

it's Circular

Alejandro de Francisco
Carlos Moret

ELISAVA Escola Universitària de Barcelona
Disseny i Enginyeria

Máster en diseño y dirección
de proyectos para la internet

Índice

(01)	Introducción	4	(05)	Personalidad	31
	Objetivos, Equipo y metodología	5		Marca	32
	Planificación	6		Tono de voz	33
	El problema	7		Guidelines	34
(02)	Investigación	8		Componentes	36
	Entrevistas	9		Interfaz de usuario - UI	39
	Encuestas	11	(06)	Estrategia	44
	Benchmark	12		Bussines Model Canvas	45
(03)	Modelado	15		Pricing	46
	Modelado y Escenarios de Personas	16		Modelo Financiero	48
	User Journey	24		Go to market	52
	Propuesta de valor	25		Landing page	54
	Requisitos	26	(07)	Código	55
(04)	Arquitectura	27		Estrategia	56
	Arquitectura de la información	28		Front End	57
	Wireframes	29		Back End	58
	Flowcharts	30		Mashup	59
			(08)	Conclusiones	61
				Conclusiones	62
				Mejoras	63
			(09)	Bibliografía	64

(01) Introducción

Objetivos, Equipo y metodología
Planificación
El problema

Objetivos del proyecto

Hemos desarrollado en grupo un proceso de análisis, ideación, prototipado y maquetación de un producto o servicio viable, factible y de carácter innovador.

Para ello hemos explorado el ecosistema tecnológico actual además de especular sobre nuevas oportunidades para la creación de nuevos productos y modelos de negocio innovadores, aplicando los conocimientos adquiridos sobre estrategia, experiencia de usuario, negocio y conversión.

Desarrollando habilidades de auto-evaluación e iteración en el propio proceso de trabajo.

Equipo y metodología

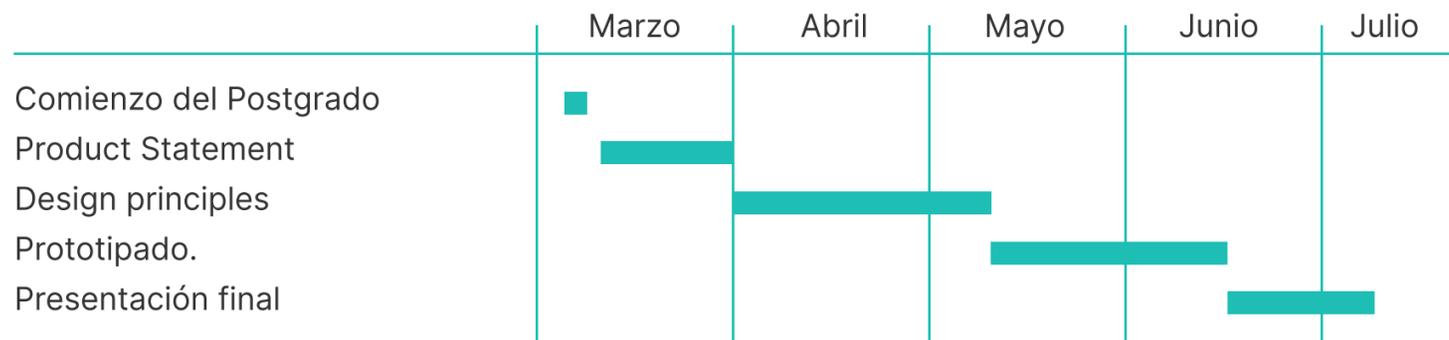
Con un espíritu crítico y de análisis, así como el conocimiento sobre los puntos fundamentales que afectan al diseño y dirección de un proyecto hemos basado nuestra gestión y toma de decisiones en la metodología de diseño centrado en el usuario, asegurándonos de que todos nuestros avances tuvieran un sentido y fueran prácticos para este.

Hemos utilizado diversas técnicas con las que estudiamos la experiencia del usuario, observando cómo esta afecta a la relación entre las personas y los sitios web con el objetivo de ponernos en el lugar de éstas tomando conciencia de los problemas de usabilidad y accesibilidad con los que se encuentran.

En definitiva ha sido la puesta en común de todos estos conocimientos cómo hemos conseguido plantear una interacción eficaz e intuitiva, reflejar las necesidades de usuario detectadas y crear un diseño coherente con los objetivos de comunicación de la marca.

Planificación

- 03 de marzo · Comienzo del Postgrado
- 31 de marzo · Product Statement
 - Definición del proyecto
- 12 de mayo · Design principles
 - Modelo de negocio, definición de marca y aplicación
 - Arquitectura de la información
 - Diseño interfaz de usuario
- 16 de junio · Prototipado.
 - Definición del prototipo
 - Estrategia de adquisición, comportamiento y conversión
 - Estrategia de Integración y reutilización de datos
- 09 de julio · Presentación final del proyecto



Software

Diseño



- Figma
- Adobe Illustrator
- Adobe After Effects
- ItsCircular.com

Coordinación



- Notion
- Google Drive
- Google Sheets
- Google Docs

Comunicación



- Google Hangout
- Microsoft Teams
- Slack
- Whatsapp

El Problema

En los inicios de internet eran tan poca la información y páginas web que se creaban por día, que Google sólo tenía diez nuevas páginas listadas a diario, por lo que en un instante podíamos ver todo lo nuevo que había en internet. Esta historia parece muy lejana, pero Google fue creado en 1998, han pasado tan sólo 22 años y el contexto ha cambiado muchísimo.

Hoy hay más de 1240 millones de sitios web en el mundo y existen por encima de 3.5 billones de búsquedas en Google en el mundo, cada minuto a diario. Esta tendencia será mayor cada día. Con tanta información es muy común ver a personas que usan referentes en internet para trabajar, estudiar o investigar, con muchas pestañas abiertas en el browser. Entonces nos preguntamos cómo en el 2020 con tantas herramientas web disponibles para ordenar la información, aún nos encontramos con muchas pestañas abiertas.

Este problema es tan común que las personas se las ingenian para buscar sus propias soluciones, usando herramientas como Google Docs, Notes Apps, Dropbox para almacenar links de internet o copiar y pegar la información relevante; pero estas aplicaciones son administradores de archivos y software con otras funcionalidades, y no están diseñadas para manejar links de internet (url).

Preferimos no apagar nuestros ordenadores por el miedo a perder los links, incluso sabiendo que afecta la vida útil del equipo. No cerramos el browser sabiendo que es el programa que más recursos utilizan el CPU en nuestros ordenadores.

El acceso a tanta información genera ansiedad y distracciones, nos convierte en personas menos productivas, pero a su vez no podemos desconectarnos del mundo y restringir el acceso a la información. Entonces ¿Cómo algo tan simple se convierte en un problema tan complejo?

(02) Investigación

Entrevistas

Encuestas

Benchmark

Entrevistas

Se realizaron un total de 30 entrevistas a estudiantes de diseño, diseñadores visuales, agencias de diseño e instituciones educativas, focalizándonos en la ciudad de Barcelona pero aprovechando nuestras relaciones con profesionales del sector en otros lugares de la península y fuera de ella.

Estas entrevistas se centraron en analizar 3 problemas principales:

- Guardar links
- Organización & Puesta en común
- Incubación de ideas y proceso creativo



Entrevistas

Insights | Estudiantes & Diseñadores

- Buscar referentes es un problema diario que acaba con mucha información difícil de gestionar.

“Suelo buscar referentes todas las semanas”
- Guardar y compartir links resulta un problema.

“Los pegamos en un Google Doc y después de un tiempo ya no recuerdo cuál era cada link y tengo que abrirlos uno a uno”
- Muchos no apagan el ordenador por miedo a perder sus pestañas abiertas.

“Cuando se ha cerrado el buscador y pierdo todas mis ventanas me produce una gran frustración”
- La fase de ideación es desorganizada y muchas veces individual

“Por un lado tengo mis referentes organizados y luego me pongo a hacer pruebas en Illustrator”

Insights | Agencias & Instituciones educativas

- Joan Picanyol
Creative Strategy at MUCHO

Mayor Productividad:
→ Ahorro de costes
→ Mejorando procesos
- Santiago Albert
Director de estudios de máster en ELISAVA

Un problema compartido entre estudiantes y profesores
- Marc Panero
Director del máster de diseño editorial

Tener un espacio donde compartir la información común que se genera dentro de una clase

Encuestas

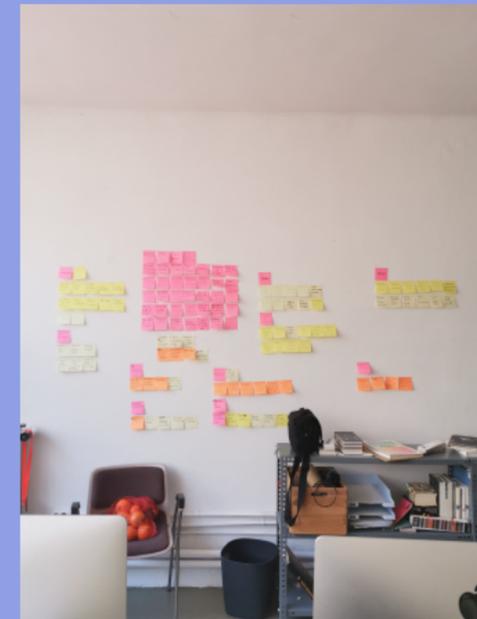
Se realizaron un total de 33 encuestas a distintos profesionales del sector creativo y a estudiantes, focalizándonos en encontrar la relación que tenían estos usuarios con el hecho de guardar links.

Insights

- 33,4% guarda links cada día
- 42,4% guarda links semanalmente
- 60,6% guarda páginas Web y artículos
- Herramientas más utilizadas durante el trabajo en equipo
 - Drive: Muchos archivos e importantes
 - What's App: Un archivo y feedback rápido
- El problema con la gestión de los links aumenta cuando se trabaja en equipo
 - “Parte del equipo no revisa nunca lo que yo he ido subiendo”
 - “El mayor problema es poder visualizar rápidamente el contenido”

Benchmark

Realizamos un análisis de diferentes plataformas y herramientas con características o funcionalidades similares a nuestra idea. Nos centramos en encontrar sus elementos diferenciadores y que es aquello que les hace destacar para luego clasificarlos en grandes grupos.



Repositorios de documentos



Positivo:

- Posibilidad de guardar archivos multimedia
- Tener todos los archivos en un solo sitio



Negativo:

- Link no visual
- Herramienta no inspiracional

Note taking



Positivo:

- Nuevas formas de organización
- Tener todos los archivos en un solo sitio
- Guardar notas, ideas, listas y recordatorios
- Poder guardar archivos multimedia



Negativo:

- Se convierte en un block de notas
- No hay una mesa de trabajo
- Prima la información textual sobre la visual
- Aparición de la información en cascada



Colecciones de links

Positivo:



- Poder copiar y pegar un link
- Posibilidad de compartir mis ideas y referentes
- Leer o consultar cosas posteriormente



Negativo:

- No puedo modificar esa información
- No tienen una mesa de trabajo
- No puedo conectar mi información con la de otros usuarios



Colecciones inspiracionales

Positivo:



- Nuevas formas de organización
- Tener todos los archivos en un solo sitio
- Guardar notas, ideas, listas y recordatorios
- Poder guardar archivos multimedia



Collect

Negativo:

- Se convierte en un block de notas
- No hay una mesa de trabajo
- Prima la información textual sobre la visual
- Aparición de la información en cascada

Conclusión

Muchas de las herramientas analizadas son perfectas para todas aquellas personas que lleven la gestión de un negocio, recursos humanos o para las que hagan research o investigación (antropólogos, psicólogos, periodistas, etc.) en los que el factor visual queda en segundo plano. De ahí que la forma en la que aparece la información sea en cascada, es decir un archivo va debajo de otro siguiendo una lógica vertical, debido a que siguen la lógica de un documento de texto.

Por otro lado aquellas herramientas más visuales responden a una lógica de repositorio de información, en las que no se pueden hacer documentos compartidos o no se puede trabajar con la información almacenada.

En definitiva nuestra idea responde a las necesidades de las personas que realizan la parte visual de los proyectos. Es necesario que estas personas dispongan por un lado de un repositorio donde guarden sus archivos multimedia y por otro que cuenten con un espacio en el que tengan libertad de movimiento para conectar los distintos referentes entre sí durante el proceso de ideación y que a su vez puedan personalizar el espacio de trabajo.

Creadores visuales

Repositorio donde almacenar contenido multimedia

Espacio compartido donde trabajar con la información

(03) Modelado

Modelado y Escenarios de Personas

User Journey

Propuesta de valor

Requisitos

Paula

30 años

Diseñadora freelance

Barcelona

Bio

Paula tiene experiencia trabajando como diseñadora gráfica en varios estudios de Barcelona y el extranjero. Ahora trabaja como freelance por lo que tiene que gestionar grandes cantidades de información y referentes que tiene que tener organizadas y al mismo tiempo poner en común con clientes.

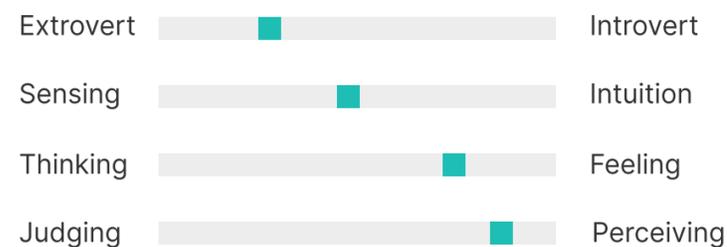
Metas

- Tener todos sus links en un mismo sitio.
- Guardar sus links sin miedo a perderlos.
- Encontrar los mejores referentes.

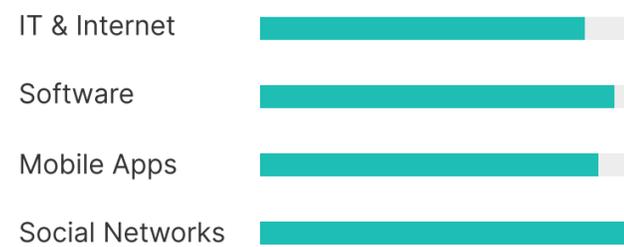
Frustraciones

- No puede concentrarse con tantas tabs.
- No encontrar los mejores referentes.
- Perder sus referentes.

Personalidad



Tecnología



"Busco referentes todos los días"



Incentivo: Vocación
 Miedo: Ser mediocre
 Logro: Materialización
 Crecimiento: Innovación
 Poder: Creatividad
 Social: Amistad



Paula - Escenario

Como Paula tiene muchos clientes cada día busca referentes para cada uno de los proyectos. Además los clientes también le mandan los suyos por lo que necesita un espacio compartido con el que guardar los referentes de cada uno de los proyectos, con el objetivo de tenerlos ordenados, evitar perderlos y poder mostrar a sus clientes las primeras ideas.

Pasos

1. Crea una nueva carpeta.
2. Organiza la retícula de tal forma que cada fila representa los elementos que tiene que tener en cuenta a la hora de diseñar (color, imágenes, tipografía, fotografía).
4. Comienza a guardar contenido diferente.
5. Nombra a cada fila y la identifica con un emoji, además añade un bloque de texto en cada fila explicando la idea detrás de la selección de los referentes guardados.
6. Comparte esta carpeta con el cliente.
7. Este añade referentes en las distintas filas y le deja una serie de comentarios.
8. Paula lee los comentarios y hace los cambios oportunos.

Mario

23 años

Estudiante de diseño

Barcelona

Bio

Está estudiando un máster en ELISAVA, guarda todos los referentes que le pasan los profesores además de los que él y su grupo buscan para los proyectos. Todo acaba repartido en varias plataformas o en un Google Doc. Esto se acentúa en el trabajo en grupo ya que muchas veces cuando empiezan a bocetar lo hacen individualmente en Illustrator.

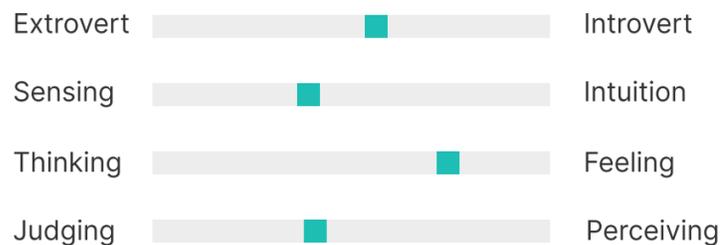
Metas

- Conocer los ref. de los profesores.
- Encontrar los mejores referentes.
- Guardar links de diferentes plataformas.

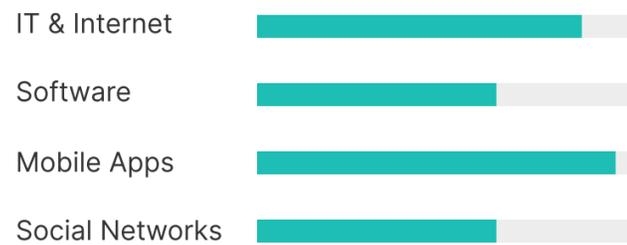
Frustraciones

- Pérdida de referentes en conversaciones Whats App.
- Tener repartidos links en diferentes plataformas.
- Gap entre organización ref. e ideación.

Personalidad



Tecnología



“Quiero poder guardar mis referentes en un mismo sitio”



Incentivo: Proyectos para el portfolio
 Miedo: No aprobar
 Logro: Aprobar y destacar
 Crecimiento: Aprendizaje
 Poder: Curiosidad
 Social: Amigable

Mario - Escenario

Mario, está haciendo un trabajo en grupo en el que tienen que crear la Identidad Visual de un festival de música para una de sus clases. Se encuentran en la etapa inicial por lo que cada uno está buscando referentes para luego compartirlos en grupo.

Pasos

1. Crean una carpeta compartida en it's circular y cada una de las columnas representa a cada uno de los estudiantes.
2. Mario comienza a guardar en su columna contenido de Instagram, YouTube y páginas web.
3. Tras terminar la búsqueda de referentes cada alumno deja comentarios en las columnas de sus compañeros.
4. Hacen una votación y en una fila ponen los referentes ganadores, además añaden una serie de conclusiones.

