio, aplicación o software.

Esto implica una relación estrecha entre todas las partes del proceso, los involucrados (desde la empresa, los diseñadores, programadores e inclusive usuarios testers) deben funcionar en sintonía.

La arquitectura de la información funciona como base para el trabajo de los diseñadores UX y brinda los recursos necesarios para estructurar el sistema, haciéndolo comprensible y fácil de usar.

La arquitectura de la información permite que las jerarquías presentes en páginas web, aplicaciones y programas nos orienten hacia donde tenemos que ir según nuestras necesidades. La estructura debe estar construida en base a una lógica simple para que sea intuitiva. Podría parecer que podemos prescindir de ella, pero se convierte en algo central ya que se encarga del estudio, análisis, organización y disposición de la información. Es decir, determina la estructura que tendrá nuestro sistema de información de nuestro proyecto.

Entender cómo navega un usuario puede ser de suma utilidad para determinar en qué medida es necesaria la arquitectura de la información.

Un usuario que ingresa a un sitio web se pregunta:

¿Qué es esto? ¿Qué función cumple? ¿Qué puedo hacer? ¿Dónde está lo que buscaba?

La arquitectura de la información busca dar respuesta a estas preguntas para que el usuario pueda navegar y permanecer. Así, ofrece la posibilidad de incrementar la calidad del servicio en pos de que sea más navegable, usable y accesible.

Esto implica garantizar que los usuarios tengan una experiencia satisfactoria, en cuanto a navegación y usabilidad, a través de la estructura y el lenguaje que se utilice en la construcción del producto digital.

Es un documento vital en el que se definen la organización y relaciones entre todos los elementos de nuestra app.

De ella depende el resto del proceso, los wireframes, prototipos y diseño final.

En este punto del proyecto idearemos una arquitectura de la información para representar y comprender el modelo mental de nuestra user persona, saber como prefieren y reconocen la información cuando ingresan a una app.

Para lograr esto necesitamos que el usuario forme parte del proceso de diseño.

Utilizaremos la técnica de Card Sorting.

Card Sorting

Vamos a entregarle a nuestros usuarios unas tarjetas o cards con los nombres de todos los elementos que componen nuestra app, es decir categorías y subcategorías de los contenidos que encontraríamos en nuestra app (utilizando para esto la lista de tareas que creamos para el MVP - Imprescindibles, y también los resultados del Benchmarking donde pudimos analizar qué funcionalidades ofrece la competencia) y luego convocamos a los usuarios para que las agrupen y asocien como deseen. Recordando que diseñamos para el usuario, no para nosotros los diseñadores.

Objetivos

Agrupar: los distintos contenidos

Jerarquizar: subordinar unos contenidos a otros

Rotular: nombrar las categorías

Tipos de Card Sorting

Abierto - El usuario puede agrupar libremente

Cerrado - Los grupos ya están predefinidos

Individual

Grupal

Presencial

Remoto

Cualitativo - Debemos poder observar y registrar el proceso de decisión

Cuantitativo - Procesamiento estadístico de datos

Optimal Workshop

Card Sorting Abierto - Optimalsort - Híbrido

Introducimos los nombres en cada tarjeta.

Redactamos una introducción para los usuarios.

Configuramos los datos que se dan antes de comenzar el cardsorting, consigna detallada: leer, asociar, agrupar, jerarquizar estas tarjetas, también nombrar las categorías a donde pertenecen. Preguntas para poder organizar y segmentar a los usuarios que participen.

Redactamos las preguntas finales que se les hará a los usuarios una vez finalizado el cardsorting: ¿Qué tan difícil te resultó agrupar las tarjetas? Fácil 1-10 Difícil ¿Cuál tarjeta te generó dudas al momento de ordenarla? ¿No sabías el significado de alguna tarjeta?.

Incluimos a los participantes enviándoles el enlace y aclarando que deben realizarlo desde una PC o no será posible finalizar el cardsorting.

Lanzamos el Cardsorting con el botón "Launch", y recordar que una vez realizado esto no se podrán realizar más cambios. Chequear en "Study settings" que no esté en "Draft".





Welcome

Welcome to this OptimalSort open card sort demo!

In a real world scenario, your contribution would be used to help organize the content of our website. This time, have fun organizing content for Bananacom, our fictional telecommunications provider.

