

Elevator Pitch

¿Qué es Elevator Pitch?

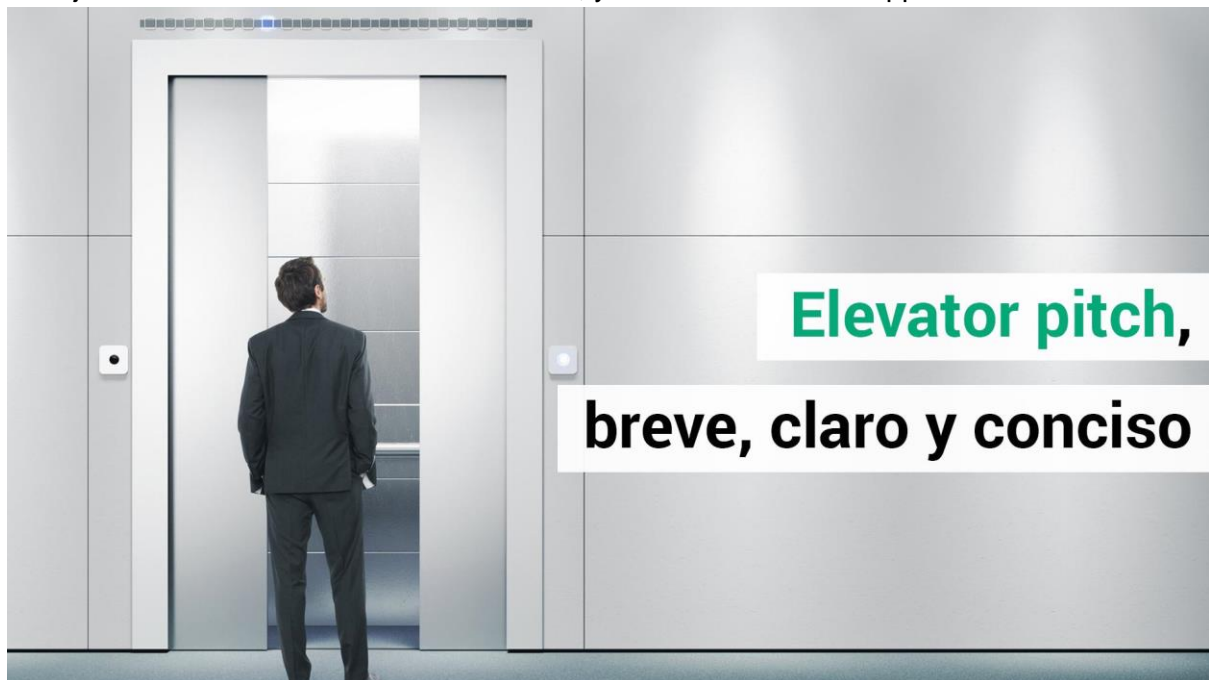
Es un discurso muy breve, claro y conciso sobre nuestro proyecto.

En un ascensor tenemos aprox. 2m para comentarle a alguien sobre nuestro proyecto.

Buscaremos mediante este relato, impresionar, explicarle, incluso venderle nuestra idea a otra persona.

Es una práctica muy común cuando se busca inversionistas para que se interesen en desarrollar el diseño que hemos realizado.

El objetivo final sería concretar nuestra idea, y desarrollar nuestra app.



Cada palabra cuenta:

Para elaborar un “Elevator Pitch” tenemos que pensar cuáles son los datos más importantes relacionados a nuestro proyecto:

- Problema - Qué problemática estaríamos resolviendo
- Solución -Cuál es la solución que diseñamos
- Usuario - Contar quiénes serían nuestros usuarios

Presentación:

Lo más importante es el proyecto pero sin dejar de mencionar:

- ¿Quién sos?
- ¿Qué haces?

Recordá que estás hablando con un total desconocido y no podemos irnos sin dejar en claro quién fué la persona que le estuvo hablando del proyecto.

Para presentarte:

Algunos complementos que puedes incluir son:

- 1) Una historia de éxito que te haga sentir orgulloso

- 2) Un consejo con el que hayas logrado ayudar a un cliente
- 3) Una frase o lema que te inspire
- 4) La historia de cómo llegaste a apasionarte por lo que haces
- 5) Opiniones o testimonios que te hayan dado tus clientes, colegas o líderes de trabajo.



Dejar bien en claro y resaltar:

- ¿Qué nos diferencia de lo que ya existe?

Evitando que sea demasiado técnico, con lenguaje específico que solo usen nuestros usuarios (abreviaturas o nombres de moda), o con un lenguaje demasiado formal y acartonado, que dificulte su comprensión y generar empatía.

El comienzo:

La primera frase que digas es la más importante.

Es el puntapié inicial que determinará si a tu receptor le va a interesar el resto de la información que le des o simplemente va a estar esperando que se abran las puertas del ascensor lo más rápido posible.

Podrías comenzar con:

- Una afirmación llamativa
- Una cifra sorprendente
- Una historia o anécdota personal
- Una cita de un famoso que se relacione con el tema
- Una metáfora o analogía para explicar un proyecto complejo.

No estamos hablando de datos inventados, sino basados en la realidad que resulten de una investigación.

Consejos:

No se trata de mentir, ni de decir cualquier cosa con tal de impresionar, sino de investigar sobre nuestra temática y encontrar datos lo suficientemente llamativos como para que nos escuchen y que se relacionan perfectamente con nuestro proyecto y todo lo que fuimos desarrollando hasta el momento.

Debemos practicarlo hasta que no queden dudas que cualquier persona puede comprenderlo, que quede clara la ventaja que estás proponiendo, que quede claro qué problema resuelves y a quien. En 2 min. como máximo.

¿Por qué es importante?

Es un recurso muy efectivo porque apela a la forma en la que funciona la mente humana. Los datos que nos impresionan van a ser más fáciles de recordar, vamos a poder procesarlo de una forma mucho más profunda de lo que procesamos otro tipo de información más larga y tediosa.

Toda la información que demos en el pitch debe ser importante o será recortada del mismo. Recordemos que las emociones juegan un papel muy importante también. Una historia que cala hondo o toca un punto sensible puede desencadenar reacciones muy fuertes o memorias profundas.

