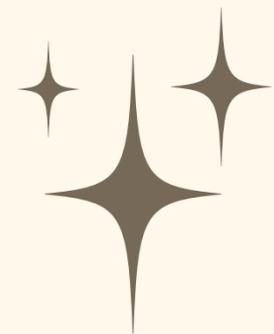


PROYECTO MI:
USER EXPERIENCE. UX

**ANÁLISIS DEL CONTEXTO
DEL PROYECTO**

LUZE®

2023



ANDREA RODRIGUEZ

ÍNDICE



03	INTRODUCCIÓN
	04 ANÁLISIS DEL MERCADO DE DECORACIÓN DE DISEÑO
07	PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO
08	DESK RESEARCH
	09 PRESENTACIÓN DE LA COMPETENCIA
	16 12 BUENAS PRÁCTICAS
	29 UX PARA E-COMERCE: TENDENCIAS ACTUALES
	31 TABLAS COMPARATIVAS
33	DIAGNÓSTICO DE LA UX ACTUAL
	34 PRESENTACIÓN DE LOS USUARIOS SELECCIONADOS
	35 GUIÓN DE LA ENTREVISTA
	37 PUNTOS MÁS FUERTES Y DÉBILES SEGÚN LOS USUARIOS
45	CARACTERÍSTICAS DE LA FUTURA UX
48	EMPATHY MAP
49	LISTADO DE CONTENIDOS
	50 BRAINSTORMING
	52 ORGANIZACIÓN DE LA NAVEGACIÓN
54	FLOWCHART DE PANTALLAS
58	WIREFRAMES
75	BIBLIOGRAFÍA



INTRODUCCIÓN

“Con una historia de más de 4 generaciones en el sector del interiorismo y amueblamiento, y mas de 30 años en la línea del diseño con las mejores marcas nacionales e internacionales, creamos Luze para continuar ofreciendo a nuestros clientes la mejor selección de mobiliario e iluminación, ahora en internet. Desde nuestros almacenes ubicados en Valladolid y Madrid, hacemos llegar a todos vuestros hogares y negocios de manera rápida, sencilla y profesional la mejor selección de diseño e iluminación en la red. Transmitimos nuestra pasión, experiencia y conocimiento, con atención y cuidado que nos diferencia del resto para que te encuentres con nosotros "como en casa".”

- Luze

Sus principales valores de marca son los siguientes:

- Son especialistas en lo que hacen, y les apasiona.
- Consiguen los precios más competitivos del mercado y de la red
- Seriedad, profesionalidad y servicio pre y post venta.
- Cercanía. Atención y dedicación personal.
- Experiencia

Luze es una empresa que se dedica a la comercialización y distribución de productos de interiorismo de diseño. Con sede en Valladolid y Madrid, Luze ofrece un amplio catálogo de mobiliario e iluminación a sus clientes.

LUZE®

DESIGN PROCESS

Para la realización de este proyecto vamos a seguir las fases del Design Thinking, el cual se usa como forma de extraer, aprender e implementar técnicas que nos van a ayudar a resolver los problemas que presenta la web actual. Estos son los pasos del proceso.



EMPATIZAR

Esta etapa apunta a conocer al público al que van a estar dirigidos nuestros esfuerzos. Conocerlos implica no solo indagar sobre cuestiones relacionadas con nuestro servicio, sino también sobre su vida diaria.
TÉCNICAS: Benchmarking, entrevistas, estadísticas,...

DEFINIR

Toda la información que recabemos nos va a permitir arribar a una (o varias) oportunidades de mejora. Va a ser decisión del equipo priorizarlas para ver cuáles se atacarán primero y cuáles en etapas subsiguientes.
TÉCNICAS: Empathy Map, User Persona,...

IDEAR

Una vez que el equipo analiza la información y consigue definir las problemáticas en función de los usuarios, llega el momento de empezar a generar ideas.
TÉCNICAS: Brainstorming, User Flow, Arquitectura de la información, ...

PROTOTIPAR

El propósito de esta etapa es crear versiones reducidas y poco costosas del producto o servicio (o solo un fragmento), donde se apliquen las ideas surgidas de la fase anterior.
TÉCNICAS: Flowcharts, Wireframes,...

TESTEAR

Los prototipos se usan para ser probados con usuarios. Las conclusiones obtenidas a partir de ellos nos permiten iterar, es decir: empatizar aún más, perfeccionar nuestras ideas, prototipar nuevamente y volver a probar para obtener soluciones que realmente respondan de manera acertada a la problemática de nuestros usuarios. (PROYECTO NO TESTEADO)

ANÁLISIS DEL MERCADO DE DECORACIÓN DE DISEÑO

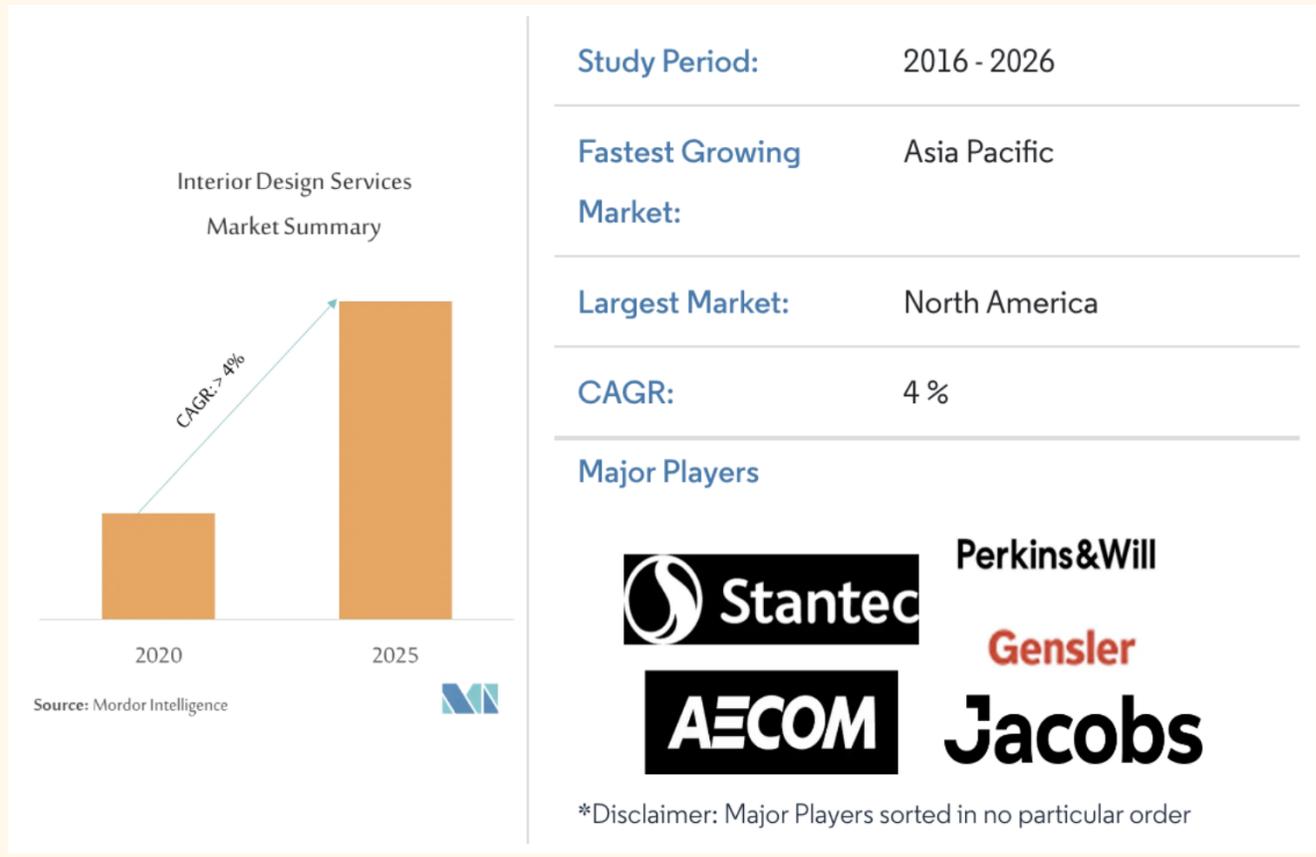
Las tendencias de la decoración están en cambio constante. Estos movimientos dentro del diseño, ya sea para interiores en centros comerciales como para oficinas, tiendas y hoteles, o para consumidores individuales, requieren unos diseños más adaptables, personalizables y dinámicos que nunca; y teniendo en cuenta una mentalidad como la europea, que reclama el respeto hacia todo tipo de expresiones personales.



Con la llegada de la actual desaceleración del crecimiento económico mundial, la industria del Diseño de Interiores también ha sufrido un impacto específico. Aún así, se espera que mantenga un crecimiento relativamente optimista en el período de pronóstico. El mercado de servicios de diseño de interiores implica servicios de consultoría y diseño proporcionados a clientes en varios sectores para diseñar el entorno de trabajo del cliente.

Las actividades de construcción en todo el mundo, las mejoras en el nivel de vida y el aumento de los ingresos de la población son factores que impulsan el mercado. Es probable que la tendencia creciente de la construcción en las economías desarrolladas, como Estados Unidos, aumente la demanda de servicios de diseño de interiores.

La experiencia del consumidor y las actividades de ocio están cambiando en el escenario actual en todo el mundo. A medida que las personas se enriquecen, compran casas nuevas o renuevan el espacio existente, los diseñadores de interiores y la arquitectura son innovadores e influyen en los diseños del mercado. Existe una tendencia creciente de personalización y personalización en el mercado de espacios de cocina y baño.

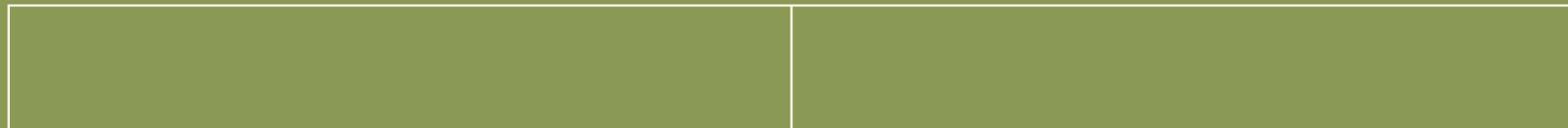


CAGR: Tasa de crecimiento anual compuesta



Una vez que tenemos la información necesaria del cliente (Luze), nos ponemos con el análisis de su web. Lo primero de todo, analizaremos su competencia y las buenas practicas que estos llevan a cabo en sus paginas web. Luego recabaremos datos de todas estas y en base a ellas y a la propia web, haremos unas entrevistas a usuarios para saber su opinión de todas las buenas practicas que hemos detectado y ademas haremos unas preguntas de su experiencia de usuario interactuado con la web actual y la web de la competencia, para detectar malas y buenas prácticas de ambas, y preguntarles que hacen en falta de cada web para optimizar al máximo la esta.

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO





DESK RESEARCH

Mediante esta técnica buscamos extraemos y organizamos toda la información que tenemos nuestro alcance, basada en fuentes existentes como informes, noticias o libros.

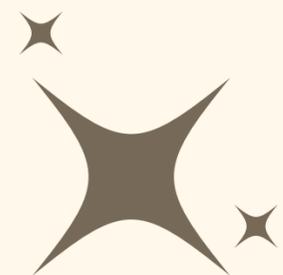
BÚSQUEDA DE LA COMPETENCIA MÁS DESTACADA

Se realiza una búsqueda de las webs de la competencia y se buscan ejemplos de casos de éxito de E-commerce del mismo mercado, para ver las buenas prácticas y como resuelven los problemas estás. Primero se realiza una búsqueda masiva webs del mismo estilo y después nos quedaremos con las 5 que mejor llevan a cabo su función y las que mejor presentan sus productos.



<https://www.sklum.com/es/>
<https://kavehome.com/es/es/>
<https://www.maisonsdumonde.com>
<https://www.westwingnow.es/>
<https://lamptwist.com/>
<https://www.themasie.com/>
<https://marset-store.com/>
<https://www.kartell.com/es/es/ktes>
<https://www.vitra.com/>
<https://www.foscarini.com/>
<https://www.ingo-maurer.com/>
<https://luxiona.com/es>
<https://www.marset.com/es/>
<https://flos.com/es/es/>
<https://www.artemide.com/es/>
<https://www.santacole.com/es/>

Se ha hecho una selección de las webs más competentes y claras del mercado. Las siguientes webs se han elegido tanto por su organización, como diseño o por su claridad y limpieza estética, que todo esto unido crea una mejor experiencia de usuario.



PRESENTACIÓN DE LA COMPETENCIA



<https://kavehome.com/es/es/>



SANTA & COLE

<https://www.santacole.com/es/>

THE MASIE

<https://www.themasie.com/>

MAISONS
DU MONDE

<https://www.maisonsdumonde.com>

LAMP  TWIST

<https://lamptwist.com/>



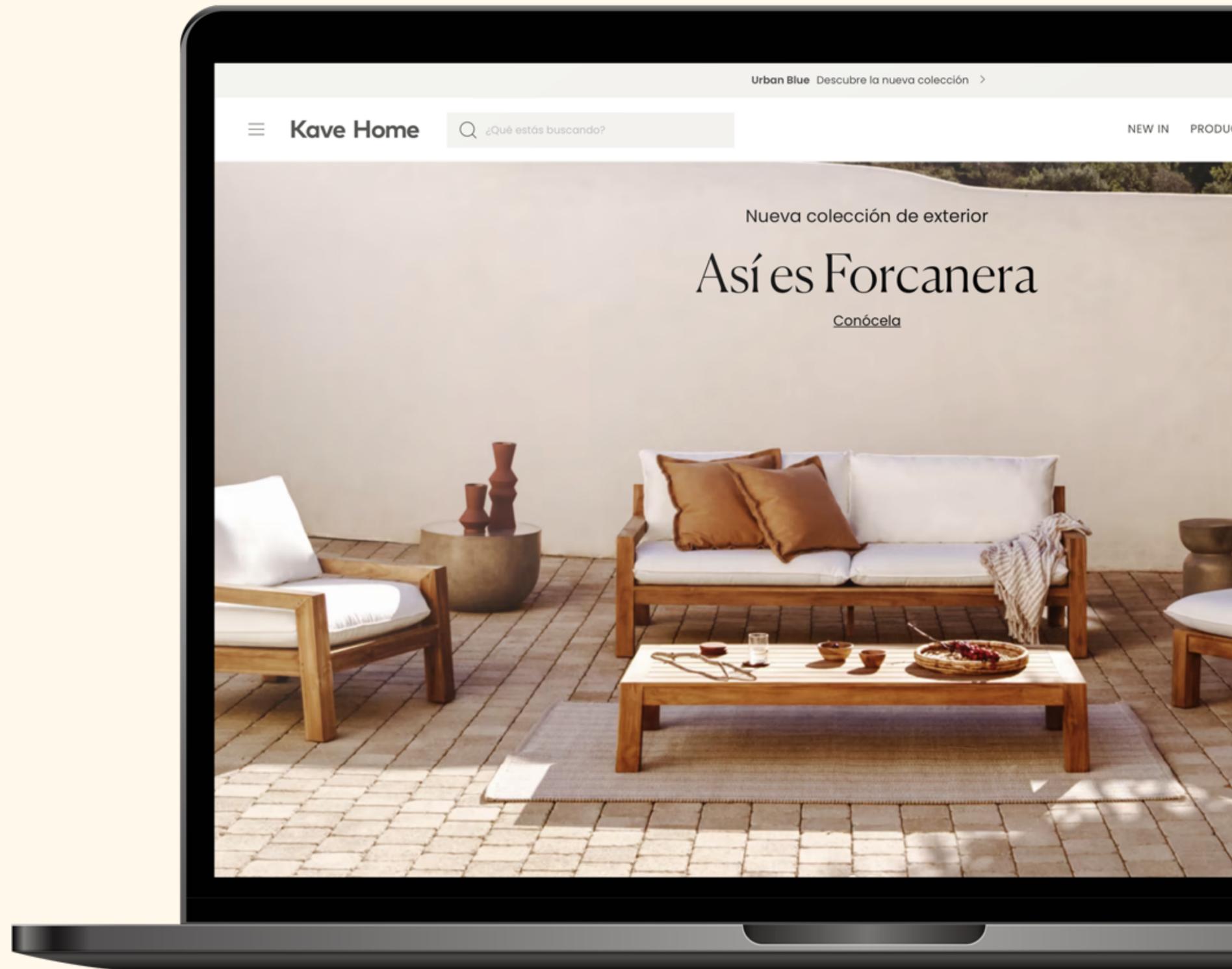
¿QUIENES SON?

Esta empresa que comenzó en Girona de la mano de Francesc Julià como representante de colchones, es una de las tiendas de decoración más conocidas del territorio nacional y sobre todo gracias a las redes sociales.

“Trabajamos para revolucionar el sector del mueble, el diseño y la decoración. Apostamos por darle una vuelta y ser la opción para inconformistas como tú que buscan algo más. ¿Nuestro objetivo? Crear productos de diseño y calidad con un servicio impecable. Porque no enviamos cohetes a la luna (todavía), pero sí que entregamos en tiempo récord.”

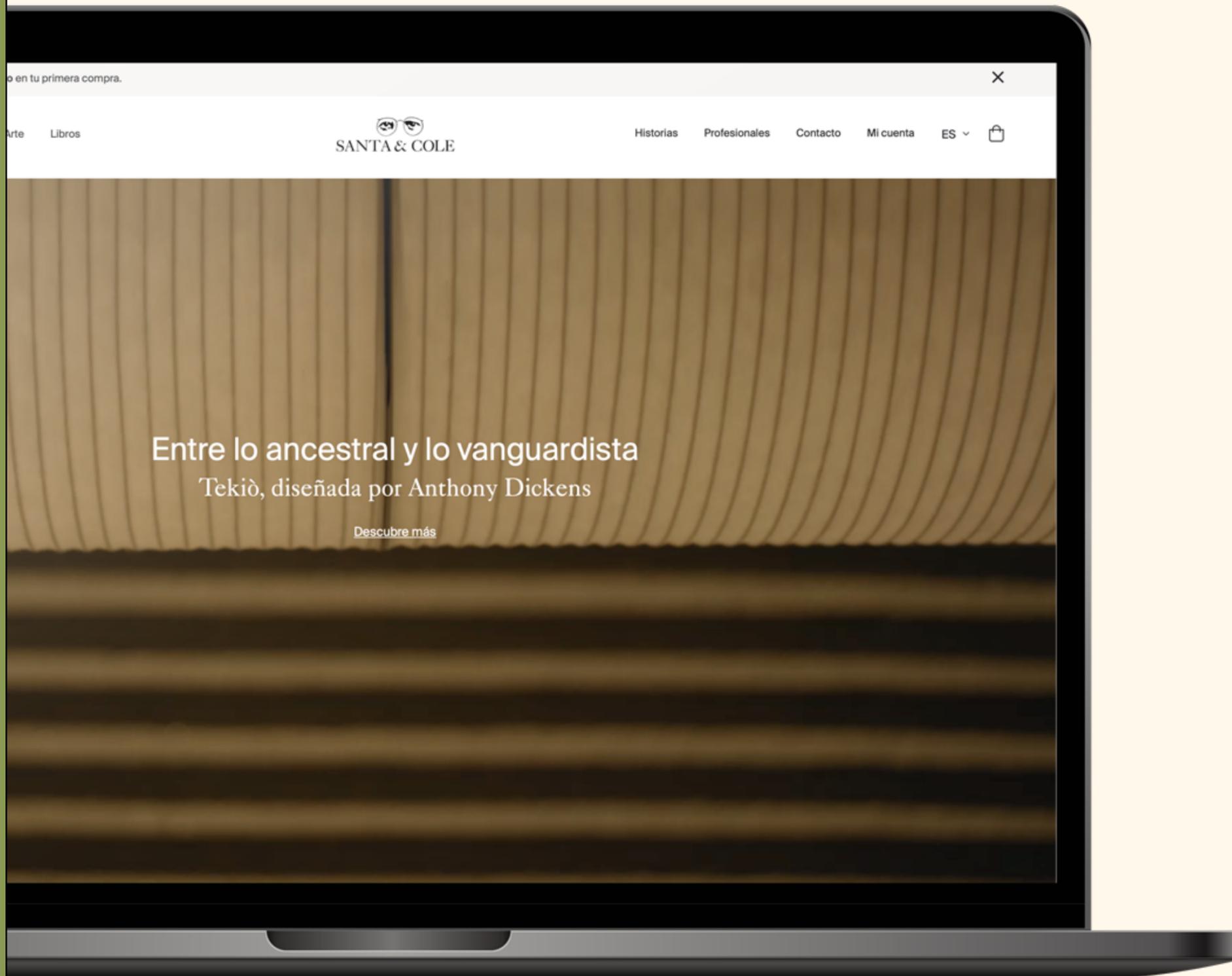
¿POR QUÉ HA SIDO ELEGIDA?

