

mmb

Memòria

Museu marítim de Barcelona

FASE ANALÍTICA

01 Brífig

Qui fa l'encàrrec?	2
Que demanen?	3
Objectius de comunicació	4
Target i valors	5

02 Benchmark

Tourblink	8-13
Smartify	14-19
MAN Virtual	20-25
MuseOn	26-31

03 Entrevistes

Guia d'entrevista	34-35
Primera vegada al museu	38-39
Record de sortida escolar	40-41
Al tornar, amb 19 anys	42-43
Conclusió i resum	44-45

04 Enquestes

Dades demogràfiques	48
Abans de la visita	49
Durant la visita	50
Respostes	51
Després de la visita	52
Conclusions	53

05 Usuaris i escenaris

Júlia Martí	56-57
Sebastià Vidal	58-59

06 Pregunta de recerca

Resum	62
Pregunta de recerca	63

07 Sensemaking

Pluja de idees i agrupació	66
Jerarquia	67

FASE CREATIVA

08 Estructura

Flux de navegació	70
Funcions	71
Sketchs	72-75
Retícula i wireframes	76-84
Evolució i aprenentages	85

09 Moodboard

Sobre l'arquitectura de la informació	88
Sobre l'aspecte visual	89

10 Mockup app

Login	92-93
Inici	94-95
Usuari	96-97
Activitats	98-99
Reserva	100-101
Rànkig	102-103
Mapa	104-105
Càmera	106-107

11 Elements de promoció

Esbossos de la landing page	110
Storyboard del vídeo promocional	111

FASE PROTOTIPATGE

12 Testers

Tester 1	114
Tester 2	115

13 Valoració heurística

Visibilitat estat del sistema	118-119
Sistema i món real	120-121
Control de l'usuari i llibertat	122
Ajuda els usuaris a reconèixer, diagnosticar i recuperar errors	123
Coherència i estàndars	124-125
Reconèixer en lloc de recordar	126-128
Flexibilitat, disseny estètic i minimalista	129

FASE TÈCNICA

01 Gràfica

1.1 Brand manual

Logotip	134
Marca gràfica principal	135
Utilització cromàtica: La marca sobre fons de color	136
Usos incorrectes	137
Tipografia per ús intern	138
Tipografia corporativa	139
Color corporatiu	140

1.2 UI-Kit

Gamma cromàtica	144-145
Tipografia	146-147
Ombres	148-149
Icones	150-151
Button text	152-153
Button icona dreta	154-155
Button icona esquerra	156-157

Icon button	158-159
Input	160-161
Selector	162-163
Cards	164-165
Bars	166-167

02 Mapa de navegació

Navegació	170-171
-----------	---------

03 Elements

Landing page	174
Video promocional	175
Navegació	176

04 Pressupost

Conclusions finals	180-181
--------------------	---------

05 Conclusions sobre el projecte

Conclusions finals	184-185
--------------------	---------

MEMÒRIA DE PROCÉS

01 Brífling

És un document on es resumeix les característiques de l'empresa client, els seus productes i el projecte a assolir.

FASE ANALÍTICA

Qui fa l'encàrrec?

El *Museu Marítim de Barcelona* és un espai per a la interpretació i difusió de la cultura marítima catalana de manera innovadora, participativa i propera a la societat i al territori, mitjançant la investigació, conservació i salvaguarda del patrimoni.

El Museu té la voluntat de destacar en la gestió patrimonial, la creació de coneixement i l'educació, amb la missió d'actuar com a impulsor del progrés social i territorial del seu entorn, des de l'òptica de la relació de Catalunya i la gent amb el mar, que és el que diferencia aquest museu d'altres museus de temàtica marítima.



Que demanen?

L'empresa ens demana un projecte interactiu amb el qual l'usuari es pugui posar en el lloc de la història que expliquem i crear una bona experiència.

Data de realització: El projecte ha d'estar acabat el 10 de juny de 2024.

Condicionants o limitacions: Els diners els proporciona el govern de Barcelona, concretament el ministeri de cultura, i el projecte serà limitat segons els diners que ens puguin proporcionar.

Objectius de comunicació

Creació i difusió del coneixement: La creació de coneixement és un dels valors que ha d'impregnar de forma permanent tota l'organització, així com la transmissió i la difusió a tota la societat d'aquest coneixement.

Participació: Entesa com un diàleg permanent entre el Museu i els visitants per estimular la curiositat i el sentit crític.

Obert a la societat: L'MMB ha d'estar vinculat a la realitat social i contribuir a millorar-la, fent-ho atractiu i acollidor per a tot tipus de públic, en una societat cada vegada més diversa i multicultural.

Innovació: Entesa com la cerca permanent de nous camins i procediments en tots els àmbits i actuacions.

Excel·lència: Entesa com una actitud de millora continuada en tots els àmbits, cercant assolir els màxims nivells de qualitat possible en la prestació dels seus serveis i en l'execució de les seves activitats.

Sostenibilitat: Els principis de sostenibilitat han de ser presents tant al seu discurs com a la pràctica diària, contribuint al canvi de mentalitat i bones pràctiques en tots els àmbits.

Accessibilitat universal: Ser un Museu accessible al coneixement per a un públic divers.

Eficiència: Com a institució d'interès públic, el principi de màxima eficiència en l'ús dels recursos assignats ha de ser present en tots els processos i actuacions.

Objectius del producte: Volen fer l'experiència més pròpia i modernitzar el museu per arribar a més gent.

Característiques del mercat (TARGET)

Públic Objectiu: Volem arribar a tot tipus de públic que s'interessa per la cultura marina.

Nivell socioeconòmic: Públic amb avantatges econòmiques per activitats culturals (com escoles, gent amb bono cultural, famílies nombroses o monoparentals, etc) i de classe mitjana o alta (que es pot permetre gastar diners en activitats culturals).

Gènere: Indiferent, no varia el nostre servei entre dones i homes.

Edat: Indiferent, volem arribar a públic de totes les edats.

Feina: Indiferent, només gent amb interès per la cultura marítima.

Hàbits: Descobrir, investigar i aprendre sobre

el mar o història marítima de Barcelona.

Motivacions: Gent que vol gaudir el talent artístic d'altres o gaudir d'un moment d'oci.

Públic Potencial: Escoles i famílies.

Valors comunicatius

Els valors que volen comunicar amb el projecte és viure el mar des d'un punt de vista cultural i interactiu que ens provoqui un llaç amb aquest.

02 Benchmark

És una comparativa del mercat útil per a analitzar quina és l'experiència de l'usuari en altres casos, veure debilitats i fortaleces, observar bones pràctiques i detectar necessitats no cobertes.

FASE ANALÍTICA

Audioguies personalitzades al tipus de visita que vols tenir al Louvre.



El logo no surt durant la navegació a l'aplicació. Té el logotip d'una càmera perquè la seva funció principal és rebre informació d'una obra a través d'escanejar-la amb la càmera.



Color primari

#2F3C56

Futura EF DemiBold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

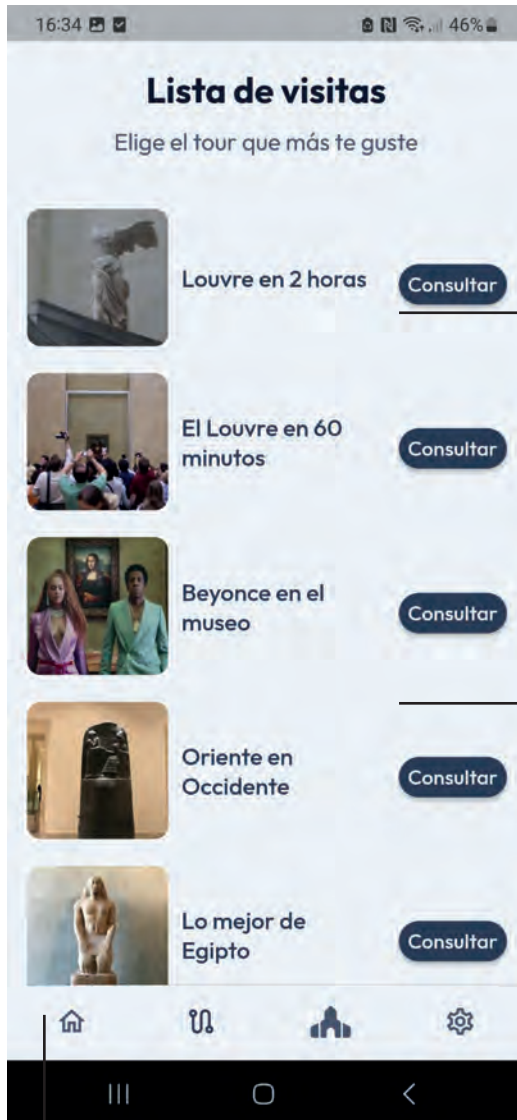
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

. , ; " - ! ? () [] { } @ # % & €



Fotografies de les obres amb les cantonades en corbes.



La tabbar no canvia l'aspecte quan ets a una pantalla o altre

Navegació

Tabbar:

- 4 seccions
- Sense caixa
- Símbols sense lletres
- No canvien, no donen feedback
- 3 símbols buits i un en negatiu.

Botons:

- Color primari: #2F3C56
- Rectangulars amb cantons molt arrodonits.
- Texte blanc: #FFFFFF

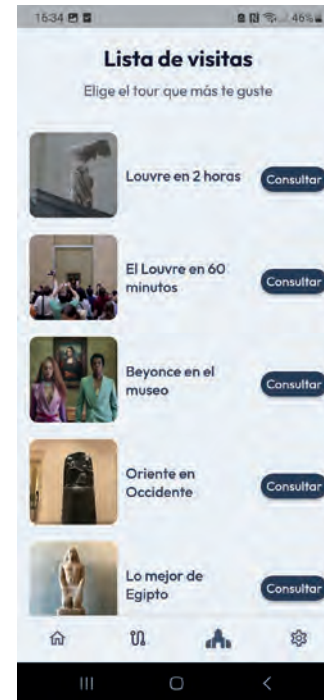
Selecció:

- Quan selecciones uan opció et porta directament en lloc de crear un feedback primer.



Inici

introdueix la funció de l'aplicació, presenta al creador i dona informació del museu amb scroll.



Llista de visites

Proporciona una guia de visita segons les preferències de l'usuari.



Punts d'interès

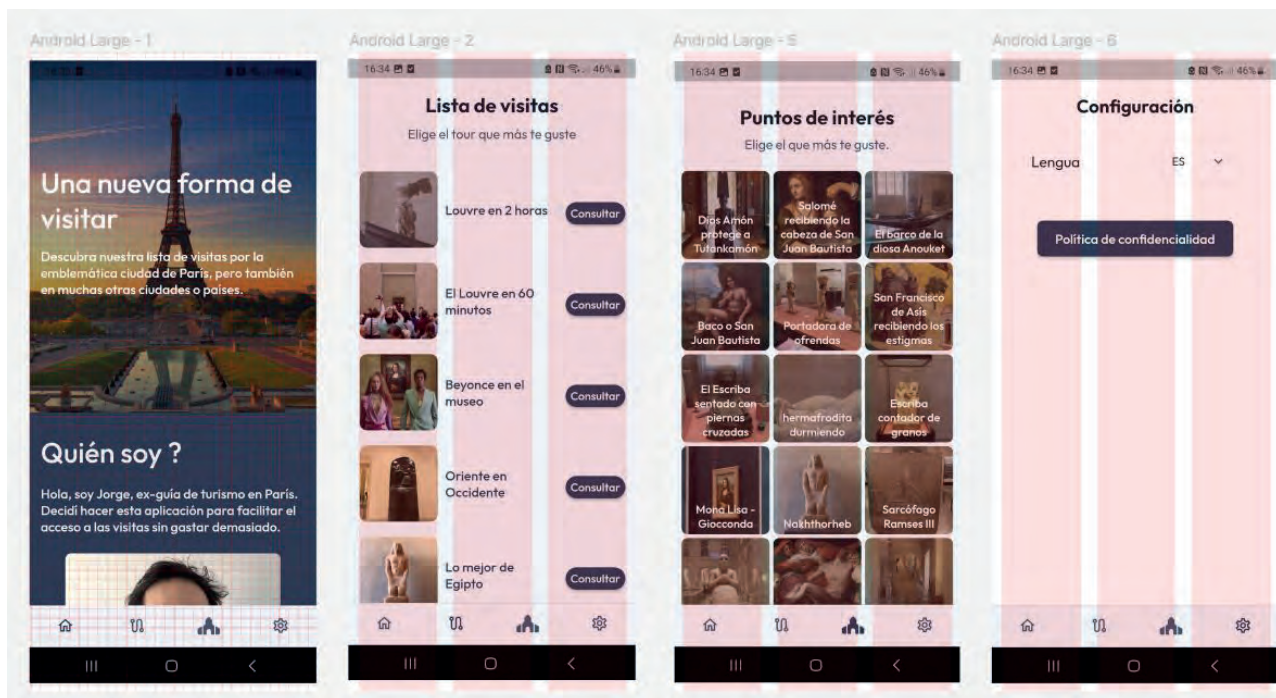
Imatges que t'introdueixen a un tema en concret dins les obres que mostra el museu Louvre.



Configuració

Pots canviar la llengua de l'aplicació i veure la política de confidencialitat.

Retícula



Conclusions

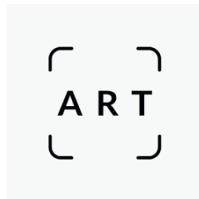
Fortaleses:

És net i organitzat.
Té moltes imatges i tipografia agradable; això fa que l'aplicació sigui fàcil d'entendre i entri bé als ulls.

Debilitats:

El logotip no té força i no es mostra.
La tabbar i els botons no tenen feedback.
No tots els símbols de la tabbar comparteixen estètica; el tercer està en negatiu.

Informa sobre art a partir d'imatges que escaneges amb la càmera.



Fons blanc, lletres en majúscula i negre (al logotip sencer la paraula "ART" és bold).

El logo de l'aplicació només posa "ART", però a la tercera pantalla veiem que surt del logotip sencer on posa "SMARTIFY". Els 4 parèntesis simulen la funció de càmera de l'aplicació.



Color primari

#FBD76E

TT Hoves Pro Mediano

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

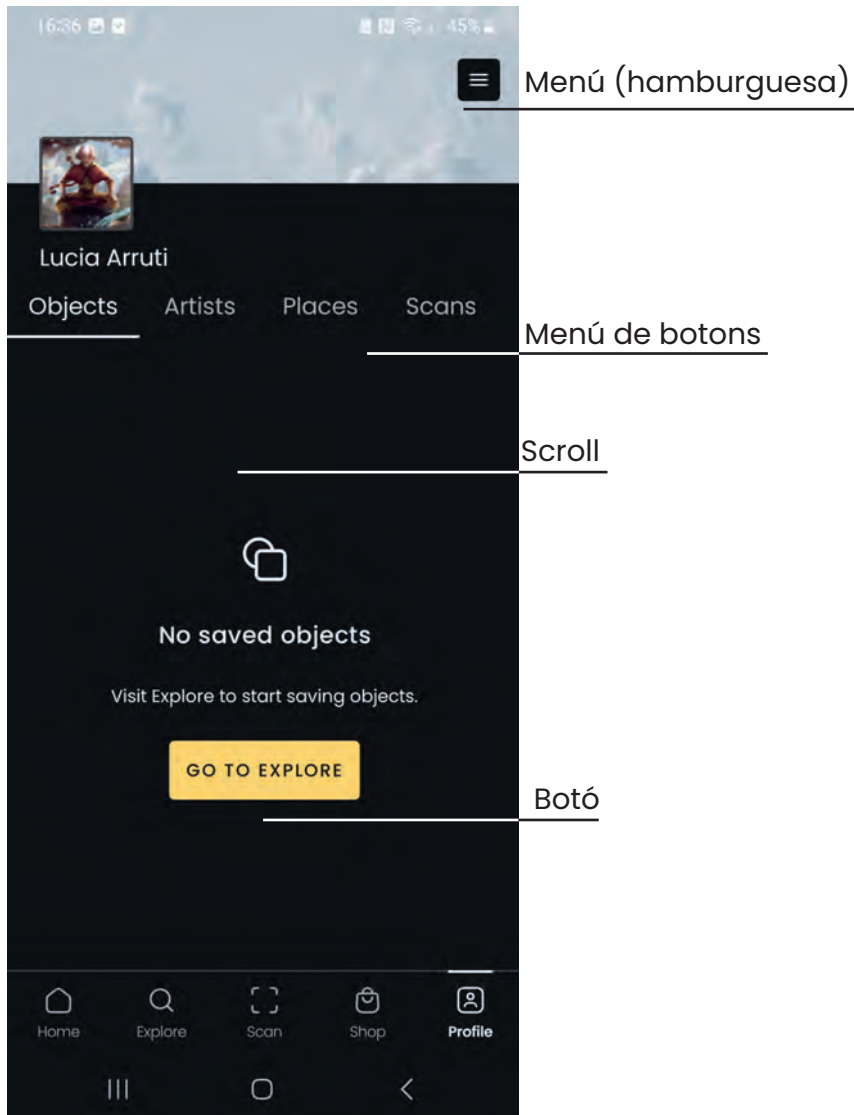
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

.,: "- ! ; & ? () [] { } @ # % & €



Hi ha botons en forma de rectangle i cantons rodons amb imatges de fons i fotografies sense marge als costats.



Navegació

Tabbar:

- 5 seccions
- Sense caixa
- Símbols amb títols
- Feedback; els deshabilitats són més foscos que la icona de la pantalla a la que et trobes
- Símbols buits, de traç fi.

Botons:

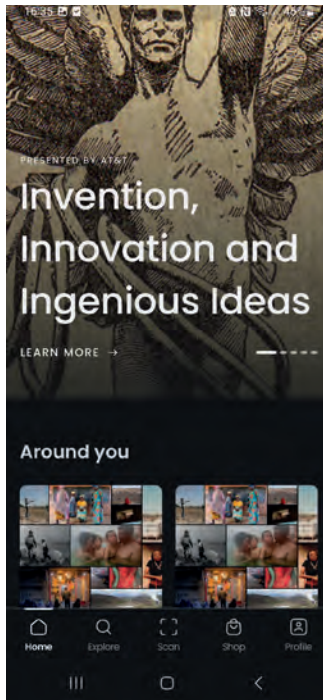
- Color primari: #2F3C56
- Rectangulars amb cantons arrodonits.
- Texte negre: #1B1B1B

Menú de botons:

- S'illumina i es subratlla l'opció a la que et trobes. S'activa amb taps i amb scroll cap als costats.

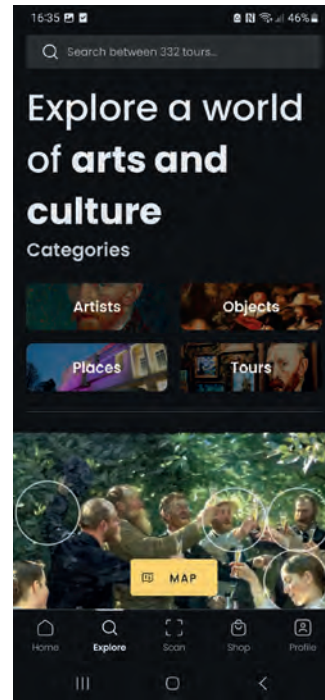
Menú (hamburguesa):

- Puja de la part inferior de la pantalla un menú amb la configuració bàsica.



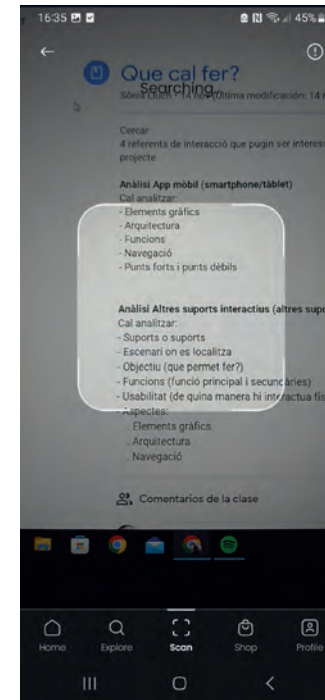
Inici

Bàners amb seccions que informen d'art. T'ensenyen art a prop de l'usuari i més informació sobre art al fer scroll.



Explorar

Agrupen la informació en 4 grups per facilitar la cerca i donen l'opció d'anar al mapa per buscar art a prop.



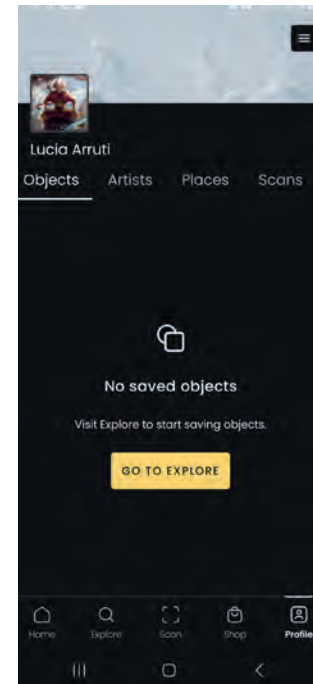
Escàner

T'ensenyen ho que veu la càmera per escanejar l'obra que tinguis davant.



Tenda

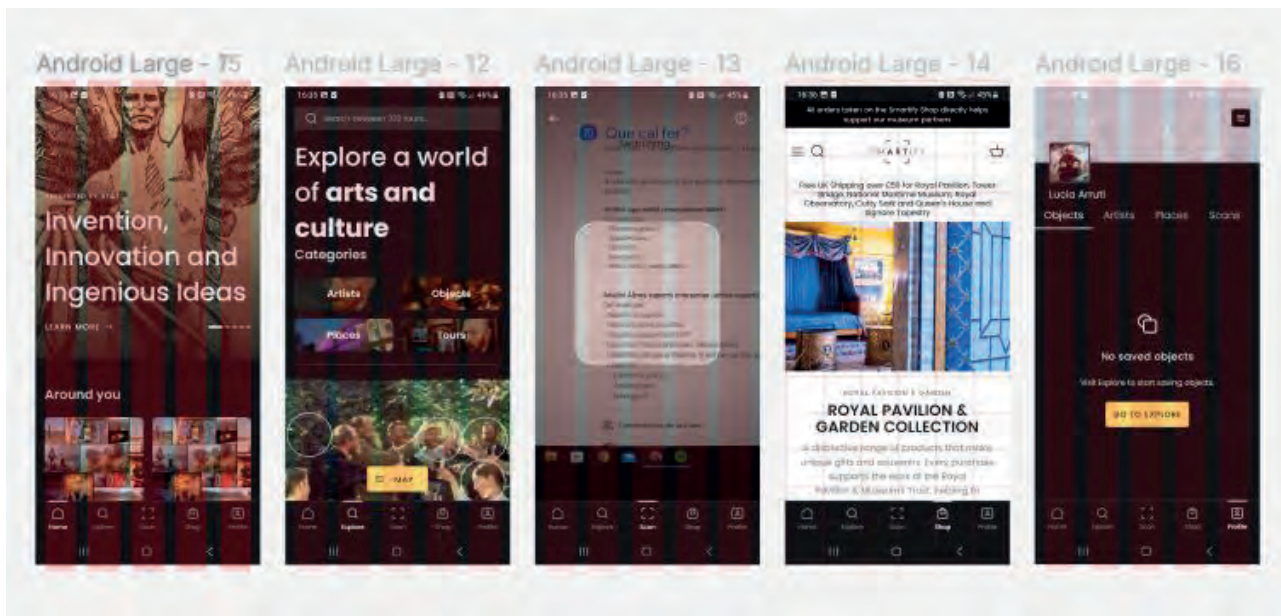
Pots comprar productes d'art que ajuden a causes d'art.



