Bienvenidos a:

User Experience team of one?

Cómo auditar un sitio web tú mismo, sin presupuesto

@Ro_Santander

Rodrigo Daniel
García Santander

¡Hola! Soy Rodrigo.

Soy Director Creativo Asociado en Estratégica

UX & UI Designer | Director de arte | Problem solver
Artista digital | Buen amigo

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual (FES-C),
acreedor a la medalla Gabino Barreda.

SALESFORCE CERTIFIED
Marketing Cloud Email Specialist
2019

SALESFORCE CERTIFIED
Marketing Cloud Consultant
2019

litmus
Email Designer
2020

He colaborado con marcas B2B y B2C:

ATENTO
BANORTE
banregio
byapple
Benedetti's
BBVA
Deloitte.
BlackBerry
FUNDACIÓN adar
Dar de uno mismo es la mejor forma de dar
GLOBAL HITSS
Desarrollando la Sociedad Digital
Hewlett Packard Enterprise
TELEVÍA
HSBC
KRONOS
Tecnológico de Monterrey
Walmart

¿Eres la **única** persona en tu empresa que practica UX?

¿Cuentas con un **presupuesto limitado,** pero deseas saber cómo crear o mejorar el sitio de tu empresa o cliente?

¿Piensas que **necesitas más información** que el brief para poder arrancar?

Si respondiste que sí a alguna o más de estas preguntas, **esta plática es para ti.**

Te explicaré mi metodología

- Comparar contra el mercado actual
- Encontrar áreas de mejora
- Contrastar contra leyes del UX
- **Sin solicitar presupuesto adicional**
- **Puedes hacerlo tú mismo**

Además te contaré puntos clave para justificar con tu jefe por qué es importante agregar el research a los procesos de tu área.

¿Qué carambas es un

User Experience team of one?

Research

User testing

Flujos de usuario

Wireframes

UI & Code

Prototipos

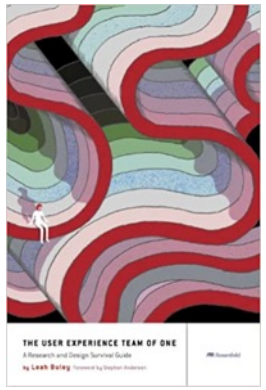
¿Qué carambas es un

User Experience team of one?

Bibliografía

¿Qué carambas es un

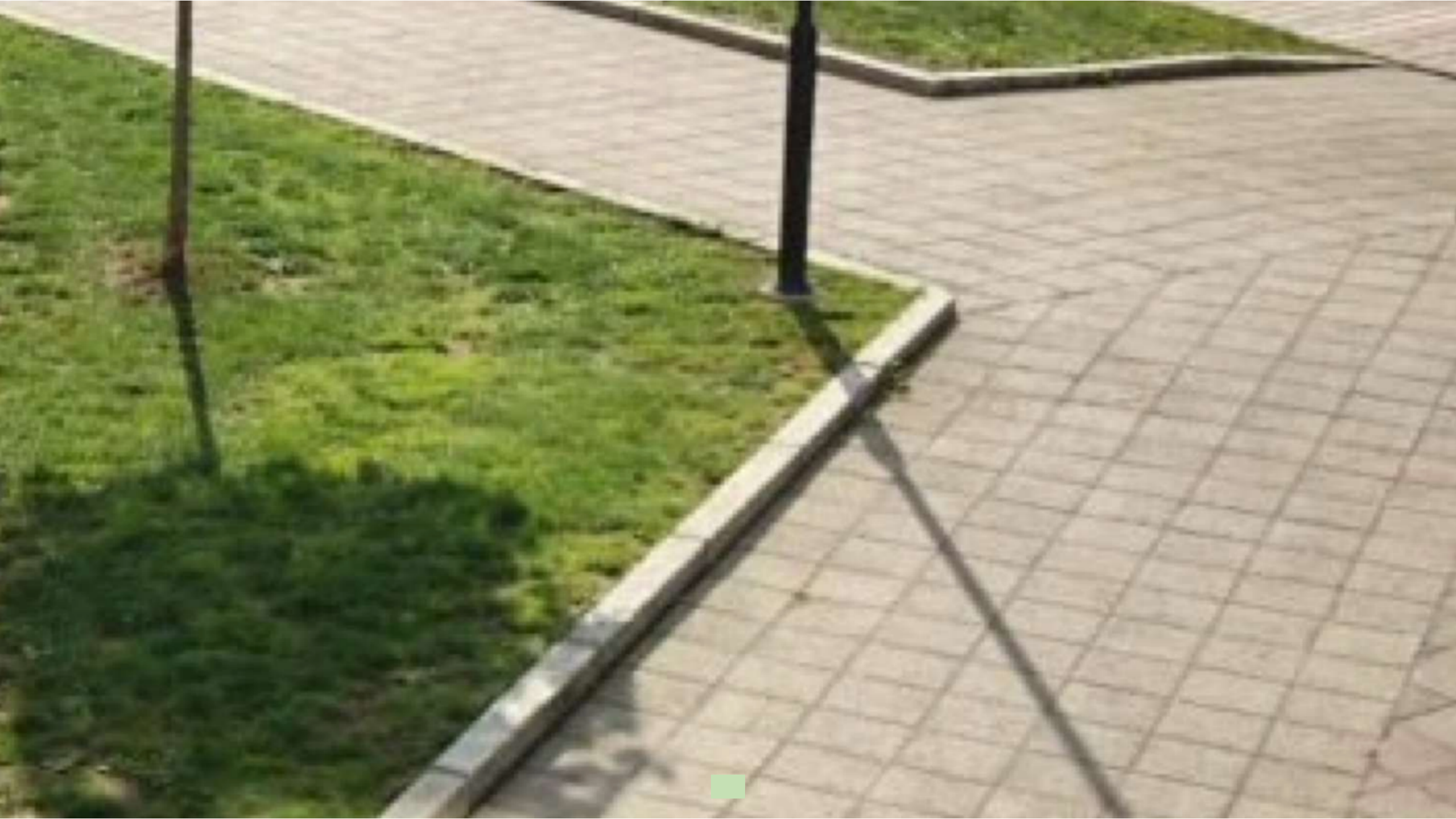
User Experience team of one?



