

cined•t

Julián Hernández | Febrero - Abril 2022

Contenido

- 1 Introducción
- 4 Investigación
- 15 Diseño
- 20 Iteración
- 28 Conclusión

Introducción

Cinedot es el punto de encuentro que crea conexiones, impulsa las emociones y provoca la interacción al despertar los sentidos. Somos el link entre tu celular y la pantalla grande. Nuestro objetivo es conectar a las personas con el cine, principalmente a las nuevas generaciones para que haciendo uso de su smartphone puedan adquirir sus boletos y consumo en dulcería sin tener que hacer filas.

El problema

Cinedot es una empresa relativamente nueva, que busca competir en el mercado nacional mexicano, sus competidores directos cuenta con aplicaciones para ver trailers y conocer horarios y ambos están consolidados como líderes en la industria.

Para destacar, Cinedot debe buscar sobresalir de la competencia, al contar con menos sucursales, una buena opción para la empresa es invertir en mejorar la tecnología de su aplicación y sitio web para captar más clientes.

¿Que podemos mejorar?

Una breve investigación inicial reveló que la aplicación de Cinedot tiene opción para realizar compras adelantadas de snacks, cosa que su competencia no tiene (a menos que acudas a las salas tipo VIP) pero esto lejos de ser una ventaja, se convirtió en el principal puntod de dolor de los usuarios, al ser un proceso repetitivo y un tanto complicado.

El objetivo



La creación de una App que sobresalga para tener ventaja sobre su competencia, para lograr esto, es necesario enfocarse en las debilidades de la competencia y reafirmar las fortalezas propias de Cinedot.



Investigación

Como punto principal de la investigación se tuvo el conocer los comportamientos de los usuarios frente a este tipo de aplicaciones, descubrir ¿qué es lo que evita la conversión a compras de boletos o snacks? ¿cuáles son los desafíos a los que el usuario se enfrenta en el proceso? y ¿cómo podemos ayudar al usuario a finalizar exitosamente su recorrido?



Método

Con un enfoque dirigido a simplificar los procesos con los que la app ya contaba, principalmente el proceso de compra de snacks, que resultó complicado y repetitivo, por lo que la decisión fue realizar investigación cualitativa, una auditoría de competencias para encontrar los puntos fuertes y débiles de Cinedot frente a sus rivales en el mercado, a la par de entrevistas con usuarios de aplicaciones similares y la construcción de una hipótesis de personalidad.

cined.t

*La mejor conexión con
el cine y tu mundo*

Al iniciar

Preguntas clave iniciales

- ¿Qué es el producto?
- ¿Qué quiero mejorar?
- ¿Cuánto tiempo lleva completar la el recorrido?
- ¿Cuál es el proceso más complicado?
- ¿Es visualmente atractiva la app?
- ¿Cómo mejoro la usabilidad?

Siguiendo el camino

Al avanzar, se logró comprender que los usuarios buscan un metodo simple y rápido para realizar la compra de boletos y snacks, ellos utilizan estas aplicaciones para ahorrar tiempo, así que si siente que estan usando el mismo o más tiempo que formados en la fila para comprar boletos o snacks, la aplicación pierde su valor agregado.

Estrategia a seguir

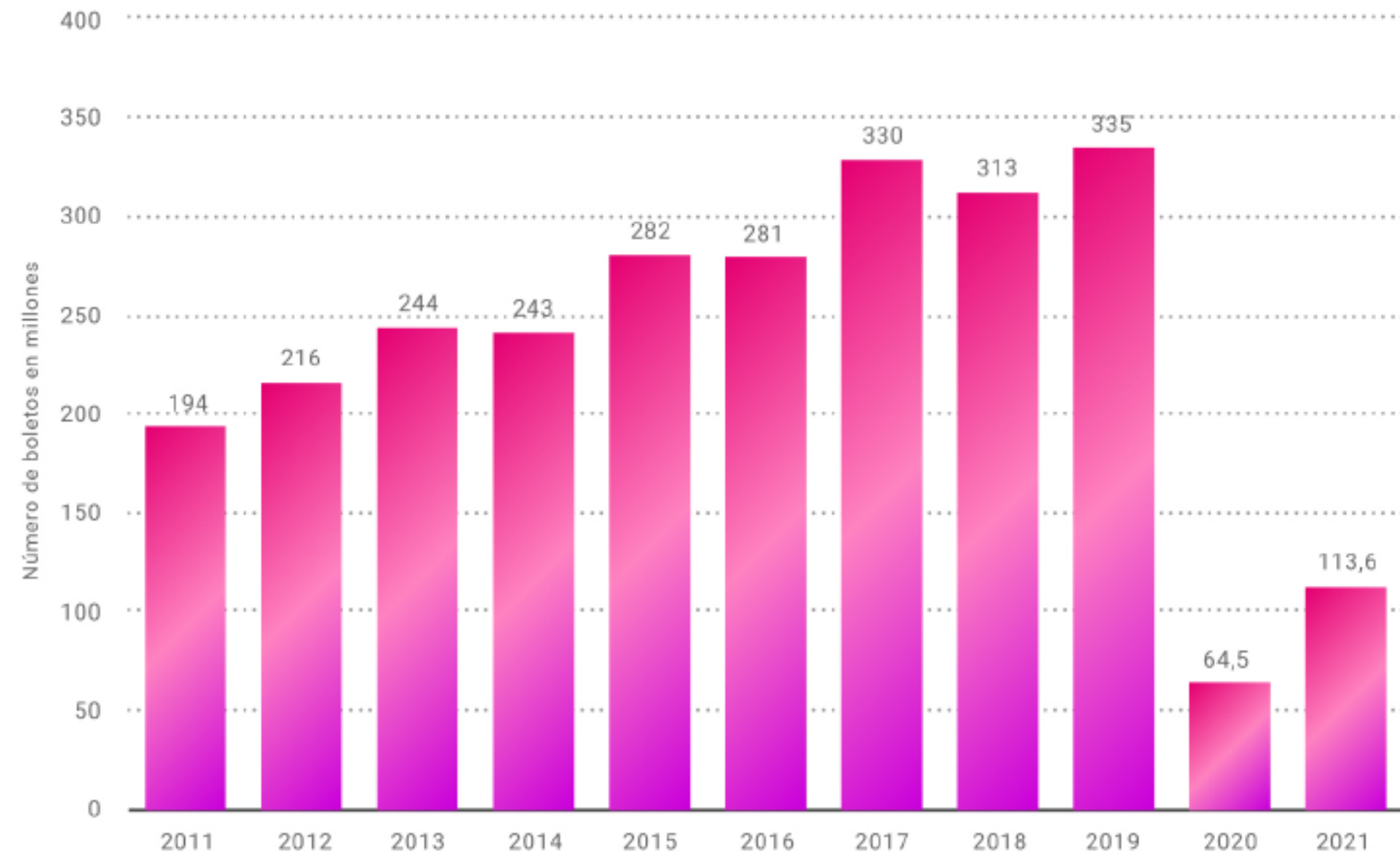
Mantenlo simple La simpleza dentro del diseño evoca al usuario la sensación de que está utilizando algo amigable e intuitivo.

Primeras impresiones La primera impresión jamás se olvida, las personas tienden a juzgar un libro por su portada, 8 segundos bastan para que el usuario tenga una opinión al respecto de una aplicación o página. Por eso es importante que la página de home o landing sean atractivas, simples y no abrumen al usuario con información secundaria.

Iteración Crear, probar, corregir, probar... repetir hasta que estés satisfecho con tu trabajo, este fue uno de los puntos centrales del proyecto. Iterar hasta que el resultado sea satisfactorio.

