

# FILM PLANET

Elena Figueroa

Ana Belén Pardo

Pablo Laiseca

Clara Requejo

UX/UI CINE APP

MDGN Feb-Mar 2019



# ○ Film Planet

Lo que nos diferencia

◆ Benchmark

○ Martín

◆ Customer Journey

○ Accesibilidad

○ Card Sorting

◆ Blueprint

○ Design System

◆ Prototipo

# FILM PLANET

Es un ecosistema cinematográfico creado por y para los amantes del séptimo arte.  
Ofrece un abanico muy amplio de posibilidades, así como un alto nivel de personalización, adaptándose a los gustos de cada usuario.



# MISIÓN Y VISIÓN

Nuestra misión es unificar el proceso de compra de una entrada de cine para cualquier sala de España, haciéndolo más accesible y fomentando la industria cinematográfica.

Nuestra visión es ser la app de referencia cinematográfica a nivel nacional, convirtiéndonos en una herramienta indispensable para los cinéfilos.





# VALORES

-  Transparencia
-  Integración social
-  Simplicidad





# QUÉ ES Y QUÉ NO ES

- NO es SENSACINE
- ◇ NO es IMDB
- NO es la app de YELMO
- ◇ NO es MCDONALDS
- NO es FACEBOOK

Es una app que combina funcionalidades de las aplicaciones arriba mencionadas para crear un planeta en el cual encontramos todo lo relacionado con la industria del cine. Destacan:

- Escoger y guardar el cine más cercano
- ◇ Pedir la comida de nuestro restaurante favorito junto con la entrada
- Acudir a eventos
- Leer las últimas noticias
- ◇ Comentar en el foro
- Escribir reseñas

# Benchmark

El objetivo de este análisis es una aproximación desde el ámbito del user experience / user interface a la herramienta para establecer los primeros pasos e identificar futuras o posibles líneas de actuación.

Nuestro Benchmark se centró en la app de Sensacine



# Benchmark

## To do

Tras el análisis sacamos ciertas similitudes que queremos aplicar y errores que queremos evitar.





## **CONTROL Y LIBERTAD DEL USUARIO**

Unificar todas las opciones de retorno en el mismo sitio.

## **CONSISTENCIA Y ESTÁNDARES**

Unificar y mantener el diseño y la estructura de la app en todas las páginas. Unificar las barras de menú y los radios de los elementos.

## **PREVENCIÓN DE ERRORES**

Arreglar el error de login, y ofrecer otra alternativa en el caso de que falle (como un link que lleve a la web de Sensacine para poder loguearse desde ahí).

## **DISEÑO ESTÉTICO Y MINIMALISTA**

implementar un diseño minimalista con elementos que respiren, evitando así una sobrecarga visual que canse la vista al usuario.

## **AYUDA Y DOCUMENTACIÓN**

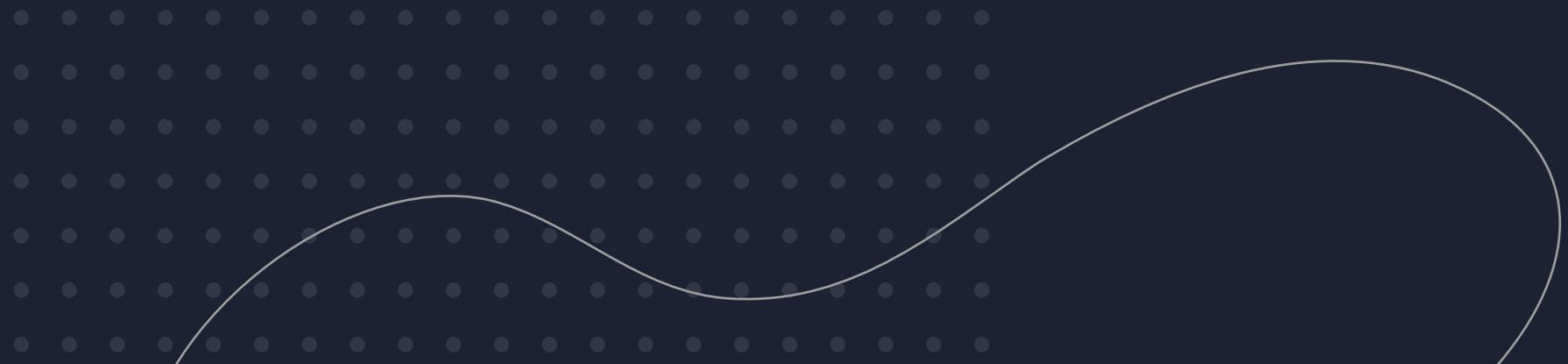
Incluir una introducción al funcionamiento de la app.

