

Guillermo Hernández
ghernandez@kingeclient.com

Diseñador de Interacción y Product
Manager

KingeClient

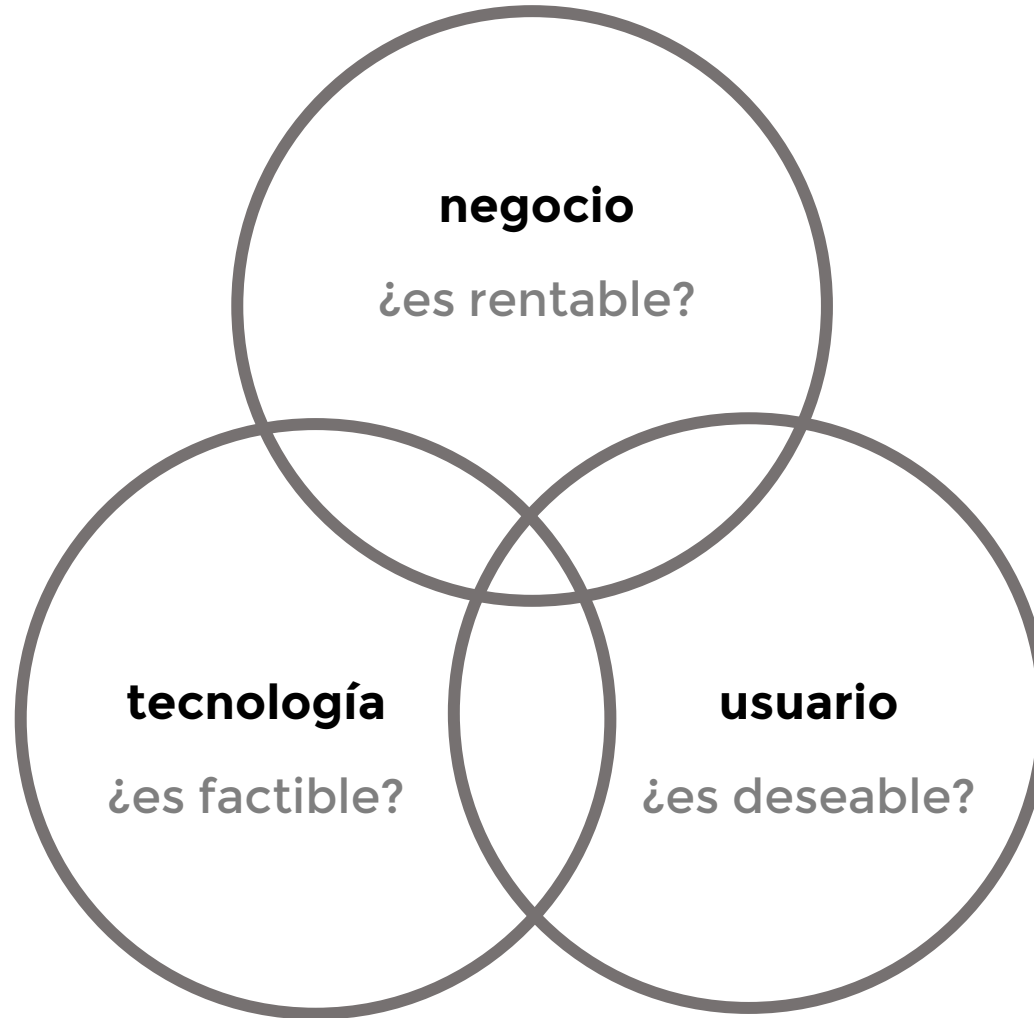
**La experiencia de
usuario. Factor clave**

¿y qué es el diseño?

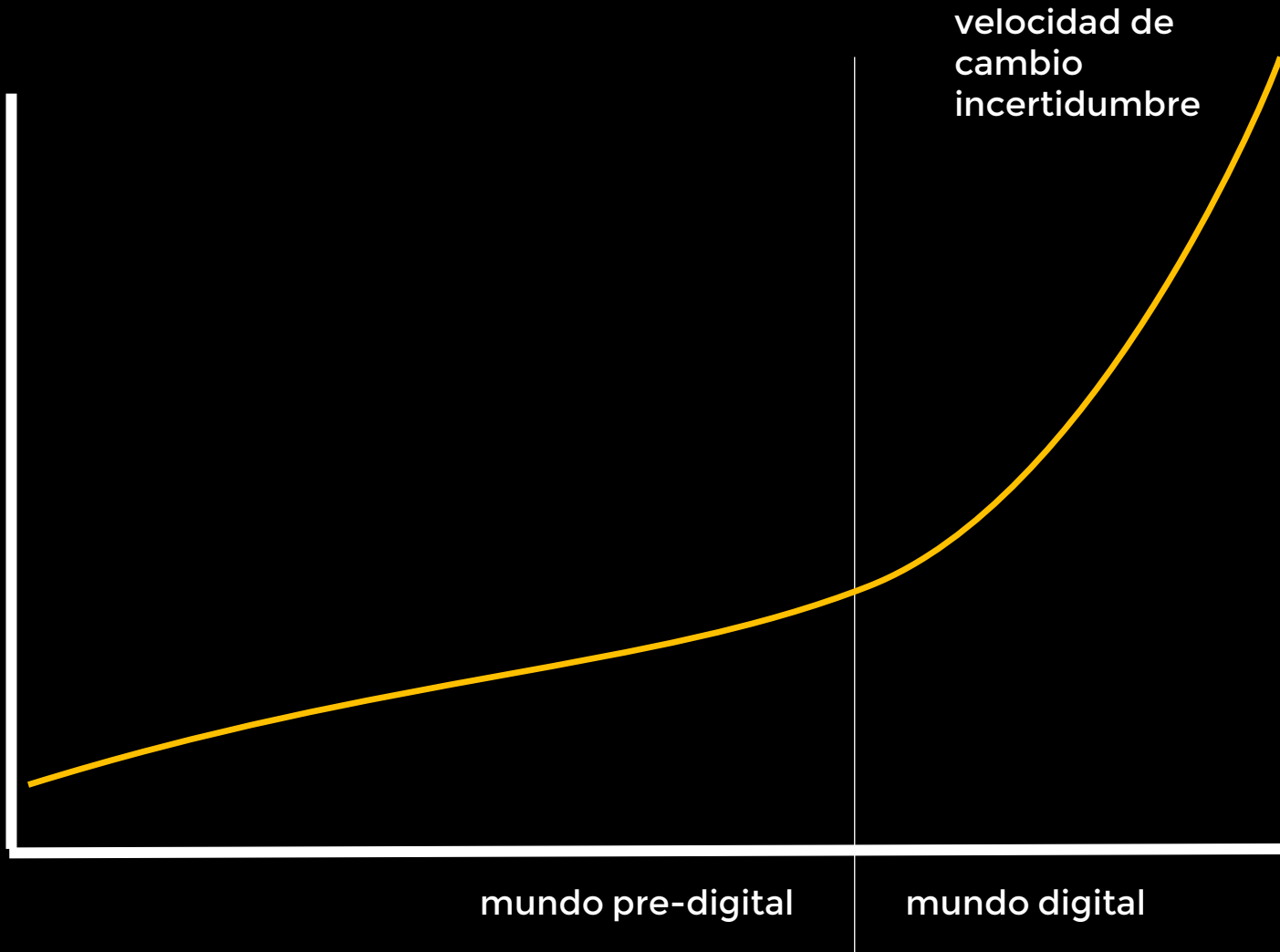
Charles Eames (1907-1978)



¿y qué es el diseño?



transformación



transformación

productos

(revolución industrial)

tener un coche

cuenta bancaria

servicios

(revolución digital)

transportarme en Über

cobro con BBVA,
pago con Paypal,
comparto gastos con twyp, invierto con ING



transformación

Competidores
"perceptivos"

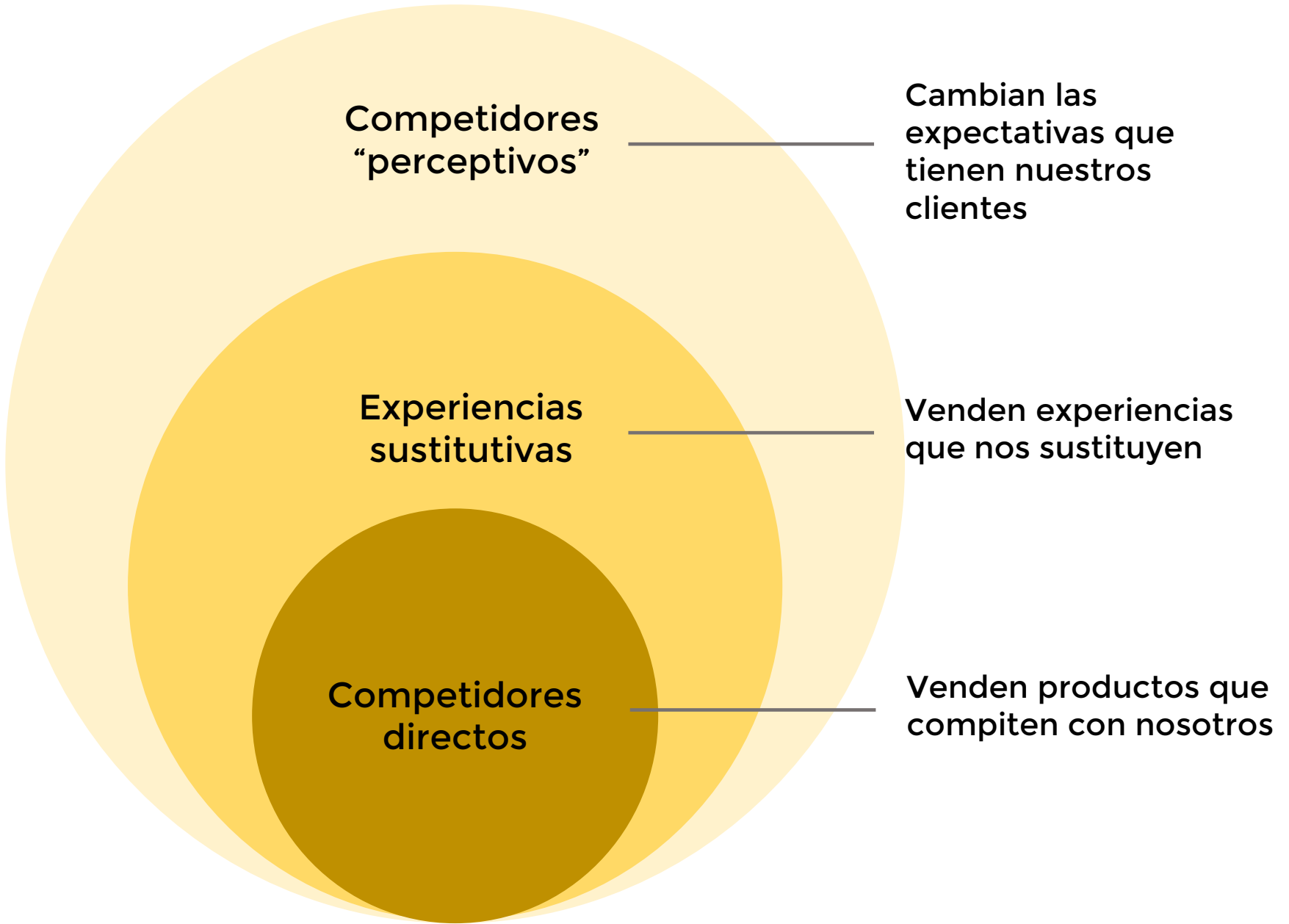
Cambian las
expectativas que
tienen nuestros
clientes

