

INGENIO

PODCAST

Qué es UX y por qué debería importarme

 Inés Carriquiry 

Según Forbes, la mayoría de los emprendimientos fallan por no escuchar a las personas usuarias. Tienen la tecnología y las ideas pero su visión está demasiado sesgada y desarrollan productos para ellos mismos, probablemente algo que nadie más necesita. Es por eso que necesitamos definir nuestros productos con información y tomar decisiones centradas en las personas usuarias, nuestros potenciales clientes.

El diseño de experiencia de usuario (UX) se basa en crear experiencias intuitivas, amigables, eficientes, disfrutables y valiosas, con foco en las personas.

Entonces lo primero que tenemos que hacer es conocer a nuestros usuarios:

- ✓ **saber quienes son**
- ✓ **en qué contexto**
- ✓ **qué necesitan**
- ✓ **cómo son**
- ✓ **qué los motiva**
- ✓ **dimensionar el problema**
- ✓ **entender a qué le dan valor para entender si tenemos una oportunidad de negocio.**

¿Cómo hago para saber si mi idea es una solución a un problema real?

Primer herramienta: User Persona



Amy the Accountant

Associate Director of Financial Advising | Age 43

Amy has been working at her firm for 6 years, and was recently promoted to a director-level supervisory position. She's a techy, highly educated power user.

Goals & Objectives

- Responsible for accuracy of all reports created by employees in her division
- Needs to see an overview of current billable hours per month completed
- Wants quick reference for relevant tax code info while reviewing reports

Behaviors

- Learns and uses keyboard commands to save time with repetitive work
- Prefers to have her employees send her work for feedback before deadlines
- Keeps key parts of the tax code printed and pinned on her office walls for quick reference

Traits

- Multi-device use
- Domain experience
- Multi-tasking
- Product loyalty
- Familiarity with product
- Tutorial usage
- Amount of time spent with product

Se trata de crear un perfil específico que represente a la persona que yo creo que será mi usuario (puede ser más de uno pero no demasiados). Voy a completar un perfil como este que será un boceto de mi User Persona(s) también llamado protopersona.

Ejemplo de ficha de persona (Norman Nielsen Group)

Ahora tengo que asegurarme de que esa persona realmente existe, voy a salir en busca de ella. Así que una pregunta clave aquí es poder responder *¿dónde encuentro esa persona?* Si mi producto tendría que ver con alimentación saludable por ejemplo, puedo ir a buscar personas a tiendas de productos naturales o en lugares donde haya gente haciendo ejercicio. Allí es donde me voy a acercar a ellas para observarlas, entrevistarlas y conocerlas más.

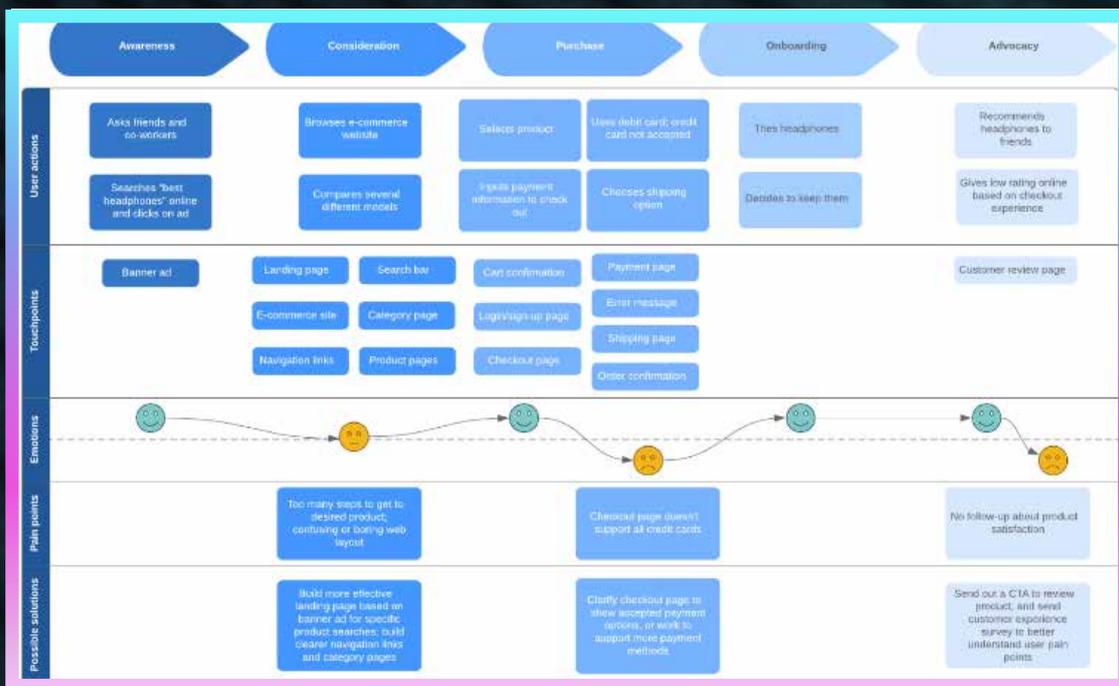
Es importante preparar esta entrevista, para eso recomiendo el libro: *El Mom Test: Cómo mantener conversaciones con tus clientes y validar tu idea de negocio cuando todos te mienten* (Rob Fitzpatrick, 2019). 