Industria mexicana

En 2020, el número de entradas a las salas de cine mexicanas rondó los 62 millones de tickets, lo que representó una caída de alrededor del 81,5% en comparación con 2019. Esta abrupta disminución en la asistencia a las salas de cine se debió a su cierre temporal durante gran parte del 2020 a causa de la pandemia de COVID-19 en territorio mexicano. Cinedot vió esta oportunidad y compró varias salas de cine en CDMX y Estado de México, con planes a expandirlo al centro de la república en un futuro cercano.



La competencia

Competencia directa

Cinemex

Compra de boletos por medio de aplicación y página web, sucursales en toda la república. Rango de precios medio.

Cinepolis

Compra de boletos y snacks (solo sala VIP) por medio de aplicación y página web, sucursales en toda la república. Rango de precios medio-alto.

AMC THEATERS

Compra de boletos y snacks por medio de aplicación y página web, USA. Rango de precios medio-alto.

¿Cómo están compitiendo?

Por medio de la cantidad de sucursales en los diferentes estados de la república, cubren la demanda en su totalidad, además de contar con aplicaciones y sitio web para realizar la compra de boletos.

Sin embargo Cinedot tiene varias oportunidades de crecimiento donde la competencia tiene sus carencias, Cinedot cuenta con mejores precios, su aplicación estará mejor preparada para temas de accesibilidad y será más atractiva y fácil de usar que las de la competencia.

KPI a buscar

-
- Tiempo dedicado a la tarea: Cuánto tiempo tarda el usuario en comprar boletos y snacks para una función
 - Tasas de éxito de la tarea: Cuántos usuarios pueden completar con éxito la tarea.
 - Búsqueda y navegación: ¿Cuántos usuarios realizaron búsqueda con la barra y cuantos navegaron convencionalmente?
 - CSAT ¿Qué tan satisfecho está con la app Cinedot?
 - Escala de usabilidad: qué tan fácil o difícil es utilizar la app Cinedot



¿Cómo identificar a los participantes del estudio?

Preguntas para identificar participantes

¿En qué tipo de ciudad o pueblo vives?

¿Existen cines cercanos a tu casa o trabajo?

¿Con qué frecuencia acudes al cine?

Generalmente ¿Cómo realizas la compra de tus boletos de cine? ¿por medio de una app, página web o en la taquilla del establecimiento?

¿Qué opinas de las filas en la dulcería del cine?

¿Cuáles son tus snacks favoritos del cine?

Sueles ver el trailer de la película o películas que quieres ver antes de verlas en el cine?

¿Tienes algún cine favorito?

¿Utilizas alguna tecnología de asistencia?

¿Puedes hablarme de los pasos que realizas cuando acudes al cine?

Estudio de Usabilidad

Guión de la entrevista

Antes de comenzar, quiero agradecer tu participación en el estudio y quiero preguntar ¿tengo tu consentimiento de grabar audio y video de esta entrevista?

Quiero que sepas que no hay respuestas correctas o incorrectas, esta no es una prueba, así que ninguna de tus respuestas será equivocada.

Si tienes dudas o alguna pregunta, por favor, no dudes en preguntar.

Los datos que resulten de este ejercicio nos ayudarán a construir una aplicación para “un cine”. Tus respuestas harán que la aplicación sea más fácil de usar para las personas.

Excelente, si estás de acuerdo, comencemos con una pequeña lista de actividades que realizarás en la aplicación.

Consigna 1. Realiza la compra de boletos de cine sin ningún snack

Seguimiento de Consigna 1. ¿Qué tan fácil o difícil fue completar esta tarea? ¿Alguna parte del proceso te pareció complicada? ¿Te gustaría cambiar algo?

Consigna 2. Cambia a otra sucursal para realizar la compra de tus boletos

Seguimiento de Consigna 2. ¿Qué tan fácil o difícil fue completar esta tarea? ¿Fue clara la información de la ventana desplegable con la información de las sucursales? ¿Te gustaría cambiar algo?

Consigna 3. Realiza la compra de tus boletos para alguna función, pero esta vez compra varios snacks.


Seguimiento de Consigna 3. ¿Qué tan fácil o difícil fue completar esta tarea? ¿Te gustaría cambiar algo?


La persona

Romina

 Romina Martínez, 37

 Derecho mercantil

 Casada + 2

 Boca del Río, Ver.

Tecnología

Uso de internet



Compras en línea



Redes sociales

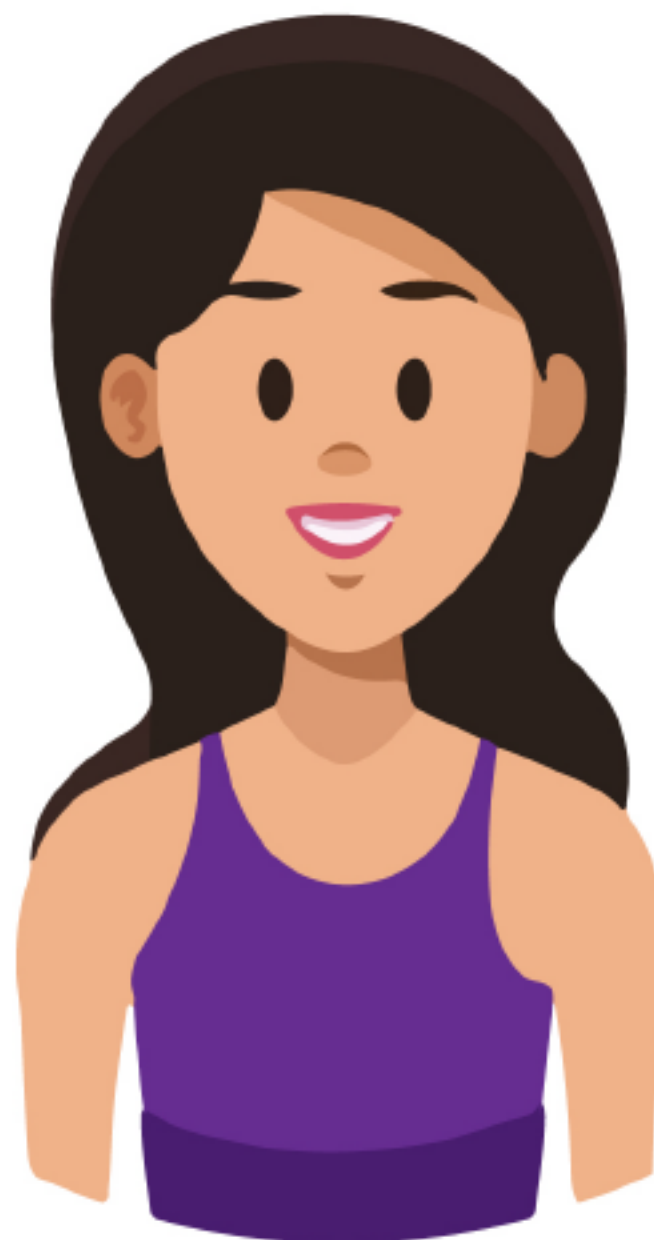


Facilidad de adaptación



Intereses:

Ver películas, tiempo en familia, gym



“Tengo dos hijos pequeño que adora las películas animadas, así que los acudimos con frecuencia al cine”

Narrativa

Romina es una persona activa que disfruta de llevar a sus pequeño hijo de 6 años al cine. Ella es una mujer moderna, divide su tiempo entre ser profesionista, madre y esposa, cada minuto del día cuenta para ella, por eso, perder tiempo formada en una fila no es una opción.

Necesita una aplicación que le permita revisar el trailer de una película y los horarios además de realizar la compra de boletos y snacks, todo esto en cuestión de unos cuantos minutos.

Metas

- Acudir con mayor frecuencia al cine.
- Realizar la compra de snacks desde la app para evitar filas.
- Ver los horarios y el tráiler de la película para saber si es apta para sus hijos.

