



ÚLTIMAS NOTICIAS: SIC averigua posible distorsión de cifras de 'Claro', antes Comcel

ALTA GERENCIA Martes, Julio 24, 2012

Estrategias de internet pensadas en el usuario final

Hace unos meses la popular revista Wired de Estados Unidos publicó un artículo sobre diseño de páginas web. En resumen, hablaban de la importancia de diseñar páginas web enfocadas hacia las necesidades del usuario final, algo que increíblemente con frecuencia se olvida.

En ese artículo hablaban de cómo muchos diseños y funciones de las páginas [web](#) eran definidas por lo que ellos llamaron el HiPPO (Highest income Paid Person Opinion, o en español la opinión de la persona que gana más dinero).

Este artículo refleja una realidad que he visto muchas veces en Colombia y en otros países de América Latina. Alguien con un alto cargo dentro de la empresa es quien lidera el proyecto de creación o modificación de la página web de la empresa y él junto con su equipo son quienes deciden los elementos que debe tener esa página web. Muchos pensarán que esto es algo lógico para hacer, pues en teoría es la empresa y su personal quienes mejor conocen a los usuarios. Sin embargo, esta teoría no siempre es válida y es la razón por la cual muchos [productos](#), campañas comerciales e incluso páginas web fracasan.

A la visión de la revista Wired yo le añado un segundo componente que es igual de problemático y es que los elementos de la página web son definidos no solo por el HiPPO, sino también por quienes elaboran la página web, puntualmente diseñadores, ingenieros y técnicos. Por ejemplo, hoy en día se encuentran muchos portales transaccionales de bancos en nuestro [país](#) que son difíciles de usar.

Cuando sucede esto usualmente pienso cómo esto lo debió diseñar a su gusto un grupo de mis colegas ingenieros que usualmente no aplicamos muchos conceptos de usabilidad, o en otras palabras, como lograr que la interacción entre el humano (el cliente) y el computador (la plataforma de Internet del Banco) sea lo más sencilla posible. Aunque en este caso muchas veces aparecen razones técnicas, de seguridad y otros, el hecho es que demasiadas plataformas web de nuestro entorno carecen de los más mínimos principios de usabilidad.

El lector se podrá estar preguntando en este momento, ¿entonces a quién acudimos? ¿Si no se escucha a la empresa, que es quien conoce a su [cliente](#) ni a los expertos, entonces a quién escuchamos? La respuesta es que si se debe escuchar a la empresa y a los expertos, pero combinados con el actor del rol protagónico: los usuarios de la plataforma, que usualmente son los clientes. Hay quienes podrán decir que los clientes no saben lo que quieren, lo cual puede ser cierto, solo hay que preguntarle a empresas muy innovadoras como Apple. Pero para la Web, en la mayoría de los casos, la clave para el éxito la tiene el cliente.

El mercado de desarrollo de Internet en nuestro país y la región, es uno de compra y venta de páginas web. Esto tiene muchas explicaciones, a las cuáles no voy a ingresar en el momento, pero en general pienso que esto es una simplificación del tema. Por ejemplo, soy un defensor que antes de comprar una página web la empresa debe saber exactamente lo que desea (y decir "quiero una página web" es algo ambiguo). Para lograr esto, la empresa debe hacer entre otros un estudio de mercado donde entienda al cliente, lo que desea para Internet, qué hace la competencia y últimas tendencias que se ven en el mercado. Esto lleva a definir objetivos, metas y en últimas, una estrategia de internet, que sea complementaria a la estrategia física de

Lo + Leído

1. Por irregularidades, Dian sella hasta el viernes el Hard Rock Café Bogotá
2. Minhacienda reitera que Colombia está preparada para enfrentar la crisis
3. "Si las cosas siguen como van, se podría revisar el PIB de este año al 4%": Anif
4. Schneider Electric inauguró planta para ensamblar racks
5. Colombia 'cojea' en estabilidad macro, según estudio de competitividad

la empresa. Una vez entienda y defina esto, ahora si puede comprar la página web, ojalá a la mejor empresa o persona.

Este cambio de visión es algo que se requiere para lograr el éxito en la presencia en Internet de nuestras empresas. Hay muchas empresas que ya se montaron al tren de la estrategia y están obteniendo grandes resultados. Así pareciera que lo más difícil es mandar a hacer la página web, generalmente lo más complejo es definir esa estrategia de internet. Si lo logra dará un paso gigantesco y aunque esto por si solo no garantiza el éxito, si reduce los riesgos y encamina a su empresa a ver a internet como un gran aliado, que requiere inversión pero que con una estrategia bien definida, puede lograr grandes resultados.

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES

Consultor en Innovación y Estrategias Empresariales y de Int



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Andrés Julián Gómez (Change)

Comment

Facebook social plugin

© 2012, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600 | Agencia Digital: imaginamos.com

[Economía](#) [Empresas](#) [Finanzas](#) [Globeconomía](#) [Vida](#) [Opinión](#)
[Comercio Exterior](#) [Alta Gerencia](#) [Finanzas](#) [Responsabilidad Social](#) [Infraestructura](#) [Consumo](#)
[Automotores](#) [Finanzas Personales](#) [Tecnología](#) [Twitter](#) [Financiero](#)
[Agronegocios](#) [Asuntos Legales](#) [Foros LR](#)
[Contacto](#) [Suscripciones](#)
[Aviso Legal](#) [Quienes Somos](#)

Aplicación Blackberry

Móviles