## **LOOK AND FEEL**

- Repartir correctamente los pesos visuales en el apartado de noticias destacando más los titulares que el cuerpo del texto.
- Destacar más la opción de “Sesiones” ya que pasa desapercibida.

## **TONO Y LENGUAJE**

Hacerla amigable, familiar y cercano



# USER PERSONA MARTÍN



Edad comprendida  
entre **25 y 34 años**

Nivel de educación  
**Grado universitario**

Ocupación actual  
**Dependiente Fnac**

Redes Sociales que utiliza



# ASÍ ES MARTÍN

Nuestro User Persona se llama Martín, tiene 25 años y acaba de terminar la universidad, tiene un trabajo temporal mientras encuentra uno enfocado a su vocación.

Martín es introvertido pero optimista con la vida y conoce a gente a través del LOL.

Estudió comunicación audiovisual, actualmente trabaja en Fnac asesorando en la sección de merchandising.

Colecciona Funkos, le gustan los comics y hace Cosplay en las ferias de IFEMA.



## UN DÍA EN LA VIDA

Martín la utiliza a diario. Aprovecha la hora de la comida en Fnac, en los descansos del LOL y en el metro si tiene cobertura.

## HERRAMIENTAS

Usa la aplicación cuando se aburre y la necesita cuando quiere ir al cine. IMDB, Sensacine, Youtube, Twitter, Instagram, Facebook, MySpace, LOL, Telegram y Line.

## MOTIVACIONES

- Relacionarse con frikis como él.
- Saber más de cine
- Merchandising exclusivo.

## NECESIDADES

- Información veraz
- Poder comparar cines
- Vinculación con Marvel y Star Wars

## DISPOSITIVO

Tiene un portatil gaming y un PC hecho por piezas. Su móvil es Xiaomi.

## **HERRAMIENTAS QUE NECESITA PARA HACER SU TRABAJO**

Employee Scheduling Software

## **RESPONSABILIDADES EN EL TRABAJO**

Ordenar la tienda,  
asesorar en las ventas

## **CONOCIMIENTOS**

Es muy friki. Queda con sus  
amigos del LOL para ver  
películas y luego comentarlas.

## **HABILIDADES INFORMÁTICAS**

Utiliza Linux. Ha jugado a videojuegos  
en PC desde pequeño. Roba WIFI.

## **EXPERIENCIA**

Como aficionado a la tecnología tiene una  
gran experiencia manejando apps, algunas  
de las cuales son de cine.

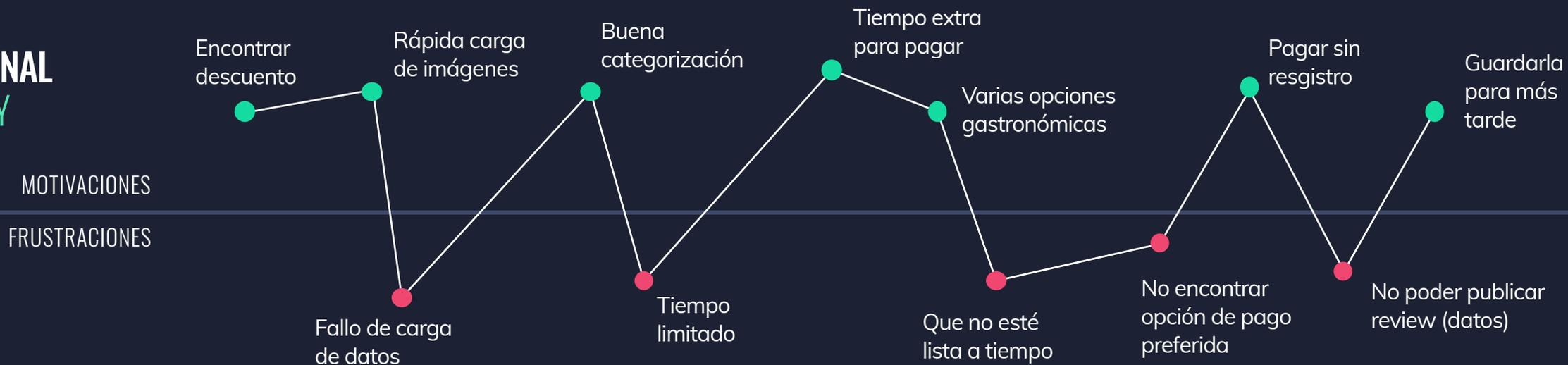


# CUSTOMER JOURNEY MAP

Engloba todas las fases por las que pasa una persona desde que identifica que tiene una necesidad hasta que adquiere un producto o servicio para solucionarla.