Frustraciones

- La aplicación es un complicada de usar.
- El menú de snacks no es intuitivo y comprar más de un producto es tedioso.
- Pantalla de horarios sobrecargada de información.

Diseño



Simplificar textos, utilizar solo lo indispensable, un diseño más limpio e intuitivo para corregir los problemas.



Flujo principal

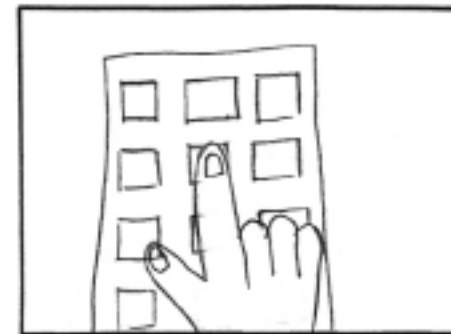
Comprar boletos y snacks

- 1.- Romina desea ir al cine con sus hijos, por lo que abre la app de Cinedot
- 2.- Revisa la cartelera y una película llama su atención
- 3.- Ve el trailer y los horarios, se adapta a lo que necesita, así que selecciona sus boletos
- 4.- También compra snacks para ver su película, ya que no quiere pasar tiempo en la fila de la dulcería
- 5.- Revisa el monto total y los productos que selecciono, una vez que se asegura de que todo está en orden, realiza su compra.
- 6.- Ahora ya tiene el código qr de sus boletos y snacks y está lista para llegar al cine a ver la película

UX Design Storyboard

Scenario: Utilizar la función de lector de pantalla como apoyo para poder comprar boleto y snacks para una función de cine con la app "Cine Dot"

PRIMER PLANO



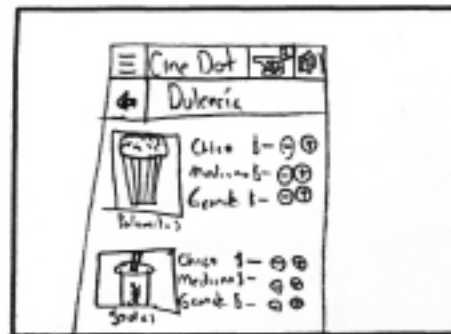
Fernanda abre la app de cine Dot



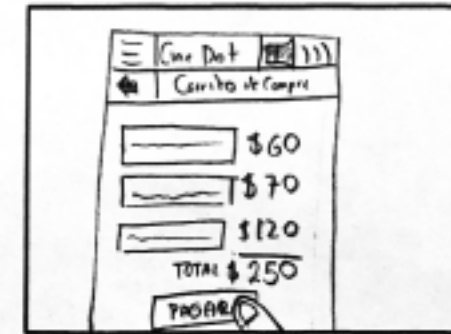
Fernanda revisa la cartelera con apoyo del lector de pantalla



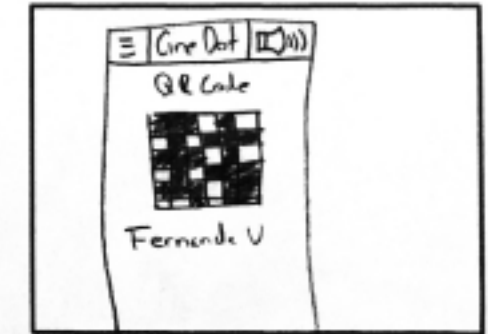
Fernanda reserva sus boletos con la app



Fernanda puede comprar sus snacks por medio de la app



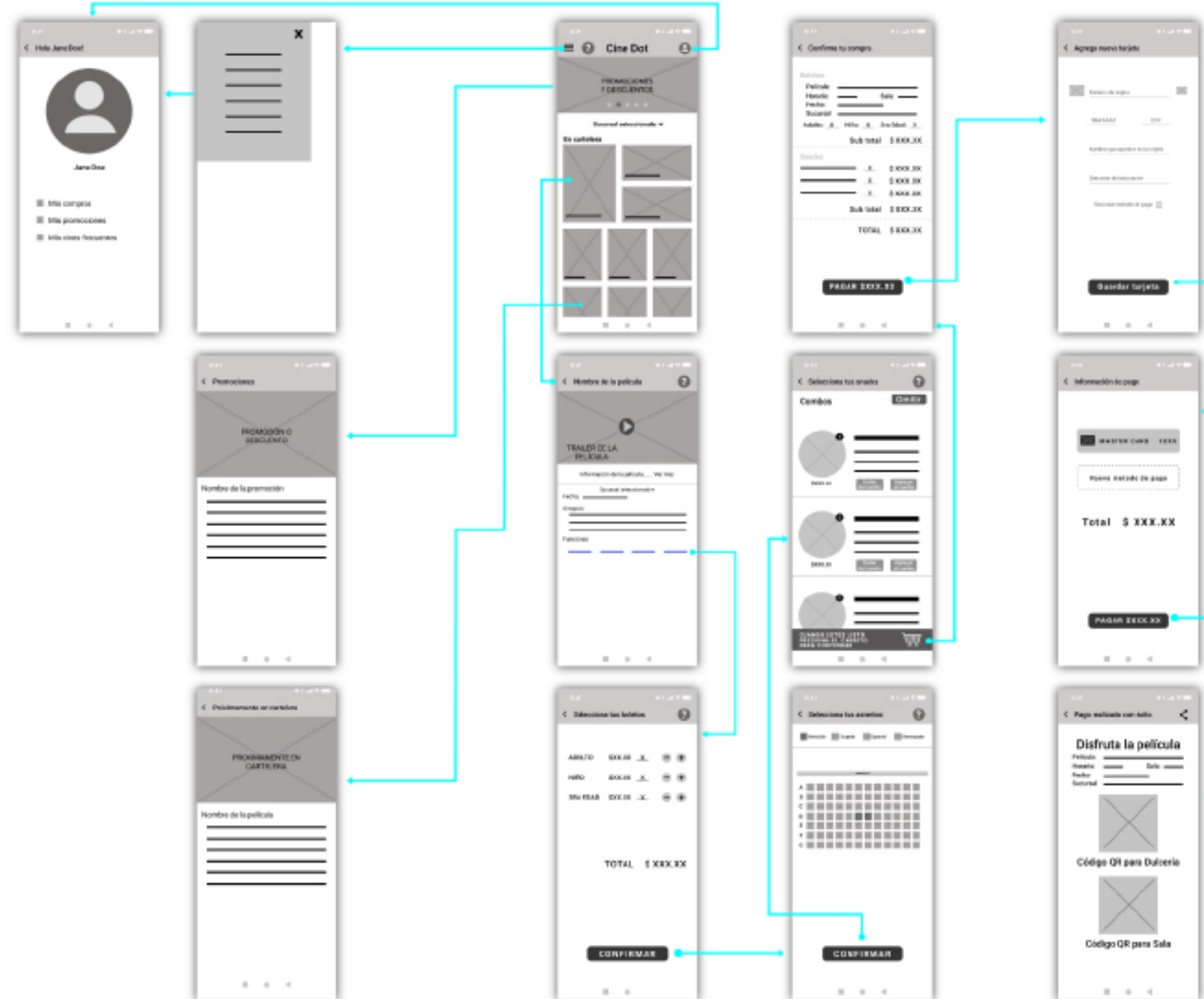
Fernanda confirma que su pedido esté completo y lo paga