La selección de esta empresa se debe a su arquitectura interna y su organización de productos. Tiene un catálogo más amplio que Luze, y lo tomamos como ejemplo de organización de categorías, además del inicio simple y claro que tiene.





SANTA & COLE



¿QUIENES SON?

Santa & Cole es una pequeña, independiente y global editora de productos de buen diseño, con raíces en Belloch (Barcelona). Desde su fundación en 1985 ellos se consideran editores, ya que hacen pública una obra por lo regular ajena, al igual que sucede en una editorial de libros pero, en este caso, con objetos de diseño.

“Generamos, protegemos y difundimos conocimiento a través de objetos de diseño. Objetos que sean de reconocible calidad a la mano, y que añadan valor a la vida de las personas en casa o en lugares compartidos. Nuestra filosofía es más moderna que futurista y nos interesa antes el silencio que la estridencia.”

¿POR QUÉ HA SIDO ELEGIDA?

Esta web a sido seleccionada por su diseño y por su sencillez. Es una web clara y muy intuitiva para todo tipo de usuarios, ya que tiene la información muy resumida y muy bien posicionada para una lectura correcta.

THE MASIE

¿QUIENES SON?

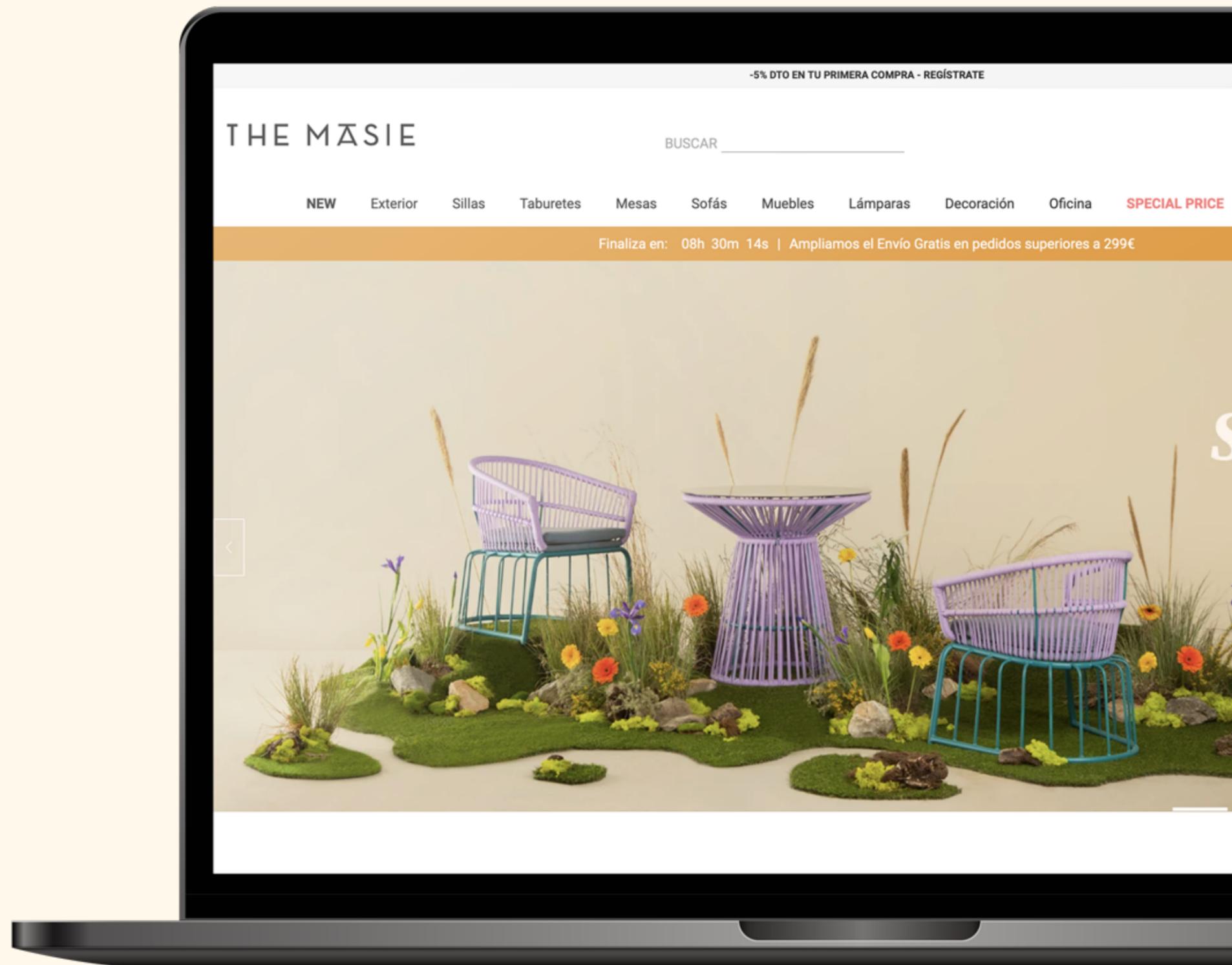
Se trata de una empresa de mobiliario a nivel nacional ubicada en Valencia, cuya misión es crear una experiencia de compra mucho más satisfactoria y comprometida con sus clientes.

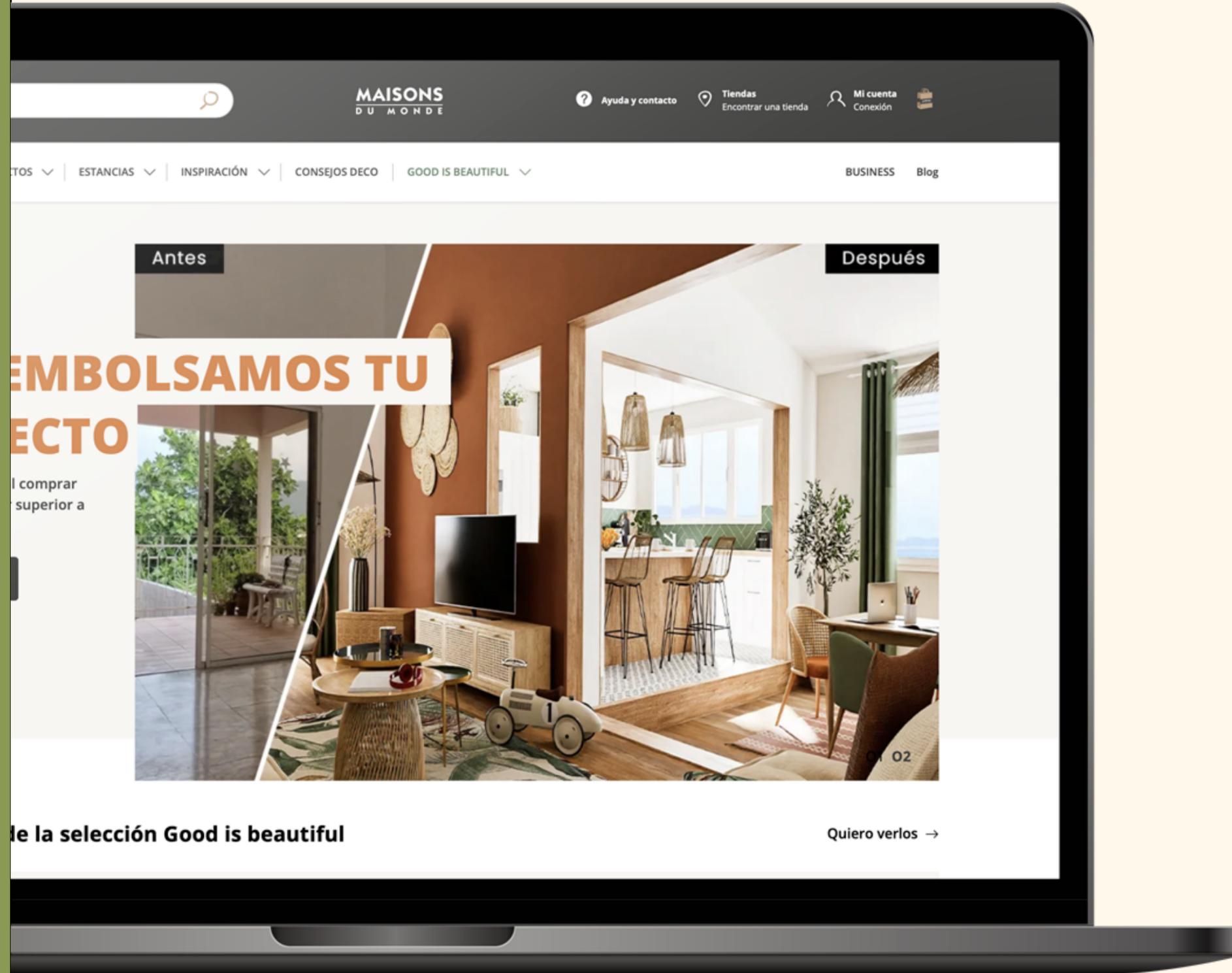
*“En The Masie nos inspiramos en nuestros ídolos como The Talking Heads, Madonna o David Bowie. Disfrutamos con el acid-jazz y el pop, nos inspira la Bauhaus y el movimiento Memphis. Un lugar para una tripulación específica, como en una película de Wes Anderson, nos sumergimos visualmente en un mundo muy particular y un tanto peculiar, con estampados y una paleta cromática algo desacom-
pasada.”*

¿POR QUÉ HA SIDO ELEGIDA?

The Masie ha sido seleccionada por organización de las categorías y por la elegancia de la selección de fotos de los productos. Es una web muy limpia y la previsualización de los productos es muy clara y da mucha información.

<https://www.themasie.com/>





MAISONS DU MONDE

¿QUIENES SON?

Maisons du monde es una empresa francesa que se dedica a la venta en tiendas físicas y online de mobiliario de diseño y de las últimas tendencias en decoración, en muchos países europeos. Sus muebles y decoración son de diseño propio, en las que trabajan más de 90 personas.

“Desde muebles hasta accesorios decorativos, Maisons du Monde crea universos inspiradores y originales para todo el hogar y, sobre todo, para todos los estilos. ¿Cuál es nuestro lema desde hace 20 años? Tienes estilo, ¡compártimos el tuyo!”

¿POR QUÉ HA SIDO ELEGIDA?

Esta web ha sido seleccionada por su diferente organización de categorías, para darle a los usuarios otro método de organización de la web como comparación.



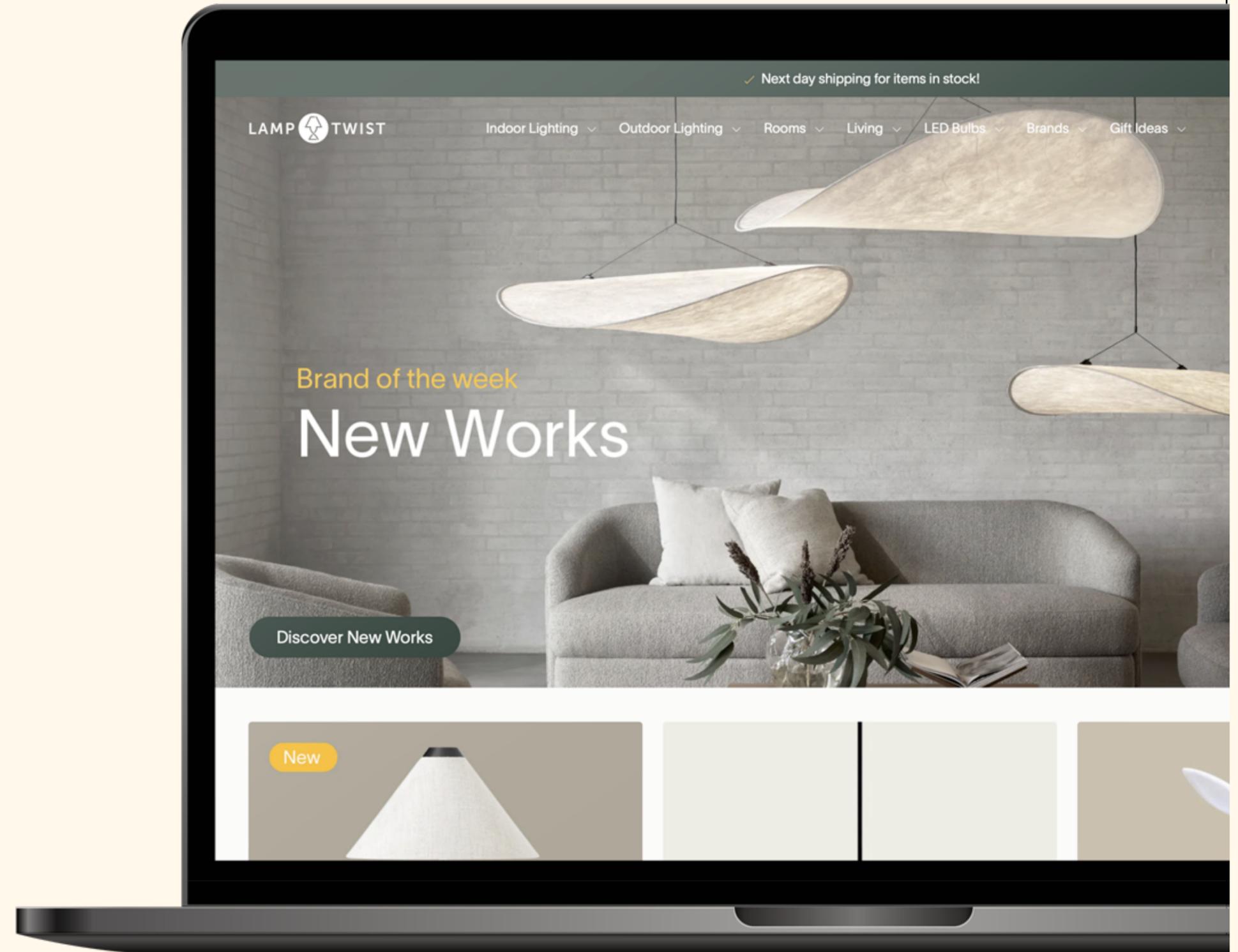
¿QUIENES SON?

Lamptwist es una empresa Belga que se dedica a la venta de lámparas. Se definen ellos mismos con las siguientes palabras:

“La calidad de la luz afecta a las personas de diferentes maneras. Una buena iluminación tiene una influencia positiva en su estado de ánimo diario y añade atmósfera a sus interiores. Además de los requisitos de calidad, tratamos de centrarnos en productos con un propósito. Detrás de cada artículo que vendemos hay historias reales de personas reales. Comprar estos productos no se trata solo de tener más cosas, se trata de sumergirse en nuevas experiencias y participar en la creación.”

¿POR QUÉ HA SIDO ELEGIDA?

Esta es una empresa dedicada única y exclusivamente a la iluminación y es una de las webs escogidas como ejemplo a seguir por su sencillez y por su cuidado con los pequeños detalles. Es una web clara, con una estructura sencilla y muy navegable. Además va muy bien acompañada del diseño y la fotografía simple y minimalista que hace que sea llamativa y clara.



12 BUENAS PRÁCTICAS



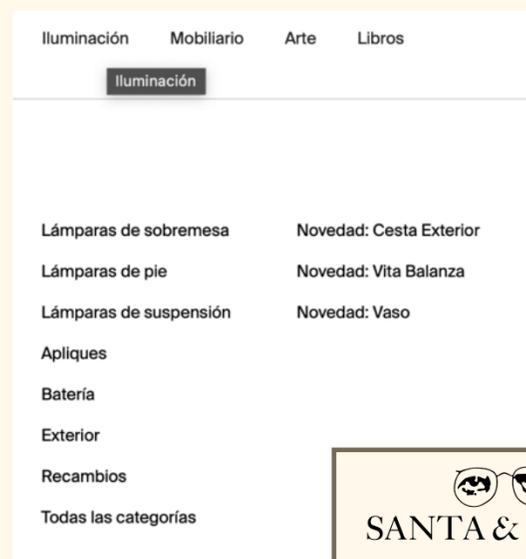
1

CATEGORIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

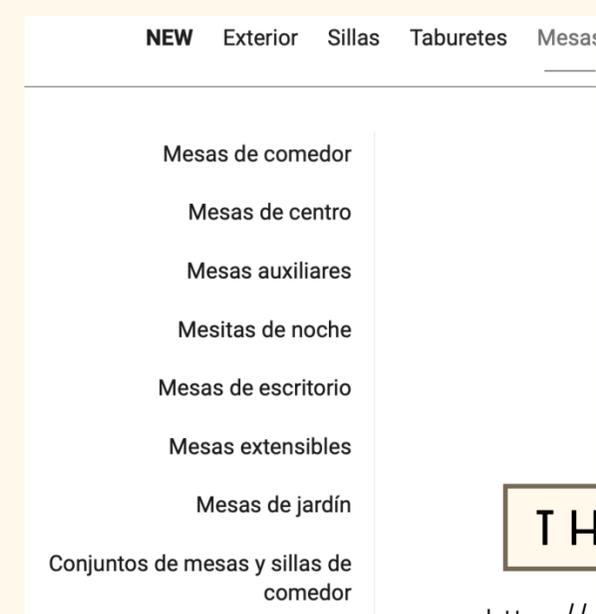
En la web actual podemos observar una separación por marcas de diseño. Esto puede suponer un problema para el nuevo cliente o el cliente que no es experto en mobiliario o iluminación de diseño, ya que explora la web en búsqueda del tipo de producto que necesita o quiere para su hogar. Normalmente la gente no compra en relación a la marca.

En las webs de la competencia, los productos están categorizados por el tipo de mobiliario, ya que es un filtro más claro. Luego a la hora de mostrar todos los productos de una categoría, si se puede añadir un filtro que nos muestre por marcas o por tipo de diseño, pero basar toda la web en esa organización a primer nivel no es un punto acertado para todos los posibles usuarios de la web.

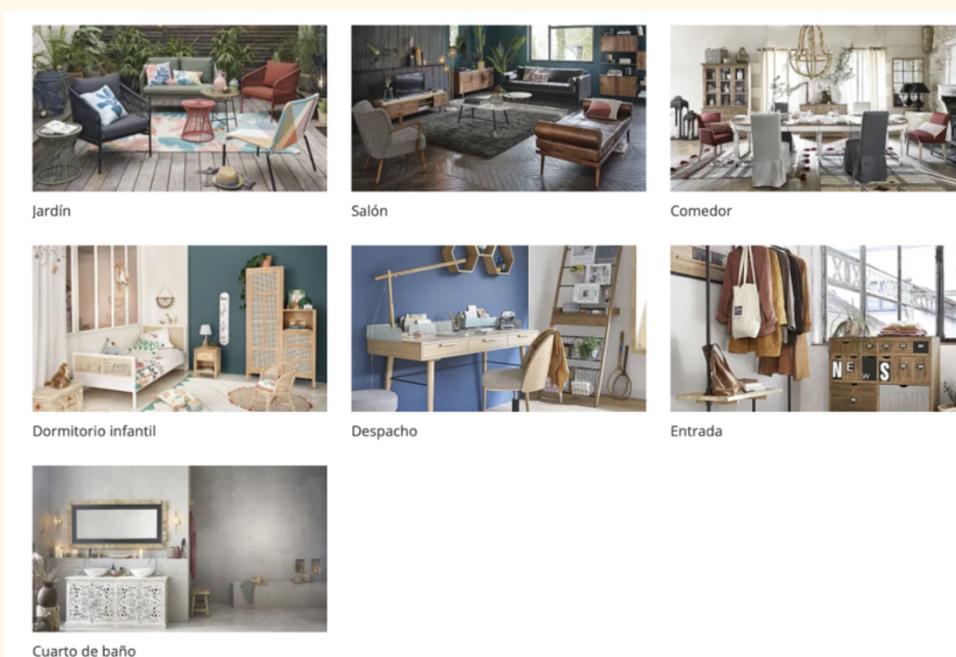
También se puede separar por espacio de la casa donde va ubicado el producto, hay varias opciones que mostraremos en los próximos test al usuario para que nos dé su opinión de cual es más cómodo para él.



