ZORRAQUINO

UX Trends 2018

Tendencias en experiencia
de usuario para 2018.

Este informe ha sido elaborado con la colaboración de C4E, Communication for effectiveness.

Enero 2018

Prólogo

Para los que no nos conocen, Zorraquino es una consultoría de diseño y estrategia digital, especialista en **branding, experiencia de usuario y desarrollo de soluciones integrales** para el negocio digital.

En 2017 presentamos nuestro primer informe de tendencias en experiencia de usuario. Durante este último año, el sector no ha dejado de evolucionar, por eso, creemos que este informe será totalmente enriquecedor para todas áquellas personas que creen y valoran la relevancia de esta disciplina. En él encontrarás las últimas tendencias que prevemos guiarán la experiencia de usuario durante el 2018.

Espero te resulte de interés y aporte ideas para tus proyectos.

Miguel Zorraquino
linkedin.com/in/mzorraquino

La experiencia de usuario

Experiencia de usuario es **trabajar en la percepción y experiencia que tienen de tu producto o servicio los usuario y clientes**, a través de la interacción con los puntos de contacto digitales. Es decir, es un aspecto clave en el branding, el marketing digital y la transformación digital.

La experiencia de usuario requiere siempre de un **equipo multidisciplinar** que aúne áreas tales como son: diseño, psicología, tecnología, negocio, marketing y comunicación.

Tendencia 1

Humanización

Diseño humanizado en un mundo cada vez más automatizado

Tecnología humana

A pesar de los desarrollos tecnológicos, cada vez tenemos más claro que la relación que el usuario busca con un producto es el mismo que espera tener con otra persona.

Necesita humanidad, relación “cara a cara”, emociones humanas como la naturalidad y transparencia, que le generan seguridad, y que marcan la relación con la marca desde el primer momento.

Estos toques de humanización en una experiencia digital **pueden materializarse en pequeñas animaciones**, micro-interacciones o, también, en la intervención de la inteligencia artificial para ofrecer diálogos cuasi-humanos que resuelven necesidades concretas.

Un trato humano y participativo, que incrementa la atención, la conexión y la empatía, y mejora la satisfacción del usuario.

En síntesis

- **Personalización**: para captar mayor atención del usuario.
- **Naturalidad, transparencia, seguridad**. Menos fricción.
- **Micro-interacciones**: pequeñas animaciones que mejoran la experiencia y enriquecen la conexión.
- **Chats**: para comprar como si estuvieses en una tienda cara a cara.
- Auge en el diseño de **productos conversacionales**.
- **Voice assistants** en la vida privada: más fluida, trato familiar, incorporado en millones de hogares, coches, ...
- **“The best interface is no interface.”**

Facebook

Te avisa si te nombran en un grupo permitiendo interactuar sobre cada mensaje

Apple
Permite personalizar los emojis



Robot Pepper

Primer robot humanoide que puede comunicarse e interpretar emociones humanas

“When the point of contact between the product and the people becomes a point of friction, then the industrial designer has failed. On the other hand, **if people are made safer, more comfortable, more eager to purchase, more efficient** - or just plain happier - by contact with the product, then the designer has succeeded.”

Henry Dreyfuss, autor de Designing for People

Están pasando de NLP (Natural Language Processing), que comprende la pregunta y es capaz de contestar al NLU (Natural Language Understanding) en las que **la AI "entiende" al usuario**, y se consigue una experiencia mucho más cercana a la conversación real entre dos personas.

Chatbots de Facebook

Woebot

El chatbot terapeuta

Lark

Tu entrenador personal y amigo. Ayuda también con la dieta

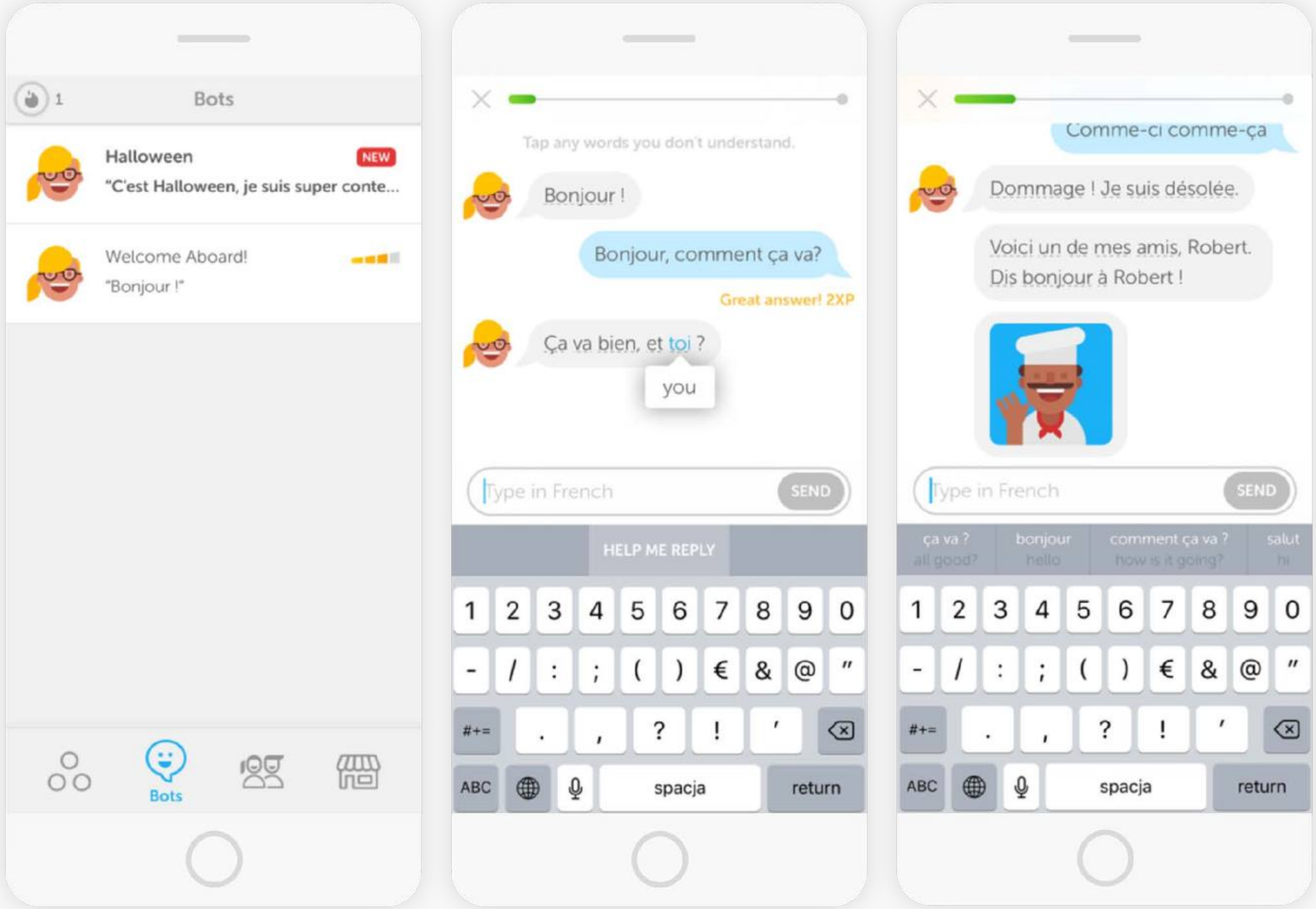


Lufthansa

"Crew stories" en Snapchat humanizaron la interacción y aumentaron views en un 800%

Duolingo

Aprende idiomas conversando, experiencia similar a tener un profesor

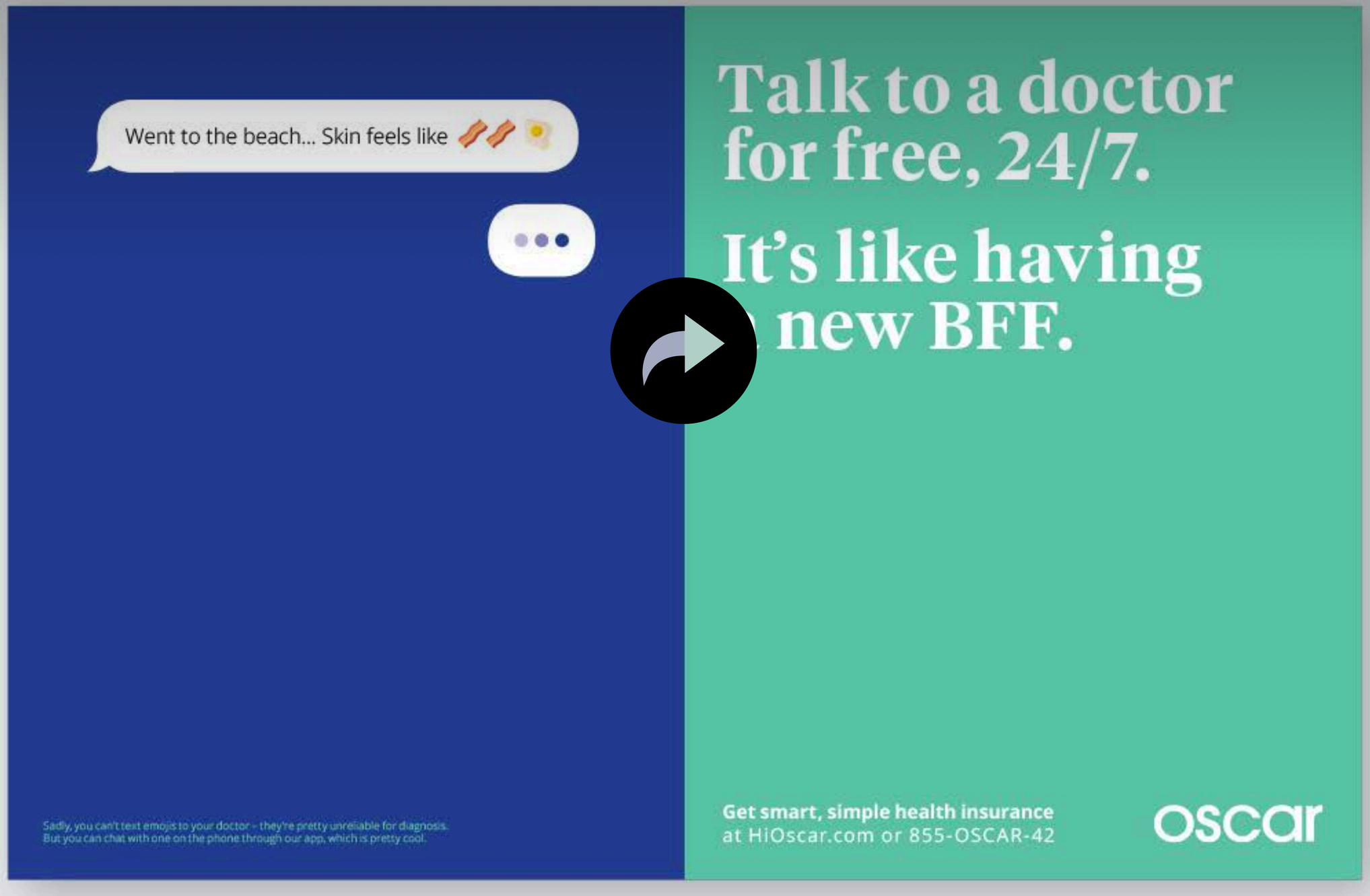


Oscar

- **Servicio médico desde el móvil**.
- Algo tan íntimo y personal como acudir al médico requiere una **buena experiencia de usuario**.
- Oscar ha **revolucionado al sector de la sanidad** en US.
- **Valores:** tecnología y transparencia.
- La mayoría de sus clientes **jóvenes millennials** (25 a 36 años).
- Chat con **“consejeros” profesionales** con acceso a tu historial.
- Consulta a través de **videoconferencias** con médicos especialistas.
- Han abierto también una **clínica física** en NY.

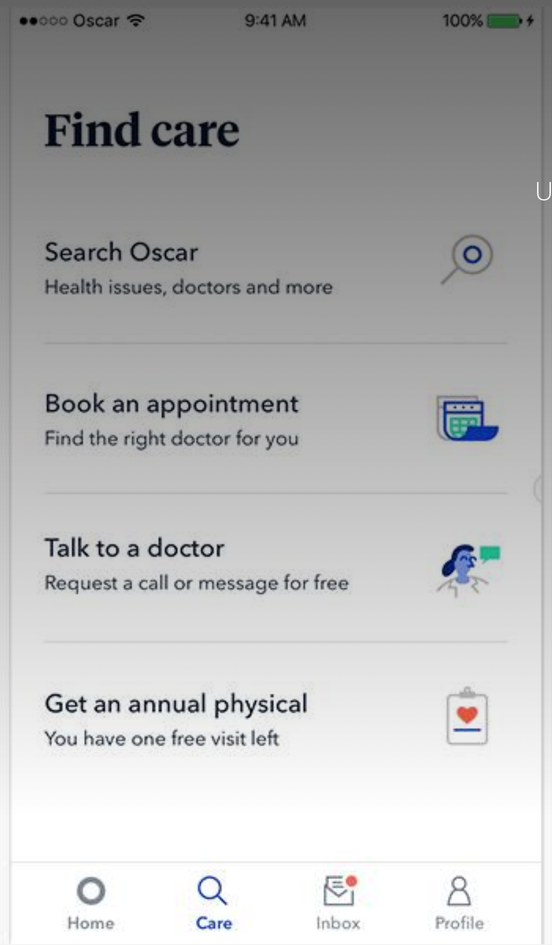
Oscar

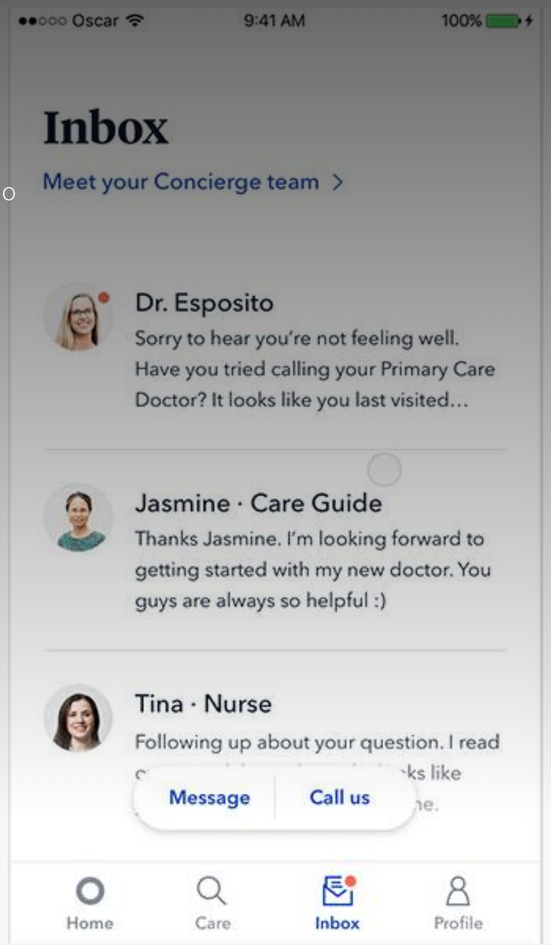
Un nuevo estilo de seguro médico que es simple, intuitivo y humano

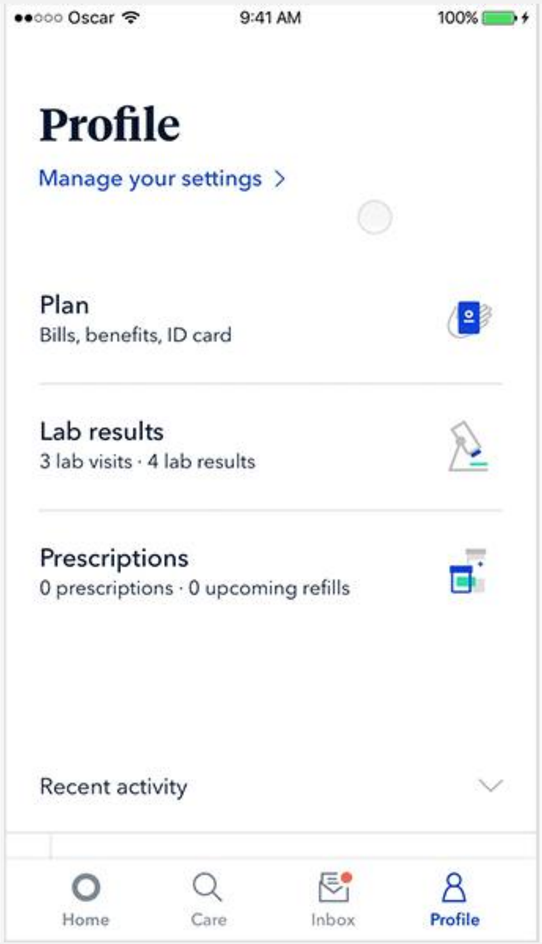


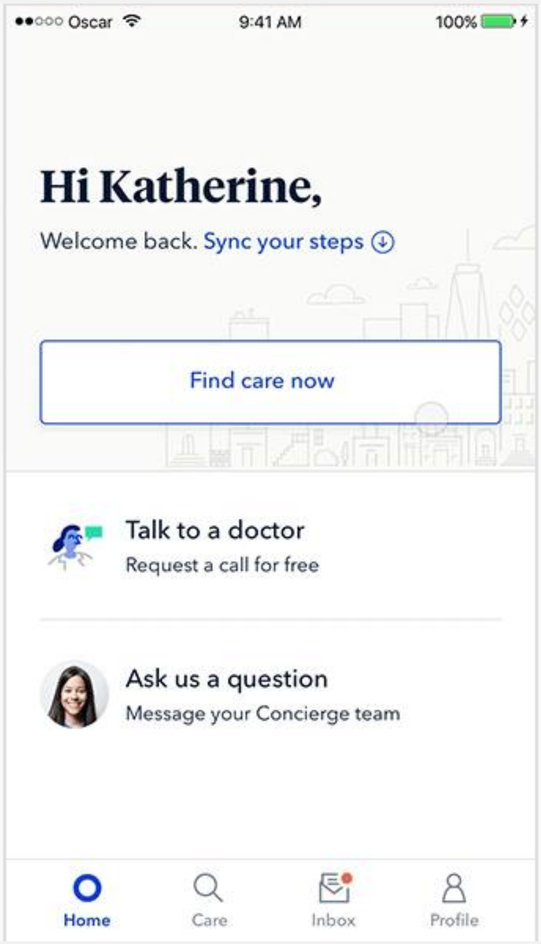
Oscar

Un nuevo estilo de seguro médico que es simple, intuitivo y humano









Google

Contrata a guionistas para hacer más humano a su nuevo asistente



“It is ironic that where the race to automate everything seemed to obviate the human factor, technology is now being used to personalize and humanize service.”

Catherine Chetwynd, autor de Reconteur

Para pensar

- **La humanización sigue siendo clave en el diseño.** El objetivo: desterrar cualquier tipo de “fricción” derivada de la tecnología para que las interacciones sean lo más parecidas a las humanas.
- En este sentido, **la psicología juega un papel clave en el diseño UX**, el diseñador no es sólo un técnico, sino alguien que entiende al usuario y le ofrece experiencias mucho más humanas.
- La gran inversión de las empresas en AI para **mejorar la atención al usuario** sigue generando debate sobre el futuro de los humanos en un mundo automatizado. Viendo la velocidad de adaptación a las AI durante el último año... ¿dónde están los límites?

Referencias

10 UX Design Predictions for 2018

https://theblog.adobe.com/10-ux-design-predictions-for-2018/

15 Big Trends That Will Influence Marketing in 2018

https://socialmediaweek.org/blog/2017/12/15-marketing-trends-2018/

UX Design Trends for 2017: Dictated by the Future

https://www.altexsoft.com/blog/uxdesign/ux-design-trends-for-2017-dictated-by-the-future/

18 Designers Predict UI/UX Trends for 2018

https://blog.figma.com/18-designers-predict-ui-ux-trends-for-2018-2d04d41361c6

Referencias

Facebook Messenger gets reactions for individual messages and @ notifications

https://www.theverge.com/2017/3/23/15033810/facebook-messenger-notifications-reactions

Apple presenta la app Animoji para personalizar emojis con tu cara

http://hoymarketing.com/animoji-personalizar-emojis-cara/

El robot Pepper ficha por Lopesan

https://www.hosteltur.com/125105_robot-pepper-ficha-lopesan.html

Meet the WoeBot, the chatbot therapist who cares how you feel (for $39)

https://www.today.com/video/meet-the-woebot-the-chatbot-therapist-who-cares-how-you-feel-for-39-963783235526

Referencias

Most Advanced Chatbot Apps Powered by Artificial Intellect

https://octodev.net/most-advanced-chatbot-apps-powered-by-artificial-intellect/

Lufthansa Intros Consumers To Crew Via Snapchat

https://www.mediapost.com/publications/article/301283/lufthansa-intros-consumers-to-crew-via-snapchat.html

How we designed Oscar 2.0

https://medium.com/@perlerar/how-we-designed-oscar-2-0-fbba97087bae

Tendencia 2

Personalización inteligente

El individuo como meta

Personalizamos las experiencias

En 2015, **Gartner predijo** que “by 2018, organizations that have fully invested in all types of personalization will outsell companies that have not by 20%”.

Llegada esa fecha, vemos que no se equivocaba. Algo que está en el eje de todo intento de venta, pero que la tecnología hace cada día más certero, con experiencias de consumo más íntimas y emocionales, útiles y prácticas, que **permiten ahorrar tiempo al usuario y reducir el consumo de contenido irrelevante**, desarrolladas gracias al análisis de datos, la inteligencia artificial, el machine learning...

La realidad es que los consumidores, hoy en día, **esperan un trato personalizado** y que las marcas se adelanten a sus necesidades a cambio de ceder sus datos.

Hechos sobre la personalización

74 %

Se frustran cuando una página web les muestra contenido, ofertas, anuncios, promociones, etc. que no parecen tener nada que ver con sus intereses.

57 %

Dejarían la página si están casados y se les muestra un anuncio de un servicio de citas.

67 %

Dejarían la página si se les pide una donación para el partido político que menos les guste.

50 %

Dejarían la página si se les muestra como recomendación ropa interior que es para el género opuesto al suyo.

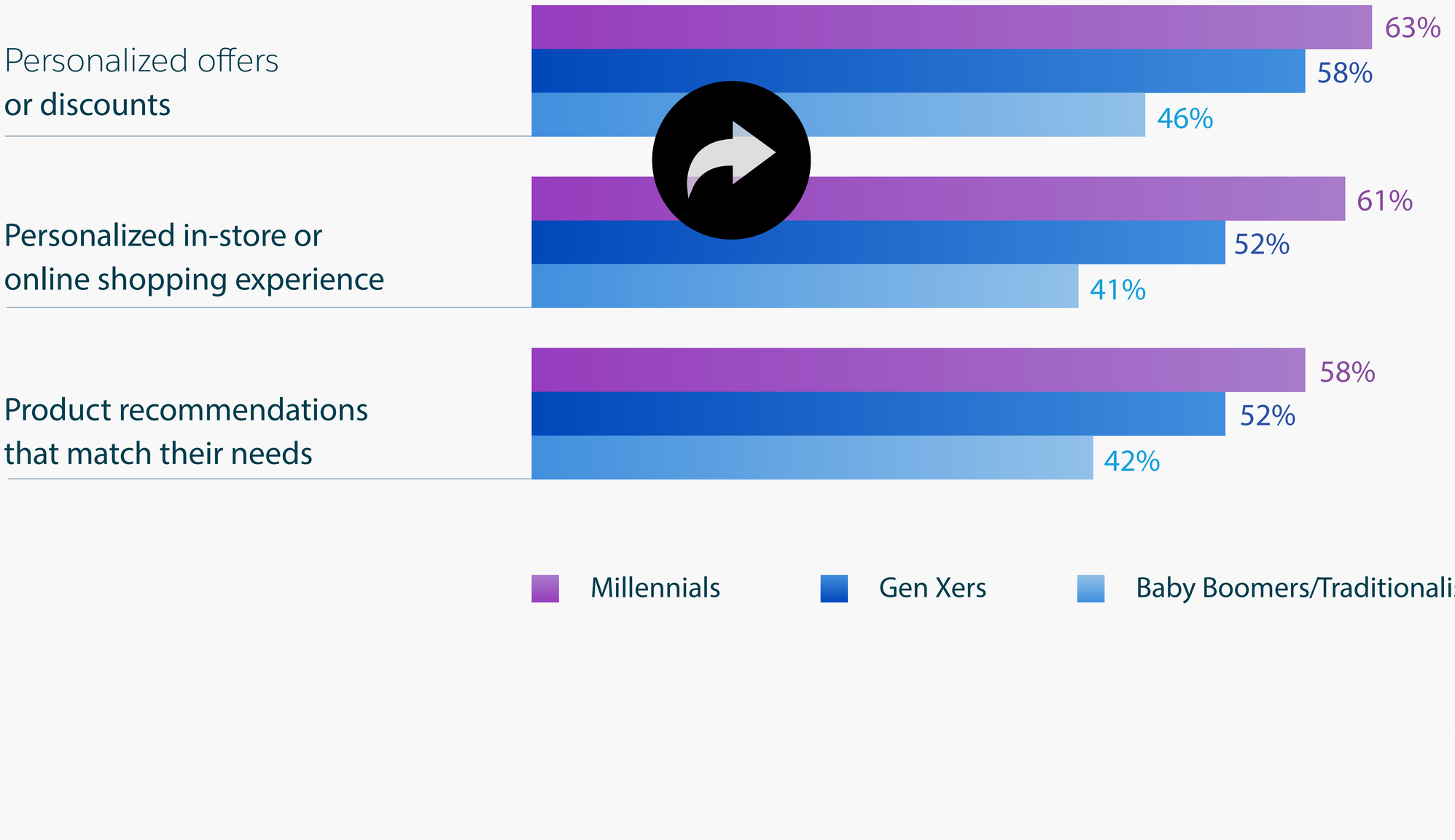
https://www.janrain.com/company/newsroom/press-releases/online-consumers-fed-irrelevant-content-favorite-websites-according

En síntesis

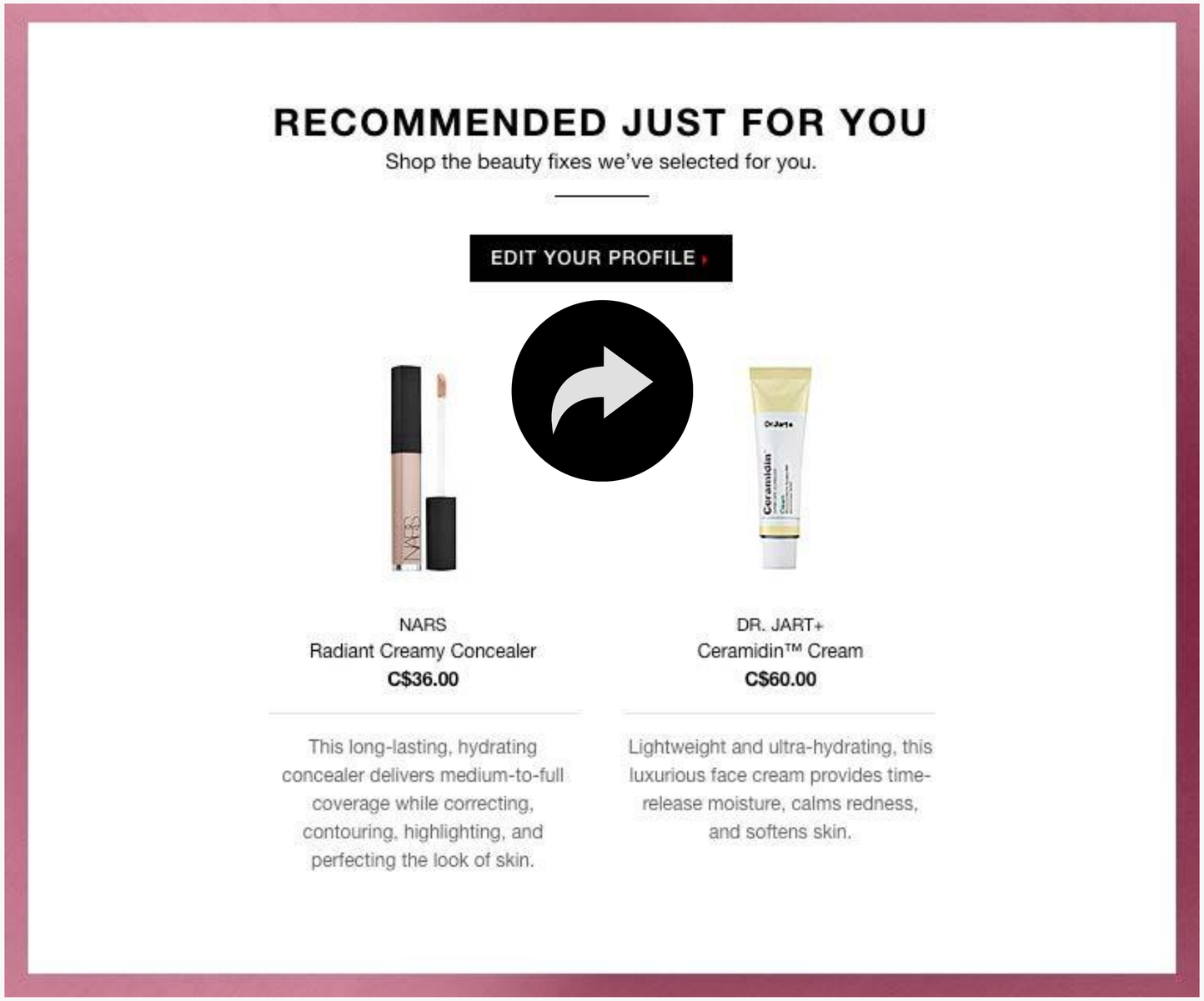
- **Experiencias individualizadas**, relevantes para cada usuario.
- **Contenido adaptado a cada persona:** “age responsive design”, sugerencias, recomendaciones, promociones, etc.
- **Big Data:** la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.
- **Ahorro de tiempo** (lo más valioso): anticipación.
- 50% de los consumidores esperan para 2020 que la marca les entienda y se anticipen a sus necesidades. **Salesforce Report**.
- Sailthru Rank Top Retail Personalization Index: Sephora, JustFav y Watmart.
- **Personalización multicanal,** construida con datos de cada punto de contacto con el consumidor.

Estudio de Salesforce

Los usuarios ceden sus datos para recibir experiencias personalizadas



Sephora
Líder en personalización en retail 2017



JustFab

Proceso de personalización para mostrar contenido adaptado

TAKE OUR SHORT STYLE QUIZ TO GET HANDPICKED SHOES FROM OUR STYLISTS!

