

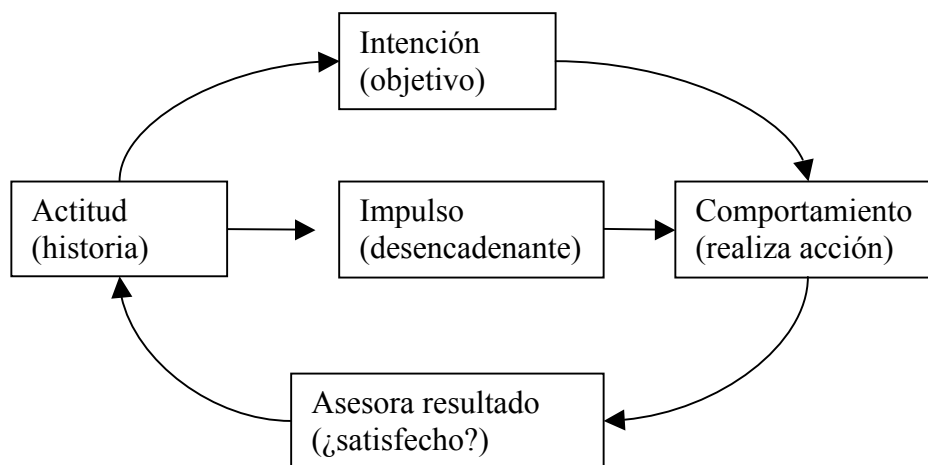
Grupo B

Crear un marco de navegación

Dificultades:

- Los usuarios llegan a un sitio Web de muchas formas y no sólo a su página principal.
- Los objetivos y las tareas a realizar son a menudo dispares

Múltiples maneras de navegar



Piensa primero en qué llevará a alguien a tu sitio web:

Por ejemplo, ejecutar una tarea como puede ser conseguir un número de teléfono, algo más genérico como comprar la mejor chaqueta de esquiar, o bien se la han recomendado..., para poder mantener a ese usuario en el lugar web y volver a él, se han identificado dos conceptos que llevan al cliente a la acción: intención e impulso.

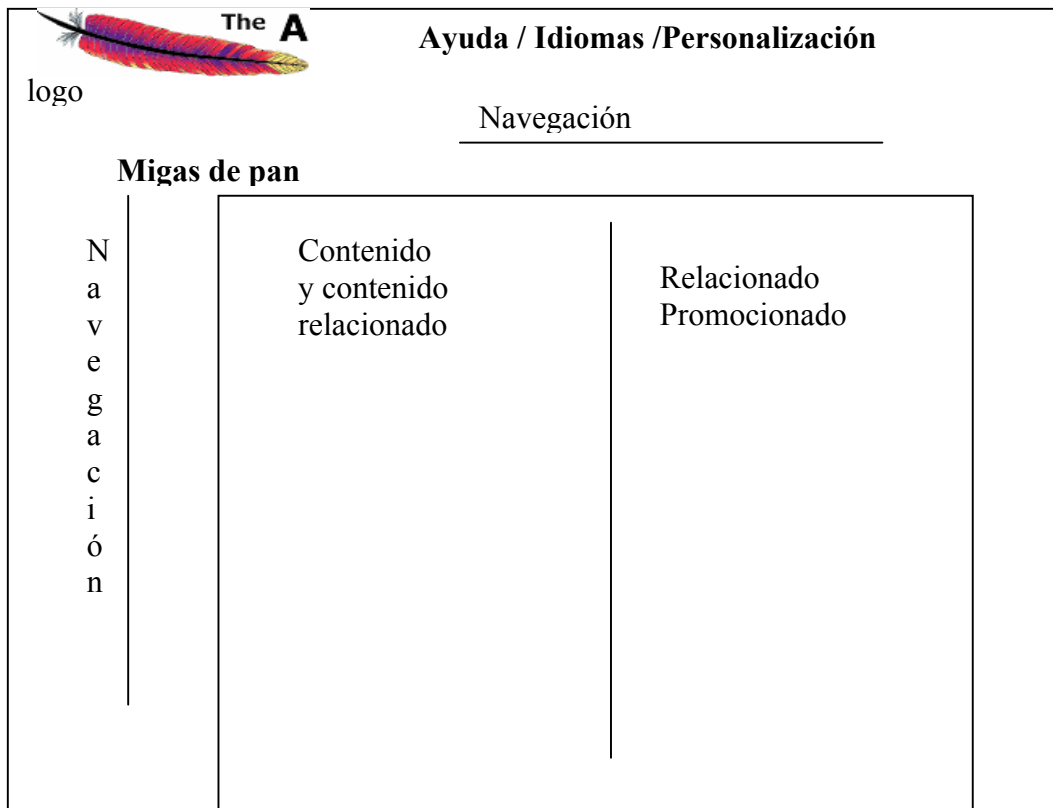
Las diferentes clases de motivación conducen a diferentes estilos de navegación.

Ej: 'Amazon.com'

- Barra superior y lateral para la navegación general (motivación, es que tenían **intención** de comprar en Amazon)
- Para la navegación **impulsiva** tenemos apartados como: "Nuevo para ti", "Recomendado para ti", "Más deseado en referencia", "Histórico de lo que se ha visualizado", "Lista para el bebé", "Lista de boda", etc.

Es necesario que las herramientas disponibles para el usuario sean fáciles de localizar (ej: buscador). Deberían estar localizadas o bien arriba a la derecha donde los clientes empiezan a leer. A menudo se suele intentar finalizar de leer lo que se ha empezado, sin embargo, es mejor no arriesgarse a poner abajo las herramientas y mucho menos si se debe realizar un 'scroll' con la barra de desplazamiento.

Un primer diseño debe parecerse al siguiente:



Contenido navegable

Pensemos en sitios donde es obligado tener una organización de su contenido, una biblioteca por ejemplo. Si conocemos el patrón seguido en la clasificación de los libros, nos será mucho más fácil encontrar lo que buscamos.

Debido a este problema es necesario utilizar un esquema para organizar de forma jerárquica, basada en tareas, alfabética, cronológica o por ejemplo basada en popularidad. También se puede utilizar una clasificación numérica o bien geográfica. (como vimos en la última práctica de DG)

En este paso el Card Sorting¹ ayuda a establecer qué conceptos son relevantes a los usuarios y también cómo se ordenan.

¿Cómo de cerca estamos de lo que deseamos?, imaginar que estamos buscando un DVD de videos musicales en una clasificación de términos como ropa, ordenadores, electrónica, películas, música (*¿cómo se clasificaría? ¿en películas o en música?*)

Otro de los factores que se debe controlar es que el usuario siempre encuentre un camino de vuelta al punto de partida en cualquier exploración por las diferentes páginas.

¹ <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/cardsorting.htm>

Patrones de diseño de sistemas web - IDSW

Para solucionar este problema se utiliza barras de navegación, filas de pestañas, marca del lugar y migas de pan.

Debemos tener finalmente la sensación de que la página no esté sobrecargada de información y esté claramente distribuida. Para ello utiliza una composición ayudándote de una rejilla, espacio claramente delimitado para el logo y sobretodo áreas definidas para contener información².

² ‘Navigation Stress Test: <http://instone.org/navstress>’