<https://www.santacole.com/es/>



<https://www.themasie.com/>



<https://www.maisonsdumonde.com>

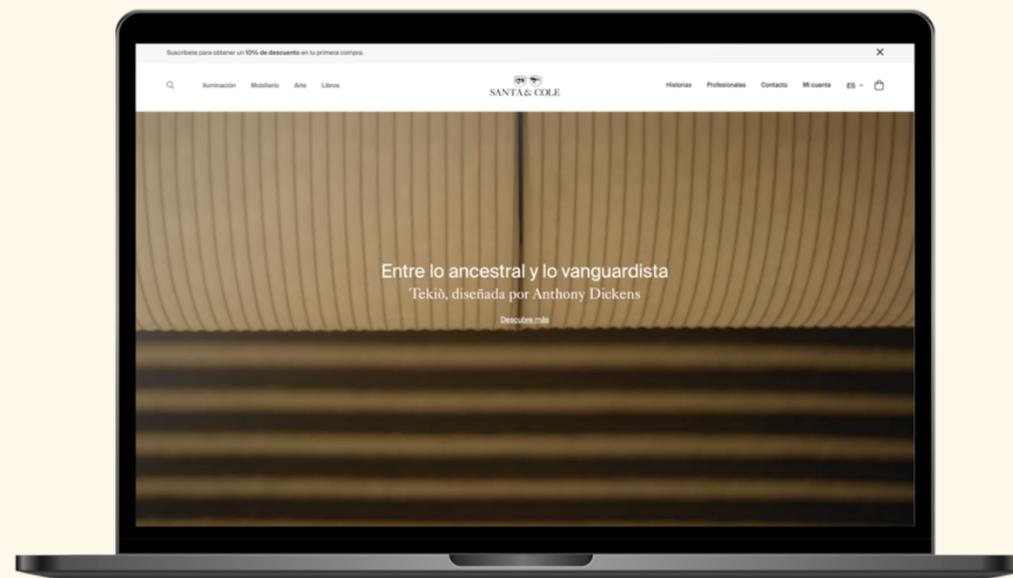
2

LIMPIEZA Y CLARIDAD

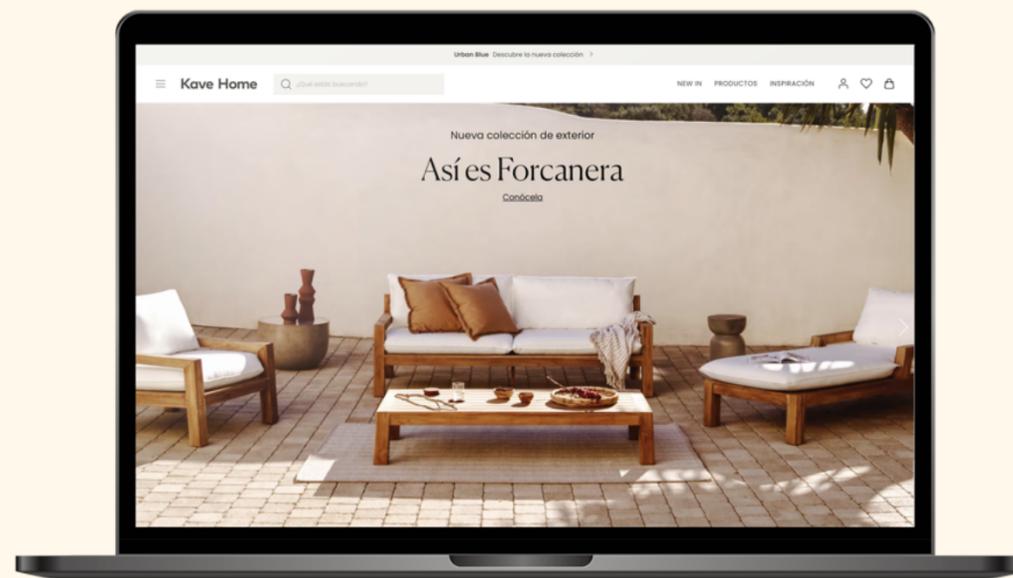
Al tratarse de una web de productos de diseño esta debería reflejar sus valores y los de los productos que vende. Si vende diseño, tiene que ser diseño. La web actual presenta los productos de manera confusa, con poca claridad, además de que el estilo de web es anticuado para el tipo de producto que vende.

En la web de **Santa y Cole** podemos observar una limpieza en sus imágenes que refleja las características de sus productos. Es una web muy sencilla y con muchos espacios en blanco, lo que hace que enfoquemos más nuestra atención en el producto.

La web de **Kave Home** está basada en el mismo principio de limpieza y sencillez.



<https://www.santacole.com/es/>



<https://kavehome.com/es/>

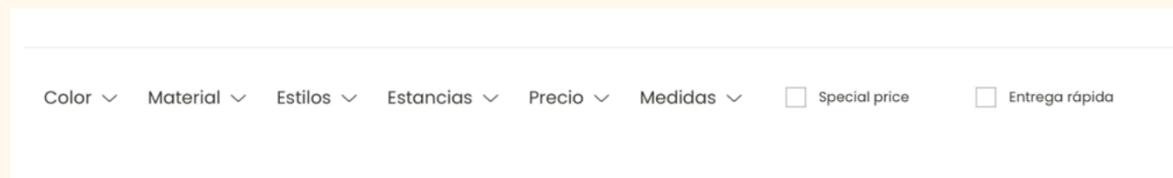
3

FILTROS DE BÚSQUEDA

Dependiendo del tipo de búsqueda que haga el usuario hay que facilitarle la tarea para que encuentre lo antes posible un producto que busca o que se le muestren los productos que se adaptan a las características que está buscando. Para ello hay que implementar unos filtros de búsqueda en el desglose de productos.

Unas webs que llevan a cabo muy bien esta práctica son:

- **Kave Home**: el menú de filtros ya se encuentra desplegado y es muy fácil la selección de estos.
- **Maisons du Monde**: muestra una gran variedad de filtros
- **Lamp Twist**: además de los típicos menús desplegados de filtros, este incluye una parte con iconografía muy visual y llamativo.



<https://kavehome.com/es/es/sofas>



<https://www.maisonsdumonde.com/ES/es/c/sofas-n4dc562d7-bb509362a3a2102db4cbf90b6454ff>



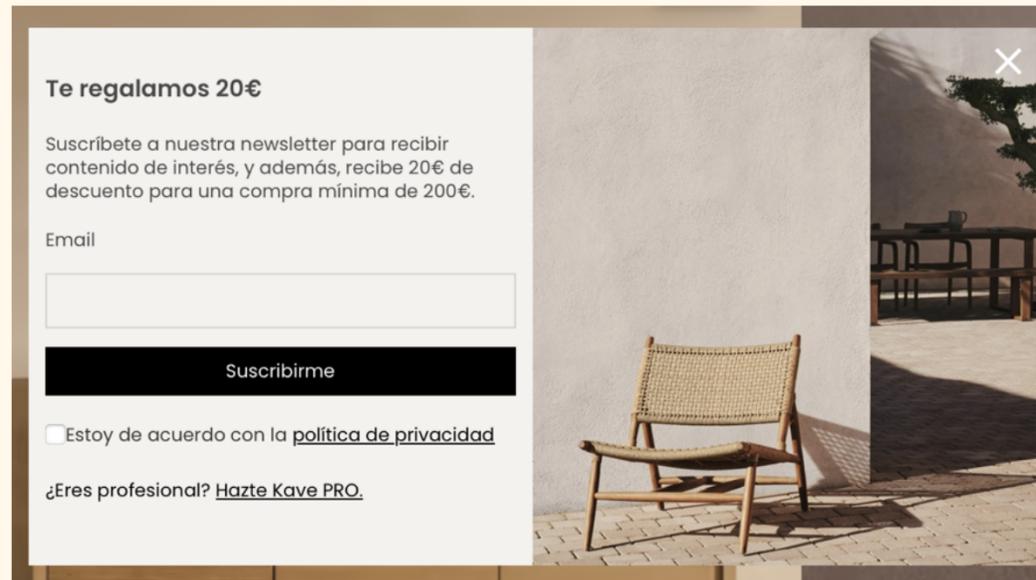
<https://lamptwist.com/collections/indoor-lighting>

4

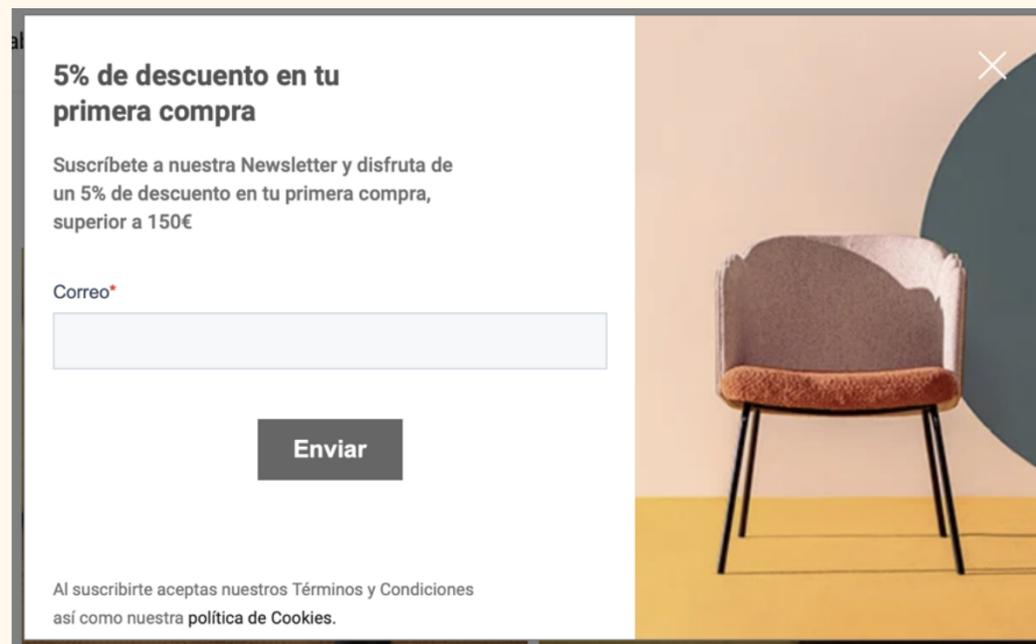
POP UP CON DESCUENTO AL APUNTARSE A LA NEWSLETTER

Una forma de tener al usuario al día de las novedades es través de una Newsletter. Este normalmente solo se apunta si es muy fan de la marca o si se le ofrece algo a cambio de su mail, ... ¡y que mejor que UN DESCUENTO en la tienda!

Para ello se suelen usar pop upa que aparecen nada más entrar en la página o secciones del inicio. Dos webs que llevan a cabo esta práctica de manera muy elegante y llamativa son: The Marie y Santa Cole. Esta última en lugar de Pop up utiliza un navbar superior en moviendo que se mantiene estática en toda la web.



<https://kavehome.com/es/>



<https://www.themasie.com/>

5

UTILIZACIÓN DE ICONOS O FOTOGRAFÍAS EN EL MENÚ DE NAVEGACIÓN

Al usuario le gusta que se le facilite la tarea y cuanto menos tenga que leer mejor para él. Para ello hay alguna página como la de **Lamp Twist** que se ayuda de pequeños iconos en las categorías para facilitar la lectura o confusión en alguna de ellas.

Hay veces que algunas webs usan este recurso en abundancia y queda una web muy recargada, pero en su justa medida como lo hace la empresa de Lamp Twist, queda muchos más claros los conceptos y ayuda a su lectura.

The Masie también lo incorpora de manera muy útil y gráfica.



<https://lamptwist.com/collections/indoor-lighting>



<https://www.themasie.com/es/7152-comprar-sillas>

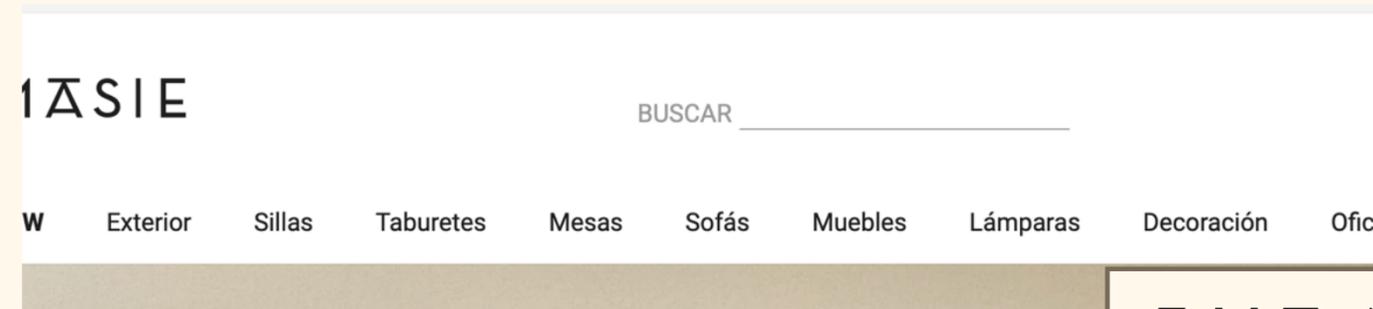
6

BUSCADOR EN EL MENÚ

Hay personas que tienen muy claro lo que quieren comprar y no quieren andarse con rodeos en la web. Para estos usuarios hay que facilitar la búsqueda de lo que quieren. Para ello, añadir un buscador en la parte superior de la web ayudará al usuario a quedarse en la web y no marcharse por el simple hecho de quitarle clics en su búsqueda de producto.

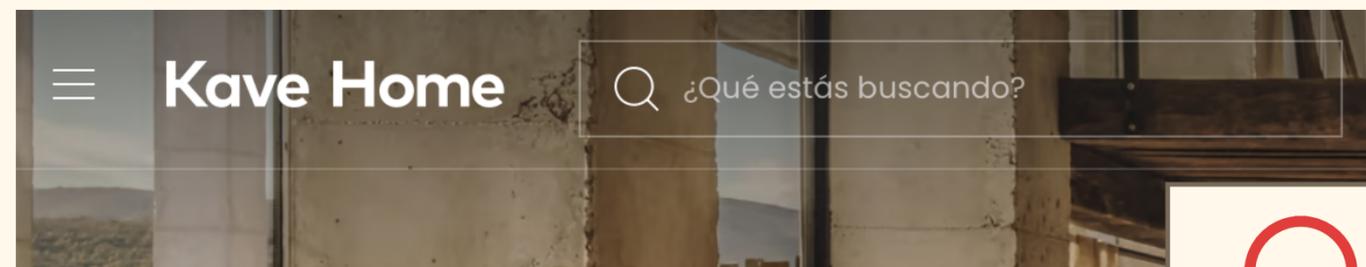
La web de **KaveHome** lleva a cabo muy bien esta práctica y lo ha sabido resolver de manera muy elegante y práctica.

The Masie también lo hace de una manera muy parecida y muy útil.



THE MASIE

<https://www.themasie.com/>



Kave Home

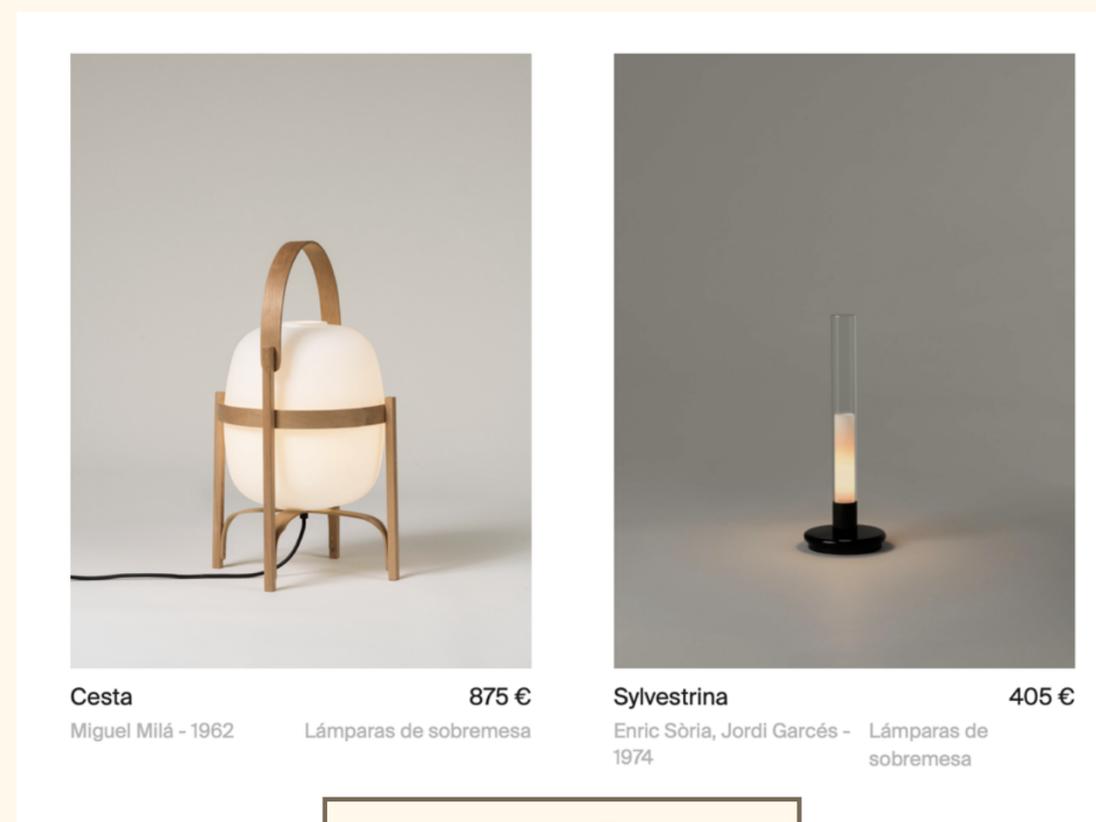
<https://kavehome.com/es/>

7

SIMILITUD EN LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO

Para que haya una coherencia visual en la web y para no distraer la atención del usuario con diferencias en estilos visuales las imágenes tienen que ser del mismo estilo. Se pueden poner imágenes del producto en el entorno o pueden ser imágenes de producto sobre un fondo blanco, pero siempre que haya una similitud y puntos de vista parecido, no fotografías que parezcan de sitios diferentes.

Esta práctica le lleva a cabo muy bien la web de **Santa y Cole**, ya que utiliza siempre el mismo ángulo de perspectiva a la hora de fotografiar los objetos y siempre sobre un fondo claro, dándole importancia al producto.



<https://www.santacole.com/es/home-iluminacion/>

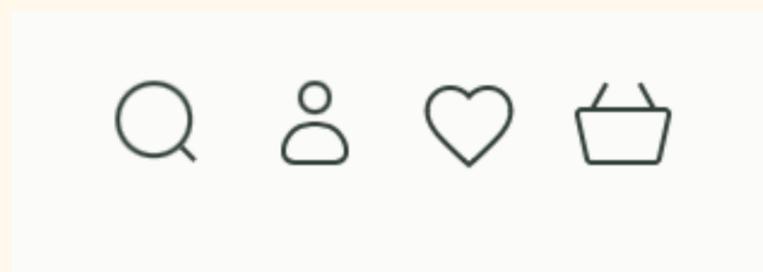
8

SECCIÓN DE AÑADIR FAVORITOS

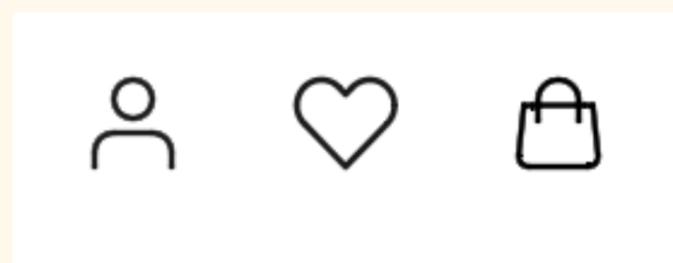
Hay varias webs que añaden una función muy curiosa y muy útil, y es la función de añadir a favoritos un producto. Es una muy buena práctica y para el usuario es muy útil tener una sección donde tienes los artículos favoritos de esa web. Hay veces que cuando vamos a hacer una compra por internet, lo primero que hacemos es una research en varias webs y los productos que nos gustan los solemos guardar, ya sea como link en notas o en la zona de favoritos de la web. Tener esta función en la web es muy práctico para facilitarle la tarea al usuario y este tenga en una sección a la que siempre pueda acceder y donde tenga sus productos seleccionados.

Algunas de las webs seleccionadas lo tienen bien implementado, como la de **Lamp Twist**, que está en el menú, a la derecha al lado del carrito, y está representado por un icono de un corazón.

Kave Home también lo usa del mismo modo. Además del acceso en el menú a la hora de añadirlos a la wishlist no hace falta entrar en la ficha del producto, sino que en la previa se puede añadir este a la lista de favoritos.



<https://lamptwist.com/>



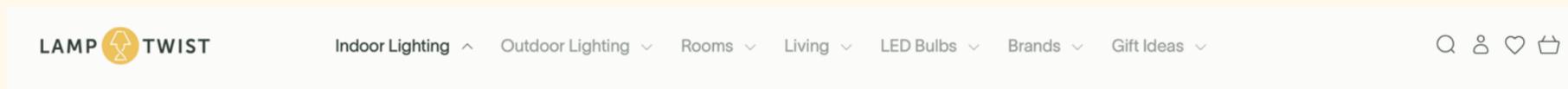
<https://kavehome.com/es/>

9

EL CARRITO, EL ACCESO A LA CUENTA PERSONAL Y LA LISTA DE FAVORITOS COMO ICONOS VISIBLES

Al tratarse de un E-Commerce, el usuario siempre tiene que tener accesible y a la vista los iconos como el carrito, la cuenta para ver pedidos o favoritos. Esto ayuda mucho en su navegación y si además se le añaden pequeñas interacciones el usuario no se pierde y esta continuamente informado de lo que está haciendo.