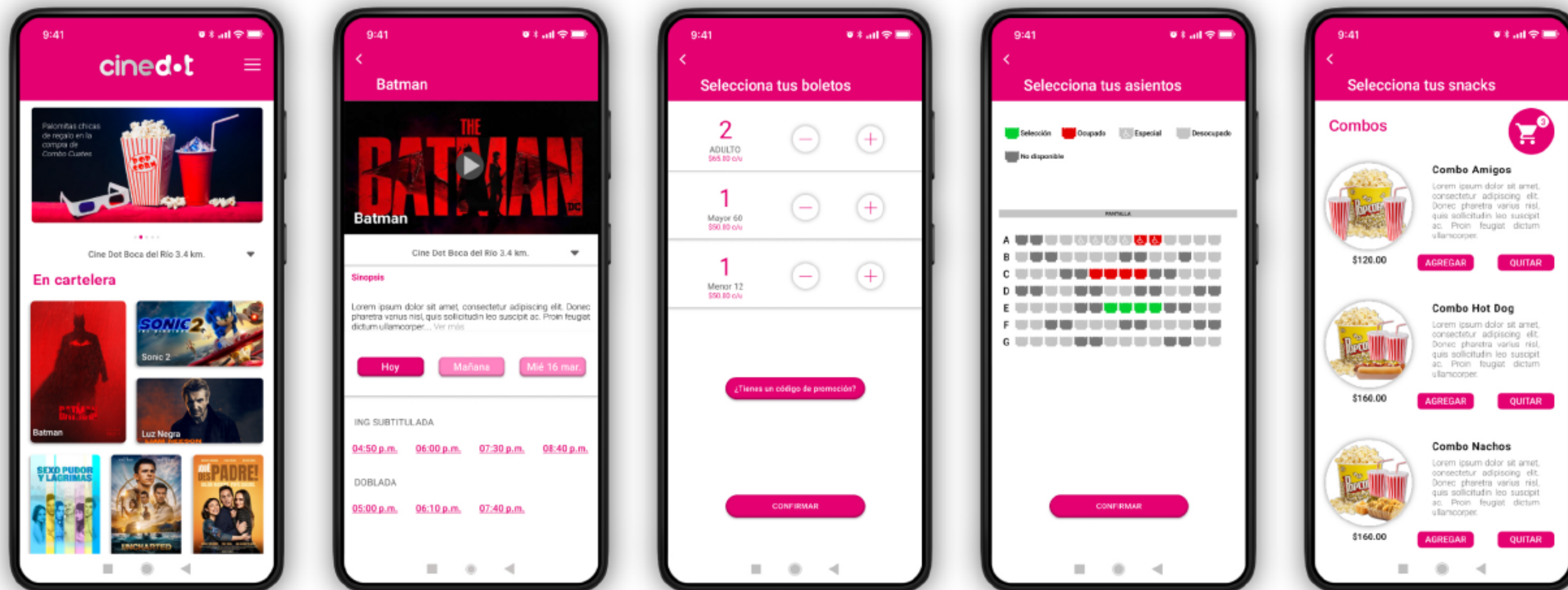
Fernanda recibe un código QR que mostrará en Dulcería y la entrada de la sala para recibir su producto

Escenario del flujo principal

Comprar boletos y snacks



Comprar boletos y snacks



Identidad de marca

Los colores usados en la marca “Cinedot” reflejan modernidad, que es un concepto diferente y está enfocado en la juventud, una selección de colores fresca que evoca diversión.

cined•t
cined•t
cined•t

Tipografía

Aa Aa

Roboto Regular
Roboto Medium
Roboto Bold

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Paleta de colores



Iteración

¿Qué es?

¿Qué estuvo bien? ¿Qué estuvo mal? ¿Cómo puede mejorarse la aplicación? ¿Olvidamos algo? La respuesta a todo esto siempre la tienen los usuarios.



Después de una segunda ronda de estudio de usabilidad

Se desarrolló un nuevo cuestionario, para llevar a cabo un segundo estudio de usabilidad, en este caso, el estudio fue conducido, se anotaron las observaciones, reacciones y comentarios de los participantes al realizar una nueva serie de actividades.

Además del cuestionario, también se llevó a cabo un cuestionario extra para medir los KPI en una escala del 1 al 5, con 1 como muy satisfecho y 5 como completamente insatisfecho. Esperando recibir el feedback necesario para volver a iterar en el producto.



Botón ayuda

Es necesario implementar un botón o tutorial para poder ayudar al usuario en su recorrido. No todos los usuarios tienen las mismas características, y cuando no están familiarizados con aplicaciones de este tipo, puede convertirse en un reto el uso de las mismas.



Snacks

Para la mayoría de los participantes del estudio, el punto de dolor principal fue la pantalla de snacks. Hacerla de una manera más simple e intuitiva es un reto que vale la pena superar, pues esto logrará un mayor índice de conversiones a compras de snacks.



Carrito de compras

La disposición del carrito de compras no fue del agrado de los participantes, por lo que pensar en una forma más clara de presentar este elemento fue una de las partes más importantes dentro de la iteración.