The User Experience Team of One:
A Research and Design Survival Guide

Leah Buley

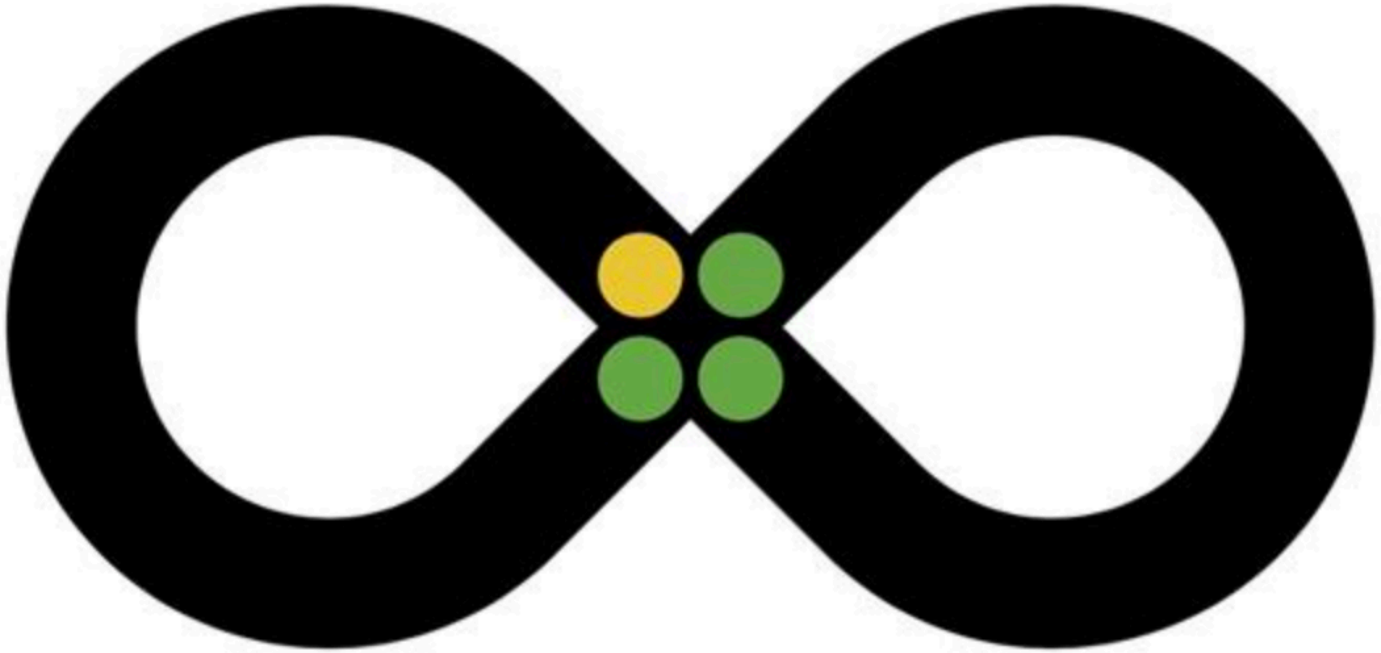
amazon



UX

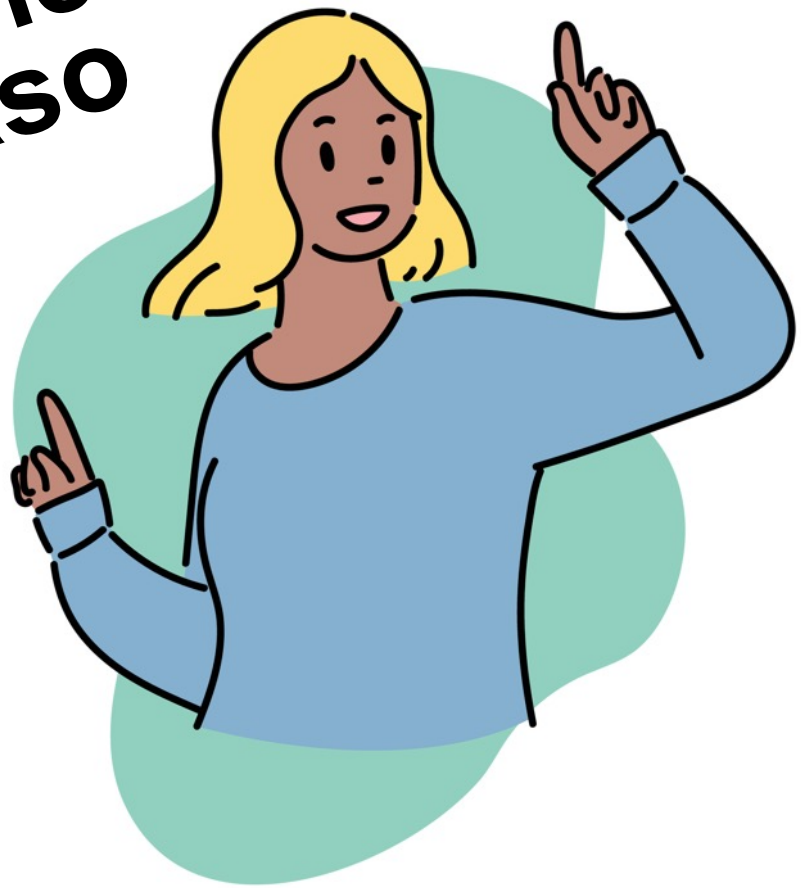
IBM Design Thinking

www.ibm.com/design/thinking



Observar **Reflexionar** **Crear**

Primer paso



Navega los sitios web

¡No te lo saltes!

desktop

mobile

Múltiples navegadores

Metodología

Sin usuarios

Performance

Sin usuarios

Leyes UX

Con usuarios

User Stories

Benchmark

Sin usuarios

Test de usabilidad

Con usuarios

Metodología

Mejores prácticas + Recomendaciones

Resumen final de recomendaciones

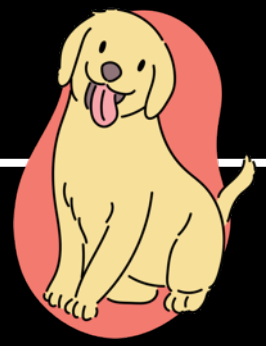
(Para otros Stakeholders)

Metodología

Performance

Leyes UX

User Stories



Benchmark

Test de usabilidad

Mejores prácticas

Análisis performance

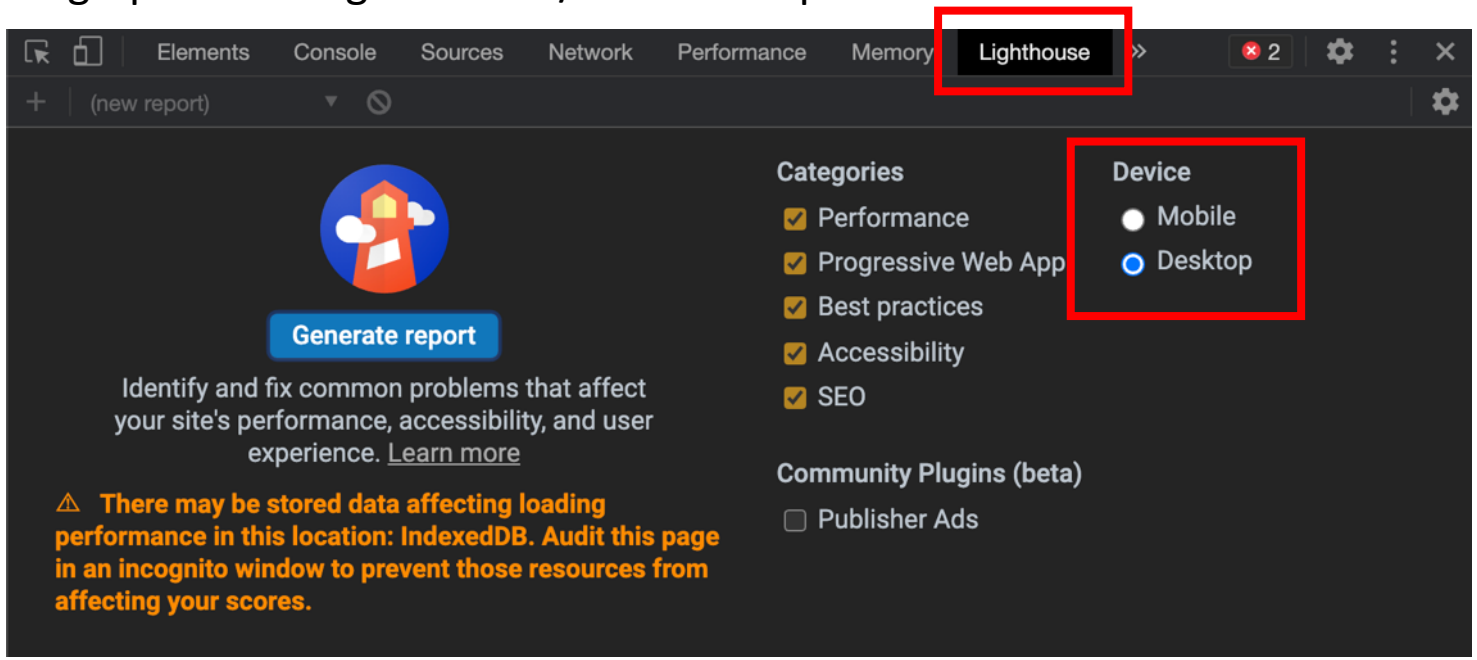
Utiliza la herramienta de Google **“Lighthouse”** para encontrar áreas de oportunidad y consejos para resolver problemas comunes.

- Tiempo de carga
- Mejores prácticas
- Accesibilidad
- SEO

Clic derecho en el sitio web

Inspeccionar

Elegir pestaña “Lighthouse” / Generar reporte



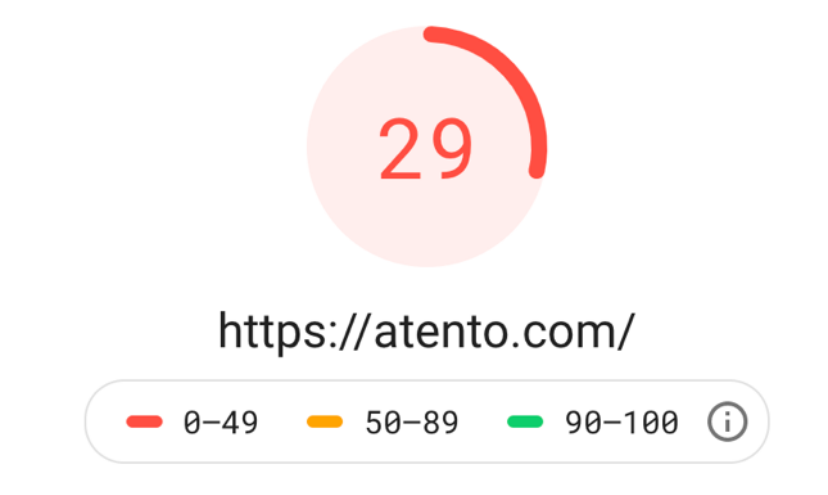
Mejores prácticas

Análisis performance

Tiempo de carga (máx. 3s)