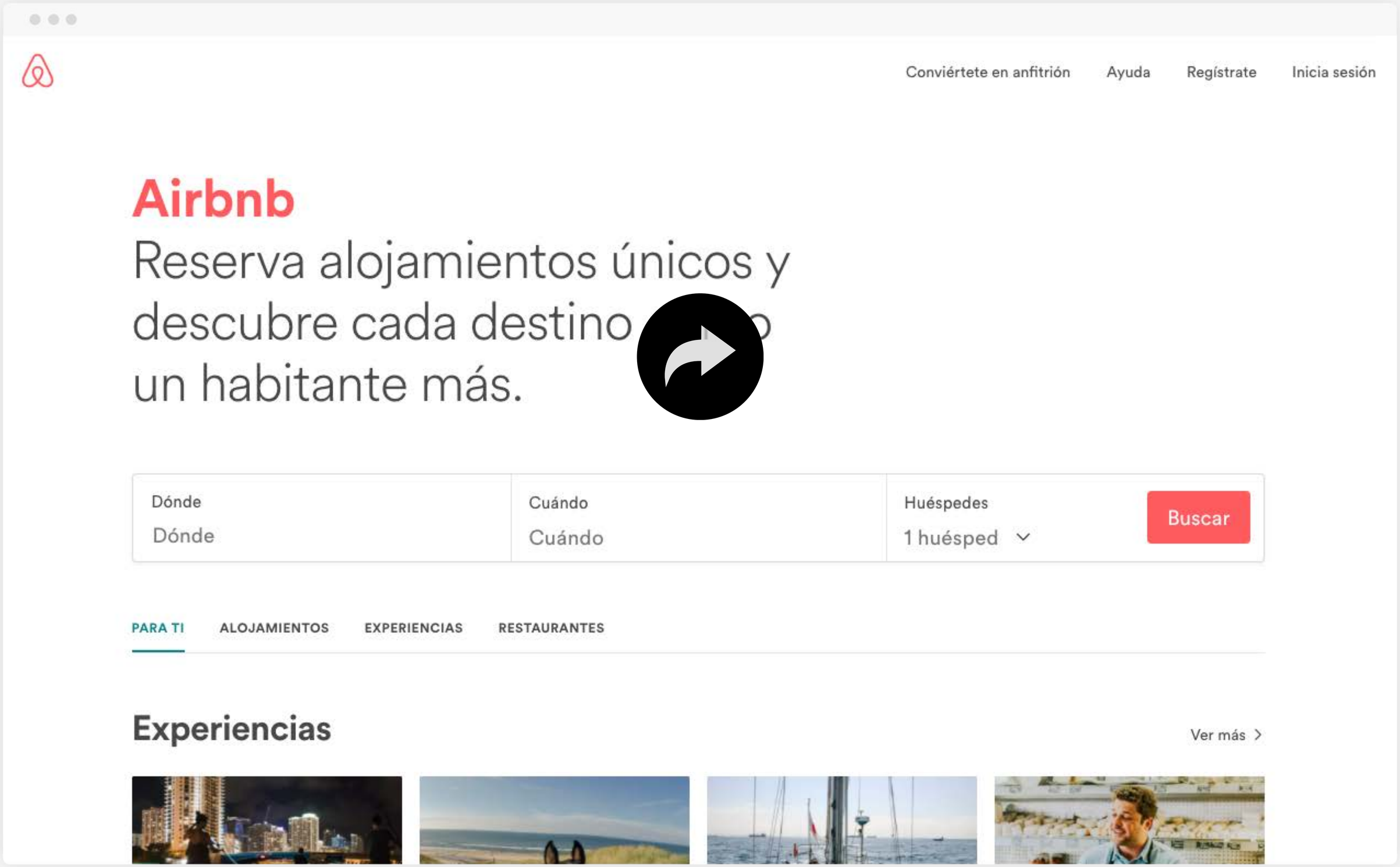
Our Stylists Will Review Your Profile and Send You Styles You'll Love.

WHICH CASUAL STYLE WOULD YOU WEAR?



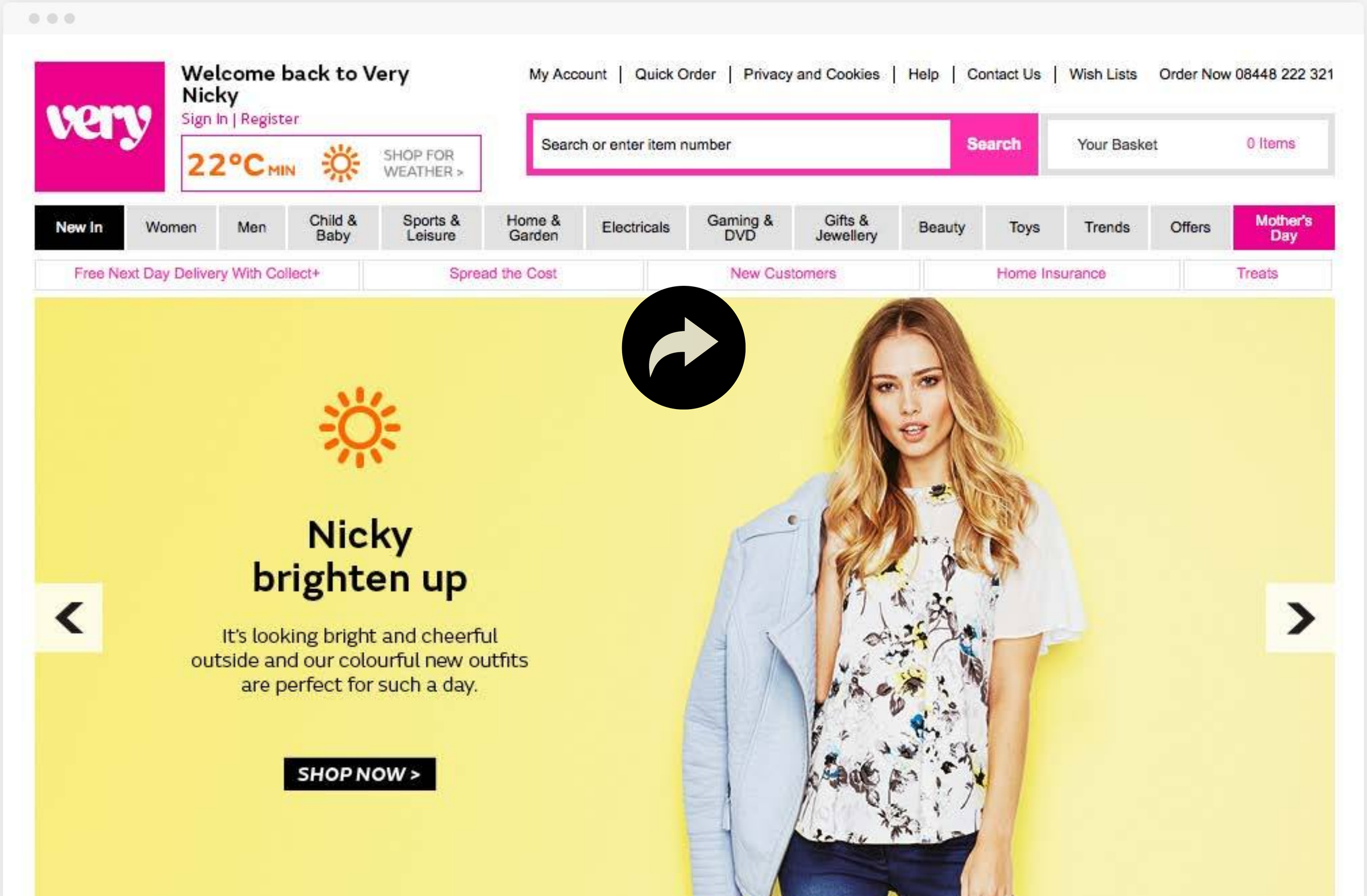
30%

Airbnb
Muestra experiencias adaptadas al usuario



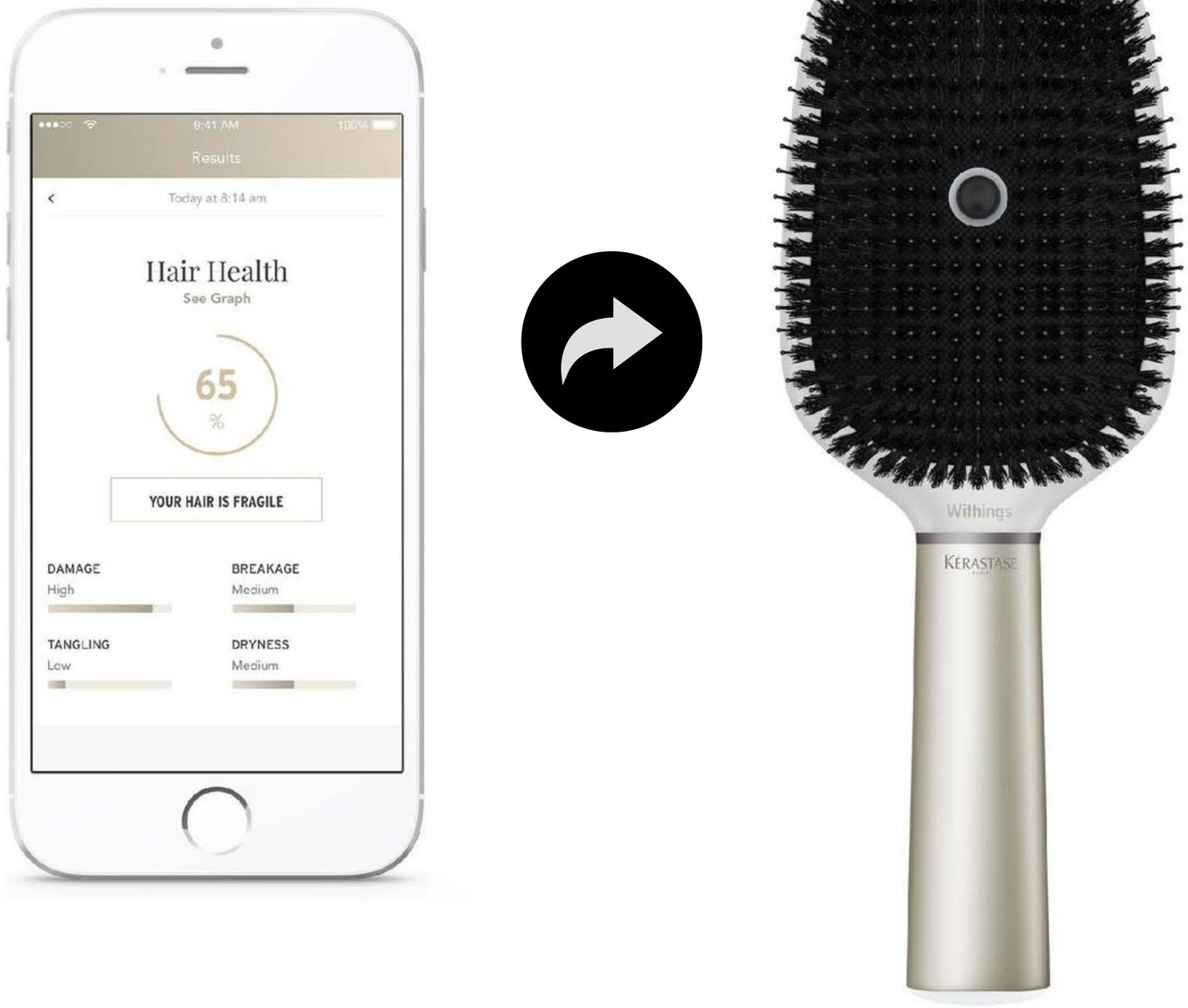
Very

Promociones según el tiempo que haga, frío o calor



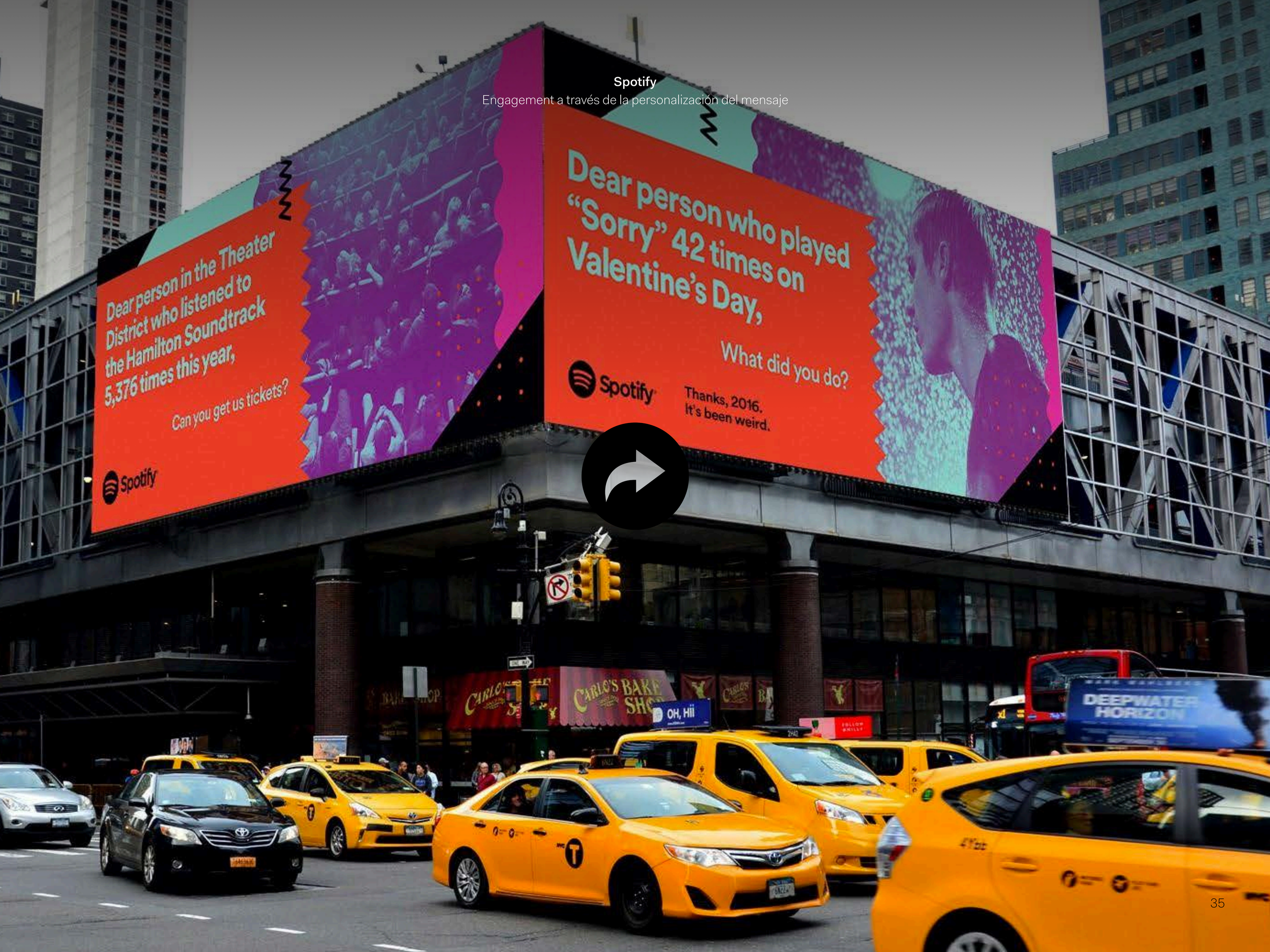
L’oreal

Ofrece productos personalizados como este cepillo con app para controlar la salud del pelo



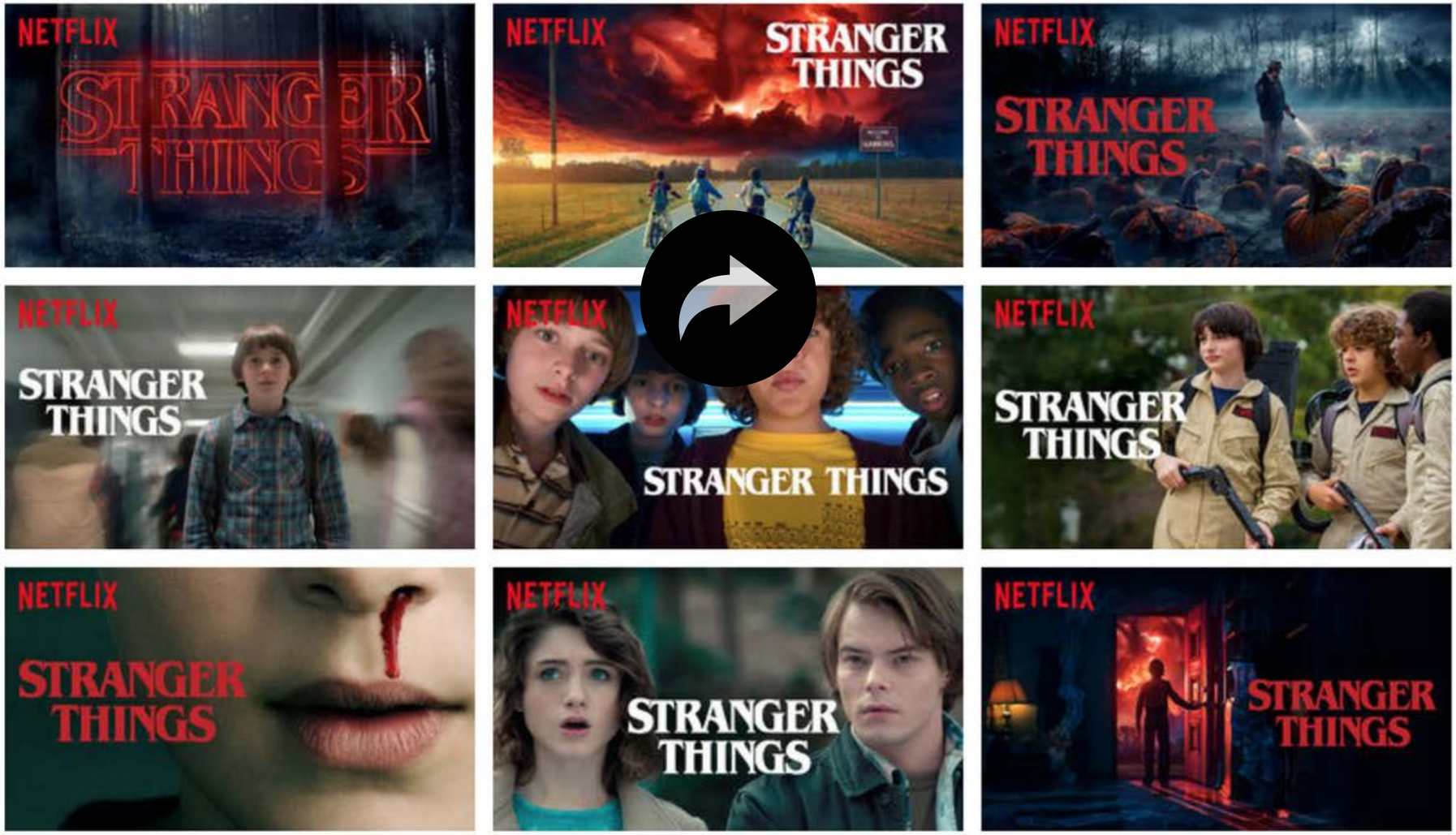
Spotify

Engagement a través de la personalización del mensaje



Netflix

Los reyes de las sugerencias personalizadas, presentan contenidos de la forma más atractiva para cada perfil



Para pensar

- Continúa la investigación para conocer a los usuarios de una manera más profunda y **ofrecer una experiencia de marca cada vez más personalizada**.
- Los usuarios demandan más **“hiper-personalización”** por lo que es probable que la inversión en estas estrategias continúe en alza y alcance un nuevo récord este 2018.
- Pendientes del lanzamiento del **Reglamento General de Protección de Datos de la UE** regulará las técnicas de recopilación de datos ya que podría ser clave para la reorientación de estrategias.

Referencias

10 UX Design Predictions for 2018
https://theblog.adobe.com/10-ux-design-predictions-for-2018/

Keep Your Eye on These 9 UX Design Trends in 2018
https://www.impactbnd.com/blog/ux-design-trends-2018

Top 5 Trends for Customer Experience in 2018
https://www.janrain.com/blog/top-5-trends-customer-experience-2018

Estudio de Salesforce
https://www.salesforce.com/assets/pdf/misc/socc-2016.pdf

Walk a Fine Line with Personal Mobile Offers
https://www.gartner.com/smarterwithgartner/walk-a-fine-line-with-personal-mobile-offers/

Referencias

Online Consumers Fed Up With Irrelevant Content on Favorite Websites, According to Janrain Study

https://www.janrain.com/company/newsroom/press-releases/online-consumers-fed-irrelevant-content-favorite-websites-according

Retail Personalization Index

https://www.sailthru.com/personalization-index/sailthru100/

15 Smart Ecommerce Personalization Examples That Boost Sales

https://optinmonster.com/ecommerce-personalization-examples/

Sephora leads the way in personalization

http://www.businessinsider.com/sephora-leads-the-way-in-personalization-2017-9

Referencias

Content Marketing Personalization: 4 Brands' Winning Tactics

https://insights.newscred.com/content-marketing-personalization/

Artwork Personalization at Netflix

https://medium.com/netflix-techblog/artwork-personalization-c589f074ad76

Tendencia 3

Una interfaz más emocional

De la función a la emoción

Del pensamiento a la emoción

La tendencia del Design Feeling nace como respuesta al Design Thinking, **teorías del diseño basadas en la lógica, la estrategia y el razonamiento** y ofrecer respuestas que benefician al usuario final.

Está claro que en las tendencias 2018 pierde peso el raciocinio frente a las emociones. Frente a un diseño analítico y lógico se impone la **tendencia más creativa y emotiva**.

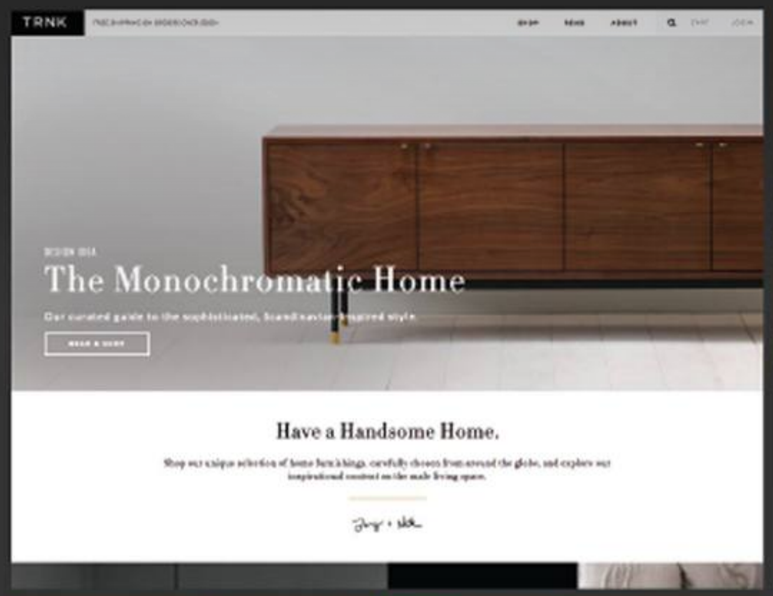
Últimamente se había impuesto un diseño algo monótono, quizá demasiado “racional”, “genérico”, “frío” y “tecnológico”. El Design Feeling se mueve desde la pasión y busca **diferenciarse a través de la emoción**.

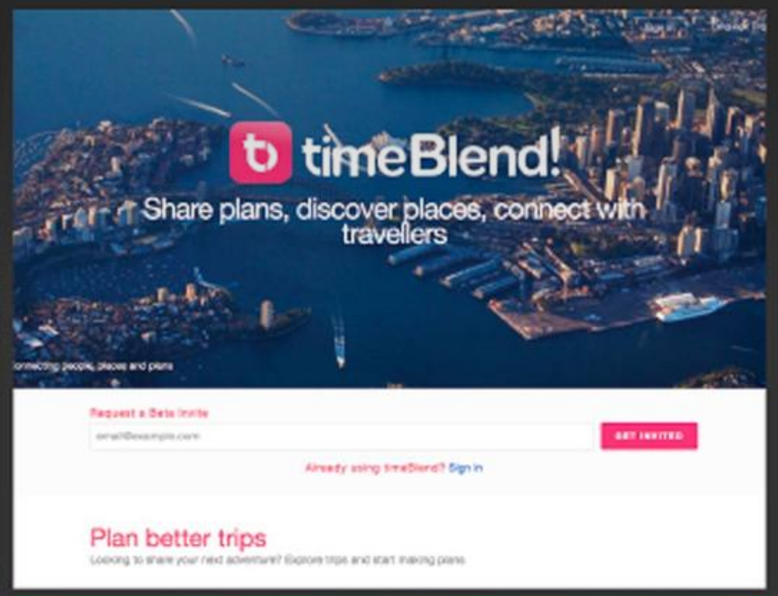
En síntesis

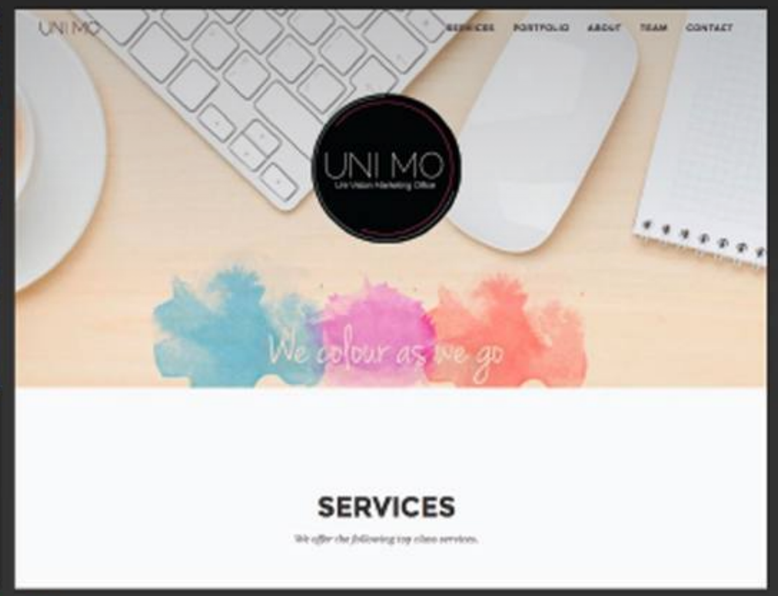
- Vuelta a lo **natural e intuitivo**.
- Devolver la **humanidad al diseño**.
- “Pensar menos y sentir más.”
- **Sentir** los problemas, no analizarlos. Para dar respuesta al usuario que satisfaga de otro modo la experiencia de uso.
- **Pilares de esta tendencia:** el impulso, la espontaneidad, el deseo, la pasión, el sentimiento, la imaginación y la indulgencia.
- Representa **la creatividad** en su núcleo.
- La premisa de este movimiento: “El diseño no es un proceso. Es un arte.”