Ventajas de crear y diseñar nuestro elevator pitch:

- 1) Al vivir en un mundo cada vez más competitivo, resulta vital tener en mente un mensaje de pocos minutos con el que transmitas tu forma de trabajar e inspires confianza.
- 2) También puede ser una buena estrategia en actividades de networking, conferencias, llamadas de seguimiento e incluso en entrevistas de trabajo o ferias de empleo.
- 3) Te ayuda a presentarte ante posibles clientes y empleadores como un profesional confiable y capaz.

Ejercicio Clase 27

Ejemplo: https://youtu.be/2b3xG_Yjgvl

Práctica tu elevator pitch (máx 2 min.)

Ejemplo:

La fórmula que puedes aplicar es:

Quién soy + verbo + destinatario + problema + resultado + objetivo

De forma aplicada:

«Soy Graciela, ayudo a mujeres emprendedoras que no saben cómo abrir su propio ecommerce para expandir en un 20 % sus oportunidades de venta».

Cierre. Incentiva a la inversión o acción de forma atractiva y convincente.

Consejos indispensables:

- Lee tu discurso en voz alta y asegúrate de que suene natural. Si el tono es demasiado formal, podrías causar una impresión de tirantez. En cambio, haz que sea conversacional. Esto mantendrá a tu audiencia cautivada y más propensa a continuar la conversación.
- Sé honesto con los datos que brindes. Es importante que no prometas cosas que no podrás cumplir; sé realista y objetivo. De lo contrario, lo único que lograrás es manchar tu imagen o reputación.
- Conoce las dudas más frecuentes. Tómalas en cuenta y prepara respuestas convincentes.
- Prepárate para preguntas sorprendidas. Si la persona que está escuchándote muestra un interés genuino y te hace preguntas de las cuales no tengas respuestas preparadas o desconozcas los datos, descuida, no tienes porqué saberlo todo. Sé honesto y admite que en ese momento no tienes la información solicitada, pero que realizarás una investigación posterior y te comprometes a compartir el dato más adelante. Solo recuerda dar seguimiento.
- Adapta tu discurso para todo tipo de público. Debes tener un mensaje más sencillo en caso de hablar con un posible cliente o usuario que no conozca ese vocabulario. No descartes a nadie. El objetivo de tu mensaje es que cualquiera que lo escuche pueda comprenderlo.
- Mantén tu discurso orientado a objetivos, es decir, «Ayudo a compañías como la suya a aumentar la producción hasta en un 30%».
- Siempre ofrece una tarjeta de presentación o envía una solicitud para que te conectes con tu prospecto en LinkedIn.
- Sé amigable y engancha la atención de tu interlocutor; además, practica tu discurso para que sea limpio, conciso y con buen ritmo.

Proyecto Final

TAREA PARA EL PROYECTO FINAL

Para ir finalizando con el Proyecto Final que estuvimos desarrollando durante todo este curso:

Vamos a redactar un Elevator Pitch aplicando las técnicas vistas en clase.

En resumen debería consistir en:

Presentación.

Dato llamativo.

Usuario - Problema - Solución

Elemento que te diferencia de tu competencia.

Cierre.

Condiciones:

Que sea breve, claro y conciso.

Que cuente con tres partes: Comienzo - Desarrollo de la idea/proyecto - Cierre.

Que dure 2 min. en grabación.

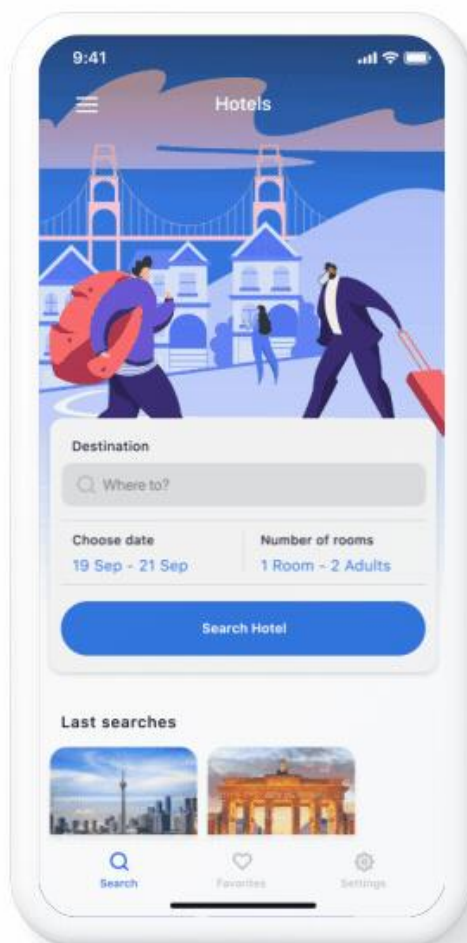
Motion

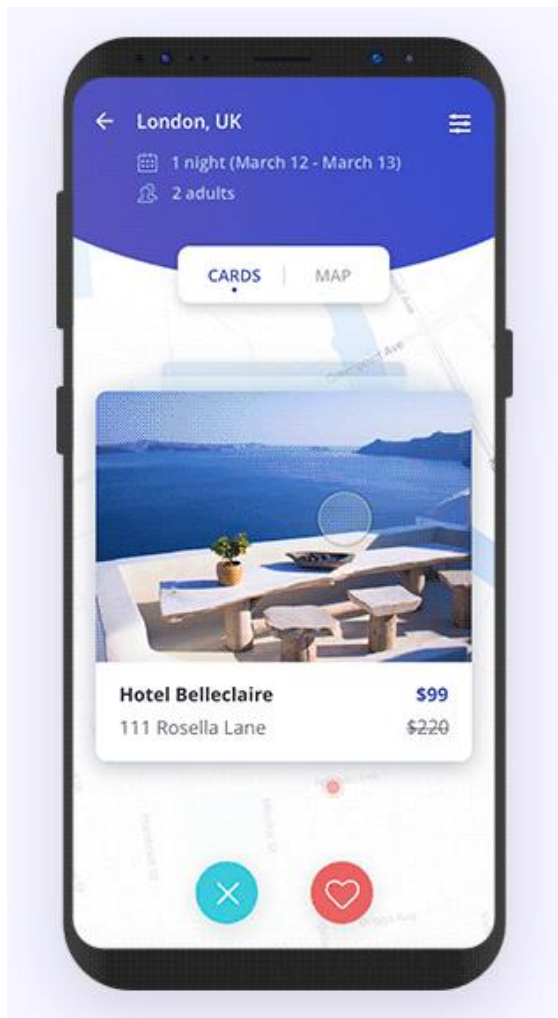
¿Qué es Motion?