Continue



Before we begin

Please answer the questions below.

Optional

What BananaCom services (if any) do you currently subscribe to?

- ☐ Home Phone
- ☐ Internet
- ☐ Home TV
- ☐ Cell Phone
- ☐ Mobile Broadband

[View instructions](#)

[Leave a comment](#)

Finished

Purchase a cell phone online

A tool to calculate the best cell phone plan for me

The date that my next home phone and internet bill is due

The price of 3G Broadband data

Discounted cell phones

Accessories for my cell phone

3G coverage map



Add-on services for my home phone



What to do when my cell phone has been broken or stolen

An online form to request a plan upgrade

How to transfer my home phone number to my new house

Step 1

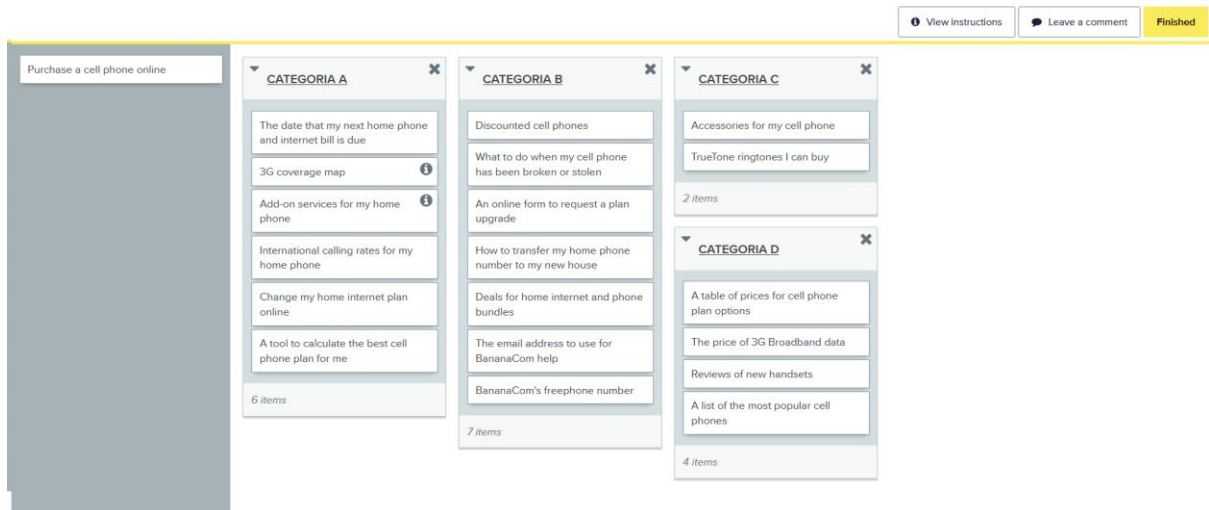
Take a quick look at the list of items to the left.

We'd like you to sort them into groups that make sense to you.

There is no right or wrong answer. Just do what comes naturally.

Step 2

Drag an item from the left into this area to create your first group.