Estos botones están a la vista en todas las webs seleccionadas por lo tanto es una práctica que hay que implementar de la misma forma en la web. El usuario ya está acostumbrado a que ciertos accesos estén en determinados sitios de una web y si los cambiamos de lugar le puede llevar a una confusión, y un posible abandono de la web.



<https://lamptwist.com/>



<https://kavehome.com/es/>

10

MOSTRAR LAS DIMENSIONES DEL PRODUCTO

A la hora de comprar un mueble una de las características más importantes son las medidas del producto. Siempre tiene que haber una sección en la ficha del producto donde estén las medidas generales del producto.

Una de las webs que lleva a cabo esta práctica de una manera muy elegante y comprensible es **Kave Home**. Esta además de poner las medidas generales sobre la foto añade todas las medidas del mobiliario, para que el usuario se haga una idea del producto. Por ejemplo, en una silla, las medidas generales serian el ancho x alto x largo, pero hay gente que quiere también saber la largura del respaldo o de las patas. En esta web esta todo super especificado y muy bien ilustrado.



<https://kavehome.com/es/es/p/silla-better-de-madera-maciza-de-acacia-acabado-negro-mate-y-cuerda-de-papel-beige>

11

LOS PRECIOS Y COLORES DISPONIBLES EN LA PREVIA DEL PRODUCTO

El precio es un factor muy importante y tiene que estar presente en la previa del artículo sin que el usuario interactúe de ninguna forma, simple y a primera vista. Hay muchos usuarios que lo que buscan es comparar precios o si no saber si entra dentro del presupuesto que tienen, si se ajusta a sus posibilidades o simplemente por tener una idea de cuánto va a pagar por ello. **Santa y Cole** lo lleva a cabo de manera muy elegante y clara.

Un plus para el usuario es decirle que ese mismo producto está disponible en varios colores como lo hace la web de **Kave Home**.



Cesta
Miguel Milá - 1962
Lámparas de sobremesa 875 €



Sylvestrina
Enric Sòria, Jordi Garcés - 1974
Lámparas de sobremesa 405 €



<https://www.santacole.com/es/home-iluminacion/>



Cailin
Silla Cailin de cuerda beige y patas de acero galvanizado pintado en blanco



Nadin
Silla Nadin de cuerda terracota y patas de acero galvanizado



<https://kavehome.com/es/es/sillas-comedor/a:jardinyterraza>

12

FOOTER BIEN ORGANIZADO CON INFORMACIÓN SOBRE PEDIDOS Y DATOS SOBRE LA EMPRESA

Hoy día, las estafas en internet son muy frecuentes y al tratarse de un comercio online hay que crear confianza en el usuario. Para ello añadir los métodos de pago en los que se encuentre PayPal hacen que se crea una mayor confianza, ya que el pago se hace a través de terceros y no se da los datos directos de la tarjeta.

Además de los métodos de pago siempre hay que incluir unas páginas de políticas de devoluciones, términos y condiciones del servicio, información de envío y demás, para que el usuario que es más precavido a la hora de comprar pueda informarse de todo y vea que es un sitio seguro y fiable.

Todas las webs analizadas aplican esta práctica de organizar bien el footer con la información más secundaria pero importante para que el usuario se decida a realizar la compra en nuestra web. Además de poner toda la información relativa a la compra también está bien poner datos o contar la historia de la empresa que está detrás de la web, para crear un vínculo con el posible comprador.



<https://www.maisonsdumonde.com>

Conócenos	Información completa	Entre tú y nosotros	Eres
Página web corporativa	Entrega	Ayuda y contacto	Inversores: nuestros datos clave
¿Quiénes somos?	Devolución gratuita	Datos personales	Profesionales: vuestro espacio Business
La Fundación Maisons du Monde	Pago en línea	Datos personales	Periodistas: nuestras últimas noticias
Nuestros compromisos RSC	Advertencia de Productos		En búsqueda de trabajo: nuestras ofertas de empleo
Todas nuestras tiendas	Taller de decoración		Afiliados: nuestro programa
El marketplace de Maisons du Monde	Opiniones de otros clientes		Vendedores: nuestro marketplace
Tarjeta regalo	Mantenimiento de los muebles		
Decoración de interiores			
Maisons du Monde Hôtel & Suites			
Nuestro catálogo de hogar online			
Cuestionario de decoración			

© Maisons du Monde 2023 [Avisos legais](#) [CGV Maisons du Monde](#) [Plano del sitio](#) [Datos personales](#) [CGV - profesionales](#) [Clasificación de las ofertas](#)

[Términos y condiciones de uso del marketplace](#) [Términos y condiciones de uso del marketplace para negocios](#) [Cookies](#)



Después de la exposición de las buenas prácticas de las webs de la competencia, nos adentramos en la búsqueda de las nuevas tendencias de la UX para el E-Commerce, para poder investigar sobre ellas y ver cuáles pueden encajar y ser útiles para la web de Luze. Enunciaremos varias de ellas que hemos encontrado en internet que son interesantes y que aportan un valor añadido a la web.

UX PARA E-COMMERCE: TENDENCIAS ACTUALES

<p><i>EXPERIENCIA PERSONALIZADA</i></p>	<p><i>MUCHAS OPCIONES DE PAGO</i></p>	<p><i>BUENAS IMÁGENES</i></p>
<p>Crear una experiencia de usuario de la cuál este luego se acuerde y marcar la diferencia con la competencia.</p>	<p>Cuantas más opciones de pago pongamos más ventas realizaremos y sobre todo añadiendo las de compra rápida como Apple Pay o Google Pay, que hacen que el usuario no tenga que introducir todos sus datos a la hora de la compra.</p>	<p>Dicen que una imagen vale más que mil palabras, y más en una web. Hay que presentar los productos claros y sin muchos elementos, que se vea bien el producto. Menos es más.</p>
<p><i>FICHAS DE PRODUCTO COMPLETAS</i></p>	<p><i>INTERACTUAR CON EL USUARIO</i></p>	<p><i>VALORACIONES DE OTROS CLIENTES</i></p>
<p>Crear unas fichas de producto completas favorece la fiabilidad de la web y resuelve todas las dudas del cliente sobre el producto. Tipo de material, colores, medidas, dimensiones de paquete, montaje, mantenimiento, etc.</p>	<p>El usuario siempre tiene que tener estímulos en la web y saber que las acciones que está realizando las está haciendo correctamente. Por ejemplo, cuando añada un producto al carrito, que muestre en el icono del carrito que se ha añadido algo.</p>	<p>Conocer la opinión de otros usuarios que han comprado ese producto da mucha fiabilidad y hace sentir al usuario más seguro al comprarlo. Siempre viene bien saber que piensan los demás sobre algo que quieres comprar.</p>
<p><i>USO DE REALIDAD AUMENTADA Y REALIDAD VIRTUAL</i></p>	<p><i>CONSTRUIR PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN E INCENTIVOS</i></p>	<p><i>FACILITA EL USO DE CUPONES Y VISIBILIZA LOS DESCUENTOS</i></p>
<p>Últimamente se está viendo mucho que se está implementando la realidad aumentada en muchos ámbitos de nuestra vida. Dar la posibilidad de ver el producto que queremos comprar en el salón o en la cocina del cliente es un plus para la experiencia de usuario.</p>	<p>Hay muchas webs actualmente que cuando van a sacar nuevos productos cierran la web y dan acceso previo para gente fidelizada a través de redes o por Newsletter. Hacer sentir al usuario que es parte del equipo y que se le ofrecen recompensas por seguir la marca.</p>	<p>Crear un navbar superior donde muestra los códigos de descuento aplicables en ese momento o que en el carrito puedan conocer el precio final del producto antes del proceso de pago.</p>

Después de todo el análisis de las buenas prácticas de la competencia y la búsqueda de las tendencias de la UX en el E-Commerce, sacaremos una tabla con las características principales que debería tener estas y compararemos en cuales están implementadas y en cuáles no.

TABLAS COMPARATIVAS



 Si aparece dicha característica

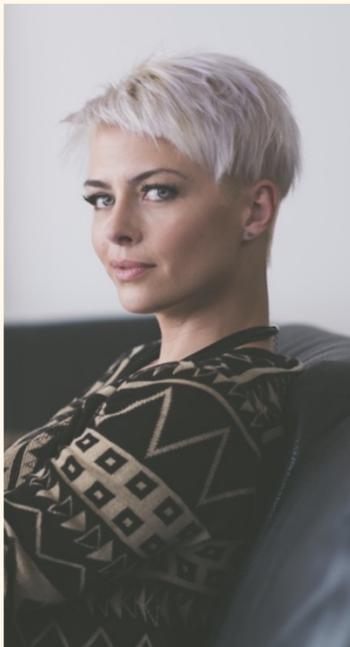
 No aparece dicha característica

			THE MASIE		LAMP  TWIST
Ficha del producto completa					
Diseño claro y estético					
Valoraciones de clientes					
Varias opciones de pago					
Buenas imágenes					
Sección de favoritos					
Información pertinente en el footer					
Buscador					
Buena categorización de los productos					
Proceso de pago agil					

DIAGNÓSTICO DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO ACTUAL

Después de realizar el estudio del mercado del E-Commerce de mobiliario e iluminación de diseño y de recabar todas las nuevas tendencias para este, es el momento de buscar los problemas de la web actual, que es lo que falla, lo que no está claro y que es lo que si funciona y por qué. Para ello se van a entrevistar a 5 usuarios y mediante un guion previamente diseñado para que nos ayude a determinar todas las erratas y los aciertos de la web actual. Se le determinarán varias tareas y veremos su desempeño, si es capaz de lograrlas y como se desenvuelve en la página web.





BEGOÑA SÁNCHEZ 50

Trabajadora de un supermercado. Le encanta la decoración de interiores y comprar cosas para decora su casa. Se considera una persona con caracter y disfruta del tiempo con su familia. Es una usuario de E-Commerce habitual.

MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Que sea clara y sencilla - Variedad de productos - Información de cuándo va a llegar el envío - Información de dimensiones del producto 	<ul style="list-style-type: none"> - Pocos métodos de pago - Desorganización de categorías - Tasas de envío muy elevadas - Que no se fácil contactar con la empresa
APPS	DISPOSITIVOS
 	



ESMA SARE EROÇELIK 26

Diseñadora UX, trabaja en un estudio diseñando webs para clientes de Strasourg. Por su trabajo, es una apasionada del diseño y el diseño en todas sus formas. También es una fanática de la moda y por ello está acostumbrada al E-Commerce online.

MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Facilidad y rapidez en la compra - Estética de la web - Calidad de las fotos 	<ul style="list-style-type: none"> - Que no se encuentre rápido lo que busca - Largos periodos de espera - Información actualizada de los pedidos
APPS	DISPOSITIVOS
   	 



JOSE ANTONIO RODRIGUEZ 56

Jubilado que durante su tiempo libre le gusta mucho mirar internet y estar enterado de las últimas noticias y novedades. Es un fiel comprador de Amazon y necesita un proceso de compra sencillo porque si no se pierde y no sabe por dónde continuar. Es un usuario extremo que nos viene muy bien entrevistar.

MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Buenas reseñas de otros usuarios - Facilidad y pocos pasos en el proceso de compra - Variedad de fotografías 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca claridad y pocos estímulos visuales - No saber los procesos que está haciendo - Largos periodos de respuesta
APPS	DISPOSITIVOS
 	 



MARTA BAZTAN 28

Copywriter en una agencia de publicidad y marketing. Se considera una chica muy social y extrovertida. Le gusta mucho ver el producto antes de comprarlo. Dice que los materiales cambian mucho de verlos en una pantalla a tocarlos o verlos.

MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Reseñas de los usuarios que han adquirido el producto - Precios competitivos - Facilidad para realizar la compra 	<ul style="list-style-type: none"> - Desinformación en el envío - Poca claridad si el producto está en stock
APPS	DISPOSITIVOS
  	  



XABIER IRIARTE 40

Emprendedor y dueño de una agencia de publicidad en Pamplona. Se describe como una persona no conformista y le encanta pasar tiempo con su familia y amigos. Suele hacer compras casi diariamente a través de Internet por lo que se conoce muy bien los procesos.

MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Facilidad de compra - Ofertas y descuentos - Puntualidad en el envío 	<ul style="list-style-type: none"> - No haya opción de recoger el producto en tienda - La página personal con pocas funcionalidades
APPS	DISPOSITIVOS
  	  

GUIÓN ENTREVISTAS

Entrevistamos a 5 personas que son usuarios potenciales de la web, para saber su opinión sobre la web de Luze. Nos dieran su opinión y sus percepciones, les preguntamos un poco sobre ellos, que les gusta hacer, como pasan el tiempo y, delante de la actual web de Luze, hicimos un pequeño test de usabilidad para encontrar los fallos más grandes y poder tenerlo en cuenta en el prototipado de la web.

INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

- Cuéntame un poco sobre tus hobbies. ¿Que te gusta hacer en tu tiempo libre?
- Con que asiduidad compras por internet? ¿Que tipo de productos sueles comprar?
- ¿Sueles comprar los precios de los productos? ¿Que es lo que hace que te decidas a comprar un producto en una web?
- ¿Que es lo que más valoras de las webs de mobiliario? ¿Porqué?
- ¿Hay algo que te haga decidir si compras o no en una web? ¿Porqué?
- ¿Guardas los productos en favoritos? ¿Que función le das a esta sección? ¿Has comprado alguna vez algún producto guardado en tu wishlist?
- Cuando vas a comprar un producto ¿prefieres registrarte o pagar como usuario invitado?
- ¿Las reseñas de compradores de un producto juegan un papel importante en la decisión de compra de este? ¿Porque?

GUIÓN ENTREVISTAS

ESCENARIO 1: Entrar en la web de Luze y primeras impresiones

- ¿Qué te parece a primera vista esta web? ¿Te parece sencilla o más bien compleja? ¿Por qué?
- Respecto a su organización ¿me podrías explicar cómo están organizadas las categorías?
- En el desglose de productos de una sección ¿te parece claro o más bien complejo? ¿Por qué?
- ¿Te parece correcta la previsualización de los productos? ¿Hay algo que cambiarías o añadirías?
- En el inicio, ¿hay alguna sección que te sobre o que no entiendas? ¿Cuál y por qué?
- ¿Estéticamente te parece atractiva? ¿Por qué?

ESCENARIO 2: Encontrar información sobre la empresa y su contacto

- Quieres saber más de esta empresa, ¿puedes buscar la información pertinente de quienes son donde se encuentra y como contactar con ellos?
- ¿Te ha parecido correcto donde esta situados los accesos a estas secciones de la web? Si no es así, ¿dónde los pondrías y por qué?
- ¿Has encontrado la información que buscabas o necesitas algún otro tipo de información sobre la empresa para confiar en ella y proceder a la compra? ¿Si es así el qué y por qué?

ESCENARIO 3: Búsqueda de un producto

- Vamos a comenzar por la búsqueda de un producto. ¿Cómo buscarlas un producto que quieres en esta web? ¿Qué dificultades encuentras? ¿Te parece correcta la categorización de los productos por el estilo de diseño? ¿Como los categorizarías tu?
- Una vez encontrado el producto ¿Te parece que hay suficiente información sobre el producto? ¿Añadirías o quitarías algo?

ESCENARIO 4: Proceso de compra de un producto

- Vamos a intentar comprar un producto. Selecciona uno y añádelo al carrito. Luego intenta proceder al pago. Introduce tus datos y llega hasta el pago.
- ¿Qué te ha parecido el proceso y por qué?
- ¿Como lo mejorarías?
- ¿Le añadiría o quitarías algo?
- ¿Qué es lo que menos te ha gustado del proceso y lo que más? ¿Por qué?

ESCENARIO 5: Solicitar un presupuesto de interiorismo

- ¿Te habías dado cuenta de que esta empresa también hace presupuestos de proyectos de interiorismo? Si es así, ¿en qué sección te ha llamado la atención y por qué?
- Si quieres solicitar un presupuesto, ¿por dónde accederías y por qué?
- ¿Te parece correcta la forma de pedir un presupuesto o lo pondrías de otra forma? ¿Qué quitarías o añadirías?

Finalizando con la entrevista

- ¿Qué te ha parecido la web?
- ¿Cuánto de 0 - 10, siendo 0 nada usable y 10 perfecta para su navegación, le pondrías a esta web?
- ¿Confiarías en ella para hacer una compra de uno de sus productos? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo que más destacarías positivamente de ella? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo que más destacarías negativamente de ella? ¿Por qué?

Después de la realización de las entrevistas a los usuarios presentados anteriormente, se han recabado los resultados y se han comparado. Estos nos han dado unos resultados que analizaremos por cada tipo de escenario planteo y con los que después se sacaran las conclusiones y los puntos generales a tener en cuenta en el rediseño de la nueva web.

PUNTOS MÁS FUERTES Y DÉBILES SEGUN LOS USUARIOS



ESCENARIO 1: Entrar en la web de Luze y primeras impresiones

Nada más entrar en la web los usuarios se han sentido perdidos porque no sabían cómo estaba organizada. La veían desorganizada en general y sin una coherencia ni estética. Además, el 80% de los entrevistados dicen que no entienden el menú y que les es muy difícil buscar algo con ese orden de categorías.

La información del footer la ven correcta, aunque un poco desorganizada. Hay cosas que se repiten en varios sitios y les confunde. Ven demasiados botones y menos por todos los lados y no les es nada claro.

"Me parece una web que se le ha dedicado muy poco tiempo para vender el tipo de producto que vende. No me atrevería a comprar en ella."

- Begoña

The screenshot shows the LUZE.es website interface with several annotations:

- Top Left:** A box points to the navigation menu with the text: "Esta categorización por Marcas no es clara para el usuario." (This categorization by Brands is not clear for the user.)
- Top Center:** A box points to the top navigation bar with the text: "Este menú pasa bastante desapercibido" (This menu is quite unnoticed).
- Top Right:** A box points to the user account area with the text: "Un 80% se ha fijado en este menú" (80% have focused on this menu).
- Bottom Center:** A box points to the footer with the text: "No saben porque esto esta aquí. No lo entienden" (They don't know why this is here. They don't understand it).

The website interface includes the LUZE.es logo, a navigation menu with categories like KARTELL, VITRA, FOSCARINI, MÁS..., ARTEMIDE, SANTA SELECCION & COLE, and LUZE. It also features a search bar, a shopping cart icon, and a footer with contact information and a privacy policy link.