<b>ACCIONES DEL USUARIO</b>	Encontrar código de descuento	Descarga	Busca	Compra	Extras (menú, chuches...)	Pago	Registro	Ver peli	Review
<b>PUNTOS DE CONTACTO</b>	Facebook	Móvil	Móvil	Móvil	Móvil	Móvil	Móvil	Cine	Móvil
<b>PUNTOS DE FRICCIÓN / ERRORES</b>		Que la app pese mucho	Mala categorización Imágenes no carguen	Falta de tiempo para elegir opciones	Falta de opciones de restaurantes	Pocas formas de pago	No sea requisito para comprar la primera vez		No se pueda publicar (datos)
<b>TO DO</b>		Imágenes en nube	Buena categorización	Pop-up para añadir mas tiempo	Ofrecer todos los tipos de comida	Facilitar todas las opciones de pago	Registrarse al final del proceso		Guardarla para mas tarde

## EMOTIONAL JOURNEY



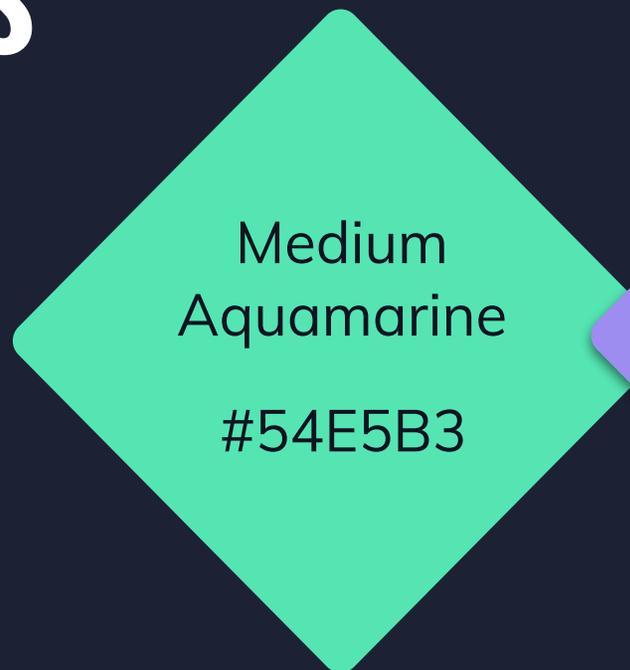


# ESTUDIO DE ACCESIBILIDAD

- Paletas
- ◆ Ratios de contraste
- Significado el color

# PALETAS

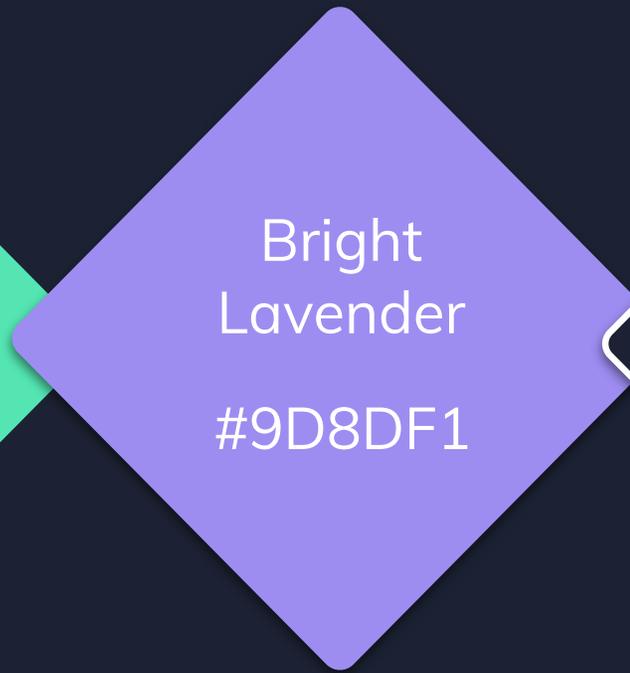
PRINCIPAL



Medium  
Aquamarine  
#54E5B3

rgb(157, 141, 241)

C:43%, M:46%, Y:0%, K:0%



Bright  
Lavender  
#9D8DF1

rgb(84, 229, 179)

C:55%, M:0%, Y:44%, K:0%



Dark  
Gunmetal  
#1C2233

rgb(28, 34, 21)

C:86%, M:77%, Y:52%, K:61%

Nos encontramos frente a una Dark UI, en la cual empleamos el color "Dark Gunmetal" de fondo. Para contrarrestar el gran peso visual que genera este color, utilizamos dos colores principales suaves: aguamarina y lavanda.