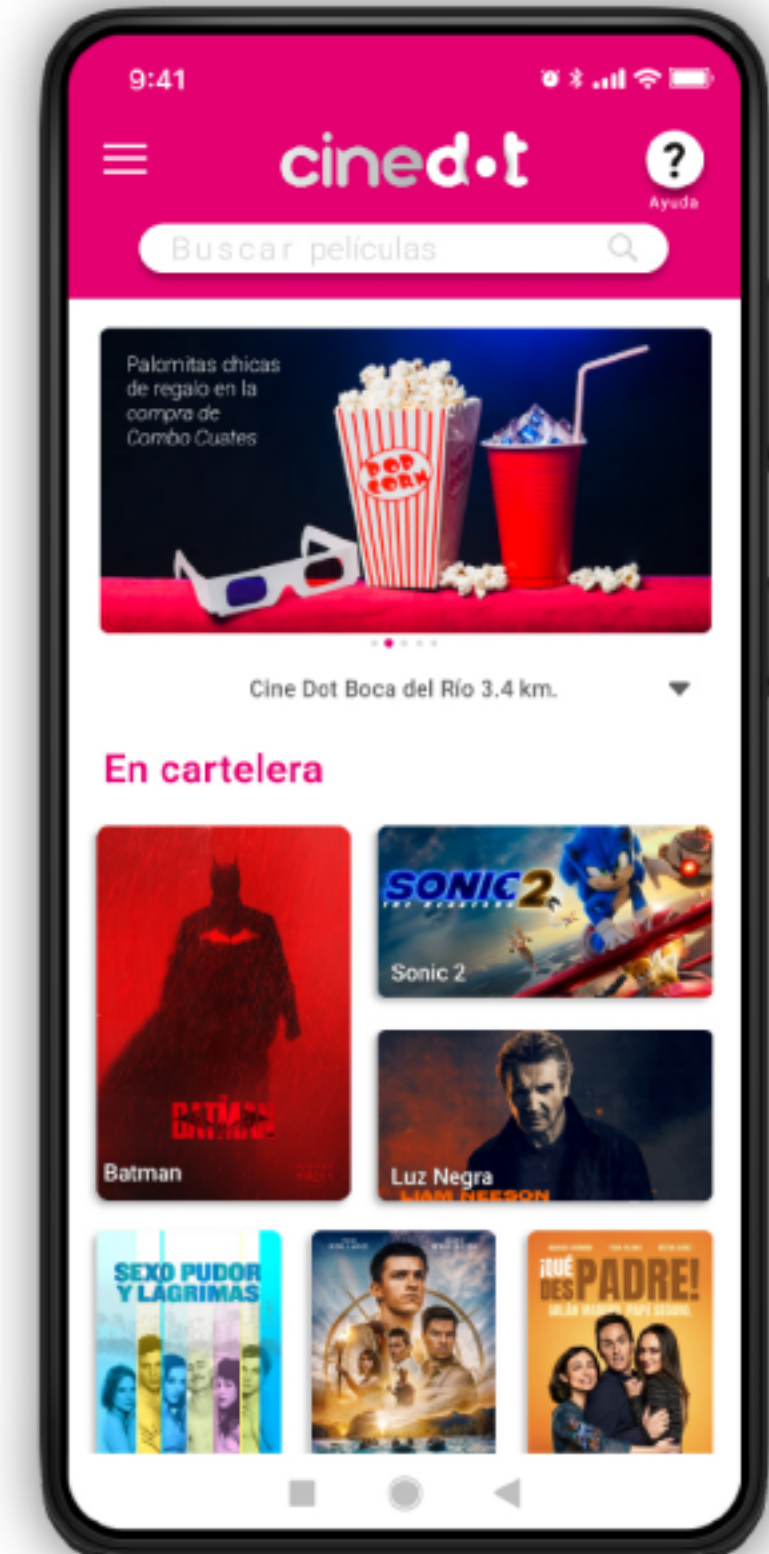
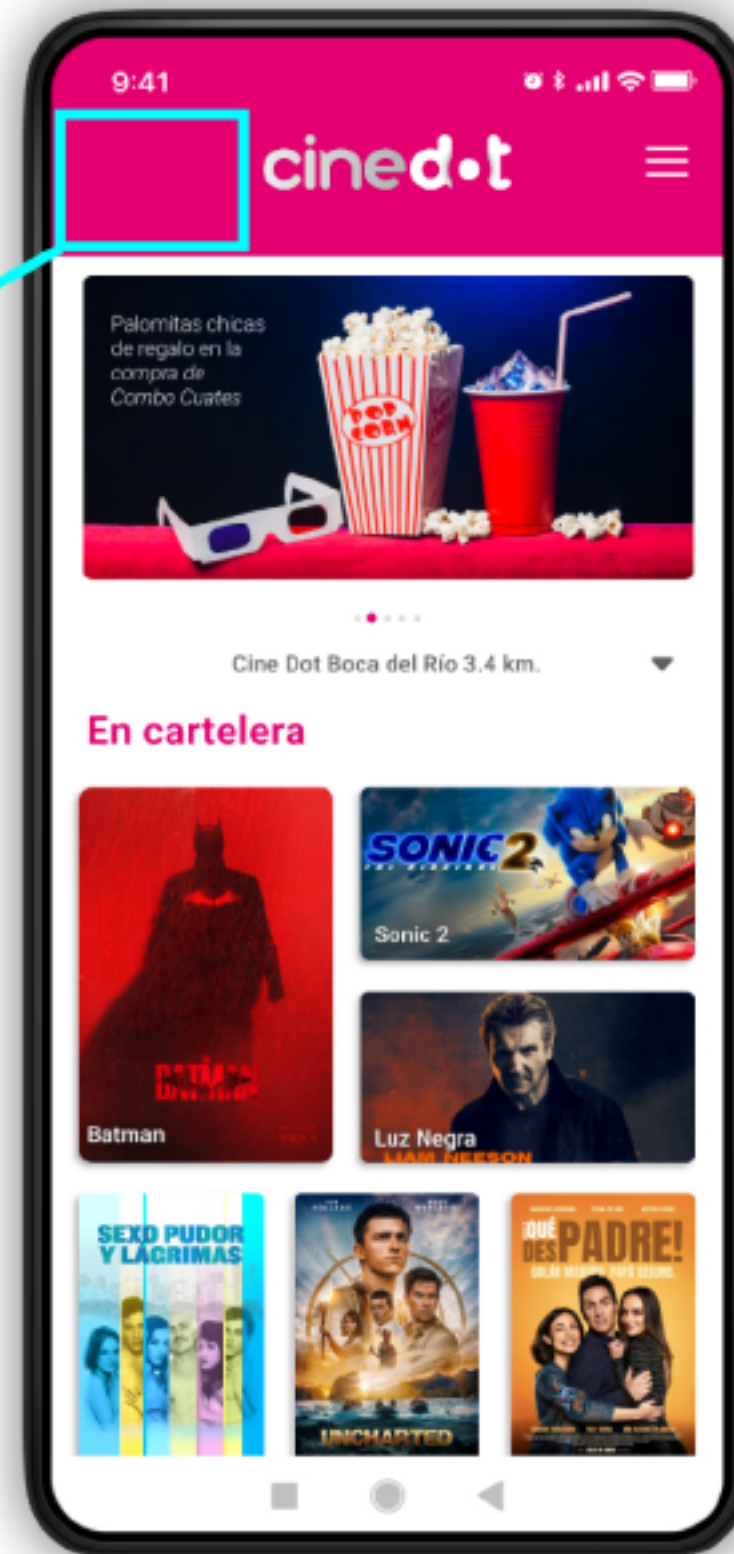
Información

Los participantes aportaron que era necesario aumentar la información en algunas partes del proceso, como un pequeño ícono que los ayudara a visualizar cuantas piezas de un producto han agregado al carrito, o una pantalla que les indique con claridad qué es lo que llevan en el carrito antes de proceder a la confirmación.

Problemas

Pantalla Home

Falta de tutorial o botón de ayuda para que el usuario pueda obtener información de los elementos de la pantalla y sus opciones