ESCENARIO 1: Entrar en la web de Luze y primeras impresiones

Se repiten muchos menús y no les queda claro a los usuarios como esta organizada la web

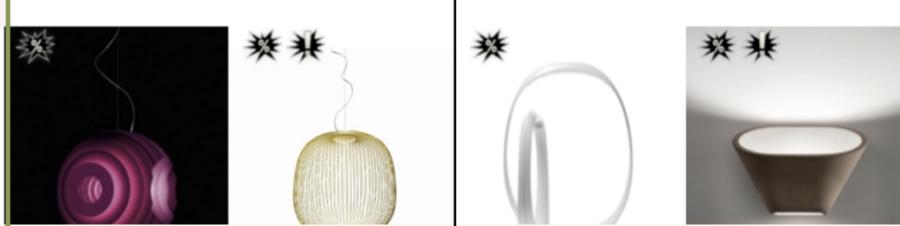
KARTELL
kartell idols
iluminación y LED
carritos y mesillas
estante y pared
mueble auxiliar
silla y mesa
accesorios



VITRA
Accesorios Vitra
Butacas
Iluminación Vitra
Mesas Vitra
Sillas Vitra
Sofás Vitra

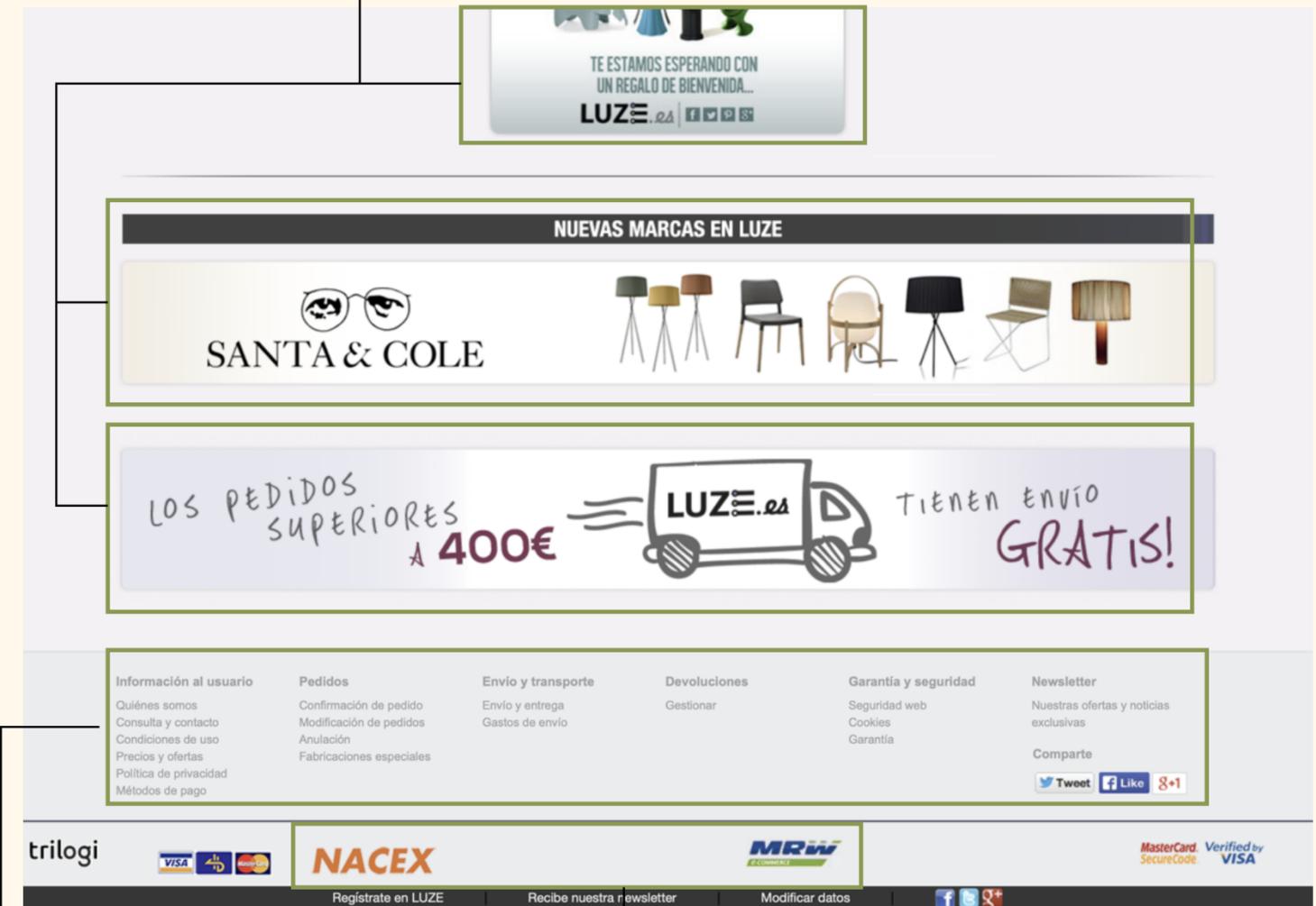


FOSCARINI
lámpara sobremesa
lámpara de pie
lámpara suspension
lámpara de techo
lámpara exterior
lámpara de pared
LEDs foscarini



Las fotografías no son muy homogéneas y a simple vista debería aparecer el precio, lo que es y una pequeña descripción

Pasan muy desapercibidas estas secciones. No les dan importancia



TE ESTAMOS ESPERANDO CON UN REGALO DE BIENVENIDA...
LUZE.es

NUEVAS MARCAS EN LUZE

SANTA & COLE

LOS PEDIDOS SUPERIORES A 400€ TIENEN ENVÍO GRATIS!

Información al usuario: Quiénes somos, Consulta y contacto, Condiciones de uso, Precios y ofertas, Política de privacidad, Métodos de pago

Pedidos: Confirmación de pedido, Modificación de pedidos, Anulación, Fabricaciones especiales

Envío y transporte: Envío y entrega, Gastos de envío

Devoluciones: Gestionar

Garantía y seguridad: Seguridad web, Cookies, Garantía

Newsletter: Nuestras ofertas y noticias exclusivas

Comparte: Tweet, Like, +1

trilogi, NACEX, MRW, MasterCard Verified by VISA

Regístrate en LUZE, Recibe nuestra newsletter, Modificar datos

La info en general la encuentran bien y les parece correcto

Es irrelevante las empresas de transporte.

ESCENARIO 2: Encontrar información sobre la empresa y su contacto

La mayoría de los usuarios se van directamente al footer para buscar la información de contacto o saber más sobre la empresa. Solo uno uso el botón de contacto del menú y dijo que por que lo vio mientras intentaba entender el orden de los productos.

Una vez entran en la sección de saber más de la empresa, se sienten perdidos y nada atraídos por esta. Dicen que no les parece nada bien la distribución y la haría más sencilla y moderna. Solo necesita organización.

“Creo que la página de contacto se podría mejorar estéticamente, pero la información que da es la correcta. Como mucho añadiría un mapa de donde se encuentra el almacén o de las tiendas que tienen.”

– Xabier

Esta imagen es confusa en esta sección

CONSULTA Y CONTACTO

¿Alguna pregunta sobre nuestros artículos, ofertas, otras marcas...?

- Por teléfono en el +34 601 275 184
- Vía eMail en Info@luze.es
- Formulario de consulta.



Formulario de consulta: ¡Coméntanos!

Atenderemos tu petición en breve

Nombre *

Apellidos

Email *

Teléfono

Tipo de consulta

Tu pregunta

Código de validación

He leído y acepto la Política de privacidad y las Condiciones de uso

Enviar

No hay nada con un orden o que llame la atención. Faltan títulos y diseño

El formulario tiene una estética muy descuidada. Hay una desproporción en los tamaños

ESCENARIO 3: Búsqueda de un producto

El 60% de los usuarios a la hora de darles la tarea de buscar una lámpara utilizaron el buscador, el 20% porque siempre busca así en las webs y el 40% porque se aclaraban con las categorías del menú.

El usuario está acostumbrado a comprar un producto por categorías de producto como iluminación y tipo de iluminación, que no por marcas. Esta selección se puede añadir como filtro en la búsqueda de producto, pero no como primera categorización.

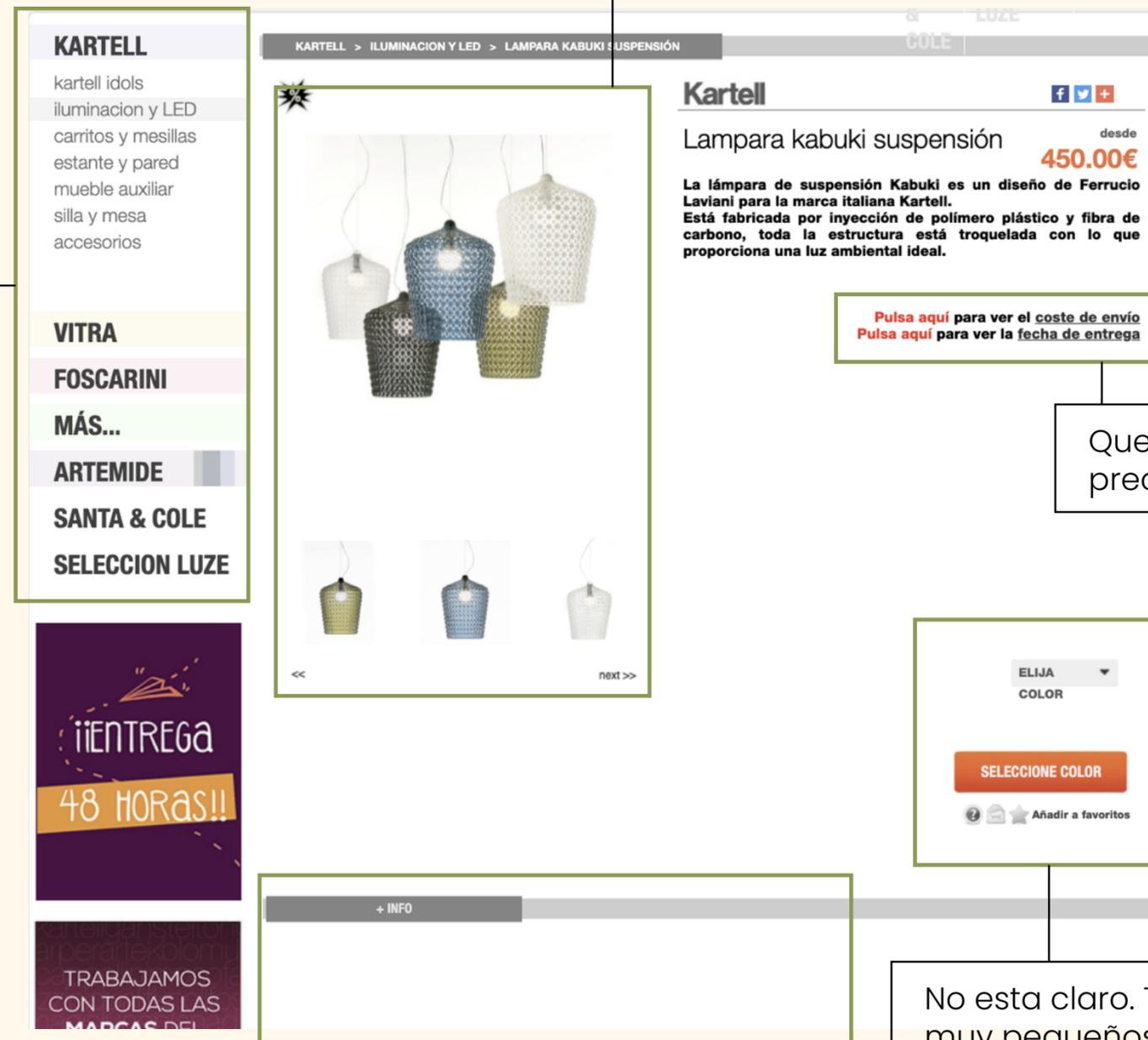
Ya dentro de la ficha del producto, les parece en general muy escasa la información. El 100% de los usuarios mostraron rechazo al ver que faltaban las medidas del producto. La calidad de las imágenes la vieron escasa y los tamaños de las fotos son pequeños.

"Me parece que al vender un producto debería haber más fotos de producto y la ficha debería centrarse en mostrar el producto y darle importancia. Actualmente no hay un equilibrio entre el texto y las fotos y la información no está clara y bien organizada"

- Esma

No es necesario que se repita el menú superior en el lateral

Pocas imágenes y muy pequeñas. No se ve el material y los detalles.



Pulsa aquí para ver el coste de envío
Pulsa aquí para ver la fecha de entrega

Que salga el precio del envío



No está claro. Tamaños muy pequeños.

No hay información complementaria. Medias, material, dimensiones paquete,...

ESCENARIO 4: Proceso de compra de un producto

A los usuarios de más edad se le ha complicado la tarea a la hora de realizar el pedido. No les parece nada claro añadir un producto con varias opciones de compra al carrito y además el proceso de compra se les hace muy largo y lento. Dicen que no hubieran acabado de hacerlo de no ser porque era una entrevista.

El 80% de los usuarios entrevistados pregunta sobre el envío, y no le queda nada claro si tiene que pagar o no envío. Además, el mismo porcentaje de personas les parece escasos los métodos de pago de la web. Mínimo todos coinciden en añadirle PayPal.

"Esta web carga muy lento y no me queda nada claro el envío. No sé cuándo me va a llegar ni cuanto tengo que pagar desde el principio."

- Jose Antonio

No hay una estética personalizada en el proceso de compra

Demasiada información para rellenar

Productos	Precio	Cantidad	Subtotal
 Lampara kabuki suspensión COLOR: Blanco	371.90€	1	371.90€
Subtotal			371.90€
tarjeta de crédito			0.00€

Base imponible	IVA	Total
371.90€	21 %	78.10€
Total		450.00€

Método de envío: Envío - Standard 0.00€

Método de pago: tarjeta de crédito 0.00€
 Transferencia bancaria 0.00€

¿Tienes un vale de regalo? Introdúcelo aquí

Comentarios del pedido

Pocos métodos de pago

INICIO DE SESIÓN DE USUARIO LUZE

Email

Contraseña

Recordar contraseña

NUEVOS CLIENTES E INVITADOS

Si creas una cuenta podrás obtener descuentos, acceder al historial de tus pedidos, recuperar pedidos anteriores, guardar tus productos favoritos y compartírtelos con tus amigos y no tendrás que rellenar tus datos en cada compra.

Para comprar como invitado simplemente desmarca la casilla de 'crear una cuenta'.

Tipo de cliente: Particular Empresa Autónomo

Nombre *

Apellidos *

NIF *

Dirección *

País *

Email *

Teléfono

Móvil *

Suscribirse a la newsletter

Código de validación *

Crear una cuenta

Contraseña *

Confirmar contraseña *

Dirección de envío diferente

He leído y acepto la Política de privacidad y las Condiciones de uso

ESCENARIO 5: Solicitar un presupuesto de interiorismo

Ninguno de los usuarios se había percatado que había una sección en la que podían pedir un presupuesto de proyecto. Al acceder a la sección de la web la han visto bastante escasa y poco clara. Las fotografías pequeñas y no están en formato de galería, lo que no permite ver en grande los proyectos que han realizado.

Algún usuario nos ha comentado que, en lugar de llamar el usuario a un número, le parecía mejor un formulario para dejar el teléfono y que llamen. El 80% de los usuarios creen que le falta más información en general y las fotos más grandes.

"Creo que haría falta una galería de fotos de los proyectos con una breve descripción de estos, para ver los mejores trabajos y poder confiar en la empresa."

- Marta

Muy poca información

PROYECTOS Y PRESUPUESTOS A MEDIDA - LUZE.ES

Desde el equipo de Luze Proyectos te ofrecemos todas las marcas de diseño del panorama nacional e internacional, para completar tu idea o proyecto.

Con más de 30 años de experiencia en la línea del interiorismo de diseño, cientos de trabajos y proyectos a nuestras espaldas, te hacemos llegar nuestra confianza y experiencia a través de Luze. Junto a ti, le daremos forma a ese proyecto o idea especial que tienes en mente.

Y si ya tienes tu proyecto completo, y buscas las mejores condiciones y calidad de servicio, [solicítanos presupuesto](#).



Muy poco llamativo y no queda claro que hay que hacer para pedir presupuesto

Teléfono: +34 601 27 51 84
Vía eMail en info@luze.es

Formulario de consulta

Estaremos encantados de atenderte :-)

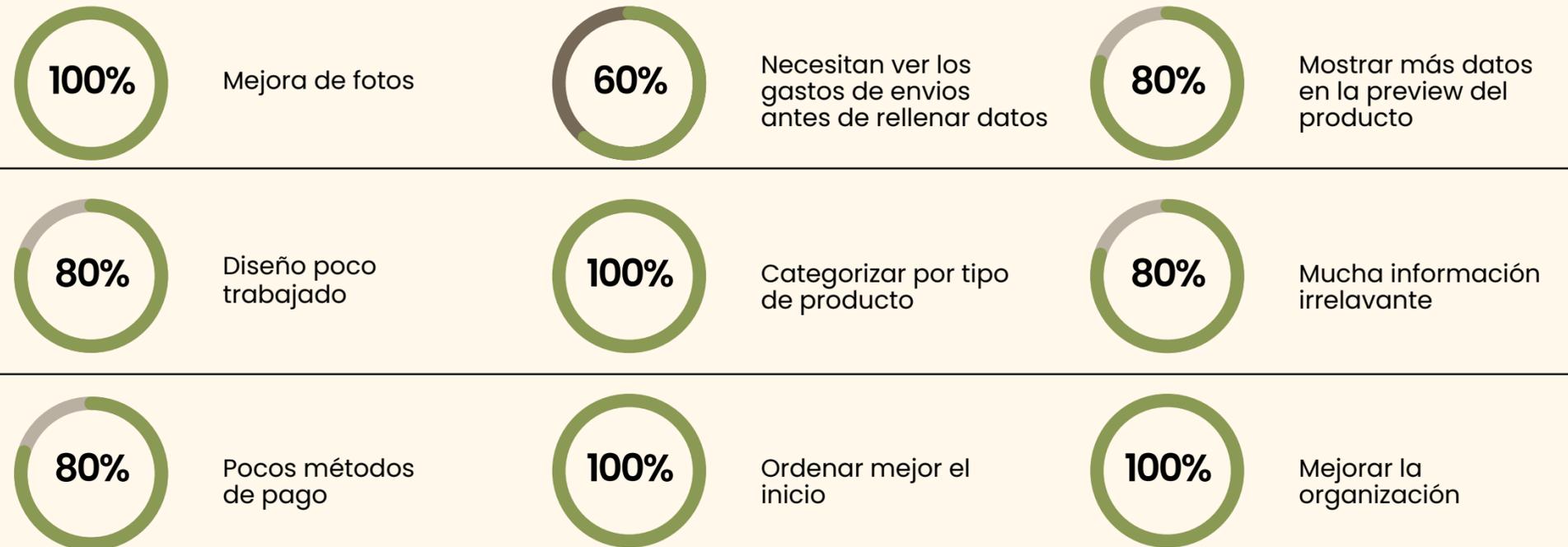
La galería no es interactiva y no se pueden ampliar las fotos



RESULTADOS

En general, los usuarios no confiarían en esta web para ese tipo de compras. La ven una web muy antigua y poco clara a la hora de navegar. No hay una experiencia de usuario favorable ni remarkable. Cada usuario solo sabía sacar una práctica buena de toda la web. La media de la puntuación obtenida por los usuarios es un 3,5, por lo tanto, es una web que necesita una mejora para poder conseguir mayores ventas y atención del público al que se dirige.

PORCENTAJE DE USUARIOS DE ACUERDO CON LOS SIGUIENTES PUNTOS



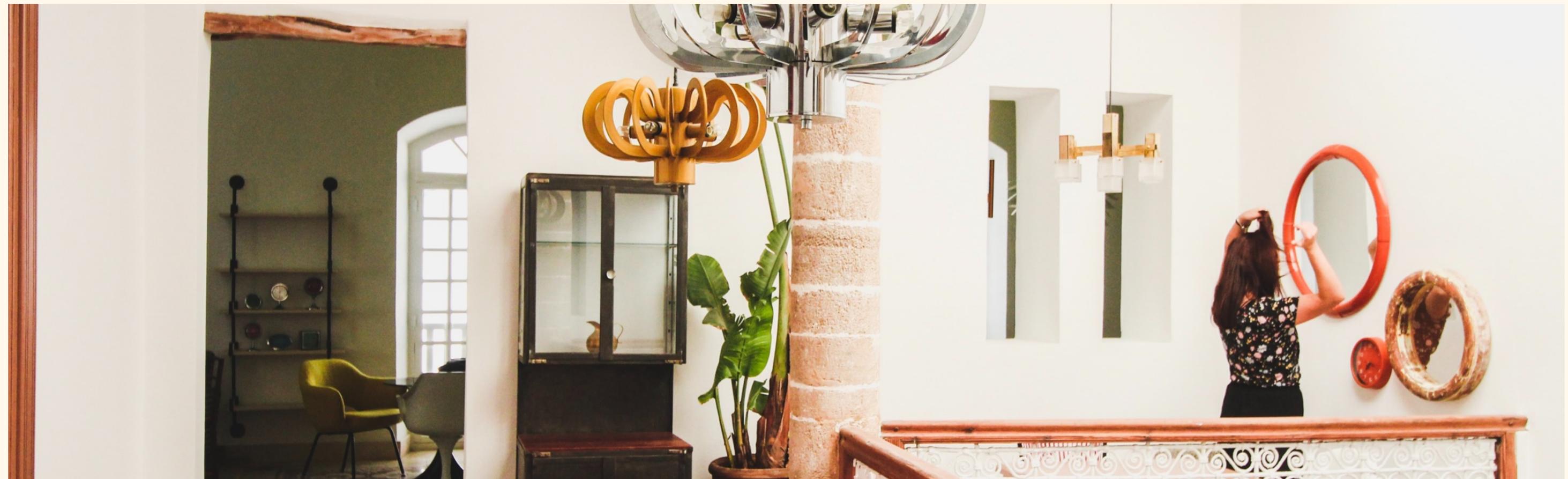
“Me parece un lío la organización del menú y veo que se repite mucho. Me confunde mucho y no se dónde buscar para ver, por ejemplo, todas las lámparas disponibles en la web. Yo cuando busco comprar una lámpara, busco el artículo, no una marca, a no ser que ya conozca la marca y entonces busco algo concreto.”

-Begoña



CARACTERÍSTICAS DE LA FUTURA UX

Después de analizar todas las entrevistas y los resultados obtenidos en ellas, se saca un listado con los puntos principales a cambiar, basados en el feedback de los usuarios y en el Desk research realizado anteriormente. Este es el listado de características que se deben implementar en el prototipo del nuevo diseño de la web. Con ello conseguiremos una mejor experiencia de usuario y por consiguiente, mayores ventas.



