

PÚBLICO
OBJETIVO

Conociendo al usuario

TODA LA
GENTE?

LA GENTE QUE
NOS INTERESA

PÚBLICO OBJETIVO

Conjunto de personas con características en común al que se dirige una acción.

PÚBLICO OBJETIVO

Tienen rasgos homogéneos.

TRES CRITERIOS

DEMOGRÁFICOS
SOCIOECONÓMICOS
PSICOGRÁFICOS

CRITERIO DEMOGRÁFICO

Agrupar a los individuos en función de variables como el sexo, la edad, su hábitat, el nivel de estudios y su posición en el hogar.

CRITERIO SOCIO- ECONÓMICO

Relaciona a los individuos según aspectos como su nivel de ingresos, su horizonte de consumo o la clase social a la que pertenecen.

CRITERIO PSICOGRÁFICO

Se tiene en cuenta la personalidad, estilo de vida y el sistema de valores.

MOODBOARD

NEEDFINDING

Investigación etnográfica.

Hacer visibles los “dolores”.

Identificar las necesidades
de los usuarios.

OBSERVACIÓN



TWO FISH IN THE WATER
DAVID FOSTER WALLACE

Hacer visible el contexto.

INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA



BABIES 2010
NAMIBIA / MONGOLIA / JAPÓN / EEUU



Distintos pueblos, distintas culturas.

HACER VISIBLE
LOS DOLORES



A WARM EMBRACE
JANE CHEN, MIRAR CON OTROS OJOS



Necesidades específicas,
soluciones puntuales.

NECESIDADES DE LOS USUARIOS

¿Quiénes son mis usuarios?

ARQUETIPOS DE USUARIOS

Personas específicas con
necesidades específicas.

Inserto en un público objetivo.

Usuarios tipo.

“LUEGO DE LEER GUÍAS DE ESTILO, ARTÍCULOS Y DIRECTRICES DE USABILIDAD, CONOZCO Y ENTIENDO SUFICIENTEMENTE AL USUARIO COMO PARA DISEÑAR PRODUCTOS WEB USABLES”

ERROR!

DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

Todo el proceso de diseño se encuentra conducido por el usuario y no por el gurú de turno

Las directrices de usabilidad, normalmente elaboradas por profesionales con experiencia en detectar problemas de uso, son de gran utilidad, pero cada proyecto web, cada usuario y cada contexto de uso son únicos.

DUDAS?

¡GRACIAS!

Presentación disponible en www.nicolasespinoza.cl