

Coffee House

Julián Hernández | Septiembre - Diciembre 2021

Contenido

- 1 Introducción
- 4 Investigación
- 15 Diseño preliminar
- 19 Diseño final
- 28 Conclusión

Introducción

Coffee House es una empresa de cafeterías ubicadas en distintas partes del mundo, ubicadas generalmente cerca de zonas con oficinas o los suburbios. Su clientela principalmente se compone de oficinistas jóvenes de un rango de edad de 25 a 35 años.

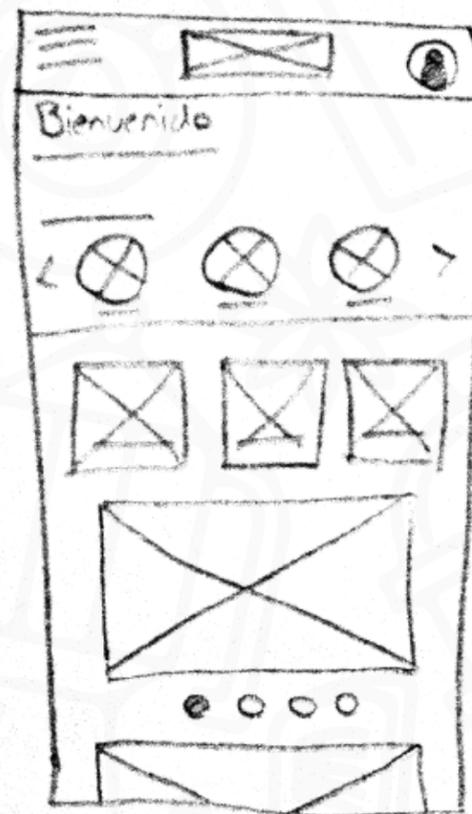
La aplicación debe ser fácil de usar para los usuarios, debe permitirles conocer los detalles del producto que están a punto de pedir y debe permitirles realizar dos tipos distintos de pedidos; Pedidos tipo "Pick-Up" y pedidos para llevar a su mesa.

Desafíos

- 1) Diseñar un flujo simple que permita la compra de varios productos dentro de un pedido
- 2) Construir una interfaz atractiva para el usuario que le invite a recorrer la aplicación y conocer los productos
- 3) Incluir en el flujo de recorrido la opción para elegir el tipo de pedido.

Iniciando el camino

Tomando un enfoque dirigido a simplificar los procesos para que el usuario se concentre en los productos y no en el recorrido, la investigación comenzó buscando conocer quién es la competencia directa e indirecta de Coffee House, además de realizar entrevistas con usuarios reales para comprender las necesidades del usuario.



¿Quién es el usuario?
¿Qué quiere el usuario?
¿Qué podemos ofrecer que sea diferente?

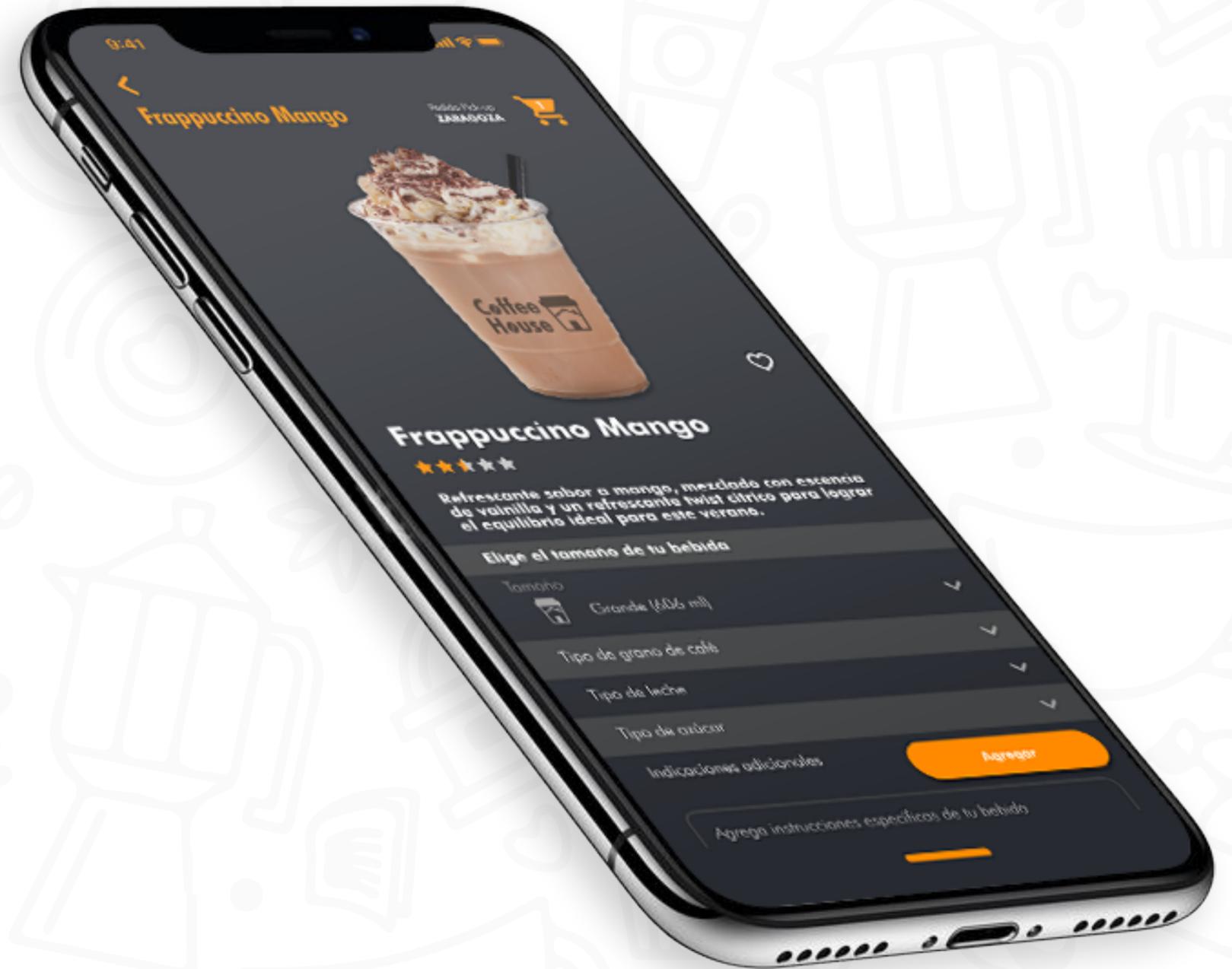
- Sugerencias del día
- Promociones semanales
- Pedido a la mesa.