Peso de imágenes

Scripts que jalen demasiados recursos

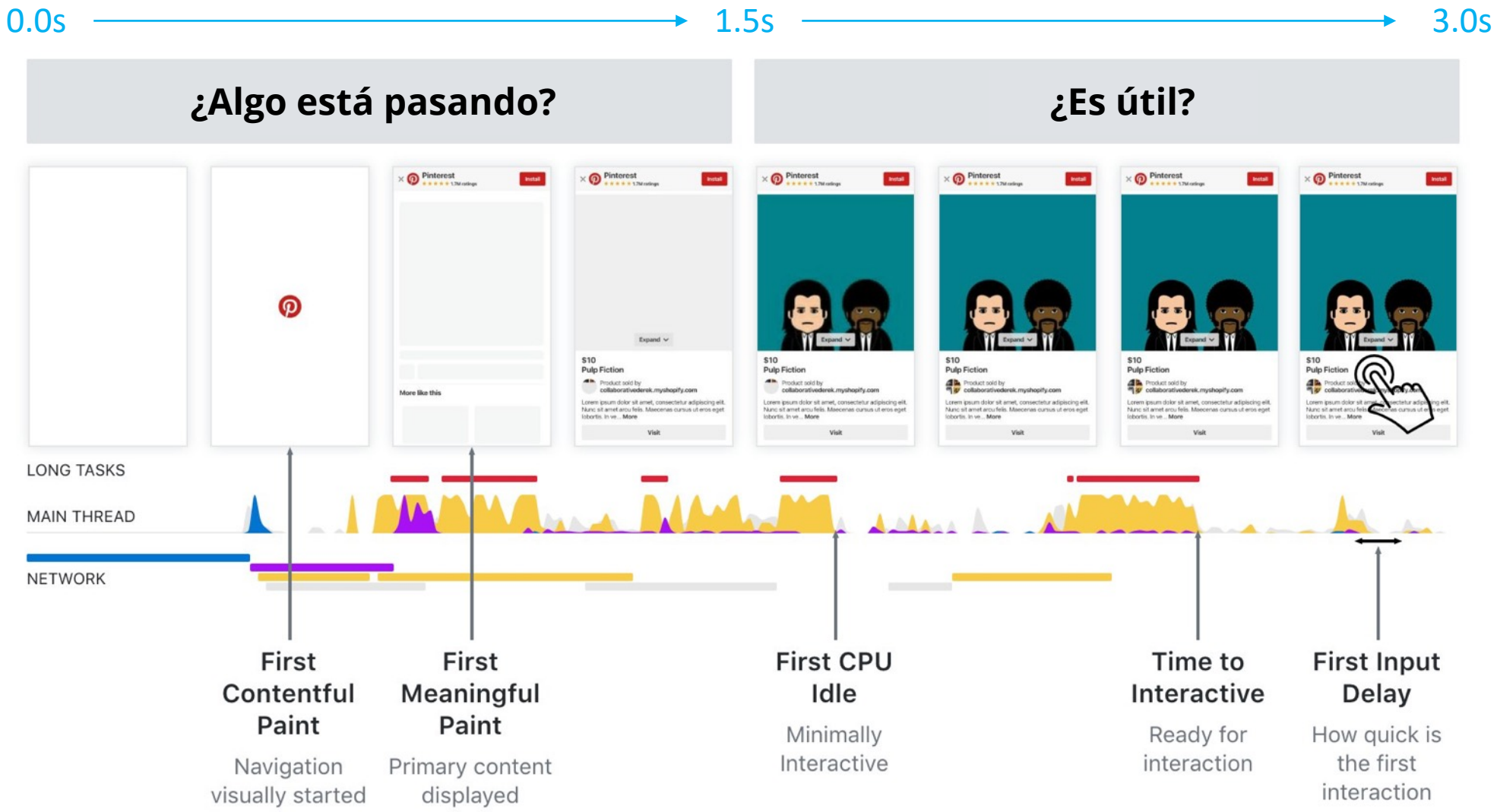


Oportunidad	Ahorro estimado
Publica imágenes con formatos de próxima generación	14,4 s
Codifica las imágenes de forma eficaz	10,5 s
Quita los recursos JavaScript que no se usen	2,1 s
Elimina archivos CSS sin usar	1,5 s
Habilita la compresión de texto	1,5 s
Elimina los recursos que bloqueen el renderizado	1,2 s
Usa un tamaño adecuado para las imágenes	0,6 s

URL	Tamaño del recurso	Ahorro potencial
...03/Vendas.jpg (atento.com)	580,2 KB	502,1 KB
...03/Atento-no-Mundo-HUB.jpg (atento.com)	574,1 KB	494,6 KB
...03/Customer-Care.jpg (atento.com)	423,3 KB	380,8 KB

Mejores prácticas

Análisis performance



Treo, Post en Twitter, noviembre 2018
https://twitter.com/__treo/status/1068163152783835136
https://treo.sh/

¿Por qué importa el tiempo de carga?

As page load time goes from...

1s to 3s the probability of bounce increases 32%

1s to 5s the probability of bounce increases 90%

1s to 6s the probability of bounce increases 106%

1s to 10s the probability of bounce increases 123%

Source: Google/SOASTA Research, 2017.

Mejores prácticas

Protocolo Opengraph

El protocolo **Opengraph** permite que al compartir tu sitio web o una sección del mismo, se pueda personalizar cómo se visualiza.

Facebook, WhatsApp y LinkedIn funcionan con Opengraph para renderizar los contenidos.

Podemos configurar y personalizar la imagen, el título y la descripción para ofrecer una experiencia más entendible y fluida para el usuario.

Imagen miniatura

Título sin descripción

No existe una descripción del sitio en los metadatos, podría personalizarse.

Ejemplo de Opengraph configurado correctamente

Imagen og:image

Título
Descripción

Mejores prácticas

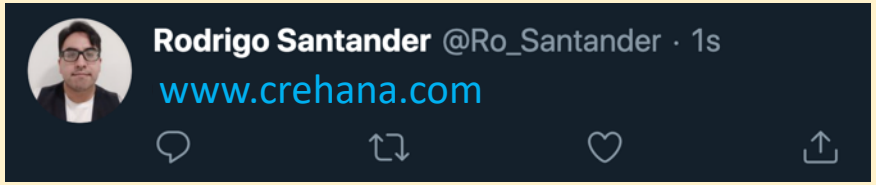
Twitter Cards

Configurar **Twitter Cards** permite que al compartir tu sitio web o una sección del mismo, se pueda personalizar cómo se visualiza.

Twitter utiliza codificación específica para renderizar los contenidos de distintas maneras.

Podemos configurar y personalizar la imagen, el título y la descripción para ofrecer una experiencia más entendible y fluida para el usuario.

Link en twitter, sin configuración



Ejemplo de twitter card correctamente configurada

Imagen miniatura

Título y descripción

Mejores prácticas

Imágenes con Alt text

Especificar **"alt text"** en las imágenes ayuda:

- A los lectores de pantalla a describir correctamente una imagen.
- Ayuda a las SERPs a entender el rol y contenido de la imagen.
- Si la imagen solo funciona como decoración, deja el alt-txt vacío y especifica un atributo “**role**” con el valor de “**presentation**”.
- Evitar usar descriptivos como “logo”, o “imagen de…”. Los alt-txt son parte de la narración de tu sitio.

```
<img src=“img/hero.png”
alt=”La confianza entre los
colaboradores, es la clave”>
```

```
<img src=“img.png” alt””
role=“presentation”>
```

Mejores prácticas

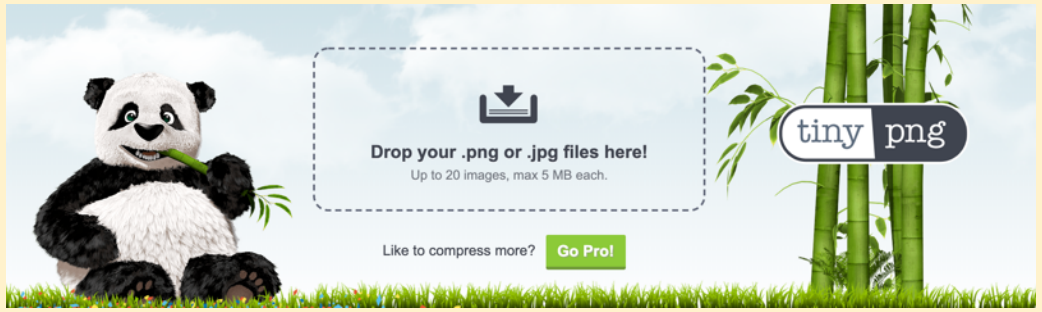
Compresión de imágenes

- Minimizar tiempo de carga
- Gastas menos ancho de banda
- Consumes menos datos de los planes de los usuarios en mobile

Tiny png (jpg y png)

https://tinypng.com/

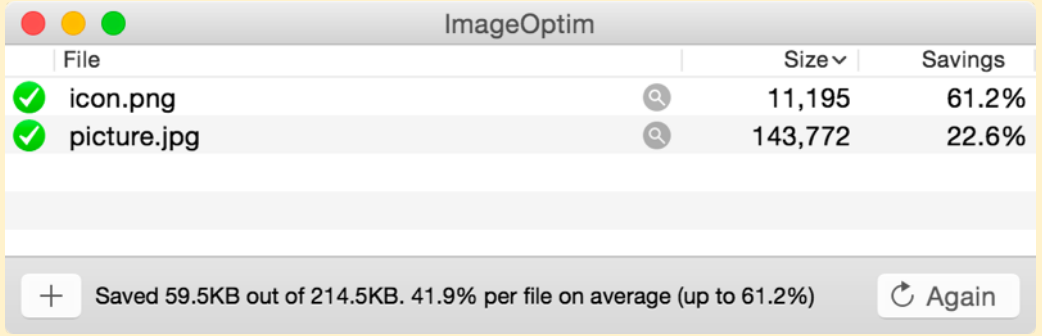
Free



ImageOptim (jpg y png)

https://imageoptim.com/mac

Free



Squoosh (funciona mejor para jpg)