Perfil

Recopilació dels objectes, artistes, llocs, escanejos, guies i exposicions que tens guardats. També mostra la foto i el nom del perfil.

Reticula



Conclusions

Fortaleses:

Quan fas scroll, l'opció de "MAP" segueix abaix, no la perds.

Es agradable a la vista i té una tipografia fàcil de llegir.

Hi ha molta informació i moltes funcions diferents.

El logo és senzill i s'enten bé el joc i la funció.

El groc és molt atractiu i llamatiu davant del fons negre.

Debilitats:

Quan canvies la llengua només es tradueixen els títols i les seccions, la informació de les obres i la tenda es queden en anglès.

MAN Virtual

Instal·lacions del museu MAN en realitat virtual amb esquema del lloc.



Logotip (només text).
Fons negre i lletres light blanques.
L' "A" de "MAN" son només dues
línies.
Tot en majúscules.



Color primari

#E7762D

Malden Sans Medium

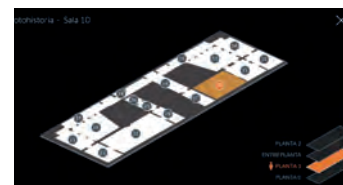
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

.,; " - ! i ¿ ? () [] { } @ # % & €

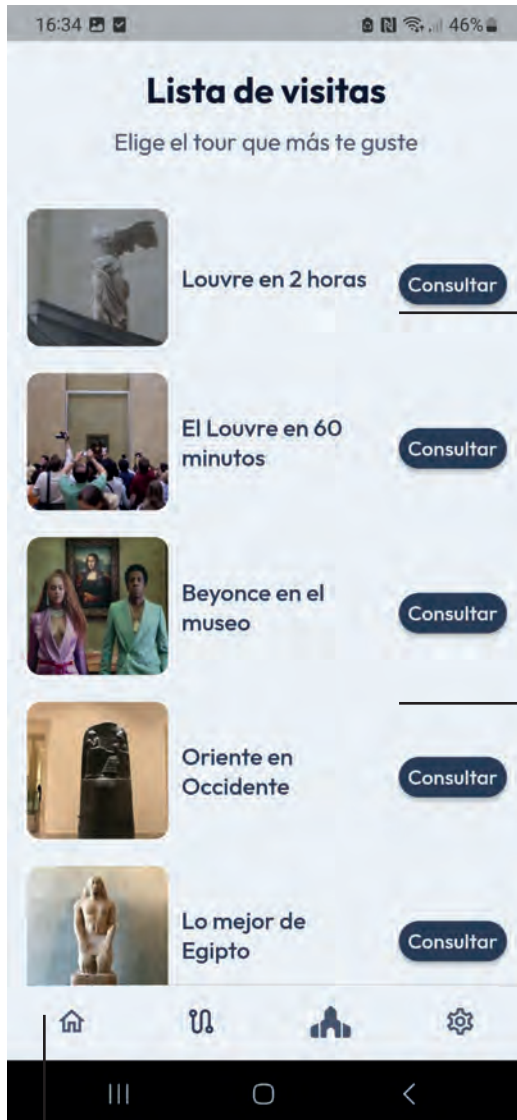
Alilato Arabic Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



L'esquema és l'única imatge fixe. L'aplicació és tot realitat virtual.



La tabbar no canvia l'aspecte quan ets a una pantalla o altre

Navegació

Tabbar:

- 4 seccions
- Sense caixa
- Símbols sense lletres
- No canvien, no donen feedback
- 3 símbols buits i un en negatiu.

Botons:

- Color primari: #2F3C56
- Rectangulars amb cantons molt arrodonits.
- Texte blanc: #FFFFFF

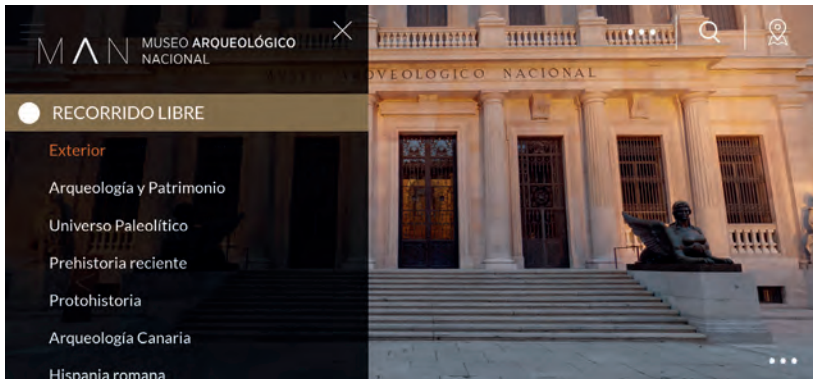
Selecció:

- Quan selecciones uan opció et porta directament en lloc de crear un feedback primer.



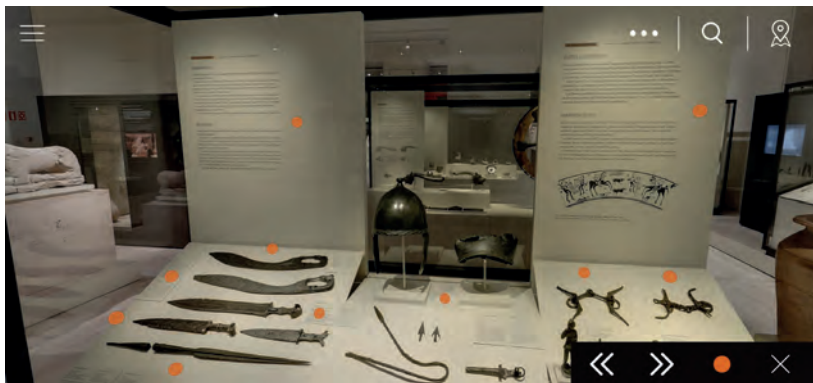
Inici

Vista virtual de les afores del museu, amb accés a menú, búsqueda, mapa i amb moviment tàctil.



Menú

El menú desplega opcions de navegació, pots anar directament al lloc que vols veure dins del museu.



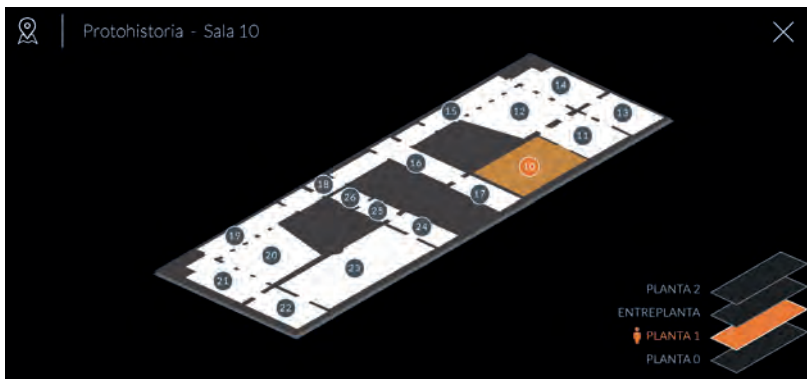
Explorar

El museu s'explora movent la càmera de manera tàctil o utilitzant les fletxes de la dreta.



Punts de mapa

Els punts fan apareixer informació en concret o et transporten a altres llocs.



Mapa esquema

Et mostren un mapa amb el que pots saber a quina planta ets i on es troba la sala en concret. A més, et pots transportar a les sales des de aquesta pantalla.

Retícula



Conclusions

Fortaleses:

Permet a l'usuari fer-se una idea del museu.
Té molta informació.
Els botons i els menus no interfereixen a la vista de les instal·lacions.

Debilitats:

Simple, no té opcions més que veure el museu.
La navegació és una mica confosa si utilitzes les fletxes dels botons de navegació.



Isotip (només té símbol, sense lletres).
Fons blau degradat i símbol blanc també degradat.



Color primari

#3D5590

Acorde Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

.,; " - ! i j ? () [] { } @ # % & €



Fotografies en forma de banners, sense marge.



Tabbar

Botó

Scroll

Navegació

Tabbar:

5 seccions

Sense caixa

Símbols amb títols

Feedback; es subratlla l'apartat en el que estàs.

3 dels 5 símbols són en negatiu.

Botons:

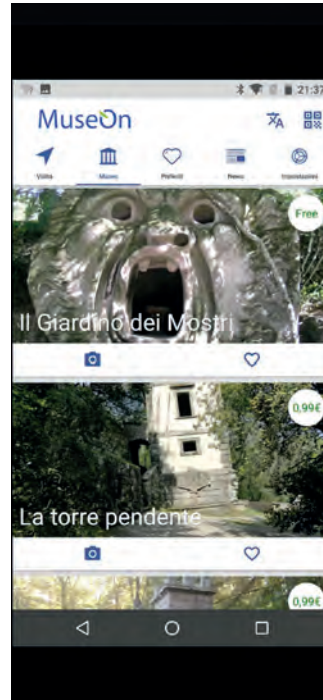
Color primari: #3D5590

El que mostra imatges en negatiu i el de favorits buit.



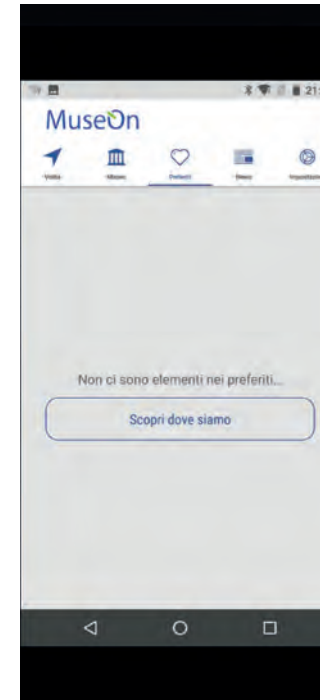
Visita

Et proprciona la teva visita segons el número assignat



Museu

Et mostra imatges i informació de les obres i les instal·lacions.
Pots afegir-les a favorits.



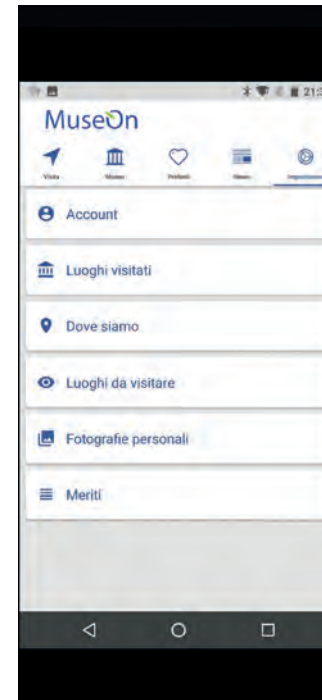
Favorites

Pots reveure les obres que has afegit a favorits.



Notícies

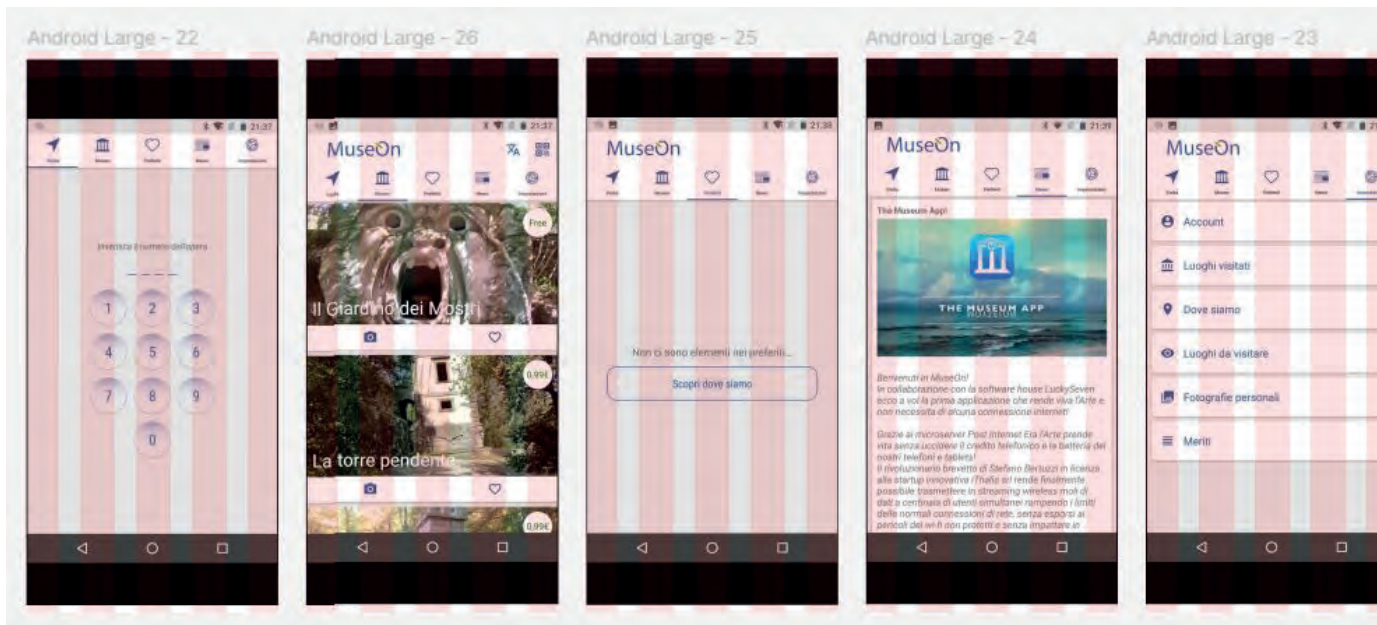
T'informen de les notícies de MuseOn.



Ajustos

Pots configurar el teu compte i l'aplicació.

Reticula



Conclusions

Fortaleses:

La navegació és senzilla i fàcil d'entendre.

Debilitats:

No té una estètica agradable, els botons no comparteixen estil gràfic (uns en engatiu i altres buits).

03 Entrevistes

Entrevistem a usuaris amb experiència al museu per saber quines manques li troben i descobrir les necessitats que hem d'assolir
Separat en 3 entrevistats, un sobre la navegació de la web i altres sobre les experiències al museu.

FASE ANALÍTICA

Guia de entrevista

Demografia

Quina edat tens?

Quin estat civil?

Quines són les apps que més habitualment uses?

On vius?

Abans

Per poder aconseguir la informació que acostumeu a fer?

Per quins dispositius acostumeu a buscar informació?

Com et desplaces? Vas a Barcelona habitualment?

On estudies o treballes? Acostumes a sortir després de classes o del treball?

Fas sortides familiars per Barcelona?

Fas activitats sol o acostumes a sortir o planejar activitats en grup?

Que és un incentiu del MMB per a tú visitar-ho? Com ho recomenaries?

Com vas conèixer el MMB? T'han parlat d'una activitat en concret?

Durant

Vas tenir problemes per arribar a les instal·lacions o saber cap a on havies d'anar un cop allà?

Quines activitats vas fer?

Quines activitats coneixes? Quina és la teva preferida?

Saps que el tercer diumenge de cada mes fan una visita guiada on expliquen la història del lloc? Has anat a fer-la?

Va haver coses que no vas entendre? Quines?

Després

Quan marxeu d'aquest servei, com acostumeu a compartir la vostra experiència?

Què milloraríeu si fóssiu el director d'aquest servei?

Quin aspecte et va agradar més o et va impactar positivament? I negativament?

Has deixat redactada la teva experiència en la pàgina web? T'hagués agradat fer-ho?

Navegació web

L'usuari busca informació sobre el museu navegant en la web i explica els problemes que té.

Cerca a la web

Es desplaça en transport públic

- "...caldria un apartat amb rutes a la web."

Surt en grup

- "M'agrada que el museu té moltes activitats en grup."

Per anar li haurien de recomenar el museu

- "La web no ensenya bé ho que té, no és gaire cridanera."

El coneix per activitats escolars

- Hem de promocionar-nos bé a les escoles en la web, traiem molt públic d'això.

No troba la direcció fàcilment

- Hem de destacar-la més.

No sap quines activitats hi han, no entén la navegació

- "A la web aquesta activitat està molt amagada, la navegació a les activitats no m'agrada, crec que en lloc de donar-li a "veure més activitats" haurien d' estar totes les portades amb scroll.

No entén la web i la seva navegació

- "No entenc la web", "és molt confusa", "la voldria més sintètica i fàcil d'entendre" (no sap per on començar a buscar en la web i no està segura de si reserva bé).

Nom: Idoia Valero

Edat: 19 anys

Residència: Granollers, Barcelona

Situació: Estudiant de disseny



Li hagués agradat fer una reseña a la web.

- "A la pàgina web hauria d'haver un apartat on deixar comentaris i valoracions."

Comparteix l'experiència amb amics

- "Xarxes socials (història o publicació), parlant amb amics. (si hem treuen fotos, m'agradaria que me les enviessin per correu amb un QR per a obtenir-les)."

Primera vegada al museu

L'usuari, de 19 anys (dins del target), visita el MMB per primera vegada i ens explica la seva experiència.

Experiència

Es desplaça per transport públic, no surt amb familiars o després de classe i sol sortir perquè els seus amics s'ho demanen.

- Hem de cridar l'atenció als joves per a que vinguin en grup.
- "La meva amiga m'ho va recomanar perquè va anar-hi."
- Fa sortides planejades, no tenim problema en fer activitats amb reserva.

Ho recomanaria per les activitats interactives

- "...passar una bona tarda amb amics. Si zzzsurts amb amics et divirteixes amb les activitats interactives (els jocs de les pantlles)."

Només coneix les activitats que va fer; visitar les exposicions permanents.

Pero va tenir problemes.

- "...faltaven senyals, no sabies cap a on anar. Els camins es divideixen i no et diuen cap a on anar."
- " havia molt de text, parts molt interactives i altres no; ho que feia que m'aburreixi a les no interactives. No funcionaven les pantalles tàctils, es bloquejaven o no sabiem com continuar l'exercici (poc intuitiu)."

Nom: Olga Mena

Edat: 19 anys

Residència: Montmeló, Barcelona

Situació: Estudiant de disseny



Va donar una solució a aquests problemes

- "Cambiant les pantalles o les activitats per unes més

intuitives. Posaria més fotos o vídeos que expliquessin (a l'exposició dle principi). Posaria senyals per ubicar el camí."

- "Milloraria les entrades perquè no sabia per on entrar (era gratis i havies de demanar tiquet igualment)."

Li va agradar la experiència però no la compartiria.

- "M'han agradat els jocs de les pantalles i poder pujar als vaixells (seria una manera de recomenar el museu).", "...és divertit".

Record de sortida escolar

L'usuari ens relata la seva experiència quan va anar-hi amb l'escola de petit.

Experiència

Només va anar-hi perquè era una excursió obligatòria, així el va conèixer

- "Jo no aniria. Un incentiu per anar-hi hagues sigut per algun joc o pel·lícula de vaixells o per activitats interactives dins dels seus gustos (com videojocs)."

Recorda l'activitat que van fer

- "Vam veure les drasanes on es feien els vaixells.", "...recorregut amb guia (com es construïen i les zones dels vaixells)."

No va tenir problemes amb el recorregut

- "...era una classe entera, visita guiada."

No sap massa d'altres activitats

- "Crec que havia una exposició d'objectes marítims (recorda un ancla)."

Nom: Víctor Camacho

Edat: 19 anys

Residència: Montornés, Barcelona

Situació: Estudiant de disseny



No li va agradar...

No va disfrutar la sortida

- "Molt monòton (s'agobiava).", "Estava desitjant que acabès."

Vol més interactivitat

- "M'hagues agradat pujar al vaixell (de manera virtual per exemple). Amb exemples visuals haguès sigut més fàcil enrecordar-se de les coses. Nomès ens parlaven."

No s'enrecorda de quasi res

- "No, quasi no m'enrecordo."

Diu que si fòs el director del museu haguès fet la sortida més entretinguda i menys densa.

Al tornar, amb 19 anys

L'usuari ha tornat al museu amb 19 anys (dins del target) i recorda l'experiència amb altre punt de vista.

Experiència

Va anar-hi amb l'escola

- "Vaig anar amb l'institut. Recordava el vaixell (estar-hi a sobre)."

Així ho veu ara i així ho recomenaria

- "Veure com ha canviat des de la darrera vegada, veure com ho recordava. Li sembla bonic. Aprendre està bé. La recomanació depèn de la persona, a la gent que no li agraden els museus no ho recomanaria. Us ho recomanaria a gent que li agradin els vaixells, dient que és gratis, que hi ha força objectes/exposicions i depèn de la persona li

diria que hi ha coses interactives (gent jove sobretot).", "En general estava ben indicat, potser més fletxes al terra."

Ha fet moltes activitats interactives que no hi havien abans

- "...La meva preferida va ser la pantalla interactiva que era un joc on posaves on anava cada membre del vaixell dins del vaixell."

Problemes

Va tenir problemes

- "Molt de text; no vaig llegir res per mandre. Vaig interactuar amb coses que no podia tocar (perque no hi havien cartells). Les pantalles anaven malament o el joc no s'entenia (el joc dels punts cardinals). Hi havia una part mal indicada (no saviem cap a on anar després de pujar al vaixell). Era difícil accedir als vaixells i la tenda estava apartada. L'entrada també estava mal indicada."

I va proposar solucions

"Posant menys text, més resumit, més putual,



curtet. Indicant bé el camí i les coses interactives (amb cartells i valles). Arreglant les pantalles disfuncionals. Indicant que es fa en la part del joc dels punts cardinals (un botó de pista o saltar l'activitat). Separaria els lavabos de la cafeteria. Posaria la tenda al final de l'exposició (així obliguem als visitants a passar-ne, amb un cartell llamatiu). Indicaria amb fletxes i cartelleria a l'entrada principal.", "La interactivitat estava bé en quant a quantitat però, la milloraria per a que funcione bé. Hi havien llocs no adaptbles per a gent amb cadires de rodes."

Conclusió final

Hem de canviar la navegació de la web per una que faciliti la reserva, la direcció i on s'entengui fàcilment les activitats que hi han.

Preferiblement s'ha de semblar a arquitectures com Instagram, WhatsApp i altres xarxes que utilitzen els users d'aquestes entrevistes.

Ja que no ha estat memorable per als alumnes de les escoles, hem de crear algun record que ens popularitzi entre els visitants més joves per a que tornin a venir quan siguin més grans.

Les activitats més memorables per a els usuaris són els jocs interactius. Els hem d'utilitzar per a promocionar les exposicions a la web.

Ens recomanen jocs visuals per cridar l'atenció en lloc de tant de text o exposició simple.

En conclusió final, els joves necessiten incentius visuals, cridaners i fàcils d'entendre. El nostre objectiu és que la pàgina web tingui aquesta mecànica i que vengui les activitats del museu com a dinàmiques i divertides.

Resum visual de les seves experiències

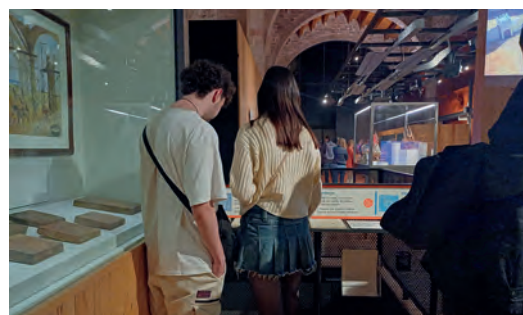
mmb.cat/recerca/

mmb MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA Lloguer d'espais | Premsa | Col·lecció en línia | Seu et

VISITA | ACTIVITATS | EXPOSICIONS | FONDS I COL·LECCIONS | RECE

- Projectes
- Responsabilitat social
- Xarxes de cooperació
- Amics, voluntariat i col·laboradors

La recerca a l'MMB | Premis | Drassana, revista de l'MM



04 Enquestes

Analitzem a gran escala l'experiència general dels usuaris per tal de trobar experiències comuns que ens serveixen per proposar funcions de l'aplicació.