Es la animación de la interfaz de usuario (del inglés Motion - Movimiento) es el arte de usar el movimiento de las animaciones dentro de una interfaz para ayudar a guiar la experiencia del usuario y comunicar: una secuencia, el siguiente paso, una transición o una acción para un producto digital.

En el diseño UX/UI, la animación no es solo una forma de deleitar a las personas que utilizan nuestros productos, sino una herramienta funcional que hace que las experiencias sean fáciles, dinámicas y divertidas. Es una mejora de la usabilidad.

Existe una rama de diseño UX que se especializa en optimizar esta relación entre el usuario y el producto: el Diseño de Interacción (Interaction Design o IxD)





Beneficios de su aplicación

Cuando diseñamos una interfaz estática, no se termina de comunicar la interacción que tendrá la misma. Para ello, necesitamos crearla a partir de un prototipo dinámico que nos ayudará a:

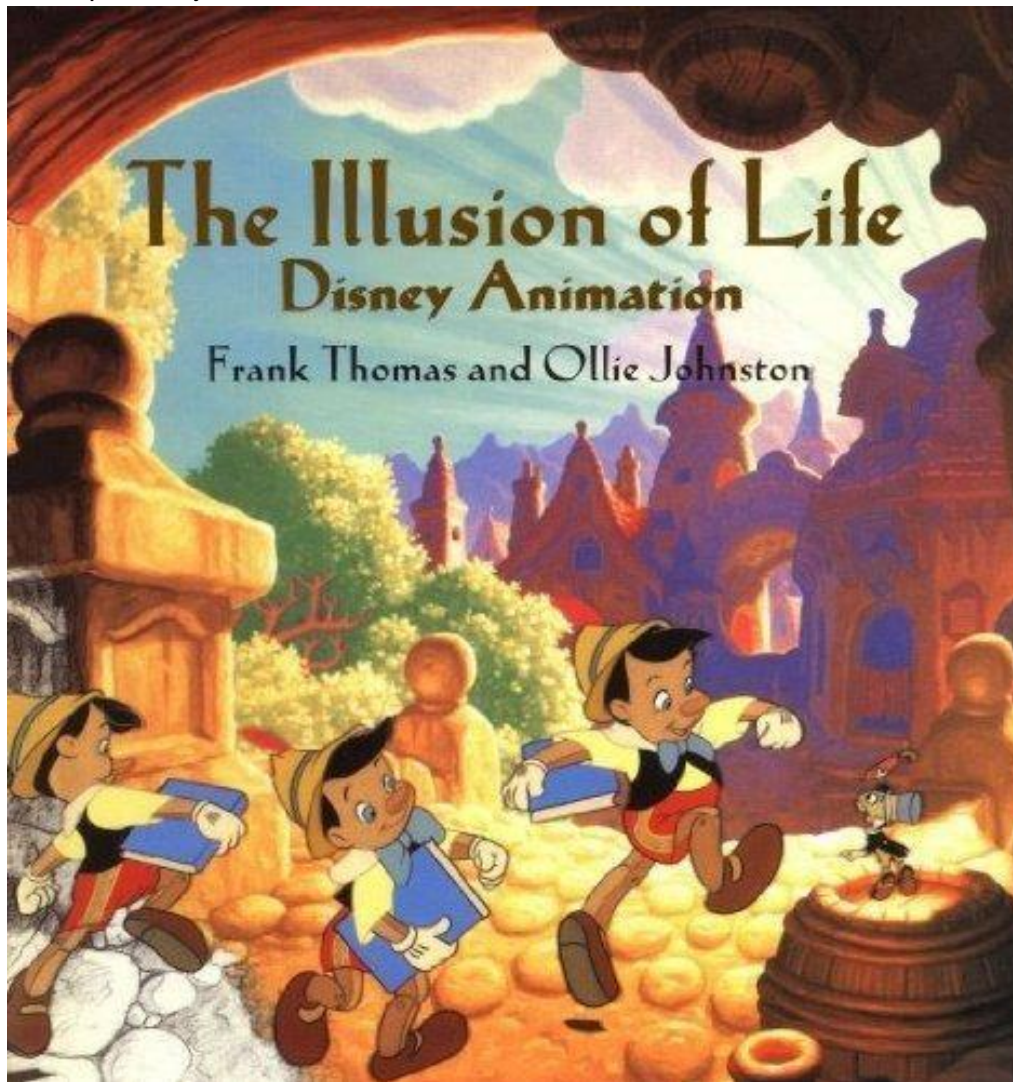
- Orientar a los usuarios
- Dar feedback sobre el estado de una acción
- Educar y hacer foco en lo específico

Al volverla dinámica con animaciones, ya no dependemos de la imaginación de quien navegue nuestro prototipo para presentar cómo se verá finalmente nuestro diseño.