https://squoosh.app/

Free

Squoosh

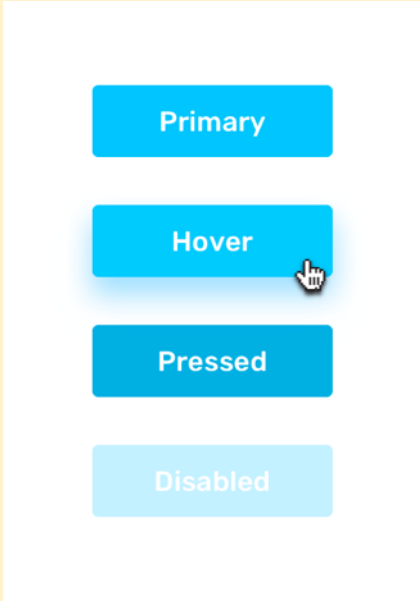
Mejores prácticas

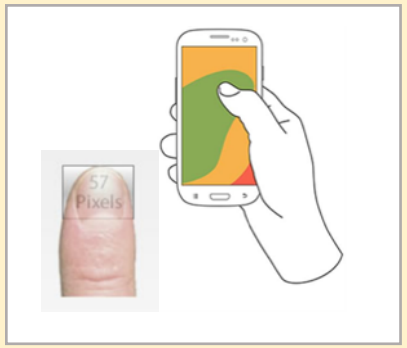
Accesibilidad

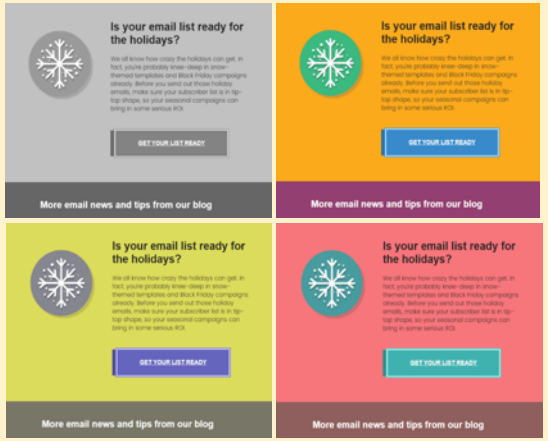
Nuestra plataforma debe poder ser usada por **todos** nuestros usuarios, tomando en cuenta la discapacidad que puedan tener.

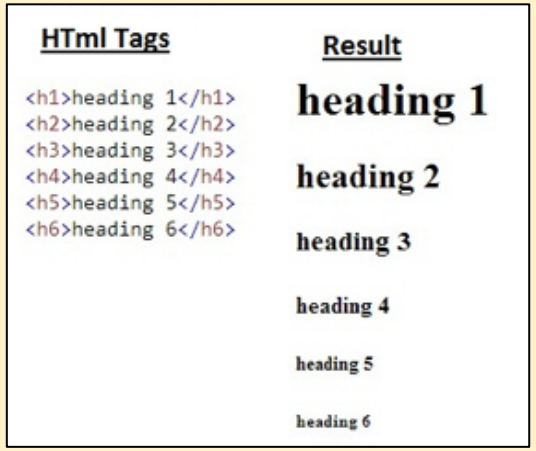
- Tamaño de texto superior a la media (16px+)
- Buen contraste entre elementos
- Ofrecer micro-copys
- Código HTML semántico
- Usar <button> en lugar de <a>

285 millones de personas en el mundo cuentan con una **discapacidad visual** y diferencias. **36 millones** son ciegos **y 246 millones** sufren de poca visión.









HTml Tags	Result
heading 1	heading 1
heading 2	heading 2
heading 3	heading 3
heading 4	heading 4
heading 5	heading 5
heading 6	heading 6

Metodología

Performance

Leyes UX

User Stories

Benchmark

Test de usabilidad

Assessment comparativo (Benchmark)

¿Cuáles son los estándares o mejores prácticas que los consumidores esperan de un servicio como el tuyo?

¡Anota y toma screenshots!

Google Sheets

Notion

Elige de 5 a 6 servicios
a evaluar (Incluyendo el tuyo)

Características **Tu servicio** **Tu competencia**

Features / Plataformas	Trámite Acta de Nacimiento	Trámite Visa USA	Salesforce Trailhead + Webassessor	Nielsen Norman Group
Sitio web	https://www.gob.mx/ActaNacimiento/	https://ceac.state.gov/GenNIV/default.aspx	http://trailhead.salesforce.com/	https://www.nngroup.com/
Por qué está en el Benchmark	Es un servicio que solicita el llenado de datos, carga de documentos (CURP) y pago en línea. Las páginas del Gobierno de México sobresalen por contar con un diseño pensado en la accesibilidad, que todos sus consumidores, sin importar sus deficiencias o necesidades, puedan utilizar el servicio.	Ofrece una experiencia similar al registro y llenado del cuestionario de CEMEFI. Solicita la carga de archivos, así como el llenado de información específica, con micro-copys que ayudan al usuario a entender mejor qué deben llenar y por qué.	Su sistema de capacitación es considerado TOP en el mercado. Podría ayudar a CEMEFI a valorar como puede ofrecerse información de valor que le permita al usuario cómo desarrollar sus actividades, sin salir de la plataforma. Cuenta con un sistema de cobro por exámenes en línea con tarjeta de crédito y envío de facturas, además de un knowledge database extenso.	Sus convocatorias, sistema de cobro con Stripe y capacitación están integrados a la plataforma. Toda la infromación de cada convocatoria está publicada dentro del sitio, permitiendo que las SERPs como Google o Yahoo indexen este contenido y aparezcan en las búsquedas de sus posibles usuarios.
Tiempo de carga / lighthouse	1.7s	2s	3.8s	1.5s
Onsite SEO: Meta tags, Opengraph. Twitter Cards	Meta tags: Si Opengraph: No Twitter Cards: No	No configurado	Meta tags: Si Opengraph: Si Twitter Cards: Si	Meta tags: Si Opengraph: Si Twitter Cards: Si
¿Funciona en mobile?	Si	No configurado	Si	Si
Accesibilidad	El tamaño del texto es superior a la media. Buen contraste entre elementos	La configuración del sitio no lo toma en cuenta, pero cuenta con un sistema de "tooltips" en distintos idiomas, para ofrecer ayuda en la solución de preguntas.	El tamaño del texto es superior a la media. Buen contraste entre elementos. Código semántico con elementos HTML claramente identificados	
Opciones de contacto	Ofrece página de ayuda, redes sociales: Facebook y Twitter	Email de soporte, ofrece preguntas frecuentes, distintas opciones dependiendo de la necesidad, desde email, dirección a teléfono de contacto	Ofrece tickets de soporte, preguntas frecuentes, teléfono de contacto	Preguntas frecuentes, email y teléfono
FAQs, Knowledge database	Si	Si	Si	Si
Ofrece cursos de capacitación	No	No	Si. Online, cursos escritos y en video por plataformas con registro en sitio. Los cursos están agrupados por área de conocimiento y ofrecen información textual, infográfica, video y tests para finalizar cada unidad.	Si. Online. Cursos de capacitación para certificación en la plataforma durante pandemia.
Convocatorias	Servicio Always-on	Servicio Always-on		Si. Online, como parte de la plataforma. Ofrece información sobre costos, formato de pago, tipo de servicio, registro
Capacidad de descarga de reportes	Si. Descarga de documento oficial	Si. Descarga de cuestionario para su llenado posterior. Descarga de constancia de pago y citatorio	Los reportes son por medio de dashboards, registro de avance de cursos, y certificados online	Ofrece certificados online
Dashboard	No. Es un servicio por pasos	No. Es un servicio por pasos. Tiene un registro inicial para comenzar, o subir tu archivo de respaldo y continuar el cuestionario	Si. Muestra una lista de cursos disponibles afines a los intereses o certificaciones del usuario	
Opciones de pago		Formato de pago automatizado para impresión, para hacer depósito en sucursal bancaria	Pago con tarjeta en plataforma web	Stripe, pago con tarjeta en plataforma web
Pasos a Seguir	Barra de avance de pasos	Avance de cuestionario por tipo de información, por pasos. Muestra la cantidad de pasos que tardará el usuario en terminar el proceso.	Profile Page con registro de actividad. Cada curso tiene pasos y porcentaje de avance	Barra de avance de pasos
Micro-copys	Ofrece links de ayuda a FAQs, ofrece tooltips con información relacionada y placeholders en los campos con ejemplos de llenado	Hace un excelente uso de los textos de ayuda durante el registro. Ofrece bits de ayuda por cada set de preguntas, tooltips con acceso a tablas de infromación relacionada y placeholders en los campos con ejemplos de llenado	Ofrece links de ayuda al knowledge database, relaciona cursos con otros.	Ofrece información en los descriptivos (labels) de los campos, así como placeholders.

¿Cómo defines a la competencia?