Diseño homogéneo

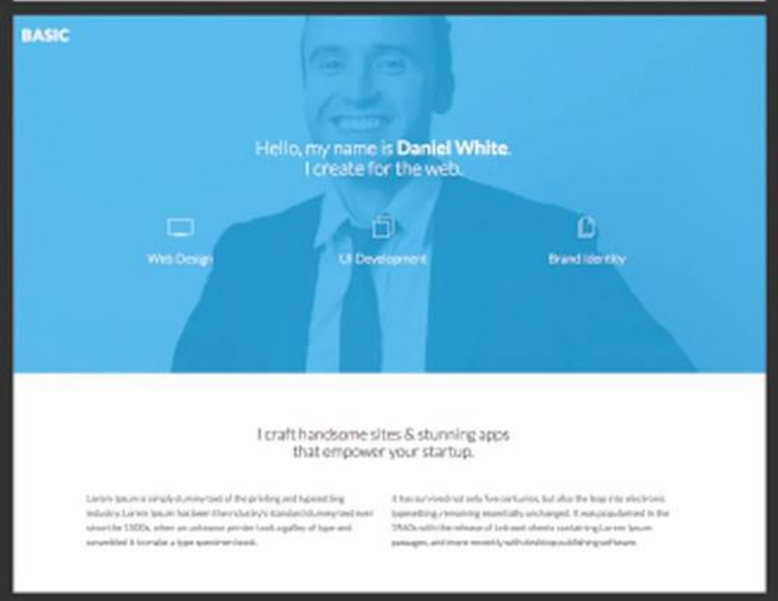
Venimos de un diseño más homogéneo y funcional

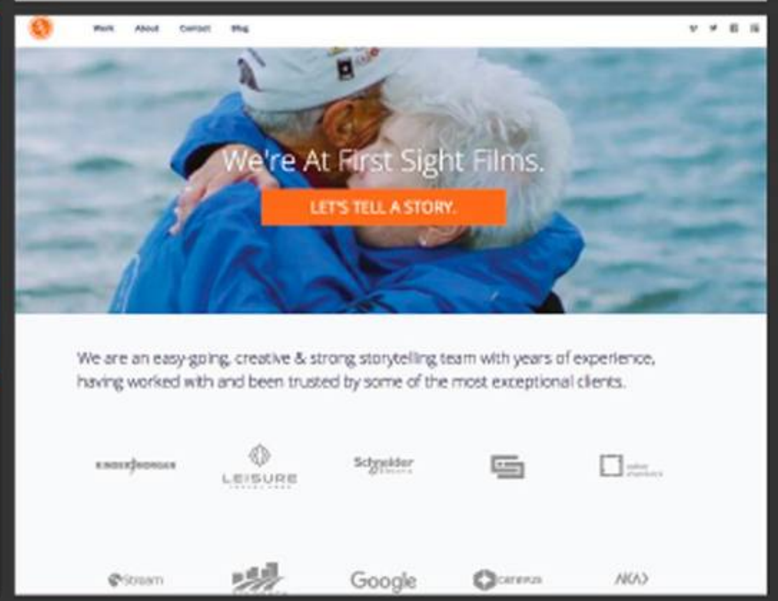






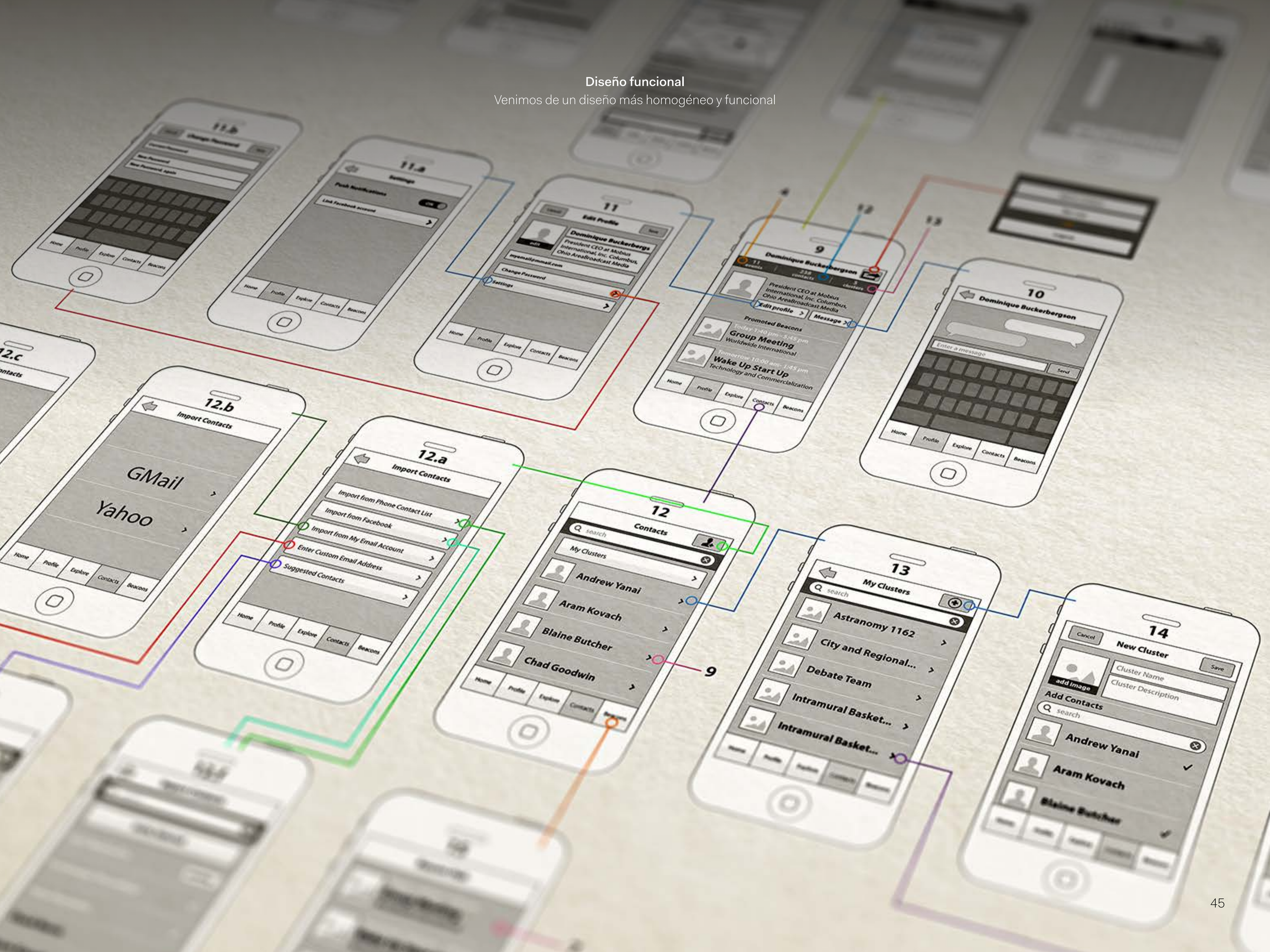






Diseño funcional

Venimos de un diseño más homogéneo y funcional

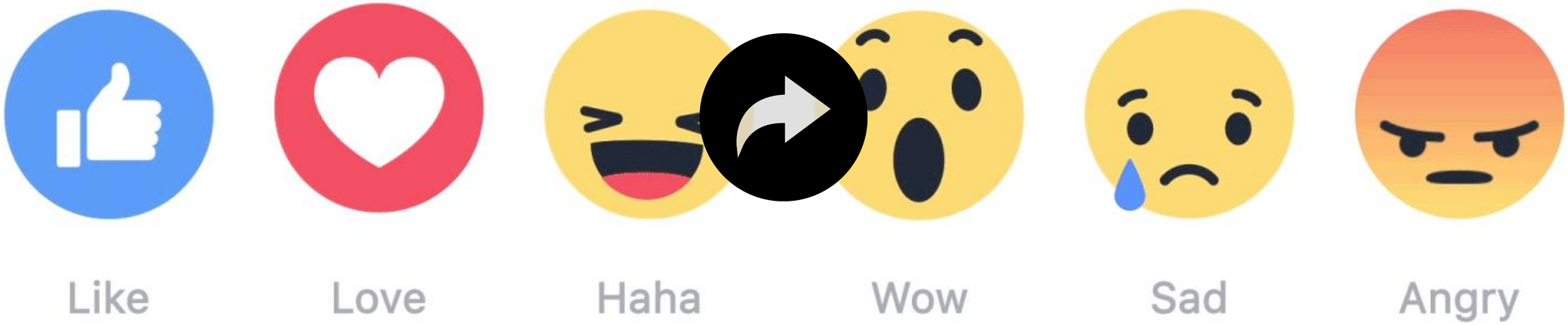


“Design is not a process. **It’s an art.**”

Chase Buckley, UX expert en Medium

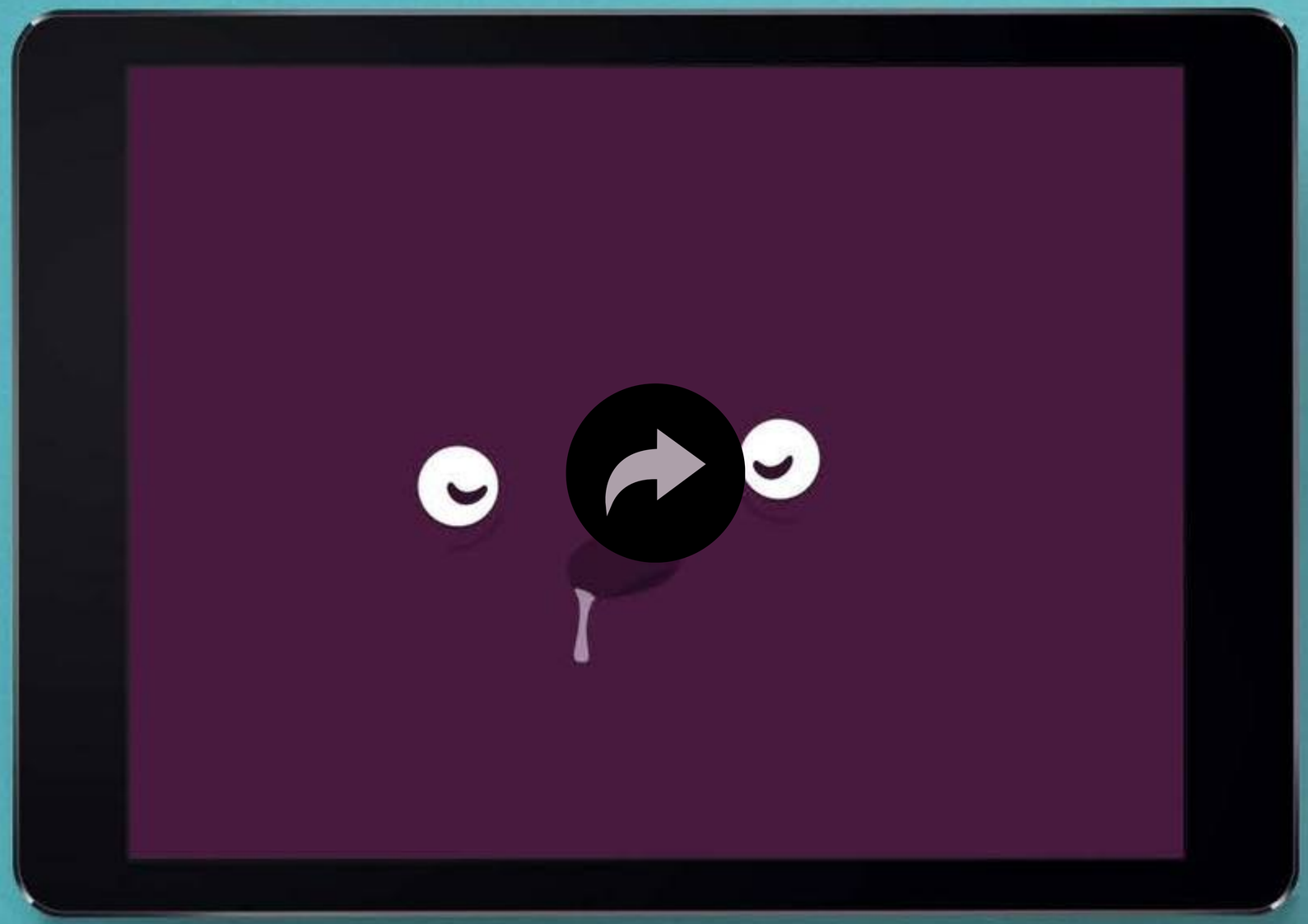
Facebook

Las reacciones que aportan emoción digital



YouTube Kids

Una interfaz adaptada a los usuarios

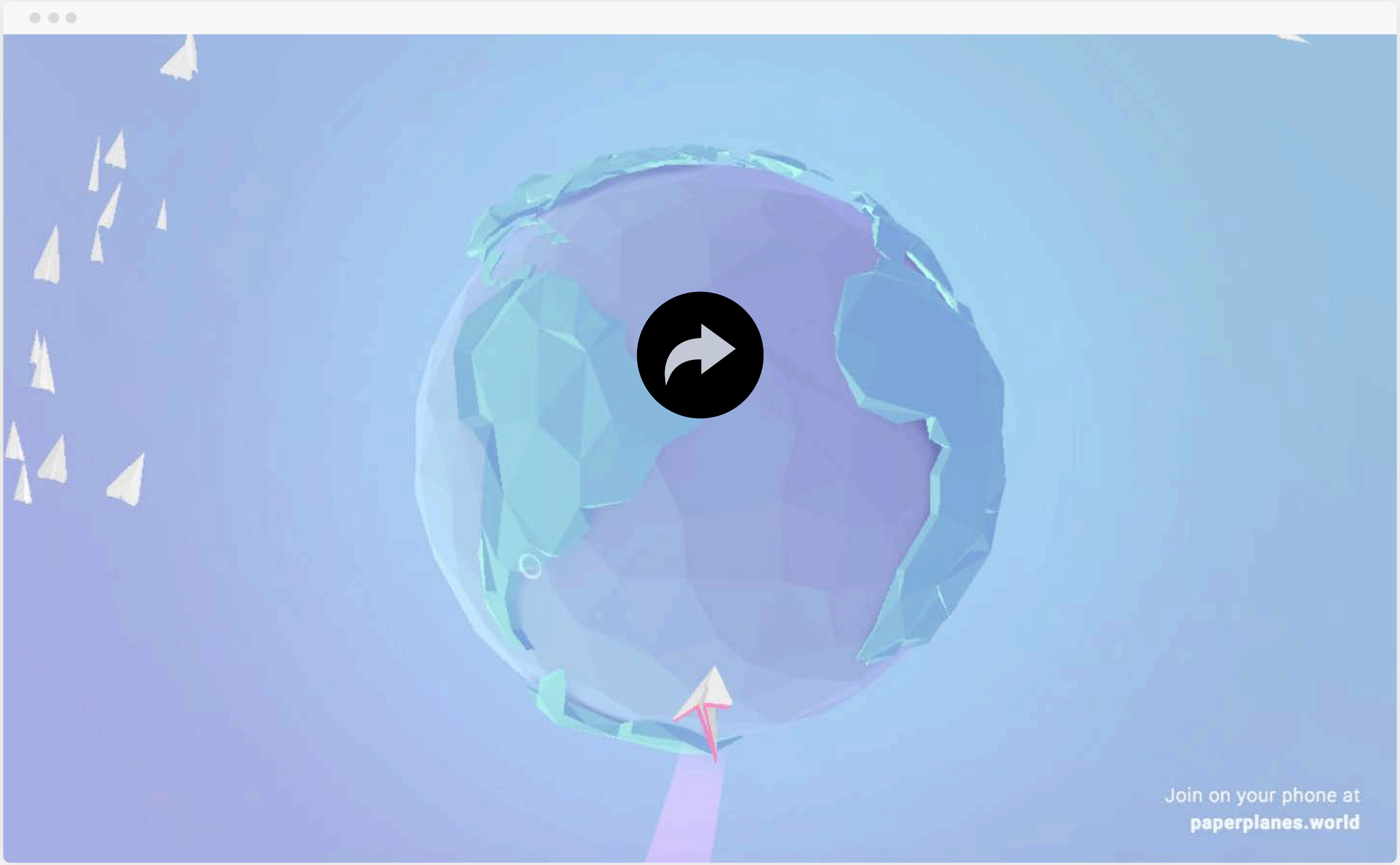


CityMapper app

Con mucha personalidad

Google

Interfaces creadas para un evento, experiencia simple, interactiva y divertida



Diseño para emocionar

- Ofrecer una **experiencia placentera**, atractiva y divertida.
- Experiencia **significativa:** que provoque una emoción.
- Que los usuarios **conecten emocionalmente** con el diseño de una web, app, producto... les hará volver, recordarlo, recomendarlo y amarlo.
- Construcción de la **lealtad a través del diseño** de experiencias emocionales, que ofrezcan un significado al usuario.
- Diseño cada vez más **centrado en el ser humano**, el desarrollo tendrá como faro o luz guía la búsqueda de esa emoción, dejar huella.

Emoción

Satisfacción

Usabilidad
Confianza
Funcionalidad

Para pensar

- A pesar de que la tecnología se reconoce como algo frío e inhumano, a día de hoy que está tan presente en la vida se tiende hacia **la humanización del diseño y las experiencias**.
- El desarrollo tecnológico hace que los productos sean cada vez menos fríos, hoy en día las **experiencias inmersivas e interactivas** están dirigidas a conectar emocionalmente con el usuario.
- A pesar de la **vuelta de la pasión y la creatividad**, parece importante reivindicar también la importancia de la funcionalidad y la usabilidad, que están en la base. El arte del diseño contiene ambas visiones.

Referencias

The State of UX in 2018

https://trends.uxdesign.cc/

Design for Emotion

https://medium.com/google-design/design-for-emotion-7ba0cf40e05b

Design Outside the Lines

https://trends.fjordnet.com/design-outside-the-lines/

Las reacciones de Facebook inundan los comentarios

https://elandroidelibre.elespanol.com/2017/05/reacciones-de-facebook-comentarios.html

Tendencia 4

El estado de ánimo como interfaz

Adecuarse al estado de ánimo del usuario

Interpretar las emociones

Aunque parezca ciencia ficción o un capítulo de Black Mirror, la posibilidad de que **un dispositivo se ajuste e, incluso, se anticipe** a cada usuario según sus cambios de humor es real y puede cambiar la forma en que vemos la tecnología.

El concepto **“Mood as interface” (MAI)** representa la última frontera en diseño de interfaces personalizadas para el usuario. A través de la tecnología biométrica, la identificación facial y el desarrollo de las Neural Networks se puede llegar a ofrecer como una experiencia personalizada según su estado de ánimo y emociones de cada usuario.

Es un estadio más en el UX, de apelar a los sentidos **se pasa a estudiar los pensamientos** y entrar en los cerebros de las personas.

En síntesis

- **Más personalización**: Control del contenido como nunca antes.
- El **contenido se adapta** a cómo se siente uno en cada momento.
- **Tecnología biométrica**: EEGG (electroencefalograma).
- Escaneo de **ondas cerebrales** que transmiten los estados de ánimo.
- **Big Data**: Análisis de datos para determinar la UX según los sentimientos del usuario.
- Diseño de diferentes interfaces para adaptarse a cada uno.
- Grandes posibilidades para **el e-commerce**: colores y look-books de moda, comida a domicilio, plataformas de entretenimiento, ...

Life is Good

Con la acción “Power of Optimism” trae agua con pensamientos positivos



API Google
Analítica de vídeo e imagen

Google Cloud Platform

Buscar

Consola

Why Google | Products | Solutions | Launcher | Pricing | Customers | Documentation

CLOUD VIDEO INTELLIGENCE PRIVATE BETA

Search and Discover your media content with powerful Cloud Video Intelligence API

SIGN UP FOR PRIVATE BETA

Powerful Video Analysis

Google Cloud Video Intelligence API makes videos searchable, and discoverable, by extracting metadata with an easy to use REST API. You can now search every moment of every video file in your catalog and find every occurrence as well as its significance. It quickly annotates videos stored in Google Cloud Storage, and helps you identify key nouns entities of your video, and when they occur within the video.



Emotion Research Lab

Recursos humanos testean en una simulación de entrevista con candidatos reales

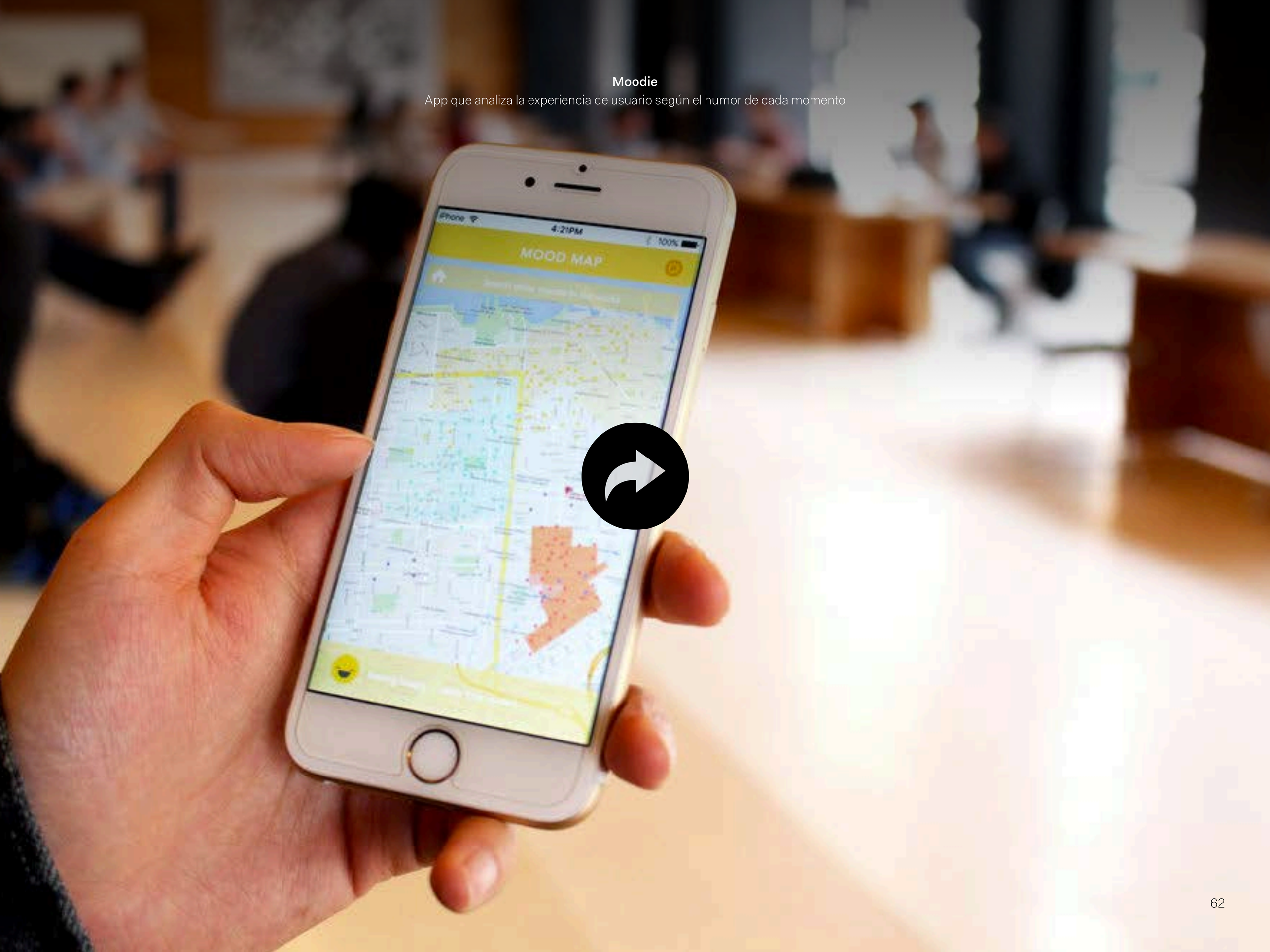


Languing

Llevan a cabo una entrevista con reconocimiento facial

Moodie

App que analiza la experiencia de usuario según el humor de cada momento



MoodCast

Analiza los estados de ánimo para realizar patrones y establecer nuevos hábitos

Acura Mood Roads

- Presentado en el Festival de Cine de Sundance en 2017.
- **Experiencia VR** de conducción sensorial.
- **Tecnología BrainWave:** recopila datos emocionales, cognitivos y físicos.
- Simulador de movimiento con **30 sensores biométricos**.
- Auricular **sensores EEG** de la empresa Emotiv.
- Crea diferentes rutas, paisajes, colores y músicas según el estado de ánimo del conductor (virtual).
- Sereno, relajado, asombrado, intrigado, emocionado, ...
- No hay **dos recorridos iguales**; no hay dos estados de ánimo iguales.

Acura mood roads

Viaje controlado por tu estado de ánimo

Acura mood roads

Viaje controlado por tu estado de ánimo

Neural Network

- Sistemas **modelados según el cerebro humano**.
- Se estructuran según los **datos percibidos por nuestras búsquedas**, distribución de likes en Facebook o Instragram.
- Van creando **patrones de comportamiento** y se va personalizando la navegación sutilmente.
- **Machine Learning** inspirado en cómo funciona nuestra cabeza.
- Facebook las utilizó en 2014 en un **controvertido experimento** con 689.003 usuarios. Manipulaba las noticias del timeline de cada usuario según un estudio de sus emociones para provocar unos y otros estados de ánimo.

Facebook

Experimento sobre el timeline de los usuarios según su estado de ánimo



Para pensar

- **El diseño según los estados de ánimo**, y adaptado para el estado de ánimo, es un paso más hacia la personalización; algo que se hacía desde siempre de modo intuitivo pero que la tecnología permite ahora adaptar a cada momento de la vida del usuario.
- Al mismo tiempo, plantea dudas sobre **la capacidad de la tecnología para acertar al leer la emociones** y, también, sobre el poder que queremos otorgar a las máquinas, y si queremos permitir que lleguen a saber cómo nos sentimos.
- En todo caso, **ofrece grandes posibilidades** para la personalización en e-commerce, productos, colores... según los estados de ánimo.

Referencias

The Future is Imminent: 9 Design Trends for 2018

https://medium.com/@ChaseBuckleyUX/the-future-is-imminent-9-design-trends-for-2018-38de77ef95c0

UX Tends for 2018

https://www.paulolyslager.com/ux-trends-2018/

Can an Interface Express a Mood?

https://design.ncsu.edu/andso/2017/05/02/interaction-gestalt/

Moodie: A Mood Sharing App

https://serenacchendesign.com/sharing-the-mood/

Referencias

Life Is Good, the Apparel Brand, Built a Machine Powered by Happy Thoughts
http://www.adweek.com/brand-marketing/life-is-good-the-apparel-brand-built-a-machine-powered-by-good-thoughts/

Sundance Film Festival Attendees Can Enjoy Acura “Mood Roads” VR Experience
http://www.arlingtonacura.com/blog/acura-mood-roads-vr-journey-2017-sundance-film-festival/

Controversy Over Facebook Emotional Manipulation Study Grows As Timeline Becomes More Clear
https://www.forbes.com/sites/gregorymcneal/2014/06/30/controversy-over-facebook-emotional-manipulation-study-grows-as-timeline-becomes-more-clear/#2d14cf5a9caa

Tendencia 5

Diseño para la optimización

Diseño para gente impaciente

Navegación más rápida

El diseño para ahorrar tiempo al usuario (time saving design) sigue siendo una **tendencia destacable en 2018** por ser una parte importante del UX.

Busca crear experiencias de **navegación intuitivas** que reduzcan la fricción, ahorren tiempo y permitan al usuario conseguir su objetivo en un número limitado de pasos.

Hay que **entender qué espera el usuario** de cada app o web y utilizar los elementos adecuados, diseñar un producto que se consuma de la manera más personalizada, sencilla y rápida.

Otros elementos que **ayudan a ganar tiempo al usuario** son los asistentes por voz o la autenticación biométrica.

En síntesis

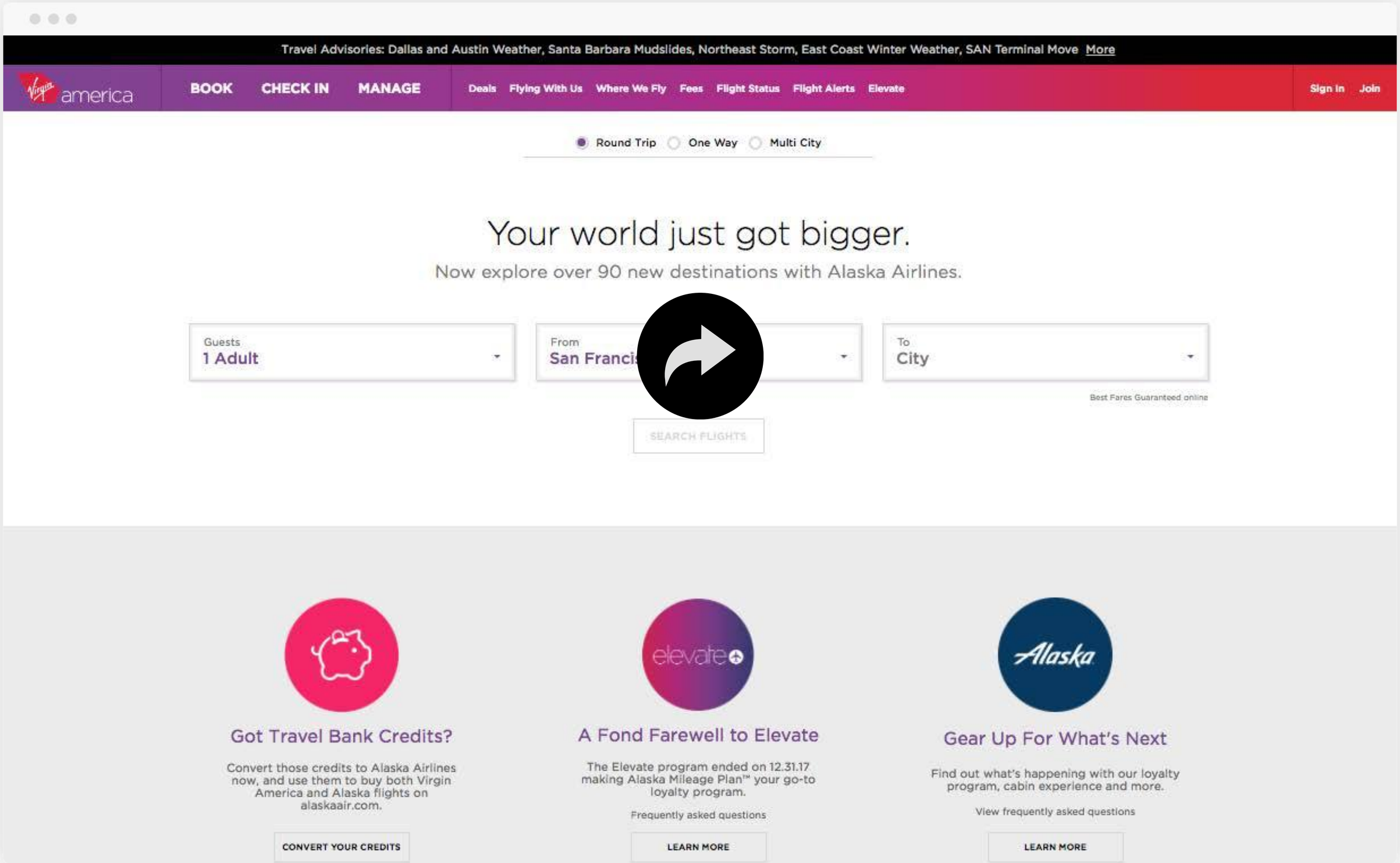
- **Diseños simples** pero no demasiado simplificados.
- **Navegación y contenido principal** en el primer golpe de vista.
- Cada vez se dedica **menos tiempo** a decidir si te quedas o no en una web (3 segundos si no carga).
- Diseños **intuitivos, eficientes y optimizados**.
- Orientar o guiar al usuario durante la ruta, **anticiparse a sus necesidades**.
- Tanto para smartphone como para escritorio.
- Los maestros Uber, Virgin América y Airbnb.

Uber

Información más interesante a la vista, destaca cómo hacerte conductor

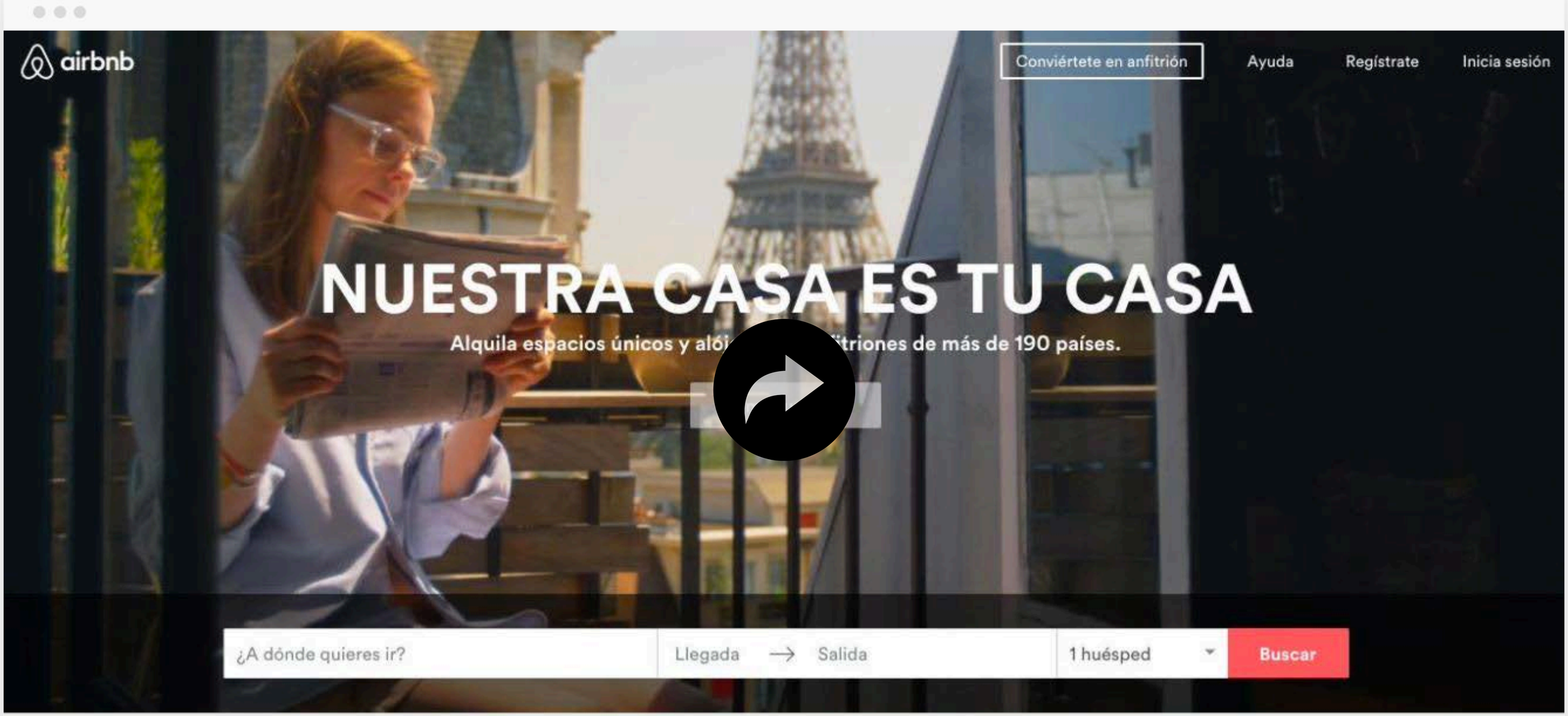
Virgin America

Información principal en un solo golpe de vista



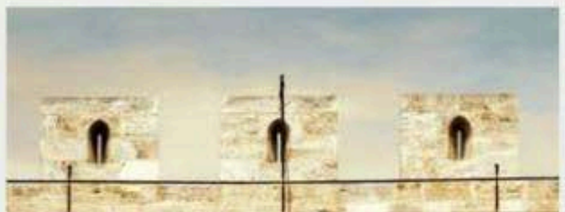
Airbnb

Formulario sencillo, claro y en la posición principal



Para el fin de semana

A veces los lugares más increíbles están cerca de casa.