Experiencias
sustitutivas

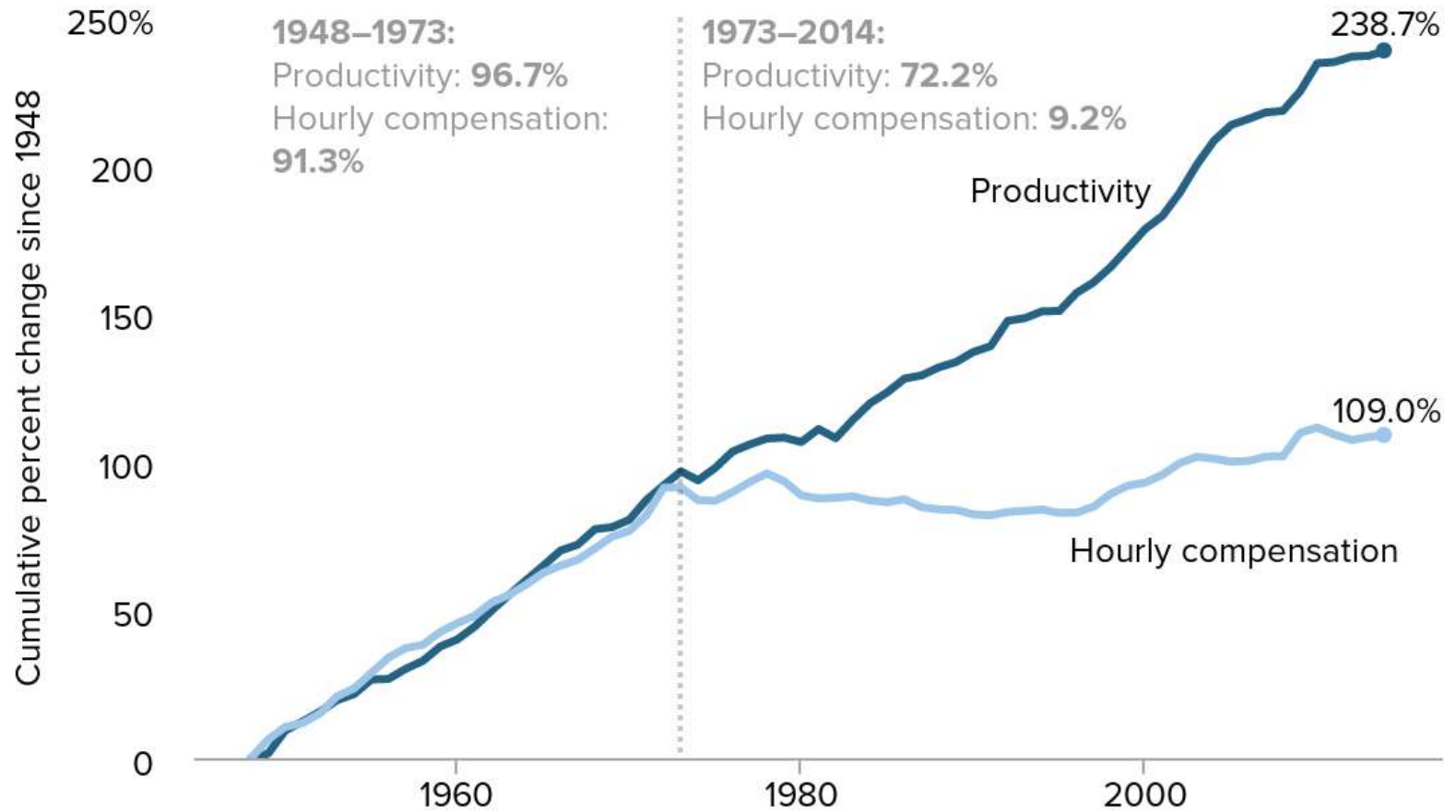
Venden experiencias
que nos sustituyen

Competidores
directos

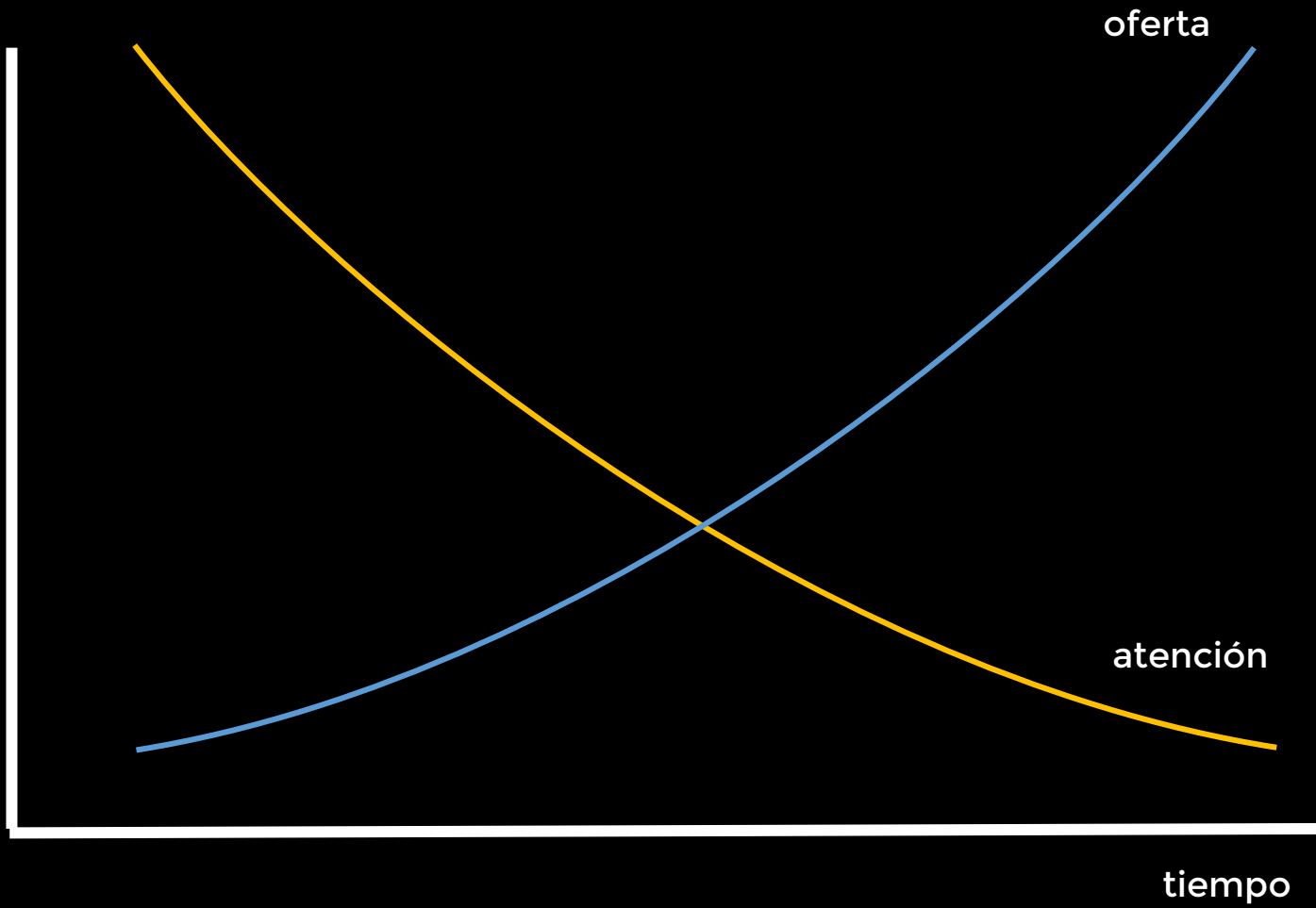
Venden productos que
compiten con nosotros



transformación



transformación



transformación

Existe una **guerra** por
nuestra **atención**
(y nuestros bolsillos)



transformación

facebook

\$



0h

24h

transformación

Diseño marca y las 4P

Yo contacto con el cliente
Pocos canales y controlados



El cliente contacta cuando quiere
Multicanal y no controlo los formatos

Diseño experiencia de usuario

transformación

**La experiencia de usuario
es experiencia de marca,
y es diseñar un negocio.**

transformación

El nuevo cliente

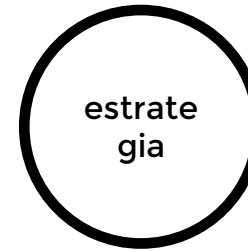
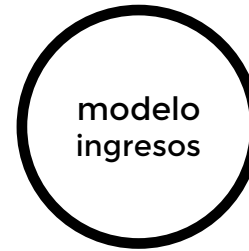
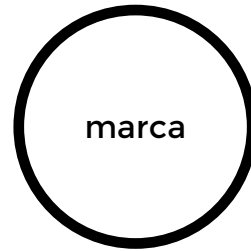
- En cambio constante
- Elige cuándo y cómo consumir
- Está bombardeado por ofertas
- No quiere perder el tiempo
- Espera que todo funcione igual de bien que Google

Los nuevos negocios deben

- Comprender una sociedad cambiante
- Diseñar una presencia multicanal
- Idear propuestas relevantes
- Construir soluciones sencillas
- Ofrecer grandes experiencias

experiencia de usuario

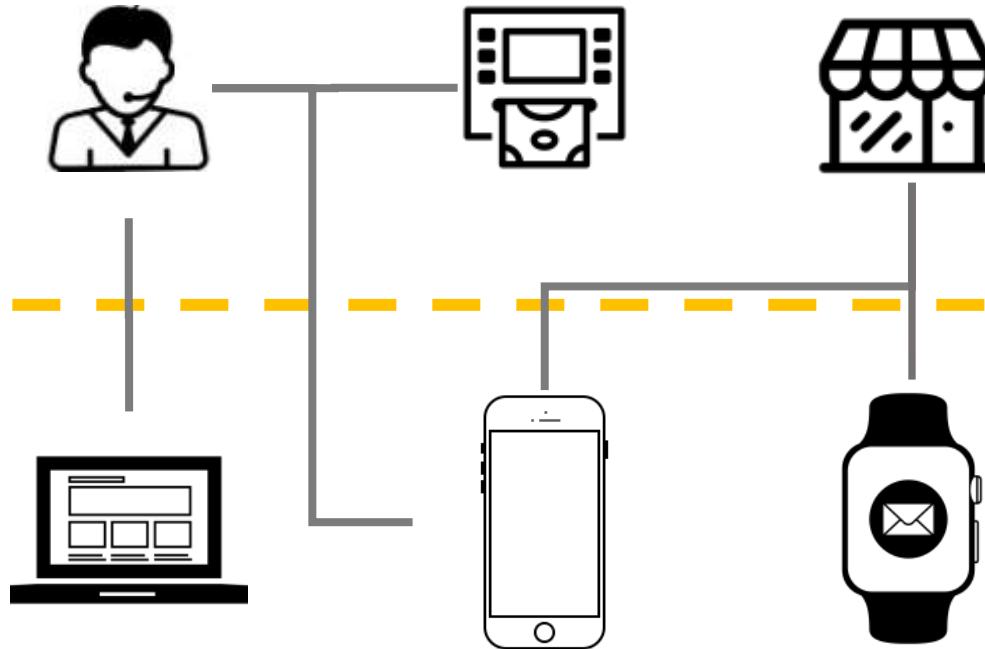
Negocio



Servicio



Producto



experiencia de
usuario

Negocio

- Propósito
- Estrategia y modelo de negocio
- Propuesta de valor

¿Tengo una posición rentable duradera en mi mercado?

