



CONFERENCIA REGIONAL  
**COOPERATIVAS**  
DE LAS AMÉRICAS

# EXPERIENCIA DE USUARIO (UX)

---

**JUAN MANUEL AGUAYO**

UX Designer

[www.aguayo.co](http://www.aguayo.co)

[juan.aguayo@aguayo.co](mailto:juan.aguayo@aguayo.co)

mobile (+57) 310 769 6237



Alianza  
Cooperativa  
Internacional



**FEDERICO II  
DE  
HOHENSTAUFEN**

**“PERO FEDERICO TRABAJÓ EN VANO, PUES LOS NIÑOS NO PODÍAN VIVIR SIN LAS COGIDAS DE MANOS, LOS GESTOS, LA ALEGRÍA DE EXPRESIÓN EN EL ROSTRO Y LOS HALAGOS.”**

## MARCAS MÁS VALIOSAS.

VS.

## MARCAS MÁS AMADAS.



Rank	Brand
#1	Apple
#2	Google
#3	Microsoft
#4	Facebook
#5	Coca-Cola
#6	Amazon

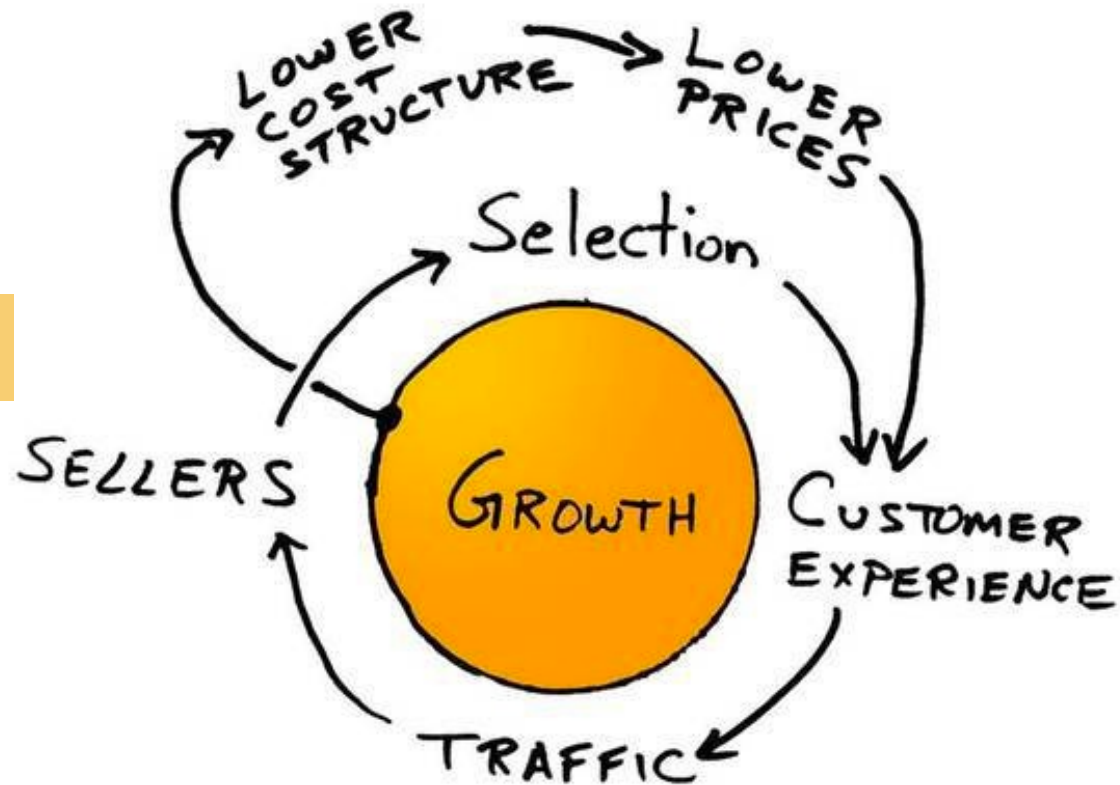
Rank ▲	Brand
#1	Amazon
#2	Netflix
#3	Youtube
#4	Google
#5	Cancer Treatment Centers of America
#6	Apple

FORBES: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/>

ADWEEK: Who Are the Year's Best-Loved Brands? Hint: Half Are Probably Younger Than You

\* <http://www.adweek.com/brand-marketing/who-are-years-best-loved-brands-hint-half-are-probably-younger-you-168930/>

# AMAZON: CIRCULO VIRTUOSO



## MARCAS MÁS VALIOSAS.

VS.