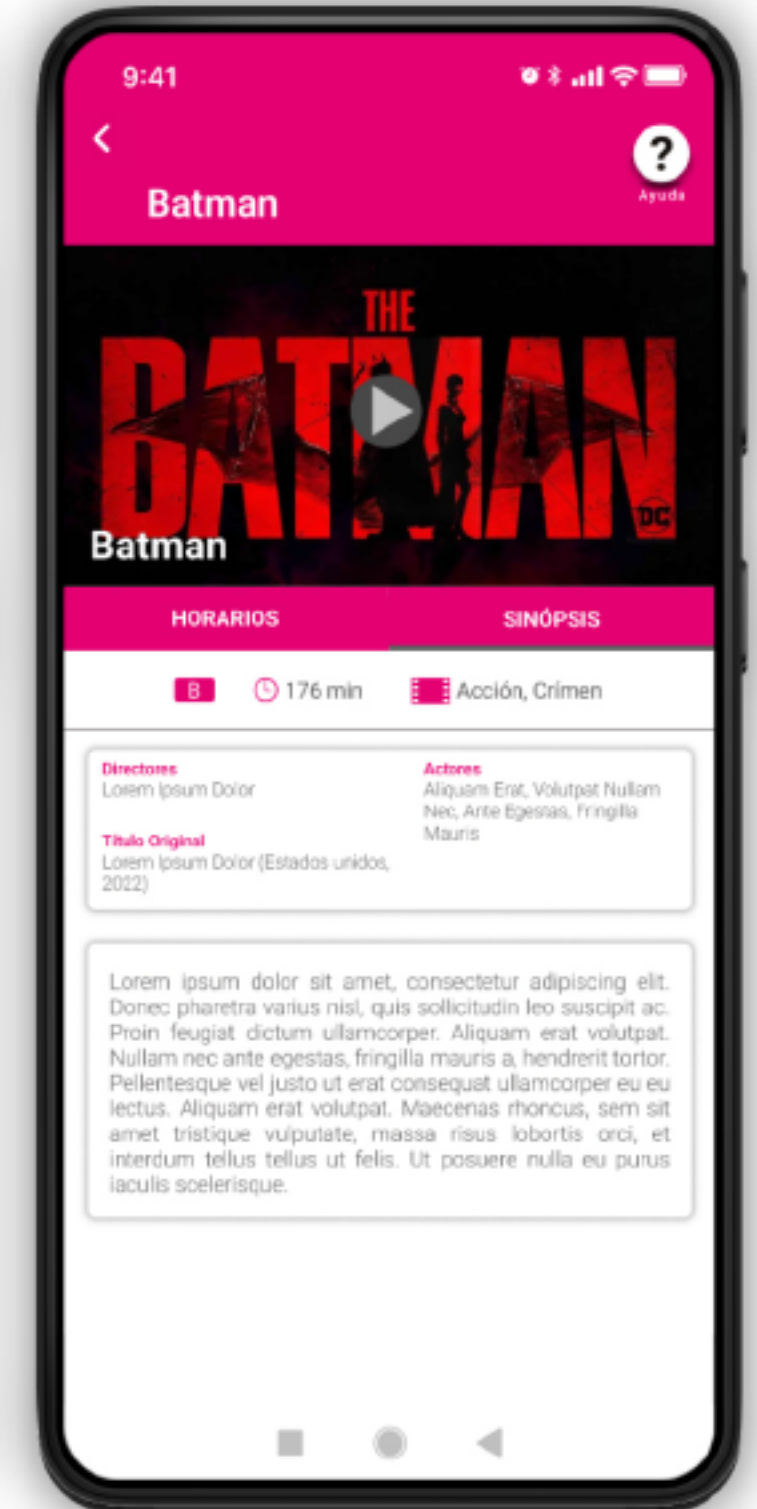
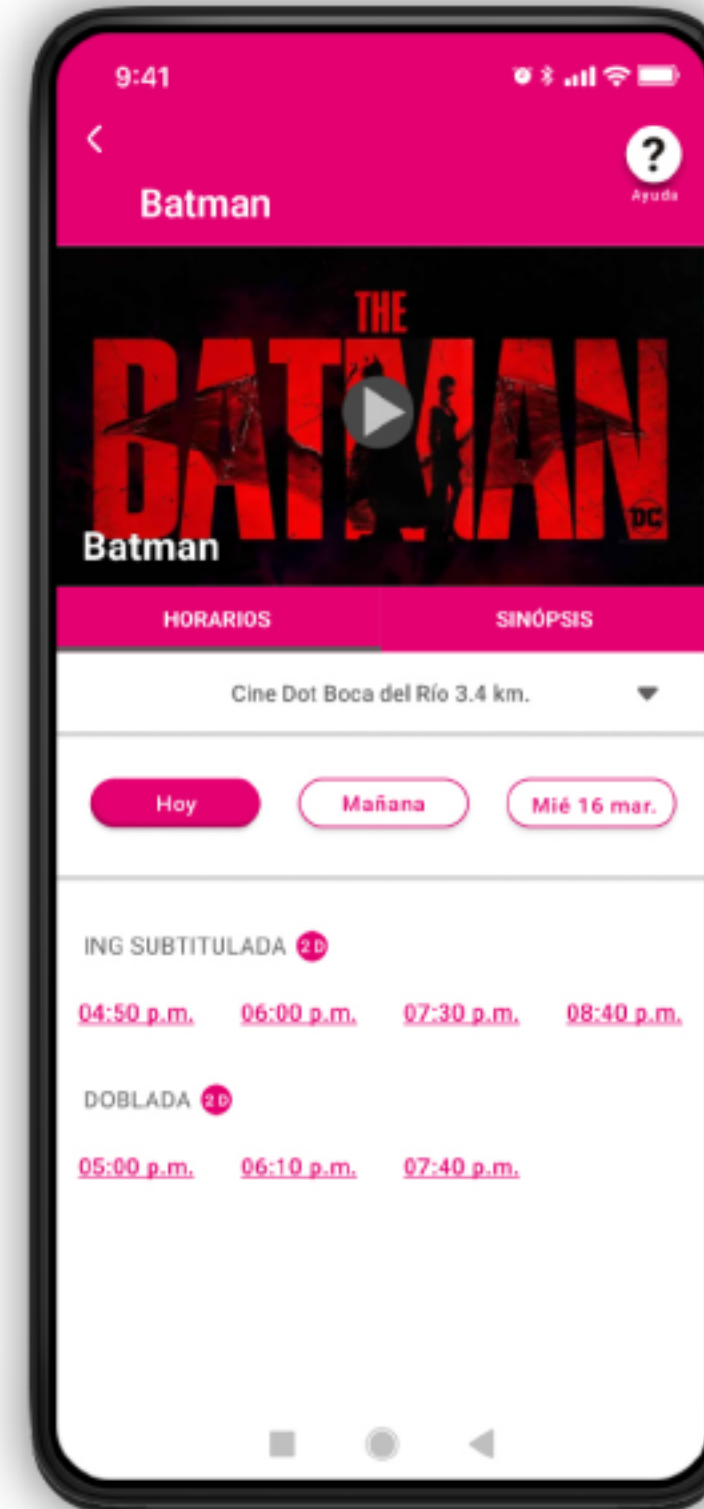
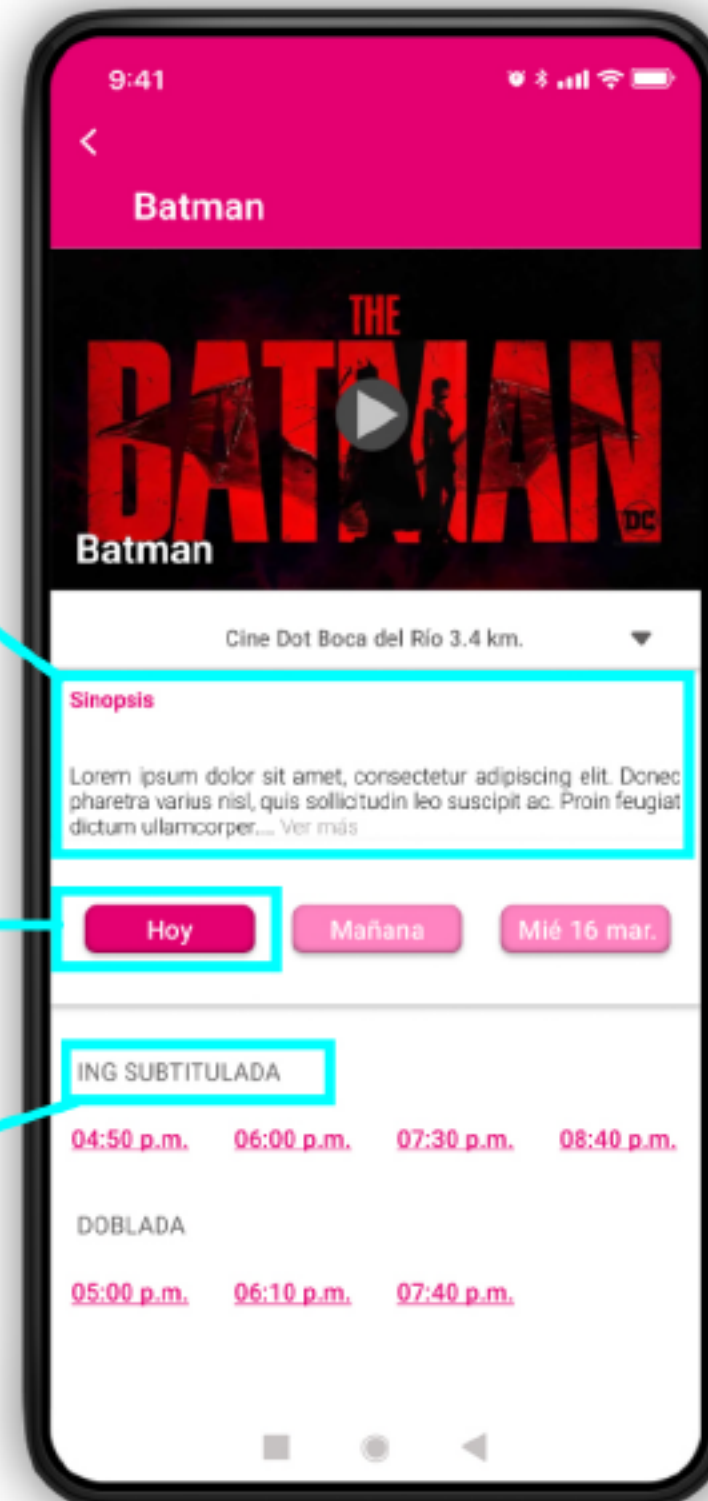
Problemas

Pantalla Trailer

Pantalla con demasiada información, la sinopsis abarca mucho espacio.