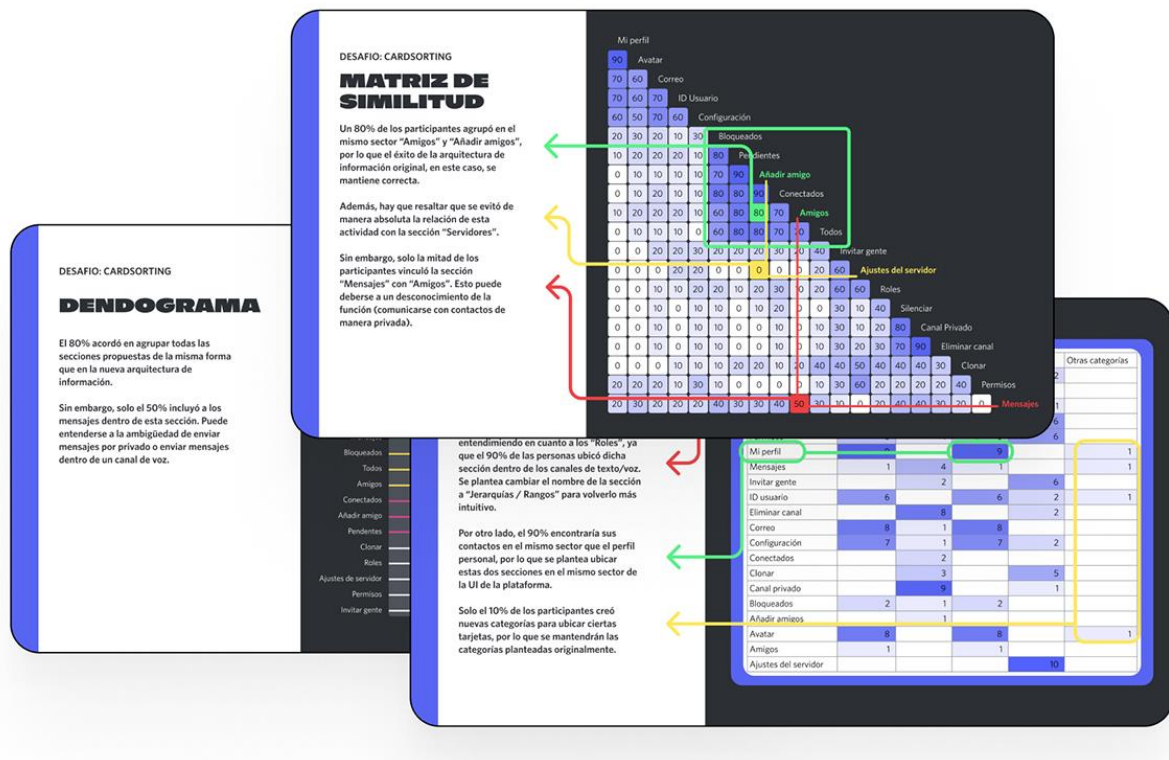
Conclusiones

La herramienta nos brindará dos gráficos (en “Analysis”):

Dendrograma (Dendrogram)- Este diagrama nos permite ver los grupos y etiquetas principales elegidas por los usuarios.

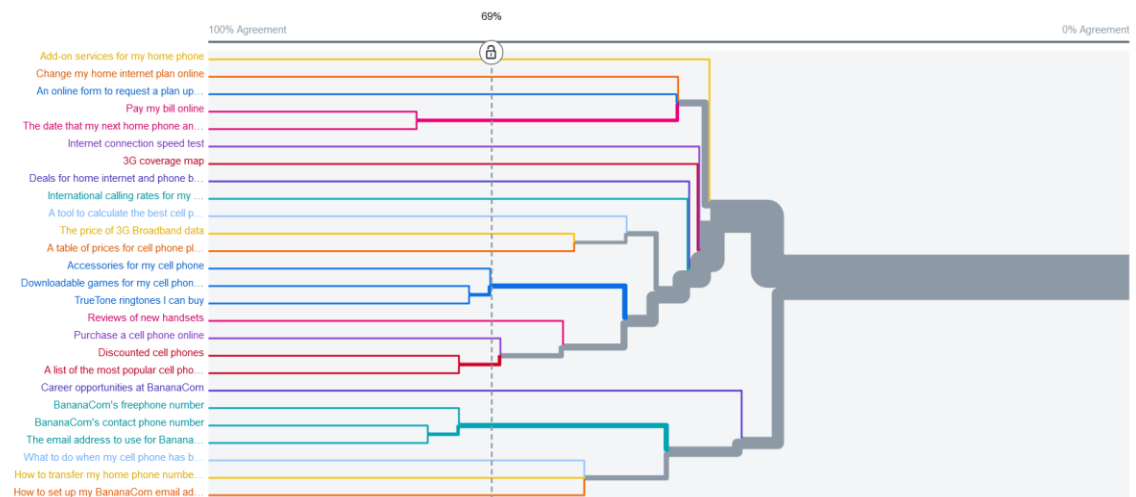
Matriz de similitud (Similarity matrix)- Este diagrama detecta grupos o tarjetas que fueron más frecuentemente emparejadas entre los usuarios, donde el número sea mayor es donde más similitud hay.

A partir de estos resultados debemos analizar e interpretar la información, que luego nos servirá para realizar nuestra arquitectura de la información para nuestro proyecto con información validada por los usuarios.



Best merge method

The best merge method often performs better than the actual agreement method when your study has fewer participants. It makes assumptions about larger clusters based on individual pair relationships.