MEJOR DISEÑO

Todos los usuarios han coincidido. Esta web debería ser mucho más visual y clara, que ayude a su lectura y no sea un impedimento a la hora de comprar un producto.

*LAS CATEGORÍAS
MEJOR ORGANIZADAS*

La web no está bien organizada por categorías. El primer nivel debería ser el tipo de producto que busca el cliente, y luego que pueda seleccionar las marcas, precios y demás. Hay que hacer una reestructuración de esta y categorizar todo correctamente.

MEJOR FOTO DE PRODUCTO

Actualmente las fotos no tienen una coherencia uniforme entre ellas, y esto no ayuda a la navegación de la web. Los usuarios demandan además de mejores fotos, más cantidad en las fichas de productos.

*MEJORA DE LAS FICHAS DE
PRODUCTO: MÁS DATOS*

Las fichas son muy escuetas; les faltan datos importantes como las medidas, composición, y demás. Además, visualmente no son nada llamativas y no ponen al producto en primera plana.

EL PRECIO DE ENVÍO VISIBLE

El proceso de pago tiene que ser más sencillo y claro. El precio de envío debe aparecer desde un principio para ayudar e informar desde un principio al comprador cuanto va a pagar.

MÁS MÉTODOS DE PAGO

Añadir más formas de pagar que faciliten la compra al cliente, como pueden ser PayPal, Apple Pay o Google Pay, a través de las cuales permiten también la compra rápida.

*PREVIEW DEL PRODUCTO
MÁS COMPLETA*

En las secciones donde se muestran los productos de una categoría debería de aparecer el precio sin que el usuario haga ningún tipo de acción. Siempre debe estar a la vista.

AÑADIR FAVORITOS

Es una función más que ayuda al cliente a crear su propio espacio en el que puede añadir eliminar productos a su gusto. Además, es una forma de fidelizarle ya que si guarde cosas puede que vuelva comprarlas.

*MAYOR INTERACCIÓN
CON EL USUARIO*

A la hora de añadir al carrito un producto al carrito, si este tiene opciones de compra, los usuarios no les queda claro donde clicar porque la web no interactúa con el usuario, no muestra ningún tipo de mensaje.

EMPATHY MAP

Mediante este podremos conocer el perfil de cada cliente y comprender el ambiente en que interactúan con frecuencia, las necesidades reales y como la empresa puede ofrecer una solución acorde. Para lograr esto, el empathy map analiza no solo los aspectos internos y externos que forma parte del entorno, sino también sus pensamientos, sentimientos y actitudes.

Después de la entrevista con los usuarios definiremos el empathy map basándonos en las respuestas que coinciden entre ellos y en como vemos representado a nuestra User Persona.



PIENSA que el diseño de una web es importante para que llame la atención de primeras
PIENSA y confía en las opiniones de otros usuarios
PIENSA que el proceso de compra de ser fácil y rápido, sin ninguna complicación.
PIENSA que la web está anticuada y necesita renovación
PIENSA que el producto y los detalles de este se tiene que ver bien



SIENTE inseguridad por el diseño y la interfaz de usuario
SIENTE confusión y se pierde con la mala organización de las categorías
SIENTE estrés a la hora de hacer la compra y no encuentre la información fácil.
SIENTE desconfianza de las webs que ofrecen pocos métodos de pago
SIENTE escepticismo cuando una web no muestra el precio de envío

¿QUE PIENSA Y SIENTE?

¿QUE ESCUCHA?

ESCUCHA las opiniones y consejos de personas cercanas.

ESCUCHA podcast en Spotify y en YouTube

ESCUCHA los consejos y publicidad de Influencers y creadores de contenido

ESCUCHA diariamente a los clientes y a sus compañeros de trabajo

ESCUCHA música al ir en el coche



¿QUE VE?

VE una habitación de su casa

VE y busca en varias webs para comparar precios y servicios que ofrece.

VE los detalles del producto en detalle para saber si encaja en lo que busca

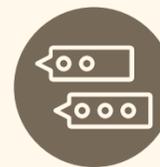
VE otras webs mejor elaboradas y más estructuradas

VE series y películas en plataformas de streaming



¿QUE DICE Y HACE?

DICE que la web se ve bastante caótica y que no entiende su organización
DICE que le hacen falta más características de producto, como las medidas
DICE que no se fiaría de esta web porque no le transmite confianza
DICE que el proceso de compra le parece tedioso y poco "amigable"
DICE que quiere ver el coste y tiempo del envío lo antes posible.



HACE y busca los productos a través de buscador cuando no los encuentra a simple vista
HACE y busca en otras webs otras ofertas
HACE y busca cupones de descuento para aplicar a la compra
HACE y accede a través de otras plataformas que ofrecen descuentos

TEMORES | FRUSTRACIONES

- La información de cuánto va a costar el envío no sale hasta el final del proceso de compra
- No hay muchas fotos del producto y la que hay no son de buena calidad
- La información del producto es escasa
- Que haya pocos métodos de pago
- No saber cómo buscar un producto en la web
- No ve clara la información que se da sobre la empresa ni bien organizada
- La organización de las categorías le parece un caos y no la entiende
- Ve muchos apartados repetidos y no sabe cómo navegar correctamente

BENEFICIOS | MOTIVACIONES

- Que cumpla las expectativas de lo que se ve en la web
- Ahorro de tiempo de ir a comprar en tienda
- Que tenga un amplio catálogo de productos
- Que tenga precios competitivos con el mercado
- Le motiva un diseño llamativo
- Le agrada que las medidas del producto sean sobre foto real
- Le gusta que el contenido este bien redactado y haya niveles de texto

BRAINSTROMING Y ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS

Para comenzar, haremos una sesión de ideas en la cual se intentarán sacar conceptos de la competencia y se añadirán nuevas ideas obtenidas a través de los procesos anteriores. A través de la técnica de la flor de loto se organizarán un poco los conceptos y las ideas.

A continuación, se recabarán los datos de las distintas categorías que dispone la Web de Luze y se reorganizarán de forma lógica para una mayor comprensión del usuario.



FAST SKETCH BRAINSTORMING

PROYECTOS + IMPORTANTES	DEJAR EL TELEFONO PARA LLAMAR	INSPIRACION PARA PROYECTOS?	REALIDAD VIRTUAL EN PRODUCTOS	BA CHATBOT	POP UP AL ENTRAR NEWSLETTER	Dividirlos por tipo de producto	BUCCADOR	WISLIST
FORMULARIO CON PREGUNTAS SOBRE ESTE SERVICIO	SERVICIO DE INTERIORISMO	GALERIA DE PROYECTOS	PRECIO SIEMPRE VISIBL	ESTIMULOS EN LA WEB	BARRA CON OFERTAS	Postura de "Brands"	CATEGORIAS ORG/MENU	LOG IN
TELEFONO V MAIL DE CONTACTO	VALOR DISTINTO A LA COMPE	PARLE VALOR EN EL INICIO PRE	CARRITO MARQUE CUANDO HAY ALGO EN EL.	PRODUCTOS CON DESCUENTO ESTEN TENGAN UNA LLAMADA	GUIA EN EL EN PROCESO DE COMPRA	Culet/Speci Prices	tipos de Estancias	CERTA
HISTORIA	VALORES DE MARCA	FOTOS	SERVICIO DE INTERIORISMO	ESTIMULOS EN LA WEB	CATEGORIAS ORG/MENU	FOTOS SAME COLLECTI SLIDER	DISPONIBILIDAD EN TIENDA	PRE ENVIO
EL EQUIPO	SOBRE LUZE	TIENDAS	SOBRE LUZE	CONTENIDOS DE LA WEB	FICHA PRODUCTO	PRODUCTOS SIMILARES 3 D/VR	FICHA PRODUCTO	PRE DIMENSIONES
LINKADO AL CONTACTO	SOCIAL MEDIA	TEAM	EN PROCESO DE COMPA	FOOTER (CONDICIONES) COMPRA	CONTACTO	DESSEMBALDIS Y MONTAJE	OTROS COLORES CARACTERISTICAS	PRECIO MATERIALES
ACCESIBLE EN TODO MOMENTO	COMPRA RAPIDA	PAGO SIN REGISTRO	Sobre la complex	METODOS DE PAGO	IDIOMAS	FORMULARIO	MAPA	DATOS
CON POSIBLE RETARNO	PROCESO DE COMPRA	INTERACTUAN CON EL USUARIO	REDES SOCIALES	CONDICIONES) FOOTER	TU CUENTA	REDES	CONTACTO	FAQ
VARIOS METODOS DE PAGO	REGISTRO FACIL	ENVIO * COSTES A LA VISTA	AVISO LEGAL	AYUDAR	CONTACTO	PEVULUCIONES	ENVIOS	NEWSLETTER

Proyectos más importantes	Teléfono para llamadas	Inspiración para proyectos
Formulario sobre este servicio	Servicio de interiorismo	Galería de proyectos
Mail de contacto	Valor distintivo de la competencia	Valor en el inicio

Realidad virtual en productos	Chatbot para resolver dudas	Pop up de descuento - Newsletter
Precio siempre visible	Estimulos en la web	Barra superior info ofertas
Carrito con numero de lo que hay	Ofertas con llamada de atención	Guía en el proceso de compra

Tipo de producto	Buscador	Wishlist
Pestaña de Marcas	Categorías organizadas / menú	Log In
Oulet / Special Prices	Tipos de estancias	Carrito de la compra

Historia	Valores de la marca	Fotos de la empresa
El equipo	Sobre la empresa	Tiendas físicas
Link al contacto	Social Media	Team



Fotos Slider collection	Disponibilidad	Envío - costo y tiempo
Productos similares 3d / VR	Ficha de producto	Dimensiones
Desembalaje y montaje	Otros colores Características	Precio Materiales

Accesible en todo momento	Compra rápida	Pago sin registro
El equipo	Proceso de compra	Interactuar con el usuario
Link al contacto	Registro sencillo	Envío - costes a la vista

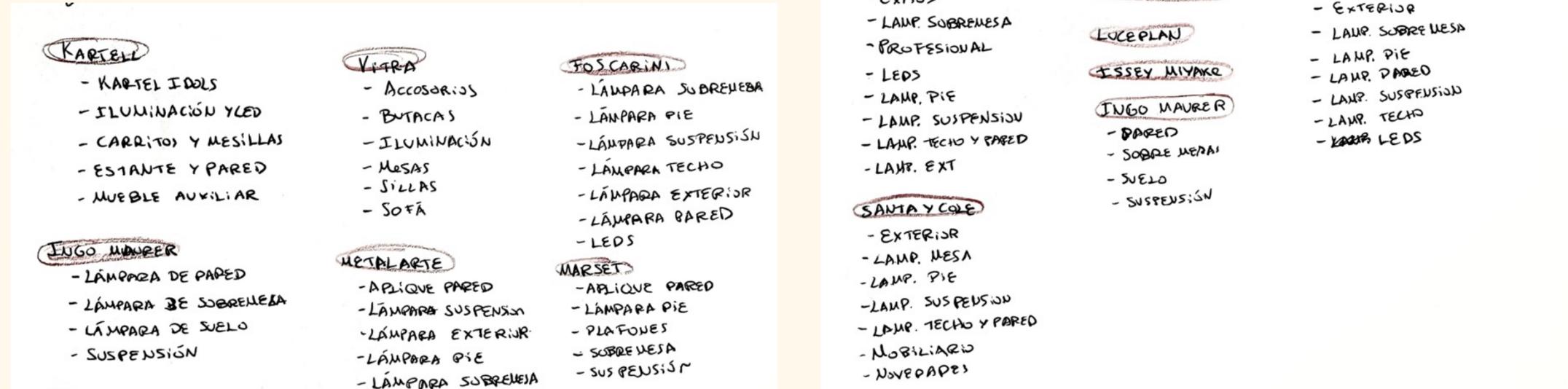
Sobre la empresa	Métodos de pago	Idiomas
Redes Sociales	Footer	Tu cuenta
Aviso Legal	Ayuda	Contacto

Formulario	Mapa de localización	Datos de contacto
Redes	Contacto	Preguntas frecuentes
Devoluciones	Envios	Tiendas físicas - mapa

ORGANIZACIÓN DE LA NAVEGACIÓN

MENÚ SUPERIOR

Organización actual del menú



Iluminación interior

Lámparas colgante
Lámparas de techo
Lámparas de mesa
Lámparas de pie
Lámparas de pared
Lámparas de suelo
Plafones
Led

Iluminación exterior

Lámparas colgante
Lámparas de techo
Lámparas de mesa
Lámparas de pie
Lámparas de pared
Lámparas de suelo

Mobiliario

Carritos
Mesas
Sillas
Butacas
Sofás
Estanterías
Decoración
Exterior

Marcas

Kartell
Vitra
Foscarini
Ingo Maurer
Metalarte
Marset
Flos
Norman Foster
Luceplan
Issey Miyake
Artemide
Santa&Cole

Estancias

Salón
Comedor
Dormitorio
Cocina
Baño
Home office
Jardín y terraza
Recibidor

Outlet

A medida

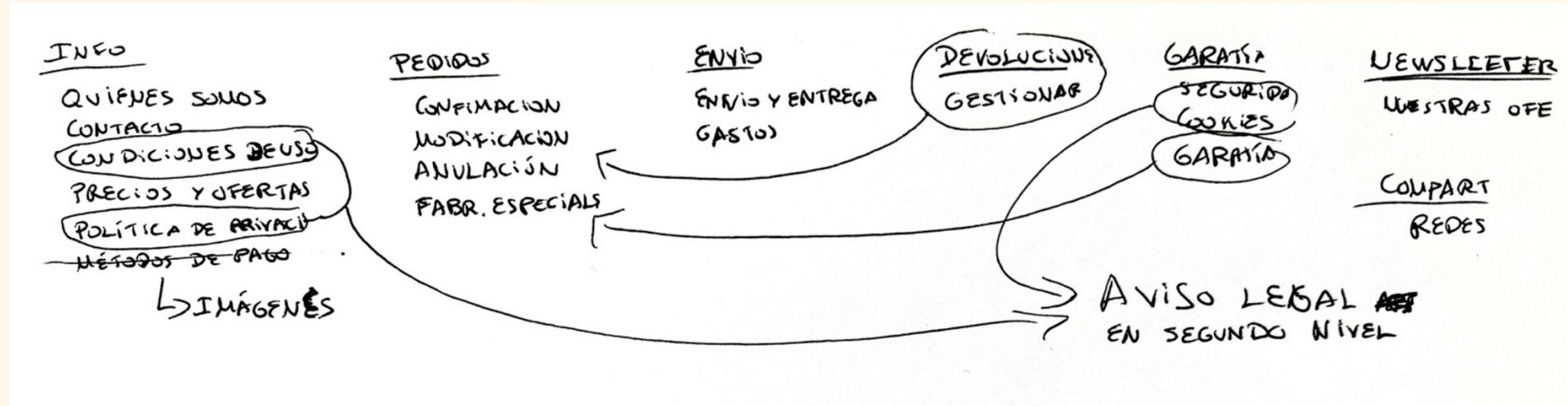
Buscador

Carrito
Wishlist
Log In

ORGANIZACIÓN DE LA NAVEGACIÓN

FOOTER

Organización del footer



SOBRE NOSOTROS

Quiénes somos
Diseñadores y Marcas
Encuentra tu tienda
Crea tu proyecto
Contacto
Ofertas

AYUDA

Preguntas frecuentes
Devoluciones, incidencias y reembolsos
Consultar el estado de mi pedido
Envíos y gastos de envío
Financiación

TU CUENTA

Regístrate
Inicia sesión

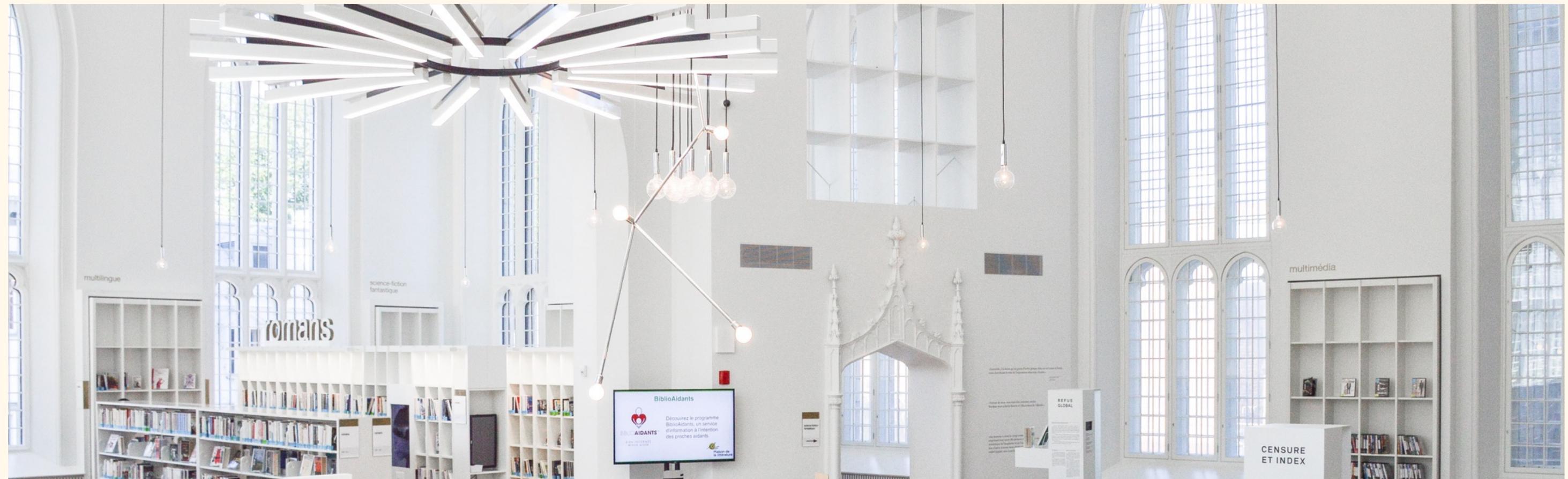
AVISO LEGAL

Condiciones de uso
Política de privacidad
Política de cookies
Aviso legal

FLOWCHART DE PANTALLAS

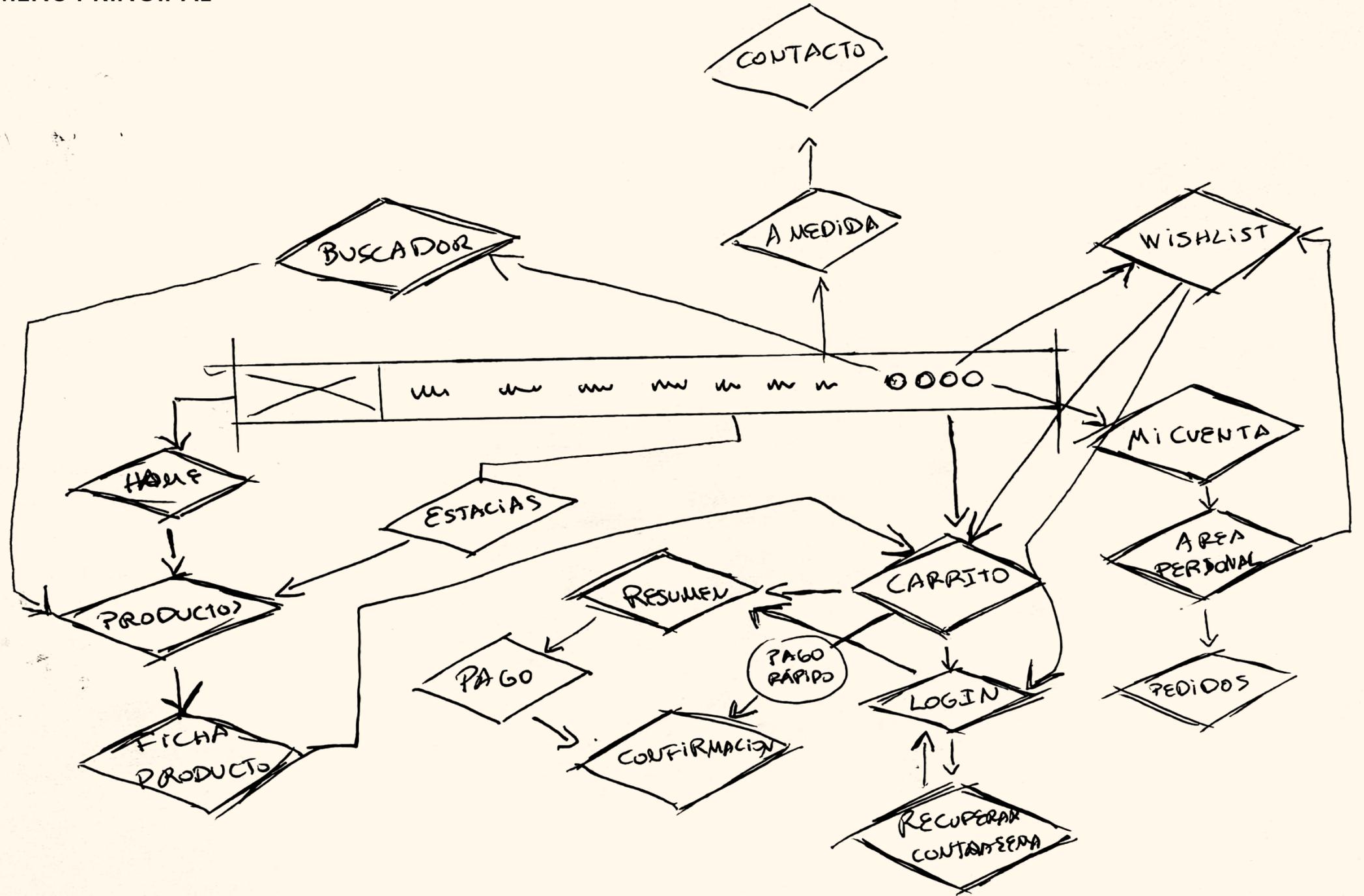
El Flowchart o diagrama de flujo es un diagrama que describe un proceso, sistema o algoritmo informático. Se usan ampliamente en numerosos campos para documentar, estudiar, planificar, mejorar y comunicar procesos que suelen ser complejos en diagramas claros y fáciles de comprender.