Investigación

Como ejes centrales de la investigación se tuvieron en consideración dos principales puntos; El usuario, sus comportamientos e intereses con respecto a este tipo de aplicaciones y la competencia a la que se enfrenta Coffee House dentro de el mercado mexicano.

Método

En este proyecto se adoptó un enfoque de diseño dirigido a objetivos que demostró ser eficiente para los objetivos que se plantearon al inicio del proyecto, además de investigación mixta, pero predominantemente cualitativa, pues se necesita de ambos tipos de investigación para aclarar las interrogantes a resolver dentro de la aplicación que se está diseñando.



Comenzando

Preguntas clave iniciales

- *¿Qué es el producto que quiero diseñar?*
- *¿Para quién es el producto que voy a diseñar?*
- *¿Cómo puedo hacer intuitivo el recorrido del usuario?*
- *¿Cuál es el proceso más complicado del recorrido?*

Siguiendo el camino

Adentrándose en la investigación se llegó a la conclusión de que los usuarios buscan simplificar los procesos de la “vida real”, Si algo es más complicado de hacerse por medio de una app, que en persona, con interacciones interpersonales... La forma digital sin dudas será desechada. El valor agregado que el usuario busca es simpleza y rapidéz... Así que es lo que se debe buscar al diseñar la app de Coffee House.

Auditoría competitiva

Una auditoría de competencia entre las empresas con las que Coffee House compete en el mercado nacional e internacional reveló importantes aspectos de las diferencias a veces sutiles pero siempre importantes entre empresas y sus servicios.

Recomendaciones de café	●	○	○	●
Preparaciones nuevas	●	○	○	●
iOS & Android	●	●	○	●
Tipo de pedido	●	○	○	○
UI Moderna	●	○	○	○
Perfil Usuario	●	●	○	●

Resultados de la AC

Starbucks

Cuenta con una interfaz moderna, recomendaciones de productos, además promociona de forma especial sus productos nuevos, se encuentra descargable par iOS y Android, cuenta con una UI moderna y atractiva y con la opción de crear un perfil para el usuario.

The Italian Coffee

Está muy rezagado en cuando a aplicación móvil, pues su aplicación no es ni cercana a una experiencia intuitiva, los tiempos de carga son lentos y el recorrido del usuario está plagado de trabas. No cuenta con casi ningún aspecto deseable.

Cielito Querido Café

Cuenta con una aplicación que da recomendaciones y promociona sus nuevos productos, está disponible en Android así como en iOS, pero no da opción para decidir el tipo de pedido, además de que su UI no es moderna ni llamativa, pero si se puede crear un perfil de usuario.

Café Don Justo

No cuenta con aplicación móvil.

Evaluación económica

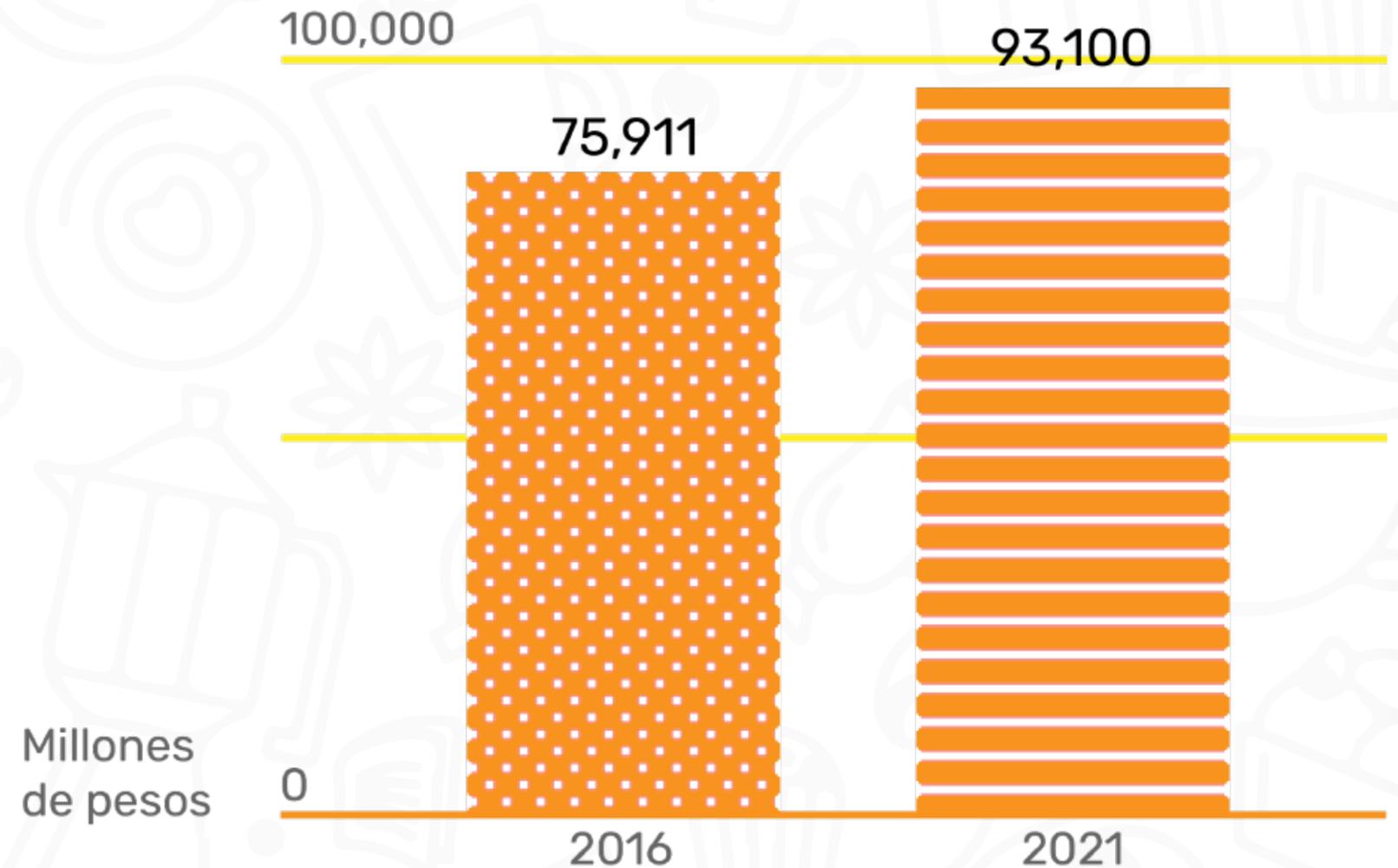
En el 2021 el mercado de cafeterías en México alcanzará un valor de 93 mil 100 millones de pesos, 23 por ciento superior al registrado al cierre de 2016.