Con esta paleta, cada color tiene una fuerte presencia y no pasa desapercibido.

# PALETAS

SECONDARY

Xanadu  
#E5E5E5

White  
#FFFFFF

ALERT

Medium  
Sping Green  
#FFD166

Infra Red  
#EF476F

# RATIOS DE CONTRASTE

Contrast:  
9.98:1



Contrast:  
5.67:1



Contrast:  
1.76:1

# SIGNIFICADO DEL COLOR



## LAVANDA

Variante pálida del color violeta.  
Significa Juventud y vitalidad.



## AGUAMARINA

Variedad de color azul verdoso pálido del berilio. Su color y brillo recuerdan al agua del mar. Representa el equilibrio.



## DARK GUNMETAL

Nos recuerda a la inmensidad del océano y el cielo durante la noche. Representa relajación y tranquilidad.

# INFORME COINCIDENCIAS CARD SORTING

El Card Sorting es un método de investigación del usuario; a menudo, lo utilizamos para ayudar a diseñar o evaluar la arquitectura de información de un sitio.

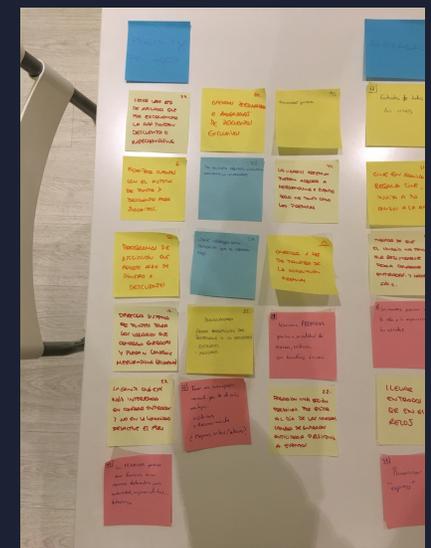
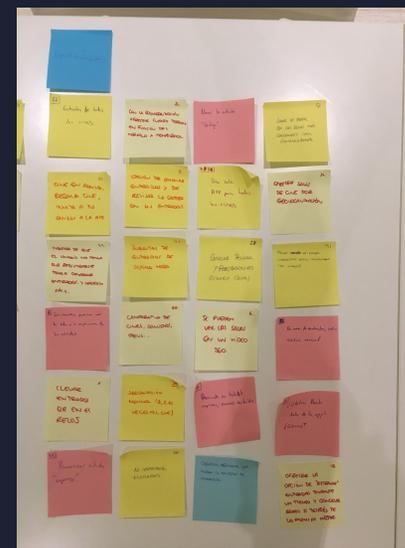
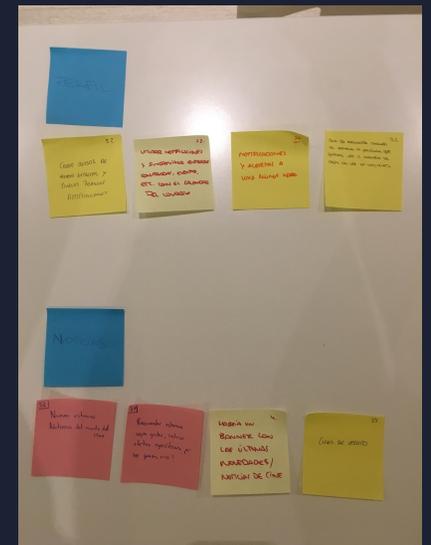
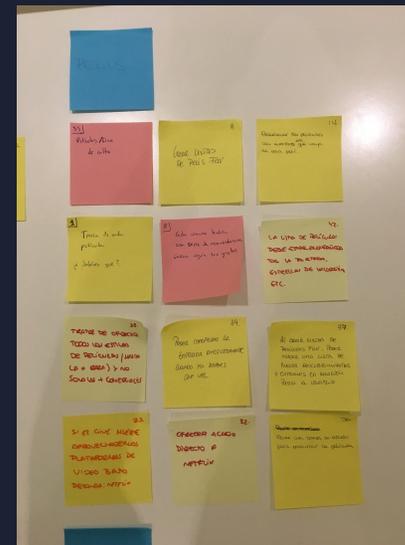
**USERS**