María

42 años

Profesora de diseño

Barcelona

Bio

María es profesora en ELISAVA. Invierte mucho tiempo buscando y pegando links en un archivo de texto para que luego muchos de sus alumnos no se los miren por lo incómodo que es. También le gustaría tener un espacio de referentes compartido

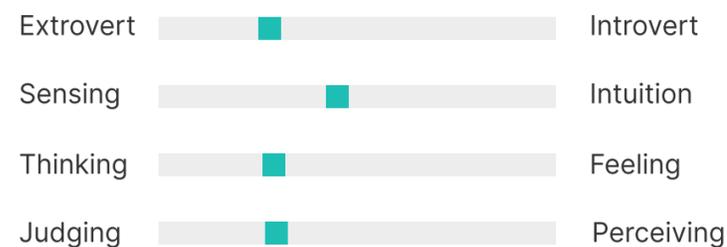
Metas

- Que sus alumnos miren los referentes.
- Archivo con referentes claros.
- Un espacio donde subir nuevos referentes.

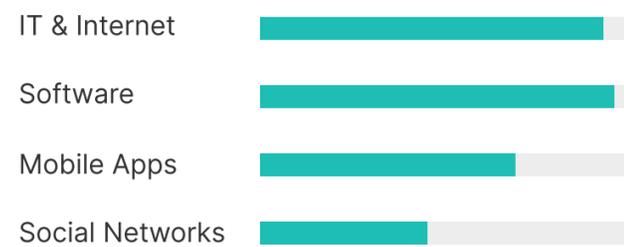
Frustraciones

- Que no se miren lo que les envía.
- No tener formas para que los ref. se entiendan.
- Perder mucho tiempo buscando y organizando un archivo con links.

Personalidad



Tecnología



“Quiero que mis alumnos vean los referentes que les paso”



Incentivo: Conocimiento
 Miedo: Ignorancia
 Logro: Sabiduría
 Crecimiento: Análisis
 Poder: Información
 Social: Compartir

María - Escenario

María es profesora de diseño y está preparando un workshop de diseño editorial para los alumnos de grado en ELISAVA. Necesita enviar un mail previo a sus alumnos con toda la información (fechas, horas, objetivos, materiales necesario, referentes...), le preocupa que sus alumnos no revisen lo que les añade en el email, ya que es necesario que lo consulten para antes de la clase.

Pasos

1. María crea una nueva carpeta.
2. En los bloques del principio escribe los objetivos, la propuesta y la fecha de entrega
3. En otra fila añade los referentes más importantes que necesitan consultar para el workshop.
4. Añade más columnas para crear un horario en el que explica día a día que harán y en que webs podrán sacar los materiales necesarios.
5. Tras terminar de preparar la carpeta la comparte con sus alumnos.
6. A estos les llega por correo y acceden a la carpeta visualmente.

Dot Lung

35 años

Directora Agencia de Diseño

Madrid

Bio

Dot es la directora de una agencia creativa y lo que más le preocupa es que sus empleados pierdan el objetivo compartido. Por ello quiere tener una muy buena comunicación en el equipo. Lo mismo pasa cuando se desarrolla un proyecto, que todos tengan acceso a toda la info para tener un camino claro.

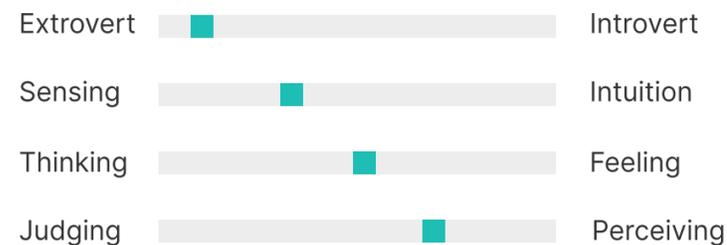
Metas

- Calidad en cada proyecto.
- Cliente contento.
- Ser más productivos.

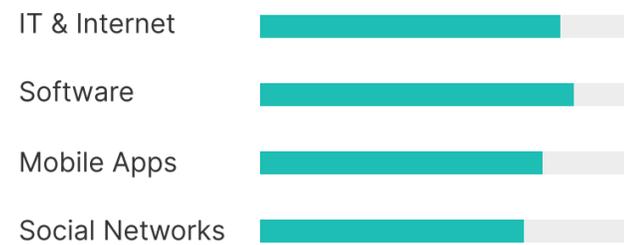
Frustraciones

- Su equipo trabaja lento.
- No generar beneficios.
- No tener una visión compartida.

Personalidad



Tecnología



"Como líder tengo que alinear a mi equipo hacia el mismo objetivo"



Incentivo: Visión
 Miedo: No ser inspiradoras
 Logro: Inspirar
 Crecimiento: Desarro personal
 Poder: Confianza en sí mismo
 Social: Carisma



Dot Lung - Escenario

Dot acaba de tener una reunión con un cliente, este le ha comentado una serie de cambios sobre el proyecto y le ha enseñado una serie de referentes. Tiene miedo a perderlos por lo que los pega en un Google Doc, esto hace que los miembros de su equipo los tengan que ir abriendo uno a uno.

Pasos

1. Tras terminar la reunión con el cliente, Dot tiene varias pestañas abiertas.
2. Para evitar perder todas estos referentes hace click en el botón de guardar todas las pestañas abiertas en el browser.
3. Se guardan en una nueva carpeta del proyecto y así todo su equipo tiene acceso.
4. Como ha guardado todo, le aparece una imagen tranquilizadora que enfatiza la sensación de calma tras haber guardado todas sus ventanas.
5. Apaga el ordenador.

User Journey

A partir de los escenarios desarrollamos un User Journey con una de nuestras personas, Paula, para crear una historia gráfica más profunda con el objetivo de descubrir los Insights a lo largo de la experiencia de un usuario.

	COMUNICACIÓN				REFERENTES			IDEACIÓN			FÍN	
STAGE	Exposición de trabajos	Contacto y Kickoff Meeting	Brief y Contrabrief	Presupuesto	Buscar referentes	Compartir y Guardar referentes	Importar Referentes	Primeros Bosquejos	Exportar Trabajo	Creación Herramientas especializadas	Entrega del proyecto	
ACTIVITIES	1. Paula cuelga su trabajo en su Web, en Instagram y en Behance.	2. Paula recibe un correo del ilustrador explicando que quiere 3. Como el ilustrador vive en otro país tienen una videollamada. 4. Paula le pide que le envíe en un correo todos los referentes de los cuales han hablado en la conversación.	5. Paula recibe un correo del ilustrador con los referentes que le gustan, además de los que le comentó en la primera reunión. 6. Crea un Moodboard en Illustrator, lo exporta y se lo envía por correo a su cliente junto con un texto que aclare lo que ella ha entendido que tendrá que hacer. 7. El cliente le da feedback y correcciones.	8. Paula ya tiene todo claro y le pasa un presupuesto al cliente. 9. El cliente acepta.	10. Paula basándose en los referentes del cliente empieza a buscar y generar información alrededor del proyecto.	11. Paula comparte los referentes más representativos con el cliente utilizando Drive, un Google Doc, Whatsapp, Email...	12. Paula se descarga los referentes con los que va a empezar a trabajar para generar las primeras ideas 13. Paula importa los referentes descargados y aquellos que tiene guardados en las carpetas de su ordenador	14. Paula comienza a hacer las primeras combinaciones en la mesa de trabajo utilizando los referentes.	15. Paula exporta los bocetos para compartirlos con su cliente enviándole un email o compartiéndolos por Drive. 16. El cliente le da feedback.	17. Paula empieza a crear y diseñar el proyecto definitivo en la herramienta más adecuada.	18. Paula envía el proyecto a el cliente.	
MOTIVATIONS	Quiere coseguir visibilidad, difusión y clientes	Conseguir el proyecto. Entender que quiere el cliente.	Consolidar lo que quiere el cliente y la idea detrás del proyecto.	Cerrar el precio del proyecto. Cobrar un porcentaje/total. Empezar a trabajar.	Inspiración. Saber lo que hace la competencia. Entender el sector y el negocio. Saber como han resuelto el mismo problema otros diseñadores. Conseguir referentes poco conocidos.		Tener los referentes en la mesa de trabajo y empezar a hacer combinaciones con ellos.	Intentar conseguir ideas "disruptivas". Buscar conexiones inesperadas entre distintos referentes.	Exportar los bocetos para compartirlos con el cliente.	Hacer un buen proyecto. Acabar el proyecto.	Que al cliente le guste el proyecto.	
TOUCHPOINTS												
DOUBTS	¿Conseguiré más clientes y más exposición?	¿Conseguiré el proyecto? ¿Entenderé lo que quiere? ¿Habrá problemas en la videollamada?	¿Se entenderá en un email lo que quiero explicar? ¿Podrá el cliente pasarme sus correcciones de una forma que yo las entienda?	¿Aceptará el cliente el presupuesto? ¿Comprenderá los servicios especificados?	¿Conseguiré referentes que otros diseñadores no conozcan? Son todos los referentes muy parecidos... siento que siempre veo una tendencia en cada plataforma	¿Cómo le enviaré los referentes al cliente? ¿Qué plataforma es la mejor para compartir y enviar referentes con un cliente? ¿Se entenderá el por qué he elegido esos referentes?	¿Tendré espacio en mi ordenador para descargarme todos los referentes que necesito? ¿Tendré que exportar de nuevo los referentes que he importado?		¿Le gustarán al cliente mis primeras ideas?	¿Haré un buen proyecto? ¿Estaré a la altura? ¿Acabará a tiempo?	¿Le gustará al cliente? ¿Tendré que repetir? ¿Habrá cambios?	
PAIN POINTS	No estar segura de que mostrar. No tener una cuenta en estas plataformas.	No poder conservar las referencias de las cuales me habla el cliente durante la videollamada. Hablar idiomas diferentes.	No entender las correcciones del cliente. Que el cliente tarde en contestar o no conteste a los correos. No poder explicar algo gráfico de forma fácil a través de un email.	Que el cliente tarde en contestar o no conteste a los correos. Firmar el contrato.	Son todos los referentes muy parecidos... siento que siempre veo una tendencia en cada plataforma.	Tengo mis referentes dispersos en varias plataformas. El cliente pierde el contexto de por qué he escogido esos referentes. Muchos referentes se pueden acabar perdiendo en conversaciones de What's app, Email...etc sino se guardan. Dificultad cuando quiero comparar varios referentes al mismo tiempo si son archivos diferentes o se encuentran en plataformas separadas.	Tengo que importar todos los referentes a la mesa de trabajo del programa que estoy utilizando. Mis referentes están guardados en plataformas separadas de mi mesa de trabajo.	Dificultad cuando quiero comparar varios referentes al mismo tiempo si son archivos diferentes o se encuentran en plataformas separadas (ejemplo: un archivo de audio con un video de Youtube). Las herraminetas son o muy específicas o muy basicas, no encuentro un sustituto que se adapte a bosquejar una solución sin pasar a herramientas mas complejas. O tendría que usar diferentes herramientas para lograr este objetivo.	Tengo que importar todos los referentes a la mesa de trabajo del programa que estoy utilizando	Si no trabajo con Figma no tengo una mesa de trabajo compartida. Tengo que guardar mis proyectos en archivos distintos (ej: Adobe Creative Suite). Mi cliente no tiene acceso a lo que yo hago.	No poder pasarle el archivo original. Tener que exportar el archivo en diferentes formatos.	
MOOD												
OPPORTUNITIES	CV Pongo los links de las agencias en las que he trabajado. Perfil como portfollio. "Comparto las direcciones de las Webs que he diseñado". Información relacionada al trabajo como un tweet, publicación de linkedin	En la primera videollamada podrían empezar a utilizar la mesa de trabajo. En ella subirían todas las referencias de las cuales hablan y hacer los primeros bocetos, así desde el primer momento trabajarían con referenes visuales.	Paula podría subir el moodboard y un texto para dejar por entendido aquello que ella realizará, a lo que el cliente podrá dejar comentarios. Teniendo todo en un mismo espacio de trabajo. La herramienta avisaría a Paula de los cambios y comentarios del cliente.		Como todos los perfiles Gratis son publicos y solo los pagos tiene la opción de ocultar sus referentes de forma parcial o total, el usuario puede encontrar referentes en los perfiles publicos. Cada vez que se guarde una URL, podemos sugerirle cuentas que han guardado links iguales y encontrar inspiración mas similares a los referentes guardados	Con ItsCircular Paula podría crear una carpeta para el proyecto a la que el cliente tengan acceso. En ella ambos podrían ir guardando referentes ordenándolos en subcarpetas. ItsCircular trabajaría con las APIs de las distintas plataformas para obtener la información más valiosa.	Con ItsCircular Paula tendría guardados sus referentes en la carpeta del proyecto y cuando quier añadir sus referentes a la mesa de trabajo, esta solo tendría que arrastrarlos a la mesa.	Con ItsCircular Paula podría combinar archivos diferentes: audio, video, posts de lg, websites. Podría hacer anotaciones o diseñar, desde un punto de vista básico, utilizando las herramientas de la mesa. Podría dejar comentarios. Podría grabar la pantalla.	El cliente podría dejar su feedback a través de comentarios en la mesa de trabajo. Paula recibiría una notificación.	Paula solo tendría que exportar sus ideas y bocetos en el formato que ella quisiera para posteriormente importarlo en la herramienta con la que trabaje.		

Propuesta de valor

En nuestra investigación descubrimos que todos aquellos profesionales de la industria creativa que desarrollan la parte visual de los proyectos tienen problemas guardando los referentes y el contenido que les inspira. Por un lado no se guardan de una forma visual que facilite su reconocimiento y por otro quedan dispersos en varias plataformas.

También descubrimos que existe un gap entre la parte exploratoria, de búsqueda de referentes e información, y el inicio del proceso creativo en los que los usuarios empiezan a hacer las primeras combinaciones entre los referentes guardados.

Nuestra propuesta de valor radica en unir estas dos partes, dotando al usuario con una herramienta en la que pueda guardar visualmente cualquier tipo de contenido y que facilite el comienzo del proceso creativo posibilitando la interacción y combinación entre distintos referentes.

Save, organize and share ideas in a visual way

- it'sCircular es una herramienta que permite guardar cualquier contenido visualmente, aprovechando las APIs de las plataformas, organizarlo en carpetas públicas y privadas, y compartirlo con otros usuarios.
- Nuestros usuarios podrán completar la parte de búsqueda y organización de referentes con el inicio de su proceso creativo, a través de un espacio compartido en el que puedan conectar el contenido y los archivos guardados con total libertad.

Requisitos

La modelización con Personas y Escenarios nos permitió obtener una lista de requisitos sobre cómo debe ser y comportarse el diseño. Un documento estratégico que nos sirve como herramienta de comunicación entre el equipo y de evaluación del proceso. Clasificamos los principales requisitos en 3 categorías:

- Funcionales
- Información
- Experienciales

Funcionales

- Guardar links y otros archivos de forma visual.
- Organización en carpetas públicas y privadas.
- Compartir archivos y carpetas.
- Previsualización de los links dentro de la herramienta.
- Interpretación del contenido de las plataformas con una API pública.
- Plugin Figma (Mesa de trabajo).
- Distintos tipos de visualización de los archivos.

Información

- Título / Nombre link.
- Screenshot y/o scraping de la Web.
- Tener acceso a información adicional de cada link.
- Perfil público de cada usuario.
- Onboarding del uso de la herramienta.
- Aviso de link ya guardado.

Experienciales

- Look & Feel amistoso (Copy).
- Tener una estética elegante como VSCO pero con un toque personalizado como Notion.
- Transmitir seguridad.
- Hacer la herramienta amistosa.
- Transmitir calma.