Actualmente el negocio es disputado entre cadenas como Starbucks, Café Punta del Cielo y The Italian Coffee Company.

Información de Euromonitor International muestra que Starbucks es actualmente el líder del mercado con 39 por ciento; seguido de Café Punta del Cielo con 11 por ciento y The Italian Coffee Company con el 10 por ciento.

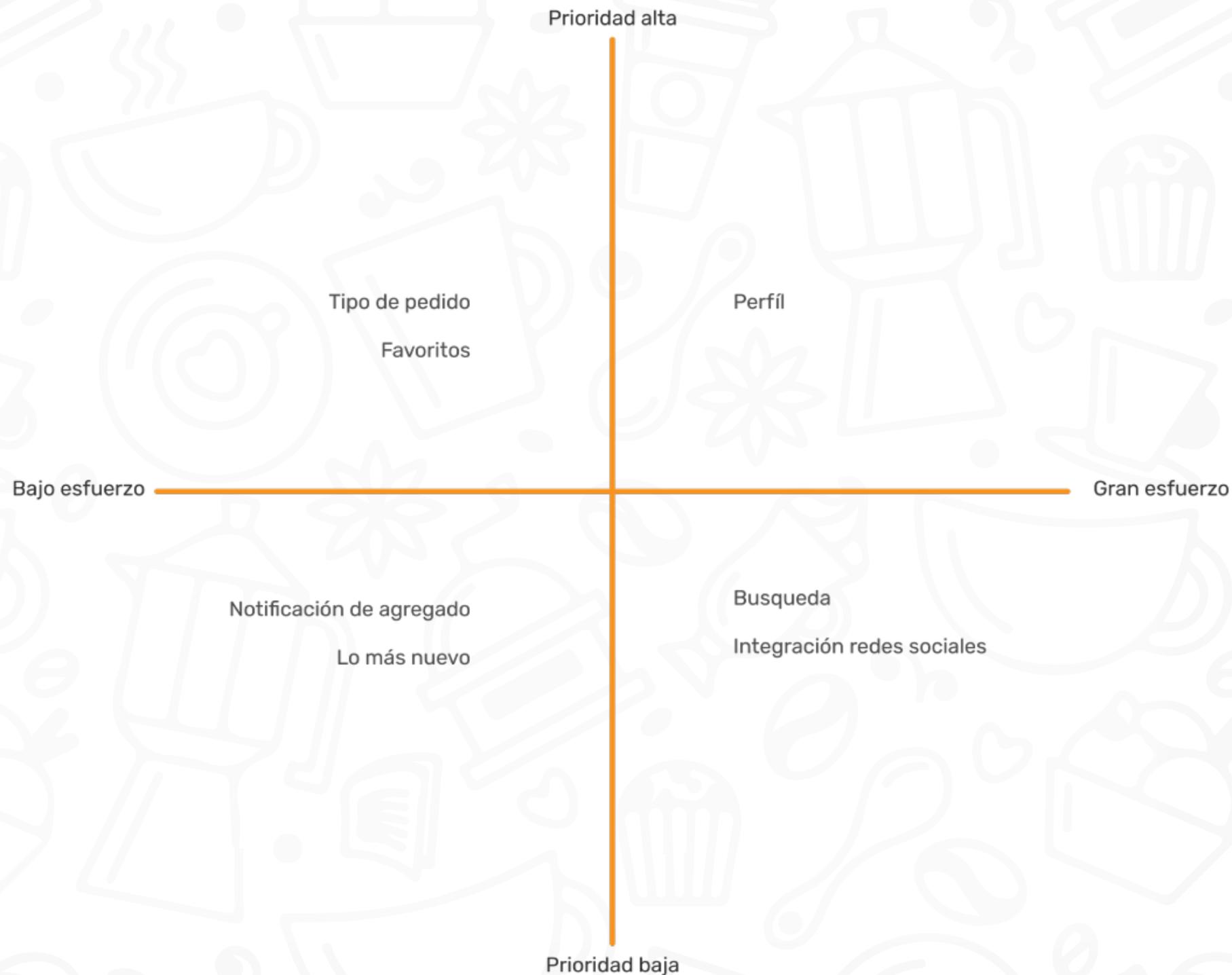
"En respuesta a las crecientes expectativas de los consumidores, los operadores de cafeterías en México están tratando de ser cada vez más sofisticados. Muchos negocios ahora se centran en lo artesanal, por ejemplo la salida de Starbucks Expresso", destacó la firma dedicada a la investigación de mercados.

Venta de café en México



Trazado de priorización

Al trazar una lista de las posibles características de manera gráfica, se pudo visualizar lo que era fundamental el producto mínimo viable y así se podría desarrollarse más adelante. Una de las ventajas de este producto es la posibilidad de ordenar desde el establecimiento para que el personal de Coffee House lleve el pedido hasta el usuario y éste no tenga que perder su mesa al ir a ordenar a la barra y esperar su bebida.



Observación de usuarios

Para determinar las necesidades, puntos de dolor y patrones de comportamiento de los usuarios se realizó un estudio de usabilidad con aplicaciones similares a la que se estaba planeando diseñar en ese momento, los elegidos fueron la aplicación de *Starbucks* y la aplicación de *The Italian Coffee Company*. A los participantes se les pidió realizar una serie de tareas para que posteriormente realizar una breve entrevista en la que dieron su opinión sobre las aplicaciones que acababan de utilizar.

En una escala del 1 al 5
¿qué tan fácil fue realizar la
compra de un capuccino?

(1 muy fácil - 5 muy difícil)

4

¿Cómo se sintió al realizar la
tarea?

Muy frustrada, es difícil creer
que esperen que uno compre sus
productos con esta aplicación.