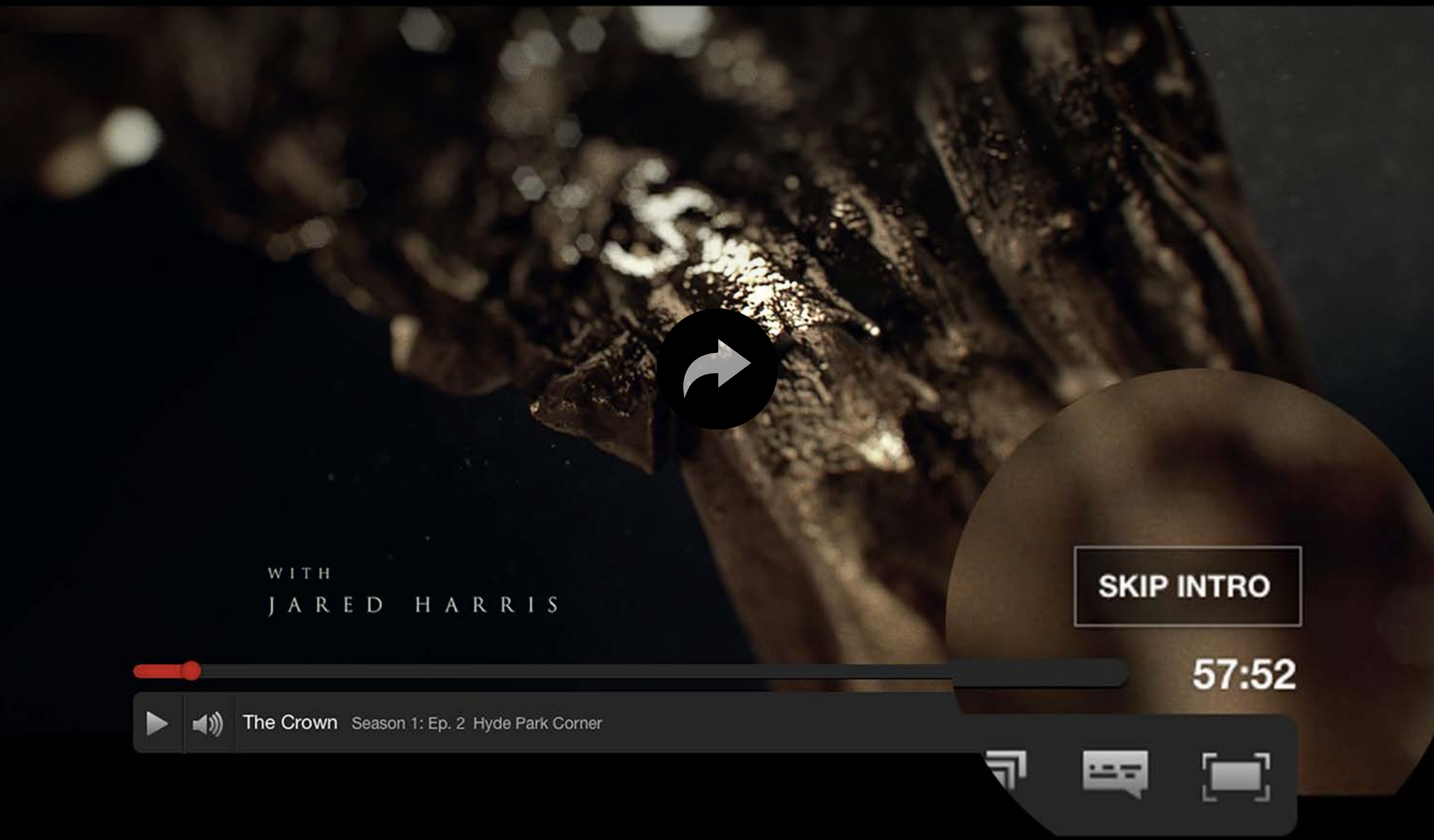






Netflix

Cómo ganar tiempo en tu serie pudiendo saltar las intros



Elementos de diseño

- **Navegación minimalista**, pocos pasos.
- Botones, enlaces, cuestionarios,...**claros y llamativos**.
- **Contenido visualmente rico**, imágenes para captar la atención.
- **Información** presentada de manera **simple, sencilla y atractiva**.
- **No saturar** de contenido, animaciones, gráficos o tablas.
- Alentar a la **acción**.
- **Diseño lineal**, ver los diferentes apartados de la web haciendo scroll.
- **Barra de progreso** de paso, info del tiempo de lectura.
- **Sugerencias personalizadas** (como hace Amazon).

Doo

App intuitiva para hacer listas y recordatorios

Burger King

Asistente de voz como ahorrador de tiempo



No more passwords

- Autenticación biométrica o **identificación sin contraseñas**.
- Ha llegado para **quedarse**.
- Proceso **rápido y fácil**.
- **Garantías de seguridad**: cada vez más fiables.
- **Facilita la vida:** permite al usuario el acceso o pago sin tener que recordar las contraseñas.
- **Simplifica los pasos,** al hacer una compra o una transacción.
- **Diseño invisible**.
- **Muchas opciones.** Las principales: huellas dactilares, voz, retina y cara.

Uso de las contraseñas en Internet

61 %

De los consumidores utilizan la misma contraseña en varios sitios web.

54 %

De los consumidores tienen solo cinco contraseñas o menos.

44 %

De los consumidores cambian su contraseña una vez al año o menos.

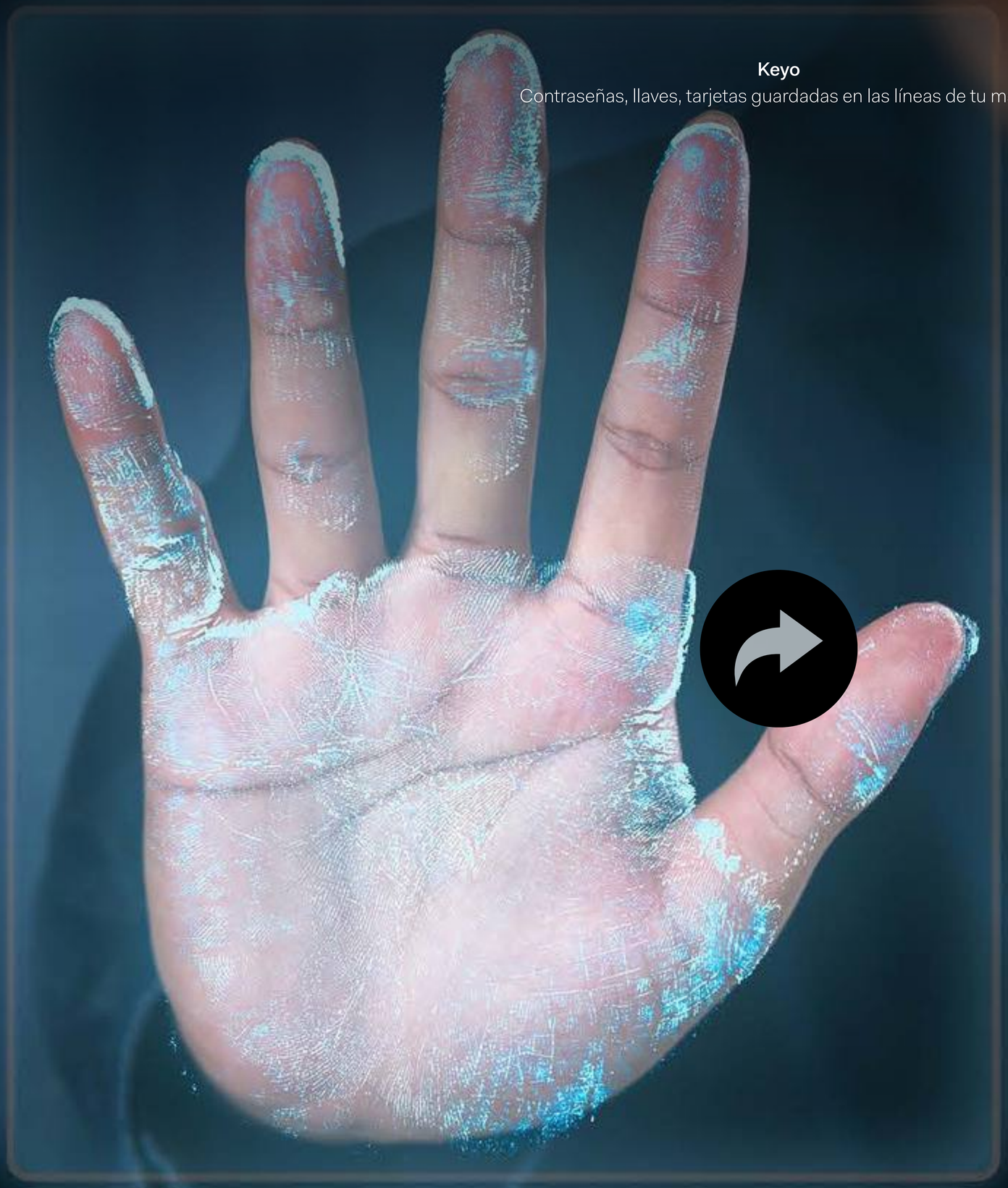
www.csid.com/wp-content/uploads/2012/09/CS_PasswordSurvey_FullReport_FINAL.pdf

Iphone X
Identificación facial



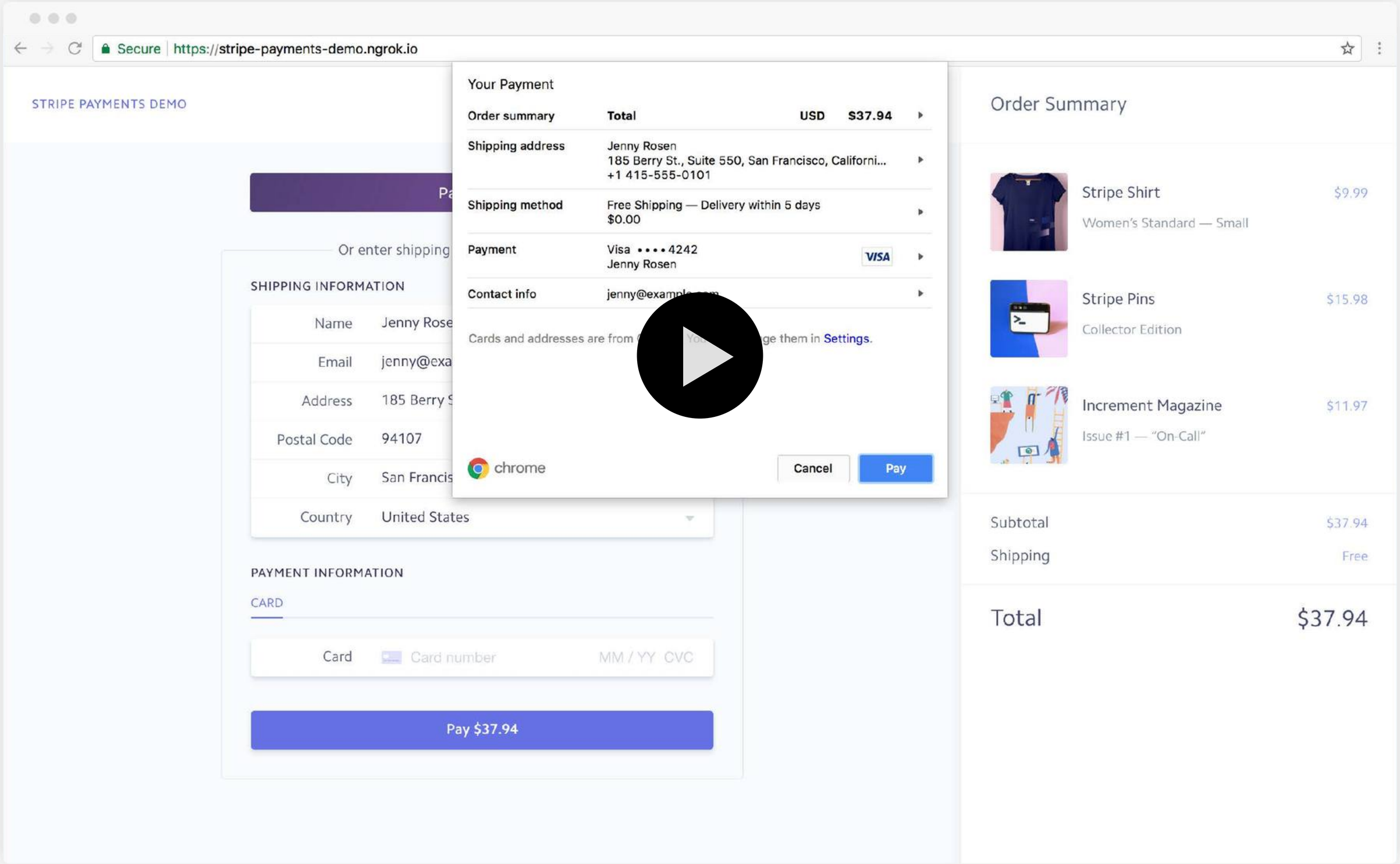
Keyo

Contraseñas, llaves, tarjetas guardadas en las líneas de tu mano



Payment Request API

Te permite incluir tus datos de pago que solicita cualquier pasarela de pago de manera automática



Para pensar

- Aparte de cuestiones de diseño, no hay que olvidar que el **“time saving design” está vinculado con el tiempo de descarga**, que se puede cuidar también a la hora de realizar el diseño.
- Además, no hay que olvidar que dar **un diseño sin barreras es costoso, y requiere adaptación constante**: testeo, pruebas A/B, capacidad para aprender y cambiar, etc.
- La **evolución de los asistentes por voz** puede transformar el modo y la facilidad de navegar, y hacer la relaciones con las máquinas más rápidas e intuitivas.
- **La autenticación biométrica** une a su gran potencial, la desconfianza por parte de los usuarios, que también hay que tener en cuenta.

Referencias

10 UX Design Predictions for 2018

https://theblog.adobe.com/10-ux-design-predictions-for-2018/

UX Design Trends for 2017: Dictated by the Future

https://www.altexsoft.com/blog/uxdesign/ux-design-trends-for-2017-dictated-by-the-future/

The Future is Imminent: 9 Design Trends for 2018

https://medium.com/@ChaseBuckleyUX/the-future-is-imminent-9-design-trends-for-2018-38de77ef95c0

The Time-Saving Design Trend and How to Use It

https://speckyboy.com/time-saving-design-trend/

Referencias

Netflix’s 'Skip Intro' Button Makes TV Ever More Like an App

https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/netflixs-skip-intro-button-makes-tv-ever-more-like-an-app/544427/

Consumer Survey: Password Habits

http://www.csid.com/wp-content/uploads/2012/09/CS_PasswordSurvey_FullReport_FINAL.pdf

Tendencia 6

La UI más enriquecida

Mucho más que una cara bonita

“**UX is a lot more than buttons and wireframs.** The stuff that seems obvious is only the tip of the iceberg, and the stuff that matters most is completely invisible. In fact, design is only one of the 5 main ingredients of UX: psychology, usability, design, copywriting, analysis.”

Joel Marsch, autor de UX for Beginners & thehipperelement.com

UI que genera experiencia positiva

Ya hemos visto el ámbito en el que **el diseño se adapta** a que el usuario no pierda tiempo, que le acompañe durante su estancia en la web y le guíe sin hacerle sentir que pierde el control.

Todo esto ocurrirá siempre y cuando se encuentre en un entorno que le genere confianza, empatía, le llame la atención y quiera permanecer allí.

Este ambiente **lo generan los diseñadores a través de diferentes elementos**. Aquellos que crean efectos estéticos que agradan y sorprenden al usuario. Los degradados, ilustraciones, pequeñas animaciones, asimetrías, tipografías y colores marcarán el diseño en 2018.

En síntesis

- **Movimiento, animación:** sirven para captar mejor la atención del usuario, destacar alguna información siempre que se use en su justa medida. También logos animados.
- **Vídeo:** el rey de los contenidos consumidos. Calidad de producción, reproducción, vídeos efímeros, videollamadas,...
- **Tipografías y colores** bien usados ayudan a mejorar la UX además de aportar identidad de marca.
- **Color:** preferencia por colores planos, uno o dos, tendencia “minimal”.
- **Degradados:** tendencia 2018, entre colores, con transparencias,...

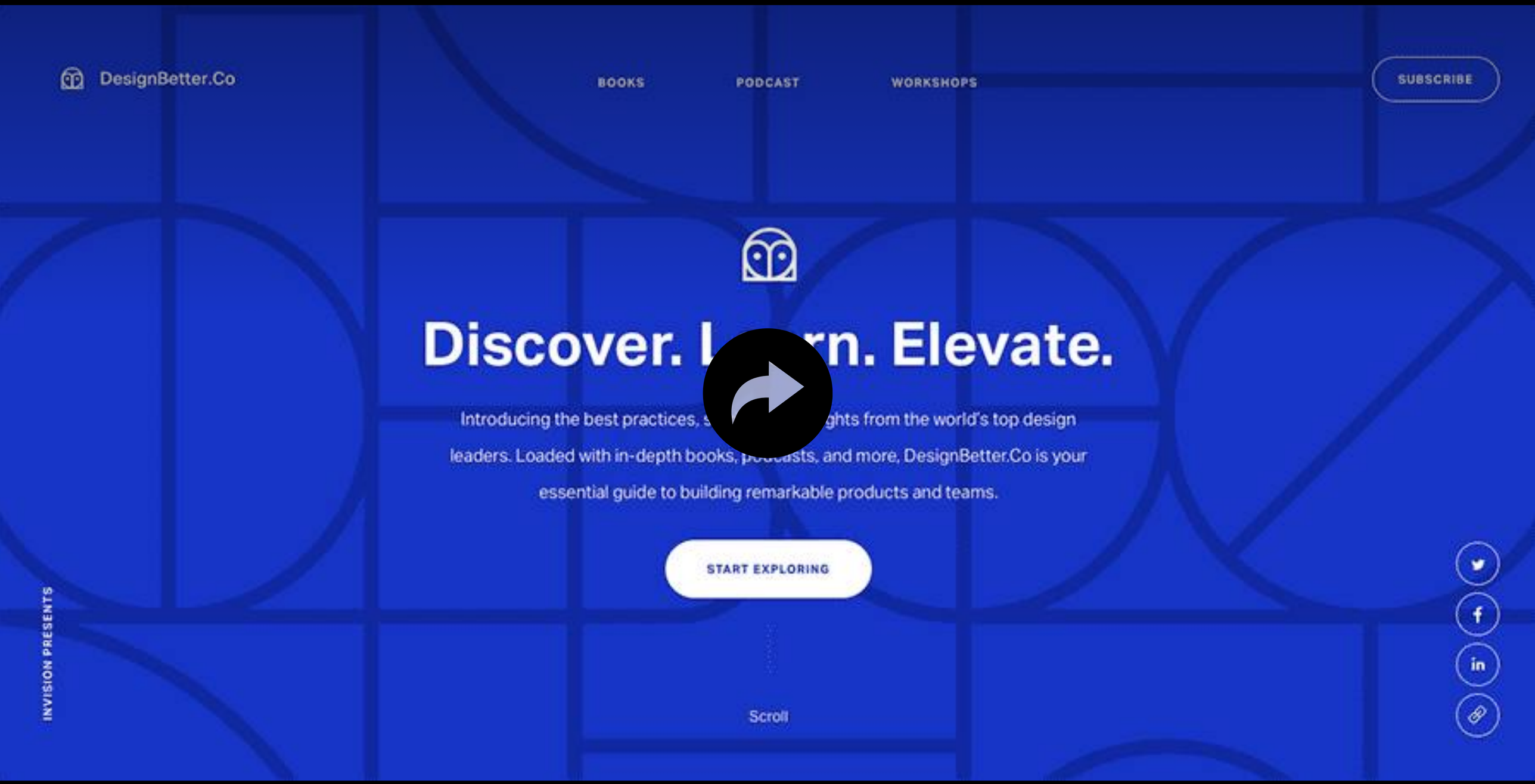
Fondo de partículas
helloheco.com

We turn information into
experiences people care about.

↓



Fondo animado
designbetter.co



Fubiz
Logo y animación de loaders



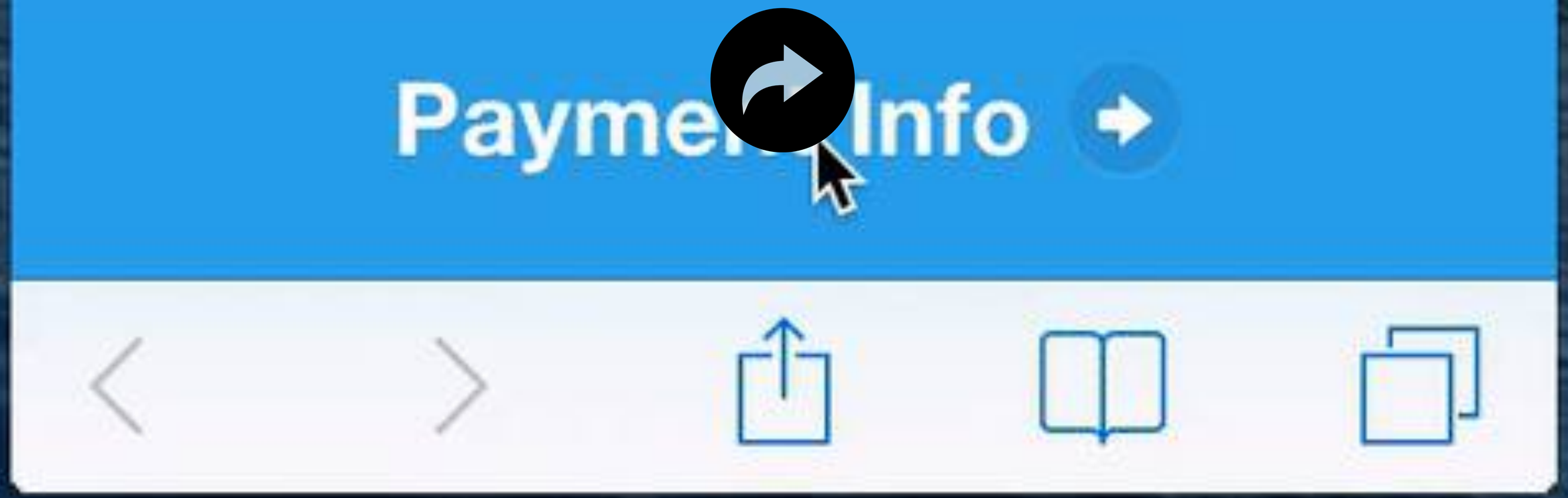
Femme Fatale Studio
Sofisticado y simplificado



United States

Microinteracciones

Celebran el éxito de una acción



Dropbox

Microinteracción al guardar tu contraseña que te sugiere

Adobe

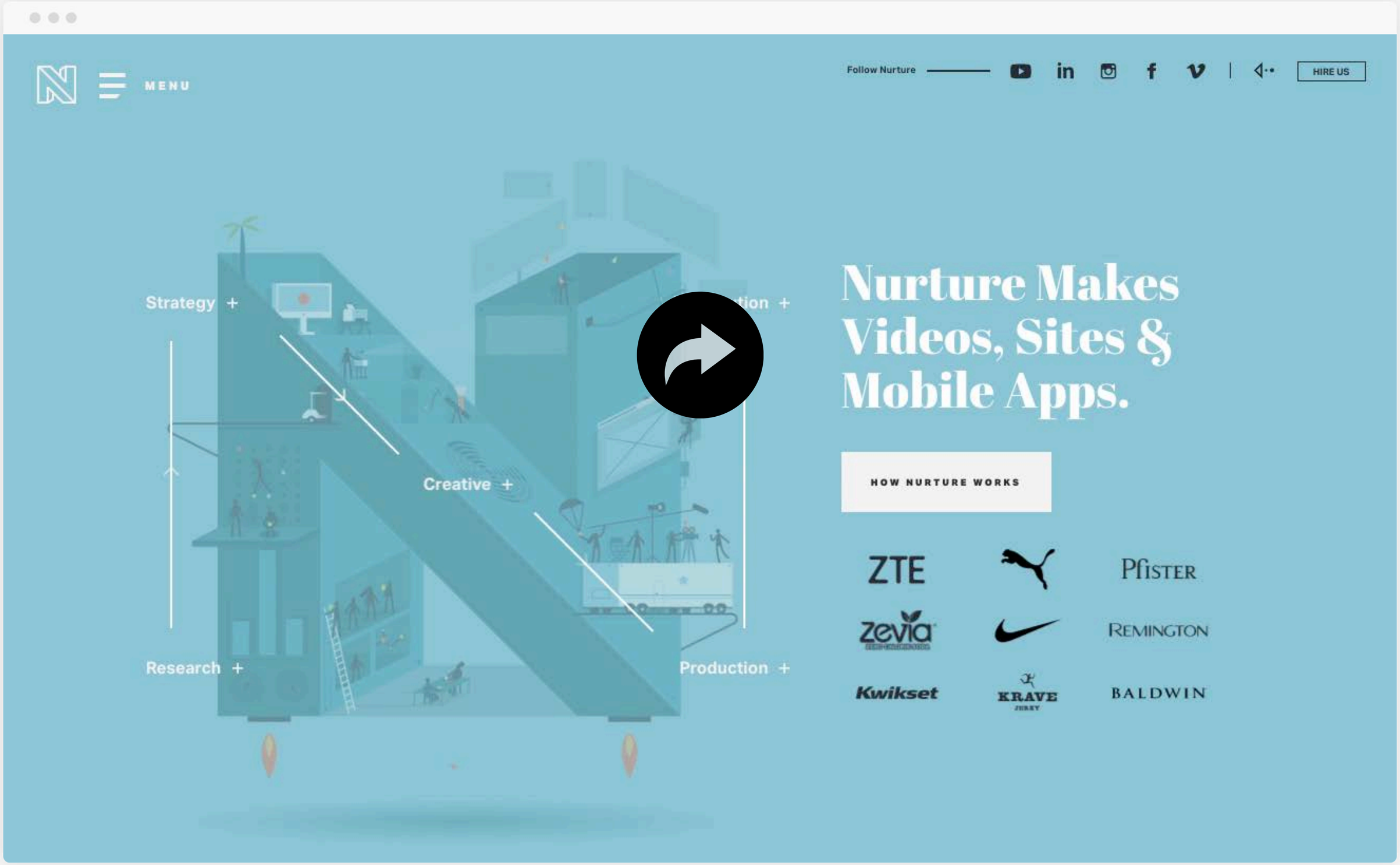
Paleta interactiva



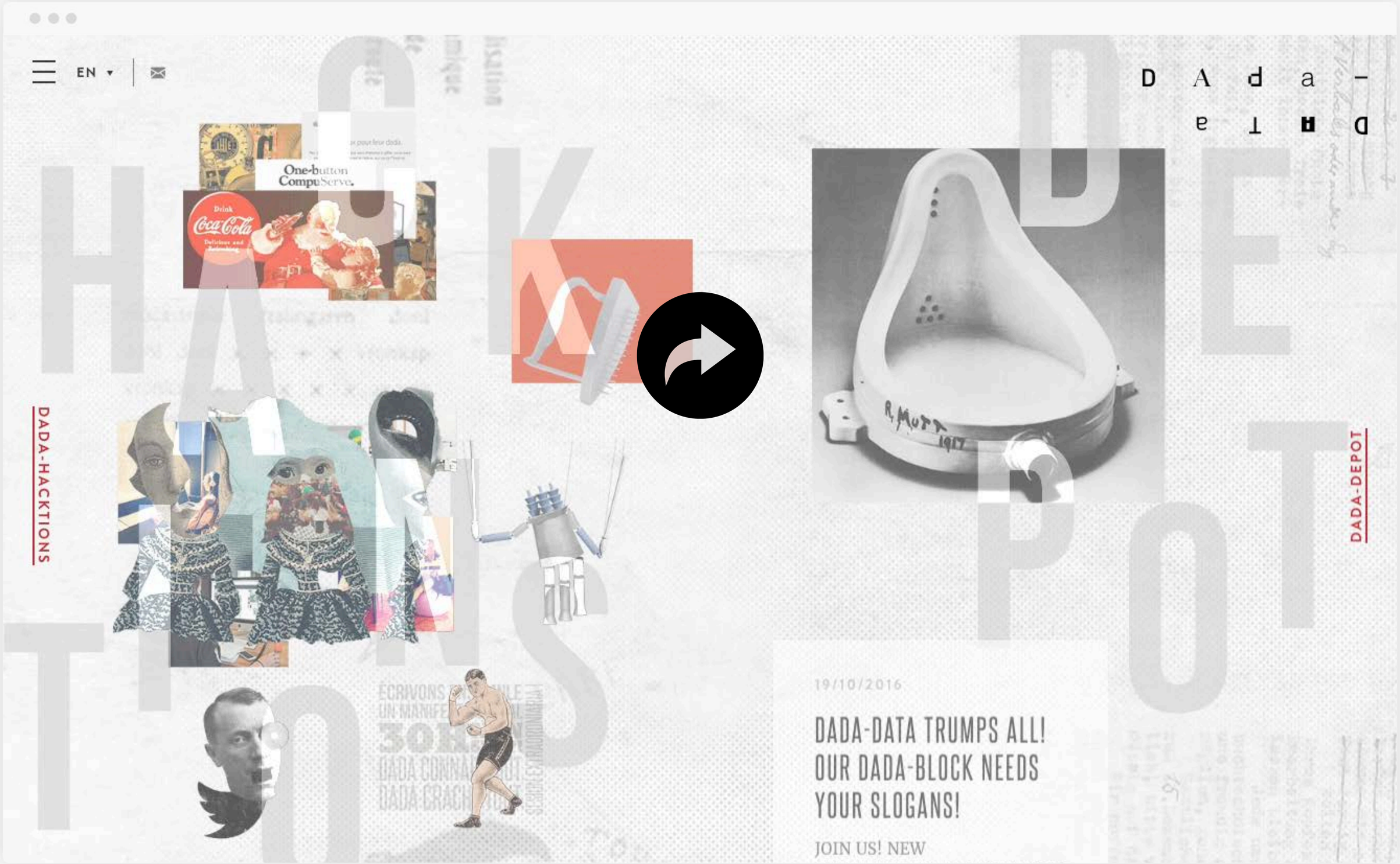
Mucho más que una UI plana

- **Diseño adaptativo vs diseño responsive:** Diseño adaptado a las características de cada soporte.
- **Ilustraciones:** otorgan personalidad y diferencia vs bancos de imágenes que son más fríos y neutrales.
- **Asimetría y brutalismo** inspirado en la forma libre: rompen con el diseño estático para llamar la atención.
- **Imagen inversiva**, una imagen simple, grande y que represente la marca. Fotografías de alta calidad.
- **Borderless**, pantalla sin límites: iPhone X.