**STAKEHOLDERS**

**MIXTED**



# Resultados Trigger Cards



# EJEMPLO

## USERS CARD SORTING



	FORO	CARTELERA	NOTICIAS	PERFIL
TRAILER DE UNA PELÍCULA QUE SE VA A ESTRENAR		3	2	1
SINÓPSIS DE LA PELÍCULA		4		1
AÑADIR UNA REVIEW	4		1	
COMPRAR ENTRADAS		5		
INFORMACIÓN ACTUALIZADA DE LAS SALAS		3	1	
LISTADO DE PELÍCULAS	2	3		
VALORACIÓN DE UNA PELÍCULA ESCRITA POR UN CRÍTICO ESPECIALIZADO	2	1	1	
HABLA CON UN AMIGO	3			2
VALORAR UN CINE	3			
INFORMACIÓN DE UN ACTOR	3	2		
ESTRENO DE LA ÚLTIMA PELÍCULA DE SCOSESE			4	

● 4-5 Users

● 2-3 Users

● 1 User

# SERVICE BLUEPRINT

Service Blueprinting es un método para el análisis, visualización, y optimización de procesos de prestación de servicios. En el service blueprinting se describe la evolución de la prestación de un servicio en un diagrama de flujo.



## Evidencia Física

### Acción del cliente

Buscar Película

Compra Tickets

Formulario de registro

Registro Login

## LÍNEA DE INTERACCIÓN

### Contacto con el empleado

Componente encargado de búsqueda de datos

Selección de butaca  
Selección de tickets  
Selección de comida  
Pasarela de pago

Rellenar datos personales

Rellenar datos personales

## LÍNEA DE VISIBILIDAD

### Acciones del empleado que no ve el cliente

Código front-end

Categorizar la lista de películas para que responda a la búsqueda

Crear interacción con pasarela de pago y con las bases de datos de los cines

Recoger los datos comprobados

Recoger los datos y comprobación

## LÍNEA INTERNA DE INTERACCIÓN

### Procesos internos que apoyan al empleado

Base de datos/ negocio

Creación de base de datos con los elementos de las búsquedas por expertos

Contacto con cines y con los bancos

Base de datos automática con la información del cliente

Base de datos para almacenar los datos (En caliente)

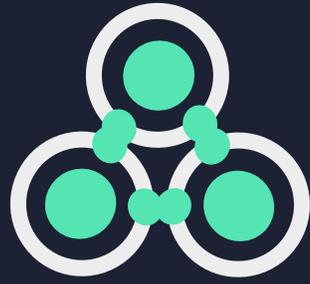


# DESIGN SYSTEM

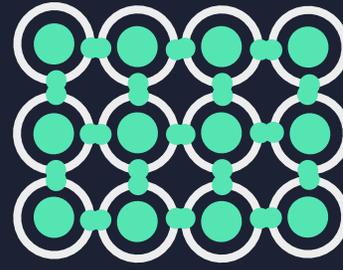
Está formado por los componentes que utilizaremos en la app.



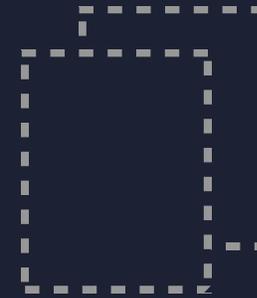
ÁTOMO



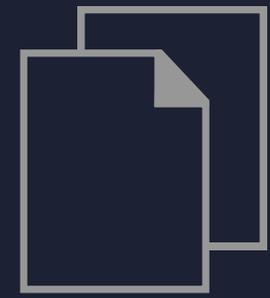
MOLÉCULA



ORGANISMO



TEMPLATES



PÁGINAS

Nombre



Nombre

Nombre

Número de la Tarjeta

CVV      Fecha de caducidad





Carrier 1:20 PM 100%

Pago

Resumen   Datos   Finalizado

¡El último paso, los datos de pago!  
Comprueba que todos los datos son correctos antes de continuar

Elige el método de pago

VISA   Mastercard   Apple Pay

Nombre

Número de la tarjeta

CVV      Fecha de caducidad




Finalizar compra

# PROTOTIPO

