

Liferay destaca 10 recomendaciones para mejorar la experiencia de usuario

La firma, primer suministrador mundial de portales web corporativos de código abierto, subraya la necesidad de investigar y analizar posibles escenarios de uso y las interacciones del usuario en el ciclo de vida de cualquier producto o servicio

Madrid, 04 de julio de 2013 – Cuando una organización diseña un producto o servicio, cuyo éxito depende del grado de aceptación de sus usuarios, debe ser consciente de que dicha aceptación se va a basar principalmente en emociones, en aspectos perceptivos y fundamentalmente afectivos, que el usuario experimentará al hacer uso de ellos. La “Experiencia de Usuario” (UX) estudia estos aspectos, involucrando a los usuarios en todas las etapas del proceso de creación y evolución del producto. El objetivo que se persigue no es sólo crear emociones. Se trata más bien de generar una conversación con el usuario, conducirlo, aconsejarle, e influirle positivamente en su decisión de compra, para que elija finalmente nuestro producto o se decida a utilizar nuestros servicios.

“UX analiza los comportamientos más esenciales asociados a un usuario (interacciones y sensaciones obtenidas), estudiando lo que el usuario hace, las respuestas y estímulos que el sistema genera en el usuario, y las sensaciones que éste experimenta, como resultado de esas interacciones.” explica Juan Hidalgo, Diseñador de Experiencia de Usuario de Liferay. “Con esa información es posible definir estrategias que impacten positivamente en el usuario y hagan aumentar su confianza hacia nuestros productos”

Aunque no existen fórmulas mágicas para convertir un producto inmanejable en una experiencia inolvidable, sí que existen algunas recomendaciones que hay que seguir y aplicar, si queremos mejorar notablemente la UX en nuestros proyectos:

Describe bien tu producto. Además de entender perfectamente las funcionalidades de nuestro producto o servicio, debemos conocer también qué ofrecen otros similares, nuestra competencia. Esta información es muy importante, a la hora de analizar los resultados de nuestras investigaciones y para comprender de forma más exacta cuáles son las expectativas de nuestros usuarios.

Debemos estudiar, comprender y, sobre todo, escuchar a nuestros usuarios. Sólo desde este conocimiento amplio es posible diseñar y poner en marcha una estrategia de desarrollo de productos y servicios basada en la experiencia de usuario.

Recoger feedback de todas las fuentes posibles implicadas en nuestro sistema. No solo tenemos que pensar en el usuario, como nuestra única fuente de información válida. Nuestro ecosistema puede estar influido por otros actores importantes, como proveedores o empresas que desarrollan productos o servicios que interactúan con los nuestros, cuyo feedback es tan valioso como el que podamos recibir del usuario

Una pregunta que nos debemos hacer siempre es: “¿mejora nuestro producto la calidad de vida de nuestro usuario, conforme a sus necesidades y en su contexto?” Tomando como partida este punto de vista, podemos revisar todas las funcionalidades de nuestro producto y observar los comportamientos asociados a ellas, desde otra perspectiva.

Investigar nuevos patrones de comportamiento. La evolución del mercado nos obliga a estar atentos a la aparición de nuevas posibilidades de interacción con nuestro sistema, no contempladas inicialmente. Para ello es importante establecer un proceso que analice y mida todos los patrones de uso y comportamientos posibles, y detecte aquellos nuevos que, no habiéndose considerado en un principio, puedan ser aplicados a nuestro producto.

Nunca descartar nada, aunque parezca descabellado o nadie se haya atrevido a hacerlo hasta ahora. No podemos dar nada por sentado. Debemos, en cambio, estudiar y analizar todas las variables que podamos, sin poner límites a posibles alternativas a lo que hemos hecho hasta ahora. Hay que tener en cuenta que el usuario no tiene porqué poseer los mismos conocimientos o haber vivido las mismas experiencias que los diseñadores o desarrolladores del producto, por lo que nuestro reto debe ser ponernos en el lugar de nuestro usuario.

Siempre hay margen para mejorar. Nuestro objetivo de ofrecer la mejor UX implica revisar y analizar constantemente nuestros productos y servicios, en busca de áreas de mejora. Este esfuerzo debe estar presente en el corazón de nuestra estrategia corporativa, ya que su aplicación es un elemento fundamental para la innovación.

Aprender de nuestros errores y convertirlos en experiencias positivas. Lo más importante, cuando tratamos de emociones, es detectar cuanto antes aquellos comportamientos de los usuarios no previstos en un principio, tenerlos en cuenta e incorporarlos a nuestro sistema en una próxima iteración.

La experiencia de usuario es la unión de todo. Es lo que ensambla y une los diferentes componentes que intervienen en la creación de un producto o un servicio. Si la experiencia de usuario es débil, nuestro sistema se desmorona.

El usuario es el único que determina el éxito o el fracaso de un producto. El cementerio de productos y servicios está repleto de bellísimos interfaces, con preciosos botones, que nadie utilizó. Identificar y analizar las necesidades de nuestra audiencia resulta primordial. No todo sirve para todo el mundo, y es nuestra obligación conocer en profundidad las verdaderas demandas de nuestros clientes, tanto actuales como futuros.

Liferay desarrolla Liferay Portal, la plataforma de código abierto para creación de portales web corporativos más utilizada del mundo. En España utilizan ya esta tecnología entidades como Alcampo, Eulen, Grupo Caser, Mapfre, Santa Lucía, Pullmantur, la Comunidad de Madrid o el Gobierno de Cantabria, o universidades como la Complutense de Madrid, la Autónoma de Barcelona o la Universidad del País Vasco.

Datos de contacto:

Fidel Velázquez

Nota de prensa publicada en: [28046](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>