Entrevista con cliente (Brief)

- Necesidades del negocio
- Necesidades del usuario
  (Quién es, qué saben y no saben)
- Metas u objetivos
- Expectativas clave
- Funcionalidades

Investigación personal

- ¿Quién hace lo mismo?
- Competencia local
- Competencia internacional
- Enfoque en funcionalidad
  (registro, cursos en línea, venta, agendar una cita, reviews…)

Ejemplos

Servicio

Cursos en línea

(Competitivo)

crehana

Platzi

YouTube

Udemy

DOMĚSTIKA

FrontendMasters

Servicio

Funcionalidad compleja

(Comparativo)

Micro copys

BEN & FRANK

airbnb

Registro y cuestionarios

Typeform

salesforce

Google Forms

Pagos en línea

NN/g

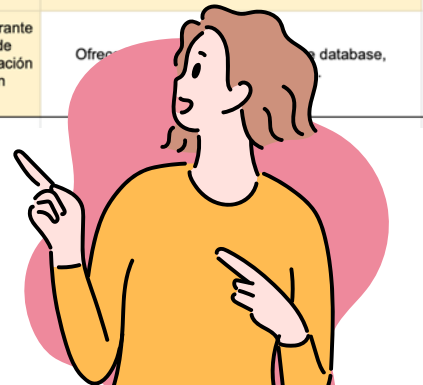
stripe

Assessment comparativo
(Benchmark)

- Investiga a la competencia
- Navega en los sitios o plataformas
- Toma screenshots y anotaciones
- Define los campos a comparar
  - Performance
  - Funcionalidades
  - Navegación
  - Diseño
  - Contenido
  - Legibilidad…

Features / Plataformas	Trámite Acta de Nacimiento	Trámite Visa USA	Salesforce Trailhead + Webassessor
Sitio web	https://www.gob.mx/ActaNacimiento/	https://ceac.state.gov/GenNIV/default.aspx	http://trailhead.salesforce.com/
Por qué está en el Benchmark	Es un servicio que solicita el llenado de datos, carga de documentos (CURP) y pago en línea. Las páginas del Gobierno de México sobresalen por contar con un diseño pensado en la accesibilidad, que todos sus consumidores, sin importar sus deficiencias o necesidades, puedan utilizar el servicio.	Ofrece una experiencia similar al registro y llenado del cuestionario de CEMEFI. Solicita la carga de archivos, así como el llenado de información específica, con micro-copys que ayudan al usuario a entender mejor qué deben llenar y por qué.	Su sistema de capacitación es considerado TOP en el mercado. Podría ayudar a CEMEFI a valorar como puede ofrecerse información de valor que le permita al usuario cómo desarrollar sus actividades, sin salir de la plataforma. Cuenta con un sistema de cobro por exámenes en línea con tarjeta de crédito y envío de facturas, además de un knowledge database extenso.
Tiempo de carga / lighthouse	1.7s	2s	3.8s
Onsite SEO: Meta tags, Opengraph. Twitter Cards	Meta tags: Si Opengraph: No Twitter Cards: No	No configurado	Meta tags: Si Opengraph: Si Twitter Cards: Si
¿Funciona en mobile?	Si	No configurado	Si
Accesibilidad	El tamaño del texto es superior a la media. Buen contraste entre elementos	La configuración del sitio no lo toma en cuenta, pero cuenta con un sistema de "tooltips" en distintos idiomas, para ofrecer ayuda en la solución de preguntas.	El tamaño del texto es superior a la media. Buen contraste entre elementos. Código semántico con elementos HTML claramente identificados
Opciones de contacto	Ofrece página de ayuda, redes sociales: Facebook y Twitter	Email de soporte, ofrece preguntas frecuentes, distintas opciones dependiendo de la necesidad, desde email, dirección a teléfono de contacto	Ofrece tickets de soporte, preguntas frecuentes, teléfono de contacto
FAQs, Knowledge database	Si	Si	Si
Ofrece cursos de capacitación	No	No	Si. Online, cursos escritos y en video por plataformas con registro en sitio. Los cursos están agrupados por área de conocimiento y ofrecen información textual, infográfica, video y tests para finalizar cada unidad.
Convocatorias	Servicio Always-on	Servicio Always-on	
Capacidad de descarga de reportes	Si. Descarga de documento oficial	Si. Descarga de cuestionario para su llenado posterior. Descarga de constancia de pago y citatorio	Los reportes son por medio de dashboards, registro de avance de cursos, y certificados online
Dashboard	No. Es un servicio por pasos	No. Es un servicio por pasos. Tiene un registro inicial para comenzar, o subir tu archivo de respaldo y continuar el cuestionario	Si. Muestra una lista de cursos disponibles afines a los intereses o certificaciones del usuario
Opciones de pago		Formato de pago automatizado para impresión, para hacer depósito en sucursal bancaria	Pago con tarjeta en plataforma web
Pasos a Seguir	Barra de avance de pasos	Avance de cuestionario por tipo de información, por pasos. Muestra la cantidad de pasos que tardará el usuario en terminar el proceso.	Profile Page con registro de actividad. Cada curso tiene pasos y porcentaje de avance
Micro-copys	Ofrece links de ayuda a FAQs, ofrece tooltips con información relacionada y placeholders en los campos con ejemplos de llenado	Hace un excelente uso de los textos de ayuda durante el registro. Ofrece bits de ayuda por cada set de preguntas, tooltips con acceso a tablas de infromación relacionada y placeholders en los campos con ejemplos de llenado	Ofrec database,

Marca en tu benchmark los campos que sigan las **“mejores prácticas”**



Assessment comparativo
(Benchmark)

Mejores prácticas + Recomendaciones

Resume tus hallazgos

Documenta tus **insights clave** en una guía con mejores prácticas y screenshots.

Úsalas como un acordeón de estándares a alcanzar o mejorar.

Benchmark

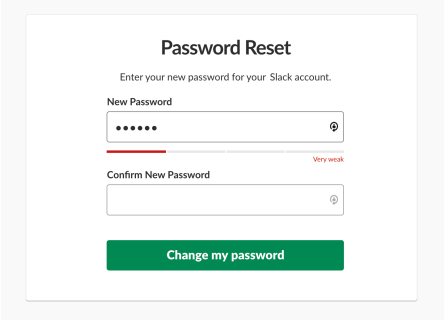
Guías visuales para errores y éxitos del usuario

Siempre que ocurra un error de llenado del usuario, resulta efectivo mostrarle cómo solucionarlo o por qué ocurre.

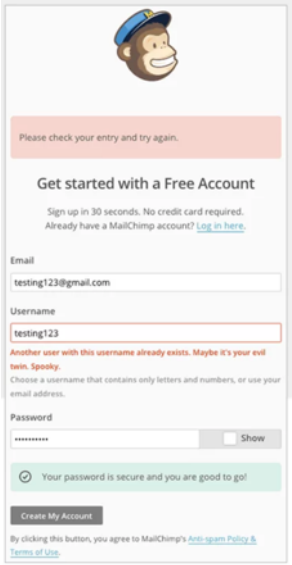
Así mismo, cuando se termina una tarea, la plataforma debe mostrarle al usuario que se realizó con éxito.

Hay 3 principios a seguir cuando se diseñan errores:

- El mensaje de error debe ser fácil de notar o entender
- El campo con el error debe ser fácil de localizar
- Los usuarios no deberían memorizar las instrucciones para solucionar el error



Slack te muestra visualmente el nivel de seguridad de tu contraseña en tiempo real

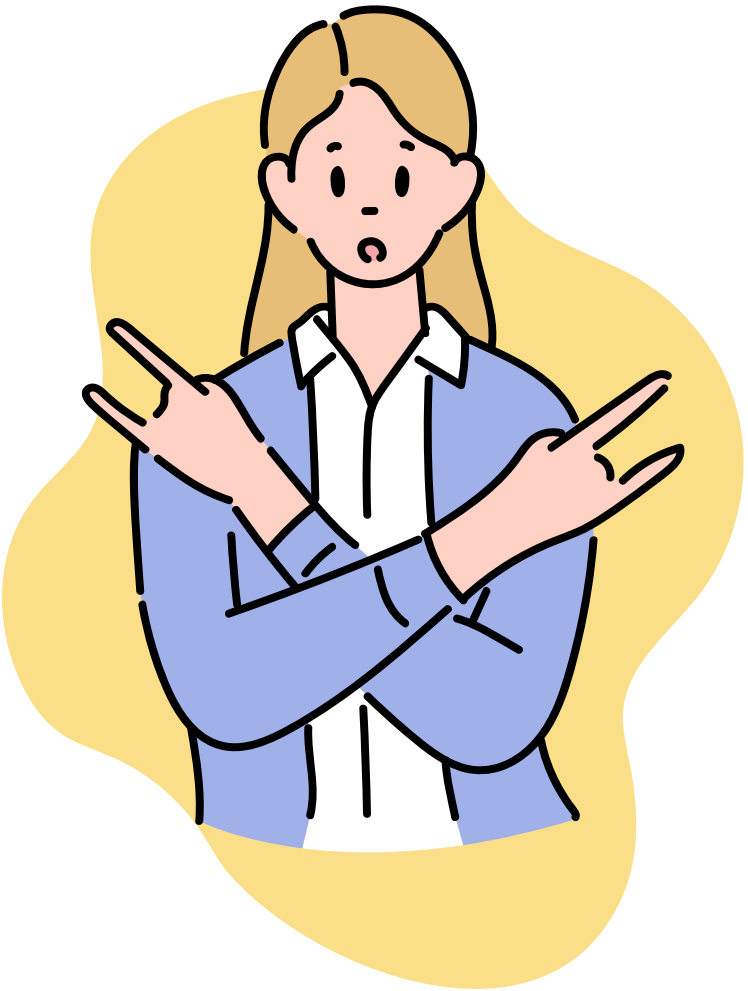


Mailchimp te explica por qué ocurrió un error, y cómo corregirlo

Assessment comparativo
(Benchmark)

Te ayudará a:

- Entender el estado actual del mercado
- Descubrir deficiencias en tu servicio
- Mayor comprensión del panorama
- Armar una ruta a seguir



Metodología

Performance

Leyes UX

User Stories

Benchmark

Test de usabilidad

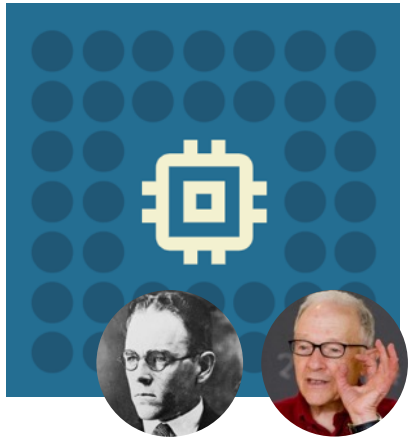
¿Qué son las leyes del UX?