Botones para cambiar día de la función no tienen coherencia con los demás botones

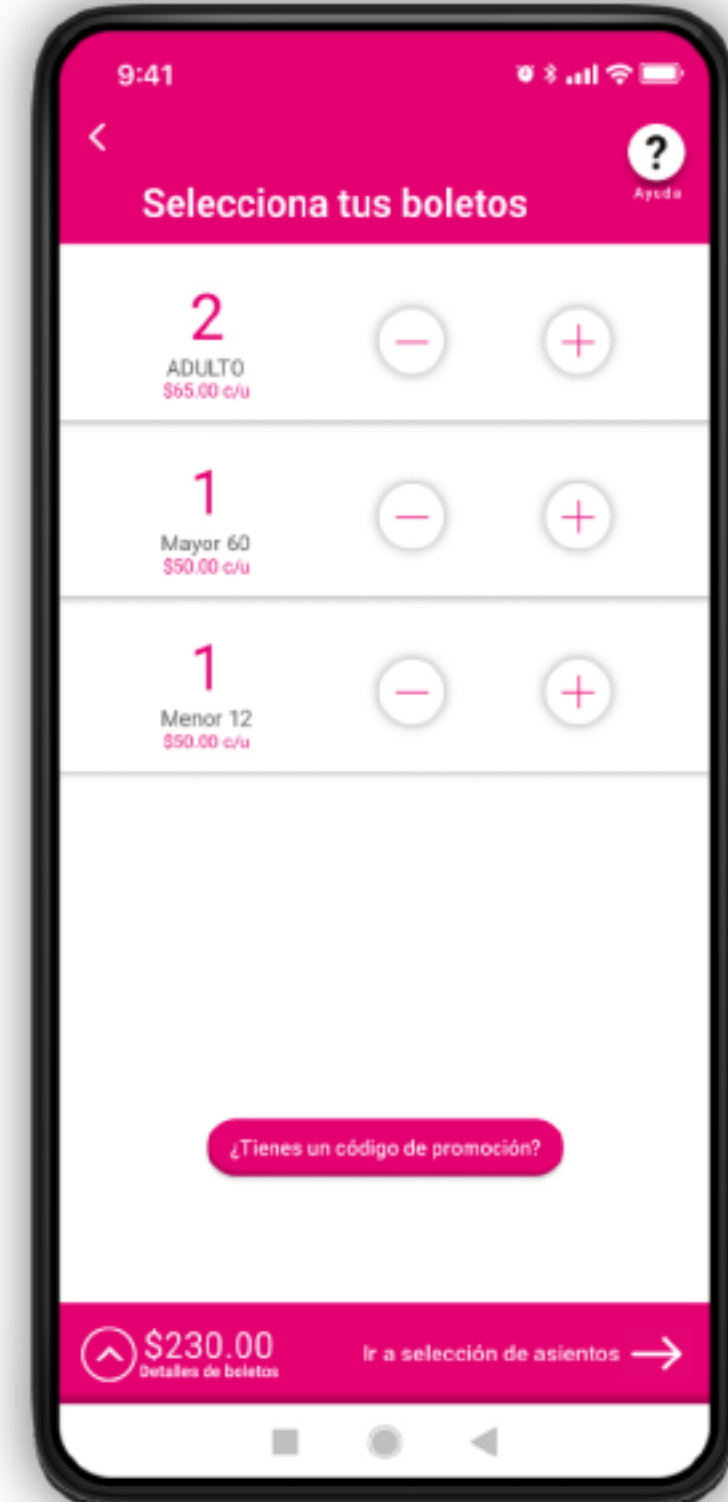
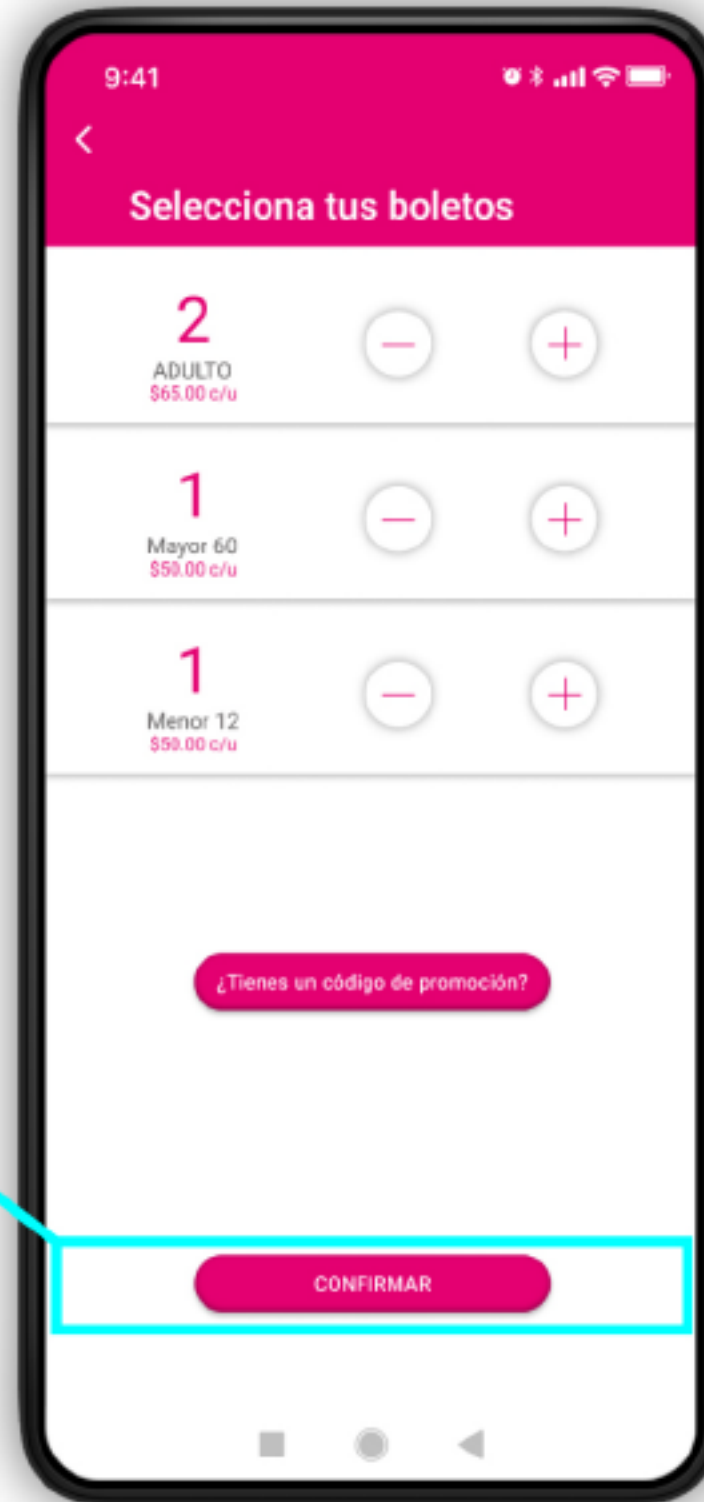
Información insuficiente, ¿Qué tipo de sala es?



Problemas

Pantalla Boletos

El botón “confirmar” es un recurso sobreexplotado, poco atractivo visualmente y que dificulta un poco la utilización de la aplicación con una sola mano. Además de que la información de la compra es insuficiente.