(04) Arquitectura

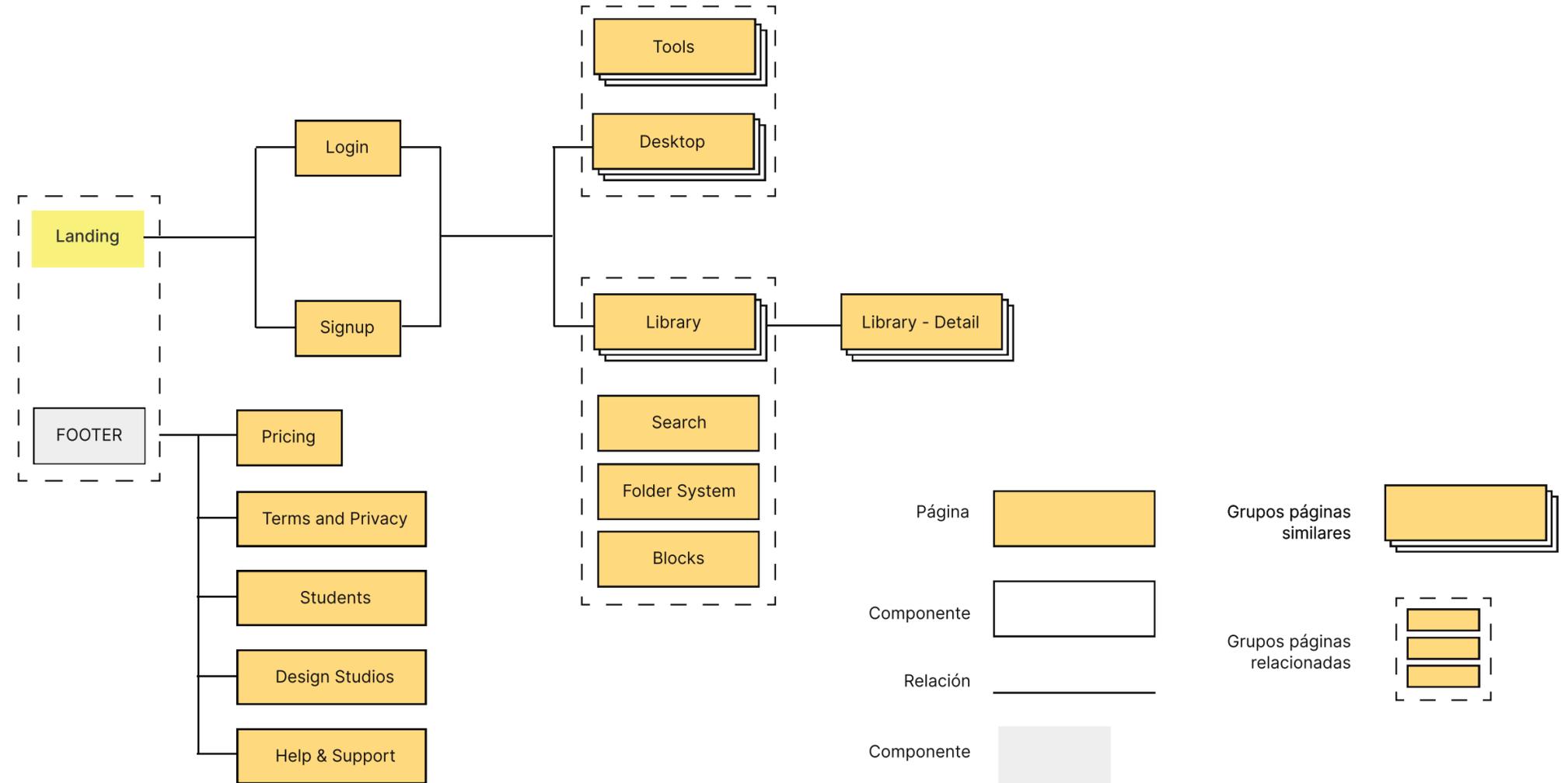
Arquitectura de la información

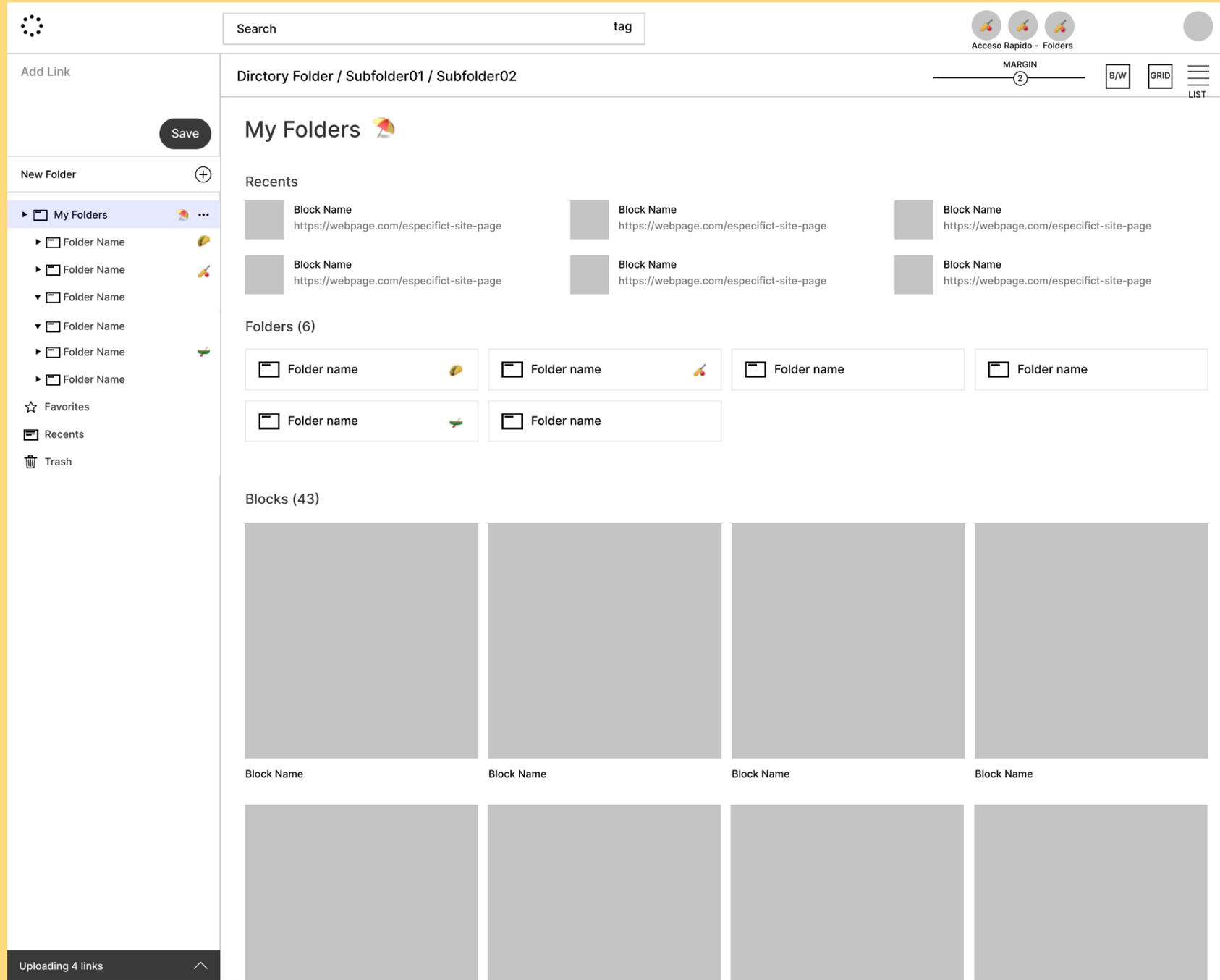
Wireframes

Flowcharts

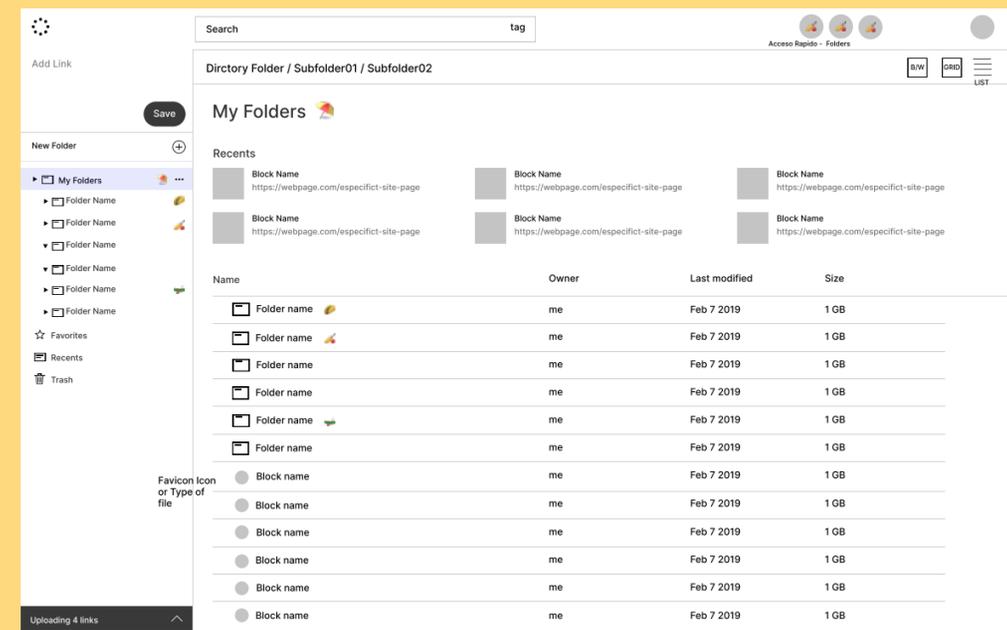
Arquitectura

Durante todo nuestro proceso hemos tenido en cuenta la evolución continua que va a tener la herramienta. Es por ello, que hemos implementado una arquitectura flexible y dinámica para permitir la actualización constante a medida que el usuario continúa guardando contenido y creando carpetas.

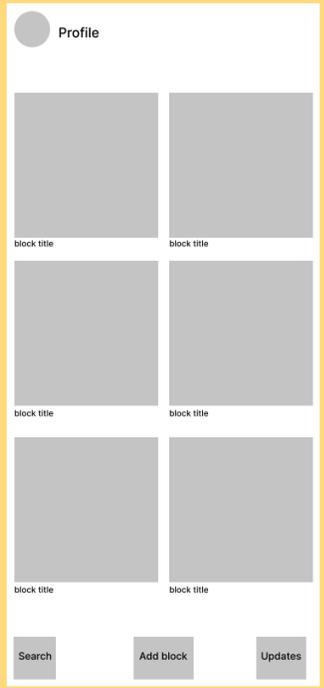




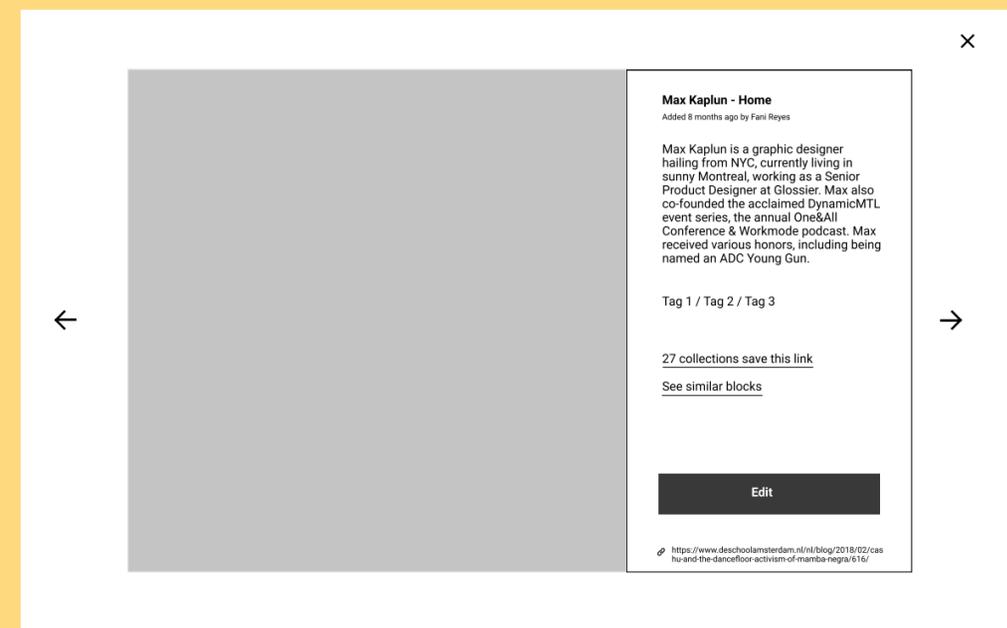
Cuerpo principal de la herramineta



Home y estructura de lista

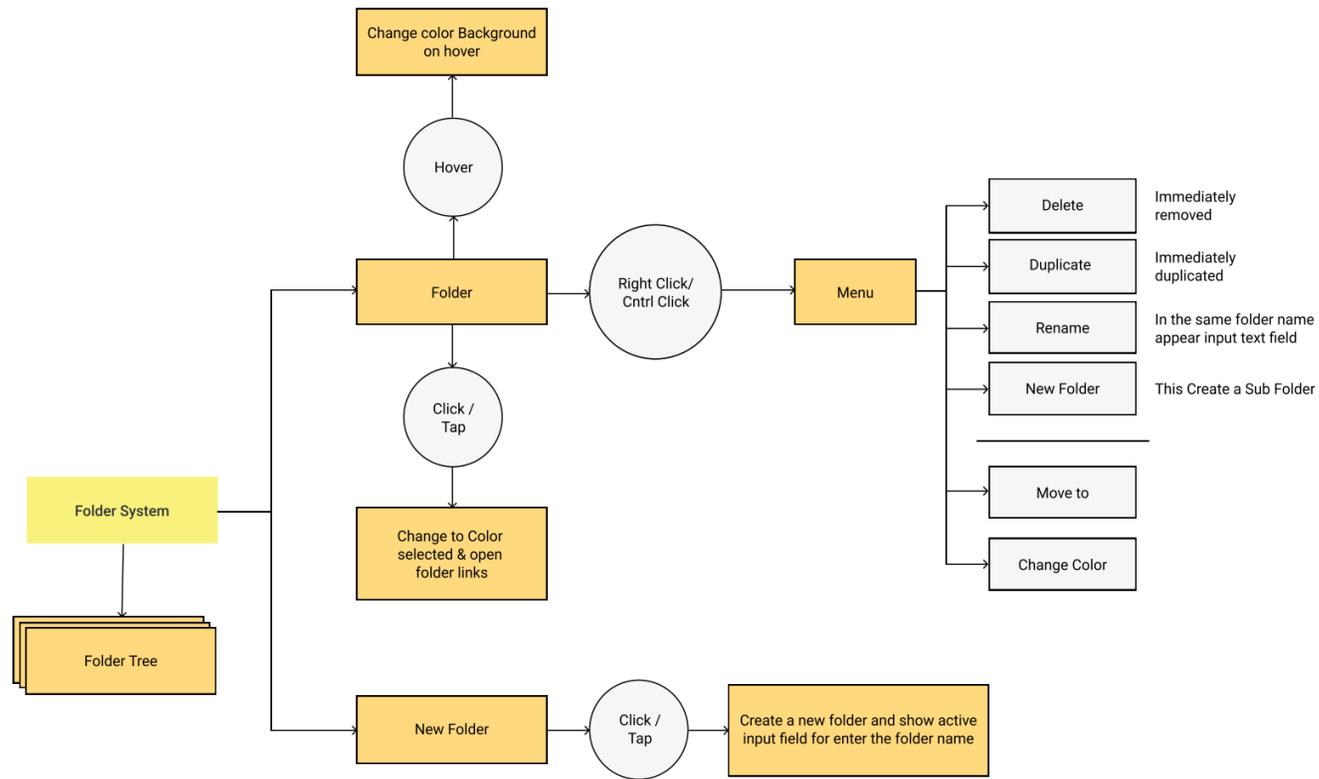


Home responsive

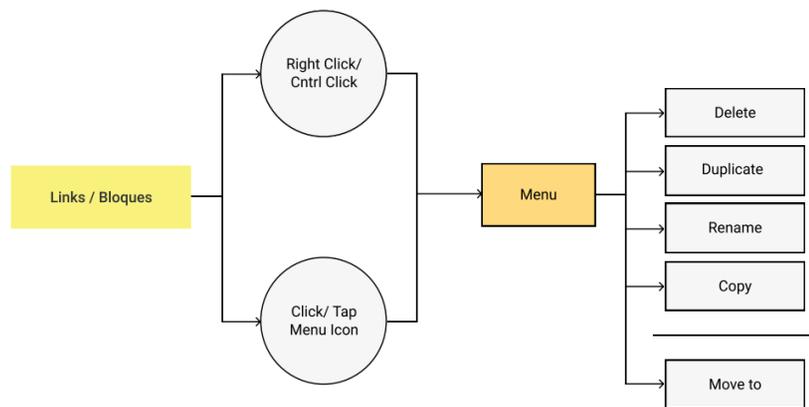


Detalle de bloque

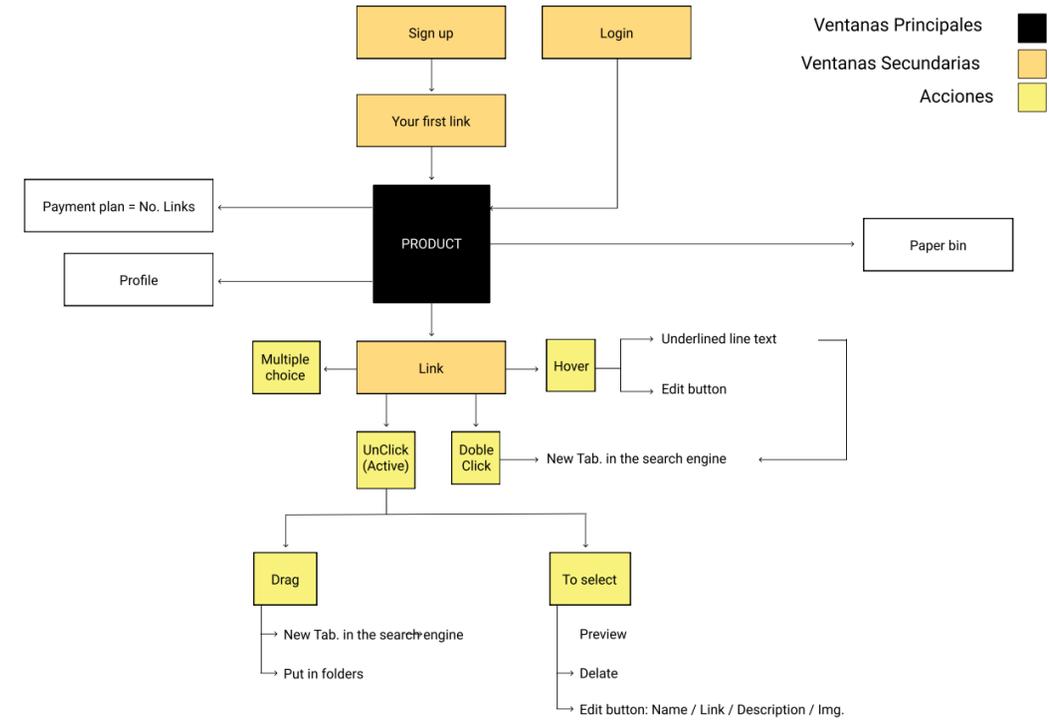
Sistema de carpetas



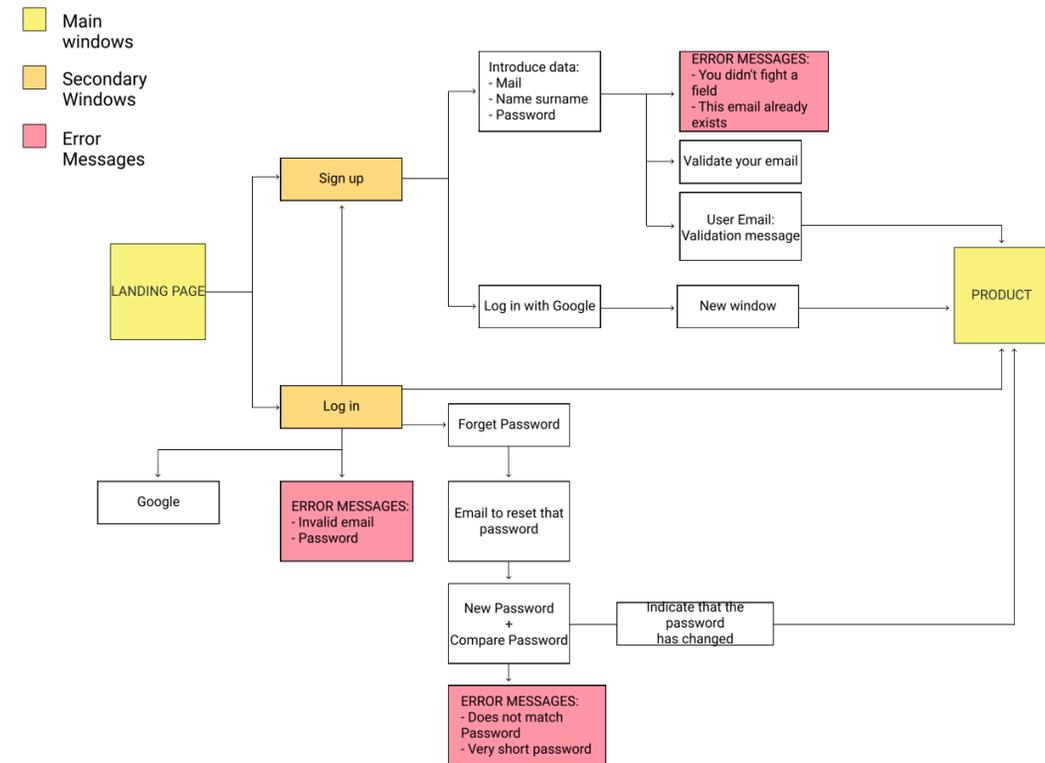
Sistema de Bloques



Herramienta despues del login



Proceos de signup y login



(05) Personalidad

Marca

Tono de voz

Guidelines

Componentes

Interfaz de usuario - UI

Marca

Uno de los desafíos que enfrentamos fue traducir la experiencia de usuario fácil y no invasiva de la herramienta a la marca. Buscamos una estética basada en lo esencial: explicar de qué trata la herramienta y el objetivo.