FASE ANALÍTICA

Dades demogràfiques

Gènere

Tenim les mateixes respostes d'homes que de dones. La informació està ben equilibrada perquè no hi ha una majoria.

Estudis

Els estudis són variats i no estan relacionats amb la vida marítima. Així que no suposarà un condicionant per al nostre projecte.

Edat

La majoria dels usuaris que han fet l'enquesta són d'entre 18 i 25 anys. Aquest serà el nostre target.

Situació familiar

Els usuaris acostumen a sortir amb la seva família. Podem aprofitar per crear records familiars com fotografies a partir de tòtems interactius.

Residència

Resideixen a prop de Barcelona, així que el viatge no és un impediment per a repetir l'experiència si és ho prou memorable.

Xarxes socials

Les aplicacions més utilitzades per als usuaris són WhatsApp, Instagram, Twitter (X), YouTube i Spotify.

Serà més còmode per als usuaris si adaptem la pàgina web o l'aplicació a l'arquitectura d'aquestes aplicacions

Activitat social

Com la cerca d'informació es pràcticament en xarxes socials i internet, haurem de tenir una base forta de publicitat en aquestes. Mitjançant trends o hashtags en xarxes socials i mitjançant una web/app que vengui bé les activitats del museu.

Potser les visites al museu són més aviat planejades que espontànies. Ja que no acostumen a sortir amb els companys de feina o classe al final de la jornada.

Abans de la visita

Companya

La majoria dels usuaris han anat al museu amb l'escola o amb els amics. Per això hem de puntualitzar les activitats educatives per a cridar l'atenció de les escoles.

Incentius

L'incentiu més gran per als usuaris és aprendre coses noves. Hem de promocionar bé l'ampli repertori d'història que té el MMB i utilitzar-ho per a cridar l'atenció dels clients.

Coneixements

La gent coneix sobre tot el museu per haver anat amb l'escola.

Els records que quedende l'excursió poden ser l'incentiu per a què tornin més endavant, amb l'edat del nostre target.

Durant la visita

Recorregut

Tot i que sembla que no caldria crear una facilitat per al recorregut, ja que els usuaris semblen satisfets, dos usuaris han comentat que faltaven fletxes.

Podríem il·luminar les fletxes o numerar les exposicions per poder seguir un ordre concret.

Activitats

Sembla que s'entén bé les activitats, però tenen molt de text com per a seguir el ritme. Hauríem de comptar amb resums o recursos visuals que simplifiquin l'explicació.

Sembla que les activitats més conegudes són "Tripulants de galeres", "Obrim portes" i "Pirates al museu!". Aquestes haurien d'estar a l'inici de la pàgina web/aplicació.

No van tenir problemes amb les activitats, però un usuari recalca que no se sentia bé al guia perquè a l'excursió eren molts nens. Això ho podem solucionar amb auriculars (des d'on escoltar al guia) o personalitzant al guia per a captar millor l'atenció dels nens.

Respostes de les enquestes

Si vas tenir, perquè va ser?

4 respuestas

No vaig tenir

No hi vaig tenir

no hay flechas

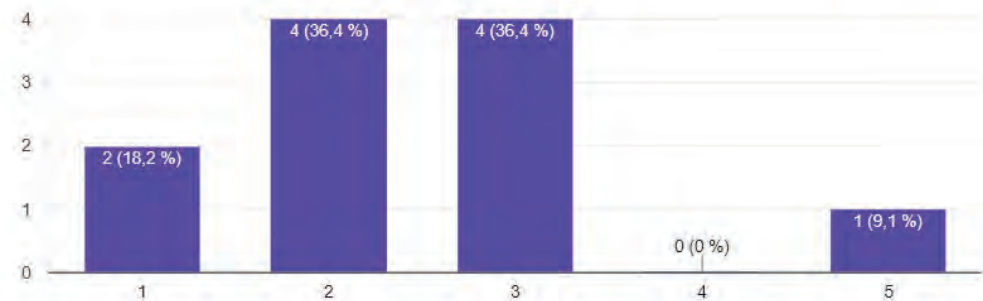
Faltaban flechas

Hay demasiado texto

Ho vas entendre tot?

 Copiar

11 respuestas



Vam anar amb un home que ens ho explicava tot però erem molts nens i n'hi havien tantes coses que no escoltàvem molt al guia.

Després de la visita

Compartir

Cap usuari acostuma a compartir aquesta experiència en xarxes socials. Això ens dificulta promocionar-nos a través d'aquestes. Necessitem un trend o incentiu per a què els usuaris pugin contingut del museu a les seves xarxes socials.

Recomanacions d'usuaris

Els usuaris destaquen:

- Hi ha massa text
- Les pantalles interactives donen problemes

Podríem posar llapisos tàctils per a les pantalles tàctils (ja que no detecten bé els dits) i proporcionar resums o recursos visuals per a cridar l'atenció i no fer monòtona l'explicació.

la interactivitat y mucho texto sabes?

Hay demasiado texto y las pantallas interactivas a veces dan problemas

Que fuese mas dinamico sin tanto texto

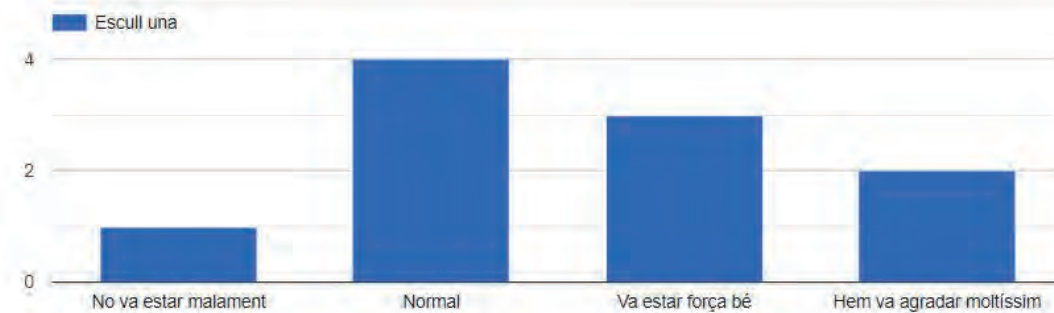
Conclusions de les enquestes

Hem de crear una experiència més memorable que cridi l'atenció dels joves i ens ajudi a promocionar-nos.

Podríem renovar la web per tal de ressaltar les activitats més conegudes, promocionar les activitats escolars, vendre bé tot ho que ensenyem (perquè la gent vol aprendre coses noves) i proporcionar un apartat on hi hagi un feedback amb l'usuari (relacionat amb les xarxes socials) que parteixi d'una experiència interactiva relacionada amb les activitats del museu.

La vostra experiència ha estat memorable?

 Copiar



05 Usuaris i escenaris

Prototipatge d'un usuari que englobi el nostre target per fer servir de referència a l'hora de posar-nos en el paper de què es poden trobar al museu i com solucionar-ho.

FASE ANALÍTICA

Escenari de la Júlia

La Júlia sempre s'assabenta de tot ho que està de moda a les xarxes socials. Es guarda en una carpeta totes les activitats interessants que es poden fer a Barcelona o al voltant, ja que es ho que tenen més a prop el seu grup d'amigues.

Com tots els divendes, surten a fer una excursió organitzada per ella. Com va veure posts d'activitats del Museu Marítim de Barcelona a Instagram, ha reservat l'activitat de "Nit de les ànimes" a través de l'app, fixant-se sobretot en les opinions dels usuaris i les imatges adjuntes.

L'excursió va ser un èxit i les fotos van anar directes a l'àlbum del grup d'amigues com un nou record.

Júlia

Martí



19 anys

Estudiant de comunicació
a la universitat

Granollers, Barcelona



Sobre mi

Visc amb els meus pares.
Sempre estic amb les meves
amigues, som un grup molt rialler i
fem molt contingut per a xarxes
socials.
Disfruto ballar, fer bromes, sortir
(sobretot viatjar), i organitzar
sortides originals per passar la
tarda.
Sóc molt extrovertida i aventurera.

Coneixements tècnics/socials

Xarxes socials

Cultura general

"El meu dia comença i acaba a les
xarxes socials; són la meva
safe-place"

Frustracions

Quan organitzo excursions i activitats per al meu
grup d'amigues d'a vegades trobo informació falsa
a les xarxes socials o perdo
oportunitats perquè m'assabento massa tard.

Motivacions

A internet trobo tota mena d'activitats i continguts
que utilitzo dia a dia. M'agrada compartir per xarxes
socials les meves experiències tant als meus amics
com a la gent que li pugui agradar.
També em permet tenir guardat totes les meves
experiències per veure-ho després. Molt del meu
contingut busca treure un somriure a la gent.

Referent al nostre projecte

M'interessen possibles activitats que es puguin fer
al museu que involucrin al meu grup d'amics. Crear
una experiència que pugui compartir a les xarxes
socials i recomanar-ho. Poder passar una bona
estona, aprendre i recordar-ho amb les meves
amigues.

Escenari d'en Sebastià

En Sebastià ha sortit a fer skate amb els seus amics per Barcelona. Es comencen a aburrir i busquen alguna activitat divertida per la zona.

A les xarxes socials troben una noia que parla sobre les activitats del Museu Marítim de Barcelona.

A l'app, troben molta informació d'activitats divertides i decideixen per votació quina volen fer.

Un cop allà, realitzen l'activitat i comparteixen l'experiència a xarxes socials mitjançant fotografies.



"El meu dia a dia consisteix en deixar-me emportar pels estímuls fora de la rutina"

Sebastià Vidal

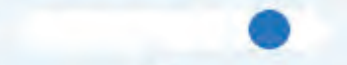
17 anys Estudiant de batxillerat social

Mollet del Vallès, Barcelona



Coneixements tècnics/socials

Xarxes socials



Cultura general



Sobre mi

Visc amb la meua germana i la meua mare.

M'agraden els esports, les activitats físiques i sortir amb els meus amics.

No tinc una rutina; visc cada dia aprenent coses noves i fent activitats espontànies amb els meus amics.

Frustracions

Busquem constantment possibles excursions, com ho fem de forma espontània, a vegades no trobem res.

No tinc cotxe, les meves sortides es limiten al transport públic.

Motivacions

Vull aprendre i viure la vida al màxim. Crear tot d'experiències amb els meus amics i família.

No vull viure tancat, vull experimentar i conèixer món i història.

Referent al nostre projecte

Troblem moltes de les activitats que fem a les xarxes socials.

La web del MMB té moltes activitats que ens criden l'atenció.

Si les activitats s'actualitzessin tornariem a anar. També seria una raó per tenir la web/aplicació permanentment al mòbil.

06 Pregunta de recerca

Definim què volem esbrinar. La pregunta de recerca és un dels primers passos metodològics que es duu a terme quan s'emprèn una recerca. Aquesta pregunta serà una pista de per on començar a treballar i ens ajudarà a focalitzar el treball, a organitzar quines accions hem de dur a terme, i en els moments d'ambigüitat ens guiarà en la presa de decisions.

FASE ANALÍTICA

Resum

La conclusió de les enquestes és que hem de crear una experiència més memorable que cridi l'atenció dels joves i ens ajudi a promocionar-nos.

Podríem renovar la web per tal de ressaltar les activitats més conegudes, promocionar les activitats escolars, vendre bé tot ho que ensenyem (perquè la gent vol aprendre coses noves) i proporcionar un apartat on hi hagi un feedback amb l'usuari (relacionat amb les xarxes socials) que parteixi d'una experiència interactiva relacionada amb les activitats del museu.

Com el nostre target són joves; la nostra millor opció per a promocionar-nos i donar-nos a conèixer entre ells són les xarxes socials i les tendències.

Ens cal un projecte que funcioni en xarxes socials, que pugi fer el MMB més conegut i que arribi fàcilment als joves.

Pregunta de recerca

“Com pot ser una app per al Museu Marítim de Barcelona que permeti conèixer el contingut d'aquest espai mitjançant la gamificació, que resulti atractiva per a la gent jove i que després l'experiència inciti a compartir-ho a les xarxes socials, creant tendència i així serveixi com a promoció per arribar a més públic?”.

07 Sensemaking

L'objectiu principal d'aquesta tècnica és revisar tot el material obtingut durant la recerca i convertir-la en unitats d'informació manejables amb les quals treballar durant l'anàlisi. Per a això, anirem revisant tot el material i escrivint cada idea clau en una nota adhesiva o post-it.

FASE ANALÍTICA

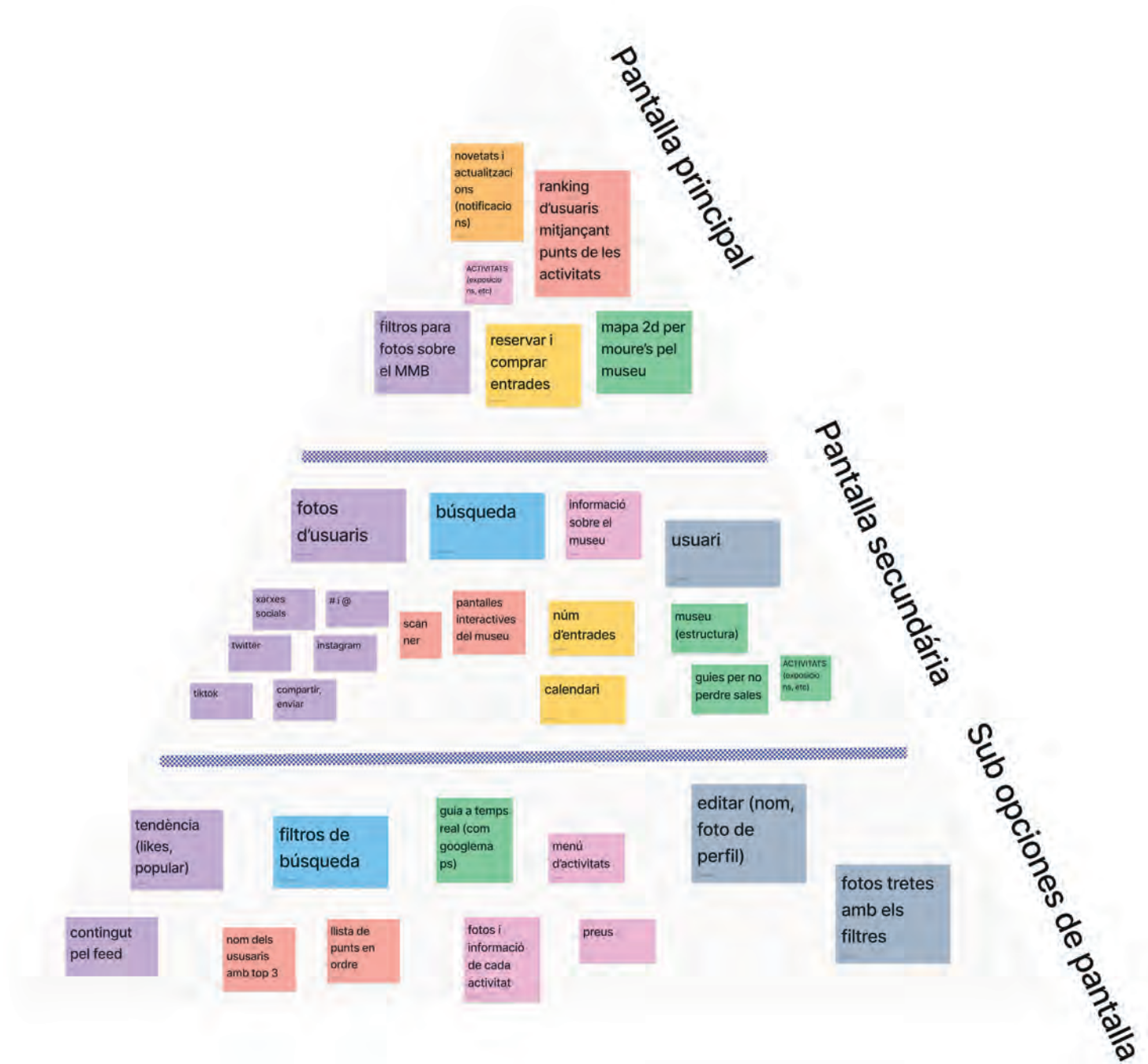
Pluja de idees



Agrupació



Jerarquia

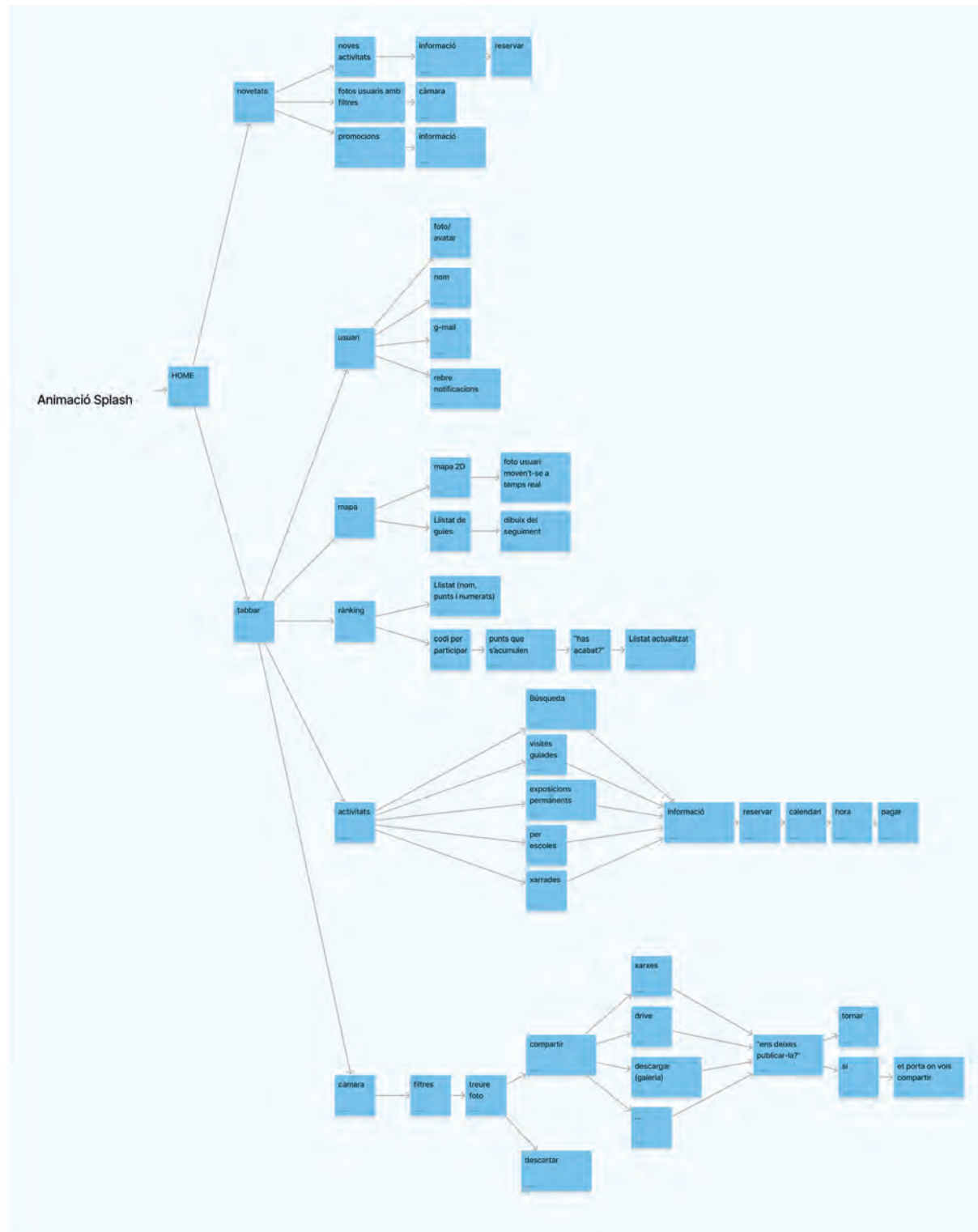


08 Estructura

Conjunt del flux de navegació, el sketch, la retícula i els wireframes.
Aquests són els esbossos del disseny d'una aplicació i serveixen per començar a donar-li forma amb coherència i idees clares de base.

FASE CREATIVA

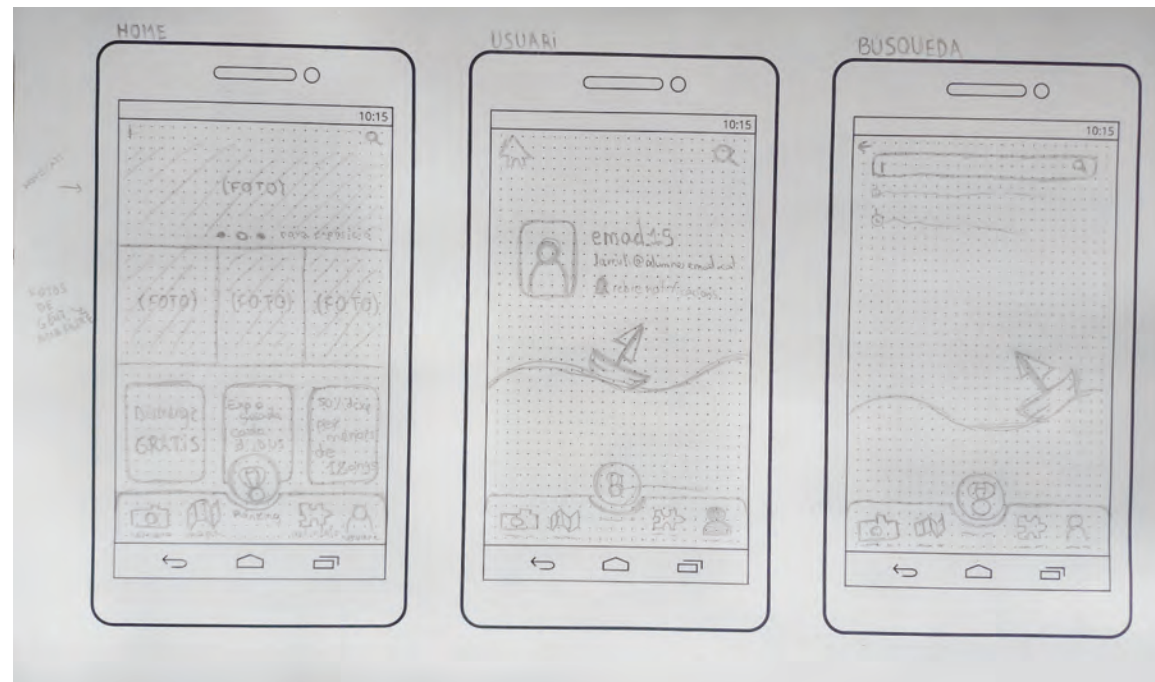
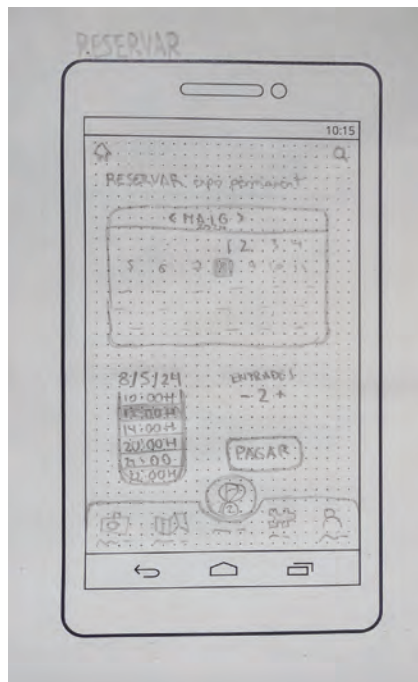
Flux de navegació