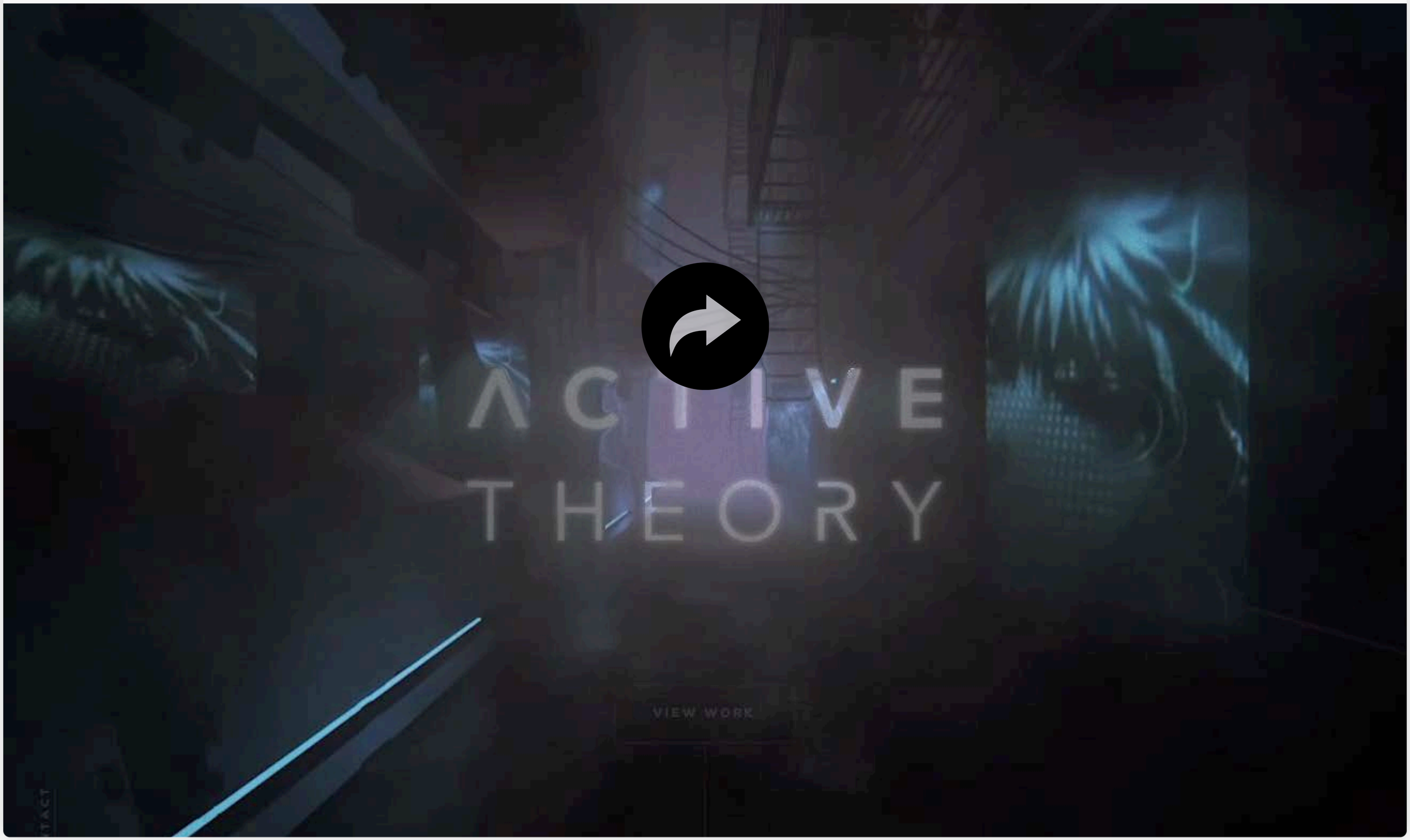
Nurture Digital
nurturedigital.com



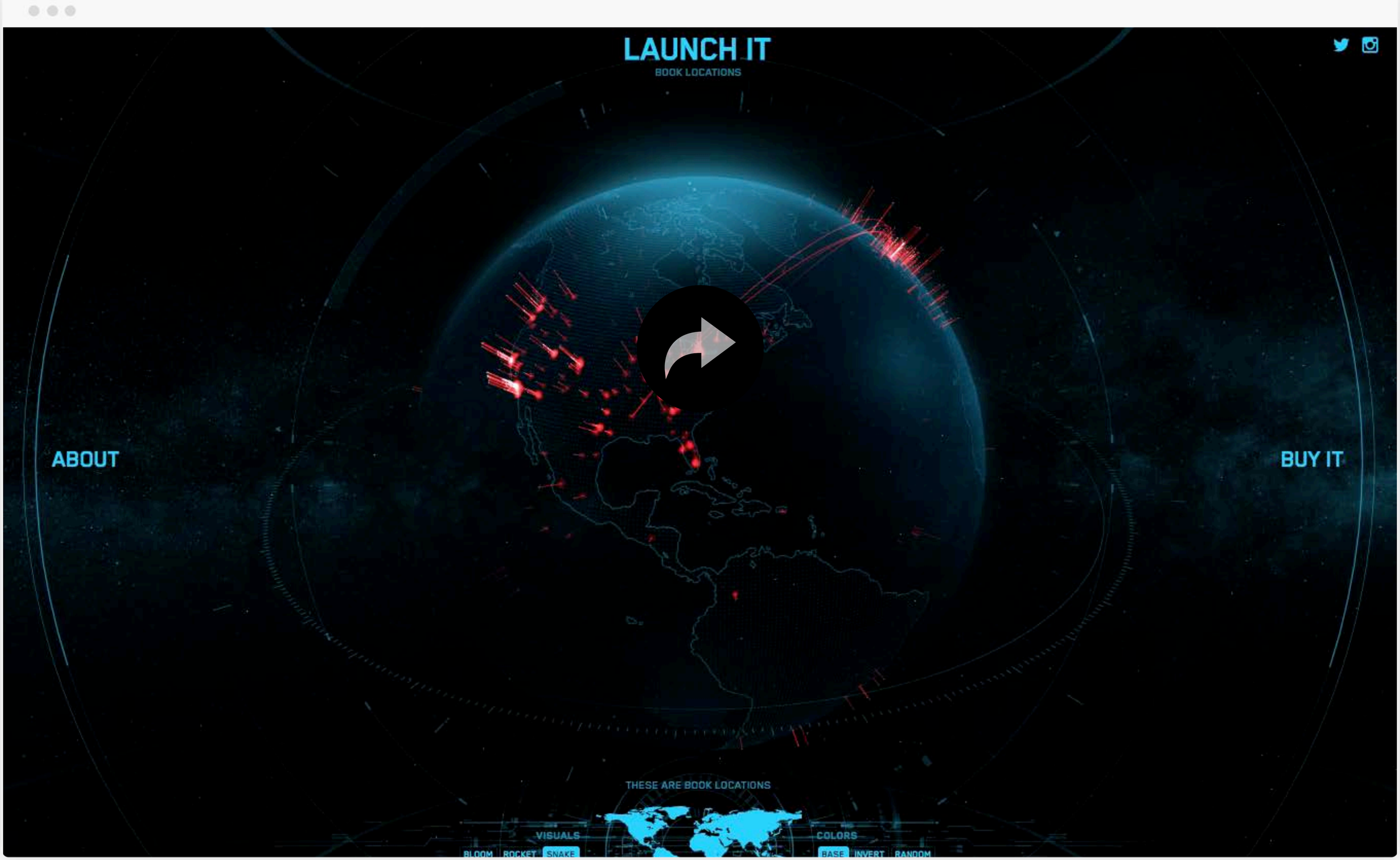
Dada-Data
dada-data.net



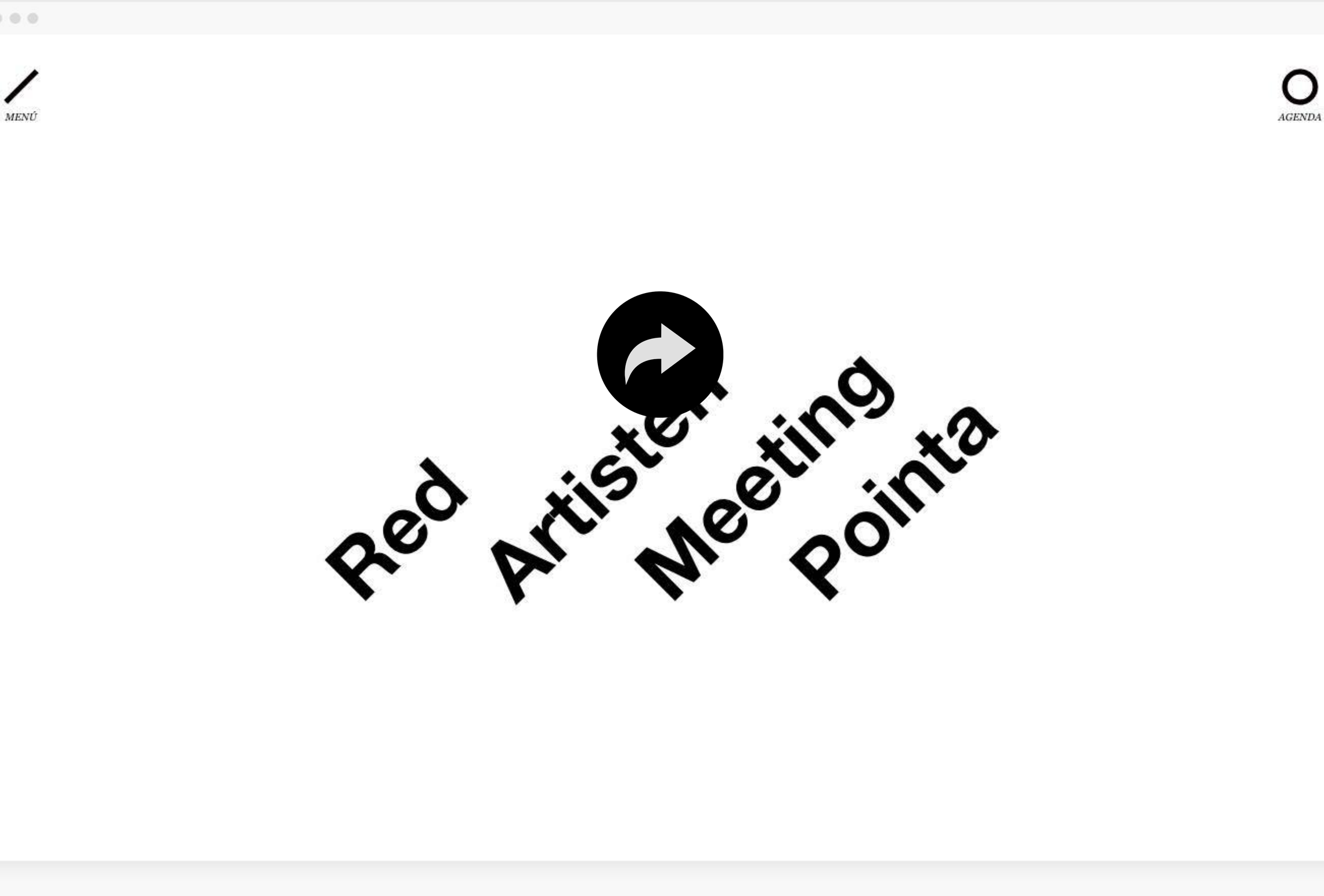
Active Theory
www.activetheory.net



Launchit Schanemielke
launchit.shanemielke.com

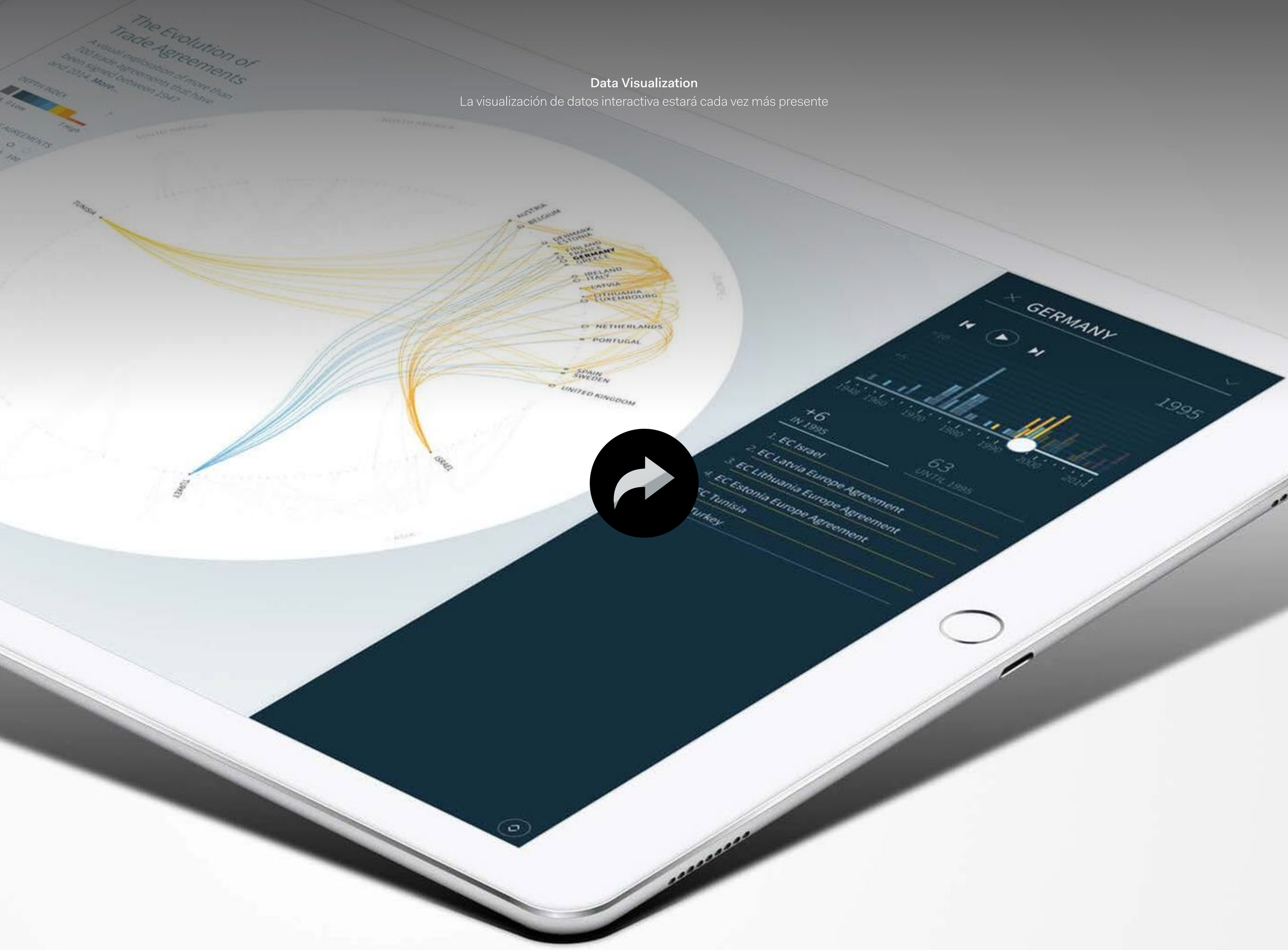


Okela
www.okela.org



Data Visualization

La visualización de datos interactiva estará cada vez más presente



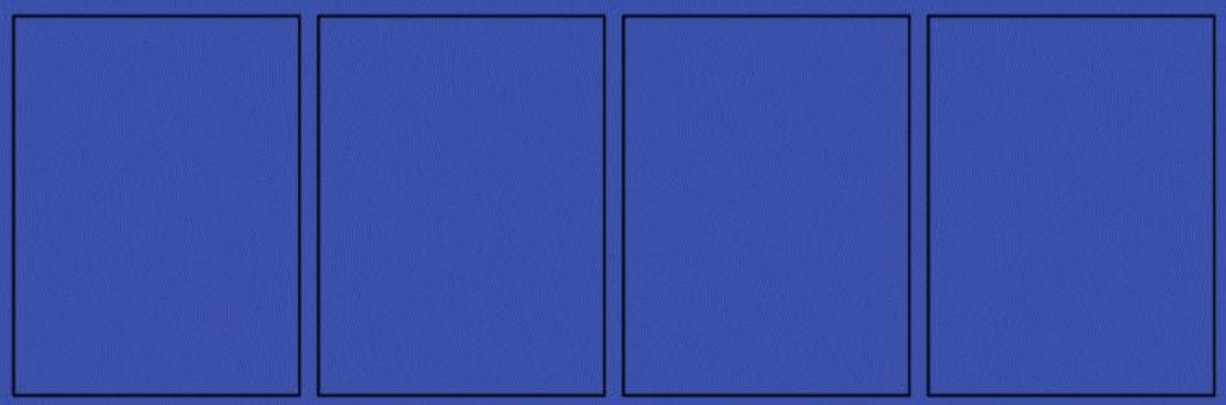
Noto by Google

- Google y Monotype han desarrollado una tipografía universal: **Noto**.
- **800** idiomas.
- **110.000** caracteres.
- Con el fin de eliminar el **“problema del tofu”**.
- Tofu: **rectángulos blancos** que aparecen cuando no se reconoce una tipografía.
- Estos rectángulos **influyen negativamente** en la UX.

Tofu

El problema en las webs

No More



Para pensar

- **Probar**, probar y probar.
- Las modas vienen y van, y durante un tiempo pueden funcionar y **empatizar con el usuario**.
- La continuidad en los **testeos** ayuda a ver el declive de una moda.
- Moderación en el uso de los elementos, **no saturar** al usuario.

Referencias

Top Web Design Trends to Watch in 2018
https://www.forbes.com/sites/tomaslaurinavicius/2017/12/20/web-design-trends-2018/#390b25bd2375

Tendencias para el Diseño UX / UI para 2018
https://www.digital55.com/tendencias-diseno-ux-ui-para-2018/

9 UI and UX Trends of 2018 - Going Beyond Web and App
https://uiuxtrend.com/ui-ux-trends-2018/

9 Cutting-Edge Web Design Trends for 2018
https://99designs.es/blog/trends/web-design-trends-2018/

The Evolution from Invisible Design Towards the Invisible Interface
https://usabilitygeek.com/evolution-invisible-design-invisible-interface/

Referencias

Las micro-interacciones en el diseño de páginas web
http://www.staffcreativa.pe/blog/micro-interacciones-diseno-paginas-web/

Adobe Just Built The Prettiest UI Ever
https://www.fastcodesign.com/90133924/adobe-just-built-the-prettiest-ui-ever

More than 800 languages in a single typeface: creating Noto for Google
http://www.monotype.com/resources/case-studies/more-than-800-languages-in-a-single-typeface-creating-noto-for-google/

Tendencia 7

Feedback sensorial

El juego de los sentidos

En síntesis

- **Sinestesia:** unión de dos sentidos por asociación.
- Inversión en investigación para **mejorar la experiencia de usuario de las personas sinestésicas** implementando comentarios sinestésicos a los productos o interfaces multisensoriales.
- **Haptic Feedback** sigue siendo tendencia, la vibración del dispositivo por realizar una acción, por recibir un mensaje como advertencia, ...
- **Neural Network:** diseño de consonancia con el cerebro, emociones, ...
- Facebook investiga en esta dirección para determinar un lenguaje de vibraciones.

Referencias

10 UX Design Predictions for 2018

https://theblog.adobe.com/10-ux-design-predictions-for-2018/

UX Tends for 2018

https://www.paulolyslager.com/ux-trends-2018/

The Top 10 User Experience Design Trends for 2018

https://uxplanet.org/the-top-10-user-experience-design-trends-for-2018-2842be9364aa

Synesthesia Glasses

http://ericparren.net/works/synesthesia-glasses.html

Referencias

At F8, Facebook Debuts a New Platform: The Human Brain

https://www.inverse.com/article/30520-facebook-brain-computer-interface-neural-control-smartphone-thoughts-mind?utm_source=twitter.com&utm_medium=on_site&utm_campaign=desktop

The Future is Imminent: 9 Design Trends for 2018

https://medium.com/@ChaseBuckleyUX/the-future-is-imminent-9-design-trends-for-2018-38de77ef95c0

Tendencia 8

Año de la realidad aumentada

Mejorando la realidad

La experiencia real

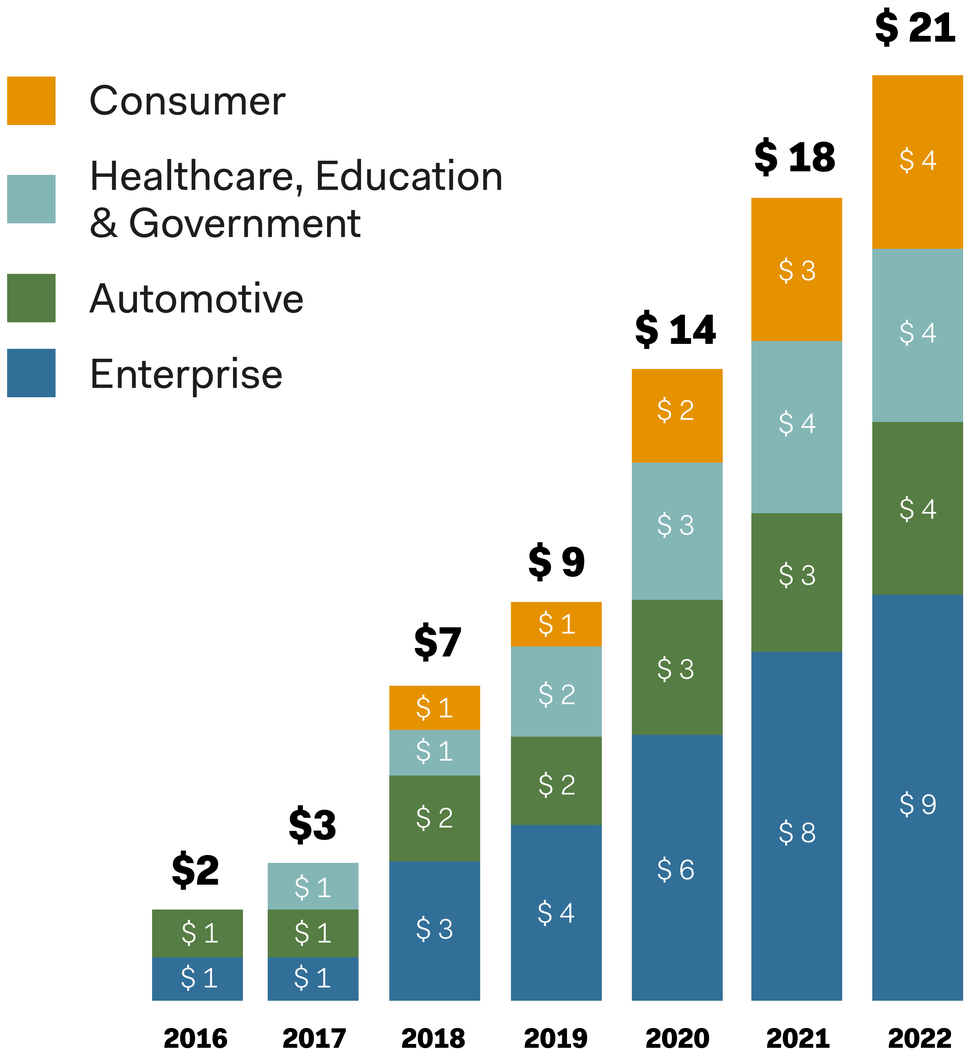
“AR wil change everything” declaró el CEO de Apple, Tim Cook, el pasado año. La **expansión de la AR está siendo muy rápida y generalizada**. Las grandes marcas como Facebook y Apple están impulsando este desarrollo, además la incorporación de lentes especiales en los nuevos smartphones es la clave para la democratización de su uso.

Las marcas tienen en este nuevo panorama grandes oportunidades para crear **experiencias digitales más intensas**, simulando en las capas del mundo real uno mejor. Experiencias con interacciones más envolventes que proporcionan valor añadido al consumidor.

En síntesis

- Tras el éxito de Pokemon Go y los filtros de Snapchat se normalizó el uso de la AR, que **no ha parado de evolucionar**.
- Mercado de AR previsto en 2021 de **57.000 millones** de dólares.
- Empieza a generarse el **“virtual FOMO”** en AR: no querer perderse nada de las novedades que salen en el sector.
- **ARKit para iPhone y las redes sociales:** pensada para democratizar el uso de la Augmented Reality.
- Otra forma de **conectar lo virtual y lo real**.
- **No te aísla** del entorno como la VR, su aplicación está relacionada con el contexto.

Goldman Sach
Proyección de la inversión en AR



The opportunity

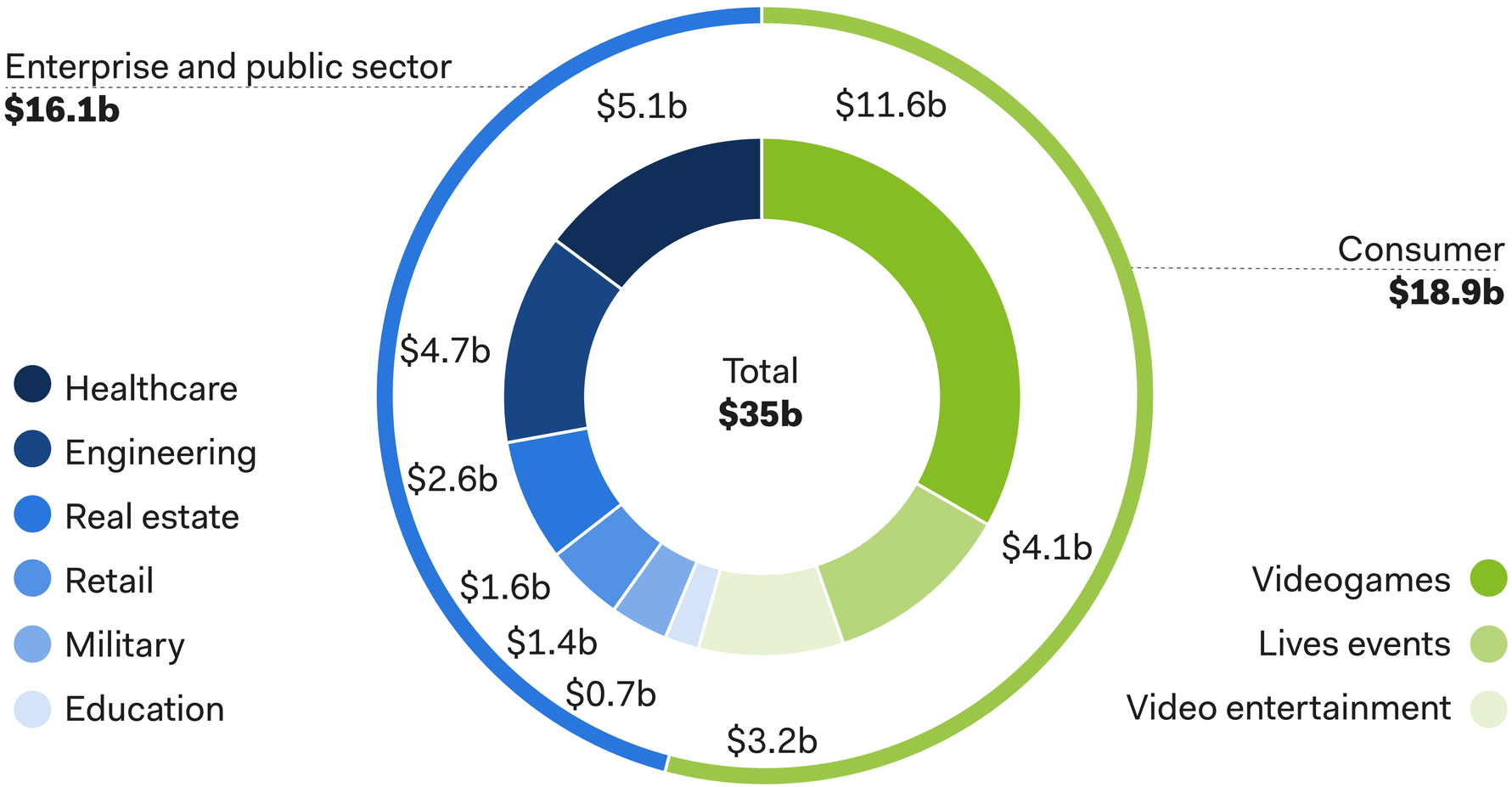
Ar will change the word

Augmented Reality is poised to become the next major visual computing platform.

Combined software and hardware sales are expected to exceed $20 billion by 2022

El potencial de las aplicaciones de VR & AR

Predicción del tamaño del mercado de software VR/AR por usos para 2025



“VR will be big, but **AR will be bigger** and take longer.”

Digi-Capital Report Q4 2017

Oportunidades

- La Realidad Aumentada **mejora la realidad**.
- **Interacciones más intensas** con el usuario.
- **Posibilidades infinitas para retail:** probar los productos sin probarlos realmente, ropa, maquillaje, muebles, comida, ...
- Medir espacios, rutas, ... **facilita la vida** al usuario en cuestiones cotidianas.
- Apuesta también en el sector de la construcción, sanitario, financiero.
- Por supuesto: **entretenimiento**.
- **Presentar los productos al detalle** con información extra que en otros medios normalmente no cabe.