Creando personas

La persona

Rogelio

 Rogelio Pérez, 30

 Arquitectura

 Soltero + 1 perro

 CDMX

Tecnología

Uso de internet



Compras en línea



Redes sociales

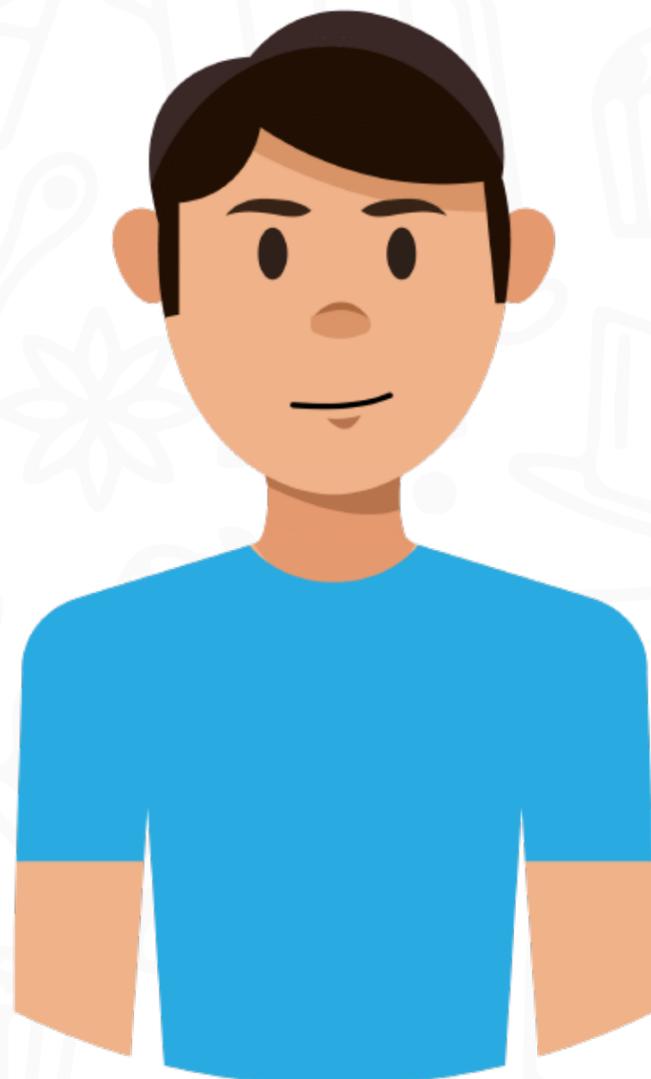


Facilidad de adaptación



Intereses:

Salir con sus amigos,
pasear con su perro



Metas

Realizar sus pedidos en Coffee House de forma rápida y eficiente

Regresar pronto a su trabajo para tener oportunidad de demostrar sus capacidades

Rogelio es un Arquitecto de un importante despacho en CDMX, como parte de sus tareas, se turna con sus compañeros para levantar el pedido de café dentro de la oficina y poder ir a comprar los productos para todos. Ya que todos se turnan para realizar la actividad el lo hace con gusto, sin embargo, a veces es frustrante realizar el pedido en la barra, pues es demasiada información y a veces el barista se confunde y las preparaciones no son como el las pidió, por lo que quiere una aplicación que le permita realizar el pedido por adelantado y de forma más ordenada.

Frustraciones

Realizar el pedido en la app es lento y frustrante

Su pedido a veces es incorrecto

El pedido pick up que hace solo puede realizarlo en mostrador (no por adelantado)

La persona **Jess**

-  Jess Lara, 35
-  Programador
-  Casada
-  Monterrey

Tecnología

Uso de internet



Compras en línea



Redes sociales



Facilidad de adaptación



Intereses:

Tomar cursos en línea,
senderismo y montañismo



Metas

Trabajar en un lugar con buen ambiente, servicio de internet y rico café

Utilizar su tiempo de forma productiva en su trabajo

Jess es una programadora independiente, por lo que generalmente trabaja desde alguna cafetería de su ciudad, Coffee House es una de sus preferidas, sin embargo, para Jess es un gran inconveniente tener que levantarse de la mesa para realizar un segundo pedido, pues tiene que dejar su equipo de trabajo sin supervisión y a veces, cuando regresa puede haber otro cliente sentado en su mesa, por lo que ella necesita una aplicación que le permita realizar pedidos y que se los lleven a la mesa.