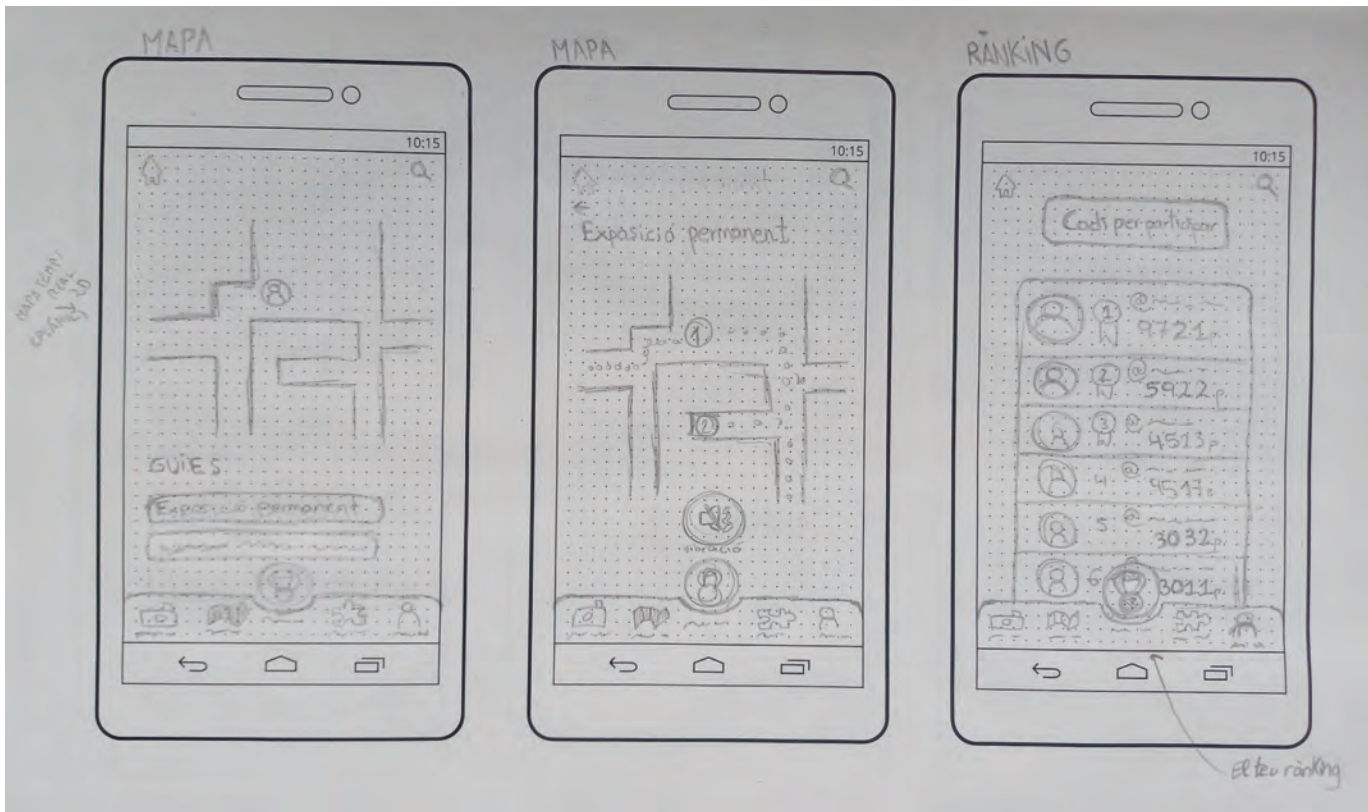


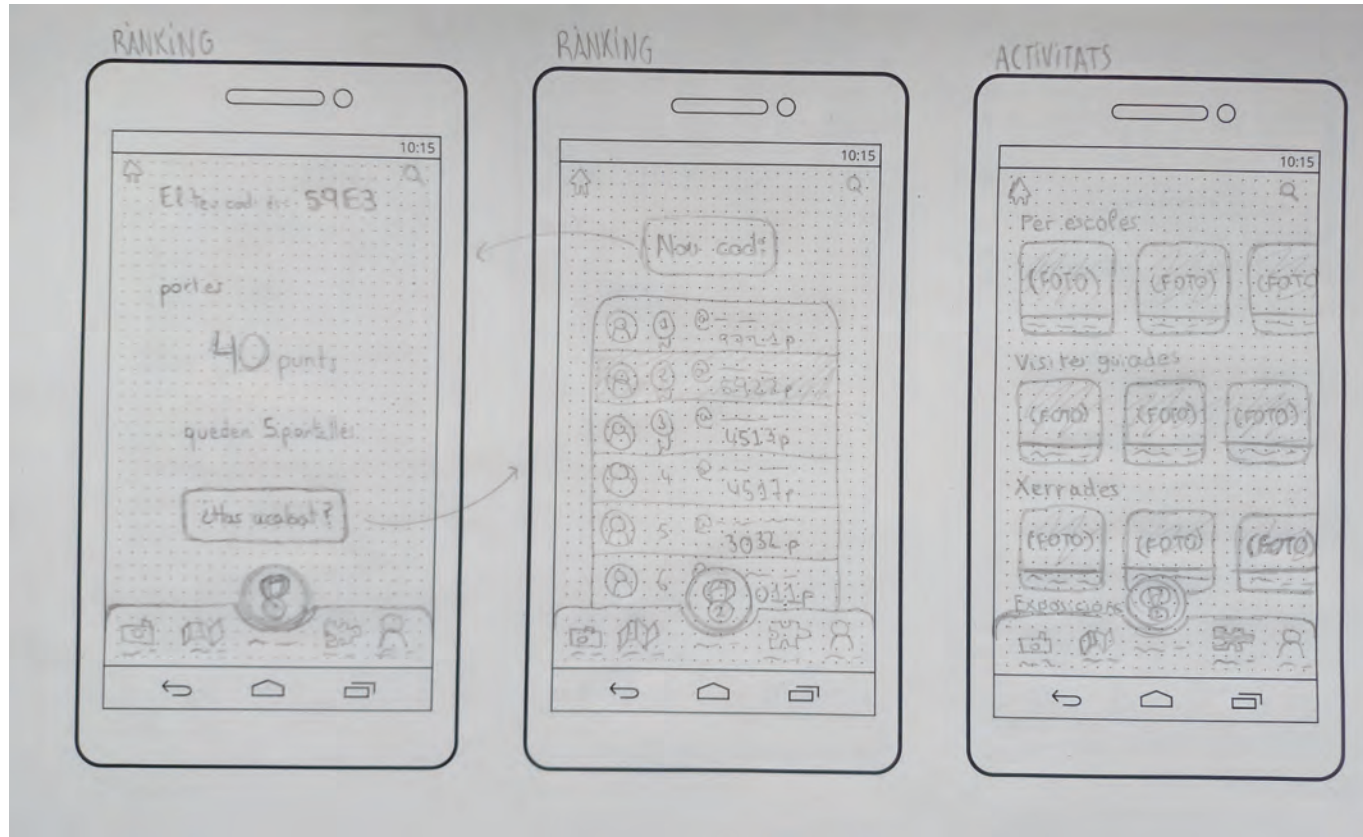
Funcions

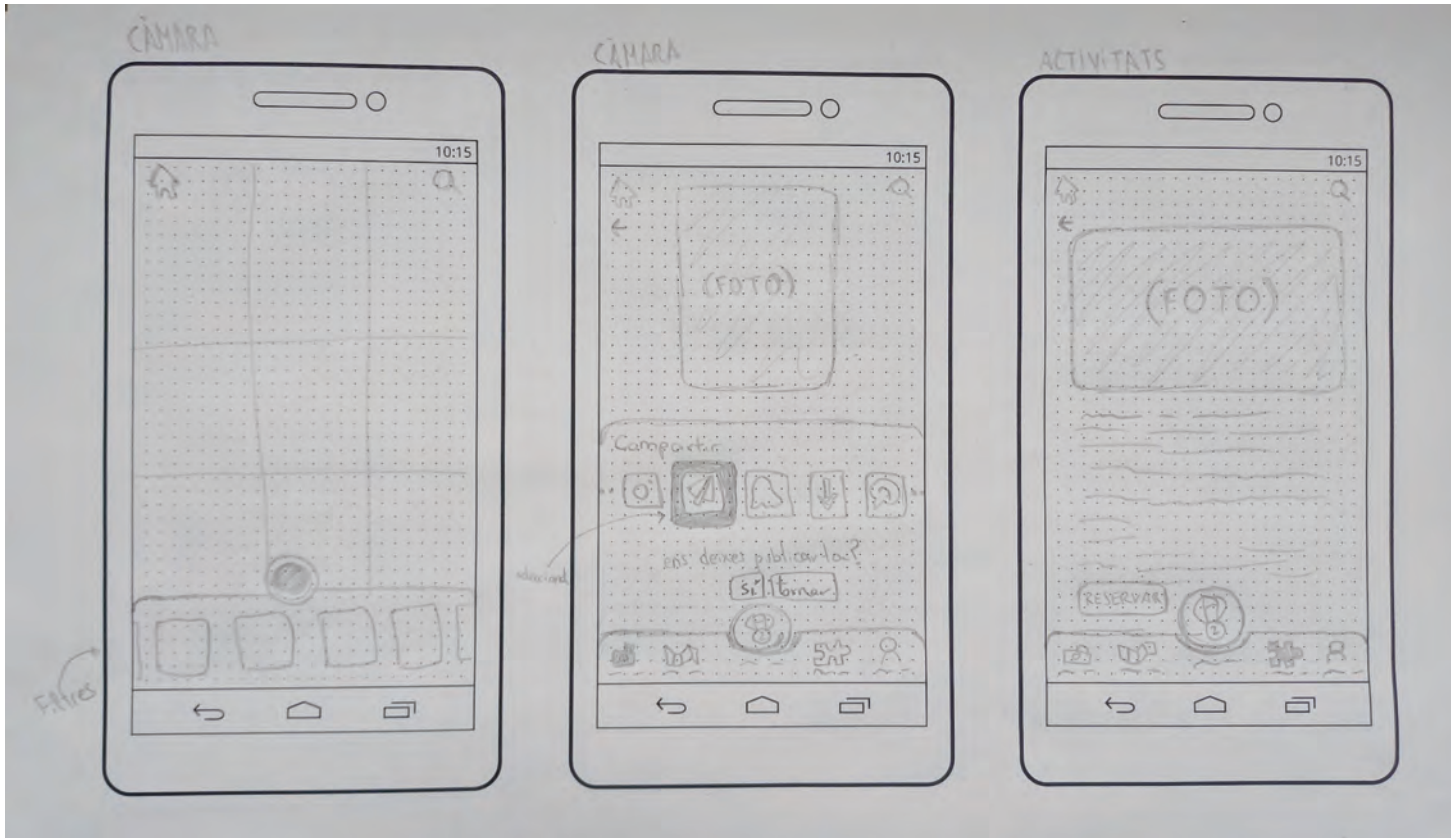


Sketches







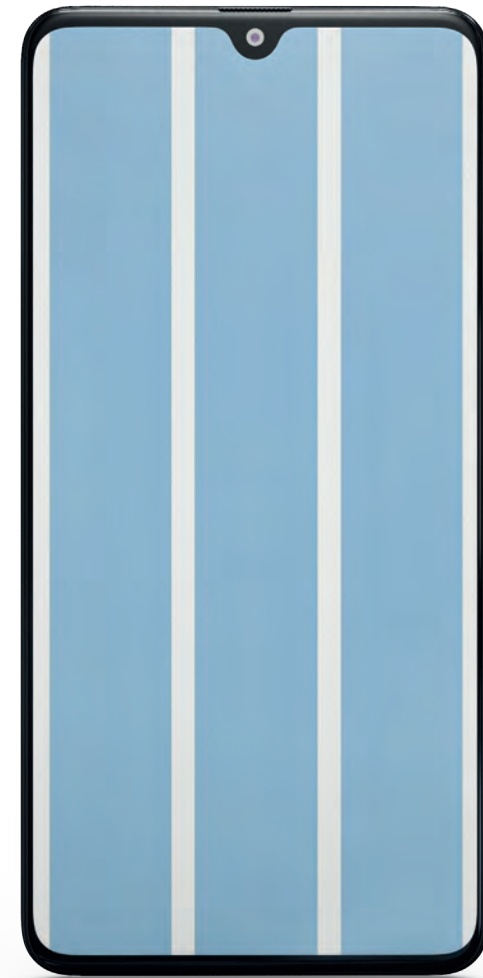


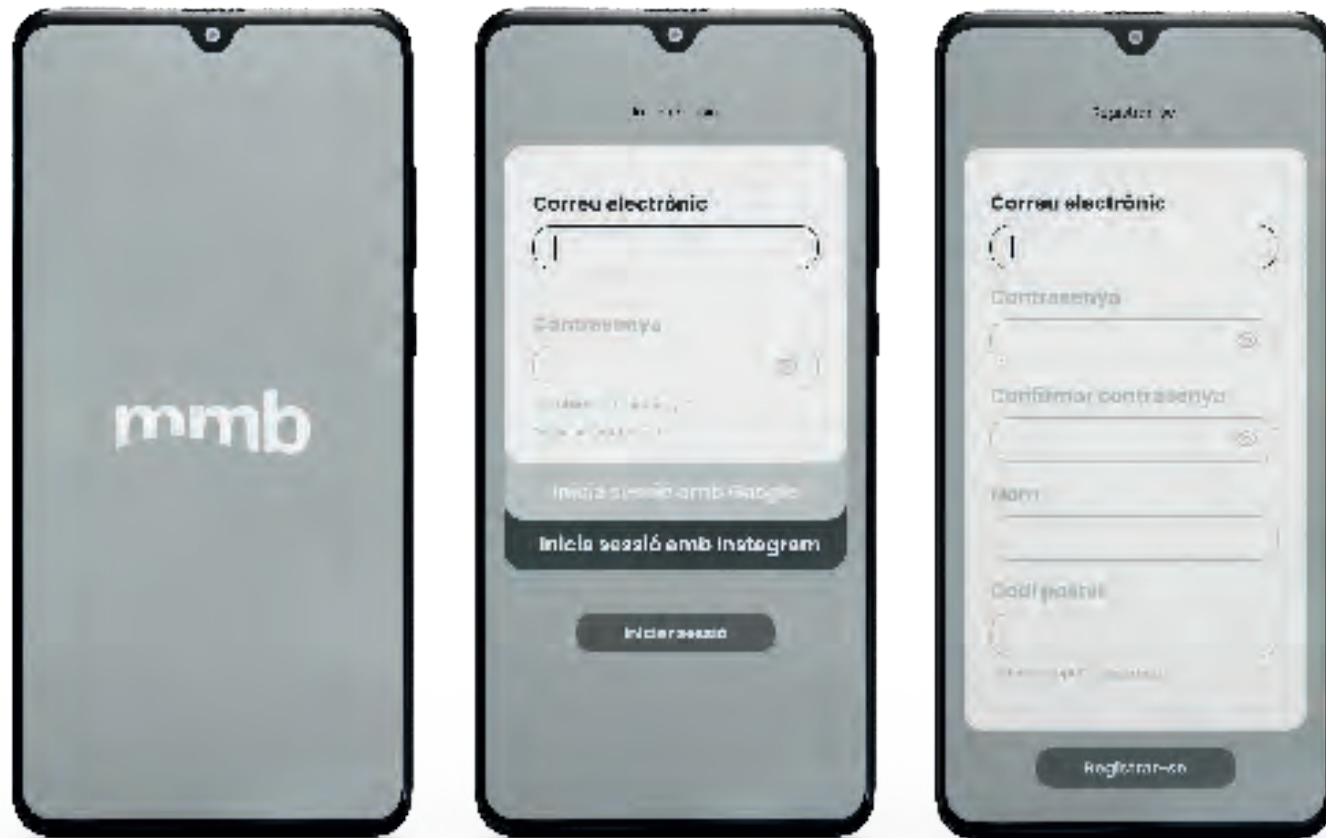
Retícula i wireframes

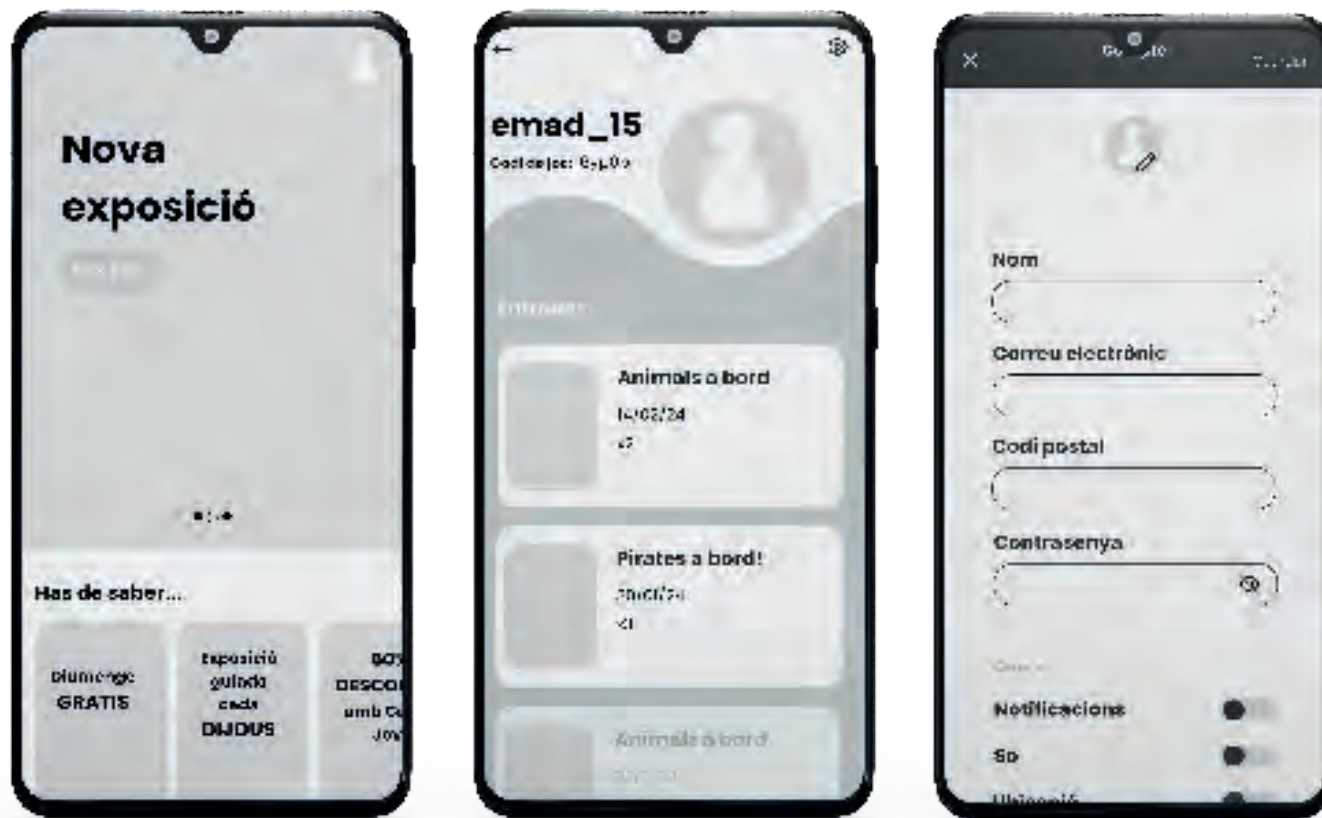
La retícula compta amb 3 columnes de 104 píxels, separats per una medianil o espai de 20 píxels entre cadascuna.

El dos marges dels costats són també de 20 píxels, ho que ho fa simètric perquè la pàgina no sembli carregada.

Els wireframes són esbossos digitals que serveixen de base per començar a dissenyar l'aspecte de l'aplicació i visualitzar com maquetarem la informació.



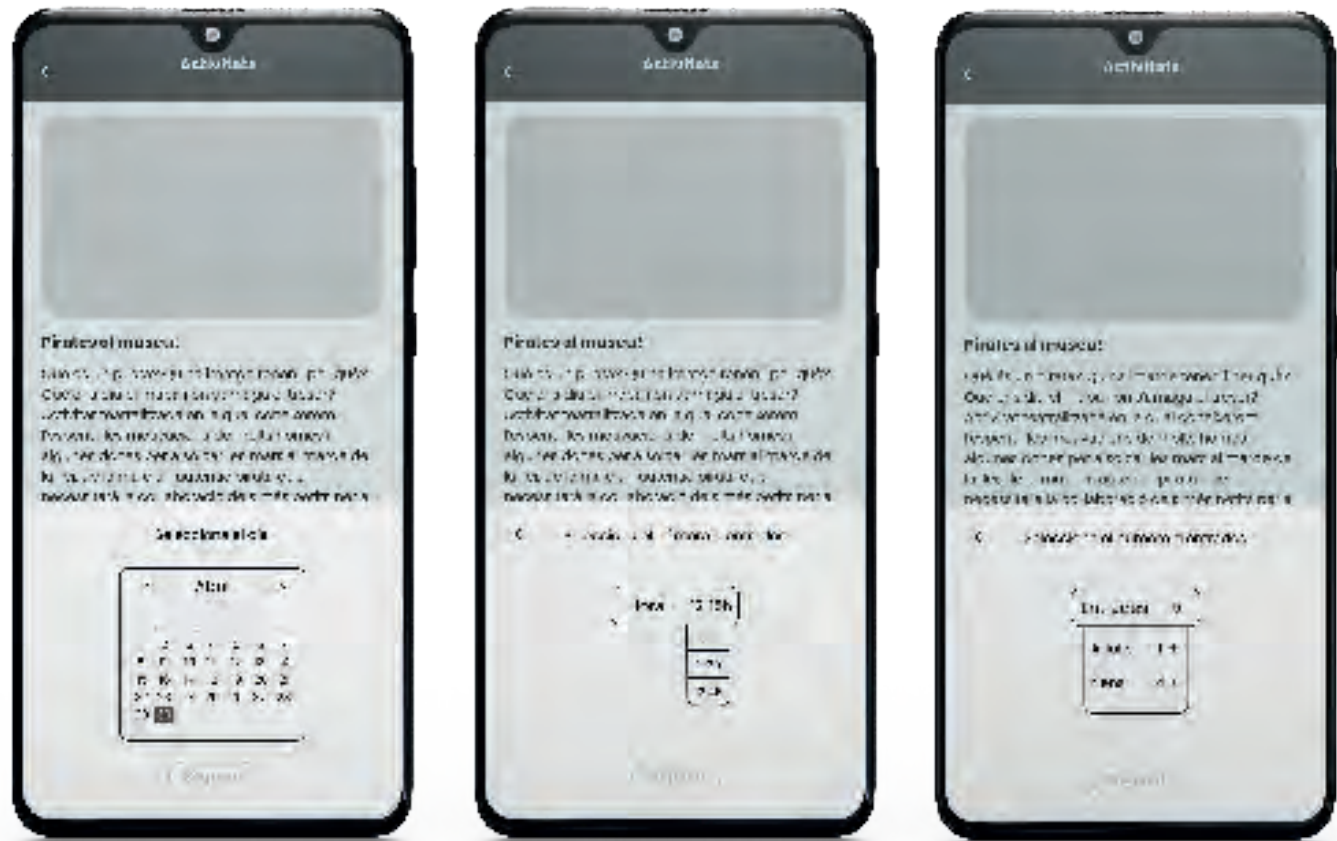














Evolució

La proposta va començar als sketchos amb la funció d'usuari a la tabbar i la home com a icona amunt a la esquerra. Mentre que adalt a la dreta havia una opció de búsqueda.

Finalment, vam veure que l'apartat d'usuari no tenia tanta importància com la resta de funcions de la tabbar o que l'inici. I l'opció de búsqueda resultava contraproductent, ja que resulta millor invitar a l'usuari a investigar navegant per l'aplicació per trobar més informació i cridar-li l'atenció amb les diferents funcions.