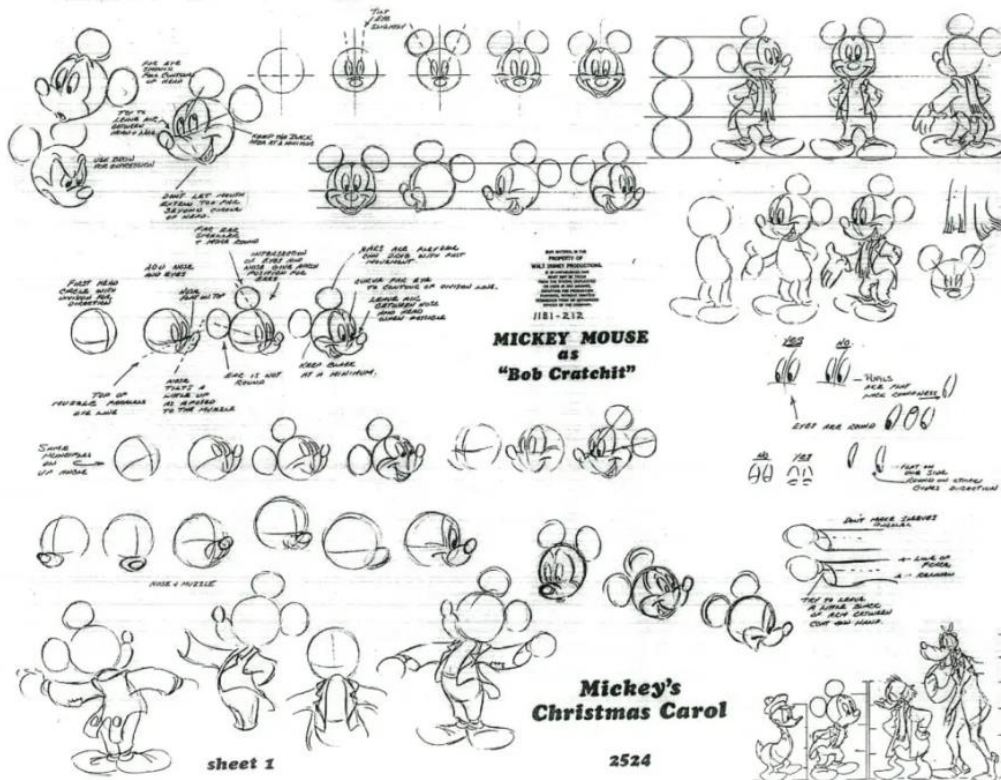
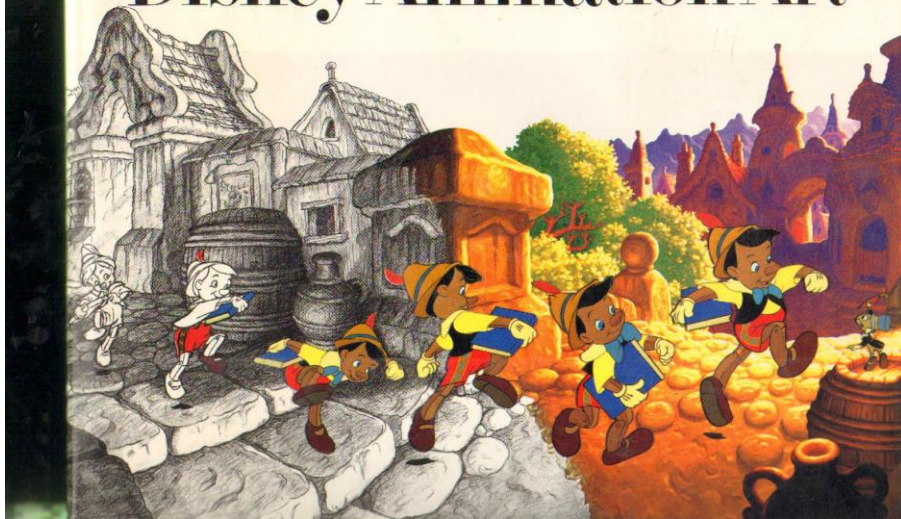
Los 12 principios de UX en Motion

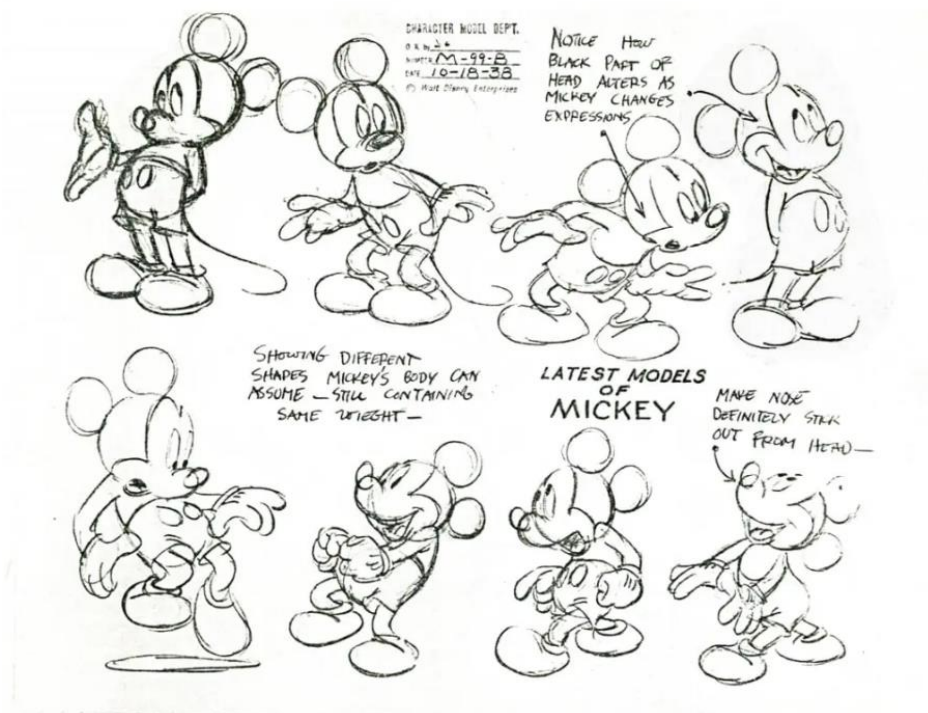
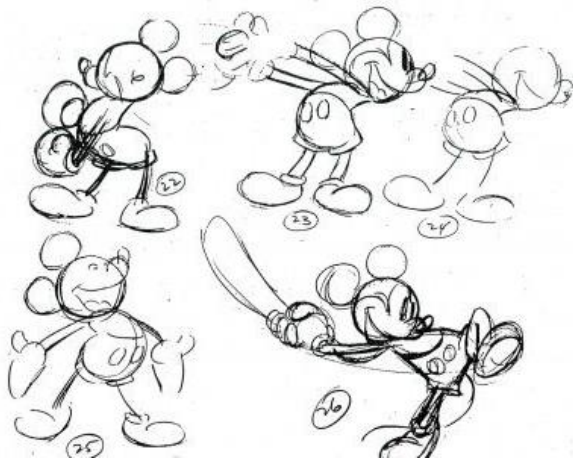
Los Doce principios básicos de la animación fueron presentados en 1981 por los animadores Ollie Johnston y Frank Thomas de Walt Disney Animation Studio en su libro *The Illusion of Life: Disney Animation*. Muchos animadores llaman a este libro la “biblia de la animación” y en 1999 fue votado como el mejor de los libros de animación de todos los tiempos.