Snapchat

Los nuevos filtros New Lenses en 3D



ARKit

Realidad Aumentada de Apple en iPhone y iPad



Fitness AR

Visualiza tu entrenamiento y elige la ruta

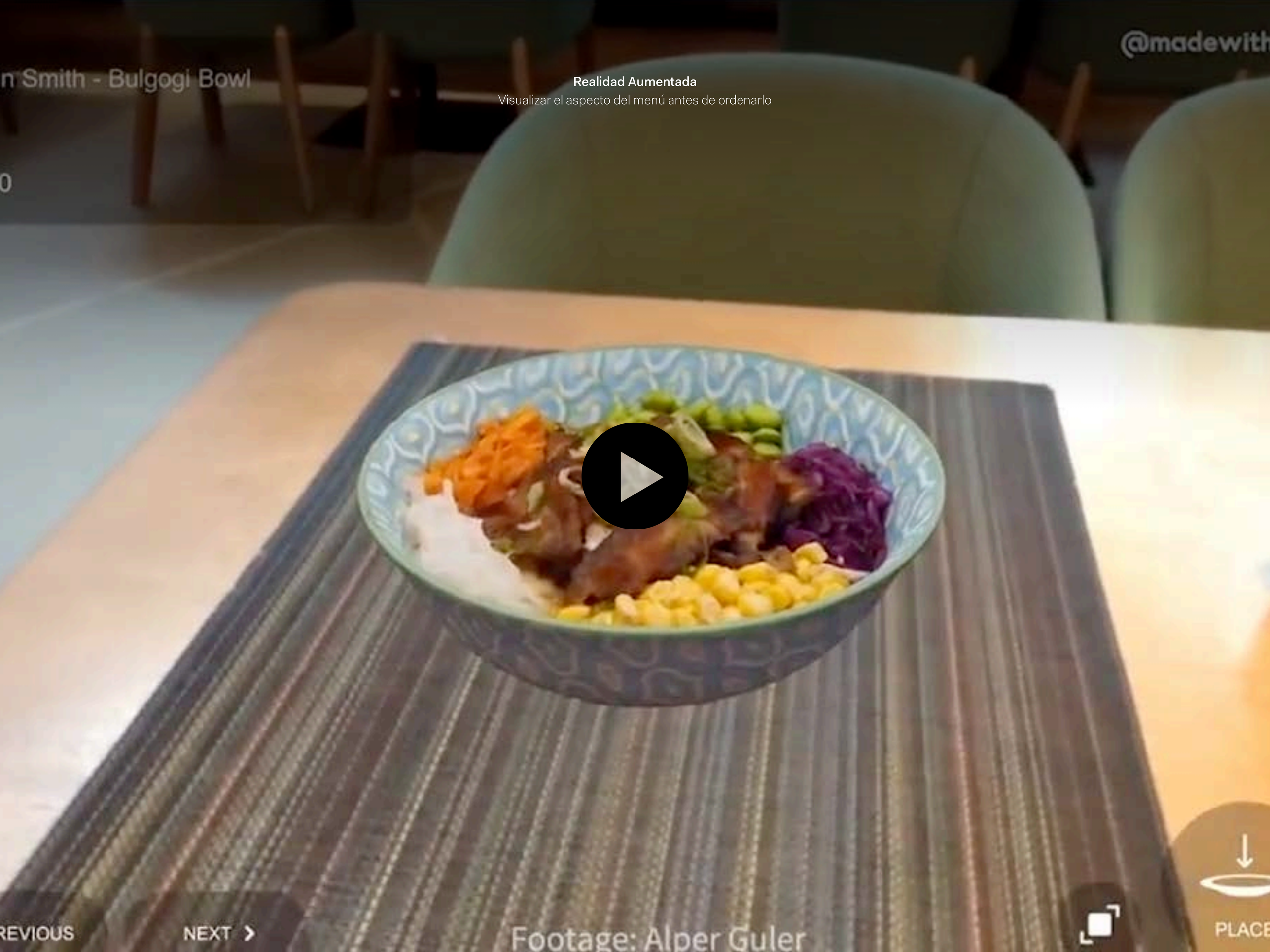


AR Measure Kit

Medir espacios u objetos

Realidad Aumentada

Visualizar el aspecto del menú antes de ordenarlo



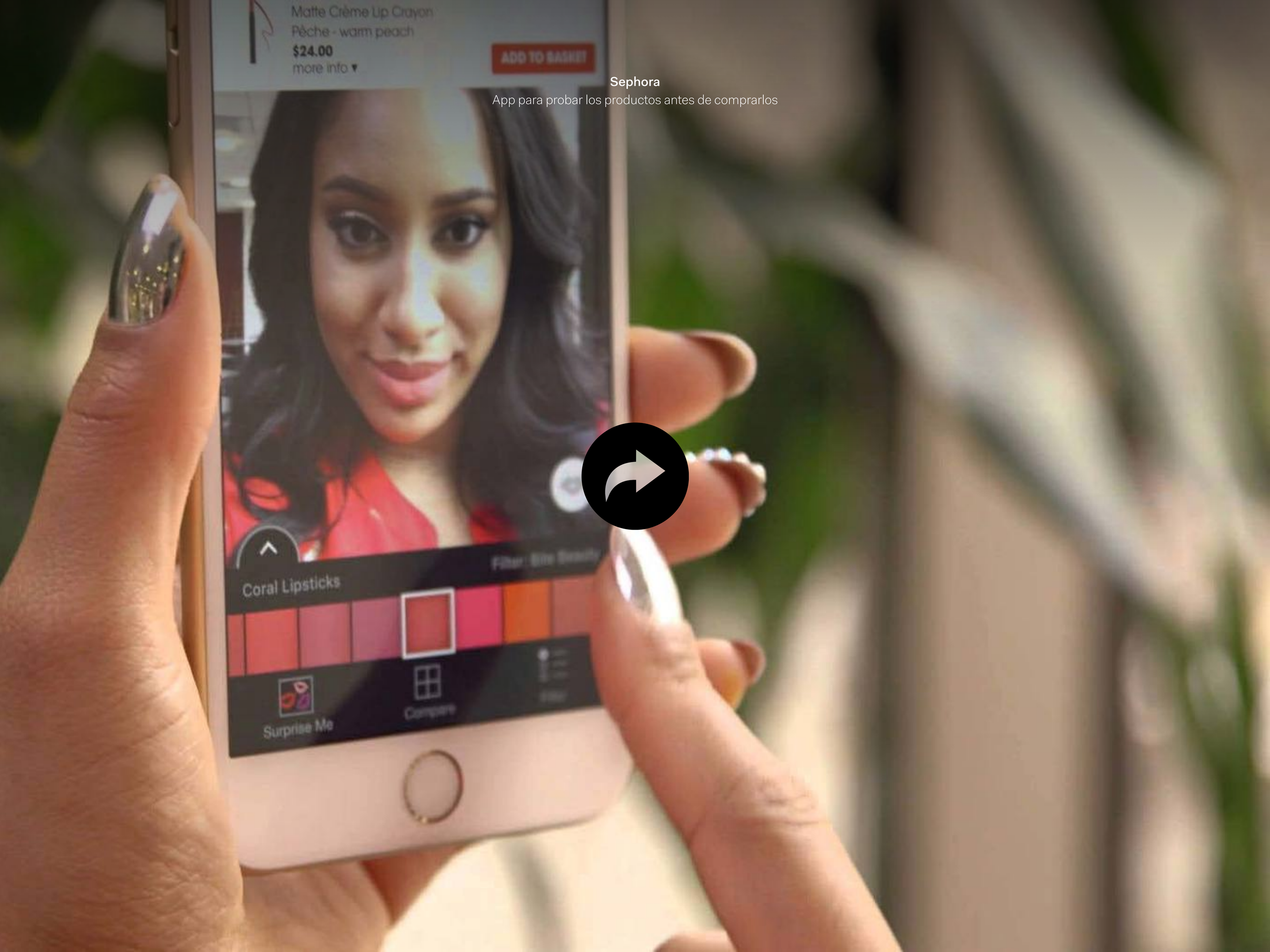
MTV Awards

Campaña del 2017 incluía una acción AR



L'Oreal

Makeup Genius para probar los productos sin mancharte



Sephora

App para probar los productos antes de comprarlos

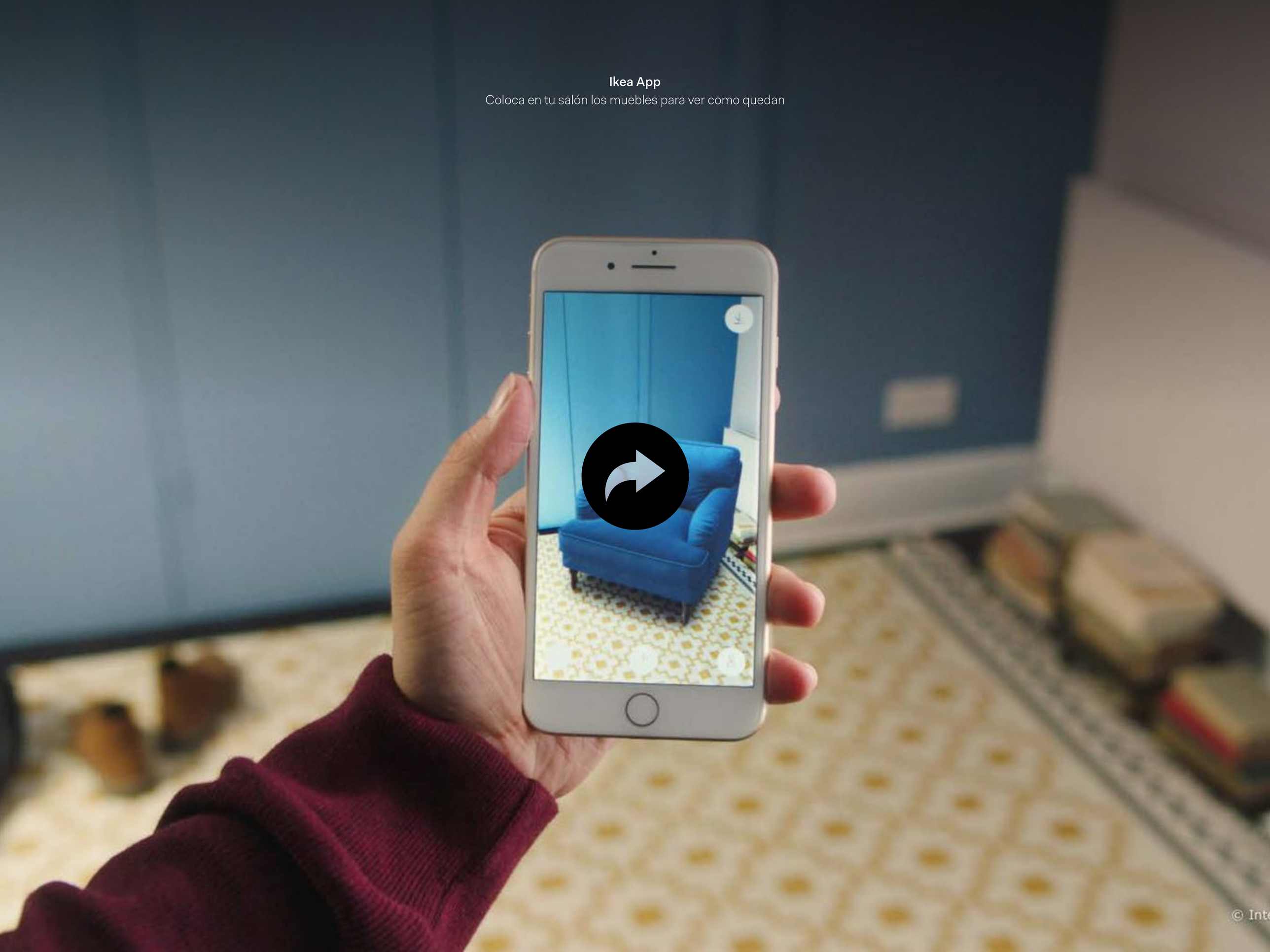
Tequila Patrón

Te invita a visitar una hacienda mexicana y hablar sobre tequila



Ikea App

Coloca en tu salón los muebles para ver como quedan



© Inte

Microsoft
Mixed Reality Studio para crear hologramas



CES 2018

- “It’s **spring for AR**—and winter for VR”.
- **VR:** inmersiva, virtual, no real, accesorios tecnológicos (casco).
- **AR:** en el mundo real, social, solamente con tu smartphone, entretenimiento, resolución problemas cotidianos (IKEA, medidas, pruebas, compras, ...).
- **MR y XR:** Mixed Reality y Extended Reality son las nuevas vertientes.
- **Papel de las marcas:** branded content en AR produce más engagement que en VR.
- Partners AR y anunciantes están definiendo los **formatos de publicidad** para incluir en estos mundos virtuales.

“The biggest barrier to the growth of AR and VR has been that the technology environment that the everyday consumer lives in and is native to doesn't support it. ...Two years from now we're going to be talking about 5G from a mobile computing perspective. ...**The average consumer will be using a device where they can interact with AR** at a speed that's seamless to their experience.”

Will Wiseman, chief strategy officer of media agency PHD

Para pensar

- La apuesta que están haciendo **Facebook y Apple** por la AR generalizando su uso, abre nuevas posibilidades para las marcas.
- Ha pasado de moda pasajera a convertirse en algo que **todas las marcas ofrecen** y todos los consumidores esperan.
- Mark Zuckerberg anunció en el F8 que pronto todas las pantallas tendrán **lentes incorporadas para experimentar la AR**.
- Se espera que el próximo año se concreten las estrategias para **impulsar el ROI** de estas aplicaciones de AR.
- ¿Seguirán las app de AR fusilando la batería del móvil?

Referencias

10 UX Design Predictions For 2018
https://theblog.adobe.com/10-ux-design-predictions-for-2018/

9 UI and UX Trends of 2018 - Going beyond web and app
https://uiuxtrend.com/ui-ux-trends-2018/#AugmentedReality

How Brands Are Using AR to Engage Consumers and Measure Results
http://www.adweek.com/digital/how-brands-are-using-ar-to-engage-consumers-and-measure-results/

Top 5 Augmented Reality Trends 2018
https://mozenix.com/2017/10/09/top-5-augmented-reality-trends-2018/

Mixed Reality Will Help Business Cash in on Both AR and VR
https://venturebeat.com/2017/11/01/power-couple-mixed-reality-will-help-businesses-cash-in-on-both-ar-and-vr/

Referencias

Virtual & Augmented Reality: The Next Big Computing Platform?
http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/virtual-and-augmented-reality-report.html

Snapchat’s Amazing New Filters Drop Digital Stuff Into Your Real World
https://www.fastcodesign.com/90110603/snapchats-amazing-new-filters-drop-digital-stuff-into-your-real-world

Fitness AR uses Strava and ARKit to share your workouts in augmented reality
https://www.digitaltrends.com/outdoors/fitness-ar-app/

MTV Is Using Snapchat, Holograms and Augmented Reality to Drive Tune-Ins for the VMAs
http://www.adweek.com/digital/mtv-is-using-snapchat-holograms-and-augmented-reality-to-drive-tune-ins-for-the-vmas/

Referencias

Patrón’s Snazzy New AR App Lets You Visit a Hacienda and Chat With a Bartender
http://www.adweek.com/creativity/patrons-snazzy-new-ar-app-lets-you-visit-a-hacienda-and-chat-with-a-bartender/

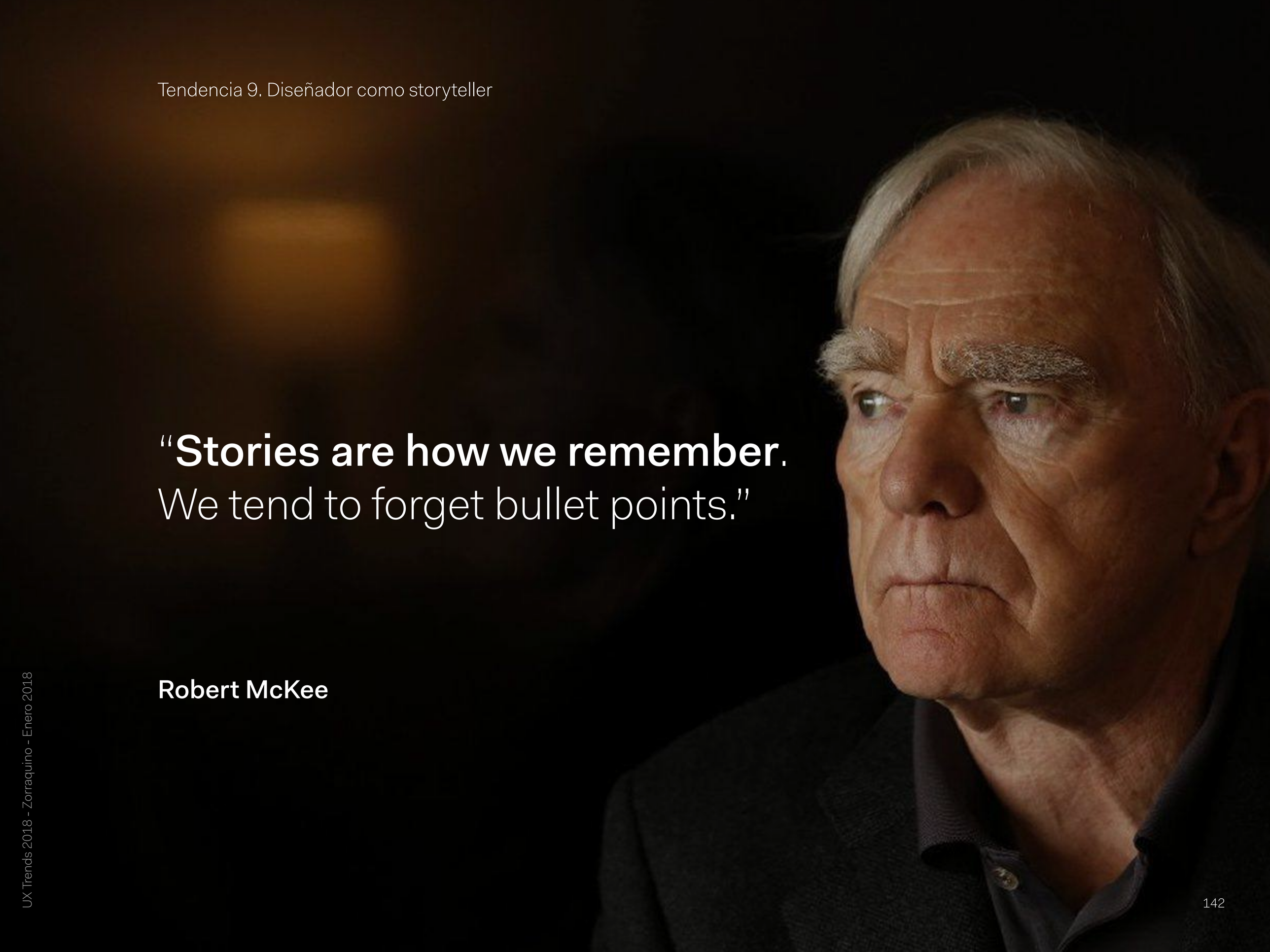
The Top Examples of AR in Retail
http://www.augment.com/blog/best-of-ar-in-retail/

Inside Microsoft's new mixed reality capture studio
http://www.bbc.com/news/av/technology-41747005/inside-microsoft-s-new-mixed-reality-capture-studio

Tendencia 9

Diseñador como storyteller

Enganchados a tu historia



“Stories are how we remember.
We tend to forget bullet points.”

Robert McKee

Diseñar contando una historia

Las historias han sido desde siempre una de las **formas más efectivas de conectar con la gente**, y conseguir generar tanto atención como recuerdo.

Una buena historia, que **entretenga y sorprenda, atrae y convence al usuario**. Si, además, se convierte en el protagonista de relatos vinculados al producto, será más fácil captar su atención y tener interacción directa con él.

Por eso **la narración está cada vez más presente en el UX**. Porque las historias no se dicen solo con palabras sino también con diseño, interacciones, puntos de contacto... a través de todo el itinerario de relación y compra. Historias multicanal y multiformato, claras, interesantes y humanas.

En síntesis

- Cada interfaz cuenta una **historia en la que el usuario es protagonista**.
- **Diseñador como storyteller:** colaboraciones entre diseñadores y redactores han generado la “UX Writing”.
- **Importancia del mensaje** a comunicar sin distracciones ni elementos extra. La tendencia minimalista apoya a la narración eliminando elementos innecesarios, espacios en blanco.
- Refuerzo de la **jerarquía visual** para comprender el contenido.
- Diseño que construye sobre un **contenido de calidad**: útil, atractivo, adaptado al destinatario, etc. El contenido es el rey.
- El auge de las **“conversational interfaces”** impulsa también el crecimiento del UX writing y de la narrativa de marca.

“Content is the reason search began in **the first place**.”

Lee Odden, CEO at TopRank Marketing

“Browsing a **well-crafted interface** is like reading a great story.”

Fabricio Teixeira & Ciao Braga
UX Design Collective

Nuevos perfiles profesionales

Nuevas necesidad que evolucionan debido a esta tendencia



Protagonista de la historia

- **Historias emocionales** para captar la atención.
- Menos de **10 segundos** para engancharles a la historia.
- **Estructura clásica** de introducción, nudo y desenlace.
- Imágenes que acompañen a la historia y que aporten algo. Los **elementos visuales** crean engagement.
- Ofrecer pequeñas **sorpresas** o recompensas a lo largo de la historia.
- **Usuario protagonista** también puede ser en versión videojuego, quiz, ...
- **Interactividad** para conocer mejor al usuario. Experiencia más fluida.
- **Valor de marca** pilar de la historia.

"**Design creates stories**, and stories create memorable experiences, and great experiences have this innate ability to change the way in which we view our world."

Christian Saylor, UX Designer at Universal Mind

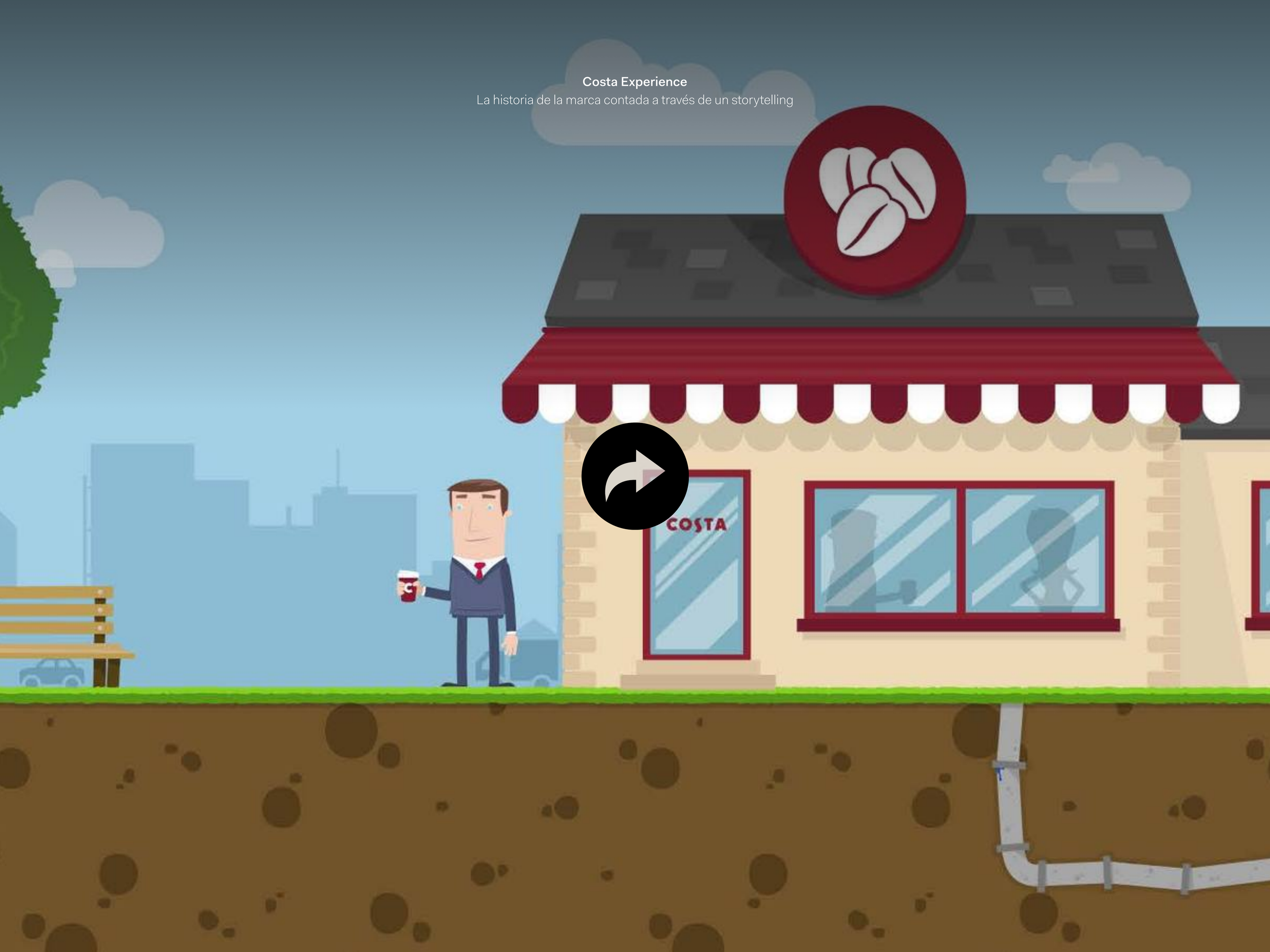
Airbnb y Pixar

El diseño UX viene de comprender al usuario. Damos un paso más hacia historias mejor contadas