La secció del mapa és molt més visual i el rànking té menys passos per a que a l'usuari li resulti més fàcil i atractiu fer-la servir.

A més, l'usuari s'ha expandit amb més opcions i informació útil.

Aprentatges

Testem els wireframes. Ens donem compte de ;

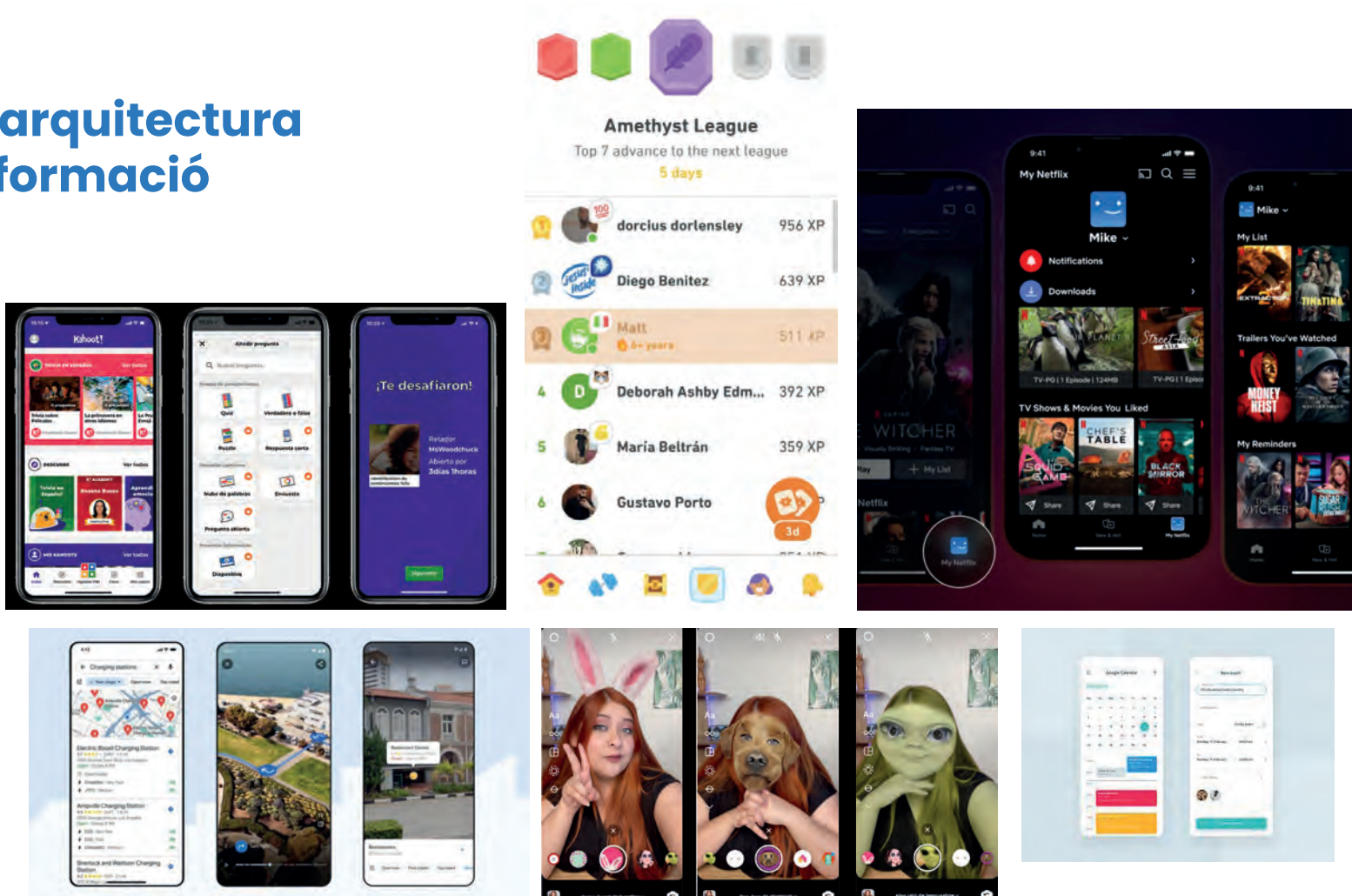
- Cal expandir la Home, dona la primera impressió a l'usuari i té molt de pes a l'aplicació.
- Hi ha botons com el "guardar" de la càmera incòmodes per l'usuari. Hem de canviar el format.
- Menús innecessaris com les seccions del mapa, hem d'integrar millor aquesta pantalla.
- Més varietat visual i de informació a l'apartat d'activitats.
- La part de la reserva és una acció important que ha de tenir més importància visual i espai.

09 Moodboard

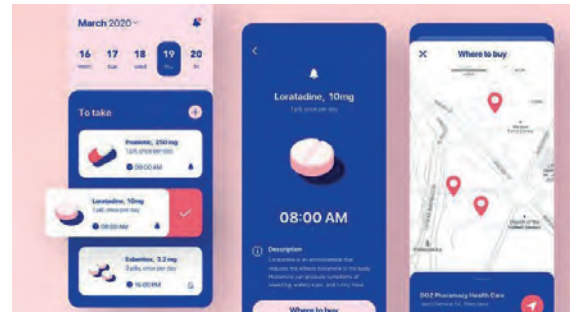
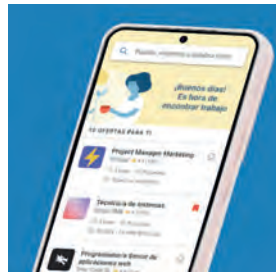
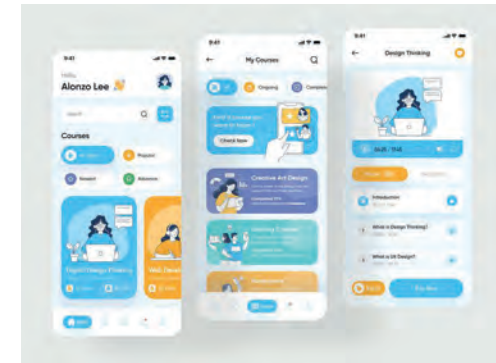
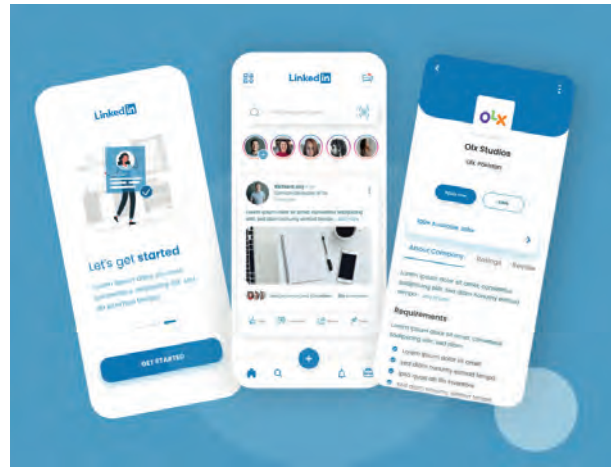
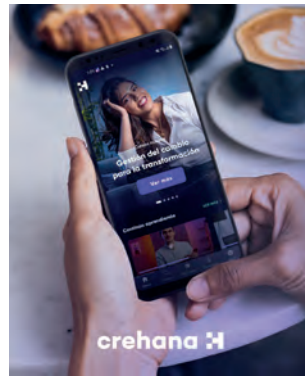
Fem un recull d'imatges (tant de l'arquitectura de la informació com de l'aspecte visual) de les apps que creiem que ens puguin servir de inspiració per a la nostra futura app.

FASE CREATIVA

Sobre l'arquitectura de la informació



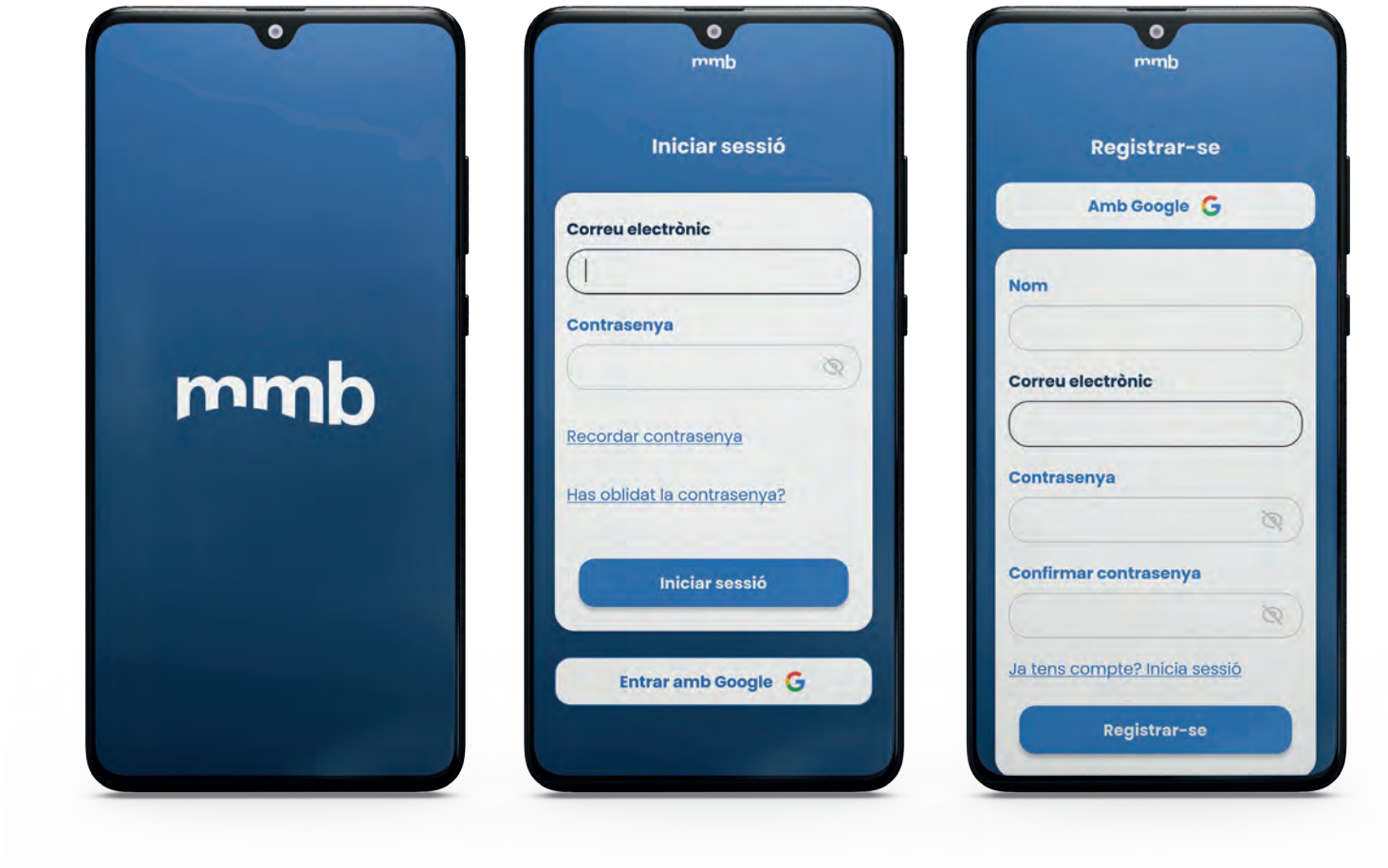
Sobre l'aspecte visual



10 Mock up app

Proposta final. Veiem com serà l'aplicació i com funciona.

FASE CREATIVA



Login

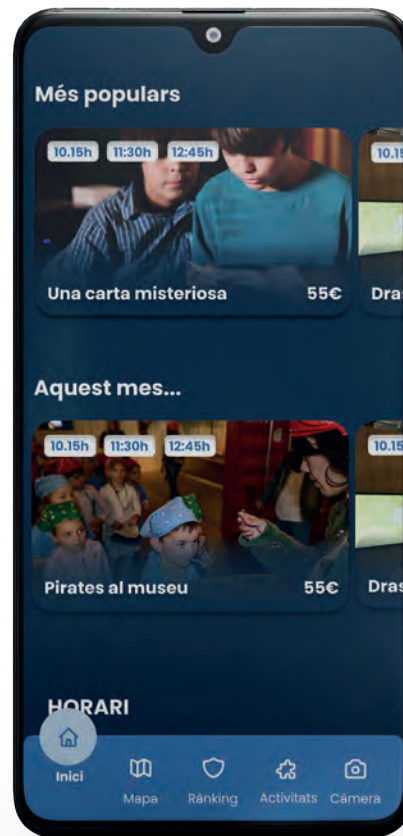
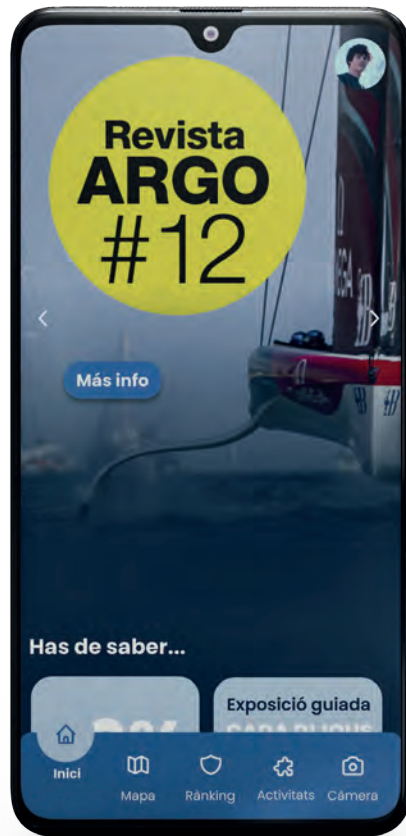
L'usuari es registra o inicia sessió.
Cal tenir un compte a l'app per poder comprar
les entrades a les activitats dle museu.

Gràfica

Començem amb el logo simple per donar una
identitat clara des de el principi.

Com encara no ets a l'aplicació com a usuari
(perque no estàs registrat) mantenim aquest
fons per no sortir d'aquest login.

La tipografia poppins s'ajusta a l'estil gràfic
de la marca porque té aquest aspecte senzi-
ll i modern. L'aspecte arrodonit de l'aplicació
també s'inspira en la tipografia, i el color és el
corporatiu del museu, per fàcil relació.



Inici

La pàgina inicial o "Home" és la primera impressió de l'usuari. Busquem cridar-li l'atenció amb diferents estímuls visuals i li donem la informació bàsica per què no hagi de navegar gaire per trobar ho essencial.

Gràfica

Destaquem la diferent informació principal del museu en diferents formats per no aburrir l'ull de l'usuari i per cridar l'atenció en diferents punts. També per això posem la informació amb scroll, perquè el target jove està acostumat a aquest format per altres xarxes socials com TikTok i Instagram.



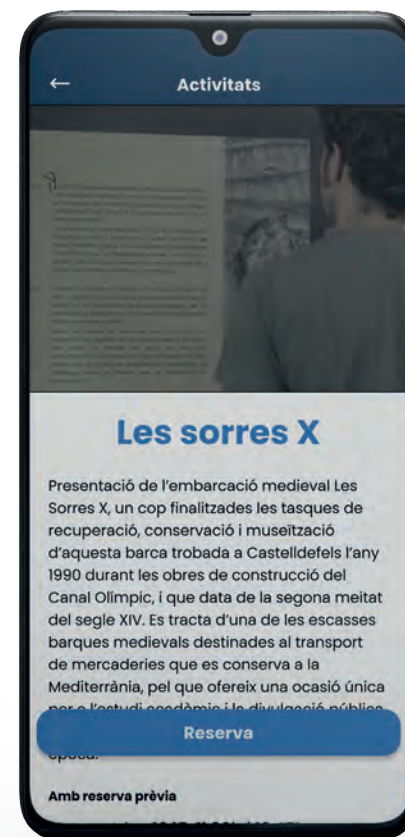
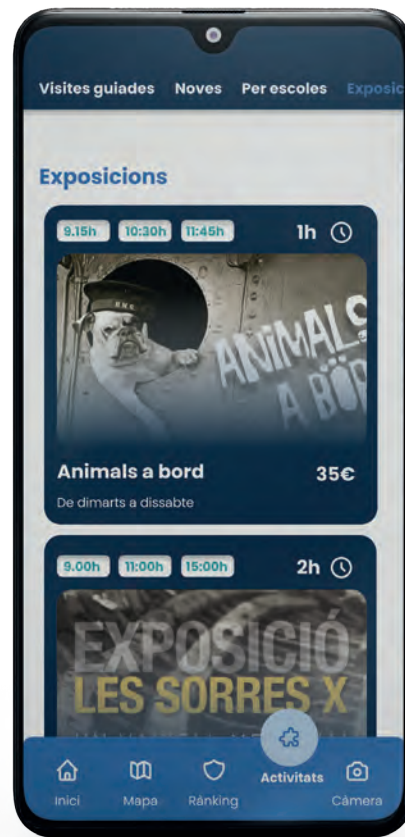
Usuari

Aquí es troba tota la informació personal de l'usuari.
Se li permet modificar al seu gust el seu compte, consultar les seves entrades i la política de privadesa.

Gràfica

Li donem un aspecte més personalitzat a l'apartat d'usuari.

Mantenim la foto de perfil sempre perquè quedi constància d'on és l'usuari, ja que s'accedeix a aquest apartat clickant la foto de perfil.



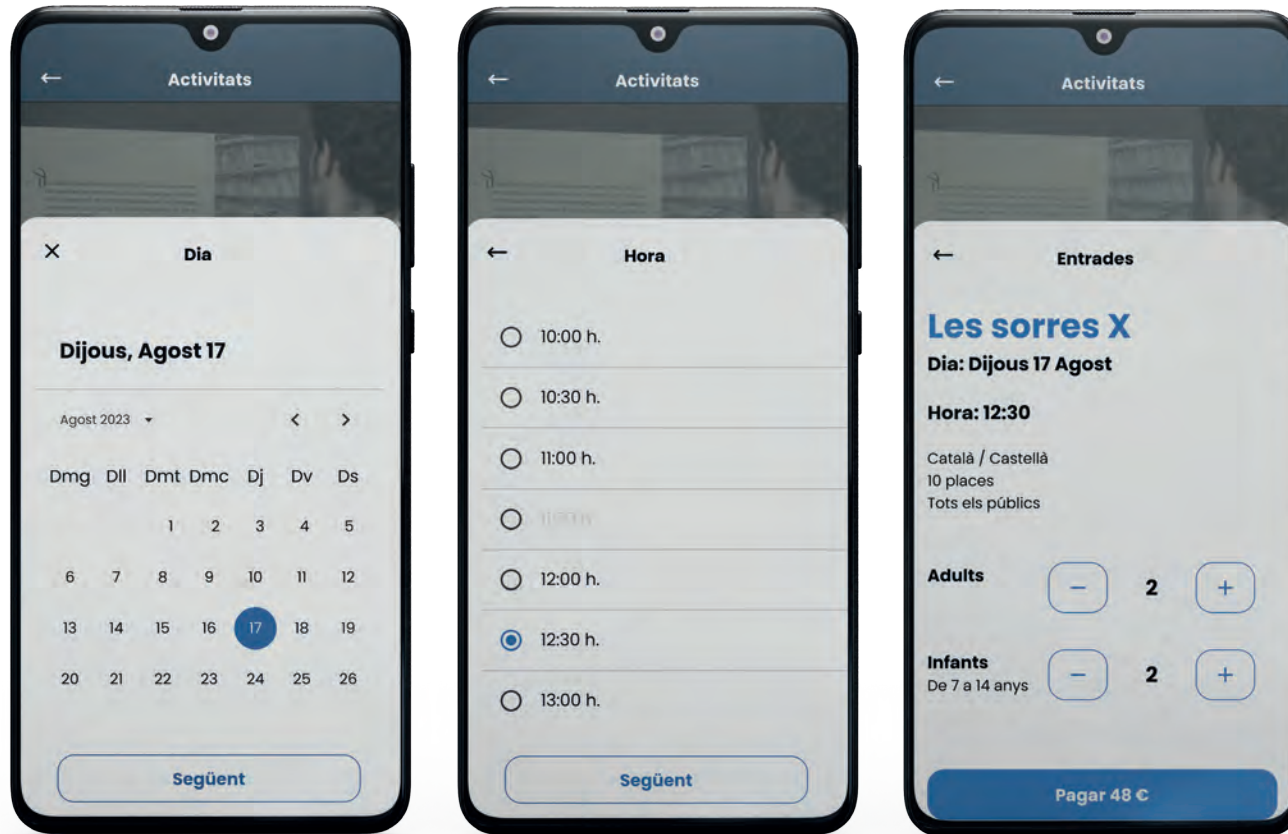
Activitats

Arribes directament des de la tabbar perquè és una funció principal.
Aquí l'usuari pot saber més sobre les nostres activitats per incitar-ho a venir al museu.

Gràfica

Agrupem la informació de cada activitat en caixes perquè la informació quedi agrupada i fàcil de trobar.

Mantenim el botó de reserva a la pantalla en tot moment perquè volem incitar a l'usuari a fer click.
El vídeo de fons ho fa més visual i atractiu perquè així poden imaginar com serà l'activitat.



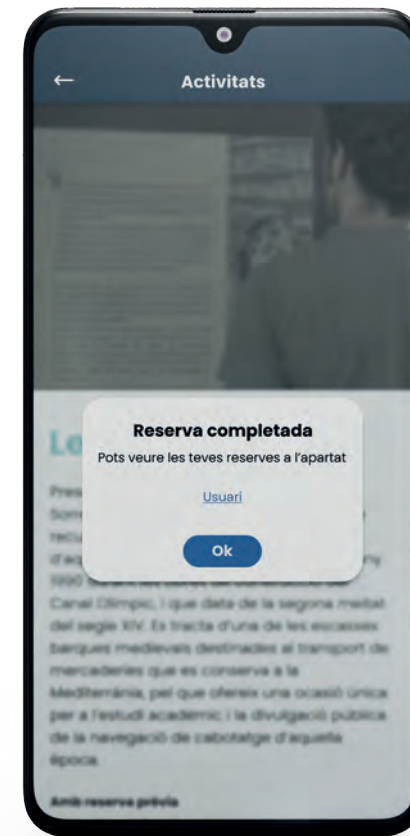
Reserva

La reserva és un espai vinculat a l'activitat (per a que no es senti massa secundari o inclus llarg) i és ràpida de completar, clara i amb espai perquè l'acció és important per a l'usuari. Amb resum de la compra i aclaració de que s'ha complit el pagament.

Gràfica

Mantenim l'activitat de fons per donar constància de que segueixen parlant d'aquesta activitat però amb un fitre borròs per a donar-li un segon pla, ja que ho important per a l'usuari és la reserva.

El blau és el color accent que deixa segur a l'usuari que està fent correctament la reserva.