Para lograr esto, articulamos la personalidad de la marca en torno a 4 conceptos:

- CLARIDAD
- TRANQUILIDAD
- AMIGABLE
- CONTEMPORÁNEO

How to build your personal brand on social media



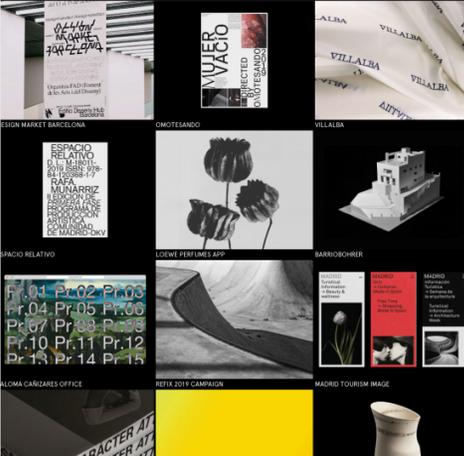
Les Others LIVE N.04 05/05/2020 18.00 HRS.

How to scale in your creative career.



Alex Antolino LIVE N.03 24/04/2020 18.00 HRS.

We want to talk like that fellow who comes every day with new things to tell you and show you



We want to talk like that fellow who comes every day with new things to tell you and show you



it's OK it's Practical it's Calm

it's Clear Easy it's Fiendly

Tone of voice

Nuestra voz refleja cómo nuestro usuario se ve a sí mismo, por eso queremos hablar como ese amigo que todos los días tiene algo nuevo que contarte y mostrarte.

Queremos brindar una gran experiencia en cada paso del camino, pretendemos convertirnos en ese compañero amigable con el que pueden compartir su emoción cuando algo sale bien y así como aquel que puede ayudarles a encontrar una salida cuando algo no sale bien.

Ser prácticos

Sus objetivos son nuestros objetivos, por lo que les brindamos soluciones claras.

Optimista

Un amigo cercano no es sólo tu compañero, es el optimista que te empuja a hacer más.

Sé amable

Mantenemos todo cálido y amable, tal vez acercándonos un poco al borde porque a los amigos también les gusta bromear un poco.

Se empático

Nos encanta escuchar historias y siempre estamos dispuestos a conversar.

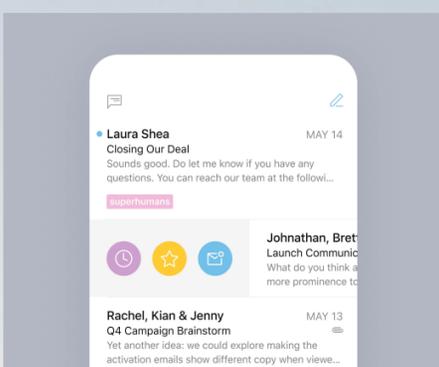
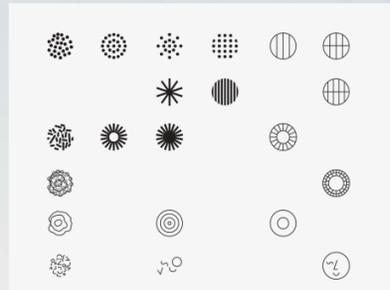
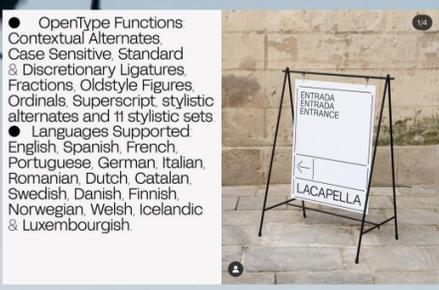
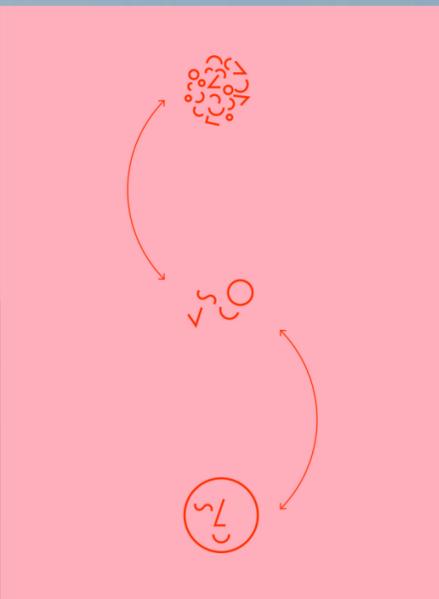
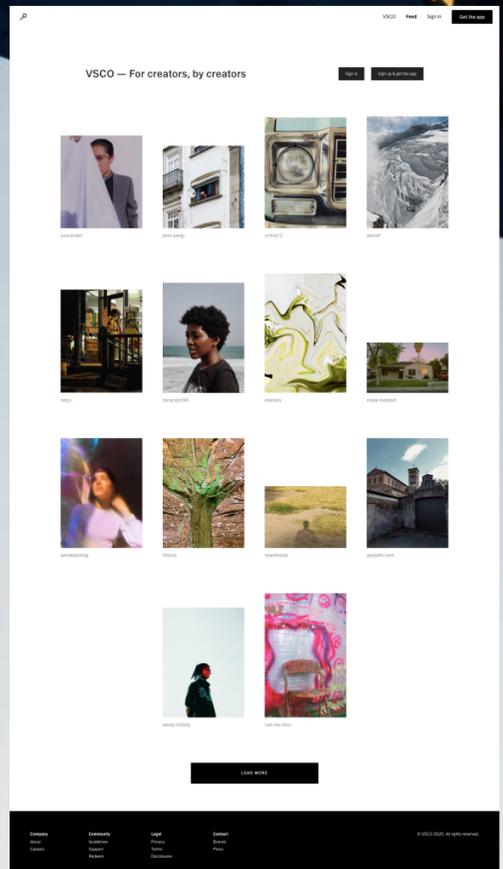
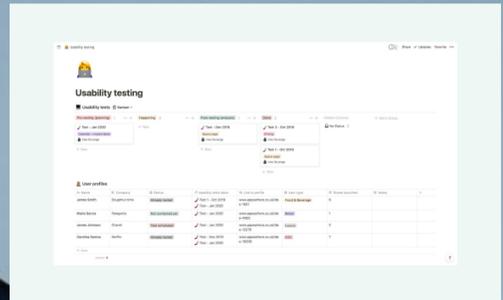
Ser claro

Comprender el tema sobre el que estás escribiendo. Usa palabras y oraciones simples.

UI-Guidelines

Nuestros usuarios pertenecen al sector creativo y la mayoría de ellos son diseñadores visuales y gráficos. Son personas que siempre recuerdan antes una referencia óptica que una escrita, por lo que desde el punto de vista de diseño, la información visual que guarda el usuario es el elemento clave que debemos resaltar y por ello planteamos una UI poco invasiva.

Queríamos que el diseño fuera simple, interactivo y contemporáneo. Teníamos que hacerlo lo más atractivo y fácil de usar posible, por lo que diseñamos un sistema modular flexible que permite guardar, organizar y compartir rápidamente el contenido. El diseño resultante es limpio, fresco y no invasivo.



Guidelines

Tipografía

La tipografía seleccionada es la Inter debido a la versatilidad que ofrece, la facilidad de lectura tanto impresa como en digital y porque representa el punto de vista moderno que queremos conseguir con la herramienta.

Inter Medium

ABCDEFGHIJ KLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Inter Regular

ABCDEFGHIJ KLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Inter Regular

Inter Regular

Inter Regular

Iconografía

Planteamos una iconografía líneal para que sea menos invasiva en la herramienta.

 Disk	 Folder	 Recents	 Menu
 Close Menu	 Comment	 Columns	 Log out
 Search	 Open	 Duplicate	 Link
 Terms & privacy	 Help & support	 Blog	 Folder Close
 Home	 Home	 Updates	 Updates
 Margin	 Favorite	 Delete / Trash	 Dropdown
 Darkmode	 Rename	 Paste	 Add
 Folder Open	 Pencil	 Upload	 Share
 Gif	 Verified	 Carousel	 Video

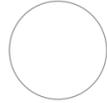
Color

Los colores predominantes no irrumpen con la herramienta, su función principal es diferenciar las distintas partes. El punto de color lo aportan los tags, los cuales tienen diversos colores pensados para uso tanto en la visión standar de la herramienta como en darkmode.

Brand

		
BRAND #1 6219FF	BRAND #2 DFE3FF	BRAND #3 F9F5FF

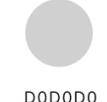
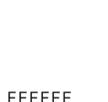
Tool

				
333333	888888	EBEBEB	F5F5F5	FFFFFF

Background Blocks

						
FE95A5	8E9FE5	CEF0F9	1EBEB4	EDFFAD	FFD97E	D0D0D0

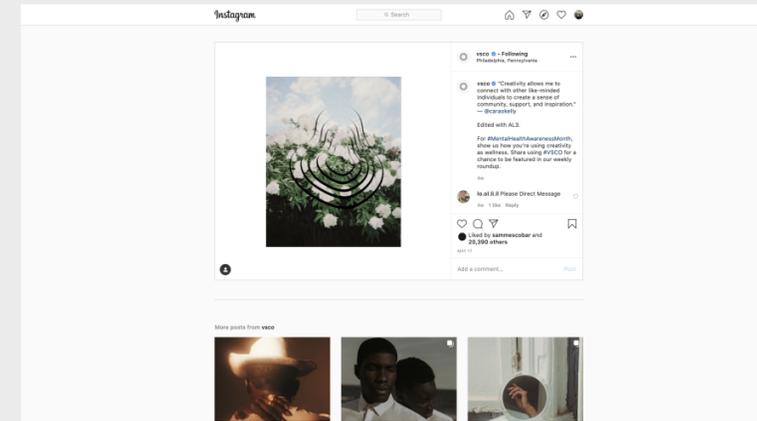
Tags

									
333333	FE95A5	FE7F51	F80000	CF2C6F	D96CE3	8E9FE5	5C7FD0	2DD2E6	CEF0F9
									
1EBEB4	8CE587	A8FFDE	EDFFAD	F8F27D	FFBF25	E0BD23	D0D0D0	EBEBEB	FFFFFF

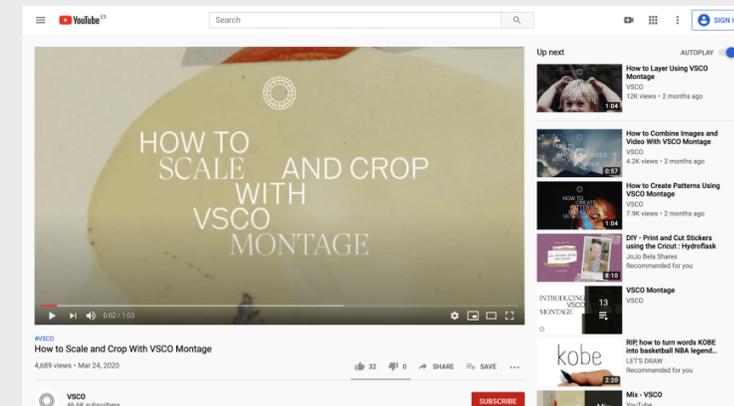
Transformación de links

La transformación de un link a un bloque visual, forma parte de la propuesta de valor que entrega la herramienta. Esto se hace a través de la utilización de API de las herramientas más conocidas. En el ejemplo de la derecha, se grafica la transformación visual de un post de Instagram, un video de YouTube y un proyecto en Behance. Existen muchos otros tipo de transformación visual disponibles.

Lo importante de la transformación visual es poder reconocer rápidamente de forma visual un link que normalmente se guardaría como una url en forma de hipervínculo de texto.



Creativity allows me ...



How to Scale and Crop ...



Kernit Typeface

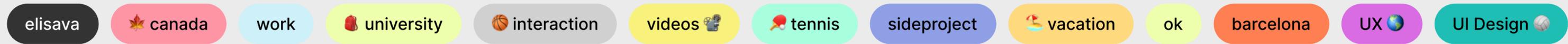
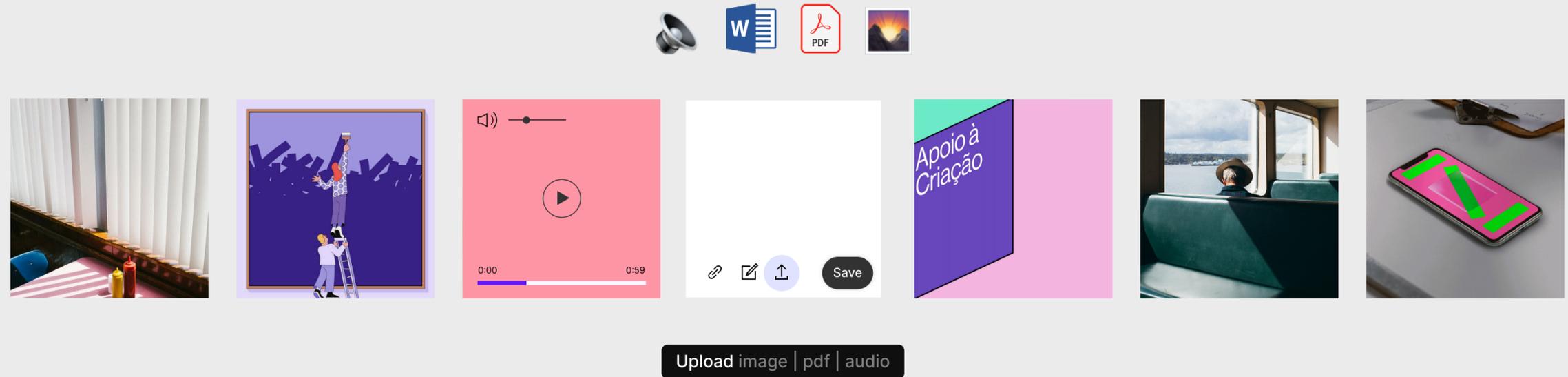
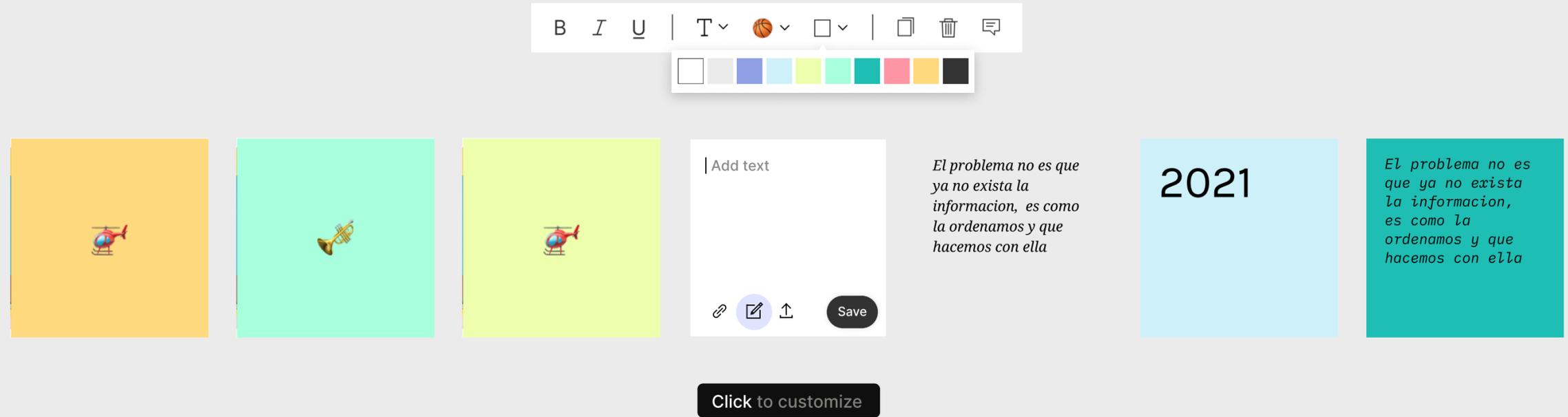
Personalizacion del Bloque

La personalizacion de los bloques se logra con dos funcionalidades en el bloque. Una con el botón de personalizacion y otra agregando un archivo.