El objetivo de documentar estos principios fue crear guías para producir animaciones más realistas que se apegarán un poco más a las leyes básicas de la física, aunque también se tratan temas más abstractos, como la sincronización emocional y el atractivo de un personaje.



Treasures of Disney Animation Art

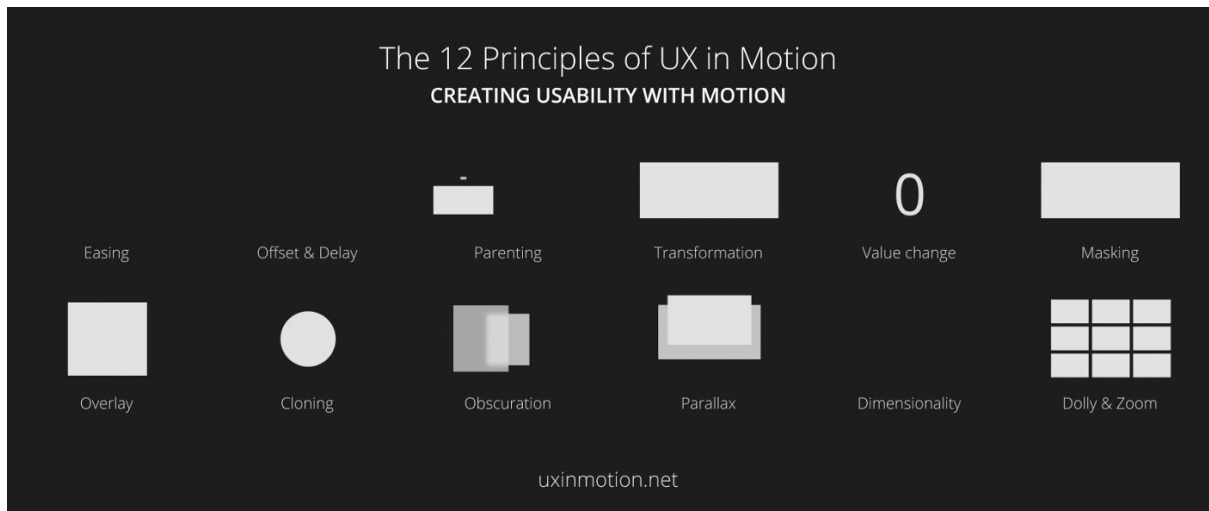




Aunque los 12 principios originalmente fueron desarrollados para usarse en animación tradicional, estos también pueden utilizarse como guías en diseño interactivo para la creación de transiciones y microinteracciones en productos digitales.

El 2016 Issara Willenskomer, fundador y director creativo de UX in Motion, analizó estos principios desde la perspectiva de la experiencia de usuario y generó un Manifiesto de UX in Motion. Es nuestra base a la hora de diseñar las animaciones dentro del producto y cómo combinarlas sinérgicamente según sus objetivos.

La mayoría de estos principios recaen en cómo el movimiento proporciona contexto, continuidad, referencia visual o naturalidad a nuestro diseño para darle mayor control y usabilidad al usuario.



1. Facilitación (Easing):

Este principio se cumple cuando el comportamiento de los componentes se alinean con las expectativas del usuario para dotarlos de una sensación de continuidad a la interfaz. La animación debería ser un “aporte invisible”: que el usuario vea con naturalidad el movimiento y no le suponga una distracción que lo aleje de sus objetivos.

2. Compensación y retraso (Offset & Delay):

Este principio relaciona y jerarquiza la introducción de nuevos elementos a una escena dentro de la interfaz. No es lo mismo cuando cambiamos de pantalla que nos aparezcan todos los elementos de golpe a que nos aparezcan siguiendo una jerarquía que ayude al usuario a entender lo que tiene en pantalla.

3. Parentesco (Parenting):

En este caso, nos centramos en la relación de los objetos cuando el usuario interactúa con ellos directamente sobre la interfaz. Se denomina “crianza” o “parentesco” por la vinculación que se da entre los objetos, equiparándola a la relación de un padre con su hijo.

4. Transformación (Transformation):

Aunque principalmente la transformación de un objeto en otro nos sirve para llamar la atención de nuestro usuario, también podemos contarle una historia a través de ella que le haga comprender un determinado proceso.

5. Cambio de valor (Value change):

Este principio trata de darnos una base a partir de la cual mostrar de una forma eficiente un cambio de valor. Según este principio lo ideal es contarle al usuario “la realidad” que ocurre detrás de los datos, para conectar con él. Evitar mostrar datos como campos estáticos.

6. Máscara (Masking):

Este recurso proporciona transiciones que dotan de mayor continuidad a nuestro diseño sin que el usuario vea interrumpido su proceso manteniendo un flujo narrativo. Se trata de ocultar o mostrar objetos en función de un contenedor que los delimita.

7. Superposición (Overlay):

Cuando superponemos un objeto dependiente de otro situado en un plano inferior a través del movimiento de interacción, permitimos al usuario acceder a información que no está en un primer plano. Habría que contemplar hasta qué punto mejora la usabilidad componentes que están ocultos. El usuario tendría que poder reconocer previamente qué acciones puede realizar en la pantalla, por lo que no siempre es recomendable.

8. Clonación (Cloning):

Este recurso, muy utilizado en los floating action buttons (FAB). Es muy útil para informar al usuario que acciones nacen de otras. Se generan “x” objetos a partir de una interacción creando una jerarquía dentro de la pantalla.

9. Oscurecer (Obscuration):

Oscurecemos o desenfocamos el fondo para darle mayor protagonismo a una nueva capa accionada por el usuario, sin que este pierda la referencia. Con esto logramos comunicar al usuario que dispone de un mundo detrás de la acción que tiene delante.

10. Parallax:

A través del Parallax hacemos que el usuario se centre en las acciones y el contenido primario sin perder la integridad del diseño en un proceso gradual. Acercamos al usuario determinados objetos, arrastrando al resto que tiene en la pantalla hacia atrás.