Rànkig

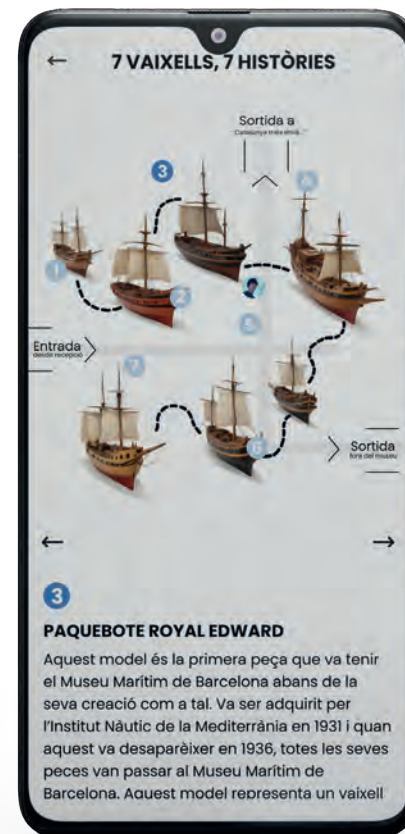
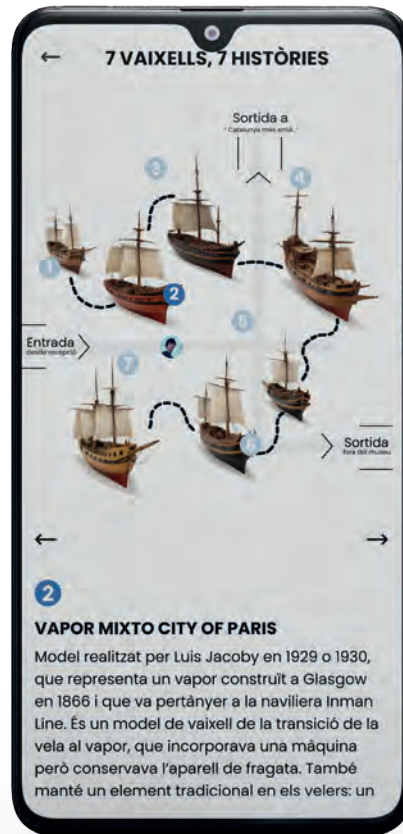
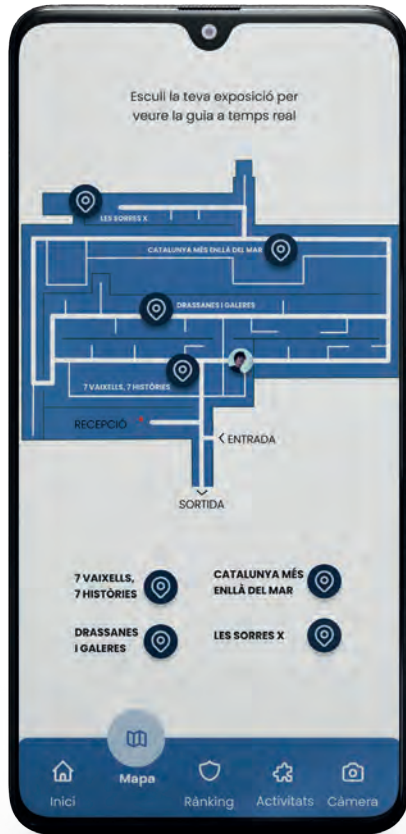
Com ens dirigim a un target jove, gammifiquem l'experiència del usuari. A les pantalles interactives del museu, insertes el codi que et dona l'aplicació i competeixes per qui te el millor puntatge en els minijocs del recorregut del museu.

Gràfica

Li posem unes medalles al top 3 guanyadors per donar-li importància a aquests puestos, a més de pujar l'escala d'aquests.

Marquem l'usuari amb un background diferent per ser fàcil de trobar i posem els punts a temps real en gran per a que l'usuari sigui conscient en tot moment de la seva puntuació.

Tenir-ho tot en una sola pantalla fa l'experiència més senzilla.



Mapa

Facilitem la visita a l'usuari.
Li proporcionem un mapa general i unes guies a temps real per assegurar-se, no nomès de saber on és, sinò que també de no perdre's cap part de les exposicions, ja que son grans i amb diferents camins.

Gràfica

Deixem un background senzill per entendre millor els elements del mapa. Li donem accent a l'ubicació fent servir un blau més fort o botons amb ombres que destaquen sobre el fons.

Fer servir la foto de perfil com a ubicació a temps real li dona a l'usuari una experiència més personalitzada i fàcil d'entendre.



Càmera

Els filtres del museu; amb aquesta part de l'aplicació complim 2 propòsits.

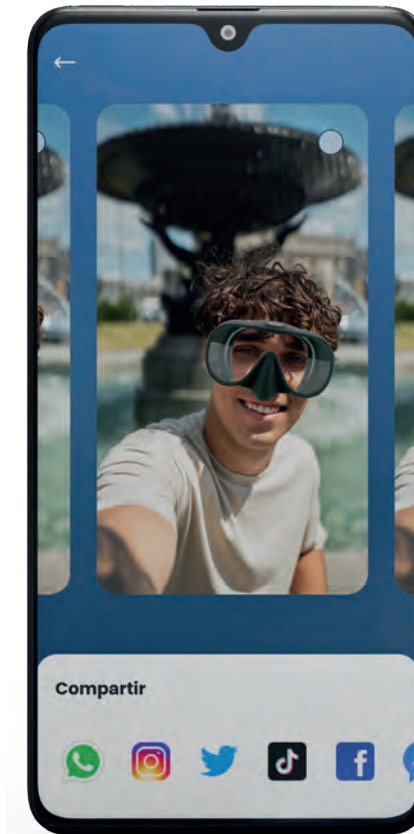
1. Que els joves tinguin records de la visita al museu, ja que, gràcies a les entrevistes i les enquestes, sabem que suposa un problema que no s'enrecordin de quasi res.

2. Per guanyar publicitat amb aquest target, la manera més fàcil es arribar a ells a través de les xarxes socials.

I si els nostres clients es treuen fotos, ho més segur es que ells mateixos els publiquin a les xarxes.

Gràfica

Li donem ombra als botons per destacar-los del fons i li donem espai i importància a la càmera, a la foto.

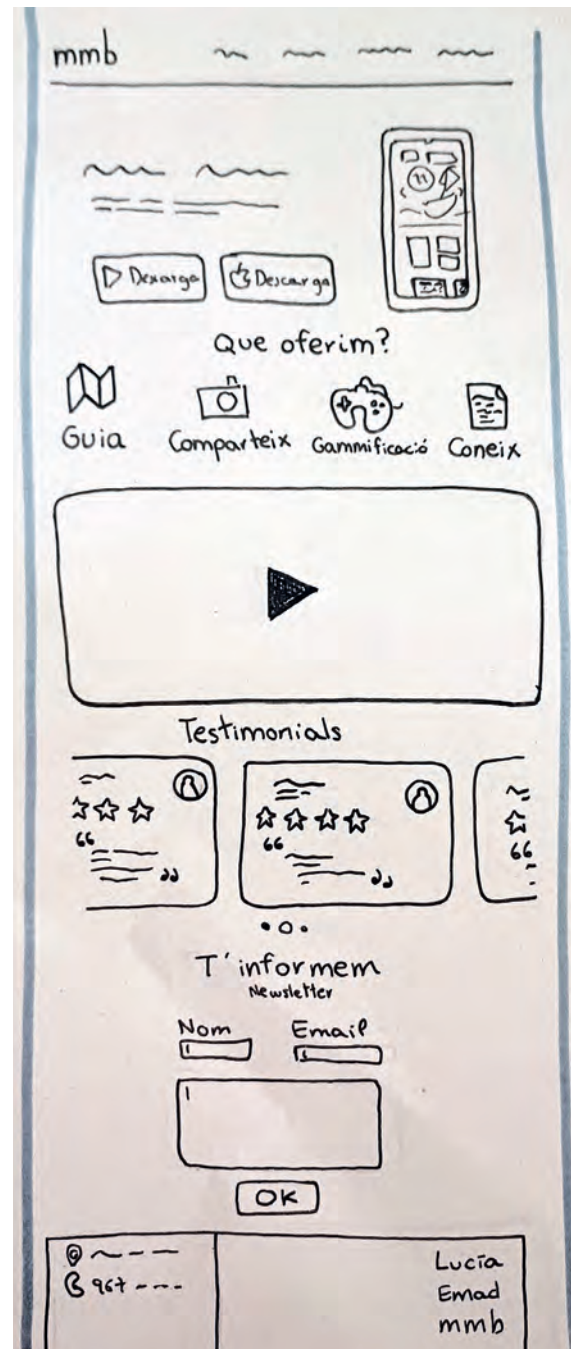


11 Elements de promoció

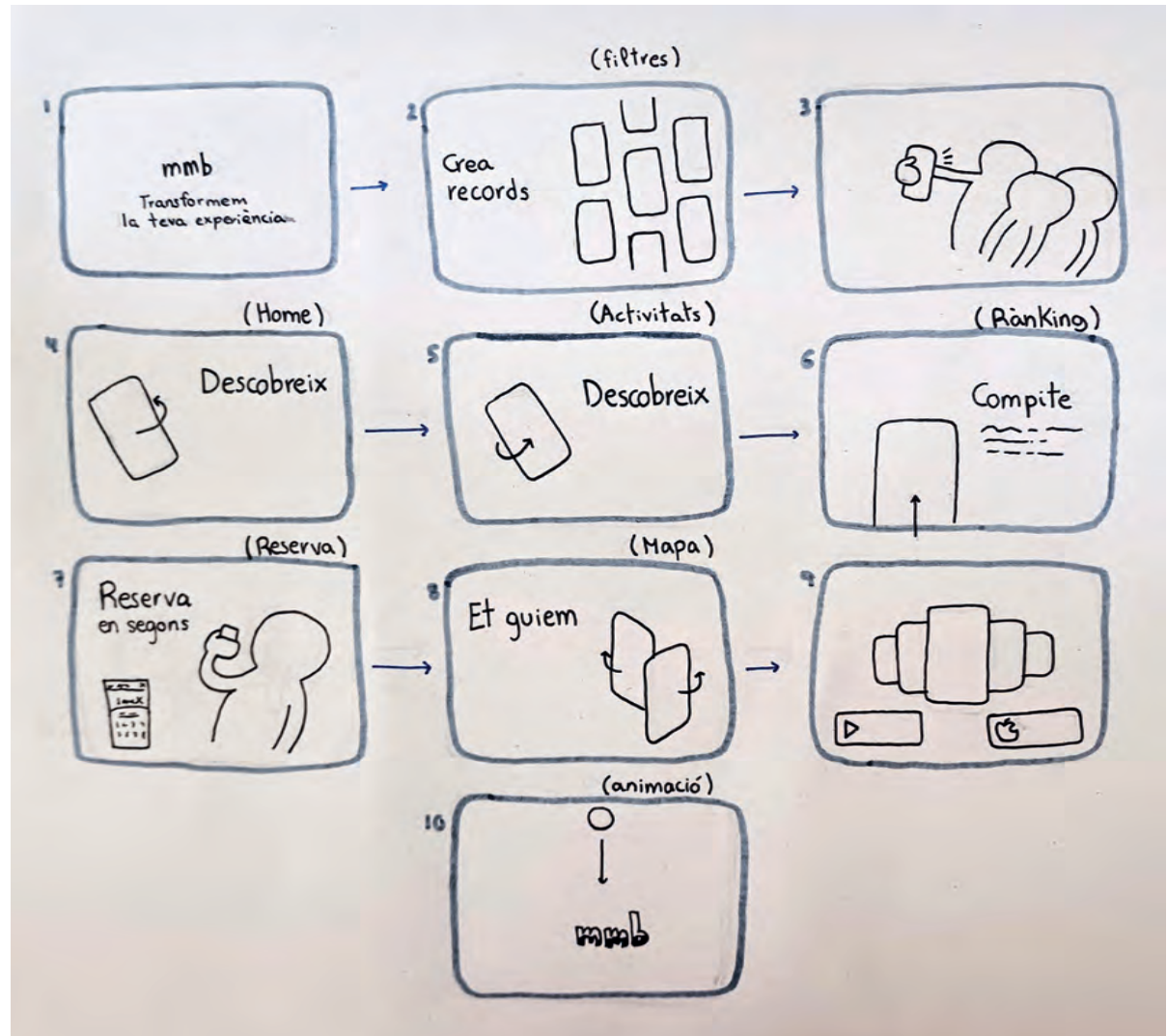
Promocionem l'aplicació a partir de una pàgina web sobre aquesta i un video promocional a mode d'anunci.

FASE CREATIVA

Esbossos de la landing page



Storyboard del video promocional



12 Tester

Li demanem als testers que facin servir la nostra aplicació per saber si és ho suficientment intuïtiva i agradable per l'usuari o si, pel contrari, te pantalles que suposen problemes o no s'entenen gaire.

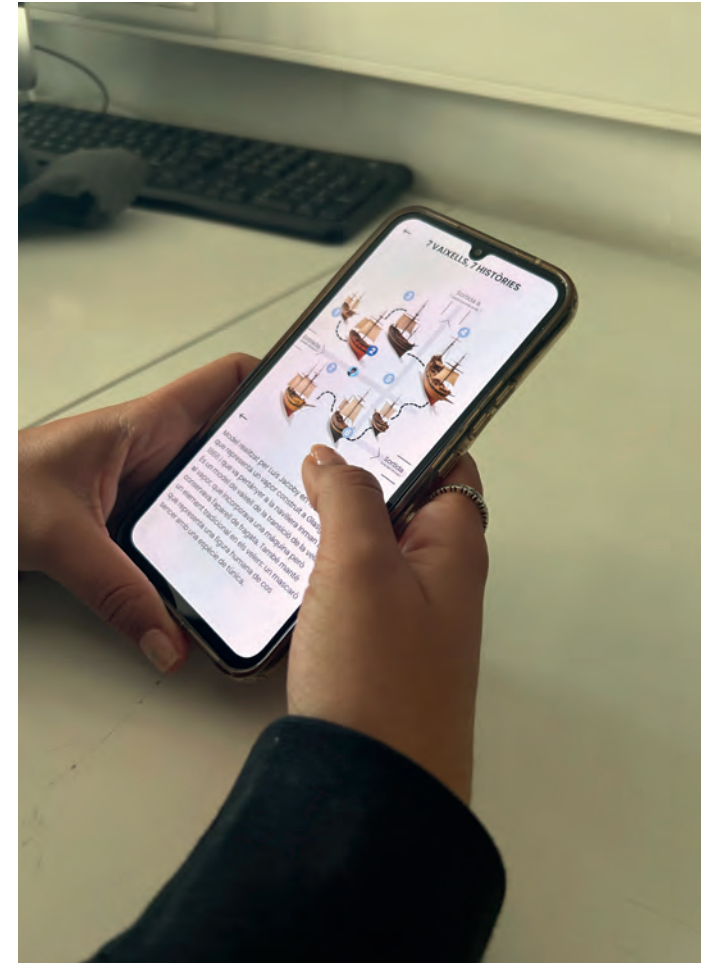
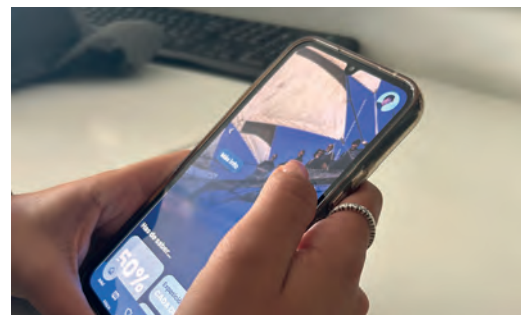
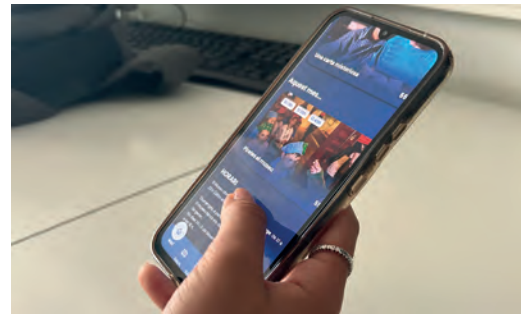
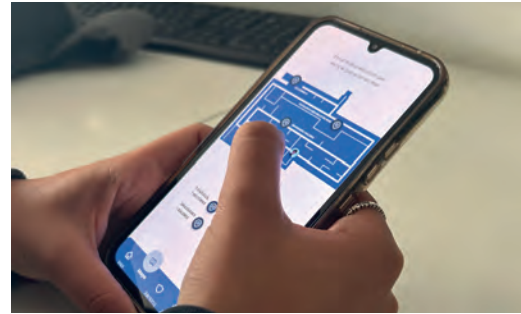
FASE PROTOTIPATGE

Tester 1

La tester número 1 creu que l'apartat del mapa està molt ben resolt i la home és molt atractiva.

Tot i així, nomès remarca que la tabbar hauria d'ocupar més lloc, amb més marge.

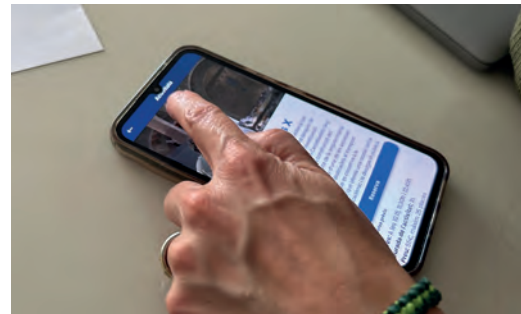
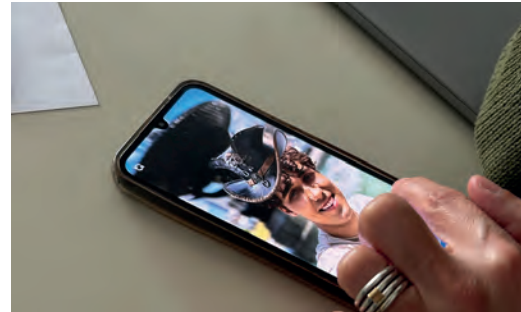
També vam veure que el text del mapa presentava problemes d'alineació a l'hora de presentar l'app en format mòvil.



Tester 2

La tester número 2 deia que era molt bon treball, espais nets, bonics i s'entenen bé. Li sembla divertit l'apartat dels filtres.

En contres, pensa que els titulars s'haurien de baixar perquè depenent del mòbil es poden tallar amb la càmera frontal. A més, les caixes d'activitats que es troben a la home haurien de ser més petites, perquè es notes millor que hi ha un scroll horitzontal.



13 Valoració heurística

Per tal de veure si l'aplicació està bé, ens preguntem:

És senzila d'utilitzar el primer cop?

Quant de temps necessiten els usuaris per aprendre a realitzar les tasques i quant riguen en recordar com es fan servir després d'un temps ausents?

Quants errors fan els usuaris, com són de greus i quan de temps triguen a solucionar-ho?

Després de fer servir l'App, els usuaris senten que han solucionat la seva necessitat?

FASE ANALÍTICA

Visibilitat estat del sistema

Totes les pantalles comencen amb un títol o capçalera que descriu el contingut?

No, només les secundaries, que no tenen una tabbar que indiqui on són.

El disseny de les icones és consistent entre elles i amb el disseny de l'aplicació?

Sí, son arrodonides i amb un traçat gruixut, semblant a la tipografia de l'aplicació "Pop-pins".

La icona o l'element seleccionat es destaca d'altres icones o elements que no estan seleccionats a l'aplicació?

Sí, tenen una variant anomenada "hover" amb altres característiques al botó normal.

L'usuari pot saber on es troba en un moment donat?

Sí, mirant la tabbar o la capçalera.

Quan finalitzeu un procés, el sistema proporciona un feedback per a l'usuari?

Sí, surt un missatge de confirmació.

Els elements mostren clarament en què es pot fer clic i quins no es poden fer clic?

Sí, els textos que són botoons i les icones tenen un background.

Si es pot seleccionar diverses opcions en un menú multiselect, hi ha informació visual sobre quines opcions ja estan seleccionades?

Sí, les seleccionades canvien de color i característiques (com a la reserva).

Hi ha informació visual quan es seleccionen o es mouen objectes?

Sí.

L'estat actual d'una icona i d'un element està indicat clarament?

Sí.

El sistema proporciona un feedback quan es fa clic a les accions primàries?

Sí, per exemple, hi ha animacions a la tabbar per saber que es canvia de secció.

El sistema proporciona visibilitat: és a dir, si es pot mirar, l'usuari pot dir l'estat del sistema i les alternatives d'acció?

Sí.

Sistema i el món real

La icona explica la seva funció per si mateixa i és fàcil d'entendre?

Sí, cap tester ha tingut problema en entendre cap icona.

Els colors seleccionats corresponen a les expectatives habituals dels codis de colors?

Sí.

Si s'utilitza la forma com a indicador visual, coincideix amb les convencions culturals?

Sí.

Quan les indicacions impliquen una acció necessària, les paraules expliquen bé aquesta acció?

Sí.

A les pantalles, són familiars per als usuaris les tasques descrites i la seva terminologia?

Sí.

Per a les interfícies de preguntes i respostes, es fan preguntes en un llenguatge clar i senzill?

Sí.

Els títols del menú són coherents gramaticalment?

Sí.

El llenguatge és l'apropiat per el tipus de llenguatge dels usuaris i evita l'argot informàtic?

Sí.

El sistema ha estat dissenyat perquè elements amb noms similars no realitzin accions oposades?

Sí.

Les tecles de funció estan etiquetades de manera clara i diferenciada, fins i tot si això significa trencar les regles de coherència?

Sí.

El sistema / l'aplicació parla l'idioma dels usuaris?

Sí.

El sistema segueix el procés de l'entorn real?

Sí.

Control de l'usuari i llibertat

Hi ha una funció "desfer" al nivell d'una sola acció?

Sí, l'ícona de tornar enrere o la creu.

Els usuaris poden cancel·lar les operacions en curs?

Sí.

L'usuari pot editar les dades d'entrada abans d'usar-les?

Sí.

Si el sistema té diversos nivells de menú, hi ha un mecanisme que permeti als usuaris tornar als menús anteriors?

Sí.

L'aplicació permet als usuaris recuperar-se d'errors fàcilment?

Sí.

Els usuaris poden tornar fàcilment al menú anterior, poden canviar la seva elecció?

Sí.

Si el sistema utilitza una interfície de preguntes i respostes, els usuaris poden tornar a les preguntes anteriors o saltar-se a les preguntes posteriors?

Poden tornar però no saltar-se cap.

Els usuaris poden revertir les seves accions fàcilment?

Sí.

Els usuaris poden definir els seus propis valors per defecte?

No, però poden editar el seu compte.

Ajuda els usuaris a reconèixer, diagnosticar i recuperar errors

Es demanen indicacions de manera constructiva, sense crítiques excessives o implícites de l'usuari?

Sí.

Les indicacions impliquen que l'usuari tingui el control?

Sí.

Les indicacions són breus i són clares?

Sí.

Si el sistema admet tant usuaris novells com experts, hi ha disponibles diversos nivells de detall d'error?

No.

L'aplicació proporciona una funció de desfer després d'iniciar l'acció primària?

Sí.

L'aplicació proporciona bons valors predefinits en les entrades de l'aplicació?

Sí.

Coherència i estàndars

S'han seguit els estàndards de format a les pantalles dins de l'aplicació?

Sí.

Els nombres enters es justifiquen a la dreta i els números reals estan alineats amb decimals?

Sí.

Les icones estan etiquetades?

Sí.

No hi ha més de dotze a vint tipus d'icones?

No.

Hi ha indicis visuals destacats per identificar la secció activa?

Sí.

Cada pàgina té un títol?

Les secundaries.

S'han establert estàndards de la indústria o de l'empresa per al disseny i s'apliquen de manera coherent a totes les pantalles?

Sí, color corporatiu i imatges.

Sempre apareixen les notificacions a la mateixa posició de l'aplicació?

Sí, al mig.

Entrades, elements de formulari i elements d'acció són consistents amb el disseny?

Sí.

Es justifiquen els camps i les etiquetes a l'esquerra per a les llistes nominals i es justifiquen a la dreta per a les llistes numèriques?
Sí.

Les tècniques d'atenció només s'utilitzen per a condicions excepcionals o per a informació puntual?
Sí.

Les accions dels usuaris es mostren de forma constant?
Sí.

Les convencions de denominació són gramaticalment correctes i són consistents?
Sí.

Les accions s'utilitzen de la mateixa manera i signifiquen el mateix en totes les parts de l'aplicació?
No.