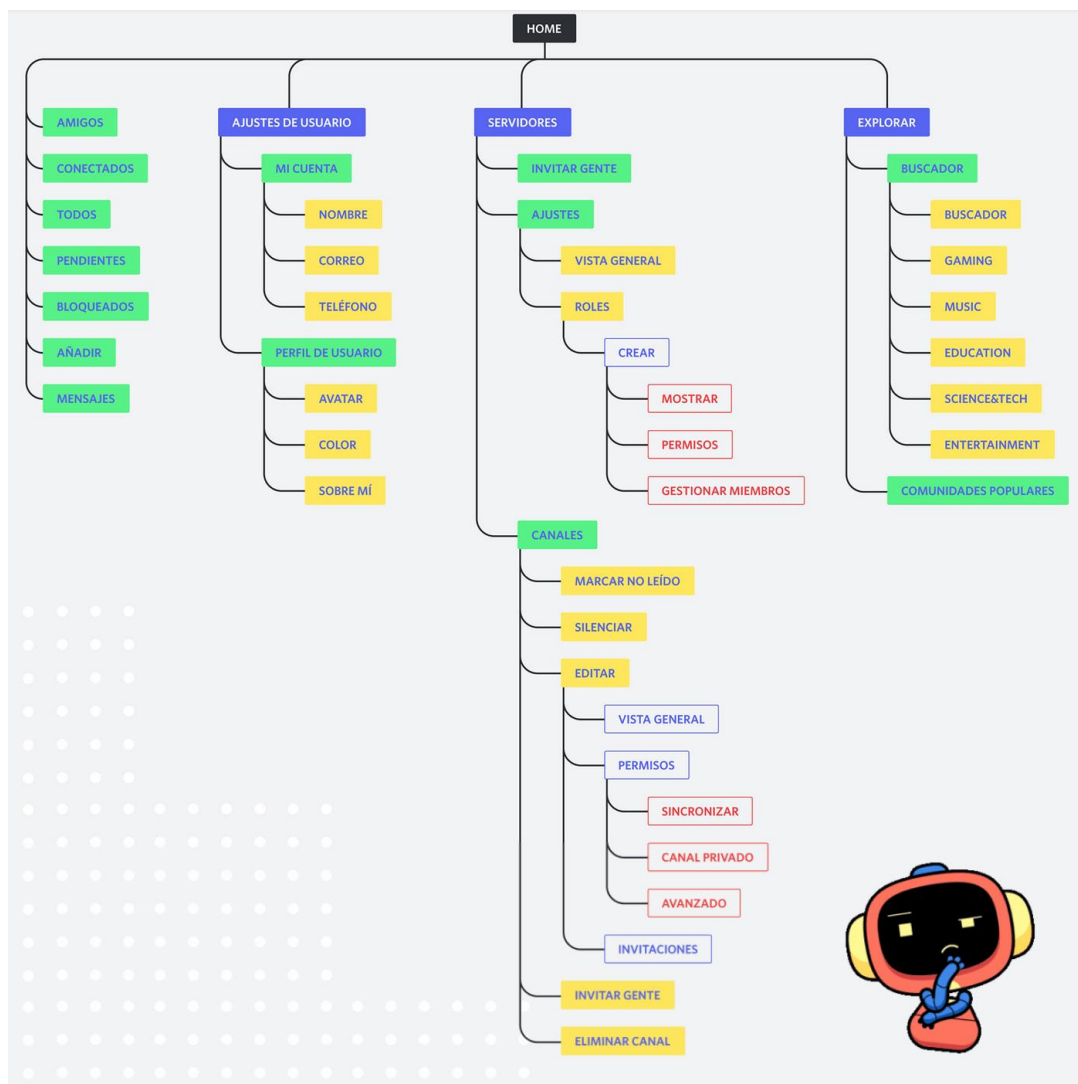
Mapa del sitio

A partir de los resultados obtenidos del cardsorting y del análisis posterior de sus diagramas, vamos a poder realizar el mapa del sitio, este permitirá ver las relaciones y agrupaciones establecidas entre los contenidos.

En algunas ocasiones será necesario renombrar algunas categorías o incluso permitir el acceso a algún apartado desde distintas categorías.