Costa Experience

La historia de la marca contada a través de un storytelling

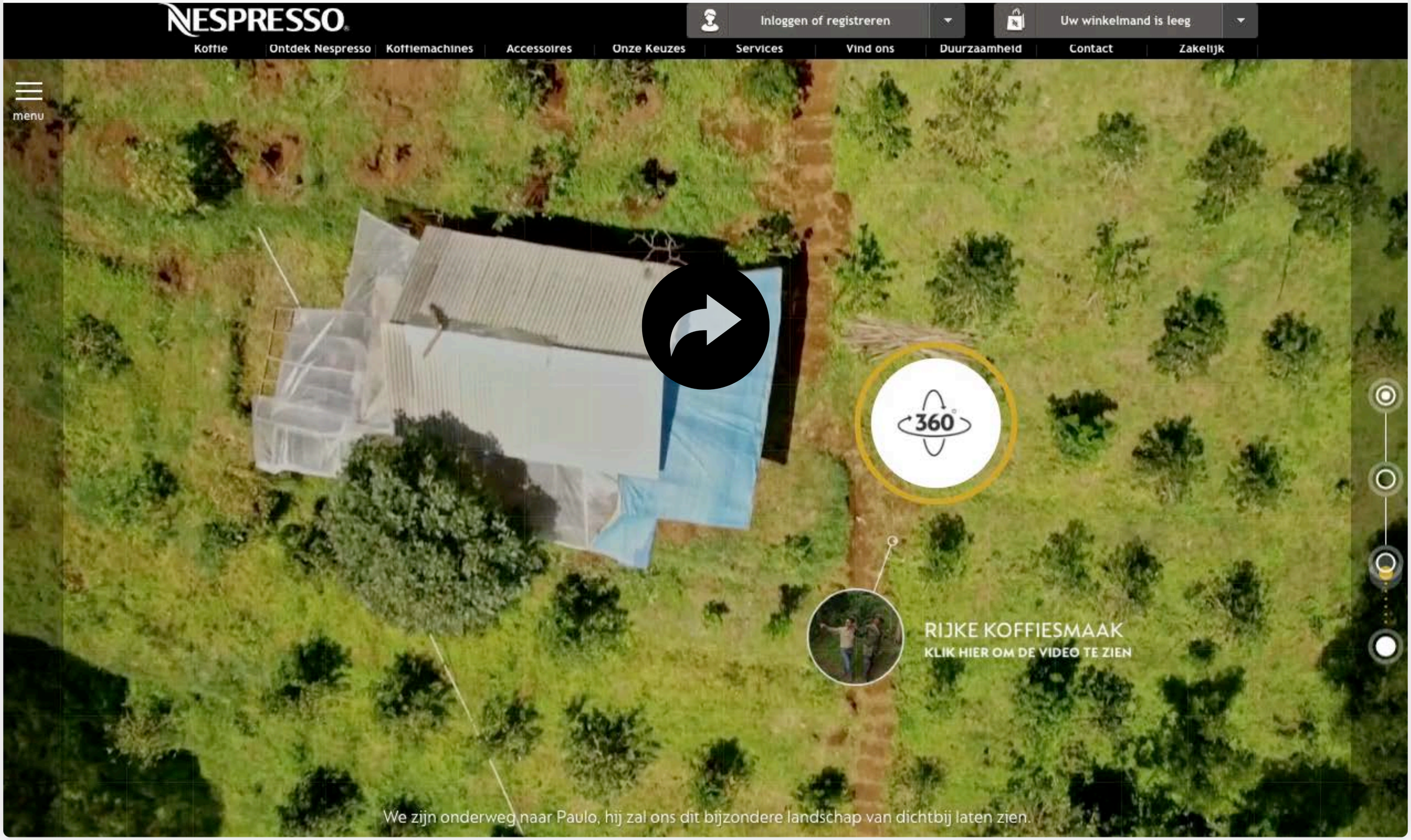


Jordy Alblas

Este diseñador quiere escuchar una historia para crear una experiencia



Nespresso
La realidad más cerca



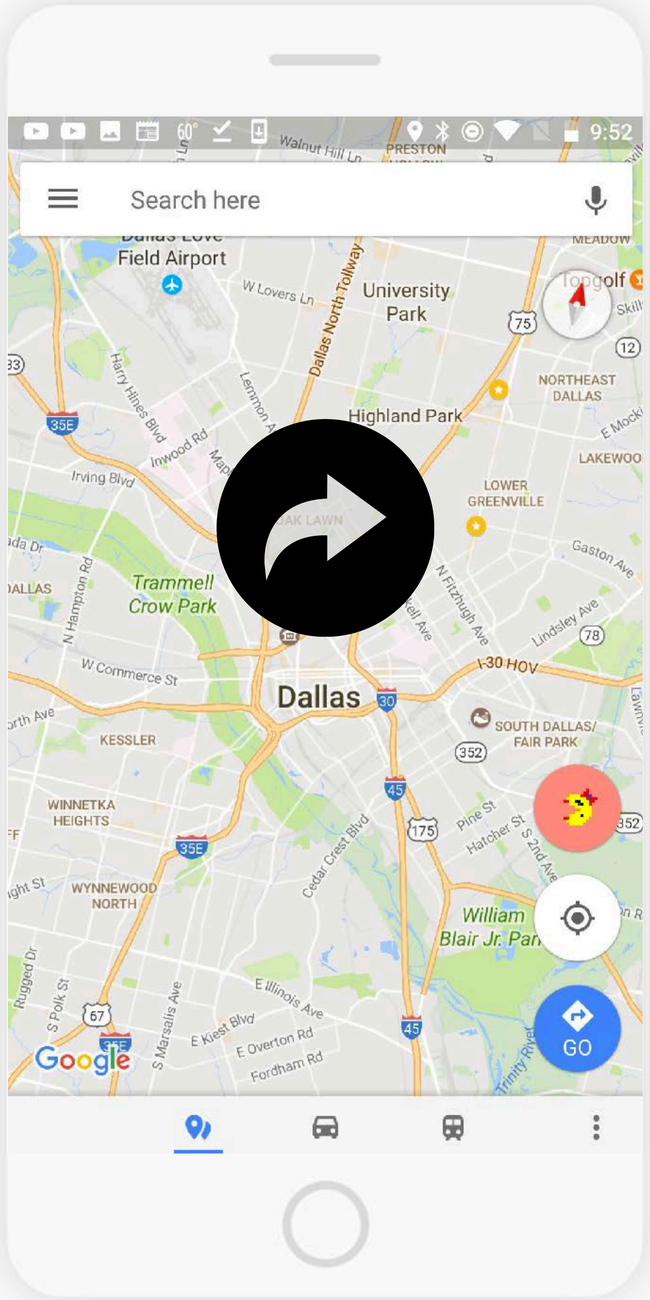
23andMe

Te hace protagonista creando una historia alrededor de su producto



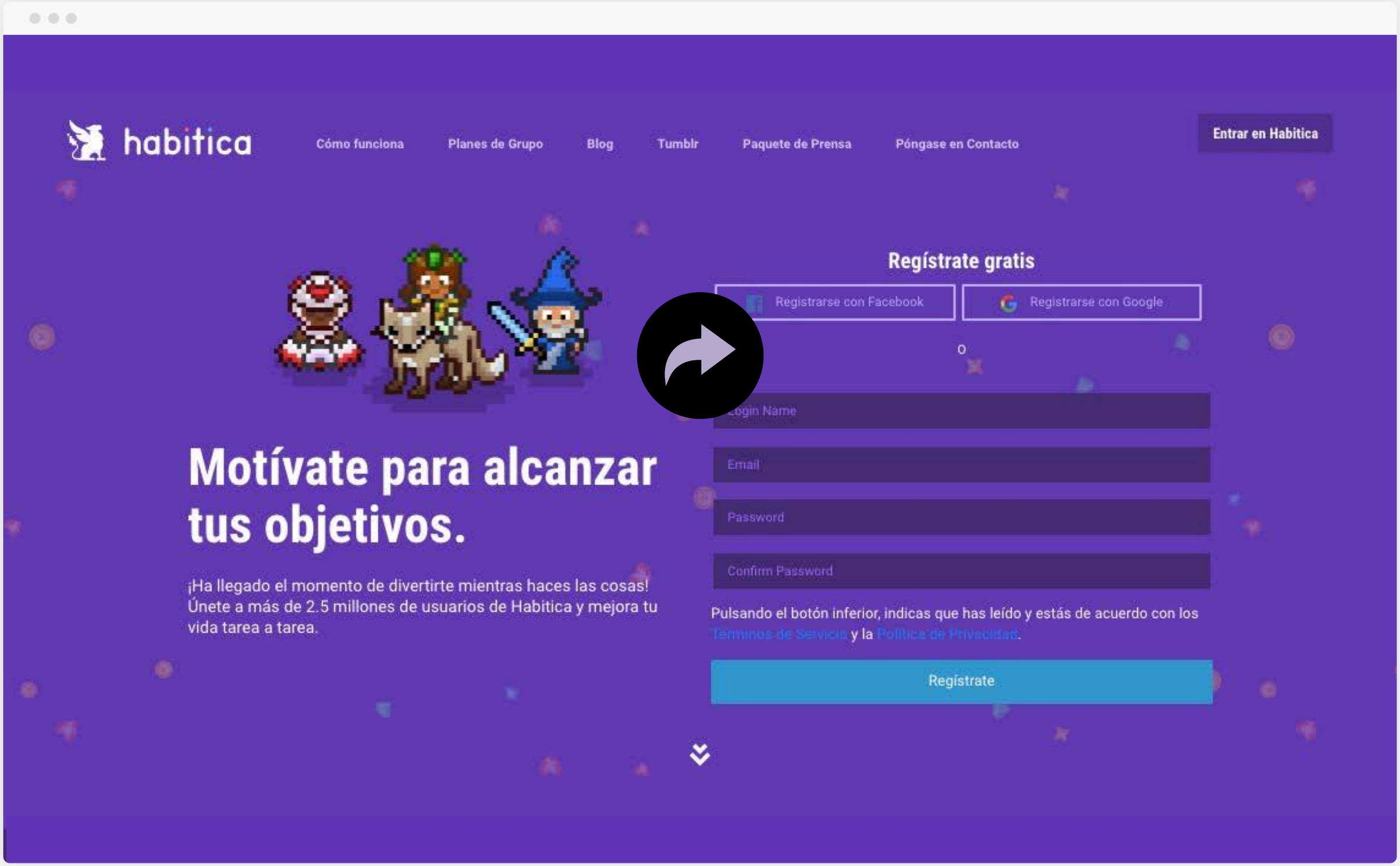
Google Maps

Se transforma en Pacman en el April Fools' Day



Habitica

Organizador de tareas que te hace superar pruebas como en un videojuego con recompensas



Para pensar

- Las historias generan **experiencias más entretenidas, divertidas**, que generan conexión positiva, pero que son más difíciles de elaborar y de controlar. Además, los UX writers son un perfil que todavía no abunda.
- Por otro lado, las historias y las web conversacionales **generan más interacción**, que conlleva la recopilación de información personal interesante para diseñar la relación con los clientes.
- El UX writing, además, **ofrece muchas posibilidades para involucrar al consumidor**; permiten poner al cliente como protagonista, con el efecto positivo que eso tiene en la relación.

Referencias

10 UX Design Predictions for 2018
https://theblog.adobe.com/10-ux-design-predictions-for-2018/

The State of UX in 2018
https://trends.uxdesign.cc/

UX Design Trends for 2017: Dictated by the Future
https://www.altexsoft.com/blog/uxdesign/ux-design-trends-for-2017-dictated-by-the-future/

Tendencias para el Diseño UX / UI para 2018
https://www.digital55.com/tendencias-diseno-ux-ui-para-2018/

Top Web Design Trends to Watch in 2018
https://www.forbes.com/sites/tomaslaurinavicius/2017/12/20/web-design-trends-2018/#390b25bd2375

Referencias

A Visit To Airbnb
https://wordsofasuperheroine.wordpress.com/2014/11/15/a-visit-to-airbnb/

Google Maps morphs into Ms. Pac-Man for April Fools' Day
https://www.theverge.com/2017/3/31/15136848/google-maps-april-fools-ms-pac-man-easter-egg

Tendencia 10

Experiencias conectadas

Omnicanalidad y colaboración entre marcas

Lo digital se une a lo real

La **experiencia de usuario** no es algo que se limite al entorno digital, si no que está presente en la vida cotidiana (asistentes por voz, IoT, retail, ...).

La conexión entre lo físico y lo digital permite crear experiencias mucho más inversivas y emocionales. Las estrategias de **omnicanalidad y la colaboración entre marcas** ofrecen más dinamismo y fluidez; resultan más atractivas para el usuario y más beneficiosas para las marcas.

Diseñando estas experiencias se construye **imagen de marca**. La coherencia y colaboración entre los equipos da como resultado una conexión positiva con el usuario.

En síntesis

- **Omnicanalidad**, diseñar un camino que ofrezca fluidez entre canales.
- **El usuario decide** desde qué dispositivo continuar sin perder información o tiempo: contexto o entorno de marca.
- Transición sin crear fricciones.
- **Integración de lo físico y digital**. Importancia a los espacios físicos. Evolución del retail y tiendas experienciales.
- Importancia de la **presencia física**: Amazon Go, Deliveroo, Alibaba.
- **Colaboración entre marcas** para mejorar la experiencia de usuario: Nike y Apple, Uber y Spotify, Go Pro y Red Bull, ...

Apple

Gran ejemplo de fluidez entre canales

Apple Chicago

Nueva tienda como lugar de encuentro y vida social



Starbucks

App que permite pedir y pagar antes de llegar al establecimiento

AIM

El médico va a tu casa en una cabina que conduce sola y te examina

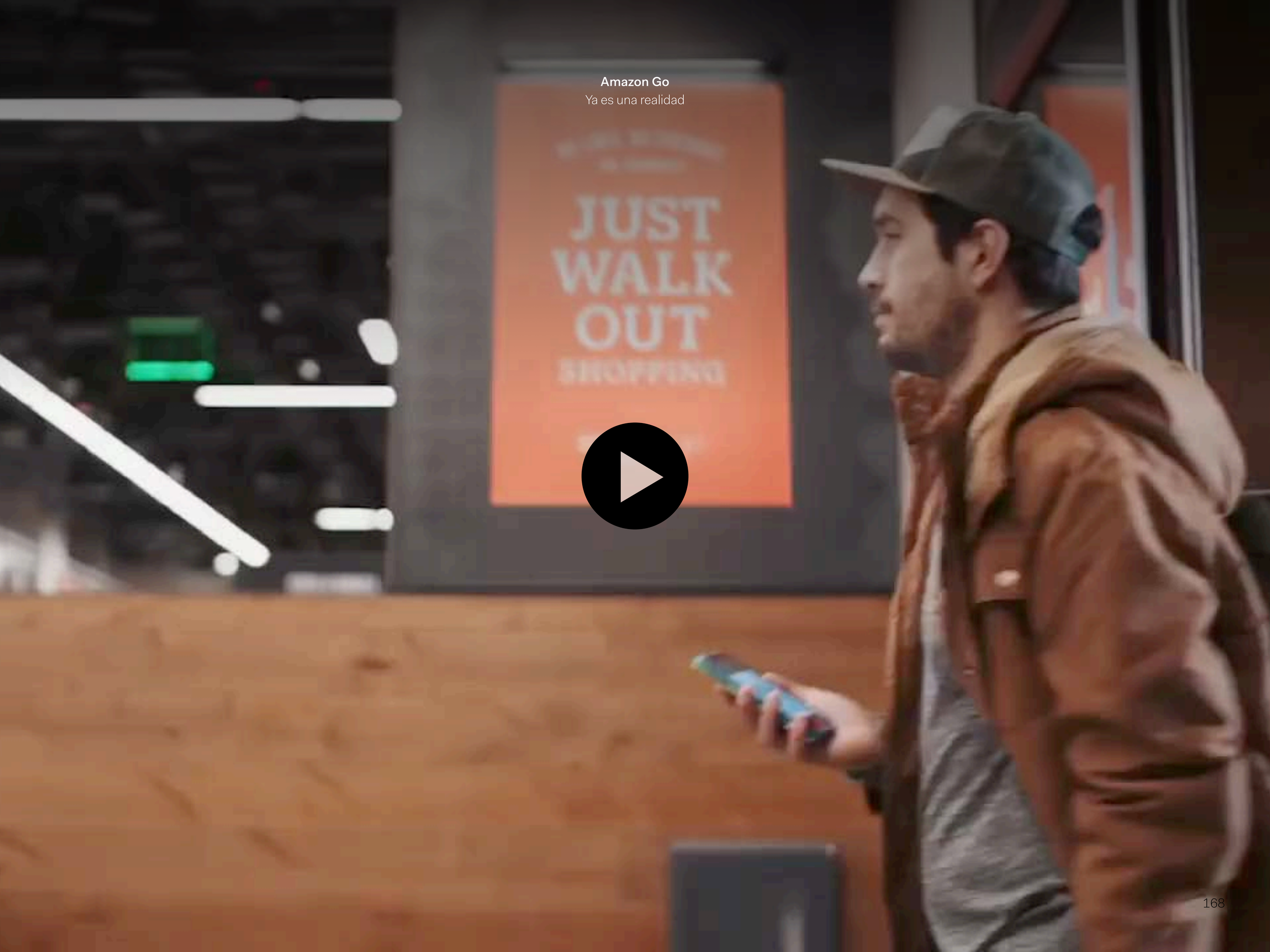


Uber
Se junta con Citymapper

UBER

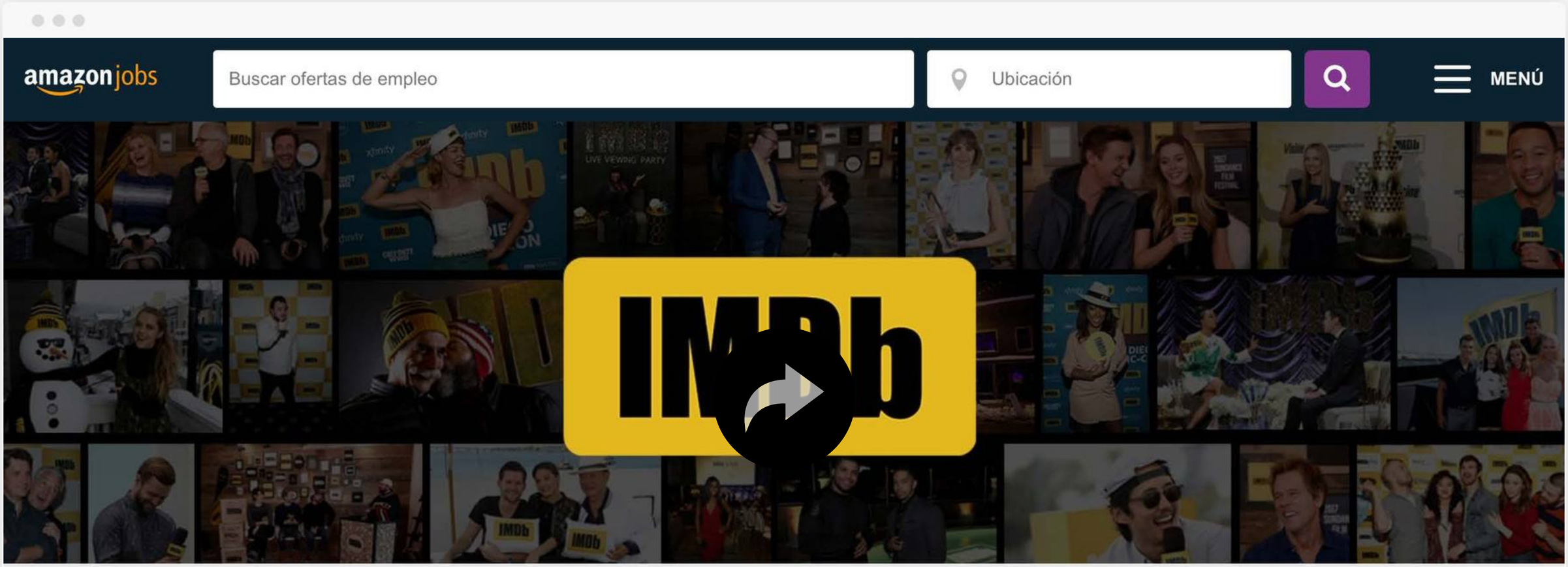
Citymapper





Amazon Go
Ya es una realidad

IMDb & Amazon
Una alianza estratégica



Filtrar por

Mostrando puestos 1 - 10 de 12

Ordenado por: Más relevantes

TIPO DE EMPLEO

A tiempo completo (12)

CATEGORÍA DE EMPLEO

Desarrollo de Software (7)

Gestión Editorial, Redacción y Contenidos (2)

Content/Data Editor (including weekends)
US, WA, Seattle | ID de vacante: 611475

Publicada el January 16, 2018
(Actualizado hace 8 days)

Hello. Do you want to help keep IMDb as the world's #1 source of entertainment content? Are you passionate about customer experience and entertainment, have an eye for detail and want to innovate on...Leer más

Software Development Engineer
US, WA, Seattle | ID de vacante: 611450

Publicada el January 16, 2018
(Actualizado hace 15 days)

Zara
Tienda física para comprar online

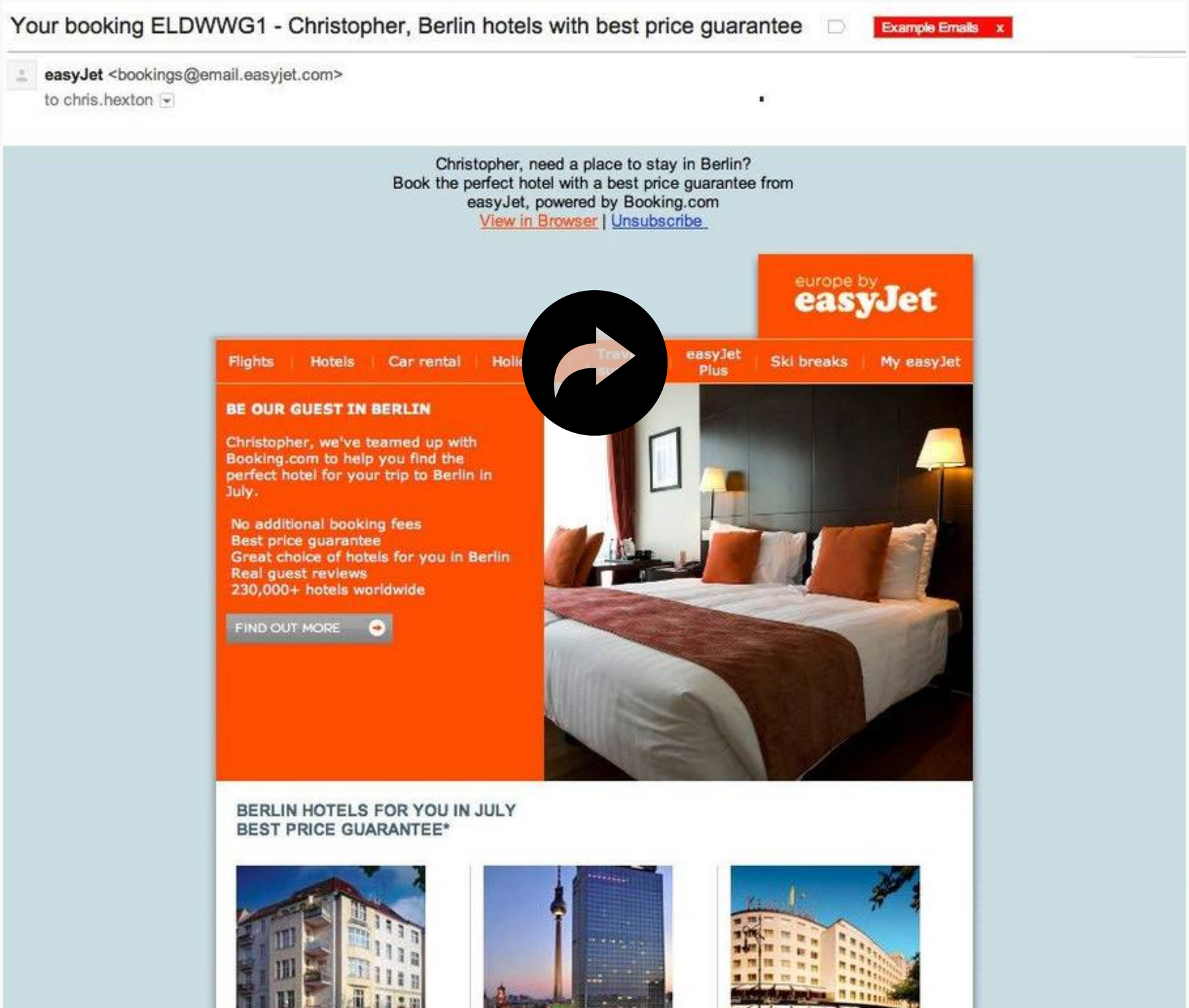


TripAdvisor & Deliveroo
Una alianza que funciona



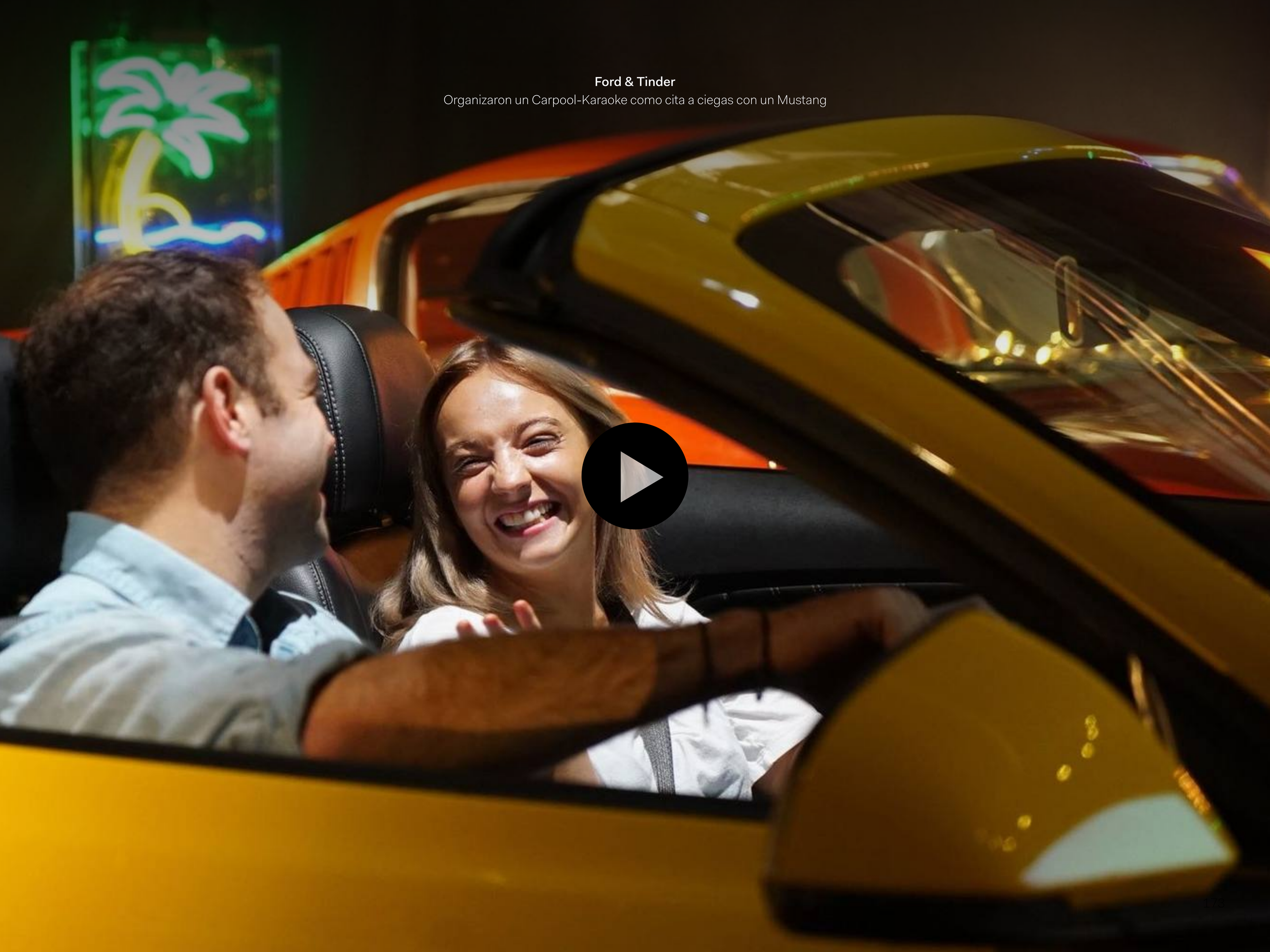
EasyJet & Booking

Ofertas asociadas a la reserva de vuelo y hotel



Ford & Tinder

Organizaron un Carpool-Karaoke como cita a ciegas con un Mustang



KFC & Nasa

Una colaboración sorprendente

Burgerclan

- Play Station y Burguer King.
- Acción lanzada en **España** para “cambiar las reglas del juego”.
- Para miembros de **Play Station Plus**.
- Primer servicio online de **entrega de comida a domicilio a través de videojuegos**.
- **Sin salir de la partida** pueden realizar un pedido.
- Participación de **9 gammers profesionales**.
- **Notoriedad y difusión del servicio a domicilio y aumento de suscripciones**.

Burguer King & Play Station

Servicio a domicilio sin salir del videojuego



BURGER CLAN

EN CASA BURGER KING

Powered by

PlayStation.Plus

Para pensar

- A pesar del predominio de la realidad digital en nuestras vidas, es **difícil pensar en una experiencia que sea exclusivamente online**.
- El diseño de experiencia de usuario tiende a la **combinación del mundo físico y el digital** para crear experiencias más totalizantes.
- La **integración pasa a ser aquí la palabra clave**, lo mismo que el trabajo interdepartamental: considerar que todos los ángulos y realidades de una marca afectan a la experiencia de usuario.
- La integración no pasa solo por considerar lo virtual y lo físico, sino por **explorar colaboraciones entre marcas que cubran de modo más pleno las necesidades** de los usuarios. Otro aspecto del diseño de experiencias.

Referencias

10 UX Design Predictions for 2018
https://theblog.adobe.com/10-ux-design-predictions-for-2018/

The State of UX in 2018
https://trends.uxdesign.cc/

The 12 Most Innovative UX Experiments of the Year
https://www.fastcodesign.com/90155083/the-12-most-innovative-ux-experiments-of-the-year

Its Time for Immersive Brand Experiences
https://uxplanet.org/its-time-for-immersive-brand-experiences-466b4ac108ea

5 Examples Brilliant Brand Collaborations
https://www.virgin.com/entrepreneur/five-examples-brilliant-brand-collaborations

5 Inspiring Companies Doing Omni-Channel Right
http://blog.feedeo.io/2017/05/09/5-inspiring-companies-doing-omni-channel-right/

Referencias

Lo que la nueva tienda de Apple enseña sobre cómo está cambiando el retail
https://www.puromarketing.com/14/29493/nueva-tienda-apple-ensena-sobre-como-esta-cambiando-retail.html

Who Needs A Hospital, When This Self-Driving Doctor Comes To You?
https://www.fastcodesign.com/90130217/who-needs-a-hospital-when-this-self-driving-doctor-comes-to-you

Five great examples of integrated brand partnerships online
https://www.econsultancy.com/blog/69285-five-great-examples-of-integrated-brand-partnerships-online

Zara abre en Londres una tienda física solo para comprar 'online'
https://elpais.com/economia/2018/01/25/actualidad/1516886057_673051.html

Referencias

Tinder Users ‘Swipe Right’ For Blind Dates In A Mustang
https://media.ford.com/content/fordmedia/feu/en/news/2017/01/05/tinder-users-_swipe-right-for-blind-dates-in-a-mustang.html

KFC Flying Chicken Sandwich Bankrolling World View Balloon Test Flight
https://www.space.com/37190-kfc-funding-world-view-balloon-flight.html

Burger King Is Launching a Video Game Food Delivery Service in Spain. We Went There to Test It
http://www.adweek.com/creativity/burger-king-is-launching-a-video-game-delivery-service-in-spain-we-went-there-to-test-it/

Tendencia 11

Atomic Design

El diseño, como un organismo

El nuevo diseño web

Formulado hace pocos años por Brad Frost, y reforzado con la publicación del libro del mismo nombre (Atomic Design) en 2016, plasma **una filosofía de diseño web** (y diseño gráfico) orientada a **facilitar la creación sistemática de pieza de diseño**, de modo más rápido, más consistente y más robusto.

La filosofía del Atomic Design pasa por disecciones el diseño en sus elementos más básicos - átomos, moléculas, organismos, plantillas y páginas - para poder luego componerlos, según el caso y la necesidad, de modo casi automático, y crear **resultados finales de indiscutible consistencia**, desarrollados rápidamente y con poco esfuerzo.

En síntesis

- Una filosofía de diseño creada por **Brad Frost**.
- Difundida fundamentalmente a través de su blog y de su libro Atomic Design (2016).
- Clasifica los elementos del diseño en **cinco tipologías**: atoms, molecules, organisms, templates y pages.
- Para construir **sistemas de diseño** (design systems) basados en desarrollar posibles combinaciones entre ellos.
- **El objetivo:** diseño más fácil, más rápido, más consistente.
- **Se inspira en la física:** todos los materiales compuestos por átomos.
- Busca **diseñar sistemas de diseño**, más que colecciones de plantillas.