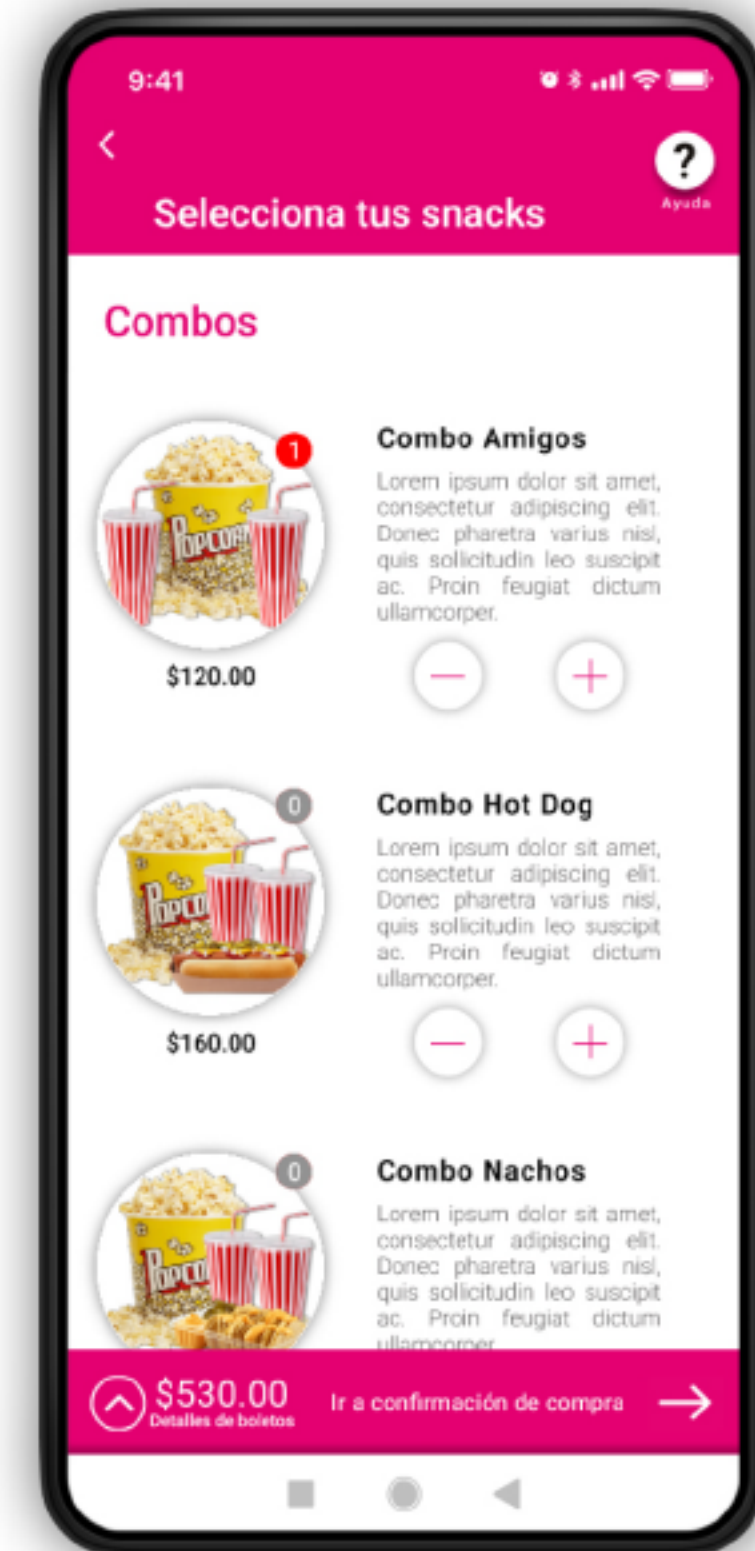
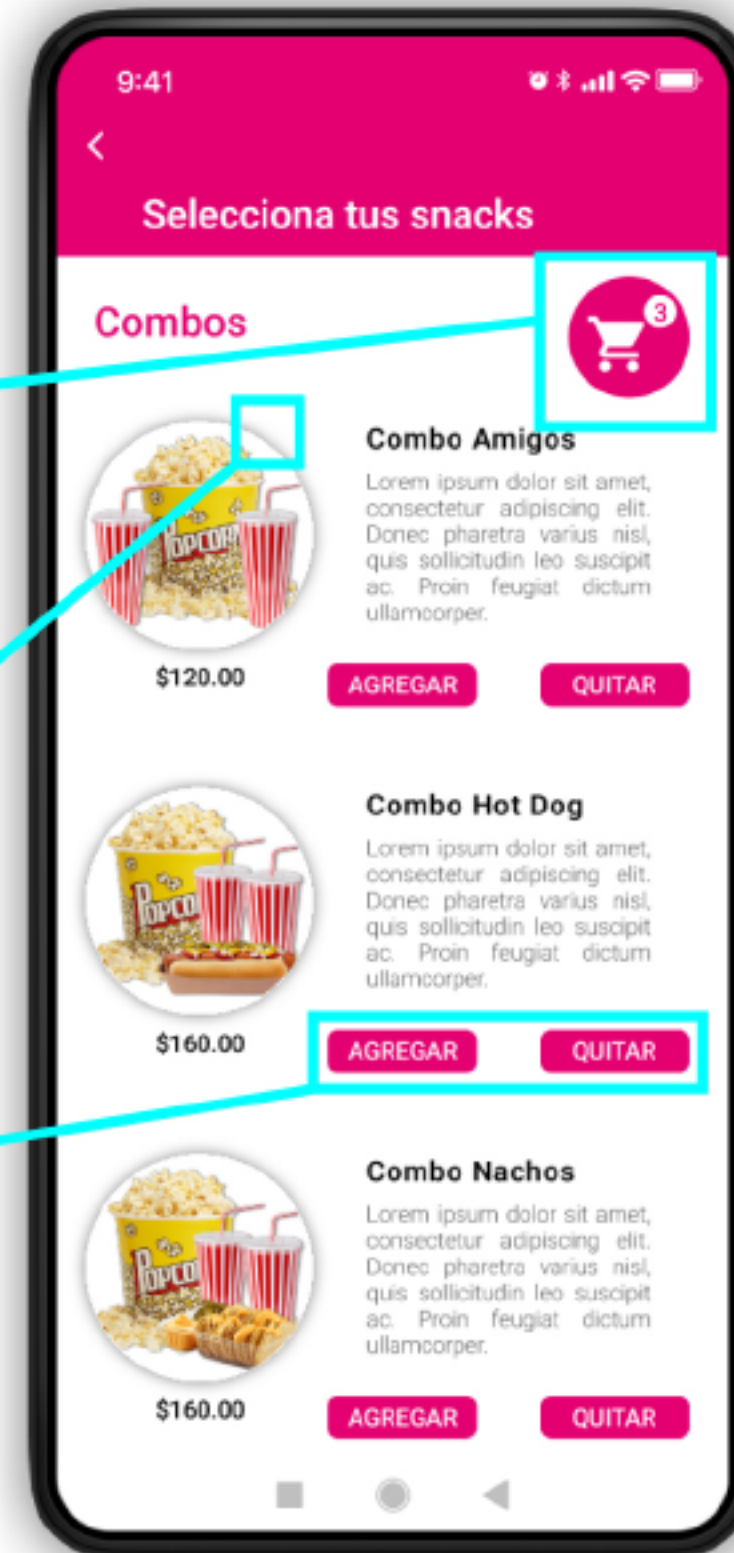
Problemas

Pantalla Snacks

Botón carrito de compra no tiene coherencia con los demás botones.

No hay un indicador que marque cuántos productos del mismo tipo se ingresaron al carrito.

Botones agregar / quitar poco gráficos y muy grandes.



Conclusiones

La aplicación de cinedot es ahora más simple e intuitiva, respetando la coherencia entre las pantallas de la misma app y la imagen corporativa de Cinedot. Se facilitó el proceso de compra de snacks y se mejoró la UI y el diseño visual en todas las pantallas.



GRACIAS

por verlo hasta el final

cined•t