

Innovar en UX, la clave para mejorar los resultados de las empresas

La experiencia de usuario es imprescindible para ofrecer productos de calidad que sorprendan a los usuarios y generen un impacto, teniendo siempre que apostar por nuevas plataformas y formatos y, con una constante mejora de los aspectos relacionados con la sostenibilidad y el diseño. Según los expertos de The Valley, enfocarse profesionalmente en el diseño y la experiencia de usuario requiere un aprendizaje continuo que permita adquirir las herramientas adecuadas para aportar soluciones innovadoras

La experiencia de usuario marca la diferencia entre los consumidores y puede llegar a significar que un cliente repita o no la compra en una web. Innovar en UX es imprescindible para ofrecer productos de calidad que sorprendan a los usuarios y generen un impacto. Desarrollar nuevas ideas, crear productos diferentes y apostar por diseños innovadores será fundamental para garantizar una experiencia de usuario exitosa que mejorarán los resultados de las empresas.

Hoy en día, es importante apostar por nuevos productos, plataformas y formatos, basados en, por ejemplo, la realidad virtual o el metaverso. Se trata de ofrecer experiencias agradables, responsables e innovadoras, donde la formación siempre será el punto de partida para desarrollar proyectos que mejoren los procesos de compra y conseguir una buena experiencia de usuario que, al final, se traduzca en resultados positivos para las empresas.

En los últimos años, el sector UX no ha dejado de evolucionar y ha conseguido equiparar la experiencia de compra física a la digital a través de herramientas como la inteligencia artificial o la realidad virtual. Esta evolución ha sido posible gracias a la proliferación de plataformas de pago seguras y a la profesionalización de esta área con perfiles, que además de tener conocimientos de diseño, se han formado en aspectos como usabilidad o conversión y que han permitido a las empresas mejorar su posicionamiento, retener el tráfico de su web y aumentar la satisfacción de sus clientes.

En este sentido, la demanda de nuevos profesionales que conozcan las últimas tendencias en cuanto a innovación y estén formados específicamente en experiencia de usuario sigue creciendo, pero sin una buena formación actualizada será imposible conseguir perfiles que conozcan lo más novedoso, fundamental, por otra parte, a la hora de conseguir éxito con estrategia UX. Es por eso, que The Valley en su Máster en UX/UI & Product Design apuesta una formación actualizada constantemente teniendo en cuenta las últimas tendencias del sector para ofrecer herramientas útiles para el mercado laboral a sus futuros profesionales.

Una estrategia de UX bien analizada y estudiada permite a las empresas conocer mejor a sus clientes. Ante esta situación, The Valley ha definido cuales son los principales puntos para tener en cuenta a la hora de conseguir que la experiencia de usuario mejore las ventas y esto suponga buenos resultados

para las compañías.

Definir un diseño atractivo y eficaz que marque la diferencia. En un mundo donde una imagen vale más que mil palabras es indispensable contar con un diseño atractivo que potencie el producto y resalte las cualidades de este. Además, es importante tener conocimientos en usabilidad que faciliten el recorrido del cliente por la web y así mejoren la eficacia de los procesos de venta. Por otro lado, es necesario adaptarse a los nuevos dispositivos que surgen cada año. Por ejemplo, dispositivos wearables o las Smart TV. Estos cada vez son más utilizados, por lo que es clave adaptar las aplicaciones a todos y cada uno de ellos con tal de ofrecer la mejor experiencia desde cualquier dispositivo.

Aplicar el uso de la inteligencia artificial y la realidad virtual. La aplicación de la inteligencia artificial ha supuesto un avance importante en la experiencia de venta. Los usuarios pueden acceder a experiencias personalizadas y obtener sugerencias de productos o servicios según sus gustos o sus últimas compras, de esta manera se agiliza la venta y mejora los resultados para las empresas, ya esta tecnología permite obtener ventas mayores. Por otro lado, la llegada de mundos virtuales como el metaverso supone un reto para todos los profesionales relacionados con la experiencia de cliente ya que se abre una nueva ventana para contactar con los usuarios. Estas nuevas tecnologías significan nuevas maneras de conectar y conocer a los clientes, lo que aporta una gran ventaja competitiva para las empresas.

Concienciar sobre las ventajas que conlleva prototipar. Un prototipo de una aplicación o una web permite simular el diseño y como se organizan los elementos claves de este. De esta manera es fácil comprobar si el proceso de venta es ágil y cómodo para el usuario a la vez que eficiente y beneficioso para la empresa. Estos diseños permiten hacer pruebas de usabilidad, diagnosticar posibles problemas y descubrir mejoras con la finalidad de obtener una experiencia de usuario óptima en el menor tiempo posible y con una inversión controlada.

Transmitir el valor de la innovación a través del producto. Una experiencia de usuario satisfactoria se culmina si el cliente acaba de hacer la compra con la sensación de haber comprado un producto que se alinea con sus valores. Crear productos y procesos innovadores es un must en todas las áreas y la experiencia de usuario no puede ser menos. Hoy en día, innovar redefine productos de manera que es posible sorprender e impresionar al cliente, algo que siempre supondrá una ventaja competitiva para la empresa. Buscar la manera de adaptarse a estas necesidades que, además, demandan los usuarios debido a la rapidez con la que se buscan nuevos productos que impacten debe ser clave en el desarrollo de la experiencia de cliente.

Conocer la importancia de la omnicanalidad. La omnicanalidad es imprescindible en la experiencia de usuario ya que consigue que esta se presente de manera homogénea para el usuario y refuerza la imagen de marca. Además, permite generar una experiencia fluida entre los diferentes canales y

dispositivos utilizados por el usuario, lo que supone una mayor conexión entre las empresas y sus clientes y propicia una mayor fidelización. Por todo ello, tener en cuenta la importancia de la omnicanalidad y adaptar los contenidos a cada uno de estos canales se vuelve indispensable para una experiencia de usuario óptima.

Acerca de The Valley

THE VALLEY es un ecosistema de conocimiento digital, colaborativo y abierto, que ofrece soluciones basadas en tecnología para la formación, la selección de talento y la digitalización. El ecosistema está compuesto por la escuela de negocios The Valley Digital Business School; el headhunter especializado en perfiles digitales, The Valley Talent; un espacio colaborativo para startups digitales; los espacios de innovación The Place y The Place Immersive; una consultora de acompañamiento para empresas y profesionales que quieran dar un nuevo rumbo a sus negocios en busca de la disrupción; y la gestora The Valley Venture Capital, cuyo objetivo es impulsar el crecimiento y el desarrollo de compañías en fase semilla que ofrezcan servicios de software B2B. Con hubs en Madrid, Barcelona y Chile, busca el fomentar las sinergias, generar comunidad y networking entre profesores, alumnos y emprendedores con el fin de impulsar proyectos innovadores de éxito. www.thevalley.es

Datos de contacto:

Arantxa Hernández
638721293

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Programación E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>