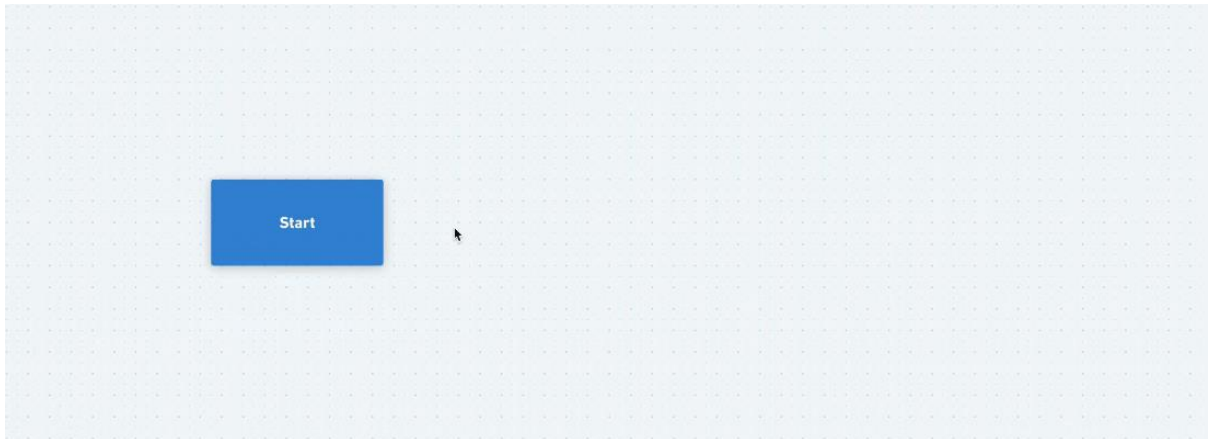
Allí indicaremos las secciones principales de nuestra app, cómo se conectan a las subsecciones y qué relación hay entre ellas, partiendo de la “Home”.

Mapa de sitio abreviado de Discord





Es una herramienta online gratuita súper intuitiva y simple de usar, utilizaremos el “Flowchart” para diagramar:



Ejercicio Clase 8

Optimal Workshop y Whimsical

Proyecto Final

TAREA PARA EL PROYECTO FINAL

Para continuar con el Proyecto Final que vamos a desarrollar durante todo este curso: Vamos a realizar la Arquitectura de la información de nuestro proyecto aplicando la técnica de Card Sorting Abierto con Optimal Workshop, obtendremos como resultado el Dendrograma y la Matriz de similitud con las que realizaremos un informe de conclusiones. Para ello realizaremos las siguientes tareas:

Completar las tarjetas: 20 aprox (tareas que surgen del MVP y Benchmarking)

Crear una introducción detallada para los participantes, explicando la consigna que deben cumplir con respecto a las tarjetas, realizarles preguntas de segmentación básicas (por ejemplo: nombre, ciudad, edad) y redactar las preguntas finales para los usuarios, para clarificar sus decisiones y ver si comprendieron el lenguaje de las tarjetas.

Invitar a 10 participantes mínimo (idealmente que se asimilen a la user persona) y enviarles el link para el cardsorting y recordarles que se realiza desde una PC si o si.

Analizar e interpretar los resultados (gráficos y respuestas), y realizar un informe con las conclusiones del estudio (aciertos, errores, correcciones realizadas, conclusiones, etc.).

Luego vamos crear el Mapa de sitio, en Whimsical, utilizando la información validada por los usuarios, obtenida del informe del estudio de CardSorting y sus gráficos.

Para hacerlo debemos:

Ir a Whimsical y seleccionar Flowchart

Definir cuáles van a ser mis categorías y subcategorías a partir de los resultados dados por los participantes/usuarios. (como ellos ordenaron la información)

Crear el diagrama de mi app, utilizando los recuadros y flechas, en forma vertical, partiendo desde la HOME, siguiendo a las categorías principales y luego desde estas a las subcategorías y dentro las tareas u opciones que se encuentren.

Tener en cuenta que como resultado debe quedar el diagrama de app lo más ordenado y coherente posible. Vamos a tratar de respetar al máximo las preferencias del usuario y también tener en cuenta nuestra interpretación de los resultados (por ej: si en las preguntas finales notamos que varias tarjetas no fueron comprendidas, pudieron ser ubicadas en lugares incorrectos o al azar, y tendremos que renombrarlas para facilitar su comprensión.)