Frustraciones

Tener que levantarse de la mesa para realizar un segundo pedido

Es problemático conservar una mesa y cuidar tus pertenencias si te levantas

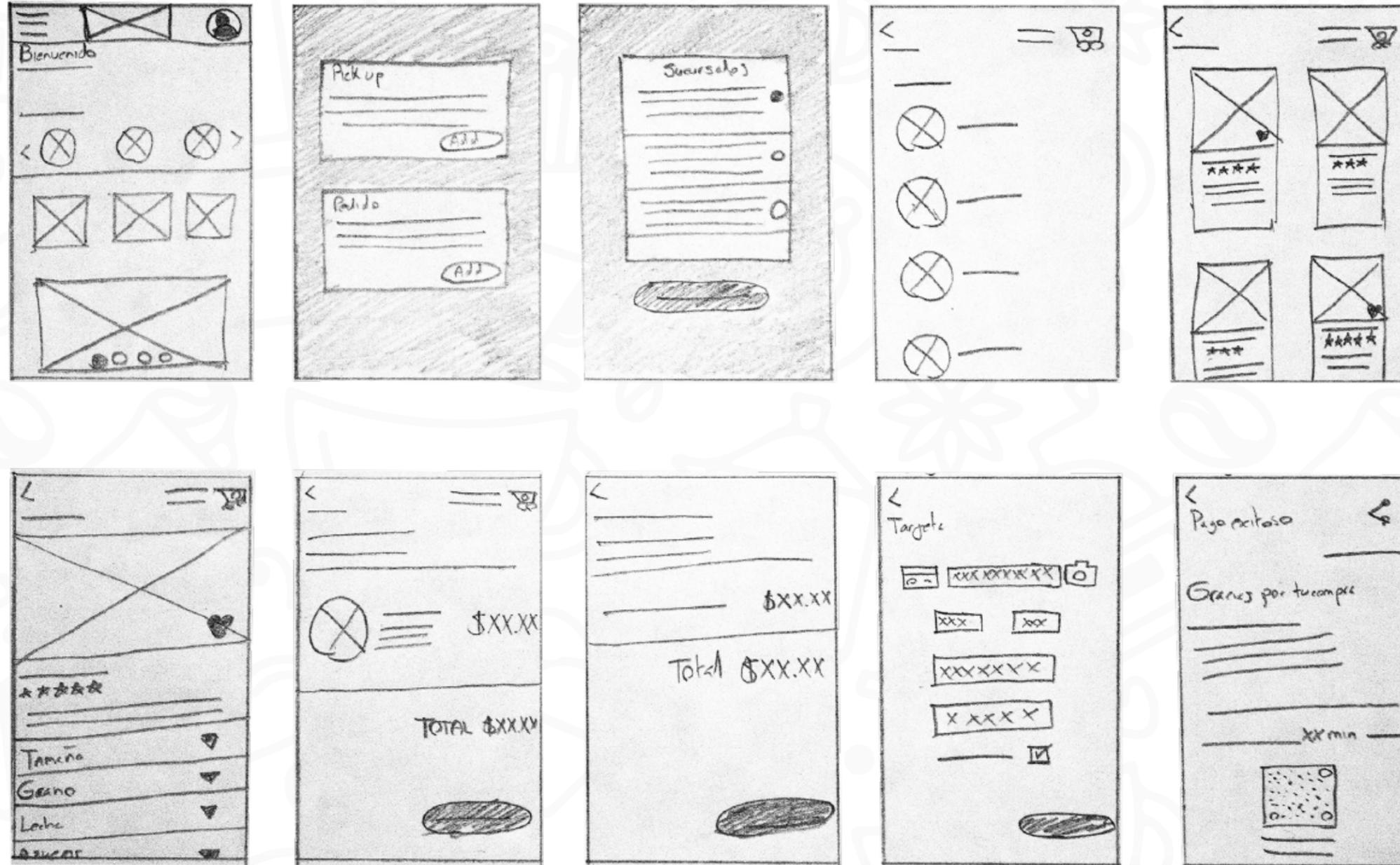
Diseño preliminar

Por fin, la aplicación comienza a tomar forma, aquí se mostraran parte de los wireframes, diagramas de flujo, wireframes digitales y el avance con el flujo digital para un primer prototipo Lo-Fi.