## MARCAS MÁS AMADAS.



Rank	Brand
#1	Apple
#2	Google
#3	Microsoft
#4	Facebook
#5	Coca-Cola
#6	Amazon

Rank ▲	Brand
#1	Amazon
#2	Netflix
#3	Youtube
#4	Google
#5	Cancer Treatment Centers of America
#6	Apple

FORBES: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/>

ADWEEK: Who Are the Year's Best-Loved Brands? Hint: Half Are Probably Younger Than You

\* <http://www.adweek.com/brand-marketing/who-are-years-best-loved-brands-hint-half-are-probably-younger-you-168930/>

## MARCAS MÁS VALIOSAS.

VS.

## MARCAS MÁS AMADAS.

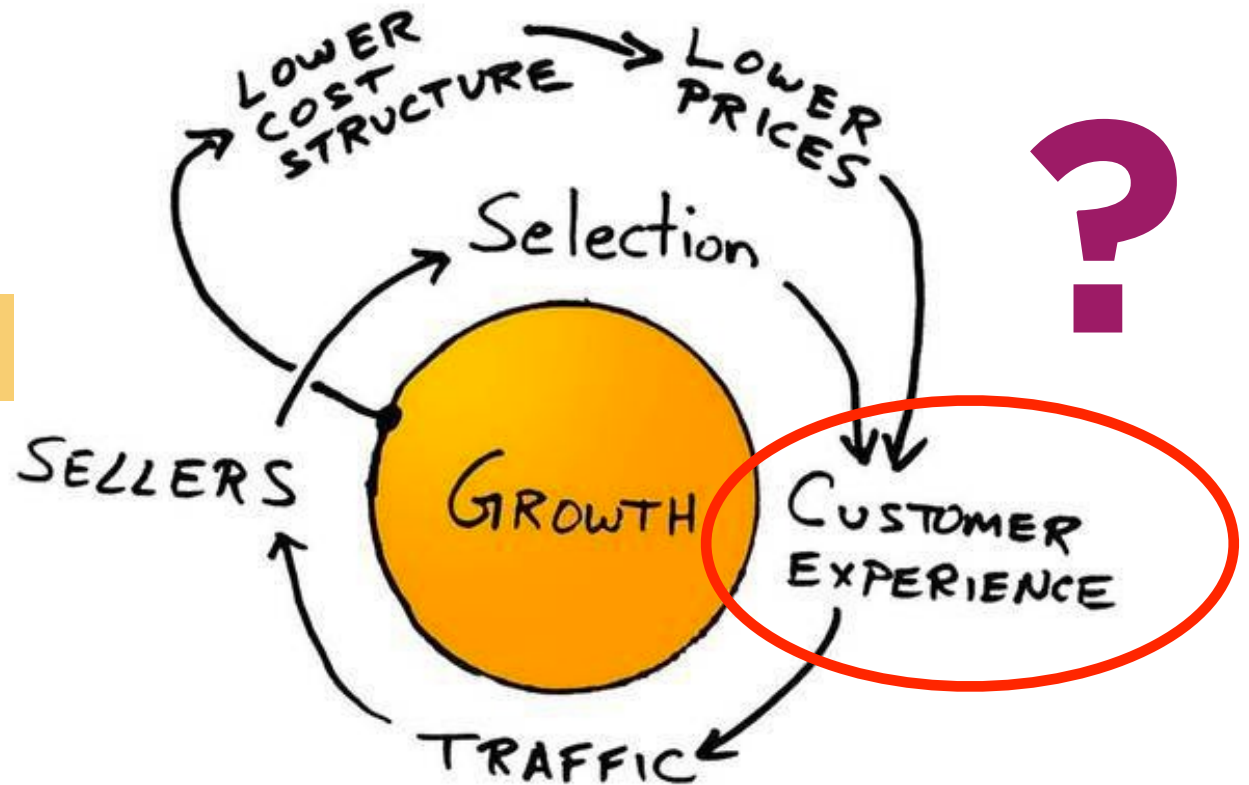


Rank	Brand	1-Yr Value Change
#1	Apple	+10%
#2	Google	+23%
#3	Microsoft	
#4	Facebook	
#5	Coca-Cola	
#6	Amazon	+54%

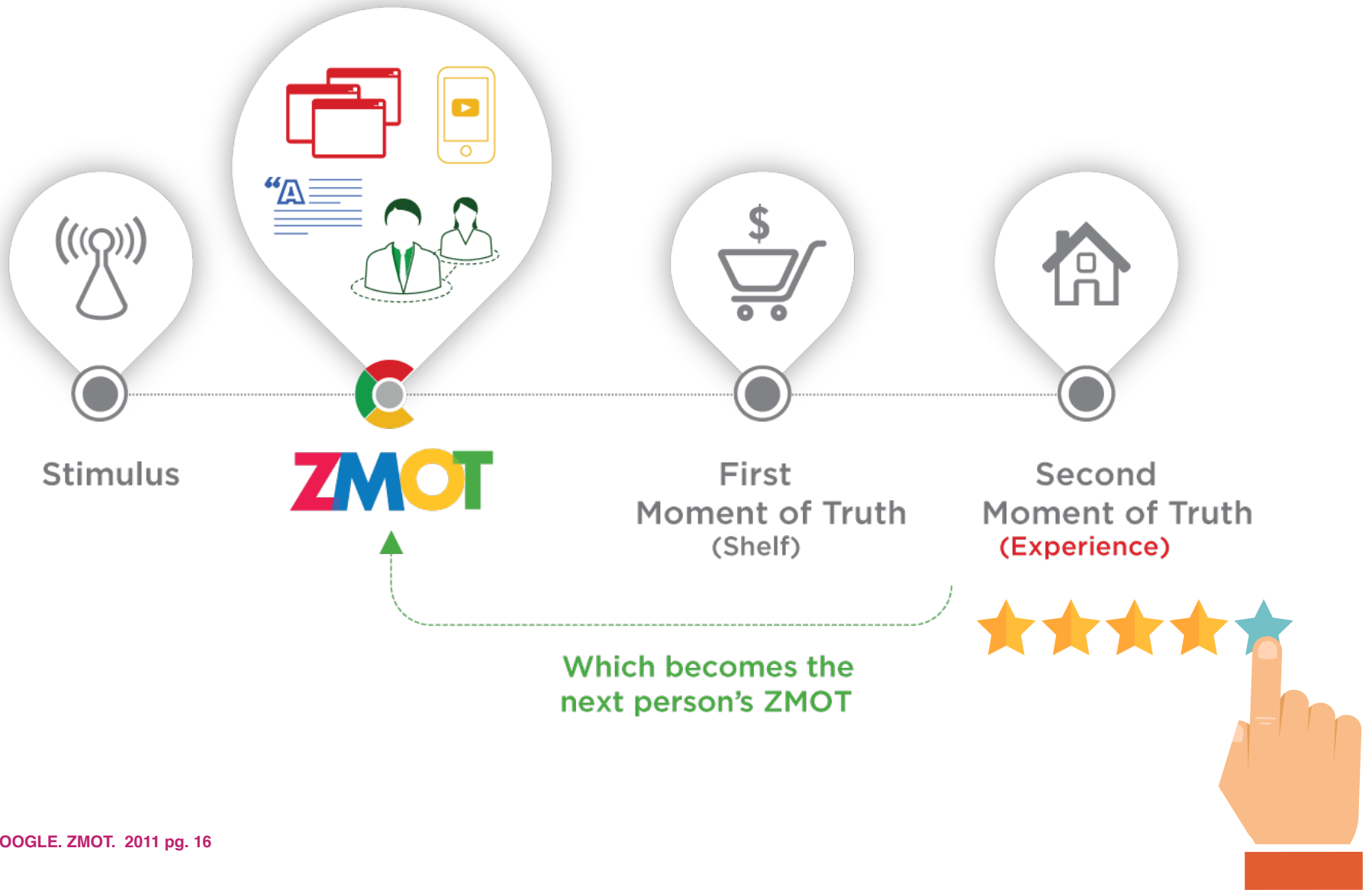
Rank	Brand
#1	Amazon
#2	Netflix
#3	Youtube
#4	Google
#5	Cancer Treatment Centers of America
#6	Apple