Brad Frost
Creador del concepto de Atomic Design



Atomic Design
Creador del concepto

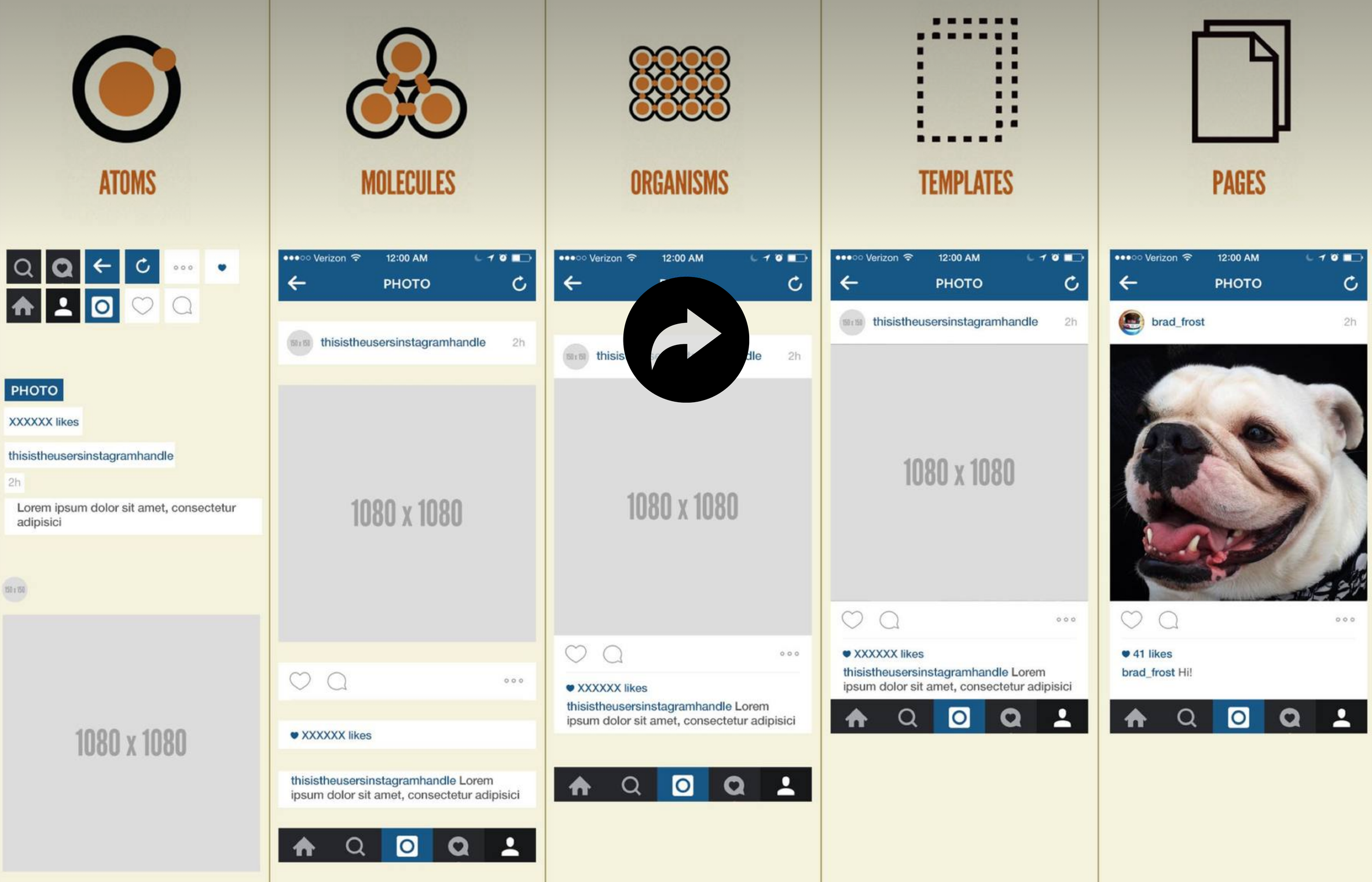


Atomic Design ~~is~~ will be a book by Brad Frost.

preorder the book

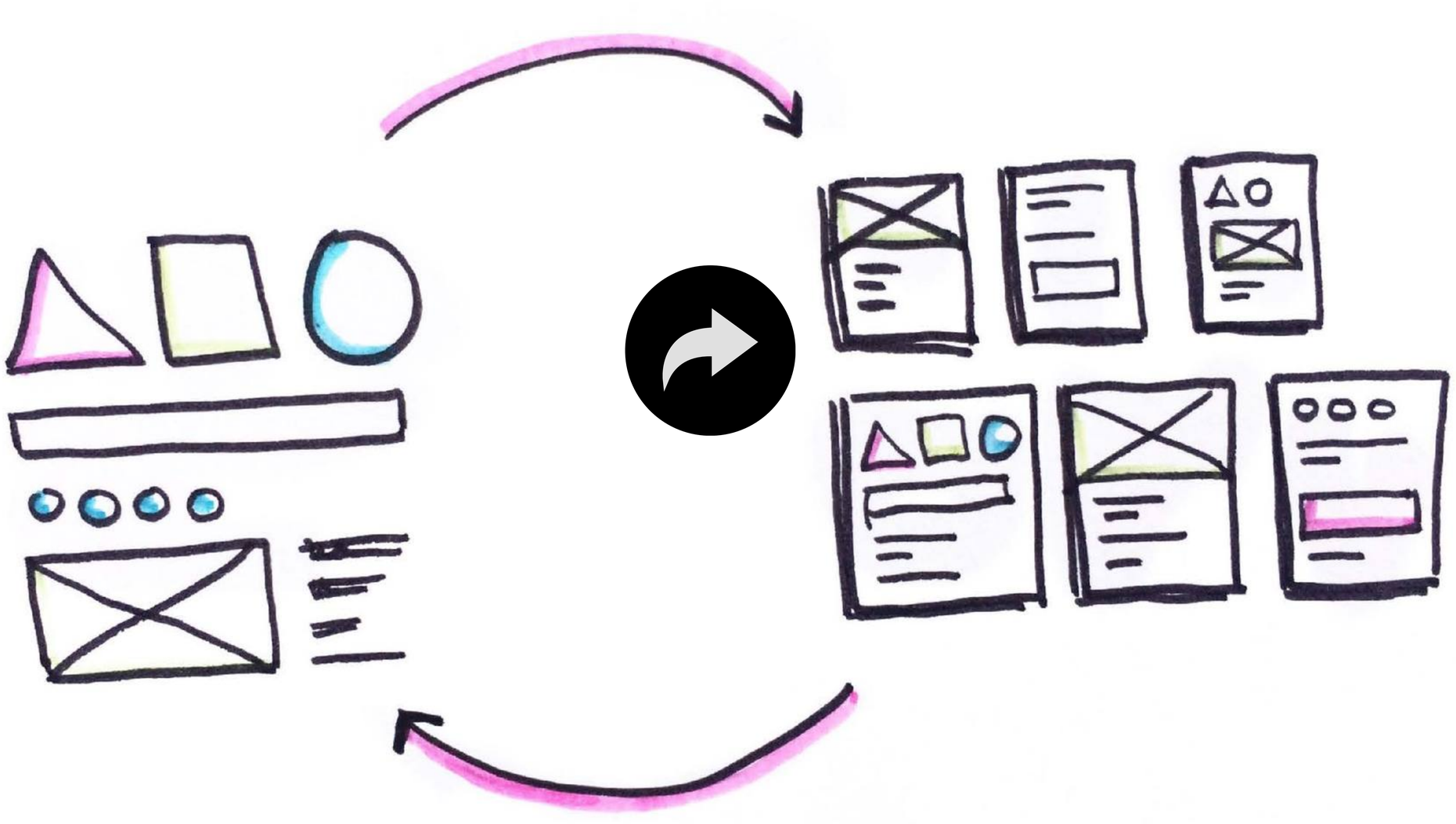
read now

Atomic Design
Síntesis del concepto



Design Sytems

Sistemas de diseño basados en Atomic Design



Atomic Design
Ejemplo

PHONE PORTRAIT (320px)

290px

BUTTONS

BIG PRIMARY

Show prices

Show prices

Show prices

PRIMARY

Book now

Book now

Book now

#F05B89

#EE3E80

#D63873

#A7E7E8

#00B3B5

#00AAAD

#00999B

#FBB040

#FAA61A

#E19517

#589442

#DBDBDB

#F4F4F4

#FFFFFF

outline, border color etc

SITE UI ICONS

FORMS WITH DROPDOWNS

dd/mm/yyyy

Form with Icon

Enter a Destination

May 2015

Mo Tu We Th Fr Sa

Error

Incorrect text

Search

Search

Height adjusted form buttons

Height: 40px

Más herramientas

Cada vez más y mejores herramientas de diseño

Ghost flat

SIGN UP

Instagram

Linkedin

Squared 45px / 4px round

Library

Shared | Document

All Categories

Untitled Color #0093ee

Untitled Color #1fce99

Untitled Color #2e3d49

Untitled Color #f88b5e

Text Styles

Aa Header 1 — OpenSans-Bold / 68px / 50px ...

Aa Header 2 — OpenSans-Bold / 48px / 43px ...

Aa Header 3 — OpenSans-Bold / 30px / 40px ...

Aa Header 4 — OpenSans-Bold / 24px / 40px ...

Aa Header 1 - Secondary — OpenSans / 68px / 50px Leading

Aa Header 2 - Secondary — OpenSans / 48px / 43px Leading

Aa Body-Base 16px — OpenSans / 14px / 23px Leading

Aa Body-Base 16px — OpenSans / 14px / 21px Leading

Uncategorized

Buttons / Btn45 / Primary / Def...

Buttons / Btn45 / Grey / Default

Buttons / Btn45 / Ghost / Defa...

Buttons / Btn45 / Ghost-2 / De...

Buttons / Btn45 / Ghost-3 / De...

Buttons / Squared / search / h...

Position X Y

Size Width Height

Transform Rotate Flip

Opacity

Blending Normal

Fills

Borders

Shadows

Inner Shadows

Gaussian Blur

“A lot has been said about creating design systems, and much of it focuses on establishing foundations for color; typography, grids, texture and the like. This type of thinking is certainly important, but I’m slightly less interested in these aspects of design because ultimately they are and will always be subjective. Lately, **I’ve been more interested in what our interfaces are comprised of and how we can construct design systems in a more methodical way**.”

Brad Frost, autor de Atomic Design

Google Material

Recursos de iconos



Diseño basado en tarjetas

Ejemplos



CIT PER

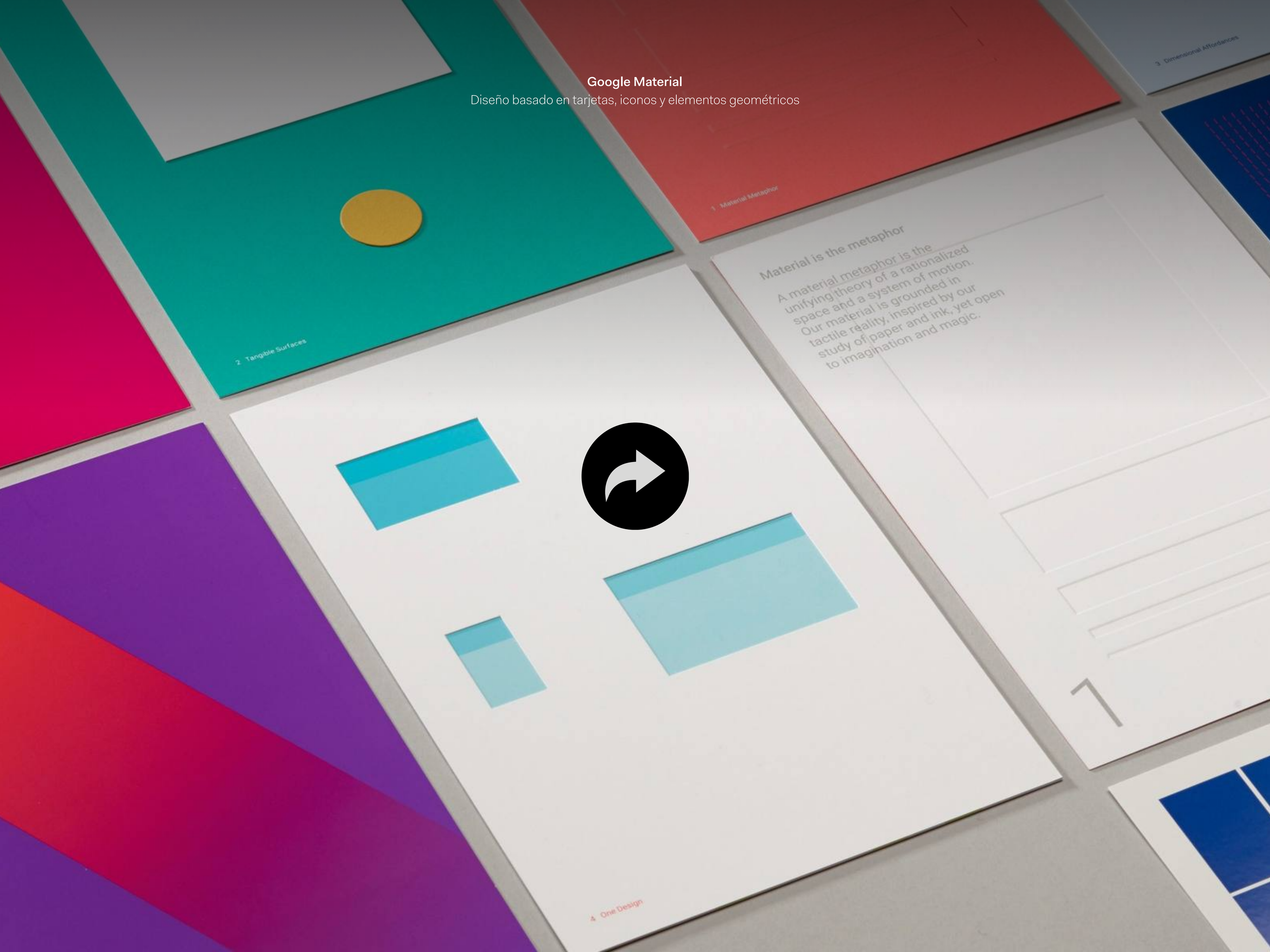
The Best in the North

Mauris non tempor quam, et lacinia sapien. Mauris accumsan eros eget libero posuere vulputate. Etiam elit elit, elementum sed at, adipiscing vitae est. Felis pentesque, sapien. Pellentesque orci posuere posuere ipsum.

LEARN MORE

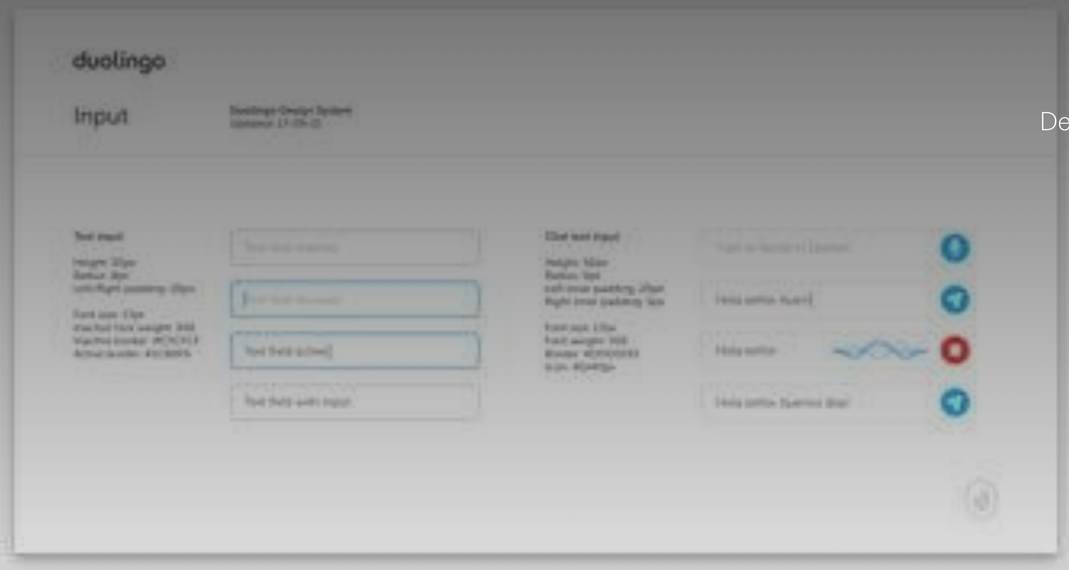
Google Material

Diseño basado en tarjetas, iconos y elementos geométricos



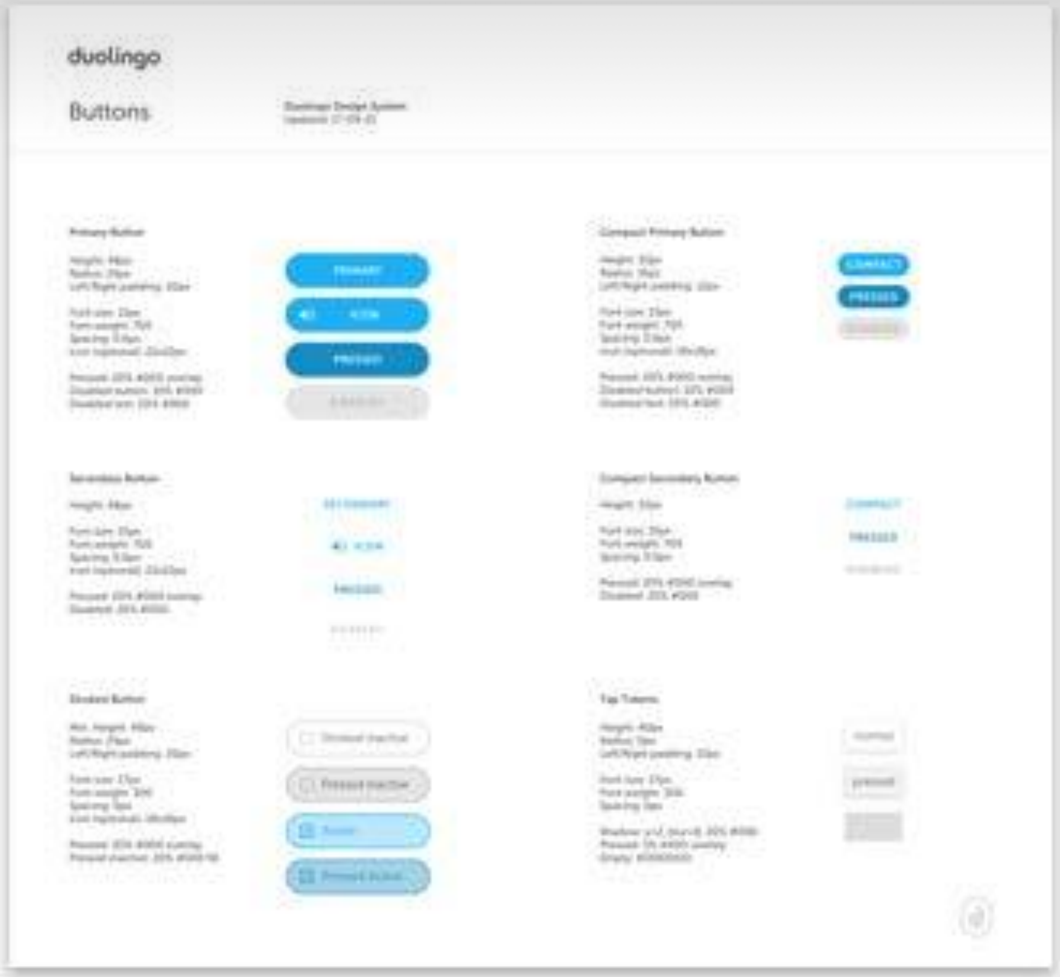
Duolingo

Design Systems

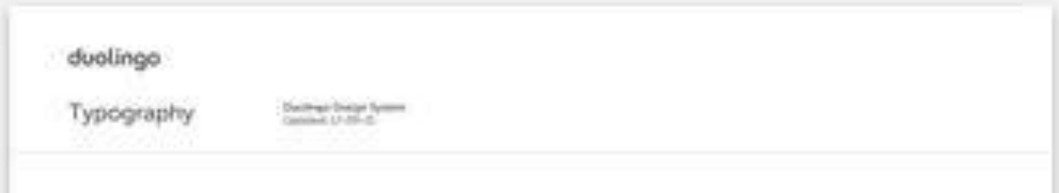






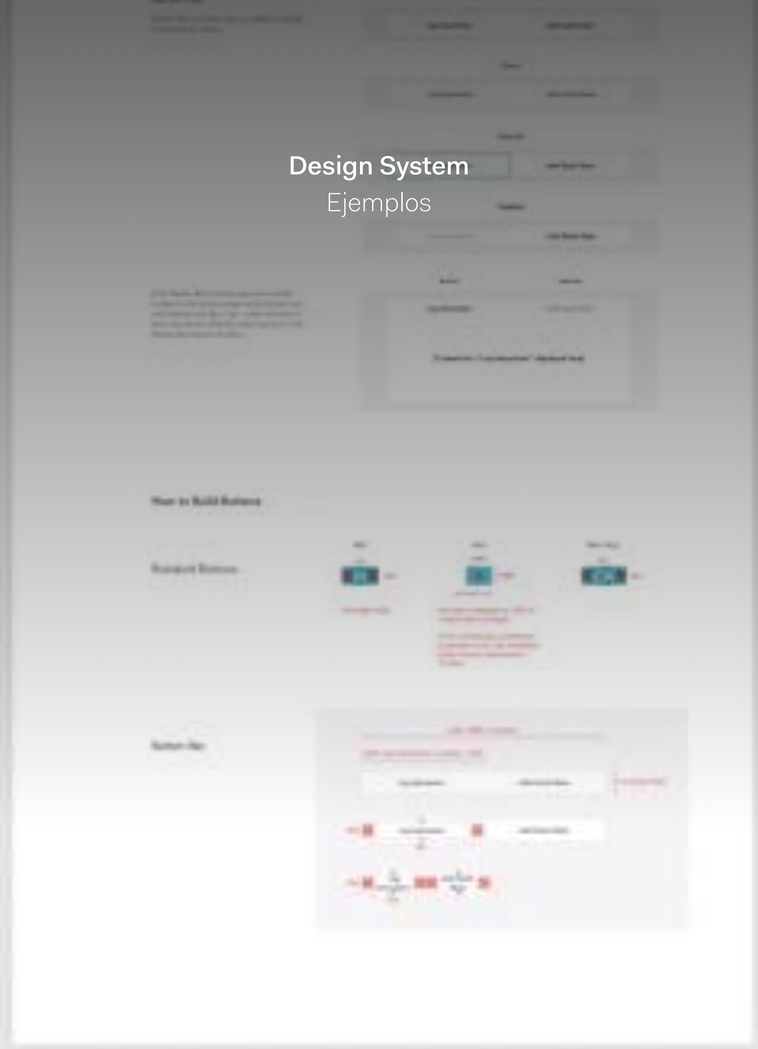






Design System
Ejemplos







Para pensar

- La **necesidad de diseños rápidos y, al mismo tiempo, de calidad**, hace pensar la necesidad de adoptar sistemas basados en la filosofía del Atomic Design.
- El Atomic Design ofrece, sobre todo, **dos funcionalidades especialmente buscadas** por las marcas hoy en día, y que difícilmente se encuentran juntas: calidad y rapidez.
- Un método de diseño que puede permitir la **producción a gran escala sin perder la calidad** ni arruinar el presupuesto.
- Por contra, puede suponer **una mayor inversión inicial**, en tiempo y dinero, que algunas marcas pueden no estar dispuestas a asumir.

Referencias

Atomic Design - Goodreads

https://www.goodreads.com/book/show/29567165-atomic-design

10 reasons you should be using Atomic Design

https://www.creativebloq.com/web-design/10-reasons-you-should-be-using-atomic-design-61620771

Atomic Design - Brad Frost

http://bradfrost.com/blog/post/atomic-web-design/

¿Por qué usar atomic design?

https://platzi.com/blog/por-que-atomic-design/

Referencias

50 Creative Card UI Designs
https://www.webdesignerdepot.com/2017/01/50-creative-card-ui-designs/

Tendencia 12

Solo lo esencial

La tendencia que no muere:
“Reducir de manera razonada”

Menos es mucho más

El mundo del 2018 nos está convirtiendo en **consumidores sintéticos**: que buscan el máximo contenido, con la mínima expresión. Usuarios de webs y experiencias simples, funcionales, atractivas y esencialistas.

Un diseño con **menos elementos, simplificado y efectivo**. La filosofía "menos es más" no se aplica únicamente a la estética: a día de hoy es una solución necesaria para muchas marcas frente a la saturación de información, la cantidad de imágenes y estímulos que llegan a diario a los consumidores.

Una tendencia que nació con la Bauhaus de 1919 y se desplegó en los años 60 con el movimiento artístico minimalista, y que actualmente sigue desarrollándose.

En síntesis

- **Diseño sencillo, limpio, esencialista:** atrae y provoca menos rechazo.
- **Calma y elegancia** frente al barullo.
- **Desprendido de todo lo superfluo:** permanece solo aquello que aporte algo al usuario.
- Orientado a **eliminar las distracciones**.
- **"No necesitas más espacio. Necesitas menos cosas“** (Joshua Becker en el libro The More of Less).
- **Carga más rápida**, como complemento al diseño simplificado.
- **Compatible** entre tamaños de pantallas.
- Inspirado en el diseño japonés, la escuela de la Bauhaus y el movimiento artístico minimalista de los años 60.

Dieter Rams
Funcional y sencillo



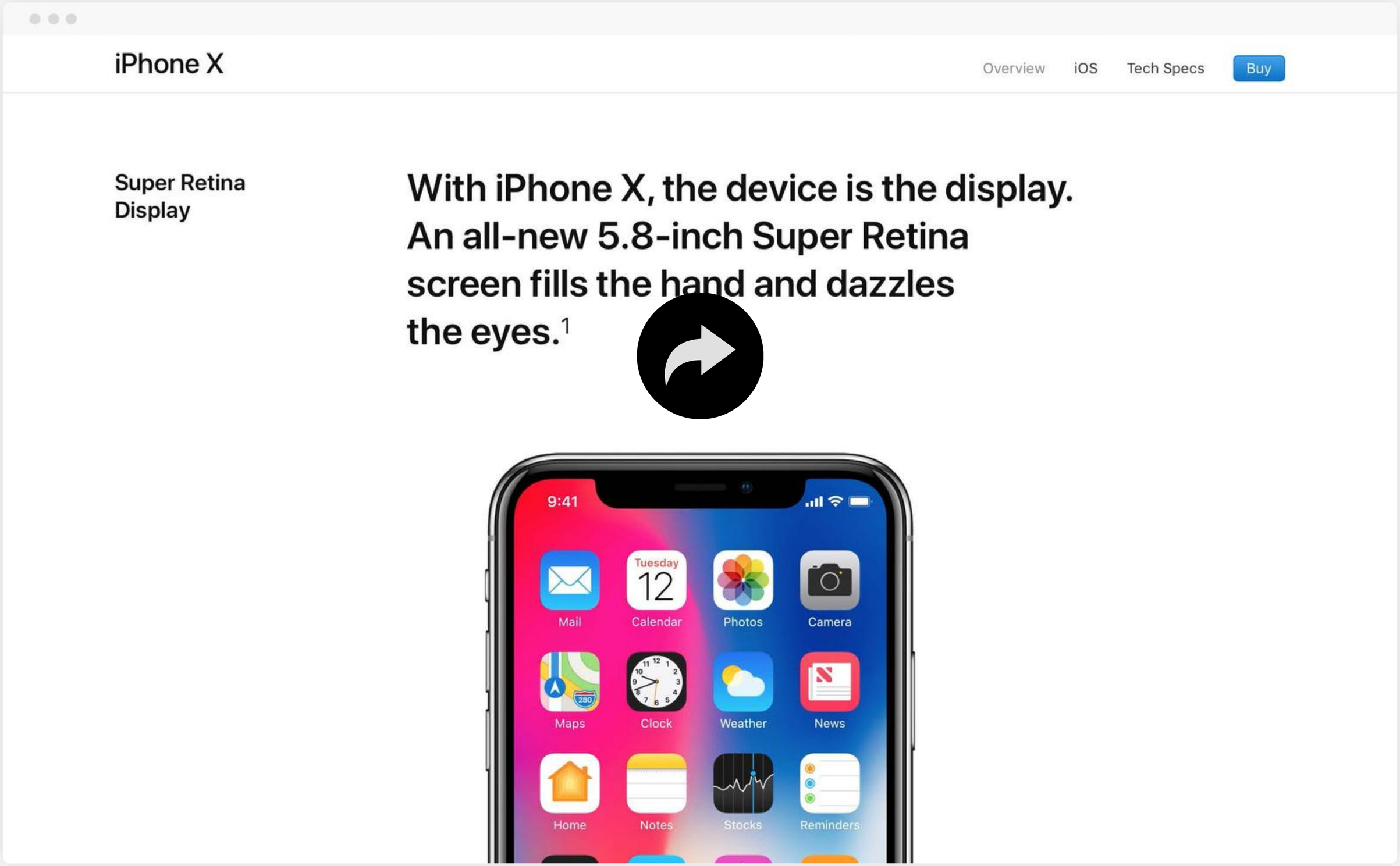
El buen diseño es **innovador**
El buen diseño hace que un producto sea **útil**
El buen diseño es **estético**
El buen diseño hace que un producto sea **comprensible**
El buen diseño es **discreto**
El buen diseño es **honesto**
El buen diseño es **duradero**
El buen diseño se ocupa de todos los **detalles**
El buen diseño es **medioambientalmente responsable**
El buen diseño es el **menor** diseño posible

Dieter Rams, los 10 principios del buen diseño

Dieter Rams
Funcional y sencillo



Apple
Información principal en la parte superior de la página



Airbnb

De nuevo como un gran ejemplo



Tesla
Prototipo para app



The Light Phone
thelightphone.com



Más elementos minimal

- **Tipografía**, fuentes grandes y negritas.
- **Colores** brillantes y planos. **Monocromía** muy utilizada.
- **Contrastes** para dirigir la atención, por ejemplo entre texto y fondo.
- **Foto o ilustración**, sencillas y limpias, sin muchos elementos que rompan con el diseño de la web.
- **Un punto de atención** por pantalla, mensaje claro, sin distracciones.
- **Sorprender** con la primera visión, en la parte superior de la pantalla.
- **Menús a la vista**, no escondidos.
- Navegación **simplificada**, intuitiva y optimización del contenido.
- Si hay animaciones que sean sutiles y esenciales. **Funcionales**.

Airmax de Nike
Diseñado por mvsm.com



“Giving site content and components room to breathe greatly improves a user’s experience. Strategically placed white space can significantly help content digestion and alleviate distractions. **Removing unnecessary elements provides a cleaner, more focused experience.** Gone are the days of gratuitous animations and hefty navigation menus. Is it absolutely necessary?
If not, remove it.”

James McCarthy, web developer, UX designer and entrepreneur

Para pensar

- El diseño minimalista **ayuda a la experiencia de usuario** siempre y cuando no se quede en algo estético. No consiste en limpiar la página sino en quitar todo lo que despiste, para que las cosas se entiendan mejor.
- En este sentido, **el espacio en blanco** no se concibe como espacio desaprovechado, sino como elemento para destacar.
- Además, con la demanda de velocidad de carga de las webs, estos diseños están ganando en popularidad, por ofrecer una opción simplificada más rápida y que **pesa menos**.

Referencias

Top Web Design Trends to Watch in 2018
https://www.forbes.com/sites/tomaslaurinavicius/2017/12/20/web-design-trends-2018/#390b25bd2375

Functional Minimalsm for Web Design
https://theblog.adobe.com/functional-minimalism-for-web-design-2/

The State of UX in 2018
https://trends.uxdesign.cc/

Keep Your Eye on these 9 UX Design Trends in 2018
https://www.impactbnd.com/blog/ux-design-trends-2018

Referencias

Dieter Rams 10 Principles of “Good Design”

https://www.archdaily.com/198583/dieter-rams-10-principles-of-“good-design”

Air Max ’17

http://mvsm.com/project/air-max-2017

ZORRAQUINO

Somos una **consultoría estratégica de negocio**, una agencia digital, un estudio de diseño y una empresa de desarrollo que centra su trabajo en la **investigación**, el **diseño**, la **tecnología** y el **marketing**. Nuestros proyectos se basan siempre en metodologías de diseño y ágiles como elemento clave en la estrategia e innovación de los negocios.

Conócenos en: **www.zorraquino.com**

Zorraquino

Imagen de nuestras instalaciones en BIlbao

ZORRAQUINO

Bilbao

Marqués del Puerto 6, 1º
48009 BILBAO

Tel. (+34) 94 415 73 79

Madrid

Gustavo Fernández Balbuena 11, 4º
28002 MADRID

Tel. (+34) 91 179 34 82

www.zorraquino.com

Twitter **LinkedIn** **Instagram** **Newsletter**

© COPYRIGHT ZORRAQUINO COMUNICACIÓN, S.L.U. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ESTE DOCUMENTO ES PROPIEDAD DE ZORRAQUINO COMUNICACIÓN, S.L.U. Y SU CONTENIDO ES CONFIDENCIAL. ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER REPRODUCIDO, EN SU TOTALIDAD O PARCIALMENTE, NI MOSTRADO A OTROS, NI UTILIZADO PARA OTROS PROPÓSITOS QUE LOS QUE SE HAN ORIGINADO EN SU ENTREGA, SIN EL PREVIO CONSENTIMIENTO POR ESCRITO DE ZORRAQUINO COMUNICACIÓN, S.L.U.