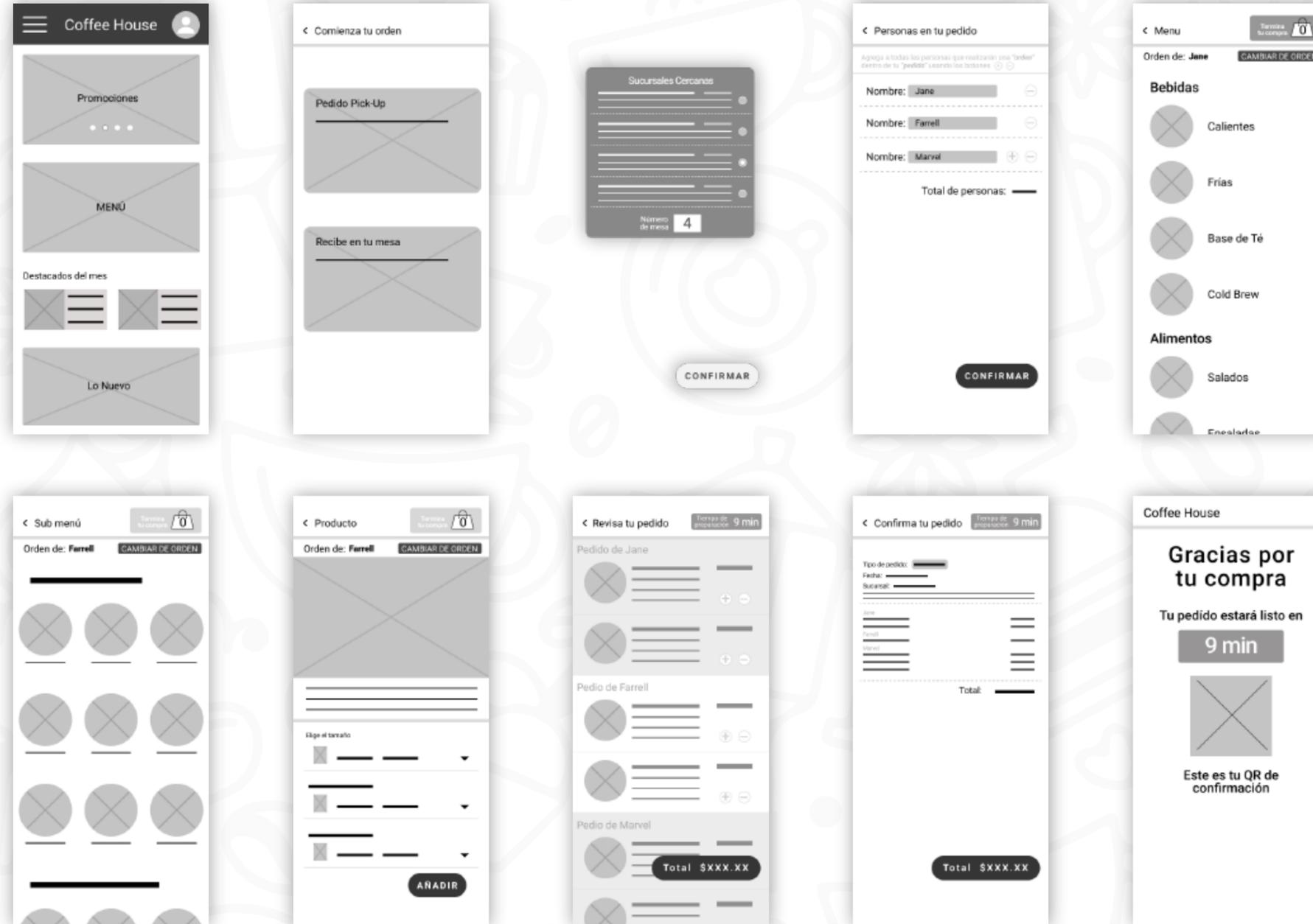
Arquitectura de la información



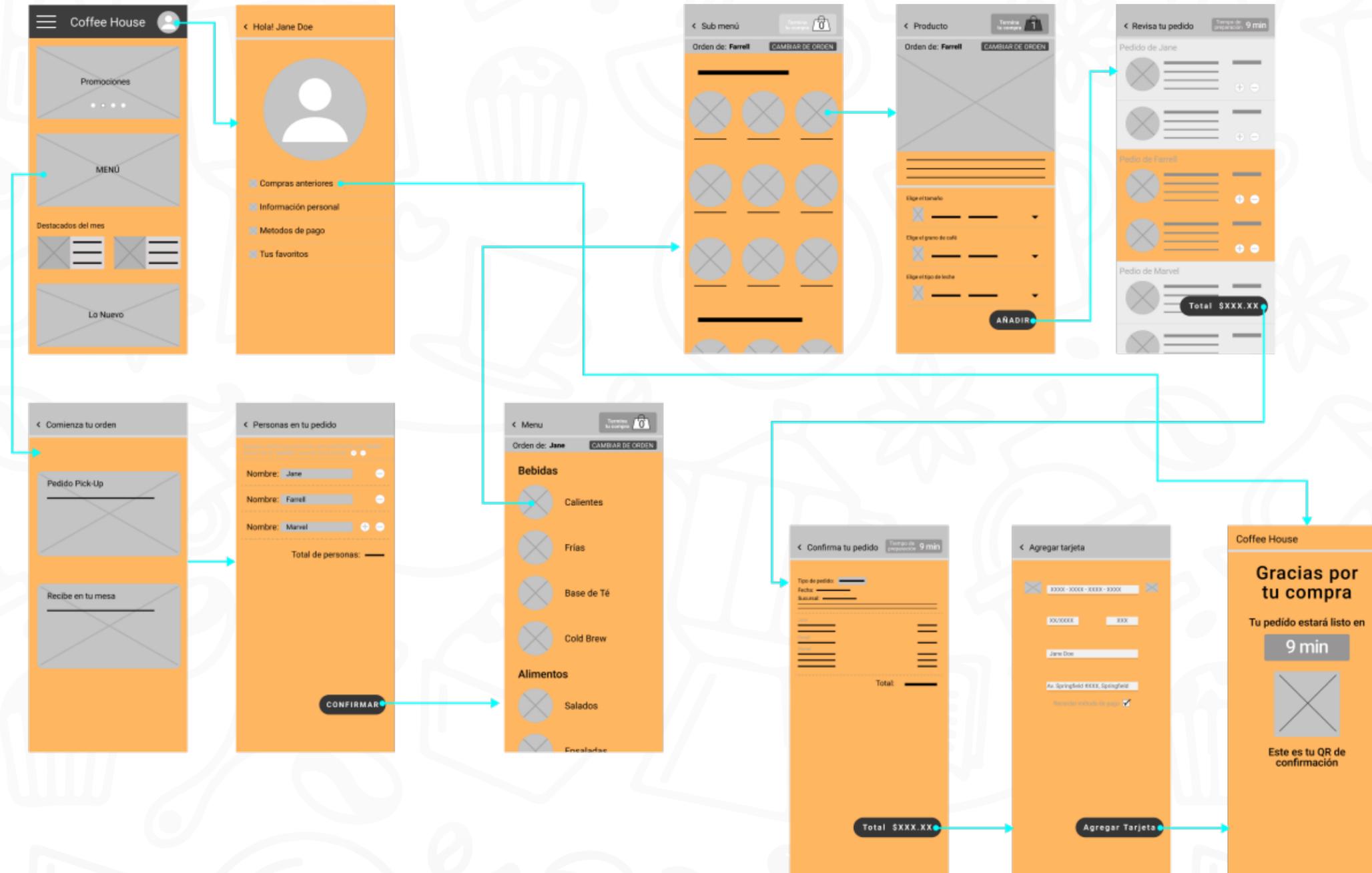
Bocetos de wireframes



Lo-Fi Wireframes



Wireflow



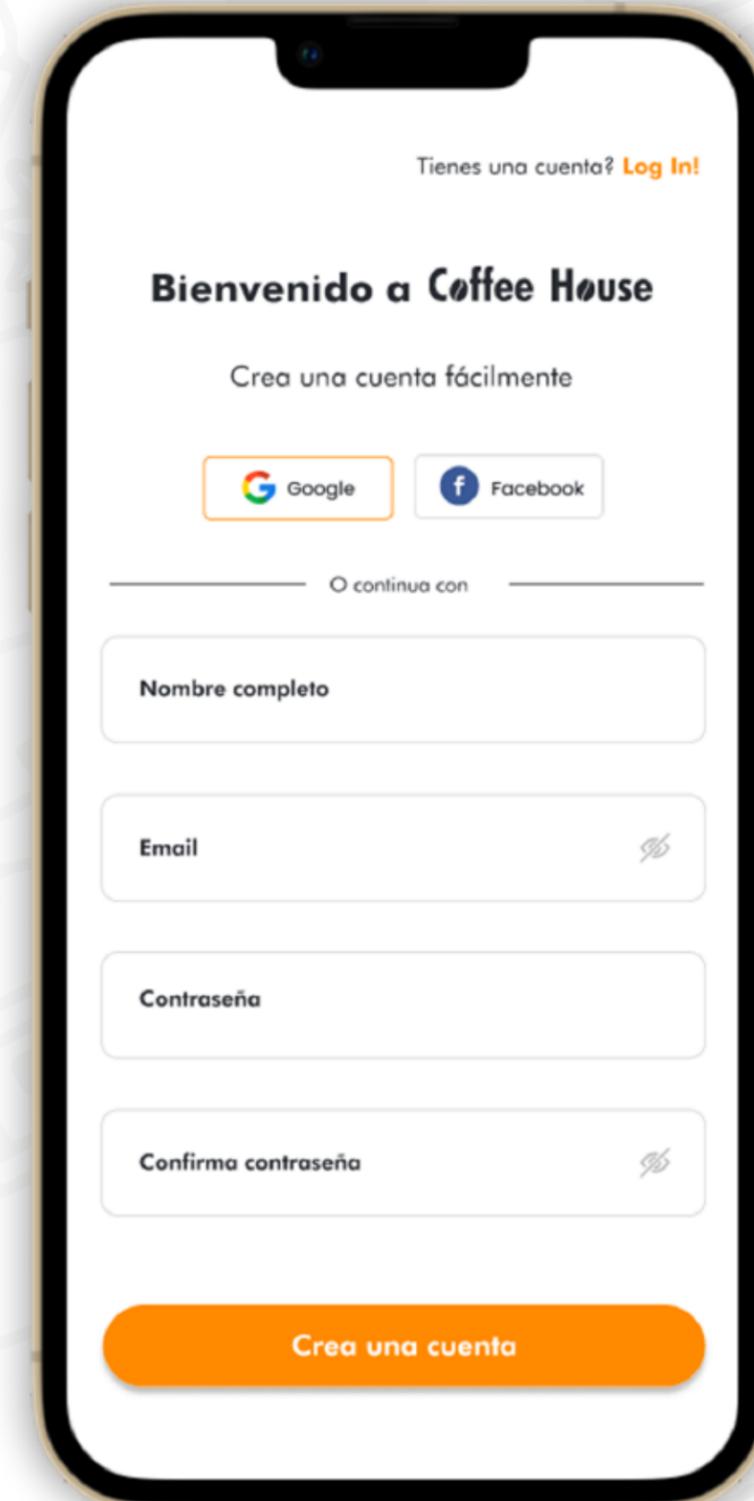
Diseño final

Después de más pruebas de usuario, realizar iteración sobre el diseño y trabajar a profundidad en la UX, se llegó al diseño final. Teniendo en cuenta que todo es perfectible sé que hay cosas que pueden mejorarse, pero de momento el proyecto debe entregarse al equipo de desarrollo.



01. Crear nueva cuenta

Pantalla limpia con estética minimalista para crear una nueva cuenta desde la cuenta Google o Facebook vinculada al teléfono o en su defecto, crear la cuenta de forma tradicional ingresando con correo electrónico, contraseña y el nombre del usuario.



Tienes una cuenta? [Log In!](#)

Bienvenido a Coffee House

Crea una cuenta fácilmente

 Google  Facebook