Se enfocan en hacer accesibles las heurísticas complejas de la psicología.

Los humanos economizamos nuestro tiempo, atención y energía mental, en reglas simples para tomar decisiones: **lo que llamamos Heurísticas.**

Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services

Jon Yablonski



Ley de Hicks

William Edmund Hick y Ray Hyman

El tiempo que lleva tomar una decisión incrementa con el número y complejidad de las opciones.

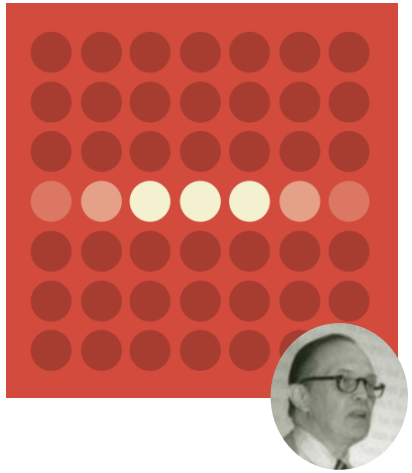
Ejemplo: Plataformas complejas con múltiples barras de navegación, niveles y subniveles, **formularios** de registro súper largos.

Ley de Jacob

Jacob Nielsen

Los usuarios pasan la mayor parte de su tiempo en otros sitios. Lo que significa que prefieren que tu sitio funcione del mismo modo que otros sitios que ellos ya conocen.

Ejemplo: Menú mobile en la esquina superior derecha o izquierda.

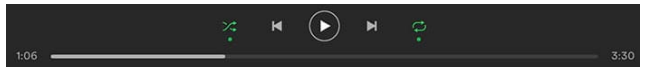


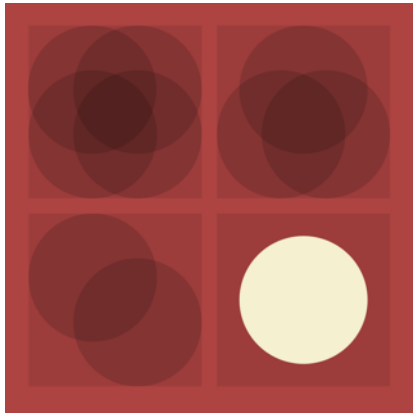
Ley de Miller

George Miller

La persona promedio puede mantener solo 7 (+-2) items en su memoria funcional.

Ejemplo: Agrupar botones y acciones en barras de navegación como Spotify, elementos legales, carrito...





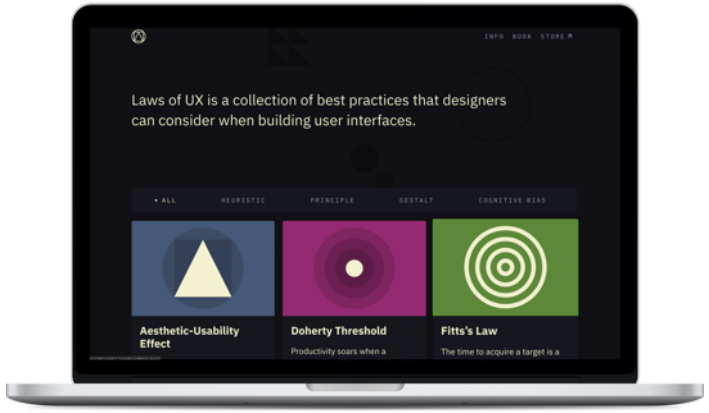
Navaja de Occam

William of Ockham

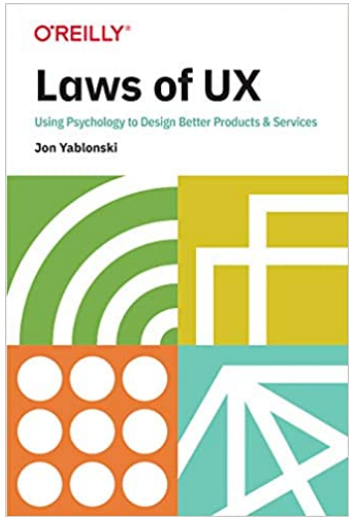
Entre diferentes hipótesis que sean similiares, aquella con menos suposiciones deberá ser seleccionada.

“Keep it simple” Si no suma, elimínalo.

Bibliografía



www.lawsofux.com

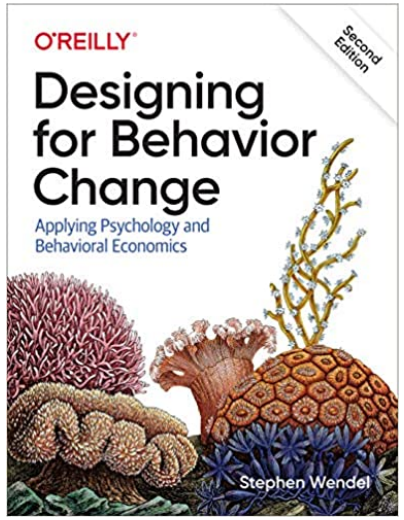


Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services

Jon Yablonski

amazon

https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/



Designing for Behavior Change: Applying Psychology and Behavioral Economics

Stephen Wendel

amazon

Metodología

Performance

Leyes UX

User Stories

Benchmark

Test de usabilidad

¿En qué consiste?

1. Mira a personas intentar usar lo que estás construyendo o analizando

2. Pídeles que piensen en voz alta mientras lo hacen

Steve Krug. Rocket Surgery made easy, Febrero 2021
http://sensible.com/rocket-surgery-made-easy/

¿Cómo grabar?

Google Meet

Microsoft Teams

¿Quién puede ser tu usuario?

- Un cliente potencial $$
- Un colaborador
- Un conocido

Un análisis de usabilidad, es mejor que ningún análisis de usabilidad

Steve Krug

¿Qué debemos analizar?

Lo que el usuario…

dice

hace

siente

Arma una guía para tu entrevista

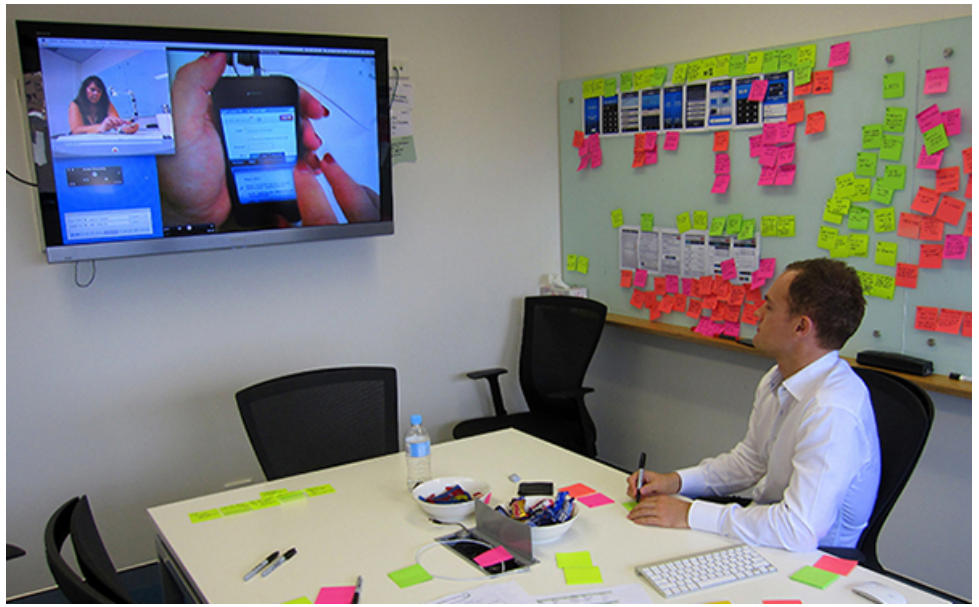
Explica el ejercicio

No hay respuestas buenas o malas

Pide autorización para grabar

Solicita que piensen en voz alta

No influyas en sus acciones



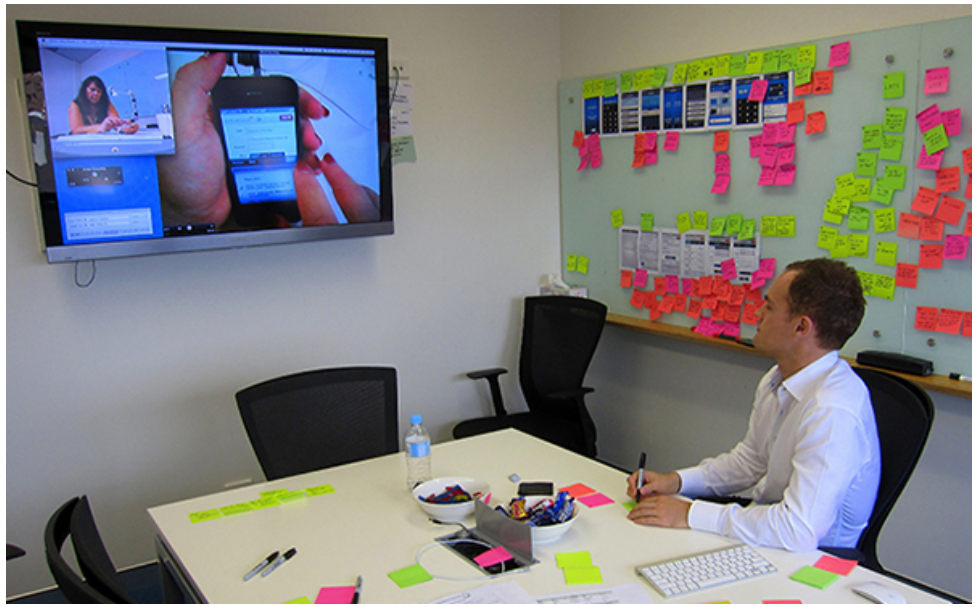
Creately, noviembre 2020
https://creately.com/blog/culture/different-kinds-of-website-usability-testing/