11. Dimensionalidad (Dimensionality):

Las personas tienden a usar marcos espaciales para desenvolverse en el mundo real y, por tanto, las trasladan a la hora de navegar por el mundo digital. Con la dimensionalidad, proporcionamos referencias de origen y partida dentro de la interfaz, ayudando a reforzar los modelos mentales dentro de la experiencia de usuario.

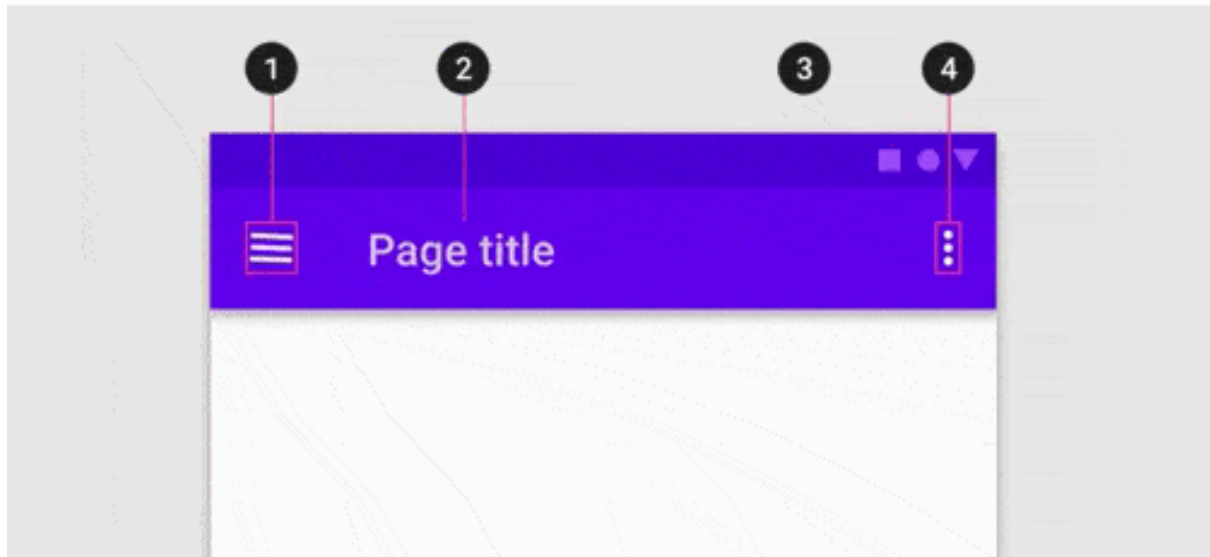
12. Dolly & Zoom:

Ambos recursos son movimientos de cámara que acercan o alejan objetos al usuario. Esto le da profundidad al diseño, permitiendo al usuario indagar en áreas o contenidos adicionales profundizando en su experiencia.

Anatomía de las transiciones

Las animaciones y transiciones de los elementos de la UI se clasifican como:

- 1) Persistentes: el elemento permanece visible todo el tiempo pero cambia de forma
- 2) Salientes: se difumina hasta que desaparecen.
- 3) Entrantes: aparecen en la pantalla desde una difuminación.
- 4) Estáticas: la transición no afecta al elemento



Microinteracciones

Las microinteracciones son elementos sutiles de diseño que transmiten el estado de un producto digital. Su propósito principal es proporcionar una respuesta visual e instantánea creando un momento agradable y sorprendente para el usuario. Se encuentran presentes en toda la aplicación.

Es habitual que las microinteracciones funcionen siguiendo los siguientes pasos:

- 1) Se inician mediante un disparador o trigger.
- 2) Se ponen en marcha una vez que se cumplen ciertos requisitos predeterminados.
- 3) Proporcionan un feedback al usuario sobre qué está sucediendo

Principales ventajas

En términos de UX, el uso de microinteracciones proporcionan una experiencia más comprensible y visual, contribuyendo positivamente a la apariencia del producto o servicio.

Las principales ventajas de las microinteracciones son:

- 1) Aumentan el engagement con la marca.
- 2) Muestran el estado del sistema.
- 3) Previenen posibles errores entre el usuario y el proceso.
- 4) Conseguir que el usuario interactúe con el contenido.

Además, el reducido tamaño de los elementos hace que los tiempos de carga no sufran y permiten que el usuario se sienta emocionalmente conectado con la interfaz.

Consejos para diseñarlas

El diseño de microinteracciones es el trabajo que se centra en los detalles de una aplicación y como todo proceso de diseño se deben tener en cuenta unas reglas:

- Identifica el problema y establece un objetivo: piensa en el objetivo de las mismas, en el tipo de animación y no hagas uso de ellas si no es necesario.
- No te excedas en su uso: si utilizamos demasiadas interacciones el usuario puede verse abrumado o distraerse del proceso que está realizando, por eso deben ser siempre controladas y pensadas para su finalidad.
- Usa interacciones naturales: si usamos una transición no adecuada, podemos hacer que el usuario no se sitúe o no entienda lo que está pasando, y por lo tanto no pueda llegar a su objetivo de uso.
- Simplicidad y sutileza: debemos evitar que el usuario se pregunte qué ha pasado o en qué pantalla está. Esta desorientación hará que el usuario no termine el proceso y se quede frustrado.
- El tiempo adecuado: existen muchísimos tipos de interacción y debemos establecer el tiempo que deben durar para que el usuario no se distraiga ni pierda el foco. No es lo mismo una transición entre pantallas, que una carga de datos, que un efecto al hacer scroll.
- Varias empresas han creado sus propios principios de animación y forma de abordar este contenido y, para establecer estos límites, el motion se suele incluir dentro de los parámetros de un sistema de diseño. De esta forma nace el término UI Motion