El llenguatge que s'utilitza en els botons d'acció és fàcil d'entendre i és comú que fa que sigui fàcil de recordar?
Sí.

El sistema segueix els estàndards de la indústria o de l'empresa per a les tasques de clau?
Sí.

Reconeixement en lloc de recordar

La pantalla de dades comença a la part superior esquerra de la pantalla?

No.

Es mostren totes les dades que un usuari necessita a cada pas en una cadena ordenada d'esdeveniments que descriuen la transacció realitzada, com depenen de cadascuna, quan van ser executades i les relacions amb entitats implicades com els usuaris?

Sí, a la reserva per exemple.

Les indicacions, indicis i missatges estan ubicats on l'usuari busca per defecte?

Sí, abaix del títol.

S'han maquetat els elements per a una exploració fàcil?

Sí.

Les zones de text tenen "espai de respiració" al seu voltant?

Sí.

El sistema marca (hover) o suprimeix els botons o etiquetes si estan inactives? S'utilitza espai blanc per crear simetria i "conduir" l'ull de l'usuari en la direcció adequada?

Sí.

S'han agrupat els elements en zones lògiques i s'han utilitzat els encapçalaments per distingir zones?

Sí.

Les etiquetes de camp estan a prop dels camps, però separades per almenys un espai?
Sí.

Els camps d'entrada de dades opcionals estan marcats clarament?
No hi ha opcionals.

S'utilitzen la jerarquia per mostrar quantitat o importància relativa de diferents elements de pantalla?
Sí.

S'utilitzen línies o elements gràfics per identificar elements del mateix grup?
Sí, caixes o backgrounds de colors.

S'ha utilitzat el mateix color per agrupar elements relacionats?
Sí.

La codificació del color és consistent a tot el sistema?
Sí.

Hi ha contrast entre els colors de l'App, imatges i el fons?
Sí.

S'han utilitzat colors clars, brillants i saturats per emfatitzar dades i s'han utilitzat colors més foscos, més foscos i desaturats per desaccentuar les dades?
Sí.

El sistema proporciona un mapeig: és a dir, són clares les relacions entre controls i accions per a l'usuari?

Sí.

Hi ha valors per defecte de selecció de menú?

Sí, una recopilació de tot (a les activitats).

Els elements de la interfície ofereixen abast: és a dir, feu evident on és possible la selecció?

Sí.

Flexibilitat, disseny estètic i minimalista

El sistema proporciona a l'usuari la possibilitat de centrar-se en elements clau sense cap tipus de soroll?

Sí.

Els diàlegs contenen informació irrelevant?

No.

L'aplicació està dissenyada amb agrupacions, colors i ús adequats de formes coherents?

Sí.

A les pantalles es mostra de forma destacada la informació essencial per a la presa de decisions?

Sí.

Les icones són distintes visualment i conceptualment?

Segueixen un estil però es diferencien.

Cada icona destaca del seu fons?

Sí.

Cada pantalla de categoria té un títol curt, senzill, clar i distintiu?

Sí.

Els títols del menú són breus, però transmeten bé la informació?

Sí.

MEMÓRIA TÉCNICA

1.1 Brand manual

Recollim les característiques i l'estil de l'empresa.
Colors, tipografia, botons, etc.

01 Gràfica

Logotip

El logotip del Museu Marítim de Barcelona es pot separar per només les sigles minúscules “mmb” o adjuntat al text en majúscula “MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA”.

La tipografia es de pal sec i té una mascara que talla el text simulant ones de mar que li dona dinamisme i fa alusió al valor de la marca (donar coneixement sobre la història marítima de Catalunya).

Té un aspecte senzill, flexible i modern.



Marca gràfica principal

Així s'ha de veure la marca quan la representam sobre blanc (positiu) o sobre fons de color (corporatiu) i les seves versions en blanc i negre.

Positiu



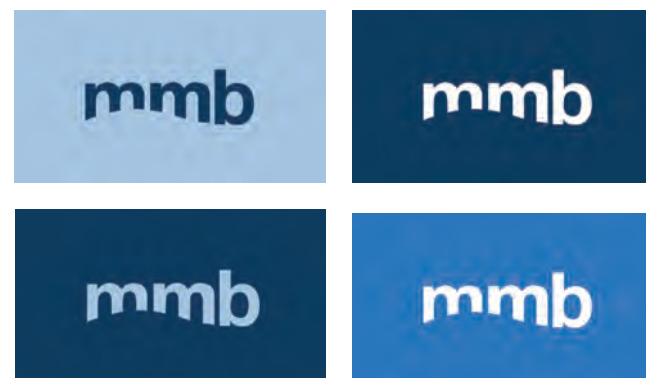
Negatiu



Utilització cromàtica: La marca sobre fons de colors

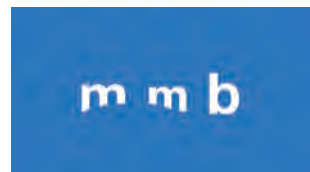
Utilitzem fons de colors derivats del color corporatiu de la marca # 3575BC.

Busquem el major contrast per facilitar la llegibilitat.



Usos incorrectes

Mai hem de modificar la marca d'aquestes maneres.



Separar les lletres o canviar l'escala.



Canviar l'ordre de les lletres.



Estirar la imatge i deformar-la.



Canviar els colors, no es pot llegir bé.

Tipografia per ús intern

La tipografia de la marca és Helvetica bold.

Comunment utilizada per la seva llegibilitat i sencillesa.

Helvètica Bold

A1a

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

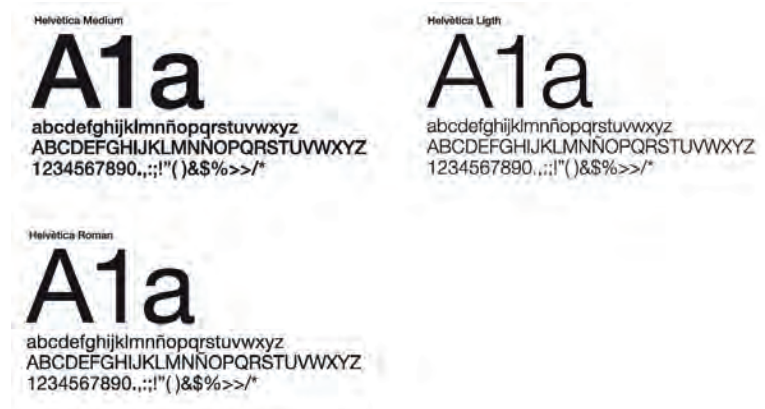
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890.,:;!'"()&\$%>>/*

Tipografia corporativa

La tipografia corporativa utilitzada a les seves aplicacions corporatives són aquestes derivacions de la Helvetica.

És la tipografia utilitzada pel logotip, limpia i moderna, de pal sec.



Color corporatiu

El color corporatiu de la marca del museu és el Pantone 2727C/U, #3575BC, C:71 M:42 Y:00 K:00 | R:55 G:117 B:186.



No té colors complementaris, però es pot utilitzar el blanc i el negre-



1.2 UI-Kit

Recopilació de tots els aspectes i elements gràfics de l'aplicació.

01 Gràfica

LIGHT

Gamma cromàtica

Primaris



#3575BC

Default



#B3CBE6

Disabled



#1B3A5E

Hover

Secundaris



#694C3F

Default



#BFB2AD

Disabled



#351F17

Hover

Feedback



#2E8B57

Success



#FF6347

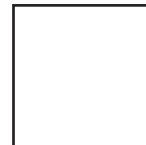
Alert



#DC143C

Error

Escala de grisos



#FFFFFF

Background



#323232

Text



#646464

Icon

DARK

Gamma cromàtica

Primaris



#4E86C4

Default



#28588D

Disabled



#81A9D5

Hover

Secundaris



#947F76

Default



#2A1912

Disabled



#7F655B

Hover

Feedback



#7CFC00

Success



#FFA500

Alert



#FF0000

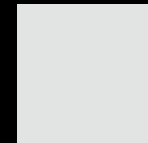
Error

Escala de grisos



#959595

Background



#EAEAEA

Text



#C7C7C7

Icon

LIGHT

Tipografia

Titles

Display 1 40px Bold

Display 2 32px Bold

Headline 1 20px Bold

Headline 2 18px Bold

Subhead 16px Bold

Content

Body 1 16px Regular

Body 2 14px Regular

Caption 12px Regular

Body 1 Highlight 16px Bold

Body 2 Highlight 14px Bold

Caption Highlight 12px Bold

DARK

Tipografia

Titles

Display 1 40px Bold

Display 32px Bold

Headline 20px Bold

Headline 2 18px Bold

Subhead 16px Bold

Content

Body 16px Regular

Body 2 14px Regular

Caption 12px Regular

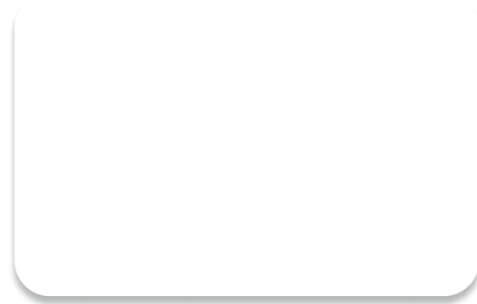
Body 1 Highlight 16px Bold

Body 2 Highlight 14px Bold

Caption Highlight 12px Bold

LIGHT

Ombres



Drop shadow

#000000

X: 0

Y: 4

Blur: 4

Spread: 0

25%

DARK

Ombres

No posem shadow amb background negre perquè no és necessari, a més, una ombra fosca no es veuria.

LIGHT

Icones

16px



24px



32px



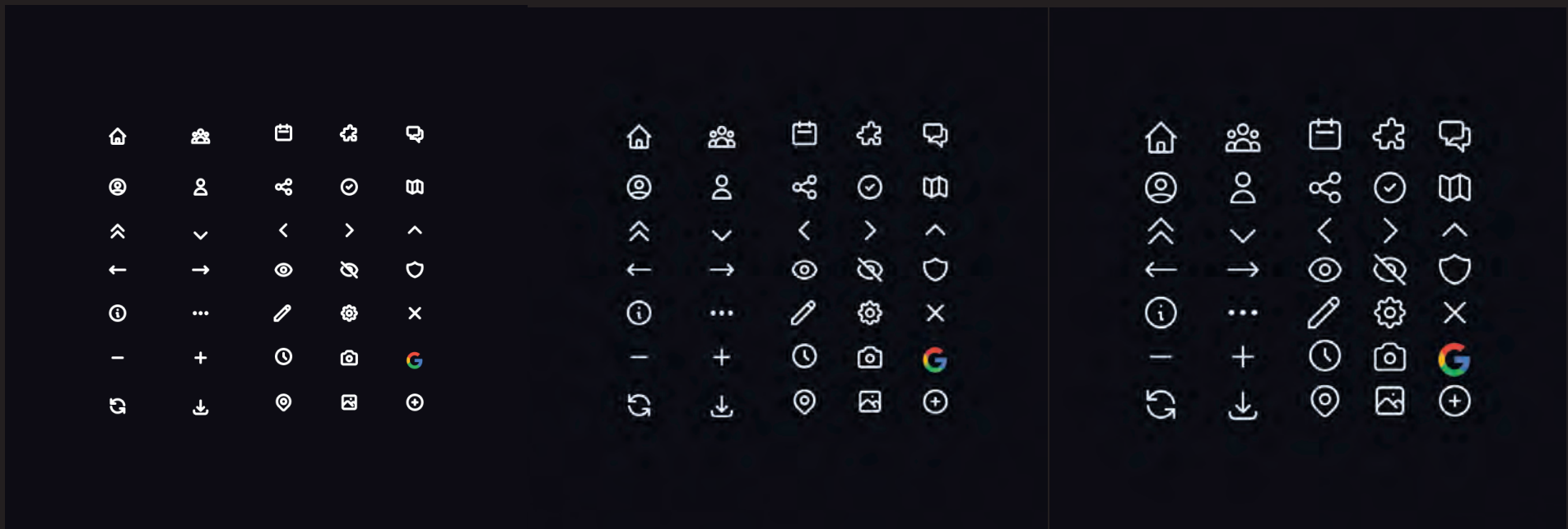
DARK

Icones

16px

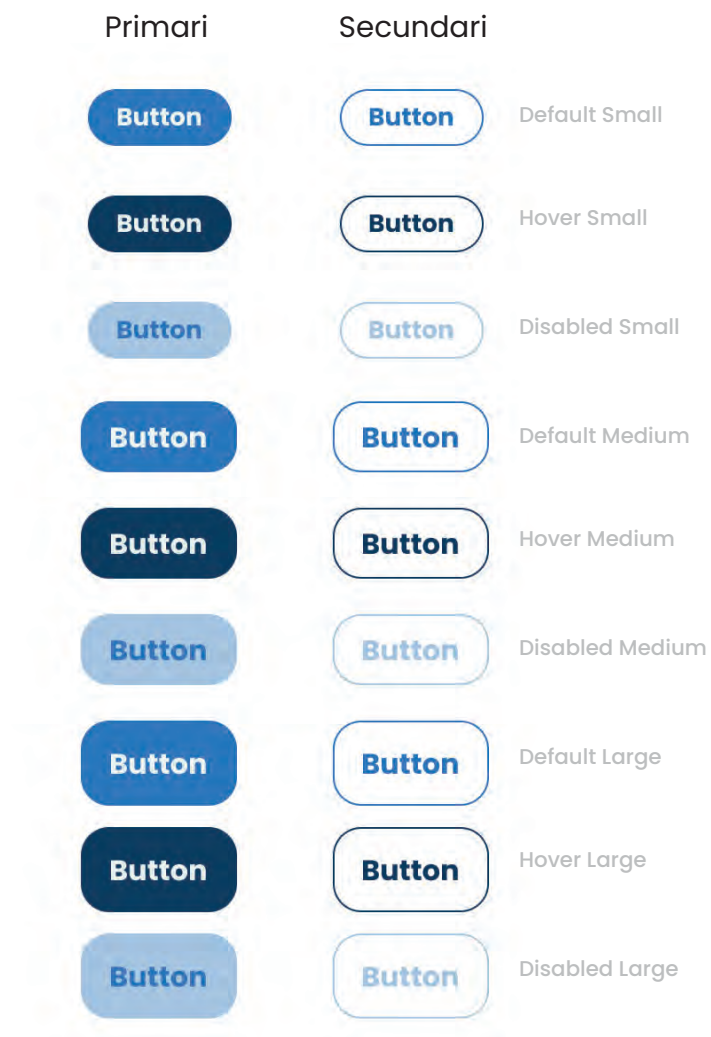
24px

32px










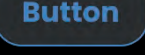
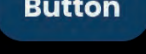

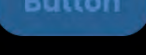
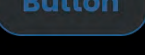
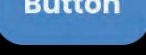
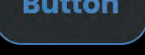
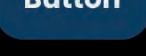
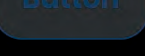

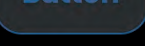
LIGHT

Button text



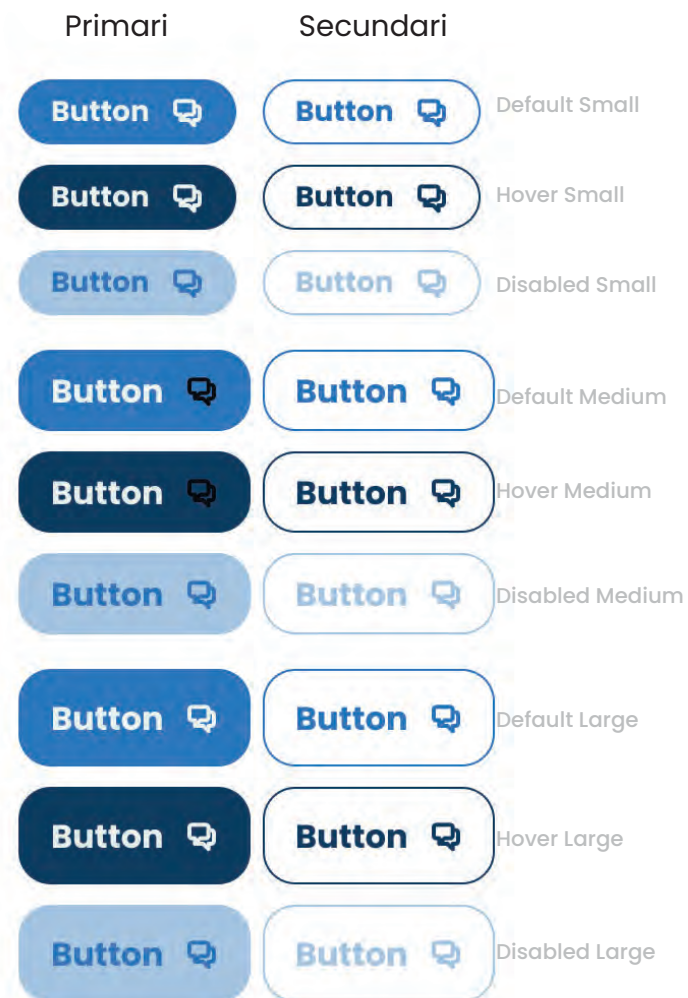
DARK

Button text

Primari	Secundari	
		Default Small
		Hover Small
		Disabled Small
		Default Medium
		Hover Medium
		Disabled Medium
		Default Large
		Hover Large
		Disabled Large