Templates de scripts y documentos:
https://sensible.com/download-files/
Steve Krug

Define las tareas a realizar

Ejemplos:

- Navega el home page y sin hacer clic en ningún botón, descríbeme qué servicio ofrecen
- Un amigo te contó sobre el servicio ____, decides entrar a su sitio. Intenta encontrar los costos y cuánto pagarías por contratarlo 6 meses
- Realiza una compra de los siguientes productos X, Y, Z



Creately, noviembre 2020
https://creately.com/blog/culture/different-kinds-of-website-usability-testing/

Sé específico, pero no influyas en el usuario

Usability Testing

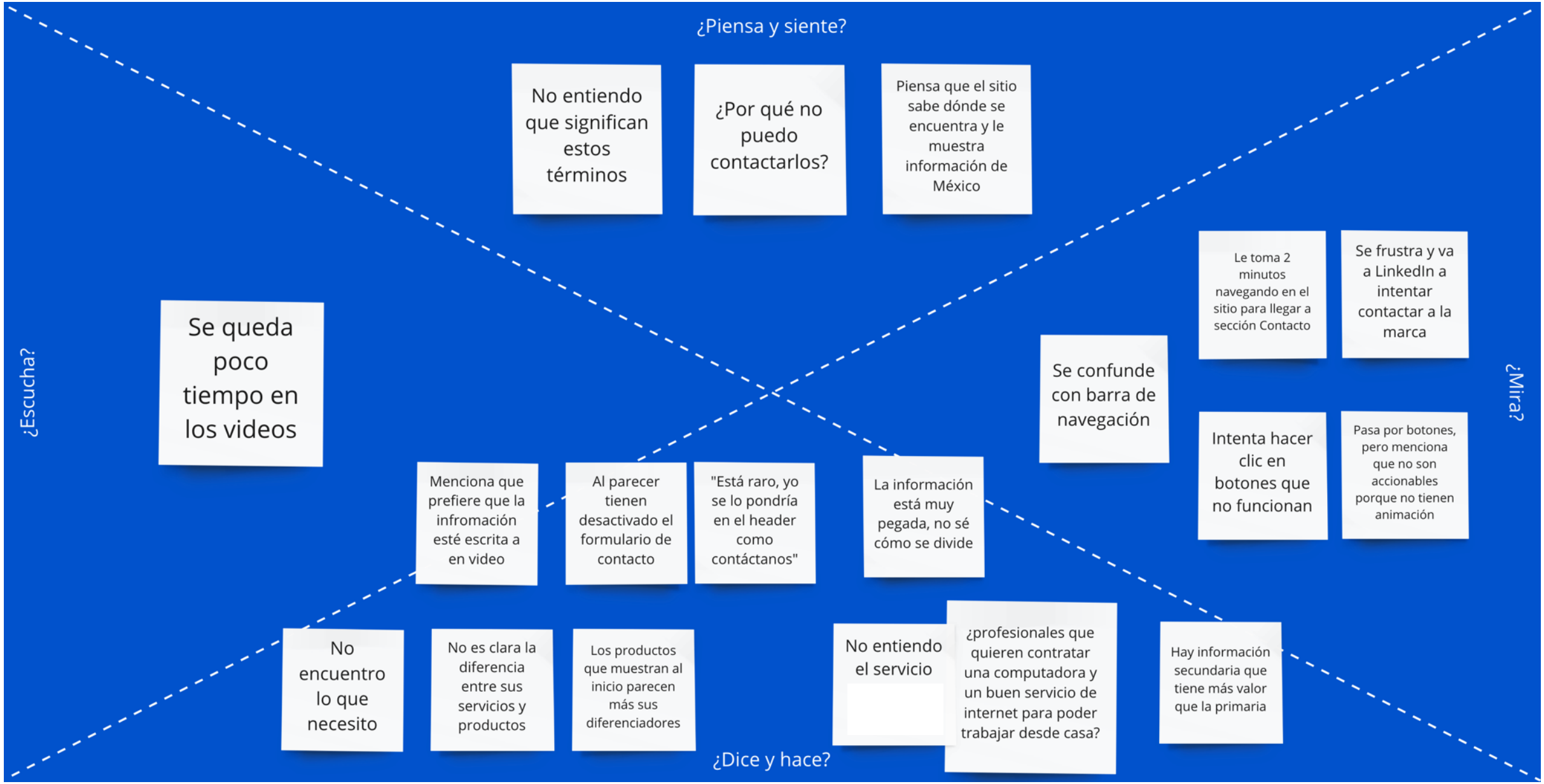
Página web de Tecnología

Nadia Urbán
Head of Marketing en Fintech
34 años

Consume contenidos en:
LinkedIn, Email, Medium

Grabado con permiso del usuario

Mapa de empatía



Mapa de empatía

Pain Cuáles son sus frustraciones y ansiedades

- No sé como contactarlos
- Términos en navegación confusos
- No sé cuál es la oferta de valor
- Botones rotos
- No hay jerarquía de información
- Menciona que prefiere que la información esté escrita a en video

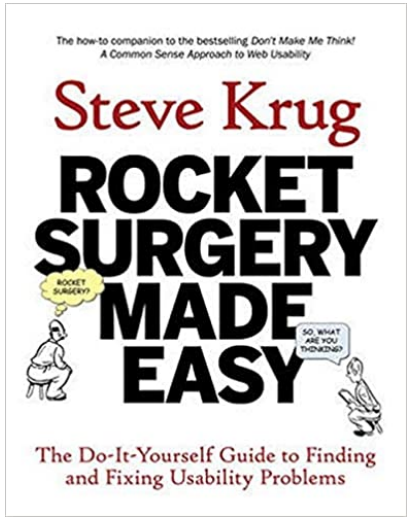
Mapa de empatía

Gain

Qué es lo que desean, necesitan o sueñan con tener

- Ofrecer múltiples opciones de contacto
- Mostrar formulario de contacto simple y fácil de hallar
- Simplificar navegación
- geo localización automatizada
- Términos que pueda entender
- Oferta clara y definida

Bibliografía

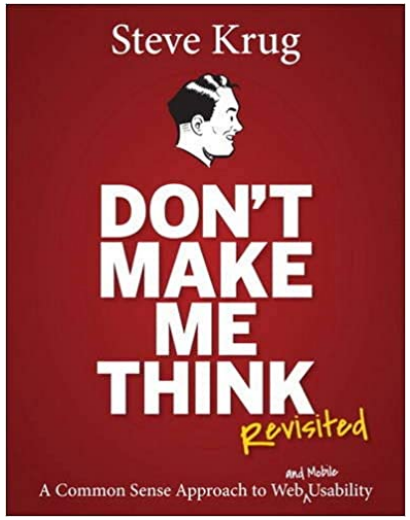


Rocket Surgery Made Easy

Steve Krug

amazon

Video Usability test muestra
https://www.youtube.com/watch?v=1UCDUOB_aS8



Don't make me think

Steve Krug

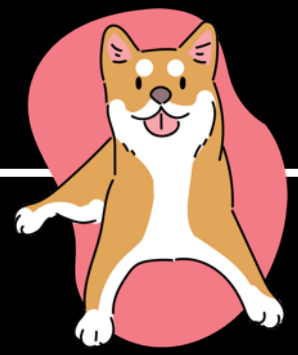
amazon

Metodología

Performance

Leyes UX

User Stories



Benchmark

Test de usabilidad

User Stories

Las historias de usuario nos ayudan a **resolver problemas para sus usuarios,** de la manera más fácil y eficiente posible.

Su meta es representar un **feature o actividad** que necesitamos construir en nuestro producto.

Trello Notion

User Stories

Como un	***<usuario / rol / quién>***
Quiero	***<tarea / acción/ qué>***
Para que	***<objetivo / propósito / por qué>***

Están estructuradas así para mantenerse **enfocadas en el usuario, claras** y **accionables.**

User Stories

Define a tus usuarios

Ejemplo: E-commerce

Pedro

Comprador asiduo

Tania

Comprador ocasional

Daniela

Administrador Productos

Manuel

Desarrollador

Sus metas son:

Obtener un valor agregado a su experiencia con la marca, descuentos y fidelidad.

Encontrar los productos que busca, realizar sus compras sin problemas, con procesos de pago y envío fluidos, sin necesidad de registrarse.

Debe poder cargar productos, alterar descripciones, encargarse de facturación, quejas y soporte.

Necesita actualizar el catálogo, activar ofertas, conexiones (APIs) y manejar la configuración de usuarios.

User Stories

Ejemplos

Pedro

Comprador asiduo

Obtener un valor agregado a su experiencia con la marca, descuentos y fidelidad.