A continuación, crearemos el diagrama de flujo de la web a través de mini wireframes que nos ayudara a comprender mejor la navegación de esta.



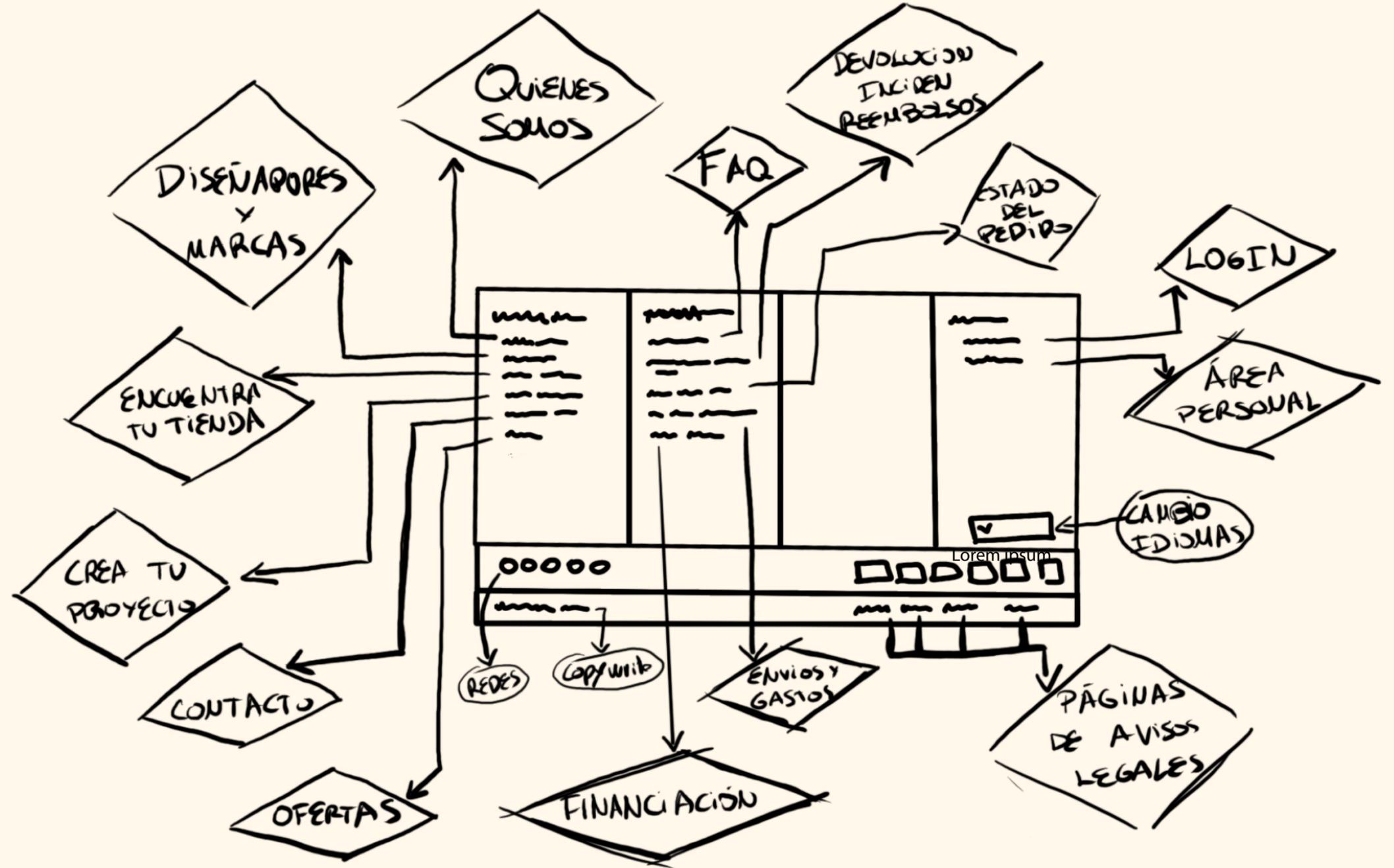
FAST SKETCH FLOWCHART MENU PRINCIPAL

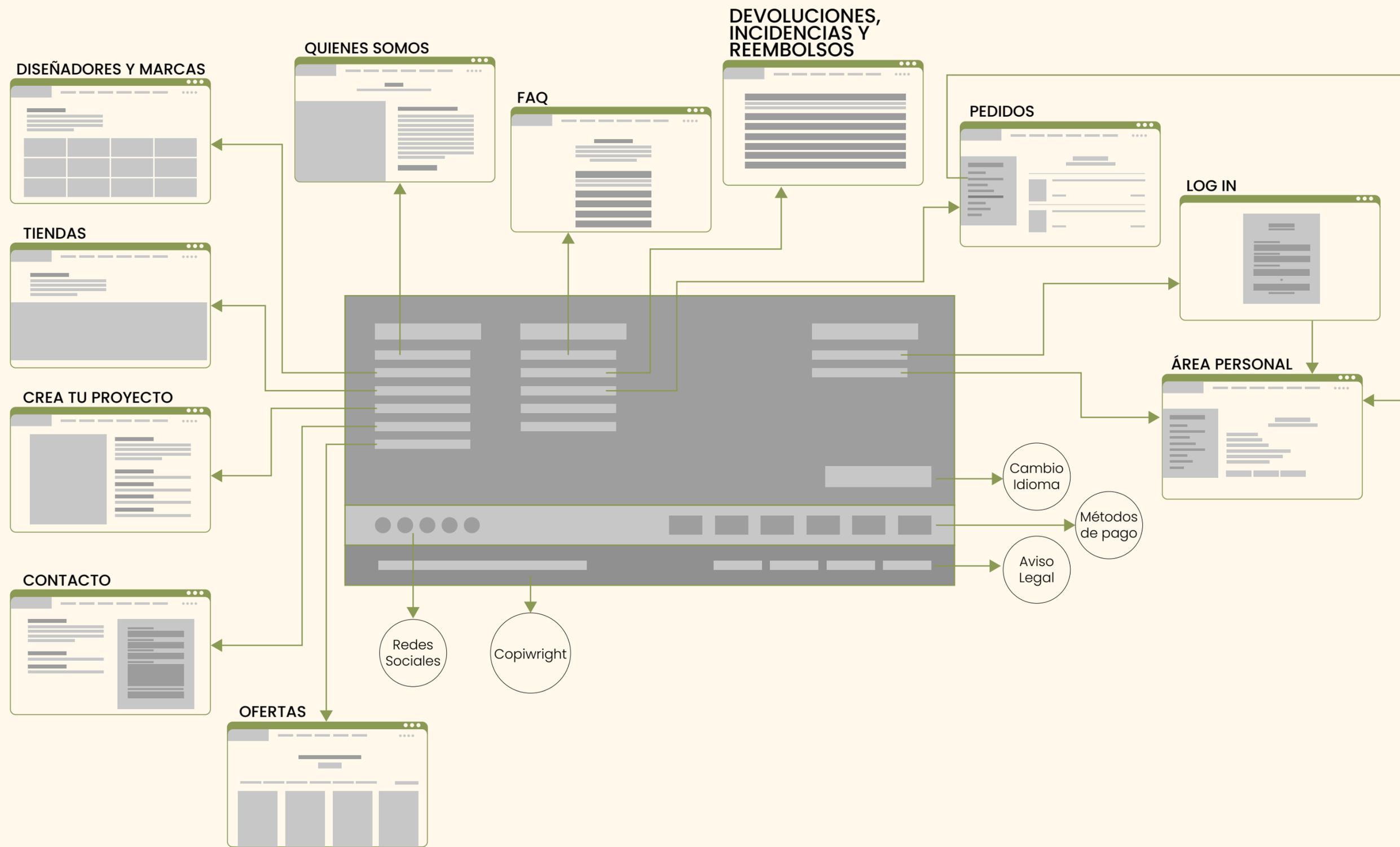
MENÚ PRINCIPAL



FAST SKETCH FLOWCHART FOOTER

FOOTER





A continuación, después de la realización del Flowchart con wireframes de bajo calidad, vamos a prototipo varias secciones de la web con wireframes de alta fidelidad y con funcionalidades interactivas. Este proyecto está disponible en el enlace de abajo de esta página a Figma, el cuál esta realizado de manera interactiva y tiene varias funcionalidades como la navegación y popups.

En las siguientes páginas se explican uno a uno las secciones de la web prototipadas con pequeños comentarios que clarifican que son y para qué sirven.

WIREFRAMES

<https://www.figma.com/file/cazWcrQtg6M4MalmK019hL/LUZE---PROYECTO-MI?node-id=0%3A1&t=IfTXP75NejGIFeQJ-1>

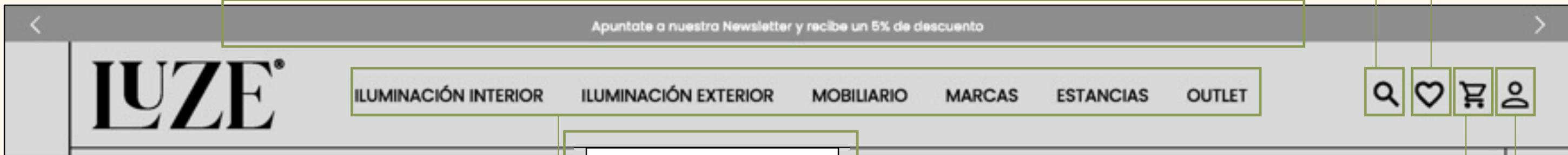
SECCIÓN DE LA WEB MENÚ SUPERIOR

¿Que estás buscando?

Van apareciendo ofertas como 5% al apuntarse a la Newsletter o gastos de envío gratis al sobrepasar los 300€

Wishlist con los articulos favoritos
Solo es accesible si estas registrado

Se abre un pop up con un buscador



Estas secciones despliega un menu con subcategorias, pero estas en sí, ya son categorías. Se abre una página con productos a los que se le puede aplicar filtros de búsqueda.

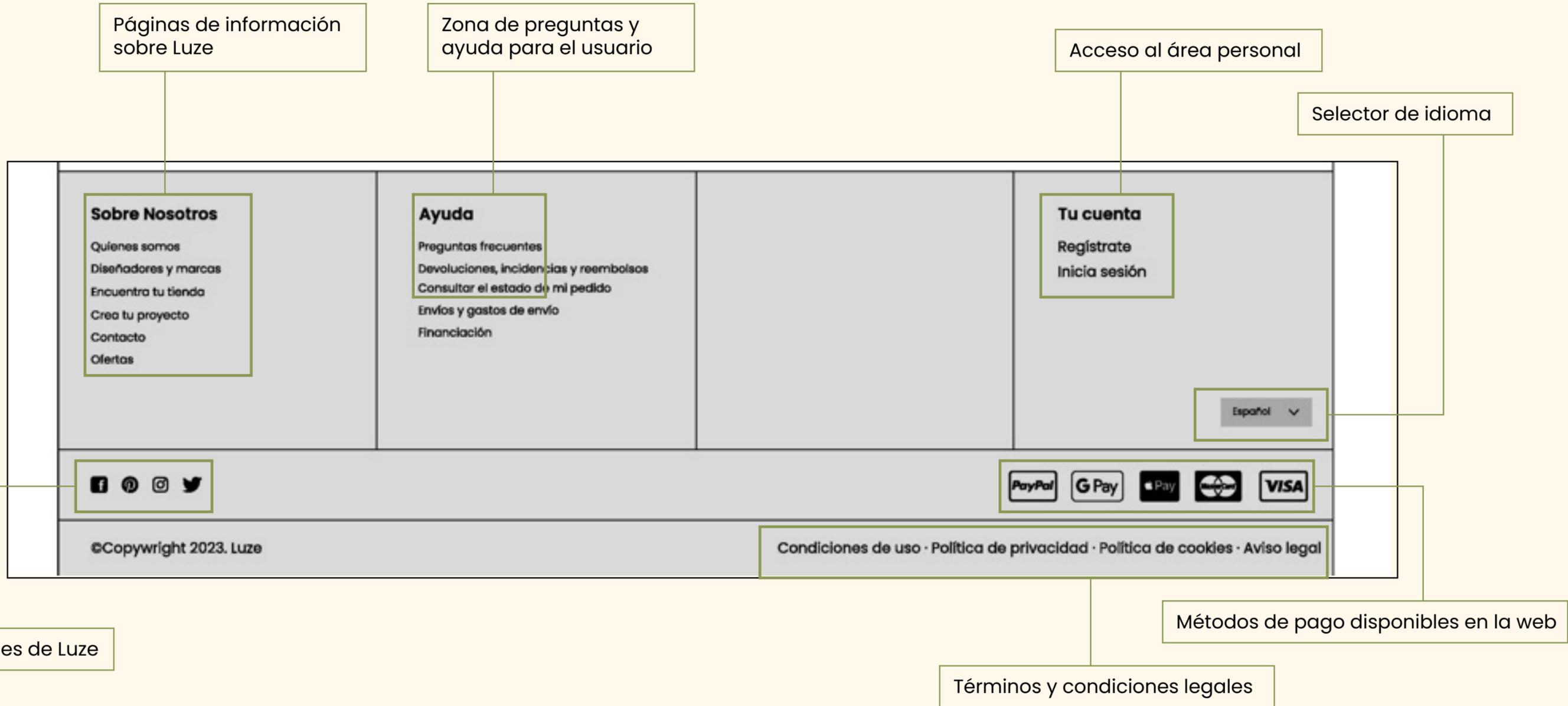
Menú desplegable de las categorías padres. Aquí aparecen las subcategorías.

- Lámparas colgante
- Lámparas de techo
- Lámparas de mesa
- Lámparas de pie
- Lámparas de pared

Abre un nueva página en donde se visualizan todos los articulos en la cesta

Si no estas logeado, se abre un pop up delante de todo el contenido donde te pide que te identifiques. Hay una opcion de crear nueva cuenta en este pop up

SECCIÓN DE LA WEB FOOTER



SECCIÓN DE LA WEB INICIO

Imagen de un espacio decorado con los productos de la web

Botón que lleva a la sección de la categoría de nuevos productos

Productos más comprados o que a Luze le interesa vender. Cada uno lleva a la ficha del producto



SECCIÓN DE LA WEB INICIO

Para no perder esa importancia que se le da a la web actual en centrarse en las marcas, se ha creado una zona dónde se muestran las más importantes. Además de esto también habrá una categoría en la búsqueda de productos para filtrarlos por selección de marcas

Como no toda la competencia tiene el servicio de crear proyectos personalizados, tenemos que diferenciar a Luze de cualquier otro E-commerce de venta de mobiliario e iluminación. A través de esta sección en el home se da acceso a primera vista a una zona de la web que explica este servicio

NUESTRAS MARCAS DESTACADAS

KARTEL  Descubrir colección >	VITRA  Descubrir colección >	FOSCARINI  Descubrir colección >
INGO MAURER  Descubrir colección >	METALARTE  Descubrir colección >	SANTA&COLE  Descubrir colección >

SERVICIO DE PROYECTOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris dictum odio et consequat ullamcorper. Ut blandit metus vel malesuada pulvinar. Donec sagittis vulputate elit commodo fermentum. Praesent purus justo, iaculis vel sapien non, elementum commodo nisl. Suspendisse condimentum sed tellus in efficitur. Phasellus viverra neque blandit porttitor vulputate. Curabitur eget ante et neque sagittis porta ut at nisl. Aliquam erat volutpat.



CREAR MI PROYECTO CON LUZE

SECCIÓN DE LA WEB INICIO

Al hacer las entrevistas a los usuarios detectamos que una de las cosas que les hacia confiar en una web para proceder a comprar en ella eran los comentarios de otros compradores. Para ello se crea esta sección en el inicio, en la cuál aparecen los comentarios de los compradores de productos de la web.

A través de la Newsletter se atraen nuevos clientes con ofertas de temporada o con descuentos, por eso es importante que este a la vista.

TESTIMONIOS DE COMPRADORES			
★ ★ ★ ★ ☆ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris dictum odio et consequat ullamcorper. NOMBRE APELLIDO	★ ★ ★ ★ ☆ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris dictum odio et consequat ullamcorper. NOMBRE APELLIDO	★ ★ ★ ★ ☆ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris dictum odio et consequat ullamcorper. NOMBRE APELLIDO	★ NO
ÚNETE A NUESTRA NEWSLETTER Y OBTEN UN 5% DE DESCUENTO EN TU PRÓXIMA COMPRA			
Introduce tu correo electrónico			ENVIAR
Sobre Nosotros Quienes somos Diseñadores y marcas Encuentra tu tienda Crea tu proyecto Contacto Ofertas	Ayuda Preguntas frecuentes Devoluciones, incidencias y reembolsos Consultar el estado de mi pedido Envíos y gastos de envío Financiación	Tu cuenta Regístrate Inicia sesión	Español ▾
   		    	
©Copyright 2023. Luze		Condiciones de uso · Política de privacidad · Política de cookies · Aviso legal	

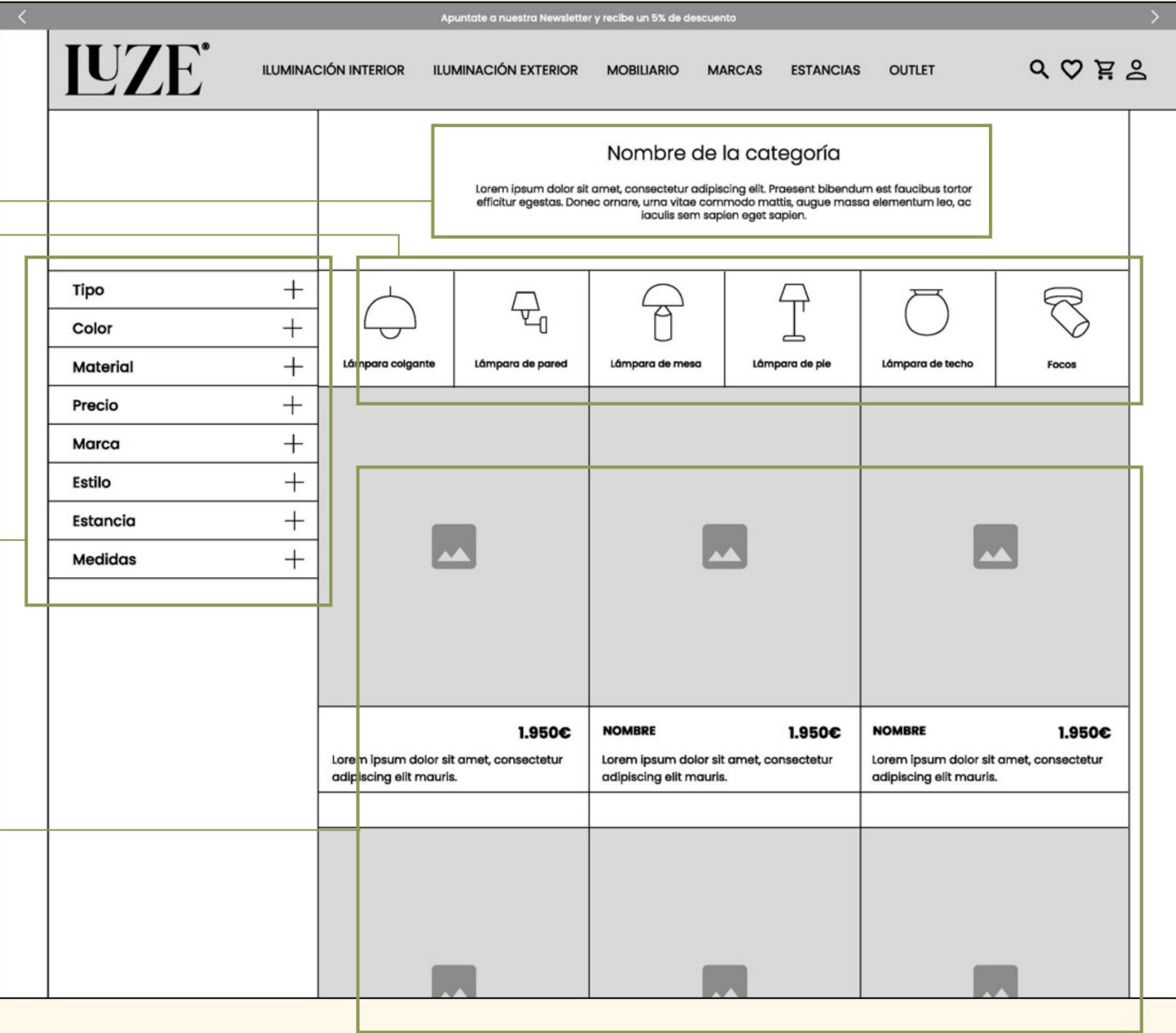
SECCIÓN DE LA WEB CATEGORÍA DE PRODUCTO

Nombre de la categoría para ubicar al usuario y sepa en que página se encuentra y una pequeña descripción de esa categoría

Subcategorías representadas gráficamente de la categoría superior

Menú desplegable con varias opciones de filtros

Todos los productos desplegados con el nombre, una pequeña descripción y el precio.