La personalizacion se logra a través de 3 estados combinables:

- 1.1 Tipografía
- 1.2 Color de fondo
- 1.3 Emojis

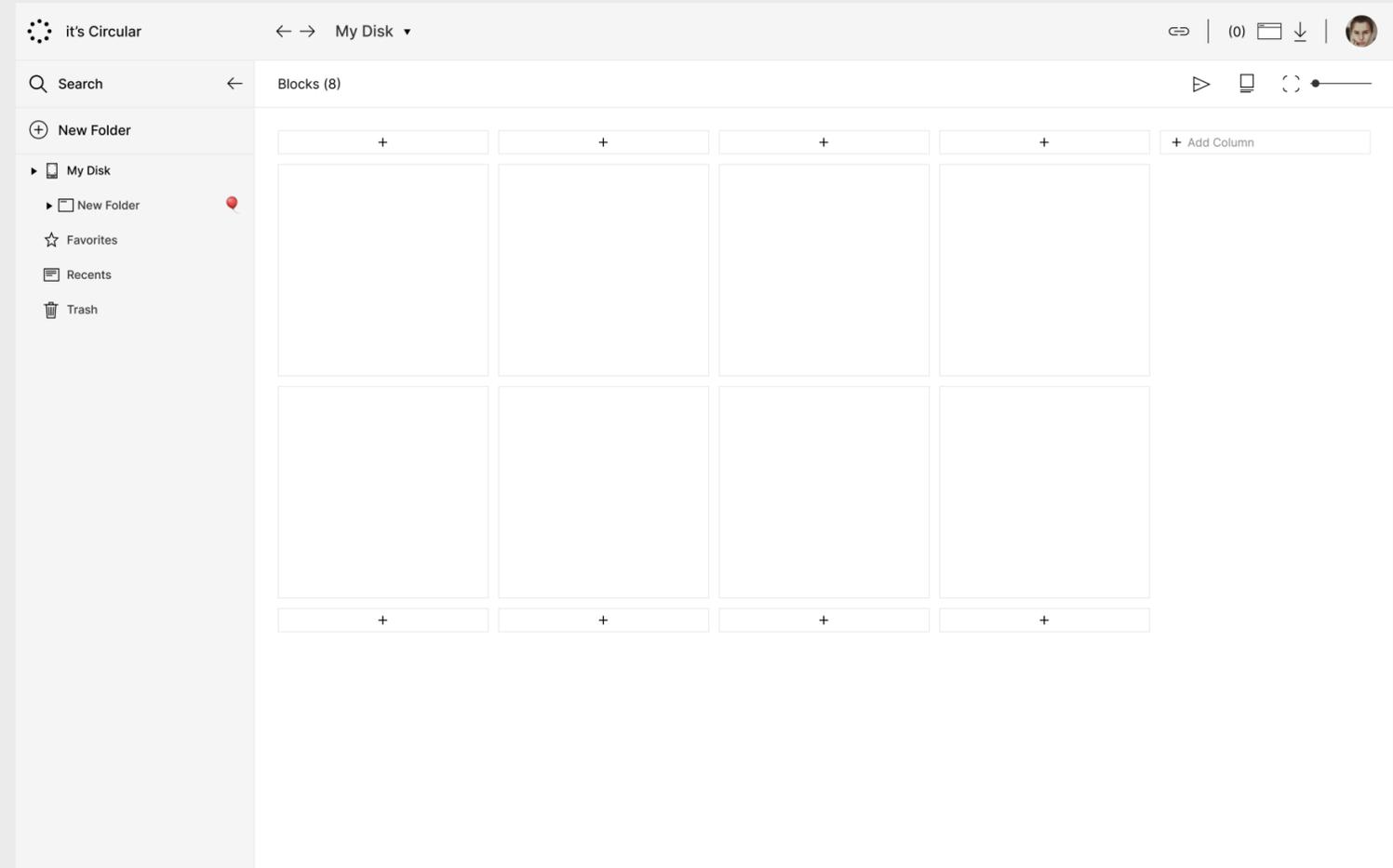
En donde los Emojis (Pictogramas) forman parte junto con la musica y las matemáticas de los únicos lenguajes universales. Que permite comunicarnos de forma visual muy fácilmente.



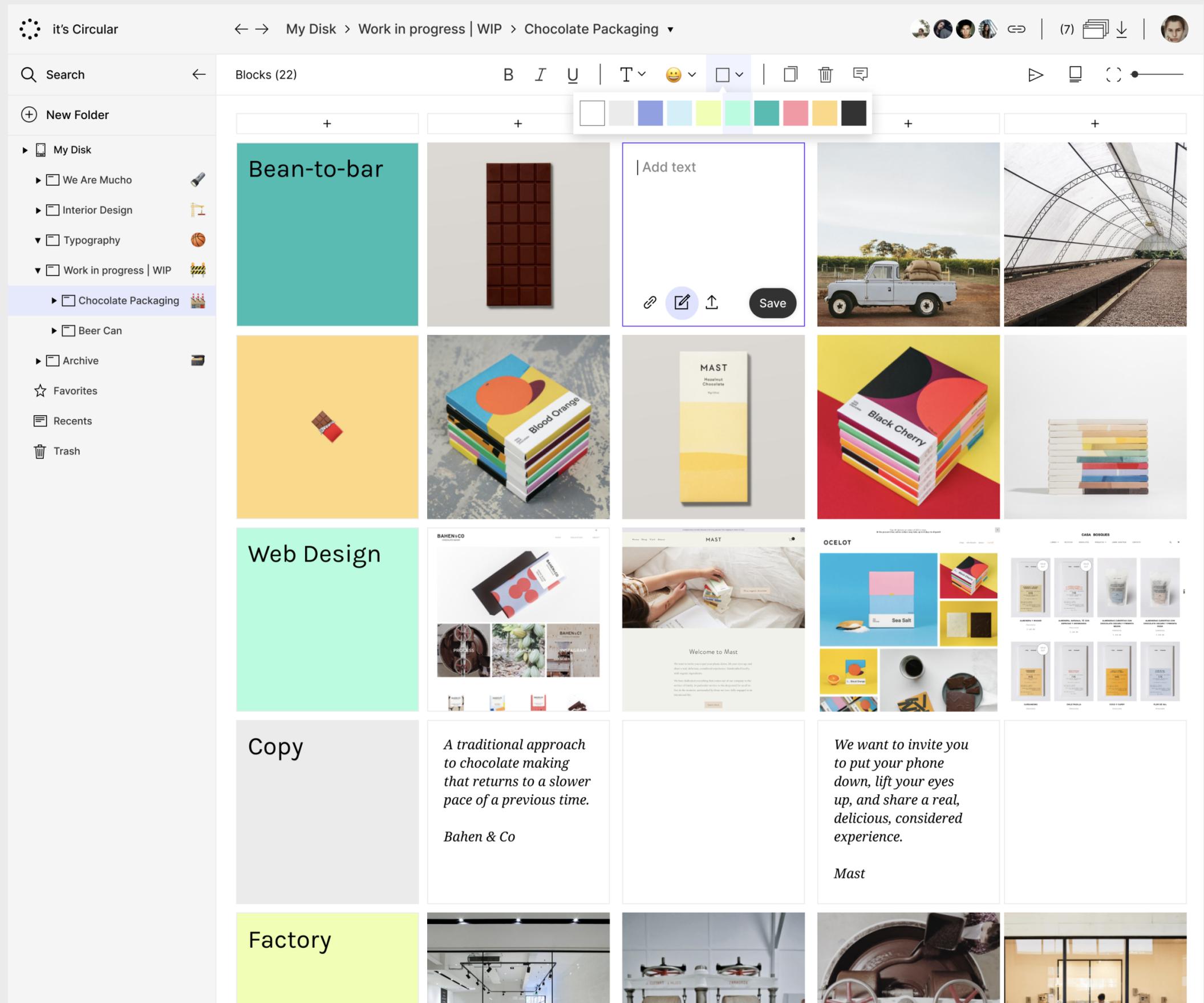
Sistema de Retícula

El diseño web receptivo brinda una nueva apreciación del papel de la cuadrícula en las experiencias digitales.

La cuadrícula modular se diseña superponiendo filas y columnas que forman módulos. La red modular es el tipo de red más complejo. Debe usarse cuando el espacio vertical y horizontal son de igual interés. Este tipo de cuadrícula se está volviendo más popular en los medios digitales con la aparición de dispositivos portátiles que dependen de ' tarjetas ' para comunicarse.



Herramienta Principal

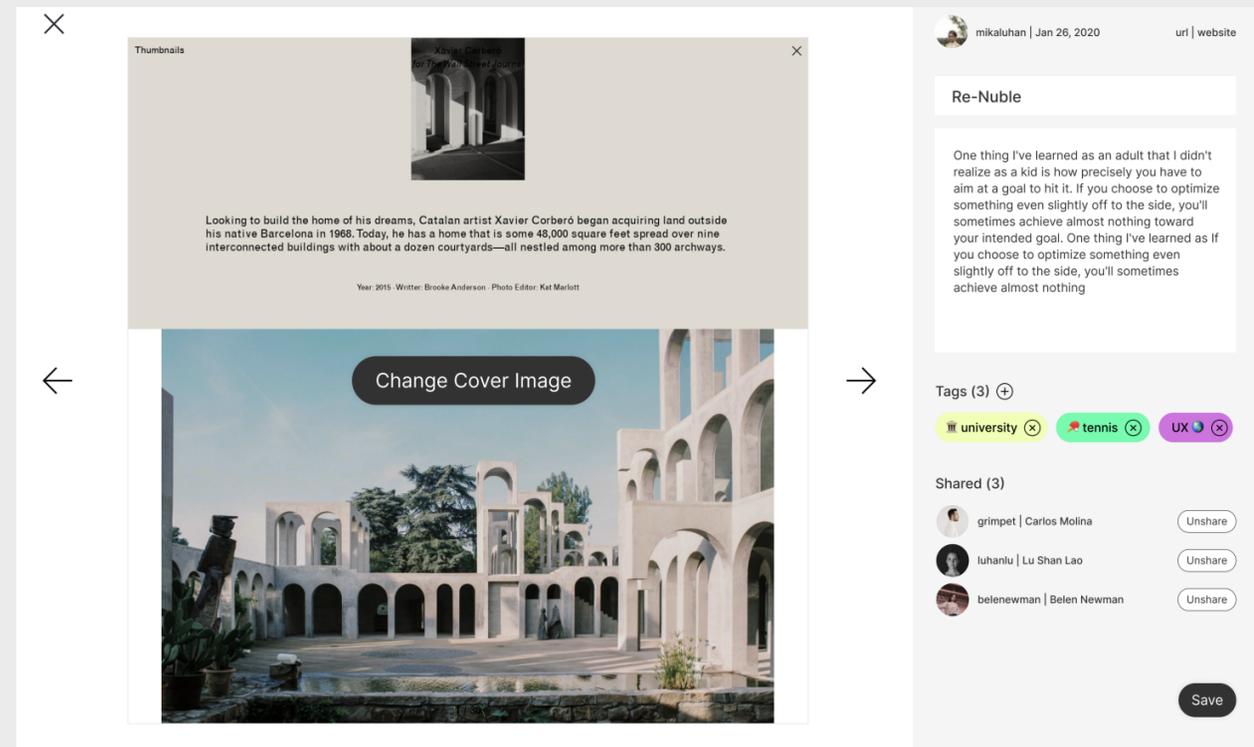
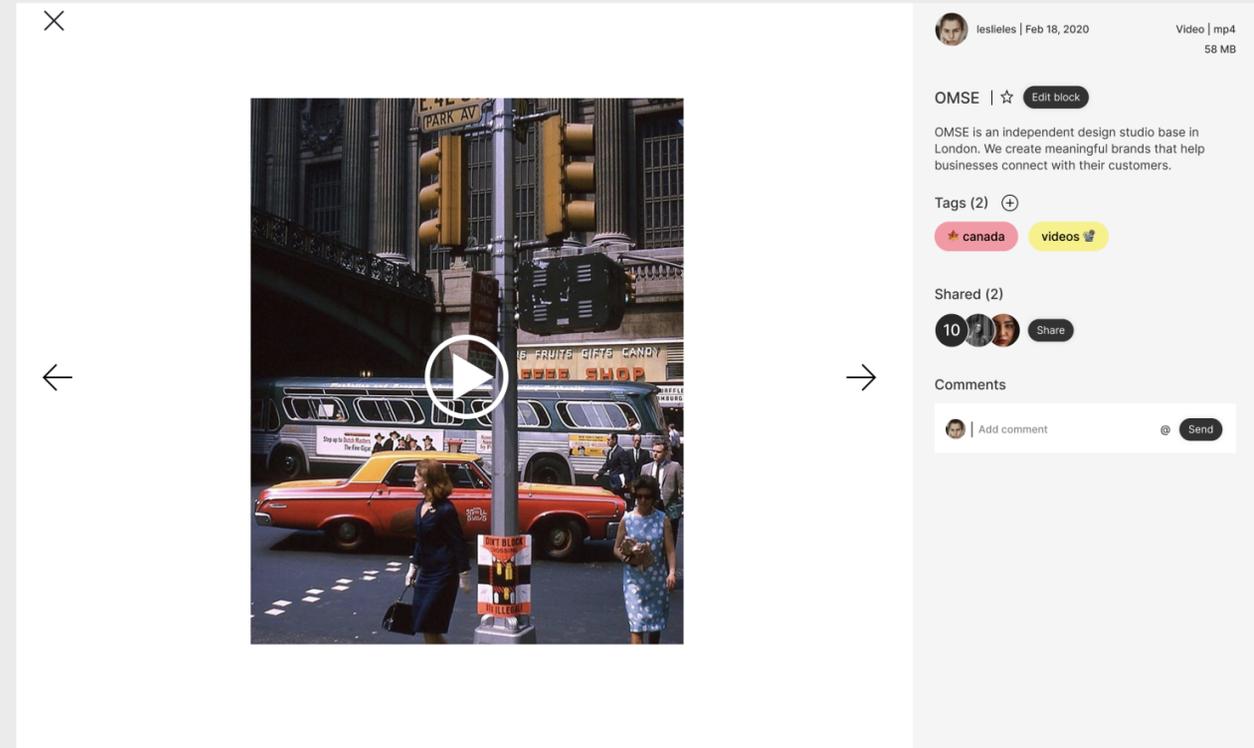


Detalle del Block

Con el detalle de bloque, el usuario podría nunca abandonar la herramienta para consultar la información necesaria. Gracias al scrapping de data, no solo se recopilan imagenes y video del las url's, también información como titulo, descripción y tags relacionados.

Permite al usuario interactuar con otros usuarios a través de comentarios o usar los comentarios para dejar notas para futuras consultas en el referente.

Gracias a la versatilidad de las API disponibles, también se puede reproducir video, activar carruseles de imágenes e incluso reproducir audios y musica directamente desde el detalle del bloque.



My Disk / Home

- + New Folder
- ▾  My Disk
 - ▶  Elisava 
 - ▶  Mention in Research
 - ▾  Typography 
 - ▾  web | Design  
 - ▶  UX Cases 
 - ▶  UI Inspiration
 - ▶  Illustration 
 - ☆ Favorites
 -  Recents
 -  Trash

Recents

 <p>Renaissance Period: 1300 – 1600</p>	 <p>querida.si We develop content and creative ...</p>	 <p>Hey Studio A creative studio based in Barcelona</p>	 <p>Jorge Vidal Architecture Studio, which focuses ..</p>
 <p>Re-Nuble Headquartered in New York City ...</p>	 <p>Ingrid Picanyol Studio She is an award-winning creative</p>	 <p>NARANJO-ETXEBERRIA N-E is a constantly changing brand</p>	 <p>Apartamento – Interior magazine Apartamento is widely recognised ..</p>

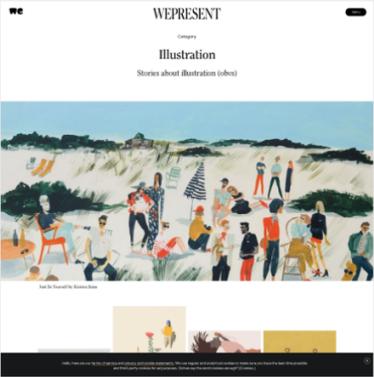
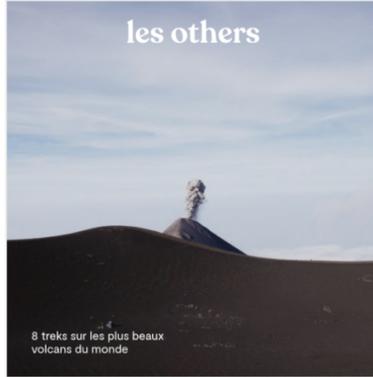
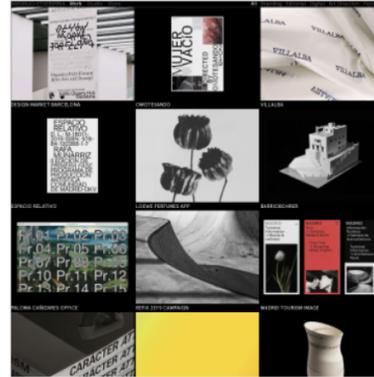
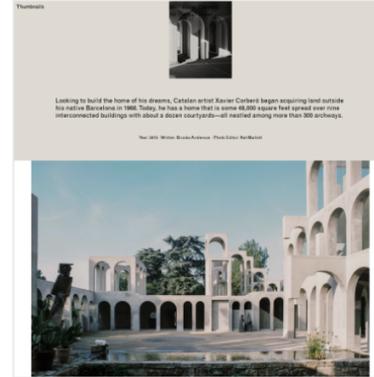
Tags

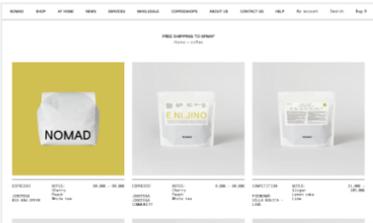
elisava
canada
work
university
interaction
videos
tennis
vacation

Favorite Folders (4)

 Elisava 	 web Design 	 Mention in Research 	 Typography 
---	--	---	--

Favorite Blocks (8)

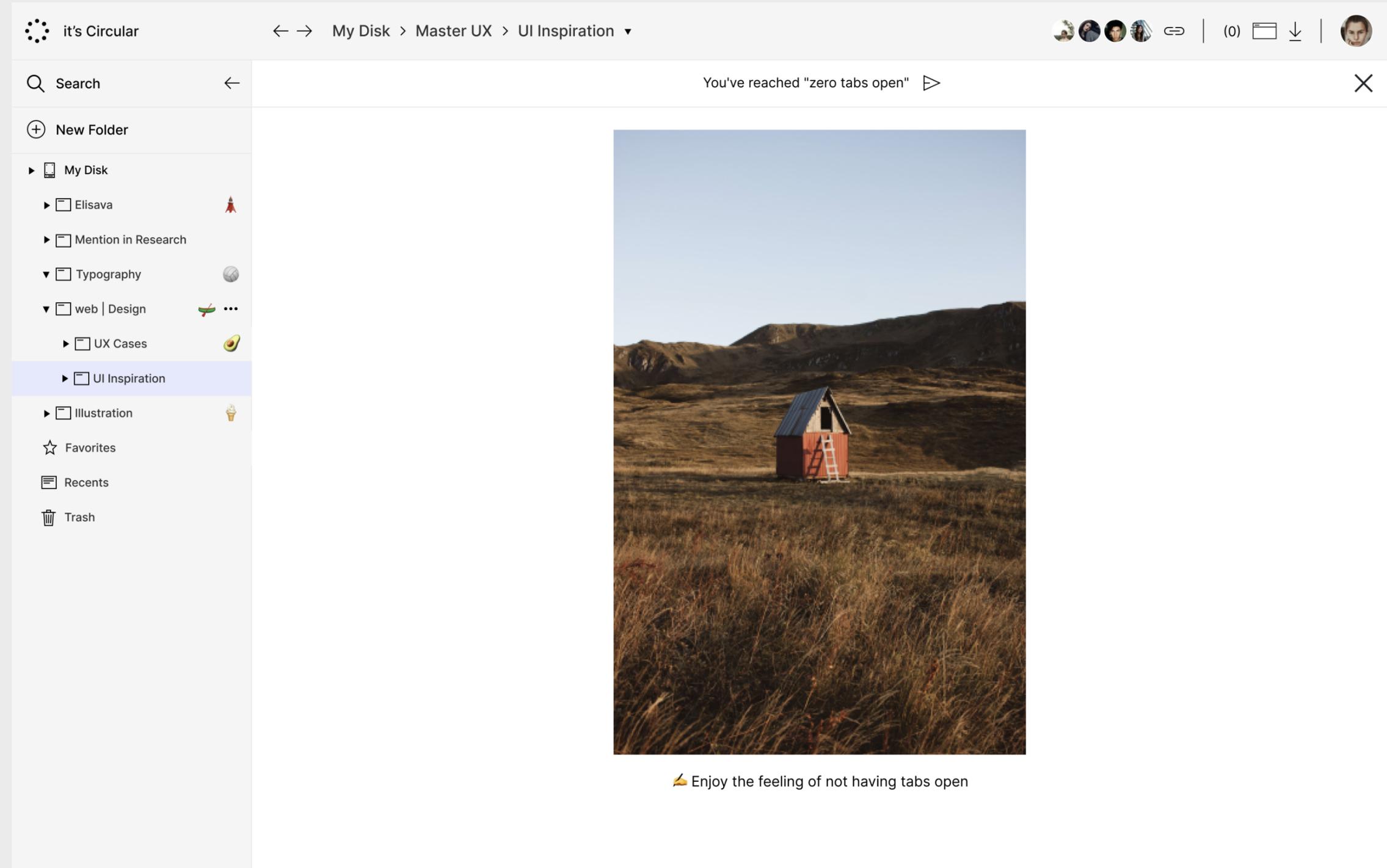
 <p>WePresent Illustration</p>	 <p>teenage engineering</p>	 <p>Les Others — Inspiration pour les a...</p>	 <p>Work > NARANJO-ETXEBERRIA</p>
 <p>Xavier Corberó – Salva López</p>			