O continúa con

Nombre completo

Email 

Contraseña

Confirma contraseña 

[Crea una cuenta](#)

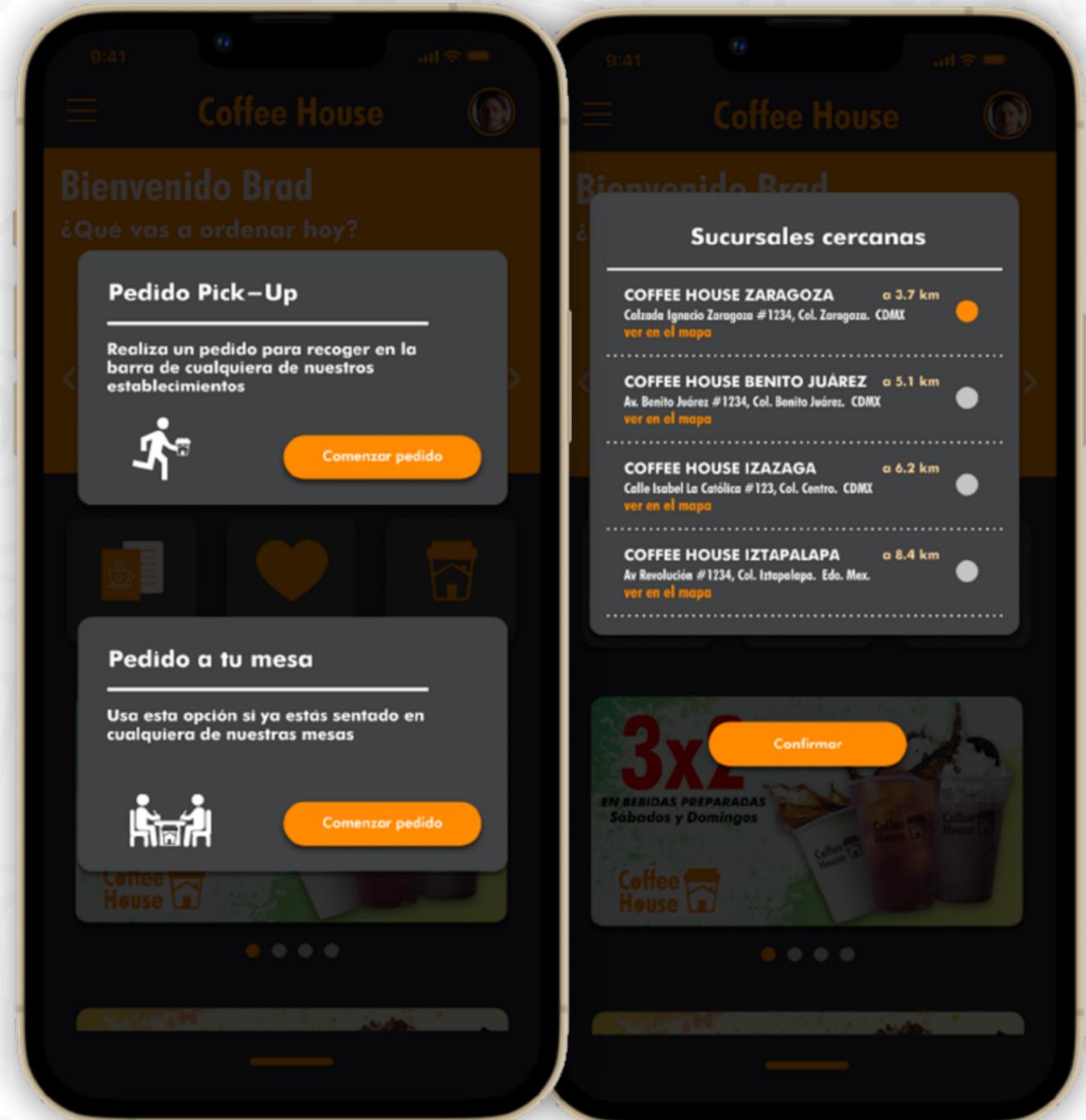
02. Home

Pantalla con información y funciones relevantes para el usuario y para Coffee House, como sugerencias de la casa, menú, los favoritos del usuario, pedidos realizados, promociones activas de Coffee House y los productos nuevos.



03. Pop-up iniciales

Pop-up que se activa al seleccionar la opción menú, es un primer paso para realizar el pedido, y aquí el usuario elegirá una de las dos opciones de entrega de su pedido. El segundo Pop-up es para seleccionar la sucursal donde se recogerá el pedido o en su defecto se llevará a la mesa de dicha sucursal.



04. Menú y submenú

Pantalla con el menú categorizado por tipo de bebida o alimento, el submenú muestra por medio de cards los productos dentro de la categoría seleccionada.



