

La importancia de la investigación de mercados en la era de internet asociada a los estudios de usabilidad

por Rony Jerusalmi

Director general de Goldfarb

Consultants México



Goldfarb Consultants

Las empresas que participan de los beneficios que internet ofrece han aprendido una valiosa lección: antes de poner en circulación un sitio es preciso entender a los consumidores potenciales, tomar en consideración sus opiniones y analizar sus acciones en un ámbito real. Y tales aprendizajes emergen gracias a los estudios de usabilidad, mismos que se han transformado en herramientas indispensables de la investigación de mercados enfocada a las nuevas tecnologías.



.com

Una de las tecnologías más importantes que ha influido en las vidas de millones de personas, es internet. Es un poderoso medio capaz de proveer nuevas alternativas para comunicarnos, encontrar información y hasta comercializar productos y servicios. Pero éstas son sólo algunas de las muchas aplicaciones que la tecnología en red tiene.

De la misma manera en que cada día se suman miles de nuevos usuarios al ciberespacio, la investigación de mercados relacionada con este medio también crece, ya sea investigando el comportamiento del consumidor cuando navega o utilizando internet como metodología.

Uno de los primeros y más efectivos estudios para evaluar dicho medio son los de "usabilidad". Confieso que, rápidamente, estos trabajos se han vuelto una de mis pasiones, pues por una inversión relativamente baja permiten acceder a fuentes verdaderamente valiosas de información. Por ello, se han transformado en herramientas indispensables.

En palabras de Jacob Nielsen, experto en estudios de usabilidad: "la red, como ninguna otra cosa, ha enseñado a la gente qué tan fácil es huir de un producto mal diseñado. Los sitios de comercio electrónico son mucho más fáciles de dejar que una tienda físicamente establecida. Una persona que invirtió tiempo trasladándose a un comercio, estará dispuesta a pasar por un largo y tedioso proceso para pagar, mientras que un consumidor en Internet sólo está a un «click» de distancia de la competencia".

Es claro que un sitio bien diseñado y fácil de usar retendrá a los clientes. Los usuarios no sólo van a las páginas de internet por gusto, sino porque necesitan algo: tal vez requieren obtener información, hacer una consulta o comprar determinados objetos; lo que es innegable es que no van a visitar ningún espacio sin un fin en mente.

Este principio se aplica, por ejemplo, en las características de un sitio de comercio electrónico. La meta del consumidor no es comprar con un sólo accionar su *mouse*; sin embargo, este procedimiento le ayuda a adquirir un producto de una manera simple y provoca que la página en cuestión sea valorada por encima de otras similares.

Un buen servicio en la red requiere de un amplio entendimiento sobre cómo el usuario realiza cada tarea cuando está conectado, y éste es un aspecto que ninguna página debe pasar por alto. Un ejemplo de excelente diseño lo ofrece la página www.compañiatelefónica.com.mx, misma que tiene su sitio dividido por unidades muy precisas: hay una sección denominada “usuarios de negocios”; otra clasificada como “usuarios en el hogar”; encontramos una división para “celulares” y una más enfocada en internet. A través de esta organización, la mayoría de los usuarios puede conocer cuál es el mejor paquete telefónico y si dispone de algún servicio integrado de telefonía celular e internet.

Los estudios de usabilidad no sólo tienen como propósito hacer que las páginas de internet sean más fáciles de navegar, sino que generen público cautivo. Cuando un usuario se encuentra con un sitio difícil de acceder o recorrer, lo abandonará sin más. El tener un enfoque que favorezca al consumidor es indispensable para la supervivencia de cada página *web*.

La mayor contribución de los estudios de usabilidad se da principalmente en las etapas previas a la creación de un sitio. La manera más recomendable de construir un sitio es tomando en cuenta su grado de usabilidad desde el inicio y proactivamente. Lo anterior, sin perder de vista para qué fue creada la página y cuáles son las actividades que realiza el consumidor en el sitio, mismas que deben ser apoyadas.

En el presente, la gran mayoría de compañías con presencia importante en internet realiza estudios de usabilidad para mejorar sus sitios; sin embargo, muchos son realizados cuando la página ya fue creada y están a punto de lanzarla en la red. A pesar de ello, siempre se pueden encontrar oportunidades de



mejorar. Siempre es recomendable la aplicación de dichos estudios desde la fase creativa.