 <p>NOMAD</p>	 <p>HAIOS</p>	
--	--	---

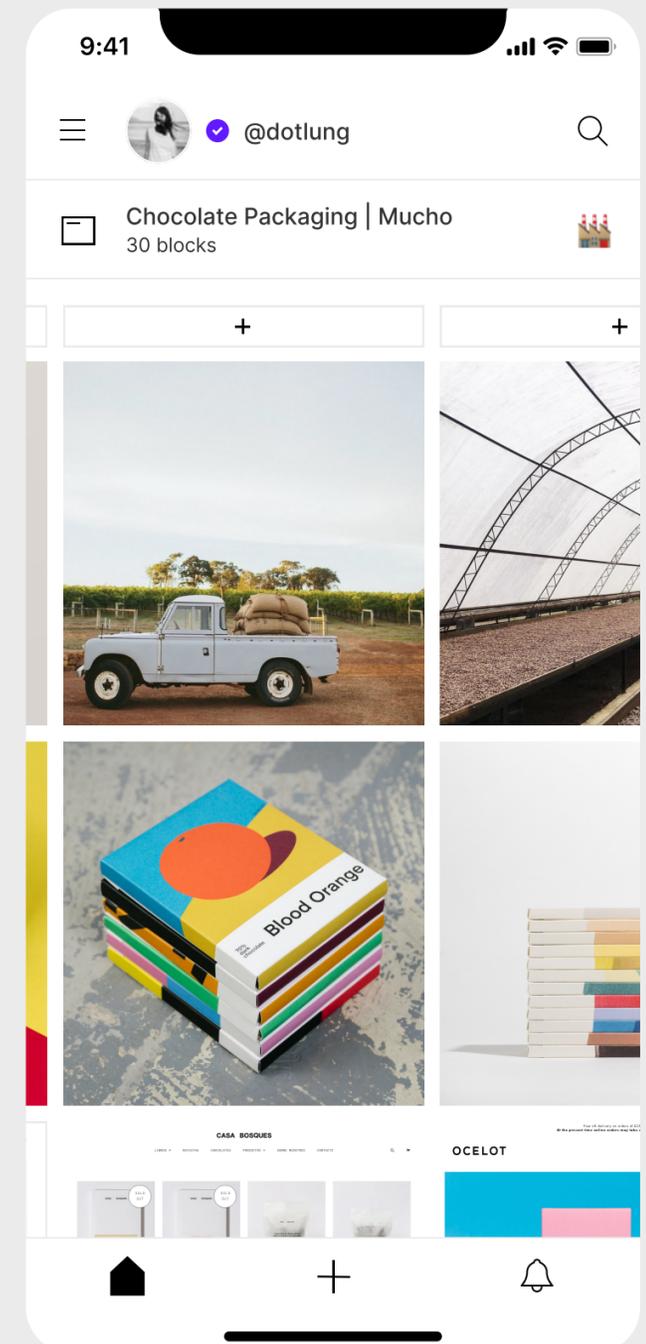
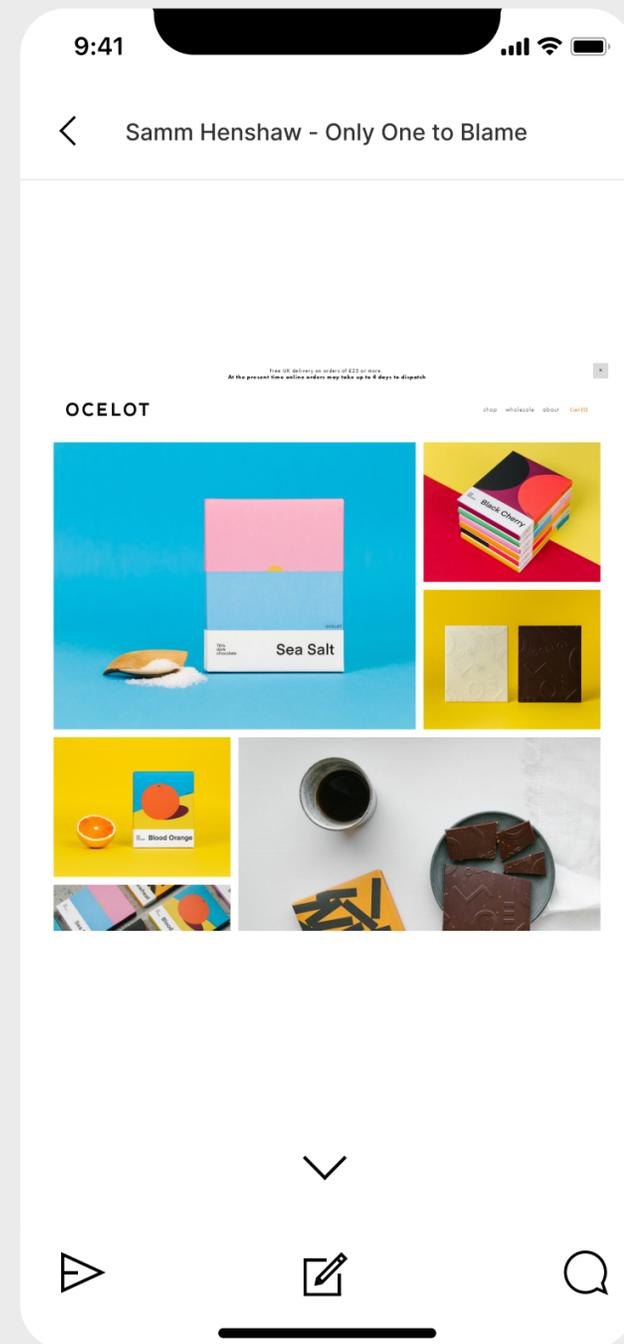
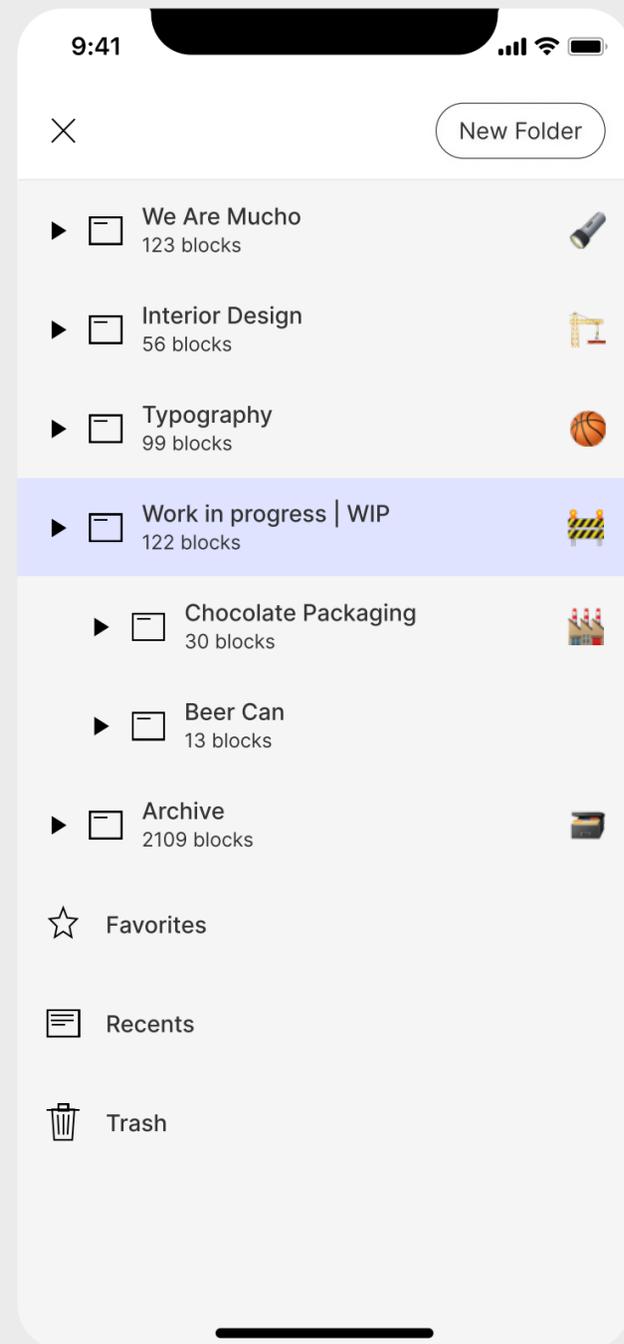
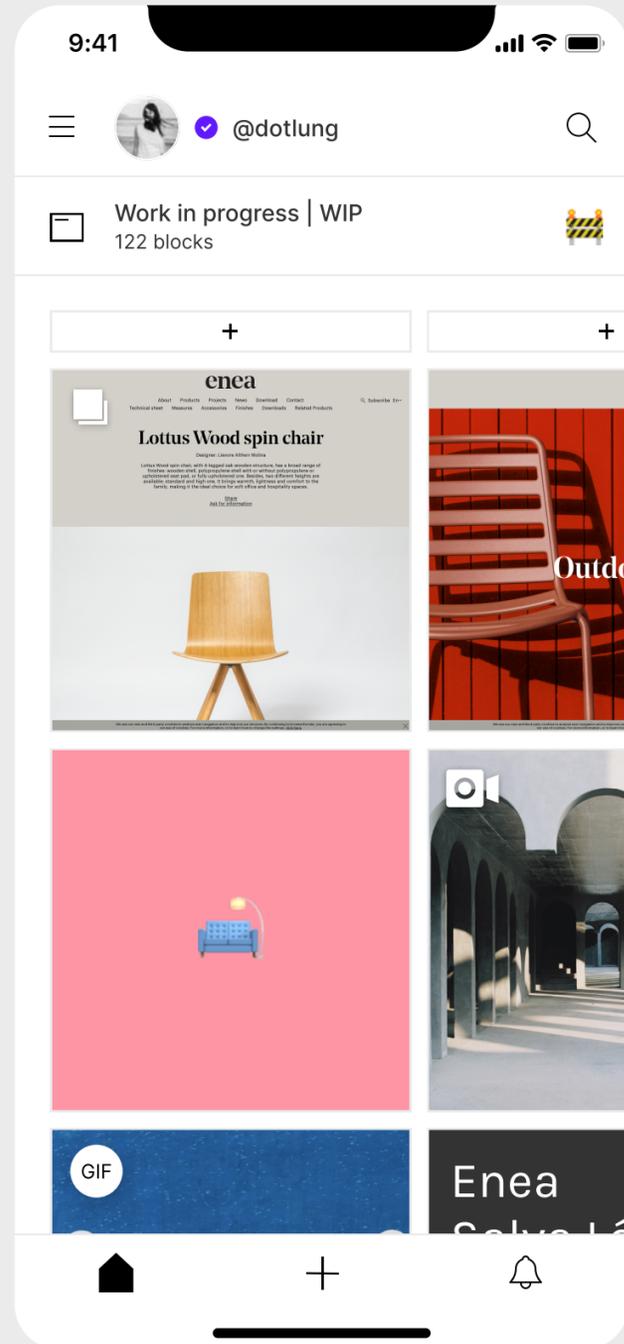
Zero Tabs Open

Una de las principales preocupaciones de nuestros usuarios es perder sus pestañas abiertas. Es por ello que creamos el botón de guardar todas las pestañas abiertas con un solo click. Este se encuentra a la derecha arriba en la herramienta al lado de la foto de perfil.

Una vez alcanzado la meta de tener cero pestañas abiertas saldrá siempre una imagen diferente de una cabaña en la naturaleza, con un mensaje de calma y logro al usuario.



Mobile



(06) Estrategia

Bussines Model Canvas

Pricing

Modelo Financiero

Go to market

Landing page

 Key Partners

- 1. Agencias de diseño como:
 - Mucho
 - Folch
 - Clase
- 2. Profesores máster ELISAVA
- 3. Escuelas de Diseño: ELISAVA / IDEP / BAU / EINA
- 4. Universidades
- 5. Incubadores / Programas de Startup

 Key Activities

- 1. Prototipar la herramineta
- 2. Hablar con usuarios:
 - Entrevistas
 - Encuestas
 - Testeo de Mock-up
- 3. Modelado:
 - Personas
 - Escenarios
 - User Journey
- 4. Desarrollo (Programacion)
- 5. Diseño UX/UI
- 6. Networking
- 7. Contratar Diseñadores y programadores

 Key Resouserces

- 1. Programadores y Diseñadores UX/UI
- 2. Eventos y Workshops
- 3. Plataforma Web
- 4. Servidores AWS
- 5. Base de Datos: Mongo DB
- 6. Oficinas y Equipos

 Value Proposition

Enfocados en solucionar el problema de los Links como prioridad y en segundo plano el resto de información.

La transformación del link en información visual y útil para el usuario.

Nos concentramos en un segmento de mercado muy específico.

Que el producto trascienda a una herramineta de productividad, y sea una herramienta de Wellbeing.

Herramienta que permita niveles de personalización en la forma en que el usuario guarda la información

 Customer Relationships

- 1. Eventos y Workshops
- 2. Crear una Cultura en torno a guardar y compartir referentes
- 3. Sentirse bien utilizando la herramienta (Fácil, Rápida, Reduce estrés)

 Channels

- 1. Herramienta web
- 2. Extención de Chrome, Safari, etc.
- 3. Aplicación iOS y Android
- 4. Redes Sociales
- 5. Eventos y Workshops

 Customer Segments

- Primeros Usuarios:
- 1. Estudiantes de diseño
 - 2. Profesores de diseño
 - 3. Diseñadores
- Otras Verticales de usuario
- 4. Investigadores
 - 5. Creadores de Contenido
 - 6. Creativos
 - 7. Startups (Benchmark)

 Cost Structure

- 1. Sueldo diseñadores y programadores
- 2. Publicidad y marketing
- 3. Alquiler de Oficina, Mobiliario y Equipos
- 4. Plan Base de Datos: Mongo DB
- 5. Pago Servidores AWS
- 6. Alquilar de Stand en Eventos. Ej: Blanc-Fest/Off

 Revenue Streams

Modelo de Negocio por suscripción para:

- 1. Personal Free: €0
- 2. Personal Pro: €6 | Estudiantes / Autónomos / Personal : Tienen que manejar muchos referentes todos los días y las herramientas que usan actualmente no cumplen con el objetivo
- 3. Equipos / Empresas: €8 | Empresas, universidades, instituciones, etc. que buscan mejorar la gestión de los referentes y el orden de la información. Quieren optimizar el tiempo en la búsqueda, conservar un registro y su know how de la empresa.

Pricing

El modelo de negocio por suscripción se base en un podium que busca los siguientes objetivos:

1. Dejar claro que existe la posibilidad de empezar a usar la herramienta sin pagar. Incentivando su uso diario.
2. Ajustar los precios a diferentes realidades y necesidades de usuario, con una clara separación entre personas y empresas.
3. El precio personas está muy cercano al precio de equipos, con el objetivo de incentivar el paso al de "team", no sólo el precio es mayor, sino que aumenta la posibilidad de sumar nuevos usuarios por recomendación y necesidad de trabajo en equipo.
4. Las ventas BtoB tienen ciclos de compra más largos, por lo que es necesario una atención y seguimiento desde el primer momento. Como el precio de la herramienta puede llegar a ser insignificante a grandes empresas el precio no es reflejado directamente y dependerá de la cantidad de puestos que soliciten.

Benchmark

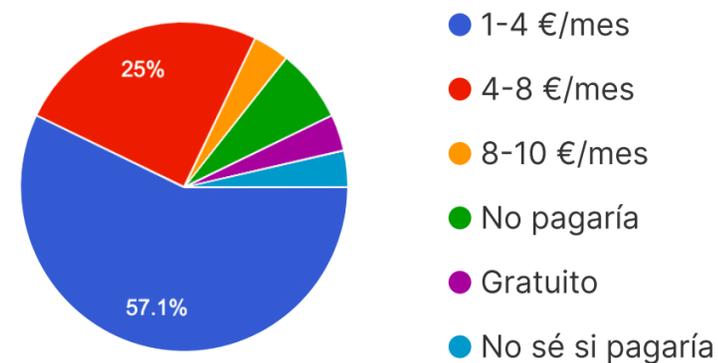
El modelo de suscripción planteado y el rango de precios, en parte se debe al trabajo de benchmark realizado con herramientas similares y del sector.



Encuestas

Se realizo una encuesta con una mezcla de usuarios activo en la plataforma y posibles usuarios. La encuesta fue completada por 188 personas. Insights mas relevante:

82% de los encuestados esta dispuesto a pagar por la solucion



Pricing

One tool for your life and work. Free for personal use.



Personal

For organizing every corner of your life.

€0

Try for free

- Free for individuals
- ✓ Unlimited pages & blocks
- ✓ Share with 5 guests
- ✓ Sync across devices



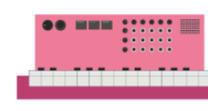
Personal Pro

For power users who want to do even more.