Como un **cliente asiduo y registrado**

Quiero **reutilizar mi dirección de entrega que he usado anteriormente**

Para que **no tenga que volver a agregar mi dirección usual al portal**

User Stories

Ejemplos

Tania

Comprador ocasional

Encontrar los productos que busca, realizar sus compras sin problemas, con procesos de pago y envío fluidos, sin necesidad de registrarse.

Como un **cliente de la tienda en línea**

Quiero **pagar por mis productos en el checkout sin tener que registrarme**

Para que **pueda completar el proceso de compra rápidamente**

User Stories

Ejemplos

Daniela
Administrador
Productos

Debe poder cargar productos, alterar descripciones, encargarse de facturación, quejas y soporte.

Como un **miembro del staff**

Quiero **cargar productos y descripciones en bulto (bulk)**

Para que **pueda ahorrar tiempo al no tener que cargar uno por uno**

Criterios de aceptación:

- El usuario puede cargar archivos con detalles de múltiples productos en un formato estándar
- Los detalles del producto son validados
- Al menos 100 productos pueden ser procesados en una sola carga

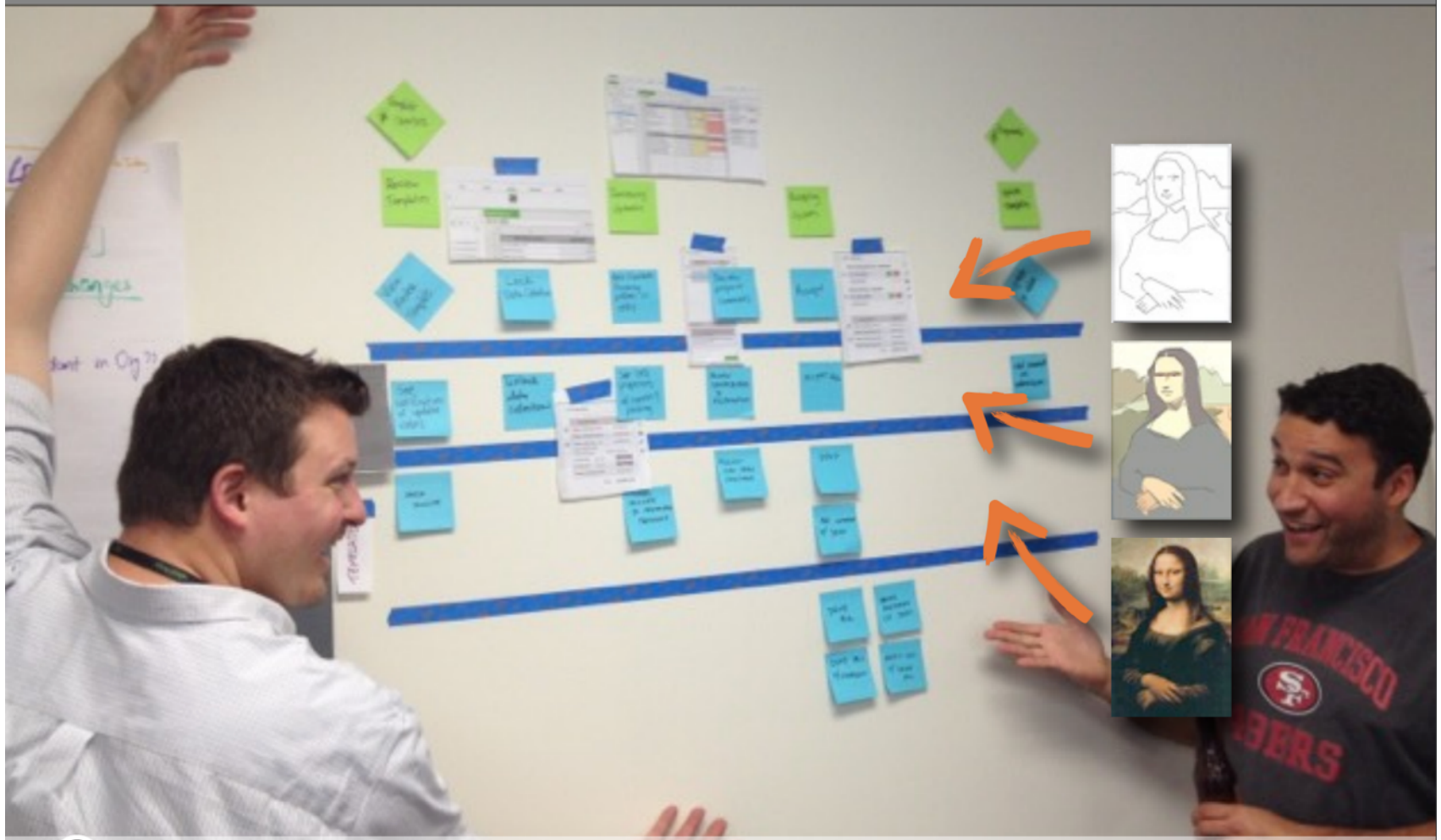
User Stories

Agrúpalas en **épicas** y define **prioridades**

Control de productos por staff	Selección de producto por cliente	Checkout
S00012 – Carga en bulto de productos	T00043 – Buscar por categorías	U00009 – Check out anónimo
S00013 – Stock management	T00044 – Ofertas y promociones	U00010 – Detalles del comprador
S00013 – Alerta de fin de stock	T00045 – Ratings y reseñas	U00011 – Confirmar orden por email
S00014 – Múltiples catálogos de producto	T00046 – Crear una Wish list	U00012 – Registrarse después de la compra

Alta prioridad · Baja prioridad · Otra fase

Use a story map to slice out a delivery strategy



Jeff Patton & Associates, jeff@jpattonassociates.com, twitter@jeffpatton

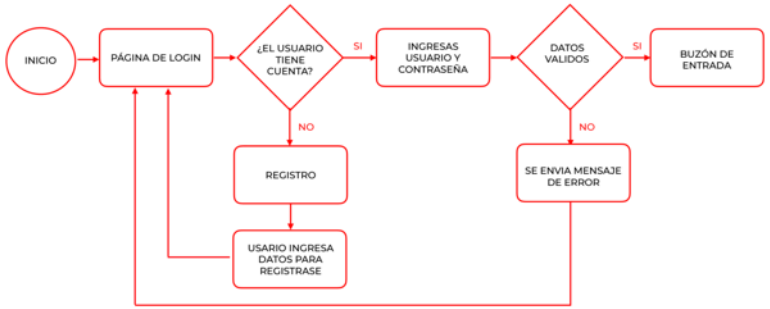
(cc) BY-NC-SA

Jeff Patton, User Story Mapping, 2021
https://nicocasel.net/resources/agile/Jeff-Patton_User-Story-Mapping-Discover-the-whole-story.pdf

Sprint por user story

User flows

Todos los caminos y acciones que podrá tomar el usuario en la plataforma para realizar acciones específicas.



Wireframing

Estructuras para validar la navegación, que toman en cuenta criterios de interacción y usabilidad.

Maquetado y programación

Comenzando por el front-end, se trabaja en el código HTML y CSS para después realizar el handoff al equipo de desarrollo y se programe la plataforma.

```html
<!doctype html>
<html lang="en">
    <head>
        <meta charset="utf-8">
        <title>Hello, world!</title>
    </head>
    <body>
        <h1>Hello, world!</h1>
        <p>My first web page.</p>
    </body>
</html>
```

Proceso de trabajo

Wireframe bajo nivel

Analistas

Wireframe medio nivel

UX / Analistas

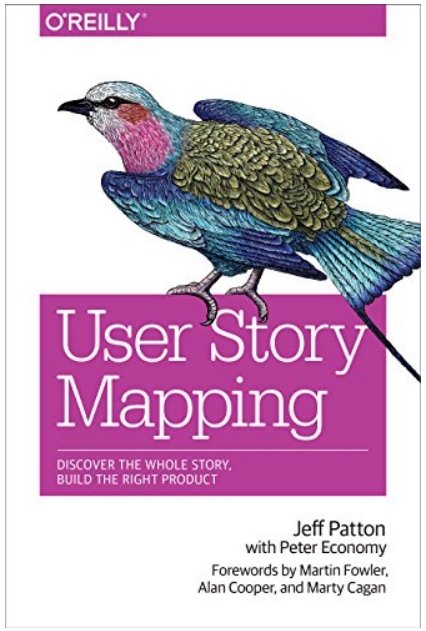
Wireframe alto nivel

UI

Mockups

UI

Bibliografía



User Story Mapping: Discover the Whole Story, Build the Right Product

Jeff Patton

amazon

Un par de tips para terminar

¿No te dan tiempo o presupuesto?

¡Es muy caro!

No lo necesitamos

El cliente ya sabe lo que quiere

Entrevistar usuarios cuesta dinero

No somos expertos en UX

¿No te dan tiempo o presupuesto?

No pidas permiso

Hazlo de todas formas

No pidas permiso

Hazlo de todas formas

Tu primera investigación te abrirá el camino para las siguientes, **con clientes internos y externos**

Encuentra aliados

Involúcralos en el proceso

Desarrolladores, ejecutivos de cuentas, directores de otras áreas y tu propio equipo, **la colaboración es clave para el éxito**

“The least you can do”

Steve Krug

No siempre hay que cambiar todo

Encontrar los problemas principales,
te permite corregir solo lo que está roto

- Menos tiempo de trabajo
- Optimizaciones constantes

¡Gracias!

@Ro_Santander

Rodrigo Daniel
García Santander

¿Tienes preguntas?