El impacto de los resultados de los estudios de usabilidad es muy alto en el equipo responsable, principalmente porque se obtienen resultados instantáneos y muy poderosos. Desde el comienzo de las entrevistas con los consumidores, emergen diferentes patrones que brindan la posibilidad de definir áreas de oportunidad.

Tradicionalmente, se hacen notorios hallazgos muy simples como la terminología usada en la página o la falta de algunas secciones. En otras ocasiones se encuentran carencias fundamentales en la estructura o sistema de navegación del sitio, sin embargo, los hallazgos de este tipo de estudios siempre son muy valiosos, sobre todo si se toma en cuenta la inversión que se hace.

Uno de los más grandes retos en este tipo de investigación consiste en implementar las recomendaciones antes de que el sitio sea lanzado. En el caso de que éste ya se pueda consultar en la red, se debe estimar el tiempo que tomará corregir las oportunidades de mejora —especialmente, porque muchos equipos de desarrollo de páginas dejan la investigación de mercado al final, justo antes de lanzar el sitio, cuando hay muy pocas opciones para aplicar cualquier cambio.

A continuación se describen las dos principales etapas en donde se puede aplicar la investigación:

La usabilidad es un término que parte de una premisa tan sencilla como fundamental: ningún visitante del ciberespacio recorre los sitios sin un objetivo. Siempre lo hace porque tiene una necesidad específica.

Antes del diseño del sitio de internet

1. Observación de los usuarios en su ambiente natural. Esto puede ser de mucha ayuda para saber que esperan encontrar los visitantes en la página. Si, por ejemplo, estamos desarrollando un sitio para asesorar a los potenciales compradores de un vehículo seminuevo, se deben investigar cuáles son las herramientas que utiliza el navegante para su búsqueda, cómo efectúa la consulta de anuncios clasificados, cuáles son los sitios actuales de internet que frecuente, etcétera.

Los estudios de observación tienen diferentes beneficios, entre ellos:

- ◆ Ayudan a priorizar las tareas que los usuarios llevan a cabo.
 - ◆ Incrementan el conocimiento de las metas del consumidor.
 - ◆ Apoyan la identificación de los obstáculos o principales dificultades con las que se encuentra el *target*.
 - ◆ Contribuyen a determinar cuál es la lógica del consumidor al momento de actuar para resolver un problema y sirven para obtener datos acerca de cómo el entorno afecta en este proceso.
 - ◆ Proveen un perfil de los consumidores potenciales, explorando su lado humano, así como su comportamiento real. Lo anterior permite comprender si los usuarios realmente hacen o no lo que dicen.
2. Evaluar la usabilidad de los sitios actuales y de cómo éstos soportan las actividades de los consumidores.

En esta fase es posible aprender de las cosas bien o mal hechas en los sitios existentes, ya sea en la página actual de la compañía en cuestión, en las de la competencia o en las de otras industrias. A través de un análisis de tales características, podemos lograr soluciones interesantes para problemas o retos que el propio sitio presenta.

Este tipo de estudios nos ayudan a identificar en dónde y por qué los usuarios están teniendo dificultad en sus consultas. Son muy útiles para reconocer áreas de oportunidad, lo que se traduce en mejoras en diseño y contenidos.

Durante el proceso de diseño

Es preciso incluir las pruebas desde la etapa más temprana posible en el proceso de diseño. Esto lo logramos a través de las siguientes acciones:

- ◆ Conducción de pruebas con usuarios empleando simples prototipos con una variedad de diseños que no necesariamente son funcionales.
- ◆ Muestra de diferentes pantallas a los usuarios para preguntarles cómo navegarían en cada una de ellas.
- ◆ Solicitud a los visitantes para que lleven a cabo “actividades reales”, y que no se limiten a evaluar la estética del sitio.

Durante el proceso es muy importante dejar que los usuarios hablen, el moderador deberá mostrar una actitud neutral. Esto se logra haciendo que el público mencione en voz alta lo que está pensando y cuáles son sus procesos internos.