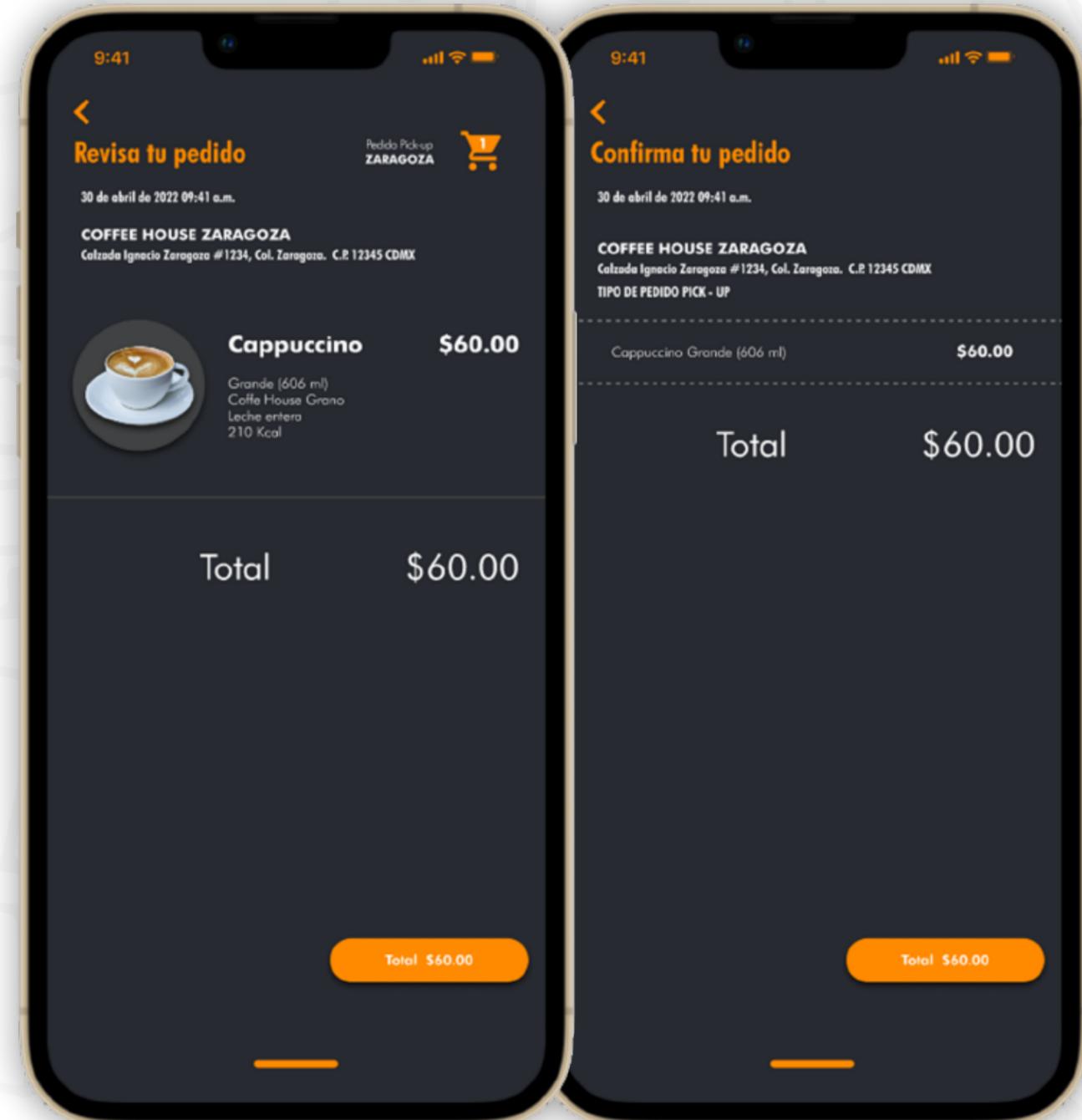
05. Producto

Pantalla dónde se muestra una breve descripción del producto seleccionado por el usuario, además de sus características y opciones para personalizar la bebida o alimento. Cuando se agrega el producto al carrito, una breve animación simula el ingreso del producto en el carrito.



06. Revisión y Confirmación

Pantallas con la información del pedido realizado, la primera es para revisar que todo esté en orden, pero sigue permitiendo agregar productos al carrito. La segunda pantalla muestra la información, incluyendo la sucursal, dirección, fecha y montos totales, pero ya no permite ingresar más productos al carrito de compra.



07. Pago exitoso

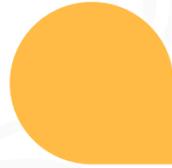
Pantalla de confirmación de la transacción, incluye información relevante para el usuario, incluyendo el tiempo estimado en el que el producto estará listo para entregarse en la barra del establecimiento o en su defecto entregado en la mesa de algún establecimiento. Incluye el código QR con el que el usuario podrá verificar a contra entrega que el pedido le pertenece.



Guía de estilo

El producto principal de Coffee House, es el café, el café es una valiosa fuente de energía para los trabajadores, por eso se decidió utilizar el color naranja como el color principal de la marca, evocando energía y juventud, en combinación con un negro con ligero matiz azul, crea una mezcla sobria pero enérgica que invita al usuario a seguir explorando dentro de la aplicación.

COLORS

						
#FF8A00	#FFBB45	#FFDA99	#272A30	#414243	#C4C4C4	#FFFFFF

TYPE

H1 AaBbCcDd <i>Futura Bold, 27 px</i>	H2 AaBbCcDd <i>Futura HvBT, 20 px</i>	H3 AaBbCcDd <i>Futura Bold, 14 px</i>	H4 AaBbCcDd <i>Futura LtBT, 14 px</i>
---	---	---	--

LOGOS



Coffee House

BUTTONS

		
Botón	Botón	
		
Botón		
		
Botón	Botón	

Conclusiones

Disfruto mucho beber café, ya sea en casa o en una cafetería, pero la experiencia de ir a un establecimiento a recibir un producto elaborado por un profesional, siempre será más memorable. Por esto disfruté mucho trabajar en este proyecto.

Debido a limitantes de tiempo algunas funciones que quise incorporar en Adobe XD quedaron de momento fuera del diseño, pero en un futuro seguramente las aplicaré en otro proyecto en el que puedan potenciar su utilidad y mejorar así la UX.

GRACIAS