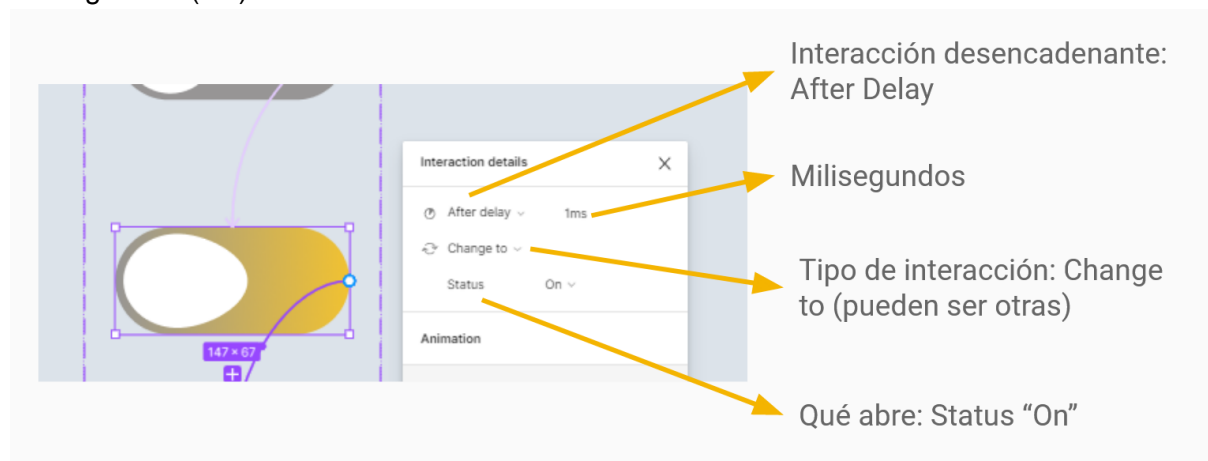
Design. Tomemos de ejemplo Material Design en su apartado “Understanding Motion” (<https://material.io/design/motion/understanding-motion.html#principles>).

Interacciones en Figma

Debemos evitar que el usuario se pregunte qué ha pasado o en qué pantalla está. Esta desorientación hará que el usuario no termine el proceso y se quede frustrado. Los softwares de diseño de interfaces tienen la ventaja de permitir animaciones dentro del prototipado. Dedicar tiempo al diseño de interacciones nos ayudará a que la presentación visual de nuestra aplicación se entienda de manera correcta. Veamos cómo realizar algunas de ellas:

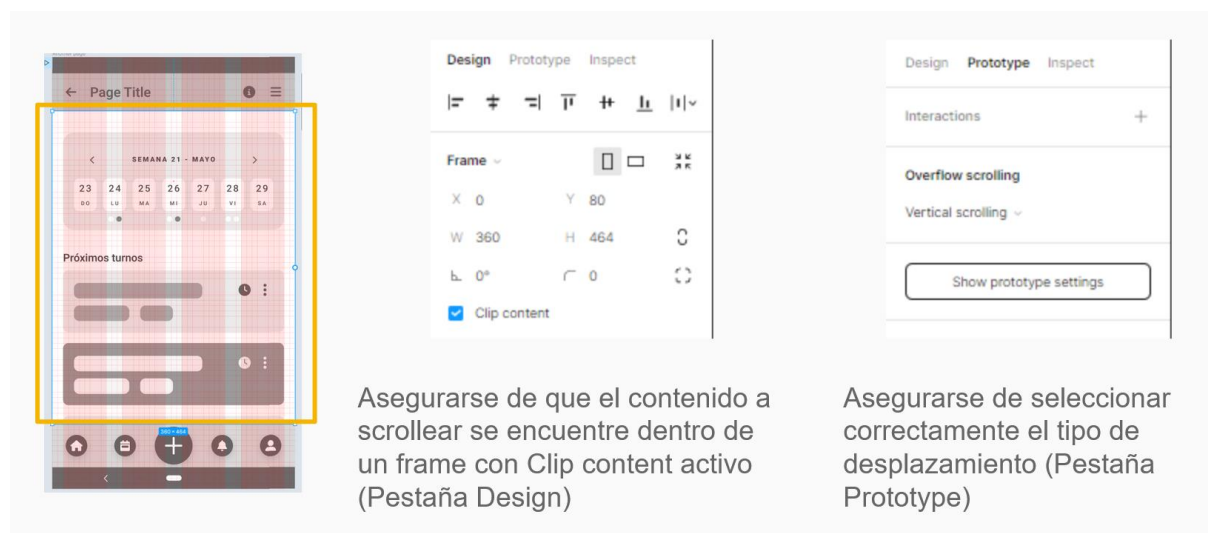
After delay (transiciones automáticas)

Permite activar una acción después de que el usuario haya pasado una cierta cantidad de tiempo en un fotograma determinado. Deberá establecer la duración del retraso en milisegundos (ms).



Scrolls (desplazamiento)

Controla cómo los usuarios pueden interactuar con el contenido que se extiende más allá de las dimensiones de un dispositivo:

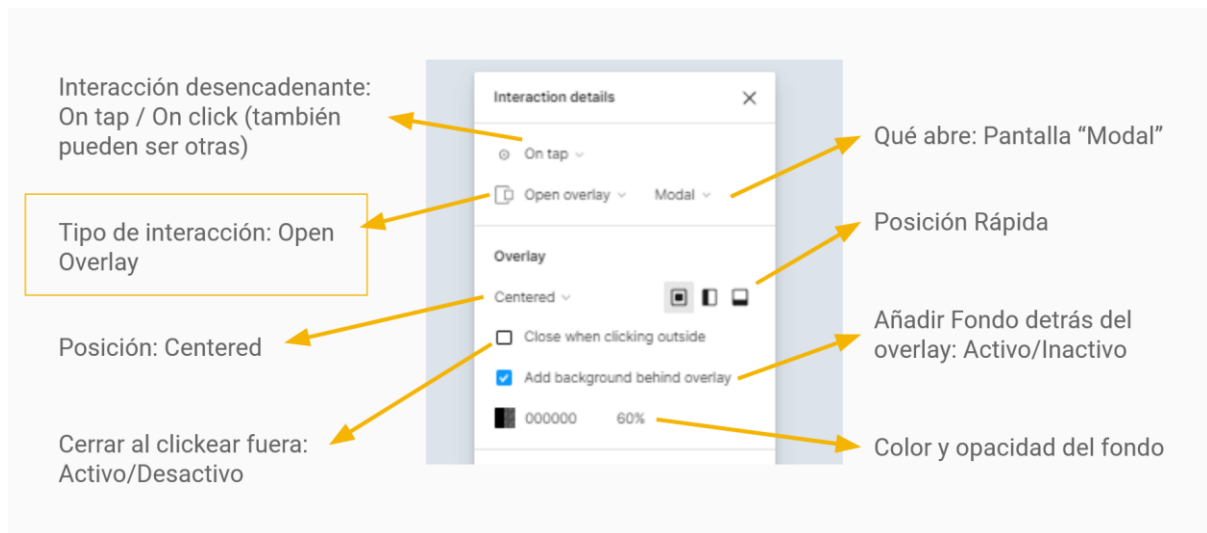


Overlay (superposiciones)

Los prototipos a menudo requieren transiciones entre pantallas. Para algunas interacciones, es posible que desee mantener al usuario en la misma pantalla, pero mostrar más información. Las superposiciones le permiten mostrar nuevo contenido o información sobre la pantalla actual en un prototipo.

