



Dog2walk

Documento de diseño

Responsable: Xabier Pérez Del Val
Última edición: 01/22/2020

EL PUNTO DE PARTIDA

Crear un flujo de 3 pantallas que represente el *user journey* de una aplicación que reúne a paseadores de perros con usuarios que necesitan de dicho servicio para sus perros.

INSIGHTS y FACTS

Estos insights y hechos los he extraído del brief, siendo algunos explícitos y otros más producto de cierta lógica de diseño.

- Es una aplicación móvil
- **Los animales a los que se pasea son exclusivamente perros**, no especificando otro tipo de animal explícitamente.
- En la aplicación el usuario se puede identificar como **paseador** (oferta de servicio) o como **dueño de perros** (demanda de servicio)
- No se menciona en ningún sitio que ambos tipos de usuarios sean excluyentes, o si hay más tipos de usuarios. En cualquier caso, para esta prueba se asume que solamente existen estos dos, independientemente de las capacidades de su rol
- Dentro del contexto de la app el usuario puede **agendar citas** (de duración indeterminada, no se especifica) con los paseadores disponibles
- El usuario que demanda el paseo **parametriza los datos de dicha cita** (hora, día, nº de perros) y se comparan internamente con los datos que ofrecen los paseadores: días y horas disponibles *versus* citas ya programadas e incluso podría ser (aunque no se cita específicamente) zonas en las que está dispuesto a realizar los paseos, tiempo que dedica a los paseos o preferencia de razas, tamaños o tipos de perro
- No se especifica si existe un límite de perros a pasear
- Aunque existen los **tipos de paseo**, no se especifican los detalles de cada uno de los tipos. En el brief se cita la necesidad de la usuaria de que el paseo sea muy largo, ya que la raza de los perros es muy energética
- Se incluye la posibilidad de añadir un grupo de **paseadores favoritos**
- Por el briefing se puede intuir la posibilidad de **añadir otros parámetros** en otro módulo de la aplicación previamente que faciliten el proceso de reserva de citas: nombre del usuario demandante, género con el que se identifica, lugar de residencia, perros en su haber, nombre del perro, raza, edad e información de interés para el paseador sobre cada uno de los animales
- Lo mismo ocurre para el usuario ofertante de paseos, que especificará: nombre, género con el que se identifica, lugar de residencia, límite de perros que está dispuesto a pasear y franjas por días en las que está disponible para realizar paseos
- El usuario demandante **necesita poder elegir un punto específico** de recogida de los perros
- En esta prueba se asume que la usuaria ya ha hecho previamente uso de la aplicación y ha rellenado los datos relevantes



PREMISAS DE DISEÑO

Teniendo en cuenta los *insights* y hechos anteriormente descritos, se establecen las siguientes premisas de diseño:

- Se emplea un **menú superior con selector de hamburguesa** para acceder a otras opciones
- A la derecha del menú encontramos un **centro de mensajes y alertas**
- El módulo principal de la aplicación (la reserva de paseadores) utiliza un **flujo de navegación lineal** basado en tres pantallas, a modo de **formulario multi-step**, de forma que se simplifique el proceso y no quede excesivamente recargado (en este módulo no se recomienda el uso de *scroll* vertical, ya que son campos que quedarían ocultos al usuario)
- Aunque se muestran los perros que previamente han sido añadidos a la batería de disponibles, el usuario puede añadir más en cualquier momento previo a la reserva
- El mapa de geolocalización queda disponible en todo momento antes de la reserva:
 - En la primera pantalla nos muestra la posición de la usuaria, y un radio de 1km en el que se detalla la existencia de cuidadores disponibles en ese momento
 - En la segunda pantalla el mapa se utiliza para especificar una zona de recogida definida por el usuario
- Los datos de geolocalización del usuario (sea ofertante o demandante) son locales y solo él o ella los verán en su pantalla
- Al usuario demandante no se le especifica la localización exacta de paseadores para preservar su privacidad
- A la hora de interactuar con los paseadores disponibles en el *reel* horizontal, **siempre saldrán primero los previamente añadidos a favoritos**. El usuario puede añadir y valorar al paseador una vez ha finalizado el paseo
- Si el usuario no sabe qué significan cada uno de los tipos de paseo **tiene a su disposición una pantalla modal de ayuda**, en la que se le especifican los detalles de cada tipo de paseo
- La pantalla de confirmación nos permite, tras unos segundos, cancelar la reserva
- Esta pantalla además nos hace un resumen de los puntos más relevantes de dicha reserva: hora y fecha, el paseador asignado, qué perros irán y qué tipo de paseo harán



PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

A la hora de comenzar el proyecto debemos tener en cuenta una serie de factores:

1.- Saber de dónde surge la necesidad de desarrollar esta aplicación. Normalmente se debería realizar una investigación a grupos de interés para determinarlo. La idea es tener claros 3 factores:

- El negocio y sus oportunidades
- La competencia existente en el mercado
- El público objetivo interesado en nuestro producto o servicio

2.- Como UX necesito saber y ponerme en la piel de las personas que van a influir de alguna manera u otra en la aplicación. Necesito crear una serie de documentos que validen o desmientan las hipótesis que surjan en la conceptualización de la idea:

- *Benchmarking*: documentar el mercado y los competidores existentes. Se realiza un análisis tipo DAFO en el que se describen los puntos fuertes y débiles de cada uno de ellos, su cuota de mercado, los factores por los cuáles se desmarcan, etc.
- *Personas*: realizar uno o varios prototipos de usuarios de la aplicación, describiendo sus características más relevantes. Puede ser por sexo, poder adquisitivo, lenguas que utiliza, nacionalidad, edad, estudios... También suele ser relevante saber sus metas, miedos o incluso sus expectativas frustradas. Estas personas se conforman normalmente a través de encuestas y/o entrevistas
- *User journey*: Con la información que conocemos de los usuarios se elabora un flujo hipotético del día a día del usuario enfrentándose al problema o necesidad que queremos cubrir con la aplicación. Se detallan los puntos de placer, neutrales y de dolor a los que se enfrenta, y con ellos podemos abordar diferentes soluciones

3.- Reuniendo estos datos, realizo un flujo de navegación y un prototipo de bajo nivel de una parte *core* de la aplicación. Realizamos las pruebas y tests internos pertinentes, y con ellos pulo una versión más definida de uno de los prototipos *core* de la aplicación, con los que realizo pruebas de usabilidad con usuarios potenciales de la aplicación.

4.- Tomando en consideración la metodología de trabajo, estimo el trabajo para los próximos sprints o *deadlines*. Sabiendo que la aplicación va a empezar a implementarse gracias al equipo de desarrollo, me reúno con ellos para solventar cualquier duda funcional con respecto a los flujos de navegación.



5.- Teniendo en cuenta el trabajo del equipo y del cliente sigo obteniendo resultados que me ayudan a perfeccionar o pulir problemas que puedan surgir a la hora de implementar los prototipos. El testeo de la aplicación debe estar siempre presente.

