

Marketplace

Promotions

Experience

Investigacion cualitativa - Hallazgos y principios de diseno

CONTEXTO

Como parte del proceso de diseño del Marketplace, se realizó una investigación cualitativa para comprender cómo las personas descubrían, interpretaban e interactuaban con el contenido promocional dentro de la experiencia.

El objetivo fue identificar patrones de comportamiento y oportunidades de mejora que orientaran las decisiones de diseño.

OBJETIVO

Comprender cómo los usuarios:

- Descubren promociones.
- Interpretan la información disponible.
- Identifican oportunidades relevantes.
- Organizan promociones para futuras decisiones.
- Interactúan con diferentes estados promocionales.

METODOLOGIA

Se realizaron sesiones moderadas de investigacion con usuarios representativos del producto, combinando observacion, ejecucion de tareas y entrevistas para comprender comportamientos, necesidades y oportunidades de mejora.

OBSERVACION	Registro del comportamiento natural durante la navegacion en el Marketplace.
EJECUCION DE TAREAS	Tareas especificas para evaluar flujos clave — descubrimiento, interaccion y guardado de promociones.
ENTREVISTAS	Preguntas abiertas para explorar motivaciones, expectativas y oportunidades de mejora.

01 Descubrimiento

Los usuarios esperaban identificar rapidamente las promociones mediante senales visuales claras y consistentes.

02 Claridad

La comprension de beneficios, condiciones y vigencias aumentaba la confianza durante la navegacion.

03 Planificacion

Guardar promociones formaba parte del proceso natural de decision y permitia retomar ofertas en otro momento.

04 Organizacion

La categorizacion y jerarquia de la informacion facilitaban la exploracion y reducian la carga cognitiva.

La investigación permitió definir principios que guiaron las decisiones posteriores del producto:

0
1

Priorizar el reconocimiento sobre la búsqueda.

0
2

Comunicar con claridad antes de persuadir.

0
3

Diseñar para diferentes momentos de decisión.

0
4

Reducir la carga cognitiva.

0
5

Fortalecer la confianza mediante una comunicación clara.

Los hallazgos sirvieron como base para la evolucion de la experiencia del Marketplace, influyendo en la organizacion del contenido, la visibilidad de las promociones y los patrones de interaccion utilizados durante el diseno.

ORGANIZACION DEL CONTENIDO

La jerarquia y categorizacion de la informacion se convirtio en un principio estructural de la experiencia.

VISIBILIDAD DE PROMOCIONES

Las senales visuales claras y consistentes fueron priorizadas en el diseno de los componentes promocionales.

PATRONES DE INTERACCION

Los flujos de guardado, exploracion y decision fueron disenados alrededor de los momentos naturales del usuario.

www.lrd-uxdesigner.com