

Para **imprimir**: Haz [click aquí](#)  o selecciona la opción en el menú de tu navegador.

Este artículo ha sido impreso de [Emergia.net](#)

Dirección permanente en <http://www.emergia.net/investigacion/articulos/010131.htm>

La experiencia del usuario no es sólo usabilidad

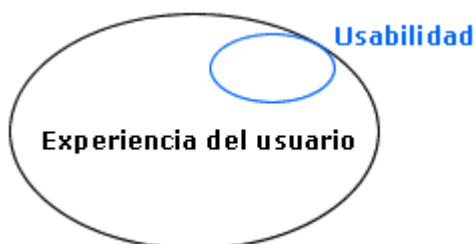
La experiencia del usuario de un sitio web es un factor fundamental en su éxito. Y la experiencia depende en buena medida de que los navegantes consigan los **objetivos** que les llevaron a visitar el sitio web: conseguir una información específica (por ejemplo, sobre un producto) y solucionar problemas (por ejemplo, comprar). Los internautas suelen tener unos objetivos que quieren alcanzar lo más rápido posible y de la manera más satisfactoria.

Es básico, por lo tanto, construir el sitio web centrándose en las **necesidades de los usuarios**. El simple hecho de diseñar un sitio web efectivo que satisfaga lo que el usuario necesita puede asegurar repetidas visitas e incrementar las compras. Por el contrario, si un visitante no puede encontrar información relevante o se irrita porque un sitio web es lento, mal diseñado o distrae, lo abandonará. Esta es una regla de oro de diseño para la web: dar lo que los usuarios quieren y necesitan.

Los usuarios demandan sitios web simples, rápidos y fáciles de usar. Estos criterios son los que siguen las principales empresas que están triunfando en Internet. La **usabilidad** es el término que recoge esta perspectiva centrada en la facilidad de uso y funcionalidad de los sitios web (véase el artículo de Emergia.net "Usabilidad: la gran desconocida"). Estudia la interacción entre el usuario y la interfaz cuando realiza una tarea e intenta maximizar los resultados en la realización de la misma, a través del análisis de los problemas que aparecen mientras el usuario navega por el sitio plantea soluciones de rediseño del sitio que mejoran la **funcionalidad** del mismo.

Sin embargo, la experiencia de los clientes en un sitio web comprende otros aspectos igualmente importantes. La satisfacción de los usuarios es más amplia, tiene un carácter global, holísta o sistémico. Además de la facilidad y rapidez para ejecutar sus tareas u objetivos, la información sobre los productos, el servicio a los clientes, la interacción con estos, el diseño de las páginas, la gama de productos, los precios ofrecidos, la seguridad percibida, la personalización del sitio, etc. son elementos que contribuyen a la frustración o satisfacción de los clientes. Una perspectiva global centrada en el usuario se basa, precisamente, en entender al usuario. Incluye lo que siente o experimenta en el sitio web, en su empatía global con las páginas web. La usabilidad se enfocaría más en la funcionalidad, en el cómo contribuir a generar o facilitar esa experiencia.

La usabilidad, por tanto, se ve integrada junto con una serie de factores en el global de la experiencia de usuario. Es un elemento necesario para el éxito de un sitio web, pero no es suficiente diseñar un sitio usable para que tenga éxito. El triunfo o fracaso de un proyecto dependerá de la experiencia del usuario.



La **experiencia de usuario** se centra en estudiar y tratar de mejorar todo aquello con lo que el usuario interactúa de un sitio web. Esto significa que para la realización de un sitio web se debe pensar en las tareas que llevará a cabo el usuario cuando navegue por el mismo, establecer una correcta arquitectura informacional, plantear un diseño atractivo, generar contenidos de interés, un plan de marketing adecuado, analizar lo que están haciendo los competidores, evaluar los deseos de los clientes e integrar todo ello con la estructura organizacional y estrategia de la empresa. Es decir, se requiere una visión global de la empresa y del usuario objetivo del sitio web.

Facilitar la experiencia de los usuarios en los sitios web puede doblar las ventas. Sin embargo, una experiencia insatisfactoria es el mayor problema en la venta online. Una práctica agradable puede fidelizar a los usuarios, convertir visitantes en compradores, entre otras cosas porque hay pocas web que sean fáciles de usar. Pero una frustración del usuario hace muy difícil su regreso al sitio y una segunda oportunidad es muy remota.

Una buena experiencia es un factor estratégico de un sitio web, ya que implica la venta en un comercio electrónico, la lectura en una revista digital y la interacción en una comunidad virtual. Por el contrario, a los sitios web que no centran su atención en los usuarios, sino en la utilización de una tecnología espectacular o en una exhaustiva promoción, el usuario no suele regresar y una empresa subsiste si sus clientes vuelven.

Sin embargo, la experiencia de los usuarios no es algo que se construya para siempre. Es necesario estudiar y

analizar continuamente los cambios de los clientes. Sus necesidades cambian con el tiempo, su satisfacción se transforma según aparecen nuevas tecnologías, es decir, es un proceso continuo.

Los comercios electrónicos han de observar la experiencia de sus clientes contantemente y adaptarse a ella. Realizar cada cierto tiempo estudios de los usuarios, análisis de usabilidad, evaluar la métrica del éxito, las páginas más visitadas cambiar aquellas que no interesan o suponen o indican problemas, etc. Es decir, hacer de la experiencia un **principio estratégico**.

Copyright © 2000-2003 Soluciones Interactivas S.L. Todos los derechos reservados
"Emergia Soluciones Interactivas" es una marca registrada de Soluciones Interactivas S.L.