# AMAZON: CIRCULO VIRTUOSO







**“70% DE LAS  
EXPERIENCIAS DE  
COMPRA ESTÁN BASADAS  
EN CÓMO EL CLIENTE SE  
SIENTE TRATADO.”**

\* MCKINSEY 2006 - The moment of truth in customer service

\* <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/the-moment-of-truth-in-customer-service>







# DESCUBRIMIENTOS SOBRE EL DISEÑO EXPERIENCIAS DE USUARIO (UX)

1

CONOCER LAS

EXPECTATIVAS DEL USUARIO.



# 2


## UNA RELACIÓN SE CONSTRUYE CON MUCHAS EXPERIENCIAS.

“Por lo menos la mitad de las marcas anteriores son más jóvenes que nosotros”.

3

**ARRIESGAR, MEDIR Y**



**VOLVER A ARRIESGAR.**



Check email every 5 mins? Stop!  
Let us find your urgent messages.

When you receive an urgent message, AwayFind will notify you via your mobile device, a voice call, IM or even delegate the message to someone you specify.


**Try it Free**  
no credit card required, setup in 2 minutes

Checking email every 5 minutes? Stop!  
Get **AWAY** from your inbox — let urgent emails cut through the clutter and **FIND** you...instantly.

When you receive a timely message, AwayFind will notify you on your mobile device with an SMS, Voice call or even our iPhone & Android apps

**Try it Free**  
no credit card required, setup in 2 minutes



AwayFind users have escaped from **250,240,213** unimportant emails... Meet a few below!



Our customers are at some cool companies



**Patrick Rhone**, Machine Methods  
*I'm not tied to my email. The important stuff gets through to me.*



**Susan Murphy**, Jester Creative  
*It enabled me to clear my mind from what's happening in my inbox.*



**Merlin Mann**, author of Inbox Zero  
*It gives me confidence to do what I need without hovering over my inbox 24/7 — I highly recommend.*

Our customers are at some cool companies



**+38%**

## RESUMEN

1. El ser humano vive de relaciones. (No puede vivir sin afecto).
2. Igual con las marcas: Las marcas necesitan crear relaciones para crecer.
3. Las relaciones son hechas de experiencias.
4. Las experiencias las definen las expectativas.
5. Las expectativas las conoce el usuario (y el más cercano del nuestro equipo, es el comercial). Las expectativas también son definidas por el mercado.
6. Una relación se construye con muchas experiencias.
7. Pero toca arriesgar, medir y volver a arriesgar.



**NO DEJE QUE  
SU MARCA SEA  
UN FEDERICO II**



CONFERENCIA REGIONAL  
**COOPERATIVAS**  
DE LAS AMÉRICAS

# EXPERIENCIA DE USUARIO (UX)

---

**JUAN MANUEL AGUAYO**

UX Designer

[www.aguayo.co](http://www.aguayo.co)

[juan.aguayo@aguayo.co](mailto:juan.aguayo@aguayo.co)

mobile (+57) 310 769 6237



Alianza  
Cooperativa  
Internacional