€6

Get started

- Everything in Personal, plus
- ✓ Unlimited file uploads
- ✓ Unlimited guests
- ✓ Version history



Team

For teams to write, plan, and work together in one spot.

€8 per member per month

Get started

- Everything in Pro, plus
- ✓ Unlimited team members
- ✓ Collaborative workspace
- ✓ Advanced permissions
- ✓ Admin tools

Pay annually Pay monthly

Enterprise

Controls and support to run your company.

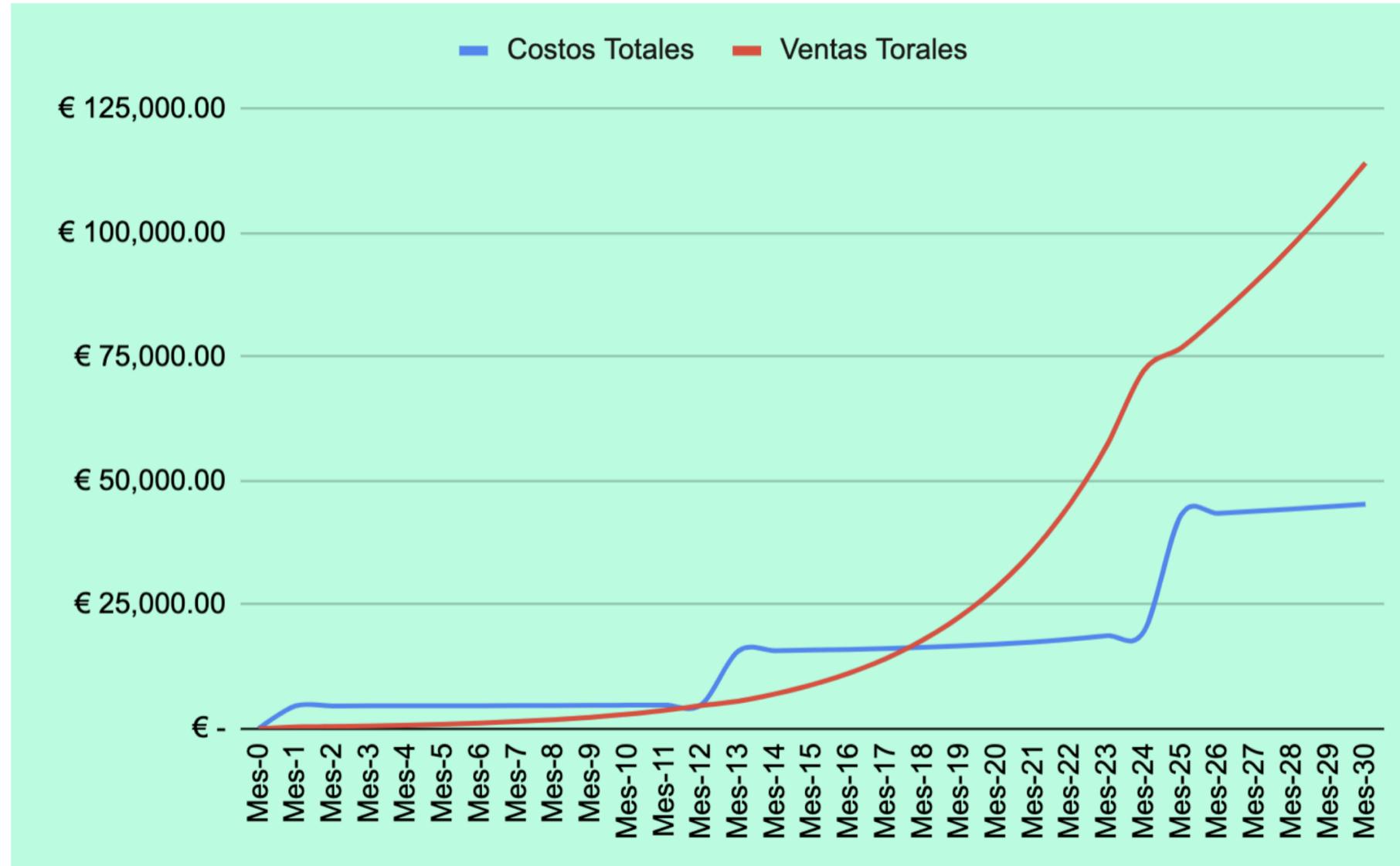


Contact sales →

- Everything in Team, plus
- ✓ SAML SSO
- ✓ Advanced security
- ✓ Dedicated manager
- ✓ Custom contract

Get started

2	Weekly Growth	Year 1	6%																								
3	Month	12	January					February					March					April					May				
4	Montly Revenue	€21,060	€354					€450					€570					€720					€912				
5	Weeks	48	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8	Week 9	Week 10	Week 11	Week 12	Week 13	Week 14	Week 15	Week 16	Week 17	Week 18	Week 19						
6	Avg Price	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6						
7	Subscriptions	778	50	53	56	59	63	67	71	75	80	85	90	95	101	107	113	120	127	135							
8	Week Revenue	€77,352	€300	€318	€336	€354	€378	€402	€426	€450	€480	€510	€540	€570	€606	€642	€678	€720	€762	€810							
9		Year 2	6%																								
10	Month	12	January					February					March					April					May				
11	Montly Revenue	€326,970	€5,568					€7,032					€8,880					€11,214					€14,160				
12	Weeks	48	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8	Week 9	Week 10	Week 11	Week 12	Week 13	Week 14	Week 15	Week 16	Week 17	Week 18	Week 19						
13	Avg Price	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6						
14	Subscriptions	12066	778	825	875	928	984	1043	1106	1172	1242	1317	1396	1480	1569	1663	1763	1869	1981	2100							
15	Week Revenue	€1,200,936	€4,668	€4,950	€5,250	€5,568	€5,904	€6,258	€6,636	€7,032	€7,452	€7,902	€8,376	€8,880	€9,414	€9,978	€10,578	€11,214	€11,886	€12,600	€13,344						
16		Year 3	2%																								
17	Month	12	January					February					March					April					May				
18	Montly Revenue	€1,479,108	€76,824					€83,154					€90,006					€97,422					€105,456				
19	Weeks	48	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8	Week 9	Week 10	Week 11	Week 12	Week 13	Week 14	Week 15	Week 16	Week 17	Week 18	Week 19						
20	Avg Price	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6						
21	Subscriptions	30603	12066	12307	12553	12804	13060	13321	13587	13859	14136	14419	14707	15001	15301	15607	15919	16237	16562	16893	17230						
22	Week Revenue	€5,744,694	€72,396	€73,842	€75,318	€76,824	€78,360	€79,926	€81,522	€83,154	€84,816	€86,514	€88,242	€90,006	€91,806	€93,642	€95,514	€97,422	€99,372	€101,358	€103,380						
23		Year 4	1%																								
24	Month	12	January					February					March					April					May				
25	Montly Revenue	€2,852,322	€189,180					€196,860					€204,852					€213,168					€221,820				
26	Weeks	48	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8	Week 9	Week 10	Week 11	Week 12	Week 13	Week 14	Week 15	Week 16	Week 17	Week 18	Week 19						
27	Avg Price	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6	€6						
28	Subscriptions	48847	30603	30909	31218	31530	31845	32163	32485	32810	33138	33469	33804	34142	34483	34828	35176	35528	35883	36242	36605						
29	Week Revenue	€11,240,970	€183,618	€185,454	€187,308	€189,180	€191,070	€192,978	€194,910	€196,860	€198,828	€200,814	€202,824	€204,852	€206,898	€208,968	€211,056	€213,168	€215,298	€217,452	€219,630						
30		Year 5	1%																								
31	Month	12	January					February					March					April					May				



Weekly Growth	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Month	12	12	12	12	12
Montly Revenue	€21,060	€326,970	€1,479,108	€2,852,322	€4,552,794
Weeks	48	48	48	48	48
Avg Price	€6	€6	€6	€6	€6
Subscriptions	778	12066	30603	48847	77969
Week Revenue	€77,352	€1,200,936	€5,744,694	€11,240,970	€17,942,514
Growth Rate	6%	6%	2%	1%	1%

Break-even mes 18

La Inversión de Capital Inicial es de €120.000

Ventas estimadas totales en 5 años mayores a €17.000.000

Go to market

En nuestra estrategia de salida al mercado nuestros objetivos principales son por un lado que los usuarios conozcan la herramienta y por otro, convertir a estos usuarios en clientes.

Para ello nos hemos centrado en la metodología The Bullseye la cual nos ha permitido diseñar un framework para tener un línea estratégica en esta primera etapa. Además de plantear un embudo de conversión que nos ayuda a mejorar la gestión y conversión de nuestras estrategias de marketing.

Por otro lado estamos midiendo los avances de esta estrategia a través de métricas y herramientas como Google Analytics y Amplitude JS.

A través de nuestro research conocemos a los usuarios que usan activamente el producto (guardan en promedio 14 links por día) descubriendo dos grandes grupos:

Estudiantes de diseño

Diseñadores visuales

Tácticas de marketing

Finalmente las tácticas que consideramos que más valor entregarán a nuestro público objetivo en cada uno de los medios son las siguientes:

1. Programas de afiliados

Implementación de programas que recompensan a los usuarios que generan leads, aumentando la capacidad de su cuenta cada vez que comparten la herramienta para que un nuevo usuario se registre.

Indicadores (métricas):

- Volumen global de visitas
- Número total de visitas únicas
- Porcentaje de rebote
- Tiempo medio de visita
- Número de nuevos usuarios registrados
- Número de nuevos usuarios pagos

2. Content Marketing

Crear contenidos relevantes para nuestro público objetivo, distribuyéndolos gratuitamente para atraer clientes potenciales hacia nuestra página web.

Indicadores (métricas):

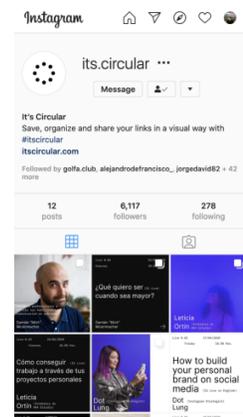
- Incremento en el número de seguidores.
- Número de interacciones con nuestro contenido.
- Volumen de tráfico conseguido gracias a las redes sociales.

Caso Real

Live N.01 10/04/2020
Viernes 18.00 Hrs.

Cómo escalar en tu carrera creativa.

Alex (Creative Director)
Antolino Typeform



Mas de 1100 en 24 hr

68 personas max live

27 nuevos usuarios en 24 hr

3. Email marketing

Convertir a nuestros usuarios en una lista de correos para poder mantener el contacto con ellos via mail con el objetivo de compartir con ellos contenido relevante, promociones y pedirles feedback de la herramienta.

Indicadores (métricas):

- El número de usuarios registrados
- El porcentaje de apertura del mail
- El porcentaje de conversiones conseguidas
- El número de usuarios que se han dado de baja de la newsletter

Ejemplo Notion

Hi Alejandro,

It's been about a month since you signed up for **Notion**, so I just wanted to check in and see how your experience has been. Anything we can do to make the product better for you? Is there a specific problem you wanted to solve that we can help with? Just reply to let me know.

We decide [what to build next](#) based on your feedback, so we'd be super grateful for any thoughts.

Thanks so much,
Ivan
Co-founder



[Notion.so](#), the all-in-one workspace for your notes, tasks, wikis, and databases.

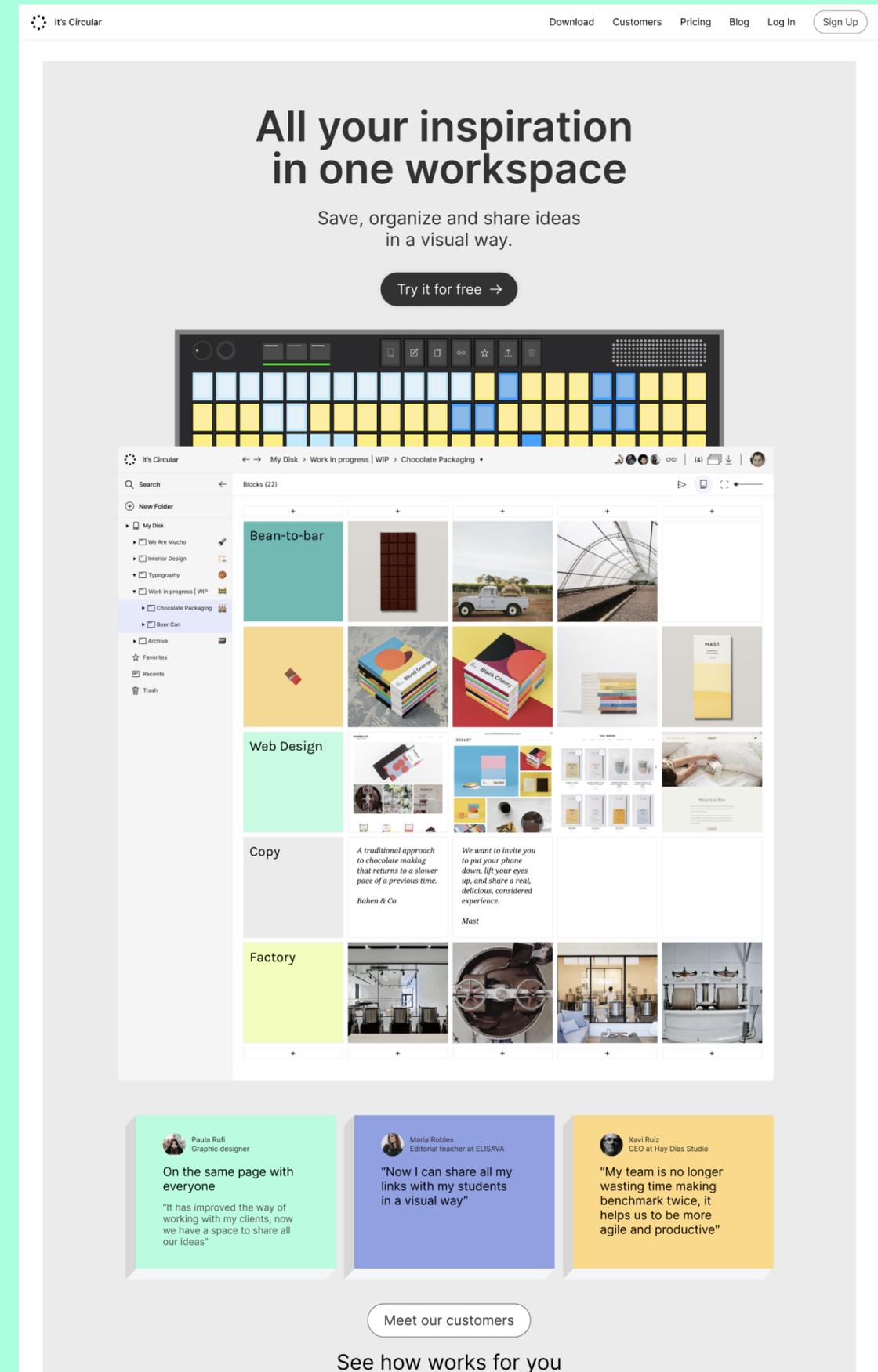
548 Market St #74567, San Francisco, CA 94104

[Unsubscribe](#)

Landing page

Nuestra Landing Page es el lugar al que llegará nuestro público objetivo por lo que hemos aplicado todas las técnicas de optimización que hemos aprendido para convertir a nuestro target en usuarios y clientes de la herramienta.

- En la parte superior nos centramos en presentar nuestra herramienta con el claim que define todo el proyecto y un call to action para probarla gratis
- Después buscamos la presentación de la herramienta en uso, para mostrar al usuario cómo podría utilizarla.
- A continuación reforzamos el valor, generamos confianza utilizando las opiniones y comentarios de los usuarios.
- La landing continúa focalizado al usuario en contextos de uso en los cuales surgen problemas con los que este se siente identificado para aportar una solución con nuestra herramienta.
- La landing termina con una call to action para que se registre en nuestra herramienta.



(07) Código

Estrategia

Front End

Back End

Mashup

Estrategia de integración y reutilización de datos

A continuación se especifica la división de la estructura del código en tres partes:

- 1.- Front End
- 2.- Back End
- 3.- Mashup

Para realizar cada una de estas áreas se usaron diferentes estrategias y tecnologías, cada una pensando en cuatro pilares:

- 1.- Escalabilidad de la Herramienta.
- 2.- Velocidad.
- 3.- Comunidad Open Source fuerte y en crecimiento.
- 4.- Tendencias del mercado.