¿Ofrezco algo que desean mis clientes?

Servicio

- Customer journey
- Servicio multicanal

¿Se orquestan todos mis canales de una forma ordenada?

¿Estoy en donde el cliente quiere estar?

Producto

- Producto que vendo
- Canales y productos digitales

¿Se entienden mis productos?

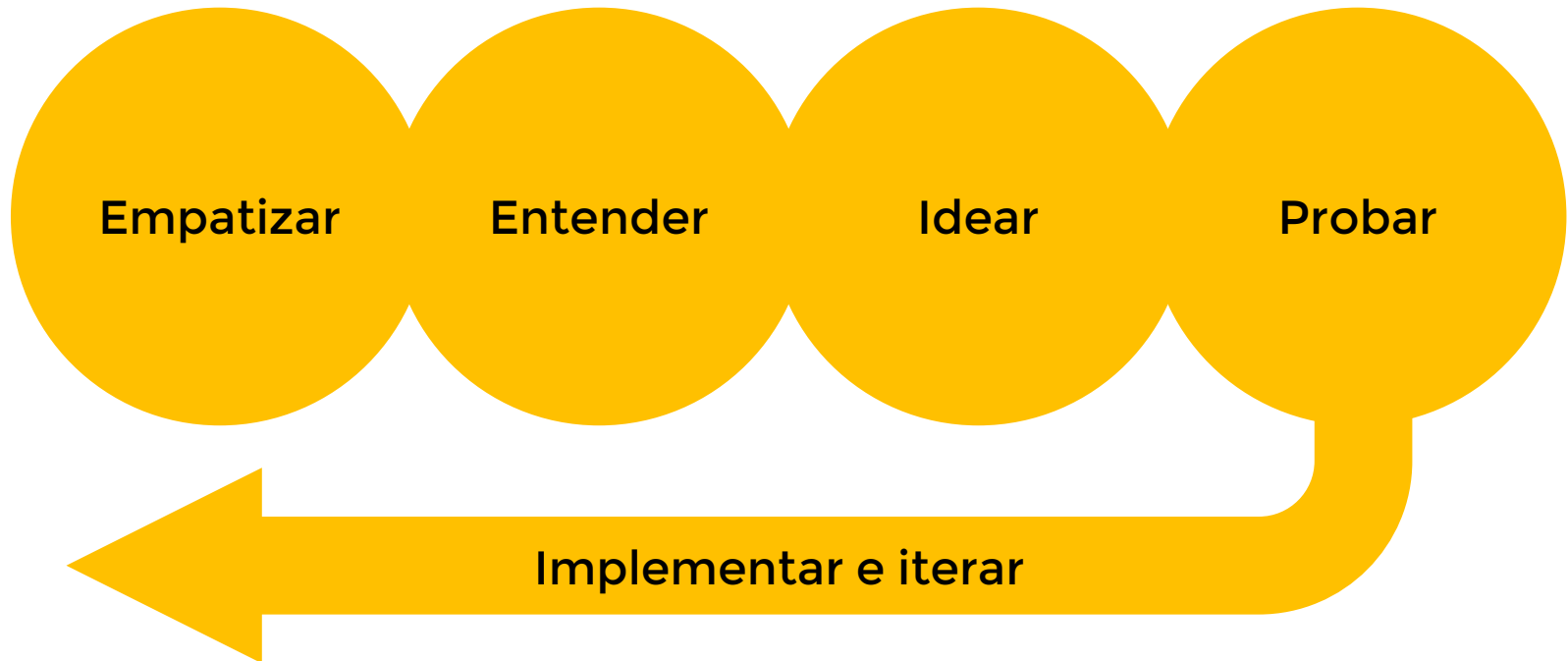
¿Venden y están alineados con mi negocio?

experiencia de
usuario

**El diseño no nos da
respuestas, pero nos ofrece
métodos para hacer las
preguntas adecuadas.**

experiencia de
usuario

Diseño centrado en el usuario



experiencia de
usuario

Diseño centrado en el usuario



experiencia de
usuario

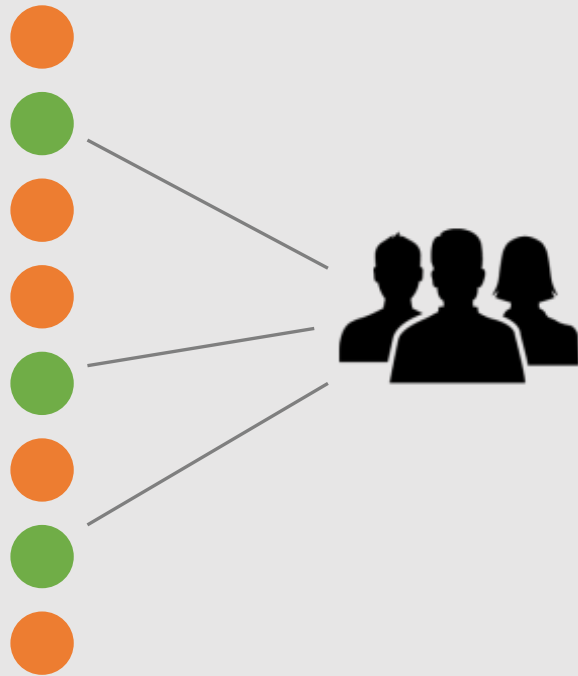
Diseño centrado en el usuario

- Llegar a soluciones o suposiciones que resuelvan problemas de tus clientes
- Prototipar o simular tu solución
- Validar con una muestra de clientes si tu solución/suposición
- Construye rápido y repite

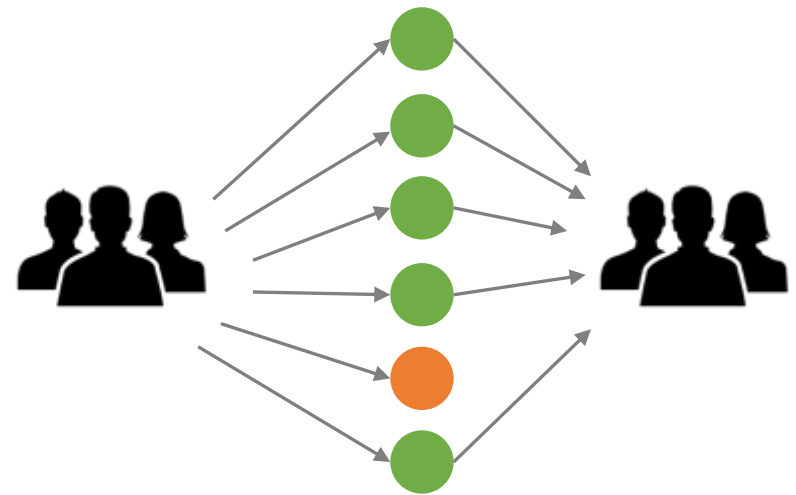


experiencia de
usuario

Innovación tradicional



Diseño centrado en el usuario

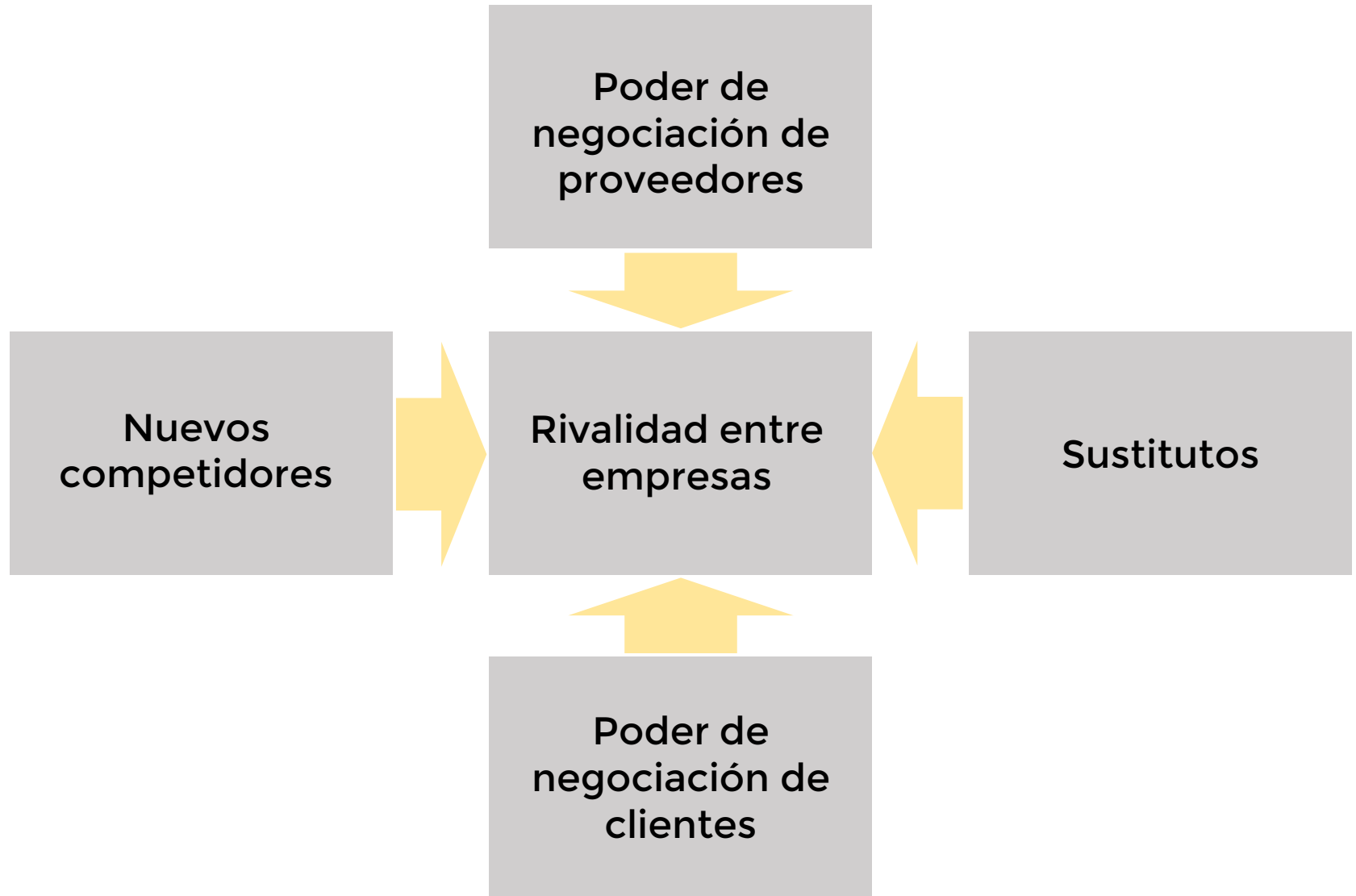


experiencia de
usuario

**“Good design
is good business.”**

- Thomas Watson, CEO IBM

diseñar negocios



diseñar negocios








Plantilla de Modelos de Negocio

Diseñada para:

Diseñado por:

60

Sección:

<h3>Aliados/Partners Clave</h3>  <p>¿Quiénes son los aliados? ¿Qué tipo de relación tienen con el negocio? ¿Qué valor aportan al negocio? ¿Qué tipo de relación tienen con el negocio? ¿Qué tipo de relación tienen con el negocio?</p>	<h3>Actividades Clave</h3>  <p>¿Qué actividades clave requieren realizar el negocio? ¿Qué tipo de actividades clave requieren realizar el negocio? ¿Qué tipo de actividades clave requieren realizar el negocio? ¿Qué tipo de actividades clave requieren realizar el negocio?</p>	<h3>Propuesta de Valor</h3>  <p>¿Qué valor se ofrece al cliente? ¿Qué tipo de valor se ofrece al cliente? ¿Qué tipo de valor se ofrece al cliente? ¿Qué tipo de valor se ofrece al cliente?</p>	<h3>Relación con el cliente</h3>  <p>¿Qué tipo de relación se ofrece al cliente? ¿Qué tipo de relación se ofrece al cliente? ¿Qué tipo de relación se ofrece al cliente? ¿Qué tipo de relación se ofrece al cliente?</p>	<h3>Segmentos de cliente</h3>  <p>¿Qué tipo de segmentos de cliente se ofrecen? ¿Qué tipo de segmentos de cliente se ofrecen? ¿Qué tipo de segmentos de cliente se ofrecen? ¿Qué tipo de segmentos de cliente se ofrecen?</p>
<h3>Estructura de Costos</h3>  <p>¿Cuáles son los costos más importantes del negocio? ¿Cuáles son los costos más importantes del negocio? ¿Cuáles son los costos más importantes del negocio? ¿Cuáles son los costos más importantes del negocio?</p>	<h3>Flujos de ingreso</h3>  <p>¿Qué tipo de flujos de ingreso se ofrecen? ¿Qué tipo de flujos de ingreso se ofrecen? ¿Qué tipo de flujos de ingreso se ofrecen? ¿Qué tipo de flujos de ingreso se ofrecen?</p>			

Jul
26

PLAN DE MARKETING
 Objetivos:
 - Aumentar la cuota de mercado del 15% al 20% en el primer semestre.
 - Mejorar la imagen de la marca a través de campañas de marketing digital.
 - Incrementar la fidelización de clientes mediante programas de recompensa.

CONCEPTO
 El concepto de producto es el conjunto de atributos que definen a un producto y que lo diferencian de los demás. Estos atributos pueden ser tangibles (color, tamaño, forma) o intangibles (marca, calidad, prestigio).
 El concepto de producto debe ser claro, conciso y fácil de recordar. Además, debe ser atractivo y diferenciador.



CONCEPTO SERVICIO
 Descripción del servicio:
 El servicio consiste en proporcionar soluciones personalizadas para el cliente, garantizando la máxima satisfacción y calidad.