SECCIÓN DE LA WEB FICHA DE PRODUCTO

Darle al usuario una estimación del tiempo de entrega del producto

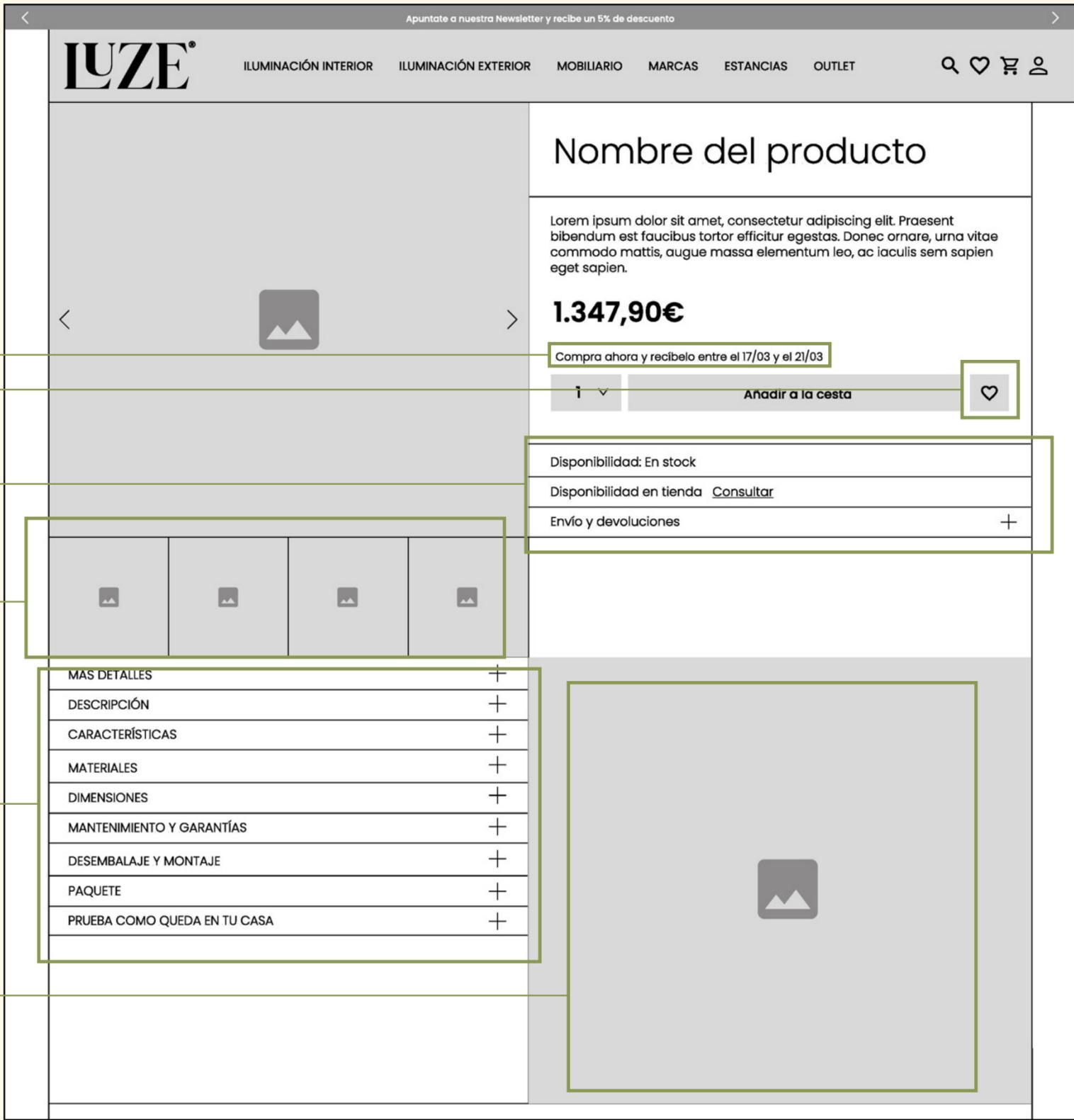
Cuando se añade a la wishlist y no esta logeado redirige a la página de Login

Información relaciona con envío y disponibilidad.

Galería de imagenes que al clicarle sustituyen a la imagen de arriba

Accordeon desplegable con la información correspondiente en la pestaña con las características y datos que el usuario necesita

Foto del producto con las medidas reales



SECCIÓN DE LA WEB FICHA DE PRODUCTO

Productos más comprados o que a Luze le interese vender o similares a lo que el usuario esta viendo. Con esto se puede hacer que el usuario se interese a otros productos que no buscaba

PRODUCTOS SIMILARES

					
NOMBRE 1.950€ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit mauris.	NOMBRE 1.950€ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit mauris.	NOMBRE 1.950€ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit mauris.	NOMBRE 1.950€ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit mauris.	NOMBRE 1.950€ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit mauris.	NOMBRE 1.950€ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit mauris.

Sobre Nosotros

- Quiénes somos
- Diseñadores y marcas
- Encuentra tu tienda
- Crea tu proyecto
- Contacto
- Ofertas

Ayuda

- Preguntas frecuentes
- Devoluciones, incidencias y reembolsos
- Consultar el estado de mi pedido
- Envíos y gastos de envío
- Financiación

Tu cuenta

- Regístrate
- Inicia sesión

Español ▾












©Copyright 2023. Luze
Condiciones de uso · Política de privacidad · Política de cookies · Aviso legal

SECCIÓN DE LA WEB
LOGIN
USUARIO REGISTRADO

Acceso si el usuario ya se a registrado anteriormente en la web

Acceso rápido si el usuario ya se a registrado anteriormente en la web con una de estas opciones

Acceso a la página de registro del usuario no registrado

×

Inicia sesión
 Accede a tu espacio personal

Correo electronico

Contraseña

[¿Has olvidado tu contraseña?](#)

Inicia Sesión

○

Acceder con Google

Acceder con Apple

Acceder con Facebook

[¿Aún no tienes cuenta? **Regístrate**](#)

SECCIÓN DE LA WEB LOGIN USUARIO NUEVO

Acceso rápido para el usuario a través de otras cuentas de otras plataformas

Registro sencillo para facilitarle al usuario la tarea y no abandone rápido

Selección para apuntar al nuevo usuario a la Newsletter

Acceso al usuario ya registrado

Inicia sesión'."/>

Apuntate a nuestra Newsletter y recibe un 5% de descuento

LUZE® ILUMINACIÓN INTERIOR ILUMINACIÓN EXTERIOR MOBILIARIO MARCAS ESTANCIAS OUTLET

Crea tu cuenta
¡Bienbenido al Luze!

Acceder con Google

Acceder con Apple

Acceder con Facebook

Regístrate con tu correo electrónico

Nombre

Correo electrónico

Crea una contraseña

Quiero recibir novedades, comunicaciones y ofertas especiales a través del email y otros medios electrónicos.

Estoy de acuerdo con la [política de privacidad](#)

Crear una cuenta

¿Ya tienes una cuenta? [Inicia sesión](#)

SECCIÓN DE LA WEB CARRITO

Casilla para aplicar los códigos de descuento ofrecidos

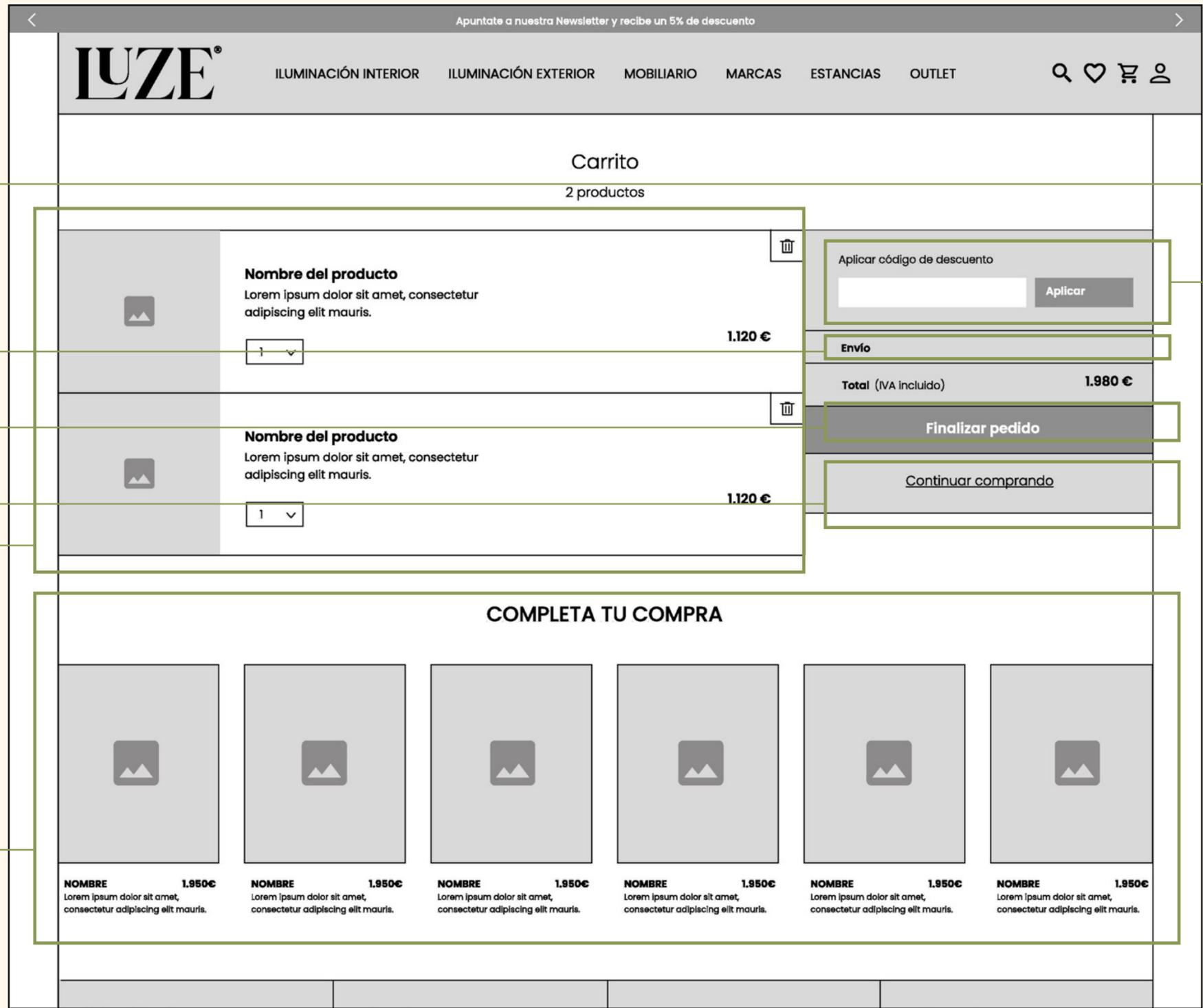
El envío se calcula en el momento en el que el usuario mete su dirección en el siguiente paso

Proceder al proceso de compra

Acceso a seguir comprando en la web

Resumen de los productos que hay en el carrito con sus correspondientes nombres y precio

Ofrecer varios productos que el propio usuario ha visto durante su tiempo de conexión en la web o productos similares a los que ya tiene en la cesta



SECCIÓN DE LA WEB PROCESO DE PAGO DATOS

Estos métodos de pago son instantáneos y no hay que introducir ningún tipo de información

Si estas registrado sale la dirección ya establecida en tu cuenta o la opción de otra dirección en el que se despliega este mismo formulario

Resumen del pedido que se va a efectuar

The screenshot shows the LUZE Express Checkout process. At the top, there are four payment options: shop Pay, Apple Pay, PayPal, and G Pay. Below this is a three-step process: 1. Dirección de envío y de facturación, 2. Método de entrega, and 3. Método de pago. The first step is expanded to show a form with fields for Name, Surname, Telephone, Address, Postcode, State/Region, and Population/City. There is also a checkbox for 'Es una empresa'. To the right, a cart summary shows two products at 1.120 € each, with a total of 1.980 € including VAT. The footer contains contact information, a chat icon, and logos for PayPal, G Pay, Apple Pay, and VISA.

SECCIÓN DE LA WEB PROCESO DE PAGO MÉTODO DE ENVÍO

Se ofrecen varios métodos de entrega para adaptarse a las necesidades del comprador


Pago seguro

1 Dirección de envío y de facturación

Dirección de facturación: Andrea Rodriguez, P.º del Duque, 1, 31154, Úcar, Navarra
Dirección de envío: Andrea Rodriguez, P.º del Duque, 1, 31154, Úcar, Navarra

2 Método de entrega

- Entrega a pie de calle con cita previa** **0€**
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris dictum odio et consequat ullamcorper. Ut blandit metus vel male. Entrega prevista en 5 - 6 semanas.
- Entrega en interior estancia con cita previa** **20,50€**
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris dictum odio et consequat ullamcorper. Ut blandit metus vel male. Entrega prevista en 5 - 6 semanas.
- Entrega y montaje en interior estancia con cita previa** **63,50€**
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris dictum odio et consequat ullamcorper. Ut blandit metus vel male. Entrega prevista en 5 - 6 semanas.

Continuar

3 Método de pago

Carrito
Editar carrito 2 productos

Nombre del producto <small>Unidades: 1</small>	1.120 €
Nombre del producto <small>Unidades: 1</small>	1.120 €
Envío Gratis	
Total (IVA incluido) 1.980 €	

Contacta con nosotros a través del chat online.
Horario: Lun-Vie de 8h a 19h.







©Copyright 2023. Luze Condiciones de uso · Política de privacidad · Política de cookies · Aviso legal

SECCIÓN DE LA WEB PROCESO DE PAGO MÉTODOS DE PAGO

Al seleccionar cada uno de los métodos de pago se le desplegará la función correspondiente relacionada con cada pago


Pago seguro

<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">1 Dirección de envío y de facturación</div> <p>Dirección de facturación: Andrea Rodriguez, P.º del Duque, 1, 31154, Úcar, Navarra Dirección de envío: Andrea Rodriguez, P.º del Duque, 1, 31154, Úcar, Navarra</p>	<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Carrito</div> <p>Editar carrito 2 productos</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50px; text-align: center;">📄</td> <td style="font-size: 0.8em;">Nombre del producto</td> <td style="text-align: right;">Unidades: 1</td> <td style="text-align: right;">1.120 €</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">📄</td> <td style="font-size: 0.8em;">Nombre del producto</td> <td style="text-align: right;">Unidades: 1</td> <td style="text-align: right;">1.120 €</td> </tr> </table>	📄	Nombre del producto	Unidades: 1	1.120 €	📄	Nombre del producto	Unidades: 1	1.120 €
📄	Nombre del producto	Unidades: 1	1.120 €						
📄	Nombre del producto	Unidades: 1	1.120 €						
<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">2 Método de entrega</div> <p>Método de envío: Entrega a pie de calle con cita previa</p>	<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Envío</div> <p style="text-align: right;">Gratis</p>								
<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">3 Método de pago</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <input checked="" type="checkbox"/> Tarjeta de Crédito </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <input type="text" value="Número de tarjeta*"/> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <input type="text" value="Fecha de expiración*"/> <input type="text" value="CVC/CVV* (3 dígitos)"/> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <input type="checkbox"/> Compra ahora, paga después </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <input type="checkbox"/> Transferencia bancaria </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <input type="checkbox"/> Paypal </div> <div style="font-size: 0.8em; margin-bottom: 5px;"> <input type="checkbox"/> He leído y acepto los términos y las condiciones <input type="checkbox"/> Estoy de acuerdo con la política de privacidad <input type="checkbox"/> Quiero recibir novedades, comunicaciones y ofertas especiales a través del email y otros medios electrónicos. </div> <div style="background-color: #555; color: white; text-align: center; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Realizar pedido</div>	<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Total (IVA incluido)</div> <p style="text-align: right;">1.980 €</p>								

Contacta con nosotros a través del chat online.
Horario: Lun-Vie de 8h a 19h.







©Copyright 2023. Luze

Condiciones de uso · Política de privacidad · Política de cookies · Aviso legal

SECCIÓN DE LA WEB PROCESO DE PAGO CONFIRMACIÓN DE COMPRA

Mensaje para que al usuario le quede claro que el proceso se ha completado. Además se le informará por correo de la compra realizada y de los datos del pedido

Resumen de los productos adquiridos

Se le da acceso para que pueda ver su historial de pedidos y este informado del seguimiento de su paquete

Se le da acceso para que siga en nuestra web mirando productos

The screenshot shows the LUZE website's payment confirmation page. At the top left is the LUZE logo. At the top right is a 'Pago seguro' (Secure Payment) icon. The main content area features a green-bordered box with the heading 'Enhorabuena' (Congratulations) and the message: 'Tu pedido ha sido realizado con éxito. Pronto recibirás un correo de confirmación en tu bandeja de entrada.' Below this is a table listing two items, each with a placeholder image, a product name, a description, a quantity dropdown set to '1', and a price of '1.120 €'. At the bottom of the main content area are two buttons: 'Acceder a mi cuenta' (Access my account) and 'Volver a la web' (Return to the website). The footer contains contact information, a chat prompt, operating hours, and logos for various payment methods (PayPal, G Pay, Apple Pay, Mastercard, VISA). Copyright and legal policy links are also present.

BIBLIOGRAFÍA



DESK RESEARCH:

<https://www.sklum.com/es/>
<https://kavehome.com/es/es/>
<https://www.maisonsdumonde.com>
<https://www.westwingnow.es/>
<https://lamptwist.com/>
<https://www.themasie.com/>
<https://marset-store.com/>
<https://www.kartell.com/es/es/ktes>
<https://www.vitra.com/>
<https://www.foscarini.com/>
<https://www.ingo-maurer.com/>
<https://luxiona.com/es>
<https://www.marset.com/es/>
<https://flos.com/es/es/>
<https://www.artemide.com/es/>
<https://www.santacole.com/es/>

TENDENCIAS ACTUALES UX:

<https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/buenas-practicas-ux-para-ecommerce/>
<https://blog.xarvis.com.mx/marketing-digital/15-tendencias-del-e-commerce-2023-parte-2-experiencia-de-usuario-ux>
<https://www.conectasoftware.com/magazine/diseño-web/guia-ux-para-ecommerce/>
<https://kschool.com/blog/usabilidad-ux/tendencias-en-diseño-ux-para-este-2023/>



BIBLIOGRAFÍA

https://www.behance.net/gallery/147902647/Healthy-Lifestyle-App-UX-Case-Study?tracking_source=search_projects%7Cempathy+map

<https://proteina.marketing/para-que-sirve-la-metodologia-mapa-de-empatia/>

<https://yiminshum.com/empathy-map-mapa-empatia/>

<https://kavehome.com/es/es/about-us/>

<https://www.santacole.com/es/nosotros/>

<https://www.themasie.com/es/content/319-conocenos>

<https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-diagrama-de-flujo#:~:text=Un%20diagrama%20de%20flujo%20es,claros%20y%20f%C3%A1ciles%20de%20comprender.>



PROYECTO MI: USER EXPERIENCE. UX

MEMORIA REDISEÑO WEB LUZE