- ▶ Me gusta imaginarme que somos como un actor/actriz que tiene que interpretar el papel de otra persona y para prepararse para el papel tiene que estudiarlo en detalle, *observar qué hace, cómo vive, de qué trabaja, qué hábitos tiene, entender qué lo motiva e imaginar cómo se siente*. Una vez que obtuve toda esa información de los usuarios, voy a iterar el perfil del User Persona para que se ajuste a toda la información que recabé en mi investigación.
- ▶ Elaboramos un perfil con esta información: *Nombre, edad, sexo y una foto*. Pequeña frase que describe lo que hacen en la “vida real”; Nivel de experiencia en el área de tu producto o servicio. Contexto de cómo interactuarían con su producto: *¿por elección o por exigencia de su trabajo? ¿Con qué frecuencia lo usarían? ¿Usan normalmente una computadora de escritorio para acceder a él, o su teléfono u otro dispositivo?* Objetivos e inquietudes cuando realizan tareas relevantes: velocidad, precisión, minuciosidad o cualquier otra necesidad que pueda influir en su uso. Citas para resumir la actitud de la persona.
- ▶ *¿Cómo hacer entrevistas y profundizar en el tema?* 

○ La segunda herramienta que es muy útil para seguir definiendo el o los problemas a resolver es el User Journey Map.

El **Journey Map o mapa de usuario** se trata justamente de especificar paso por paso la experiencia del user persona relacionada a mi producto o servicio. Armamos una *línea de tiempo* con cada paso de la persona, por ejemplo: le llegó una notificación al celular porque se vence la factura de OSE, hace tap en la notificación, abre la aplicación en el detalle de la factura, tap en el botón pagar, etc, etc. En *cada paso especificamos cómo se siente el usuario y qué problemas encuentra*. Podemos hacer un journey map describiendo la situación hoy, y otro imaginando cómo sería la experiencia con nuestro producto/servicio.

Esta herramienta sirve para entender exactamente en qué momentos y en qué contexto los user personas están teniendo problemas que nosotros podemos aprovechar como oportunidades para agregarles valor brindando soluciones para ellos.



Ejemplo de Journey map con acciones de usuario, canales, emociones, puntos de dolor y posibles soluciones

○ Tercera herramienta: el prototipo

Por último, una vez que tenemos *identificados los puntos de dolor y tenemos claros los problemas, hacemos sesiones de ideación para buscar posibles soluciones*. Elegimos algunas y las prototipamos, es decir buscamos la forma más rápida de simular esas soluciones para poder probar si funcionan.

▶ **El prototipo es un instrumento que nos permite crear una experiencia simulando el producto o servicio y poder probarlo con los user personas en el contexto donde sería utilizado.**

En el caso de una aplicación puede ser hecho en una herramienta digital, simplemente como imágenes de las pantallas que nos permitan una mínima interacción. El nivel de detalle del prototipo va a depender de la información que queramos recabar, si simplemente queremos validar una idea, con un boceto rápido probablemente es suficiente. Si queremos hacer un testeo de usabilidad para ver si los usuarios pueden seguir flujos y completar tareas, vamos a necesitar prototipos de fidelidad alta, es decir muy detallados y similares a cómo se verá el producto final. También se pueden simular experiencias, o crear sitios web que ofrezcan el servicio y medir si la gente se interesa por él.

Cuando la solución está madura y el prototipo probado, es hora de pasar al desarrollo y la implementación de la primer versión de tu producto/servicio.

La idea de este artículo es darte herramientas para conocer a tus usuarios, entender qué dolores tienen y cómo podés idear y probar soluciones a esos problemas, que puedan aportarles valor y de esa forma transformarse en un negocio. En definitiva, tener más información a la hora de tomar decisiones sobre tu producto/servicio y correr menos riesgos.