EL TESTEO

INFORMACIÓN

CATIGACIÓN

ESTRATEGIA

CONCEPTO

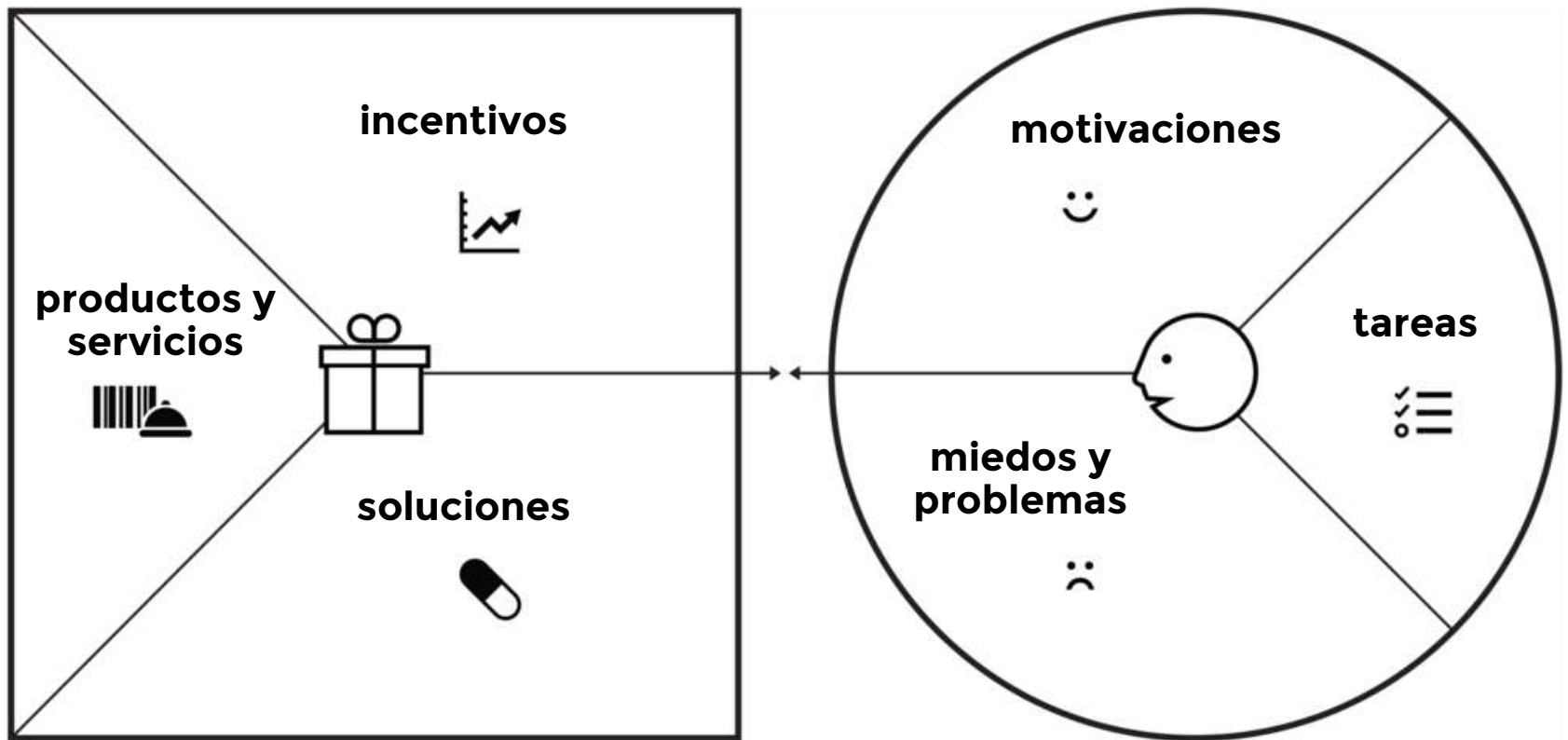
PLAN DE MARKETING

CONCEPTO

PLAN DE MARKETING



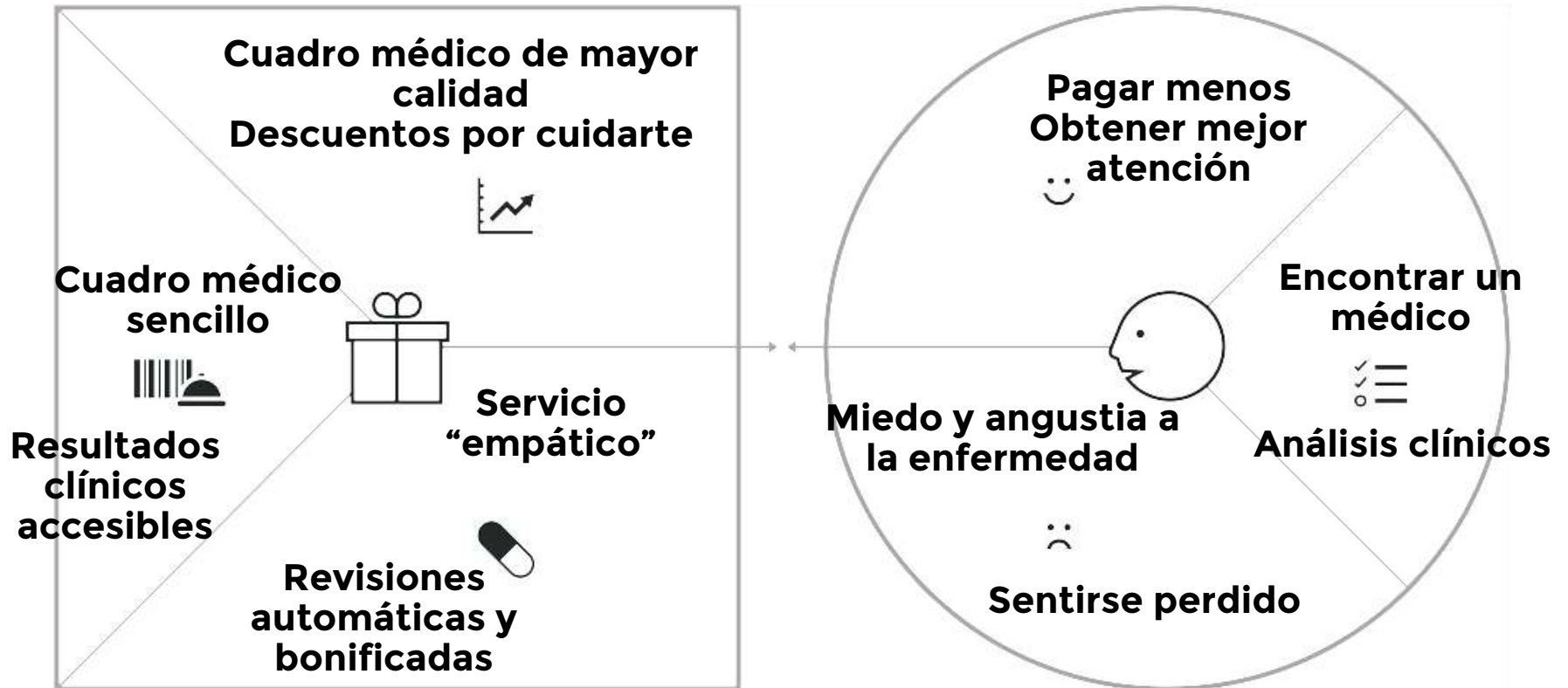
Canvas de Propuesta de Valor



Idear

Empatizar

Un seguro de salud



diseñar negocios



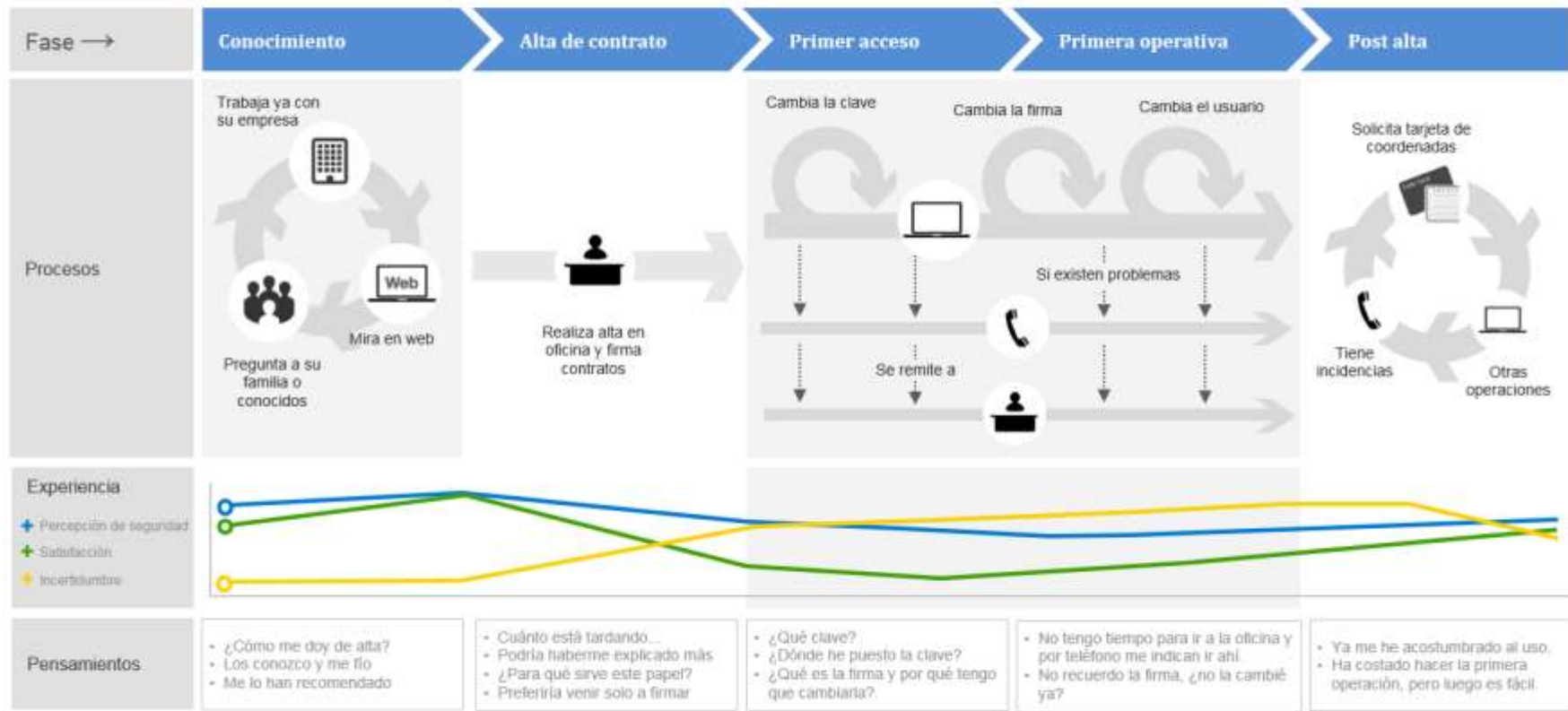
diseñar servicios

Mapa de experiencia alta contrato multicanal

Principios

Muchos clientes conocen el banco por otros clientes o por trabajar en la empresa con Banco Popular.	Los nuevos clientes cada vez prefieren más utilizar el canal web para evitar la visita a la sucursal.	El propio PC es el entorno más familiar y seguro, y la banca telefónica es utilizada para resolución de incidencias.	A la hora de valorar un sistema de claves, se sopesa tanto la comodidad como la seguridad, en menor medida lo último.
---	---	--	---

Customer Journey



Oportunidades

Mayor información del proceso Fase: GLOBAL	Pre-alta de contrato en web y firma en sucursal Fase: ALTA	Nuevo sistema de claves: seguro y cómodo Fase: GLOBAL	Pack de bienvenida con información Fase: ALTA	Ampliación de la multicanalidad Fase: ALTA	Refuerzo de sistemas de seguridad en claves Fase: GLOBAL
--	--	---	---	--	--

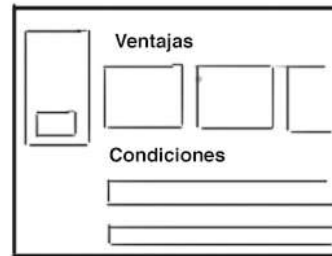
diseñar servicios



diseñar servicios



El cliente mira la info en la web



En la web están de forma clara las ventajas y condiciones. Puede llamar, pedir cita o iniciar pre-alta.



El cliente rellena sus datos personales y solicita una cita en una oficina



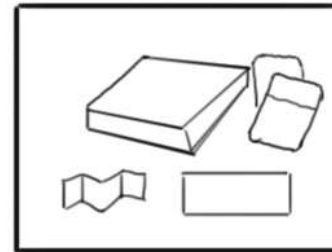
Tras esto, puede descargarse el tipo de contrato para leerlo preciamente.



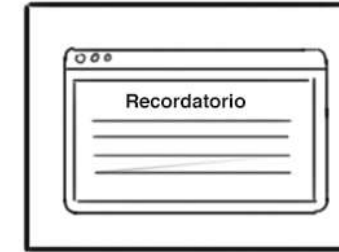
El día de la cita, se le envía SMS como recordatorio



En oficina, agente y cliente repasan contrato, datos y condiciones y se realiza la firma



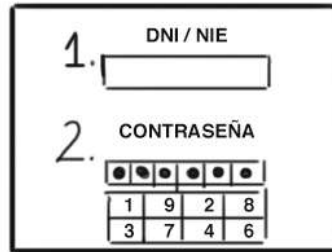
El agente entrega el pack de bienvenida con el contrato, ventajas y forma de operar



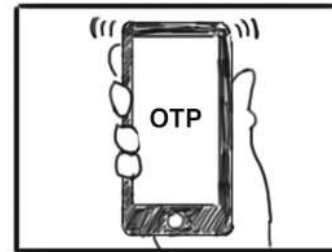
Al realizar un ingreso se envía un email recordatorio de operativa



Al entrar por primera vez se introduce DNI, fecha de nacimiento, se envía SMS con OTP y se define clave de 6 dígitos



Al realizar login, se introduce DNI además de posiciones alternas y aleatorias de la clave mediante teclado virtual