Una vez que termina la etapa inicial de prueba se recomienda:

1. Tomar el mejor diseño de los prototipos utilizados inicialmente para realizar una propuesta en HTML con varias páginas activas, aunque no sea posible ver el sitio completo.
2. Volver a probar el sitio una vez que éste se ha desarrollado con base en los resultados iniciales del estudio. Después, es necesario correr el estudio de usabilidad para confirmar que el espacio *web* funciona correctamente. Hay que tomar en cuenta que se debe probar la página siempre con diferentes consumidores que no hayan participado en las etapas previas.
3. Probar la interfase del usuario casi terminada con las páginas clave y navegación completa. En esta etapa se pueden probar mensajes de error, etiquetas y otros detalles de interacción con el usuario. Esta fase es tardía para realizar cambios fundamentales, sin embargo los detalles finales de apariencia y funcionalidad pueden ser mejorados.

Los trabajos de usabilidad permiten que emerjan opiniones espontáneas del público. A partir de éstas, es posible ubicar áreas de oportunidad que no habían sido contempladas durante la fase de diseño.

El mejor provecho de los estudios de usabilidad se obtiene antes del lanzamiento de un sitio, cuando las pruebas arrojan cuáles son las mejoras que habrán de implementarse a fin de propiciar una consulta sencilla y grata.

Metodologías alternativas

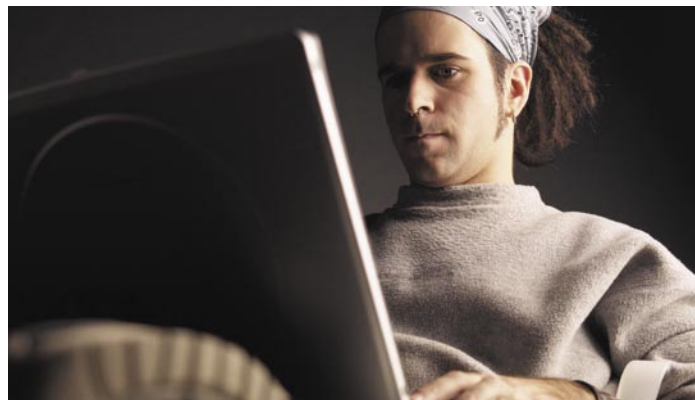
Existen otras metodologías cuantitativas que pueden complementar los estudios de usabilidad, entre las que debemos destacar las siguientes:

- ◆ Cuestionarios dentro de los sitios. Estos son muy útiles para identificar inicialmente y de manera continua, qué tan satisfechos están los usuarios con la experiencia en el sitio. La información que se obtenga ayudará a determinar qué estamos haciendo bien y cuáles son los detalles que están frustrando a los usuarios.

Estas estructuras dentro del sitio también nos ayudan a identificar cuál es el perfil de los usuarios reales que visitan la página.

- ◆ Información del servidor —*user logs*. Esta fuente puede ser de gran ayuda para identificar cuáles son los errores más frecuentes y comunes que registra la página. Se deben analizar las razones por las cuales los errores se están produciendo.

Este tipo de información es muy útil como un punto de partida para realizar un estudio de seguimiento o una revisión del actual diseño.



Conclusiones

La investigación de mercado es una herramienta muy útil y poderosa en medios como internet, ya que al analizar el comportamiento de los usuarios al navegar dentro de la red, ayuda a conocer cuáles son los elementos más importantes que distinguen entre sí a las páginas.

No hay que olvidar que conceptos como la satisfacción y la lealtad de los clientes también son útiles para entender a los usuarios de internet, y la manera en que visitan los sitios de consulta o de comercio electrónico.

Todas las compañías con presencia en internet deberían sacar ventaja de las diferentes metodologías disponibles para cada una de las etapas en el desarrollo de una página. Así se puede evitar que el consumidor se emigre a la competencia con un simple... ¡click!



Las empresas deben comprender que la usabilidad es un concepto que abarca una amplia diversidad de medios que convergen en un solo objetivo: comprender a los usuarios reales de las páginas de internet. Ninguno de ellos es despreciable.



Rony Jerusalmi es director general de Goldfarb Consultants México, además de un apasionado de los autos y de lo último en tecnología. Disfruta descifrando la manera de pensar e interactuar de las personas. Mezcla sus intereses procurando siempre darles un enfoque novedoso.