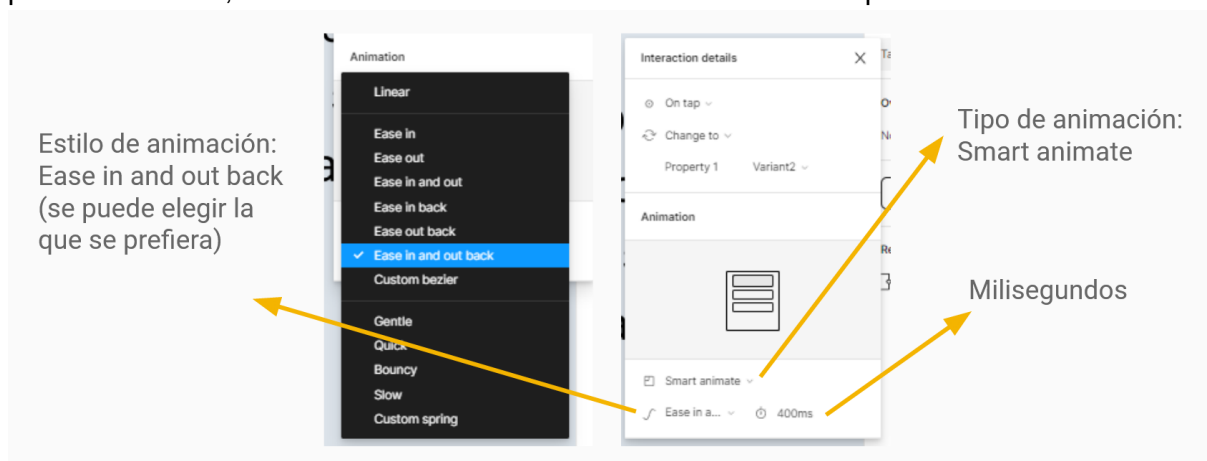
Algunos ejemplos de su uso:

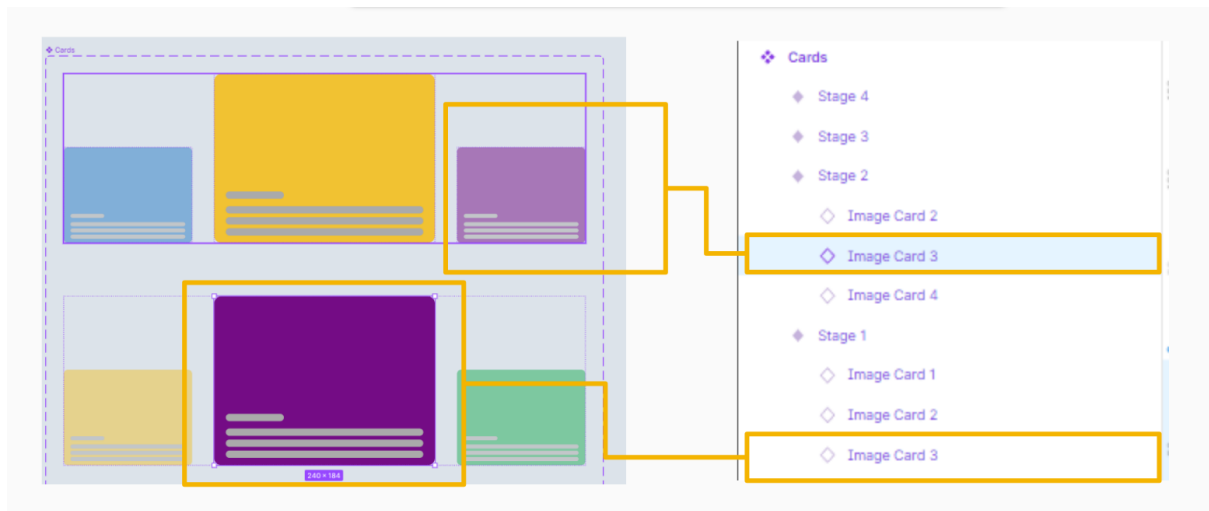
- Alertas o confirmaciones
- Menús interactivos (drawers)
- Información adicional
- Teclados en pantalla



Smart animation (animación inteligente)

Busca capas coincidentes, reconoce diferencias y anima capas entre cuadros en un prototipo. Es muy importante que las capas tengan el mismo nombre para que la animación pueda realizarse, de otra forma la idea de smart animation se rompe.





El diseño contiene tarjetas grandes y tarjetas chicas, sin embargo, la nomenclatura debe ser exactamente la misma para las variantes de ambas si queremos que funcione correctamente el smart animation.

Ejercicio Clase 28

Link al archivo Figma: [https://www.figma.com/file/ZXQ1Re16IAZwqec3NIbNx7/Motion---](https://www.figma.com/file/ZXQ1Re16IAZwqec3NIbNx7/Motion---Codo-a-Codo?node-id=16%3A6)

Codo-a-Codo?node-id=16%3A6

Veamos las interacciones en acción

Proyecto Final

TAREA PARA EL PROYECTO FINAL

Para ir finalizando con el Proyecto Final que desarrollamos durante todo este curso:
Vamos a incorporar animaciones (y/o microinteracciones) siguiendo los 10 principios de motion.

Las animaciones deben cumplir con alguno de los siguientes puntos:

Orientar a los usuarios

Dar feedback sobre las interacciones

Hacer foco en algo específico

Ocultar el tiempo de carga o espera

Mostrar con imágenes los desgloses de las animaciones y microinteracciones incorporadas al prototipo e indicar con qué puntos cumple.