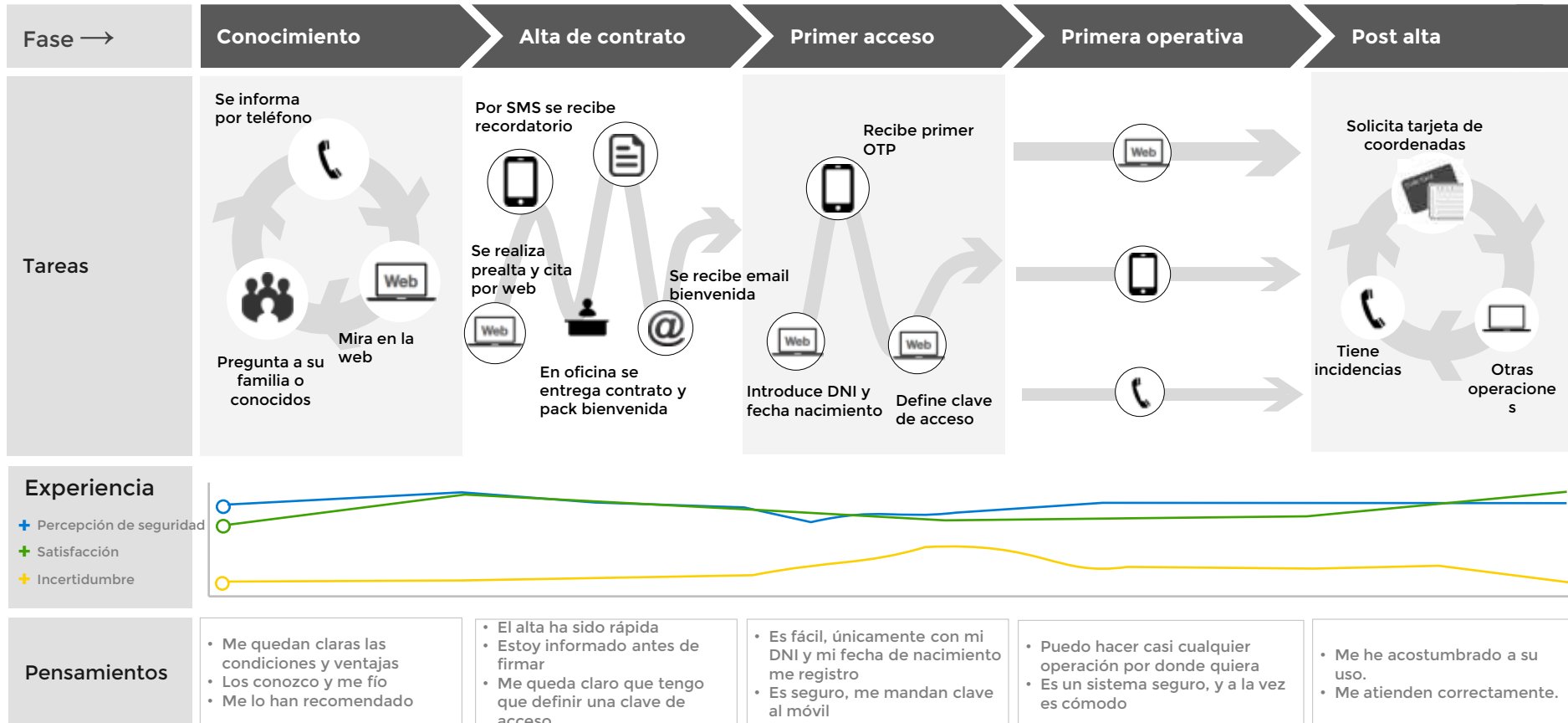


Al realizar una operativa, se envía un OTP por SMS al móvil

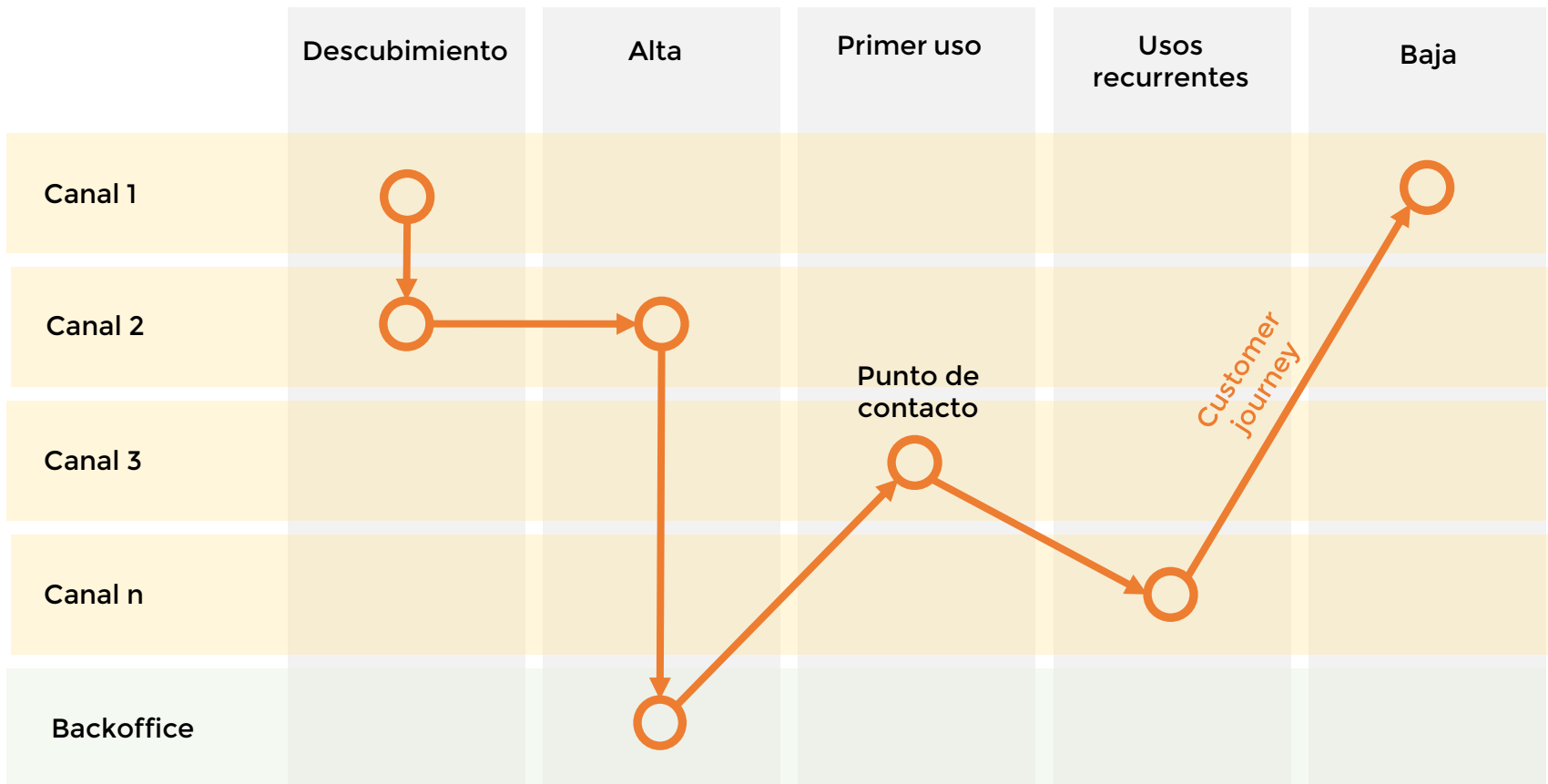


Cualquier duda o incidencia es gestionado por cualquier canal, y se envía por email un código de incidencia

diseñar servicios



Matriz de servicio



diseñar servicios

Matriz de servicio

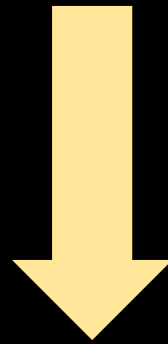
		Información	Alta contrato multicanal		Primer login	Cambio de firma	Solicitud de tarjeta de coordenadas			Cambio de usuario	Recordatorio de contraseña	Primera operación	Consulta de dudas
Canales	Fase	Solicitud de información	Solicitud de contrato y alta de datos	Recepción y explicación contrato	Primer acceso a la banca multicanal	Acceso al entorno y cambio de firma	Solicitud de tarjeta de coordenadas	Recepción de tarjeta de coordenadas	Activación de tarjeta de coordenadas	Cambio de usuario	Recordar contraseña	Realización de la primera operativa	Consulta y respuesta de dudas
	Oficina	Pregunta / respuesta oral del gestor	Pregunta oral al gestor y entrega document.	Recepción y firma del contrato multicanal			Solicitud oral al gestor	Recepción de tarjeta de coordenadas			Creación de nuevas claves aleatorias	Operativa en oficina	Diálogo con gestor
	Web	Enlace de alta en la home y subhome de Web	Formulario en la subhome de login para particulares		Primer login y cambio de contraseña	Formulario de cambio de firma	Solicitud de tarjeta de coordenadas banca online		Formulario activación de tarjeta de coordenadas	Cambio de usuario banca online	Formulario de recordatorio de claves	Transferencia online	Página de explicación
	Teléfono	Pregunta / respuesta del agente		Respuesta del agente	Acceso a banca telefónica	Cambio de firma telefónica	Solicitud de tarjeta de coordenadas telefónico				Recordatorio de contraseñas telefónico	Operación en banca telefónica	Diálogo con agente
	APP Smartphone											Menú de transferencias	
	e-mail												Comunicación por correo
	Medios escritos o correo						Carta con tarjeta de coordenadas						

Leyenda:

Menos correcto			Más correcto
----------------	--	--	--------------

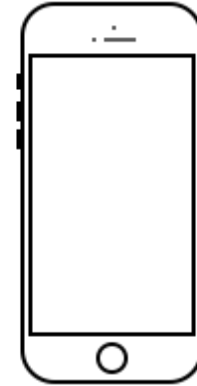
diseñar servicios

Mentalidad departamentos



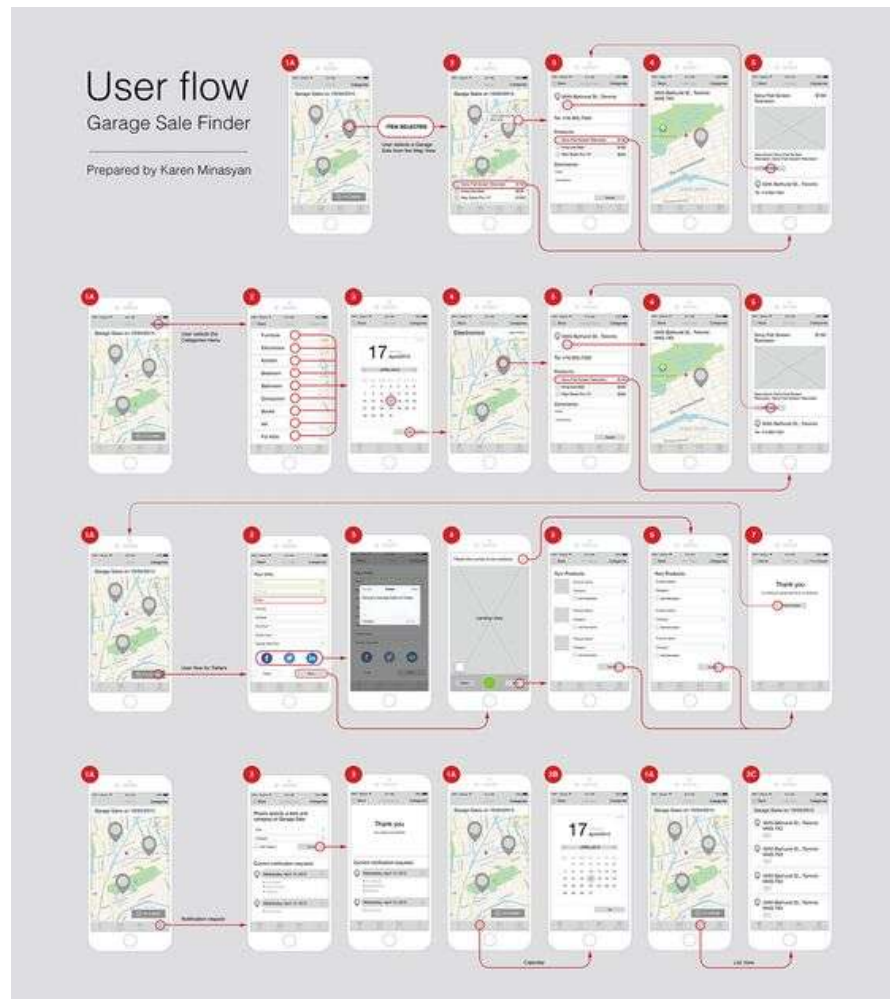
Mentalidad cliente

diseñar productos



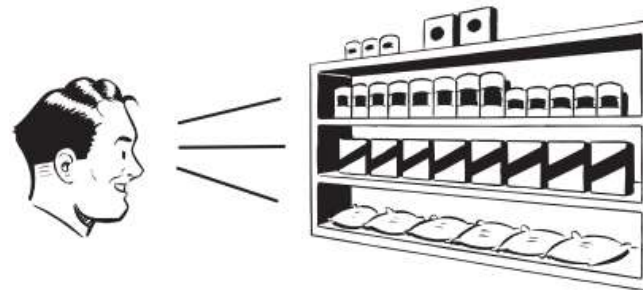
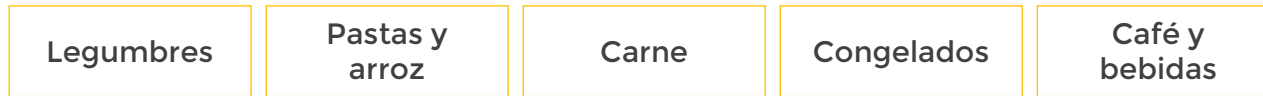
diseñar productos