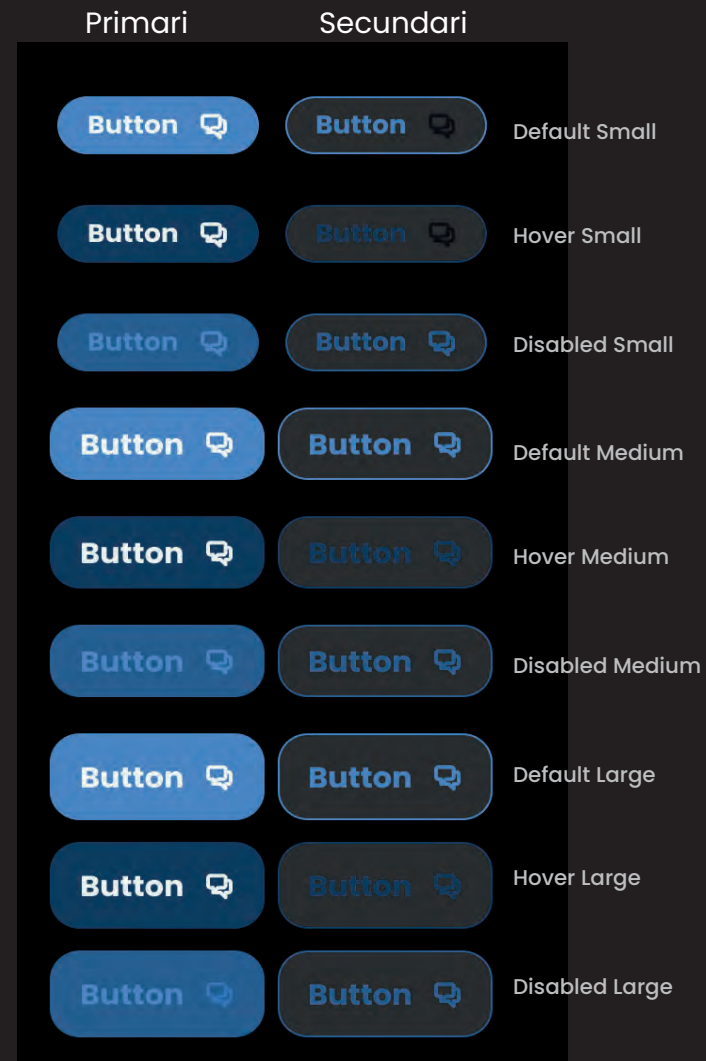
LIGHT

Button icona dreta



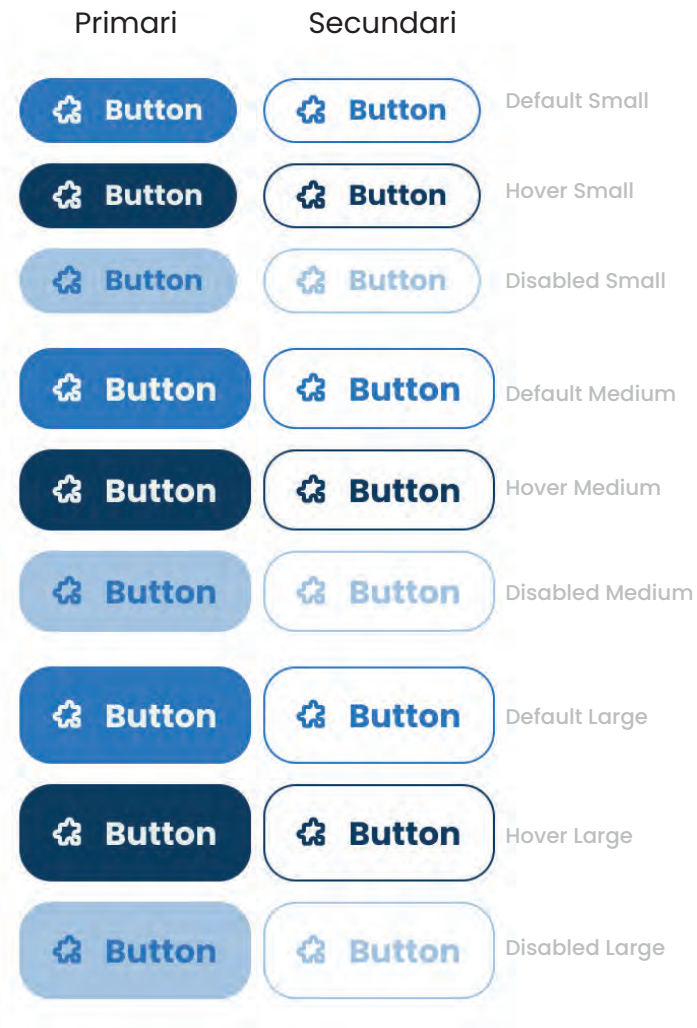
DARK

Button icona dreita



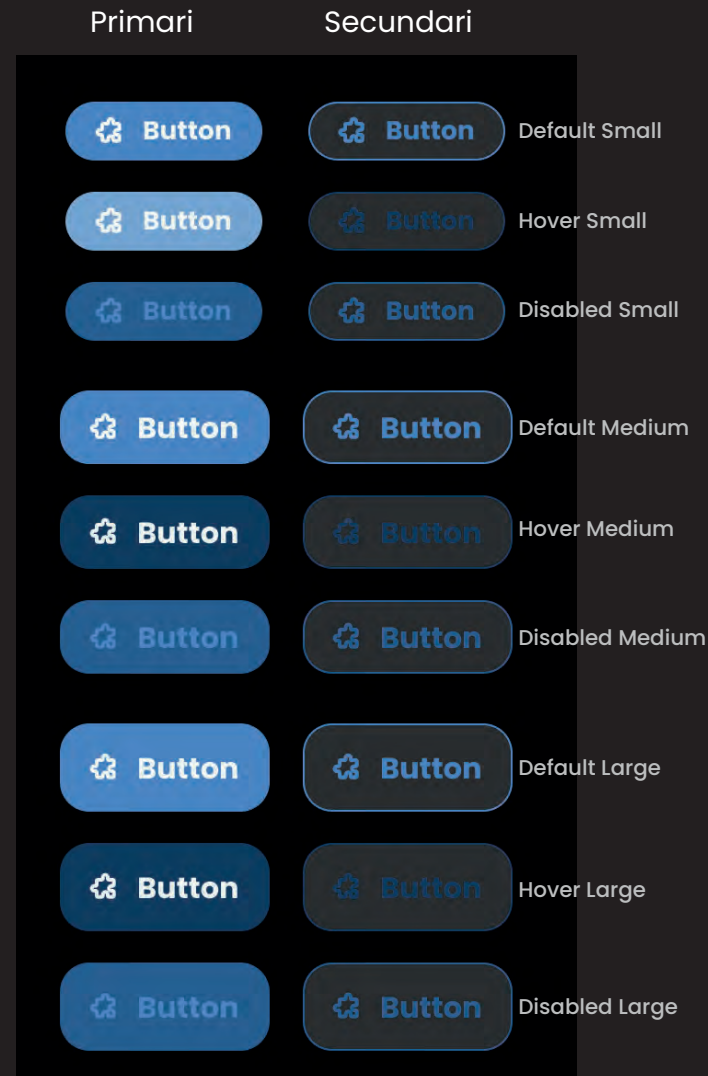
LIGHT

Button icona esquerra



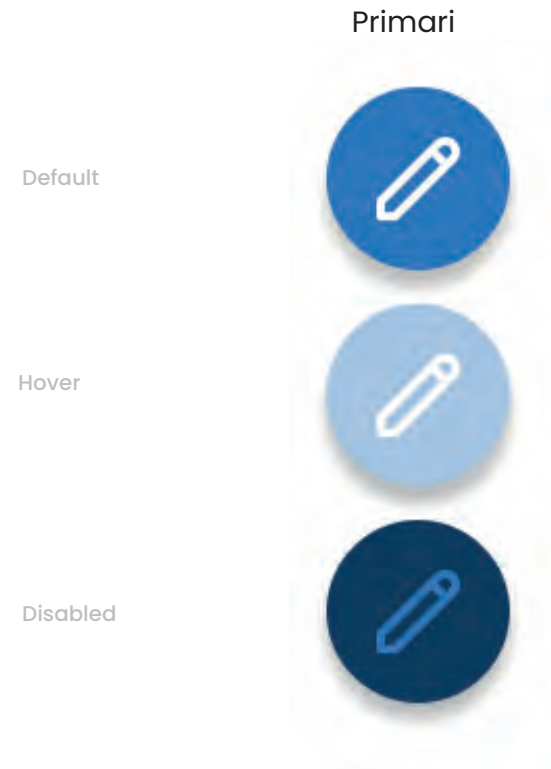
DARK

Button icona esquerra



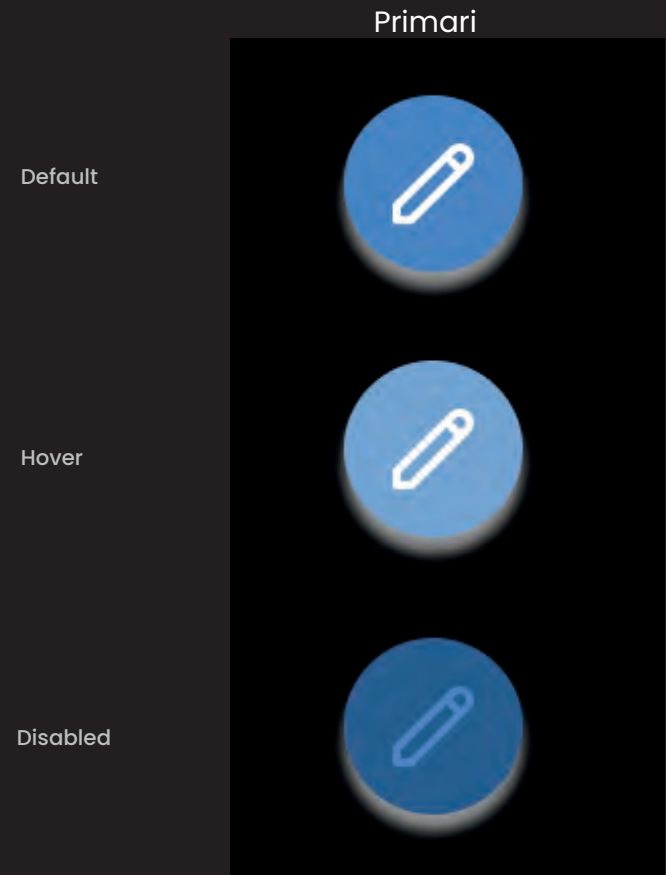
LIGHT

Icon button



DARK

Icon button



LIGHT

Input

The image displays two mobile application forms side-by-side. The left form is for logging in, featuring a 'Correu electrònic' (Email) field, a 'Contrasenya' (Password) field with a visibility toggle, a 'Recordar contrasenya' (Remember password) link, a 'Has oblidat la contrasenya?' (Forgot password?) link, and a blue 'Iniciar sessió' (Log in) button. The right form is for registration, featuring a 'Nom' (Name) field, a 'Correu electrònic' (Email) field, a 'Contrasenya' (Password) field with a visibility toggle, a 'Confirmar contrasenya' (Confirm password) field with a visibility toggle, a 'Ja tens compte? Inicia sessió' (Already have an account? Log in) link, and a blue 'Registrar-se' (Register) button. Both forms have a clean, modern design with rounded corners and a light gray background.

DARK

Input

The image displays two dark-themed forms side-by-side. The left form is for login, featuring a 'Correu electrònic' field, a 'Contrasenya' field with a toggle icon, a 'Recordar contrasenya' link, a 'Has oblidat la contrasenya?' link, and an 'Iniciar sessió' button. The right form is for registration, featuring a 'Nom' field, a 'Correu electrònic' field, a 'Contrasenya' field with a toggle icon, a 'Confirmar contrasenya' field with a toggle icon, a 'Ja tens compte? Inicia sessió' link, and a 'Registrar-se' button.

LIGHT

Selector



Lloro Mariner Pirata Camarada Busseig

Lloro **Mariner** Pirata Camarada Busseig

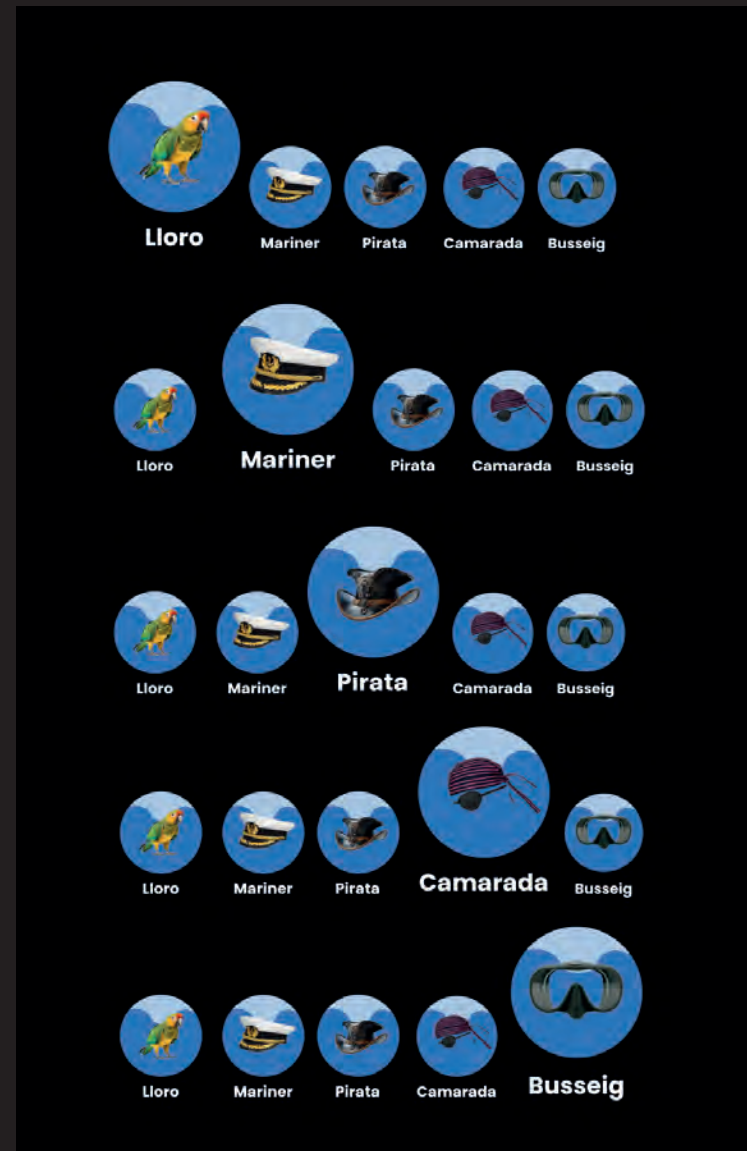
Lloro Mariner **Pirata** Camarada Busseig

Lloro Mariner Pirata **Camarada** Busseig

Lloro Mariner Pirata Camarada **Busseig**

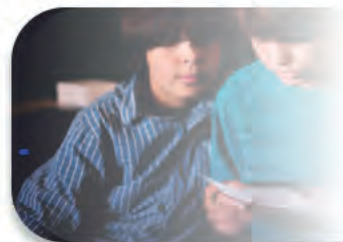
DARK

Selector



LIGHT

Cards



Una carta mist...

14/02/24

x2

10.00h 11:00h 12:00h 1h ⓘ

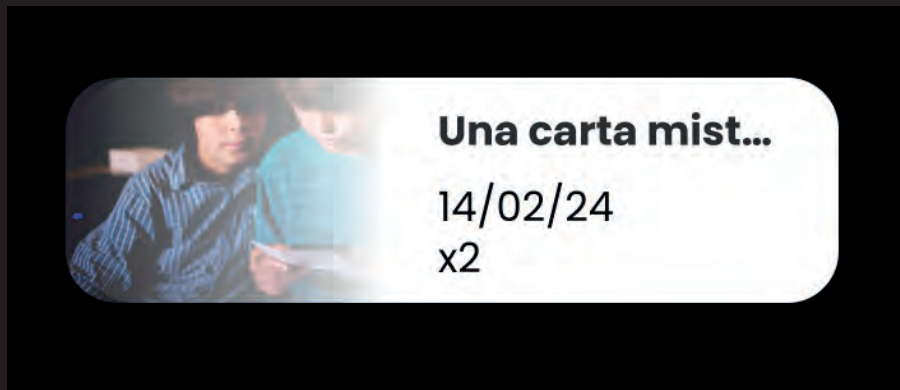
A photograph showing a group of people in a museum or gallery. A man in a white shirt and a woman in a light-colored top are looking at a display case. The background shows other museum exhibits and a large archway.

Protagonistes invisibles 25€

De dilluns a diumenge

DARK

Cards



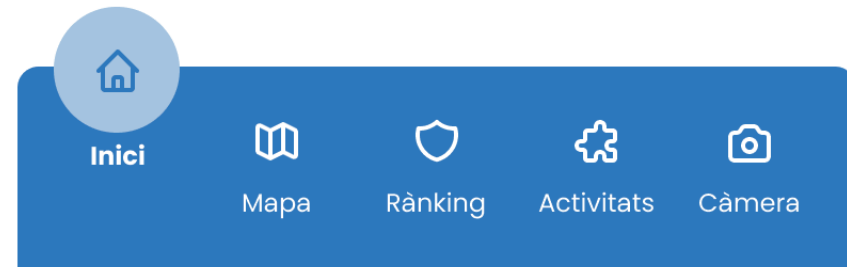
LIGHT

Bars

Switch



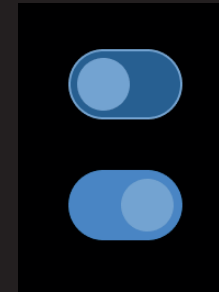
Tabbar



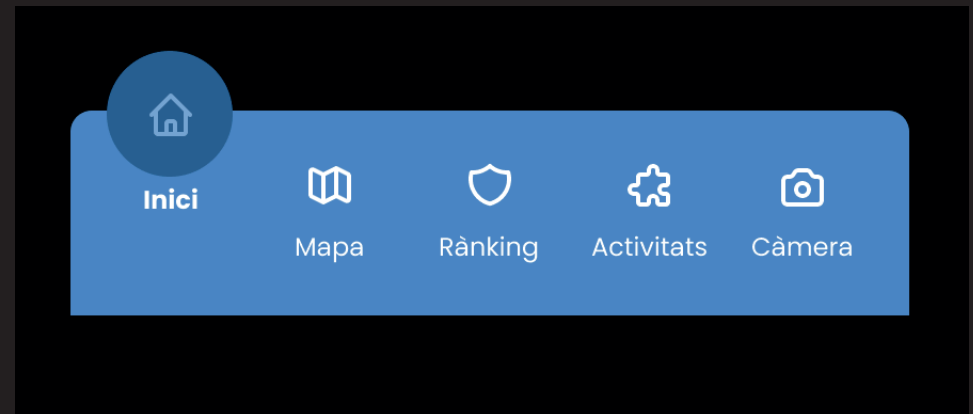
DARK

Bars

Switch



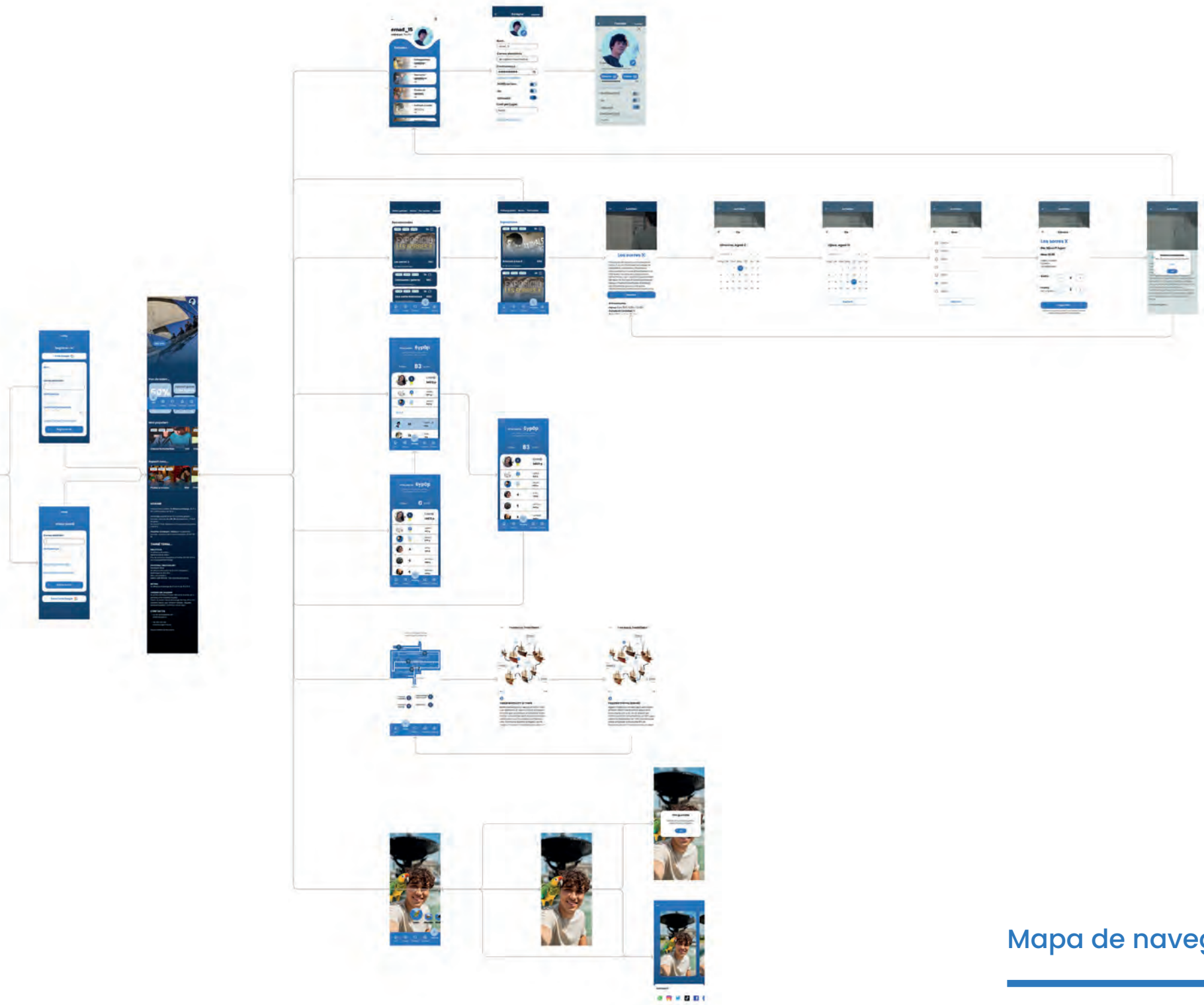
Tabbar



02 Mapa de navegació

Esquema visual de la navegació de l'aplicació. Serveix per veure les limitacions de la navegació i veure fàcilment cap a on es pot anar des de cada pantalla.

mmb



Navegació

Per moure't per les pantalles de funcions principals fem servir la tabbar; inici, activitats, rànking, mapa i càmera.

En canvi, en les accions secundàries (dintre de les seccions principals de la tabbar) ens movem amb icones de *back*, *cancelar* o *guardar*.

O bé quan confirmem que hem acabat accions, per exemple amb botons de "següent".

L'usuari i, per tant, els ajustos es troven a la pantalla de inici, clicant la foto de perfil.

03 Elements

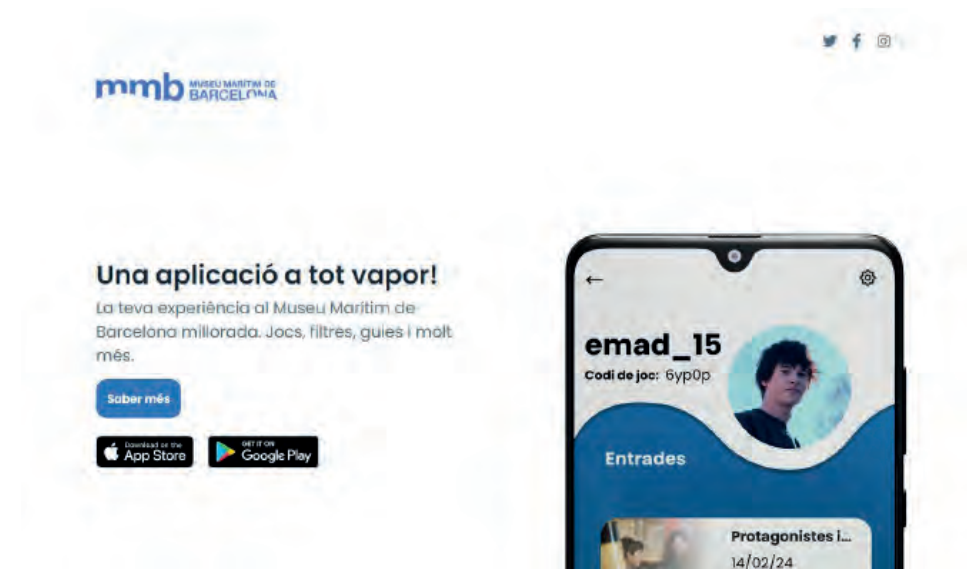
Creació d'una web, un video promocional per tal de promocionar l'aplicació.
A més, el prototip de l'aplicació per a que puguis provar-la.

Landing page

En aquesta pàgina web interactiva presentem l'aplicació per tal d'explicar una mica per a que hauries de descarregar-la.

Sempre seguint la línia gràfica de l'aplicació.

https://www.alumnesmad.cat/arruti_lucia/landingpage



Video promocional

Aquest vídeo mostra les pantalles de l'aplicació i promociona les seves funcions.

De nou, seguint la línia gràfica de l'aplicació.

És un anunci per l'aplicació.

<https://youtu.be/HisL1sIYWVI>

**Una
experiència
a tot vapor!**

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play



Prototip final

Adjuntem un link amb el que qualsevol pot provar el prototipatge de l'aplicació per veure com funcionaria.

<https://www.figma.com/design/ukki65pePpVGNGZ-G5i54I8/Projecte-Integrat-MMB?node-id=0-1&t=jRme-J59hrHKoppZA-1>



04 Pressupost

Redactem els gastos i calculem el cost final del projecte.

Pressupost

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OqW7SO1xHplSxLh2w45UHb_PrkvJ8_Lxm-zMo2wEUP8/edit?usp=sharing

Costos directes	Disseny		Costos directes	Desenvolupament iOS
Conceptualització	850		Llicència Android developer	90
Recerca (entrevistes, anàlisi...)	1050		Llicències programes (Xcode, testflight.	0
Testeig (flux, paper prototype...)	700		Equips informàtics (mòvil, portàtil...)	360
Disseny (wireframes, layouts...)	1200		Preu / hora: 50€ x 192 Programació	9600
Prototipatge	600		Preu x Planes a maquetar: 200x16	3200
Seguiment del projecte	500		Programació àrea de gestió 50€ x 90	4500
Dietes i desplaçaments	280		Reunions	120
Gestions (telf, missatgeria...)	140		Dietes i desplaçaments	280
			Gestions (telf, missatgeria...)	170
Llicències programes (Figma, Photoshop)	110			
Subcontractacions (edició video...)	1600			
Equips informàtics (mòvil, portàtil...)	360			
Material divers (memòria, paper, tinta...)	300		Equips informàtics (mòvil, portàtil...)	360
Total	7690			18680
Costos indirectes (1mes)				
Gestoria	110			
Autònoms	0			
Despeses generals	200			
Electricitat	80			
Internet	80			
Assegurances	600			
Lloguer (Oficina de coworking)	400			
Total	1470			
Total	1470			
iva	21%			
irpf	-7%			
	27840			

05 Conclusions finals

Quines conclusions tinc del procès i del resultat final del treball.

Conclusions

Aquest museu és molt conegut per la seva antiguitat i per les activitats escolars, així i tot, suposava un repte adaptar-lo a una aplicació mòbil per la seva poca promoció en xarxes socials.

El **conflicte inicial** va ser esbrinar com podria promocionar l'aplicació i que a la gent li interessés, que la gent sabés de que estic parlant i perquè pot resultar una experiència atractiva el Museu Marítim de Barcelona.

El projecte sencer està fet només per mí, com a novençana en el sector, no he tingut l'abast que m'hagués agradat en entrevistes i enquestes. Així i tot, aquest apartat s'ha resolt bé adaptant-lo a situacions en comptes de quantitat.

Les entrevistes són segons la relació amb el museu (conegut, record, primera vegada) i no tant en quantitat.

Com estic aprenent moltes fases i tècniques del disseny interactiu, he hagut de gastar molt de temps investigant sobre com fer cada apartat, però al mateix temps m'ha servit per a trobar inspiració i comparar treballs similars al meu projecte.

Com a punt fort, el fet d'estar dirigint-me a un target de la meva edat i condicions, em fa saber més fàcilment que li pot agradar al públic i com anomenar la seva atenció. He usat formats semblants a xarxes socials i he creat apartats no sols senzills d'usar sinó que també t'inciten a usar-ho.

Fins i tot he creat l'apartat de filtres, que incita a l'usuari a treure's fotos en el museu i promocionar l'app en xarxes socials.

A més, he tingut moltes opinions sobre la senzillesa de la navegació i el còmode que és utilitzar el prototip, complint fermament amb la valoració heurística.

La creació d'una aplicació i tots els elements també realitzats (vídeo promocional, pàgina web, behance, etc.) requereix molta revisió, esbossos, opcions, inspiració i sobretot temps.

Però personalment, sento satisfacció en veure com tot segueix una línia gràfica i com aquesta s'adapta a cada format. Estic orgullosa del resultat del projecte i de tot el treball realitzat fins al final.

**Gràcies per llegir el meu projecte i
dedicar-me els vostre valios temps**

En dedicatòria al meu difunt gos, Marco: “Encara que vas marxar durant aquest procés, vas estar donant-me suport i donant-me afecte moltes vegades mentre bregava amb les crisis i els bloquejos creatius, i mai vas sortir de la meva ment mentre tirava endavant aquest treball”.