Parte del servicio



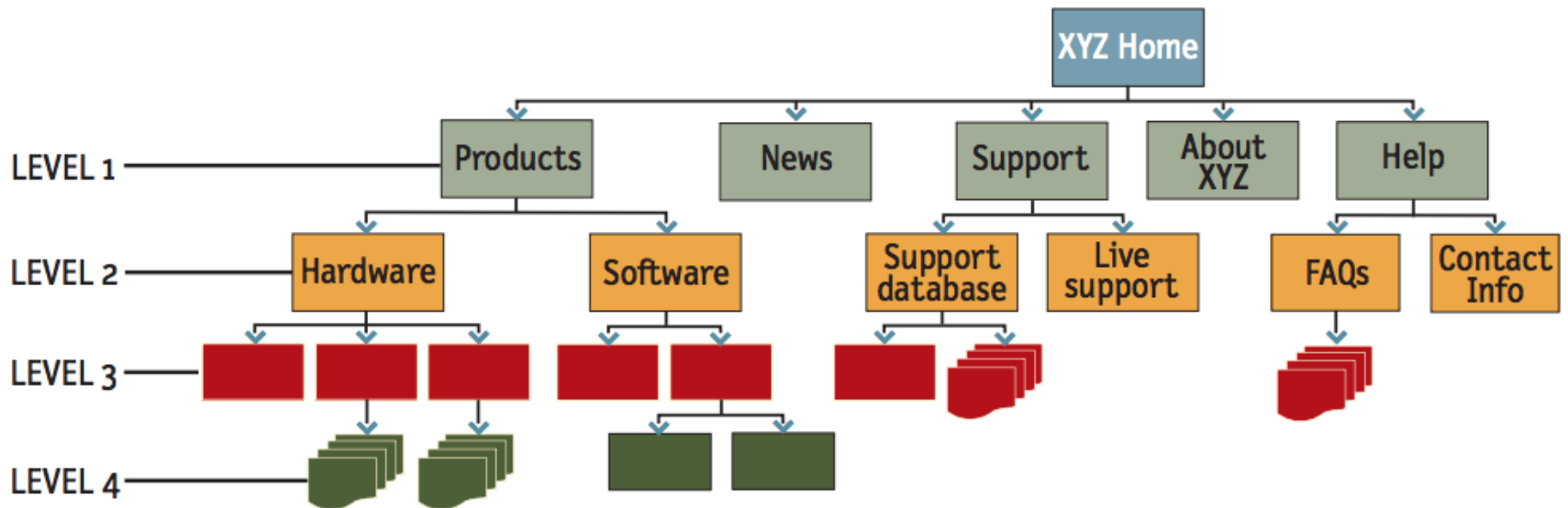
diseñar productos

Arquitectura de la información



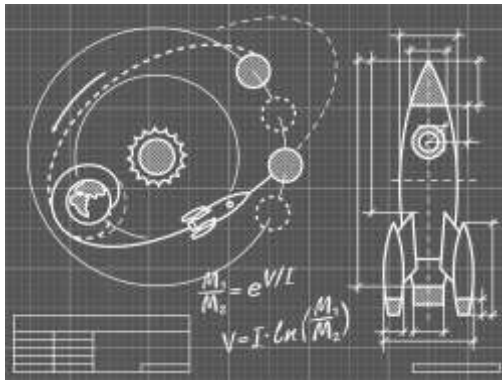
diseñar productos

Arquitectura de la información



diseñar productos

Errores comunes



Lenguaje técnico de
negocio



Intentar vender o hacer
publicidad a través del menú



Mi feudo, mi menú

diseñar productos

Errores comunes



diseñar productos

Parte del negocio

- ✓ ¿Qué objetivos de negocio cumple?
- ✓ ¿Se alinea con mi Propuesta de Valor?
- ✓ ¿El cliente percibe esto?

diseñar productos

Elementos de una interfaz

Orden

Color

Tipografía

Contenido

La ley de Hick nos dice que el tiempo en el que una persona tarda en tomar una decisión es proporcional a la cantidad y complejidad de alternativas que existen.

diseñar productos
orden

A long, empty search input field with a thin blue border. On the right side of the field, there is a small, grey microphone icon, indicating voice search functionality.

Buscar con Google

Voy a tener suerte

Google.es también en: [català](#) [galego](#) [euskara](#)

Color Palette

Primary Colors

These colors are used to define the visual identity of the application. They are used to highlight important information and to create a consistent look and feel.



Secondary Colors



Other Colors



Typography

Font Size



Line Height

40px

If you light a lamp for somebody, it will also brighten your own path.

32px

If you light a lamp for somebody, it will also brighten your own path.

18px

If you light a lamp for somebody, it will also brighten your own path.

14px

If you light a lamp for somebody, it will also brighten your own path.

12px

If you light a lamp for somebody, it will also brighten your own path.

10px

If you light a lamp for somebody, it will also brighten your own path.

Headers

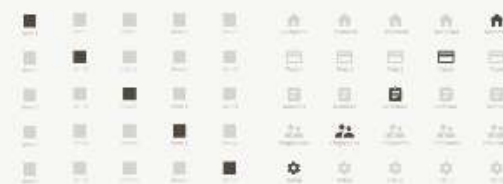


Buttons

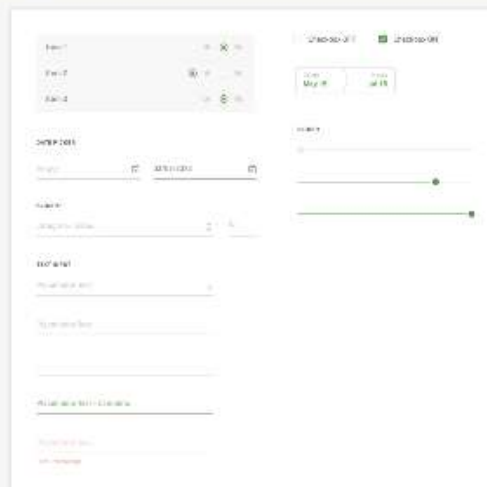


Navigation

Horizontal Navigation



Forms



Tables



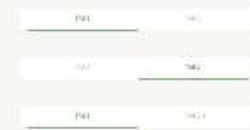
Notifications



Popover Alerts



Tabs



Lists

Vertical Lists



Horizontal Lists



Grouped Lists



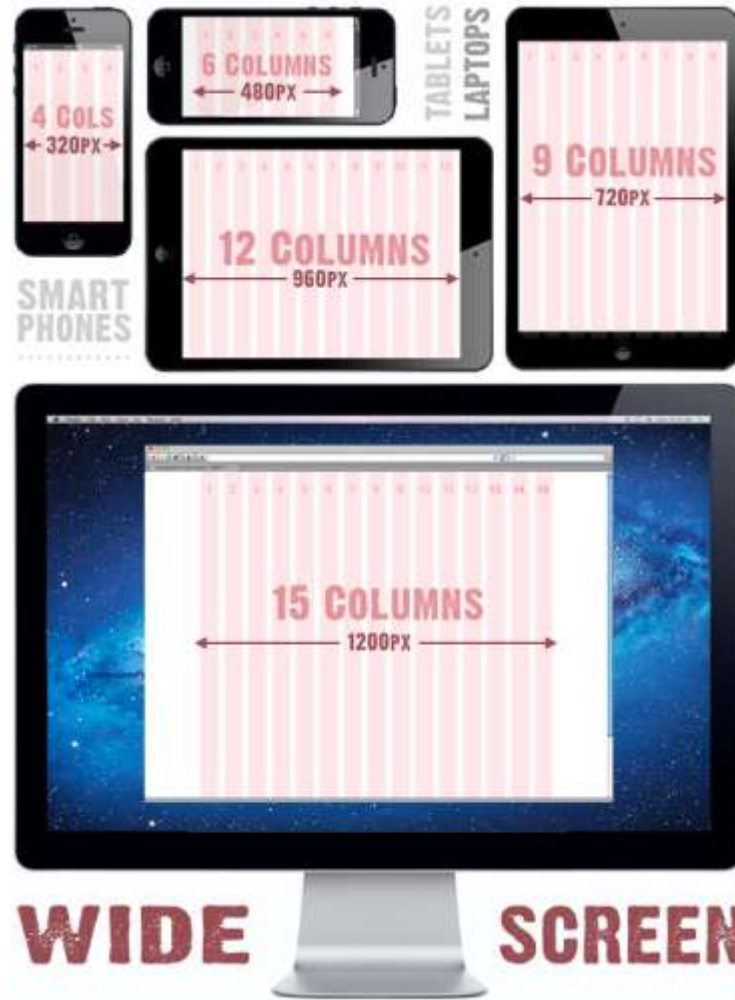
Vertical Lists with Avatars



diseñar productos
orden



diseñar productos orden



diseñar productos orden

TOW AWAY ZONE
IF TOWED CALL 1-888-591-3636 

NO STOPPING
3:30 PM - 6:30 PM
MON - FRI
↔

NO PARKING
TRUCK LOADING ONLY
1 HOUR LIMIT
6 AM - 10 AM
MON - FRI
↔

PASSENGER VEHICLE LOADING ONLY  20 MINUTE LIMIT 10 AM - 3:30 PM MON - FRI 8 AM - 6:30 PM SAT & SUN ←	RESERVED PARKING AT ALL TIMES FOR  ONLY KIOSK MUST BE PAID TWO HOUR 10 AM - 3:30 PM 6:30 PM - 10 PM MON - FRI 8 AM - 10 PM SAT & SUN →
---	--

PAY AT KIOSK
DISPLAY RECEIPT ON CURBSIDE DASH

CONTRACTOR PARKING PLACARDS NOT VALID FOR THIS ZONE

TOW ZONE  1-888-591-3636

NO STOPPING
← Mon-Fri 3:30 pm-6:30 pm

2 hr Parking
← Mon-Fri Sat-Sun
10 am-3:30 pm 8 am-10 pm
6:30 pm-10 pm

Always
2 hr Only must pay at kiosk
Mon-Fri Sat-Sun
10 am-3:30 pm 8 am-10 pm
6:30 pm-10 pm
\$301 fine if violated

Pay at Kiosk
Display receipt on curbside dash
Contractor placards not valid

Leyes de la Gestalt

Proximidad



Conócenos

[Información corporativa](#)
[Trabajar en Amazon](#)
[Departamento de prensa](#)
[Amazon y nuestro planeta](#)
[Amazon en la Comunidad](#)
[App Amazon](#)

Gana dinero con nosotros

[Vender en Amazon](#)
[Programa de afiliados](#)
[Logística de Amazon](#)
[Promociona tus productos](#)
[Publica de forma independiente](#)
[Conviértete en nuestro proveedor](#)

Métodos de pago Amazon

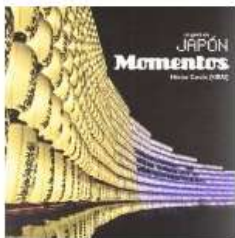
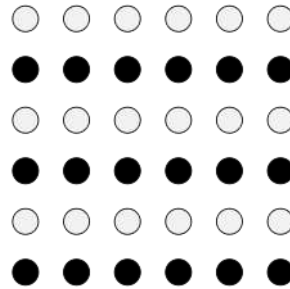
[Métodos de pago](#)
[Convertor de divisas de Amazon](#)
[Cheques Regalo](#)

¿Necesitas ayuda?

[Localizar o gestionar compras](#)
[Tarifas y políticas de envío](#)
[Amazon Premium](#)
[Devoluciones](#)
[Gestionar contenido y dispositivos](#)
[Ayuda](#)
[IVA sobre los bienes](#)

Leyes de la Gestalt

Similaridad



Un Geek en Japón - Momentos
Hector García
Tapa blanda
★★★★☆ (3)
~~EUR 19,50~~ EUR 18,53
[Mejorar esta recomendación](#)



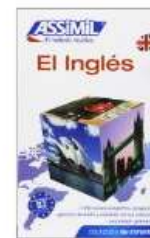
Nueva York / Plano-guía: Edición...
Autores Gallimard, EQUIPO EDITORIAL...
Tapa blanda
★★★★★ (4)
~~EUR 19,95~~ EUR 10,40
[Mejorar esta recomendación](#)



Más de 999 recetas sin bobadas: La...
David De Jorge
Tapa blanda
★★★★☆ (18)
~~EUR 18,90~~ EUR 17,95
[Mejorar esta recomendación](#)



Momentos estelares de la humanidad...
Stefan Zweig, Berta Vias Mahou
Tapa blanda
★★★★☆ (7)
~~EUR 19,00~~ EUR 18,05
[Mejorar esta recomendación](#)



Inglés Libro (Senza sforzo)
Assimil
Tapa blanda
★★★★☆ (3)
EUR 25,00 EUR 23,75
[Mejorar esta recomendación](#)



¡Cómo molo! (Biblioteca furtiva)
Elvira Lindo
Tapa blanda
★★★★★ (1)
EUR 8,95 EUR 8,51
[Mejorar esta recomendación](#)

Leyes de la Gestalt

Cierre



Fecha de entrega garantizada: 20 oct 2014 Si realizas tu pedido en 47 horas y 6 minutos ([Ver condiciones](#))



Komputerbay
KB_8GB_2X4GB_DDR3_SO1066_2 -
Módulos de memoria 8GB (2x 4GB) SODIMM
DDR3 (204 Pines) 1066Mhz PC3 8500 para
Apple 8 GB

EUR 76,00 

Cantidad: 1 [Cambiar](#)

Vendido por: KomputerbaySPAIN

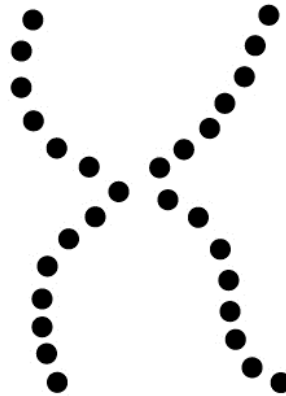
[Añadir opciones de regalo](#)

Elige una velocidad de envío:

- GRATIS 3 a 5 días laborables
- GRATIS envío 2 a 3 días -- **recíbelo el lunes, 20 de oct**
- EUR 2,99/producto envío 1 día -- **recíbelo el viernes, 17 de oct**
- EUR 6,99/producto entrega hoy -- **recíbelo mañana , 16 de oct**

Leyes de la Gestalt

Continuidad



El orden en una interfaz

- Ley de Hick: es mejor simplificar y reducir el número de tareas por pantalla
- Tardamos en aprender nuevas interfaces: si reducimos el número de plantillas, nuestra interfaz será más sencilla
- Reducir diseño a la mínima expresión: guía de estilos
- Consideramos más bellas las disposiciones geométricas
- La geometría es orden
- Nos ayudamos de las leyes de la Gestalt
- Utilizar grids

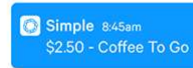
diseñar productos
color

“Tener pequeños toques de color hace el producto más colorido que llenarlo completamente de color.”

-Dieter Rams, BRAUN

Know the moment purchases happen.

Instant push notifications let you know:
nudge You just spent this, right?



This little gold chip protects you with every purchase.

It creates a single-use code for every transaction, which makes life really difficult for fraudsters. (And much more pleasant for everyone else.)



Save Easily. Bank Beautifully.

Open your free account in just a couple minutes.

diseñar productos color

Google Fonts

DIRECTORY

FEATURED

ABOUT



Search

Viewing 809 of 809 font families

Roboto
Christian Robertson (12 styles)



All their equipment and
instruments are alive.

Aref Ruqaa
Multiple Designers (2 styles)



A red flair silhouetted the
jagged edge of a wing.

Open Sans
Steve Matteson (10 styles)



I watched the storm, so
beautiful yet terrific.

Slabo 27px
John Hudson (1 style)



Almost before we knew it,
we had left the ground.

Categories

- Serif
- Sans Serif
- Display
- Handwriting
- Monospace

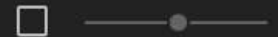
Sorting

Trending ▼

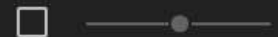
Languages

All Languages ▼

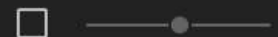
Number of styles



Thickness



Slant



legible

legible

legible

legible

legible

legible

legible

legible

ilegible

ilegible

ilegible

ilegible

ilegible

ilegible

ilegible

ilegible

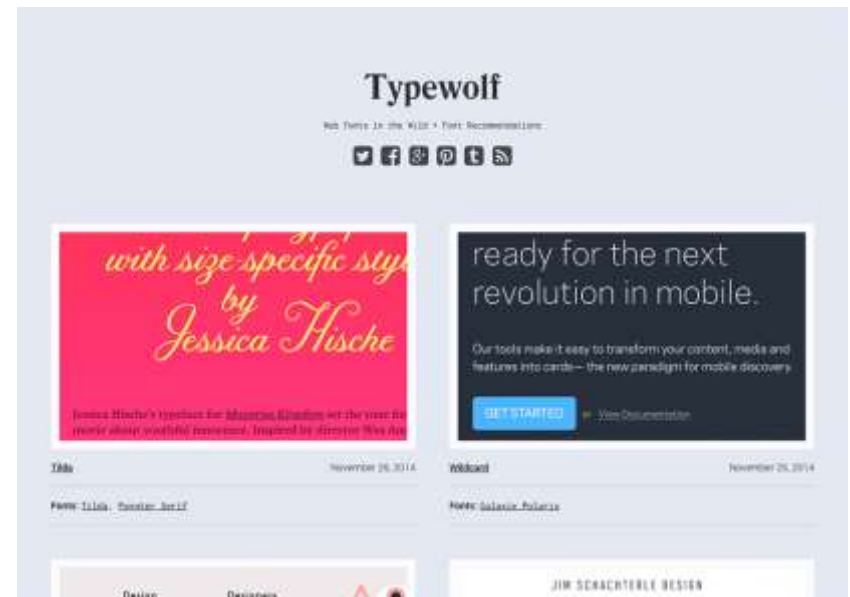
diseñar productos

tipografía

Llamadme Ismael. Hace unos años -no importa cuánto hace exactamente-, teniendo poco o ningún dinero en el bolsillo, y nada en particular que me interesara en tierra, pensé que me iría a navegar un poco por ahí, para ver la parte acuática del mundo. Es un modo que tengo de echar fuera la melancolía y arreglar la circulación. Cada vez que me sorprendo poniendo una boca triste; cada vez que en mi alma hay un nuevo noviembre húmedo y lloviznoso; cada vez que me encuentro parándome sin querer ante las tiendas de ataúdes; y, especialmente, cada vez que la hipocondria me domina de tal modo que hace falta un recio principio moral para impedirme salir a la calle con toda deliberación a derribar metódicamente el sombrero a los transeúntes, entonces, entiendo que es más que hora de hacerme a la mar tan pronto como pueda.

LLAMADME ISMAEL. HACE UNOS AÑOS -NO IMPORTA CUÁNTO HACE EXACTAMENTE-, TENIENDO POCO O NINGÚN DINERO EN EL BOLSILLO, Y NADA EN PARTICULAR QUE ME INTERESARA EN TIERRA, PENSÉ QUE ME IRÍA A NAVEGAR UN POCO POR AHÍ, PARA VER LA PARTE ACUÁTICA DEL MUNDO. ES UN MODO QUE TENGO DE ECHAR FUERA LA MELANCOLÍA Y ARREGLAR LA CIRCULACIÓN. CADA VEZ QUE ME SORPRENDO PONIENDO UNA BOCA TRISTE; CADA VEZ QUE EN MI ALMA HAY UN NUEVO NOVIEMBRE HÚMEDO Y LLOVIZNOSO; CADA VEZ QUE ME ENCUENTRO PARÁNDOME SIN QUERER ANTE LAS TIENDAS DE ATAÚDES; Y, ESPECIALMENTE, CADA VEZ QUE LA HIPOCONDRIA ME DOMINA DE TAL MODO QUE HACE

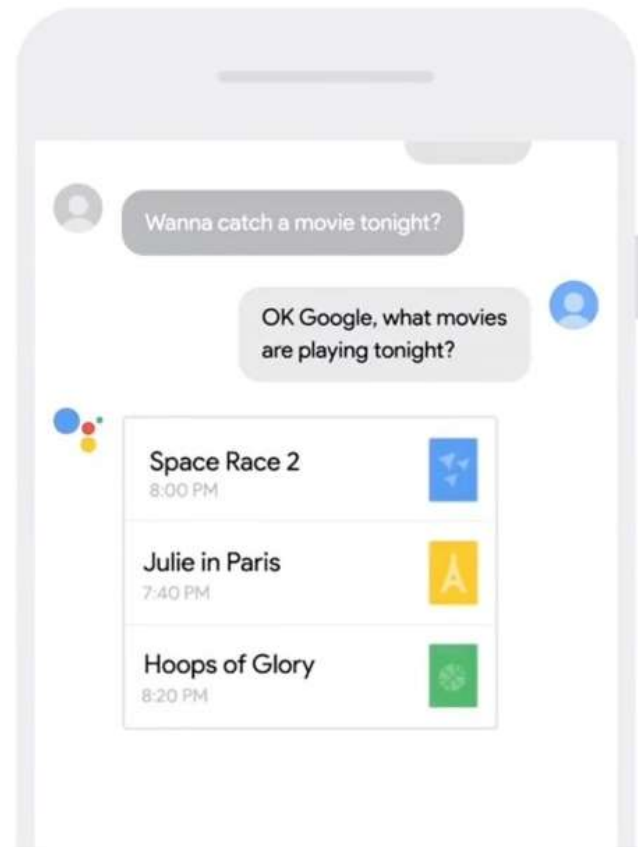
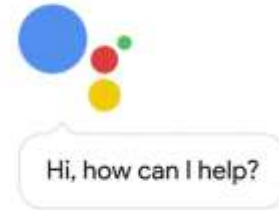
diseñar productos tipografía



Contenido

- Redactar guías de estilo en consonancia con atributos de marca y segmento al que se quiere llegar
- “Content is King”. Los usuarios llegan y se quedan por el contenido.
- Nunca diseñar con Lorem Ipsum
- Seguir especificaciones de SEO
- Utilizar únicamente fotografías e ilustraciones relevantes. En web, muchas veces una palabra vale más que mil imágenes

diseñar productos



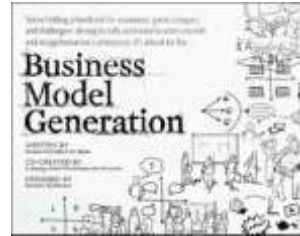
diseñar productos

Prototipar es mejor que lamentar



bibliografía

Negocio



Business Model Generation
Alexander Osterwalder



Experience Design
Patrick Newbery
Kevin Farnham

Servicio



Service Design, From insight to Implementation
Andy Polaine, Ben Reason, Lavras Lovlie



Experience Design
Patrick Newbery
Kevin Farnham

Producto



No Me Hagas Pensar
Steve Krug



La Psicología de los Objetos Cotidianos
Donald Norman

Guillermo Hernández
ghernandez@kingeclient.com

Diseñador de Interacción y Product
Manager

KingeClient

Gracias