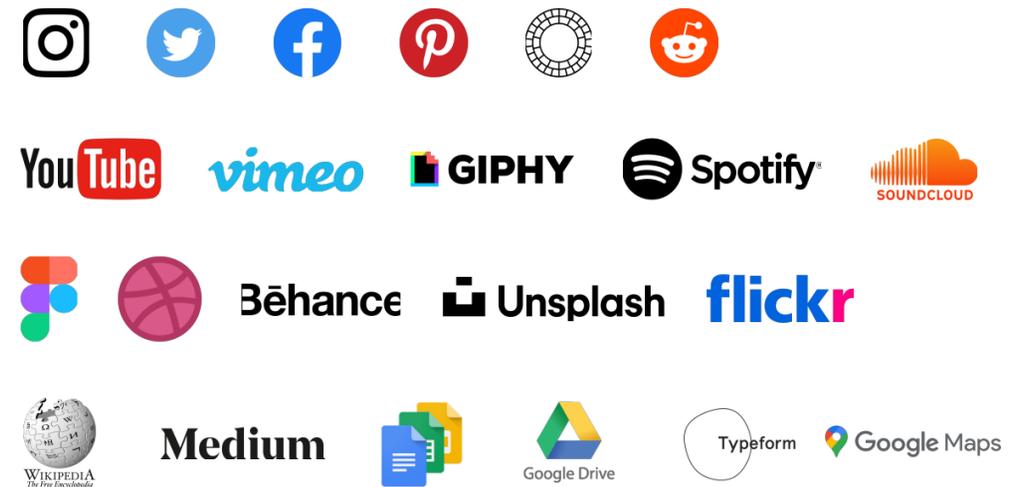
Front End



Back End



API's Mashup

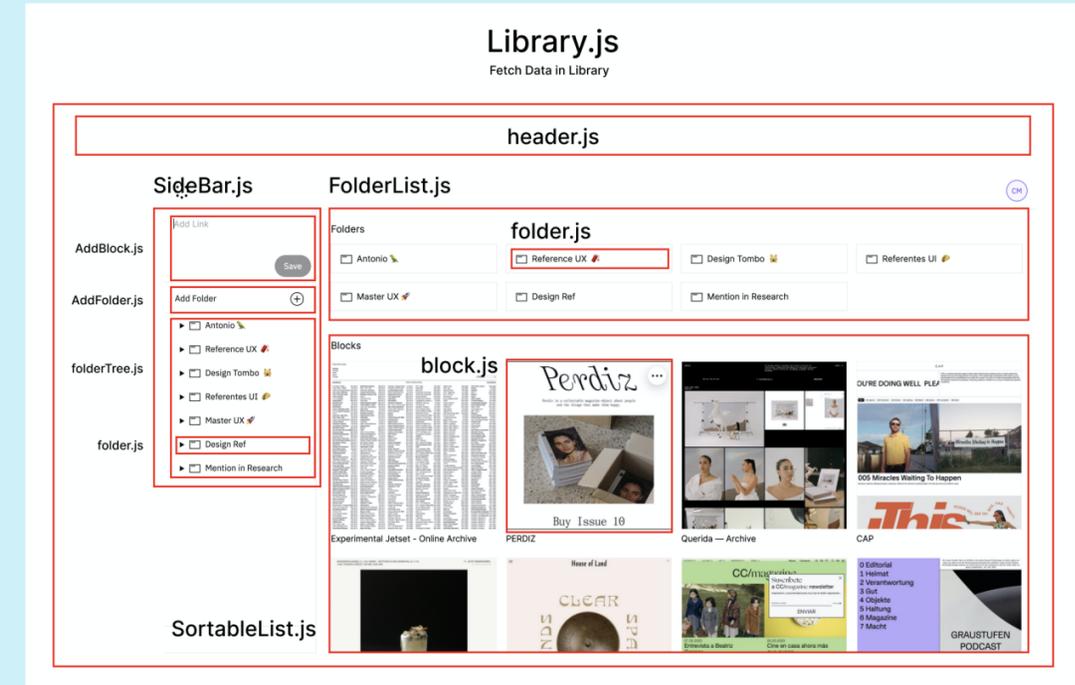


FrontEnd

Subdivisión de la herramienta principal en componentes funcionales que actúan independiente entre sí pero con la capacidad de trabajar en conjunto como una sola herramienta. Esta estructura modular posible gracias a React JS permite hacer mejoras de la herramienta de forma progresiva y sectorizada, además que puedan participar diferentes personas en el desarrollo de forma más natural y con mayor independencia.

La comunicación con el servidor y las API se realiza a través de GraphQL, con esta capa para la transferencia de datos podemos usar diferentes API y Servidores en el Back End, pero lo más importante, tener autonomía en el Front End con el manejo del esquema y el control de la cantidad de datos, en el llamado y la posibilidad de generar en el front end los end point que necesite. Además con GraphQL seremos capaces de comunicarnos con las APP nativas en iOS y Android en el futuro.

Componenetes React



Queries and Mutation Graphql

```

Project
  public
  src
    components
      auth
      footer
      header
      home
      library
        0-backup
        block
        embed
        folder
          editFolderName.js
          folder.js
          folderList.js
        sidebar
          addBlock.js
          addFolder.js
          folderBox.js
          folderTree.js
          subFolder.js
        block.js
        library.js
        sidebar.js
      pricing
      Error.js
    HOC
    images
    mutations
    queries
    styles
      fonts
      _animation.scss
      _bootstrap.scss
      _fonts.scss
  client/src/components/library/library.js
  1 import React, { Component } from "react";
  2 import { withRouter } from "react-router-dom";
  3 import { graphql } from "react-apollo";
  4 import * as compose from "lodash.flowright";
  5 import { SortableContainer, SortableElement } from "react-sortable-hoc";
  6 import arrayMove from "array-move";
  7 import "@lottiefiles/lottie-player";
  8
  9 // Components
 10 import Header from "../header/header";
 11 import FolderList from "../folder/folderList";
 12 import Block from "../block";
 13 import Sidebar from "../sidebar";
 14
 15 // Queries & Mutations
 16 import queryFolderByID from "../../queries/user/fetchUserFolderByID";
 17 import updateBlockPosition from "../../mutations/block/updateBlockPosition";
 18 import deleteBlockID from "../../mutations/block/deleteBlockID";
 19 import updateBlockFolder from "../../mutations/block/updateBlockFolder";
 20
 21 // Image & Gif
 22
 23 const SortableItem = SortableElement(props => {
 24   const { value, refetchDataFromParent } = props;
 25   return <Block value={value} refetchDataFromParent={refetchDataFromParent} />;
 26 });
 27
 28 const SortableList = SortableContainer(props => {
 29   const { block, refetchDataFromParent } = props;
 30
 31   return (

```

BackEnd

Usando el lenguaje de programación de Javascripts en el servidor a través de NodeJS, entrega la ventaja de usar un solo lenguaje de programación en todo el proyecto.

La base de datos es NoSQL usando MongoDB y el servidor está alojado en Amazon AWS, con un sistema de Instancias auto escalables EC2 y almacenaje de documentos, videos y imágenes en S3.

Para Autenticar al usuario, se realiza a través de la librería Passport JS para usar autenticación con proveedores como Google y para Auth interna usamos Jason Web Token (JWT). Las notificaciones de correos se realizan a través de SendGrid

```
const mongoose = require("mongoose");
const { Schema } = mongoose;
const ObjectId = Schema.Types.ObjectId;

const BlockSchema = new Schema(
  {
    user: { type: ObjectId, ref: "user" },
    folder: { type: ObjectId, ref: "folder" },
    type: { type: String, lowercase: true, required: true },
    file_format: { type: String, default: "" },
    type_id: { type: String, default: "" },
    provider: { type: String, default: "" },
    name: { type: String, default: "" },
    description: { type: String, default: "" },
    url: { type: String, default: "" },
    image: {
      path: { type: String, default: "" },
      small: { type: String, default: "" },
      medium: { type: String, default: "" },
      large: { type: String, default: "" }
    },
    images: [
      {
        path: { type: String, default: "" },
        small: { type: String, default: "" },
        medium: { type: String, default: "" },
        large: { type: String, default: "" }
      }
    ]
  },
  { timestamps: true }
);
```

Block - MongoDB Schema

```
var BlockType = new GraphQLObjectType({
  name: "Block",
  description: "This represents a Block file",
  fields: () => ({
    id: { type: new GraphQLNonNull(GraphQLID) },
    ok: { type: GraphQLBoolean },
    errors: { type: new GraphQLList(ErrorType) },
    user: {
      type: require("./user_type"),
      resolve(parentValue) {
        return Block.findById(parentValue)
          .populate("user")
          .then(block => {
            return block.user;
          });
      }
    },
    folder: {
      type: require("./user_type"),
      resolve(parentValue) {
        return Folder.findById(parentValue)
          .populate("folder")
          .then(block => {
            return block.folder;
          });
      }
    }
  })
},
{ type: { type: GraphQLString },
  file_format: { type: GraphQLString },
  type_id: { type: GraphQLString },
```

Block - GraphQL Schema

```
async function signS3({ filename, filetype }) {
  const s3 = new aws.S3({
    signatureVersion: "v4",
    region: "us-east-1"
  });

  const s3Params = {
    Bucket: keys.S3_BUCKET,
    Key: filename,
    Expires: 60,
    ContentType: filetype,
    ACL: "public-read"
  };

  const signedRequest = await s3.getSignedUrl("putObject", s3Params);
  const url = `https://s${keys.S3_BUCKET}.s3.amazonaws.com/${filename}`;
  return {
    url,
    signedRequest
  };
}
```

Sign S3 function for AWS Storage

```
jwt.sign(
  { user: _.pick(user, "id") },
  keys.EMAIL_SECRET,
  { expiresIn: "1d" },
  (err, emailToken) => {
    const url = `${keys.DOMAIN_NAME}/confirmation/email/${emailToken}`;
    const { email } = _.pick(user, "email");
    const { firstName } = _.pick(user, "firstName");
    const emailBody = Email.LoginCode(firstName, url, loginCode);

    sgMail.setApiKey(keys.SENDGRID_API_KEY);
    const msg = {
      to: `${email}`,
      from: {
        email: "team@itscircular.com",
        name: "It's Circular"
      },
      subject: "Please confirm your email",
      text: "Please confirm your email",
      html: `${emailBody}`,
      categories: ["Auth"]
    };
    sgMail.send(msg);
  }
);
```

Auth with JWT and SendGrid

Mashup

El objetivo de it's Circular es entregar una nueva forma visual de guardar y manejar la información, por ello que el uso de las API juega un papel fundamental en el desarrollo e implementación de la herramienta.

Las API's seleccionadas cumplen con dos requerimientos; que sean usadas de forma regular por nuestros usuarios (personas) y que mejoren la transformación visual y/o de contenidos cuando se realiza la transformación de un link.

El hecho que trabajemos con diferentes API y cada una con sus particularidades, hace necesario una investigación en profundidad en cada uno de los proveedores que entreguen más valor para el usuario y nos obliga una vez implementada a estar atentos a los cambios y actualizaciones en los servicios, para mejorar y adelantarnos a cambios en las políticas, versiones o formas de implementar el código.

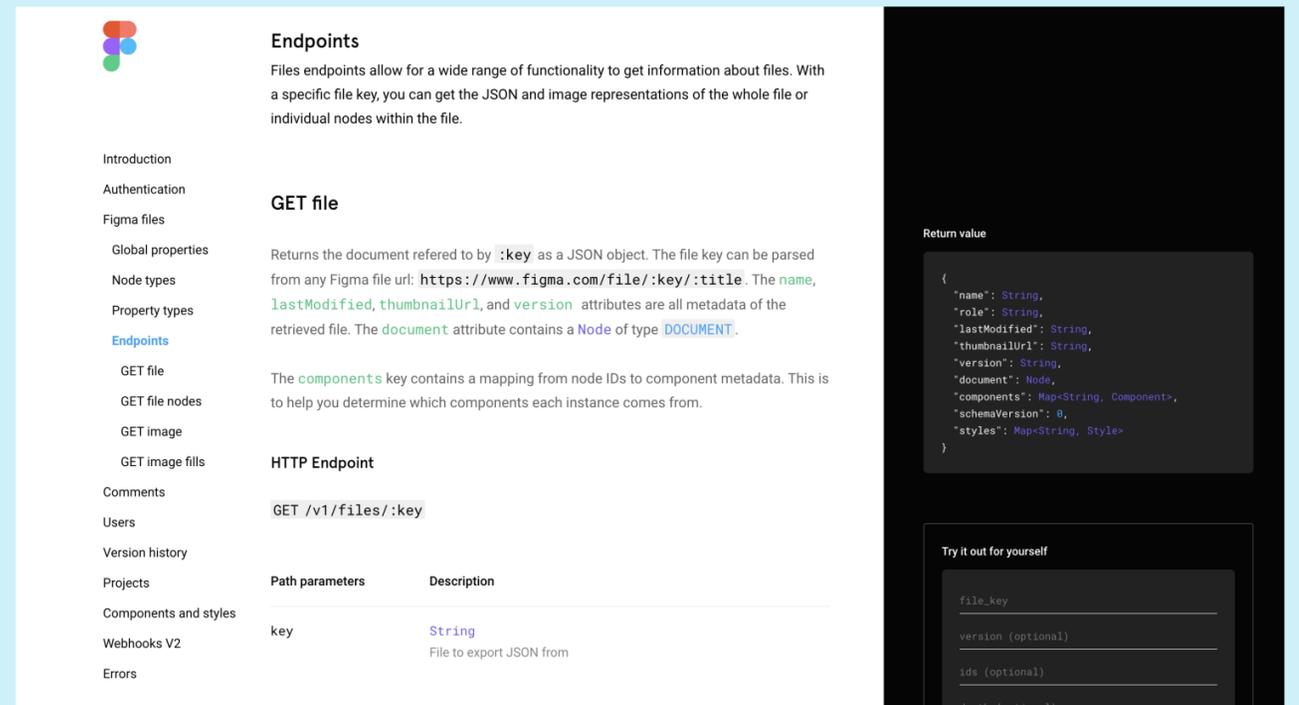
N	Provider	Impact	Complexit	API Web link
1	Instagram	H	L	https://www.instagram.com/developer/
2	Twitter	H	L	https://developer.twitter.com/en/docs
3	Facebook	M	M	https://developers.facebook.com/
4	Pinterest	H	M	https://developers.pinterest.com/docs/getting-started/introduction/?
5	VSCO Cam	H	H	https://github.com/vsco
6	Flickr	L	L	https://www.flickr.com/services/api/
7	Youtube	H	M	https://developers.google.com/youtube/v3
8	Spotify	H	H	https://developer.spotify.com/documentation/web-api/
9	Soundcloud	M	M	https://developers.soundcloud.com/
10	Dribbble	H	M	https://developer.dribbble.com/
11	Behance	H	M	https://www.behance.net/dev/api/endpoints/
12	Unsplash	H	L	https://unsplash.com/developers
13	Medium	H	H	https://developers.medium.com/
14	Reddit	M	M	https://www.reddit.com/dev/api/
15	Vimeo	M	M	https://developer.vimeo.com/
16	Giphy	H	M	https://developers.giphy.com/
17	Wikipedia	L	M	https://www.mediawiki.org/wiki/API:Main_page
18	Google Docs	L	M	https://developers.google.com/docs/api
19	Google Sheets	L	M	https://developers.google.com/sheets/api
20	Google Maps	H	L	https://developers.google.com/maps/documentation
21	Google Drive	L	M	https://developers.google.com/drive
22	Typeforms	M	M	https://developer.typeform.com/
23	Figma	H	H	https://www.figma.com/developers/api

Plugin Figma

Figma herramienta de diseño web colaborativa recientemente sacó al mercado su modelo de API para integración de datos y creación de plugin.

Figma es una de las posibles integraciones y alianzas de las cuales ItsCircular puede sacar ventaja. Esto ayudará a hacer la herramienta más colaborativa y más útil en los siguientes pasos del proceso de diseño como está expuesto en el user journey de la memoria.

Este plugin es sólo un ejemplo de integración con herraminetas del mercado. Alianzas claves que pueden ayudar a la penetración de mercado de la herramienta.



The screenshot shows the Figma API documentation for the 'GET file' endpoint. It includes a sidebar with navigation links, a main content area with an introduction and a detailed description of the endpoint, and a 'Return value' section showing a JSON response structure.

Endpoints
Files endpoints allow for a wide range of functionality to get information about files. With a specific file key, you can get the JSON and image representations of the whole file or individual nodes within the file.

GET file
Returns the document referred to by `:key` as a JSON object. The file key can be parsed from any Figma file url: `https://www.figma.com/file/:key/:title`. The `name`, `lastModified`, `thumbnailUrl`, and `version` attributes are all metadata of the retrieved file. The `document` attribute contains a `Node` of type `DOCUMENT`.

HTTP Endpoint
GET `/v1/files/:key`

Path parameters	Description
key	String File to export JSON from

Return value

```
{
  "name": String,
  "role": String,
  "lastModified": String,
  "thumbnailUrl": String,
  "version": String,
  "document": Node,
  "components": Map<String, Component>,
  "schemaVersion": 0,
  "styles": Map<String, Style>
}
```

Try it out for yourself

```
file_key
version (optional)
ids (optional)
depth (optional)
```

(08) Conclusiones

Coclusiones

Mejoras

Conclusiones

Durante estos últimos meses hemos estado inmersos trabajando en la creación de it's Circular. Este proyecto comenzó con una idea el 1 de Enero de 2020 y rápidamente comenzamos a prototiparla sin ningún objetivo más que ponerla a prueba con amigos y compañeros. Gracias a este esfuerzo entramos en la incubadora de Barcelona Activa y conseguimos también que se convirtiera en nuestro proyecto final de máster.

A lo largo de todo nuestro proyecto hemos visto como muchas de las herramientas que utilizamos diariamente para guardar y gestionar la información no disponen de un espacio donde poder combinar y relacionar el contenido entre sí, además de plantear una estructura poco flexible que imposibilita lo anterior.

Observando como trabajaban nuestros usuarios con la información nos hizo ver que el proceso creativo no es organizado, ni lineal, sino que responde a la prueba de conexiones entre información diferente con el objetivo de encontrar una idea.

Es por ello, que entendimos que nuestra herramienta no debía tener como objetivo cambiar la forma en la que funciona la mente o enseñara algo nuevo, sino potenciarla.

Por esto decidimos crear una herramienta lo suficientemente flexible y abierta para aumentar las posibilidades de que los usuarios tuvieran libertad de gestionar y crear sus propios espacios de trabajo.

Este proyecto nos ha hecho tener un espíritu crítico y reflexivo, que nos ha ayudado a potenciar nuestro pensamiento, nuestra capacidad de análisis y diseño, además de nuestro trabajo en equipo.

En definitiva, hemos disfrutado de una forma excepcional en la creación de it's Circular. Nos ha hecho evolucionar como profesionales en la especialización en el diseño de experiencias y productos digitales.

Mejoras

Entendemos que los productos digitales no son estáticos sino que pueden tener varias iteraciones a lo largo del tiempo.

Como siguiente fase habría que programar el proyecto, sustituyendo el actual MVP, luego llevarlas a testear y poder ir evolucionando el producto en base a necesidades centradas en el usuario.

Entre otras, nos gustaría añadir una serie de funcionalidades en el futuro proximo.

Funcionalidades:

→ Analizar y testear cuales son las utilidades que los usuarios le dan a la posibilidad de organizar la información en una retícula, para seguir mejorando e iterando esta funcionalidad.

→ Investigar y desarrollar recordatorios en los bloques. Muchos usuarios guardan información para consultarla más tarde pero se les olvida hacerlo.

→ Plantear un sistema de carpetas más visual, con una estructura simple de un solo nivel.

→ Usar Inteligencia Artificial para crear Tags de forma automática dependiendo del archivo o link que el usuario guarde.

→ Clasificar los bloques por color. A traves de Machine Learning identificar los colores predominantes en un bloque.

→ Buscador por etapas. Usando AI y los tags, entrenar al buscador de acuerdo a búsquedas anteriores y asi personalizar la busqueda.

(09) Bibliografía

Bibliografía

Libros

Steve Krug (2009) *Rocket Surgery Made Easy*. New Riders

Jeff Gothelf (2016) *Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams*. O'Reilly Media

Steve Krug (2013) *Don't Make Me Think*. New Riders

Don Norman (2013), *The Design of Everyday Things*. Basic Books

Jakob Schneider (2012) *This is Service Design Thinking*. BIS Publishers

John Maeda (2006) *The Laws of Simplicity*. The MIT Press

John Zeratsky (2016) *Sprint: How To Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days*. Transworld Digital

Alexander Osterwalder, Yves Peigneur, (2015) *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Wiley

Articles

https://en.wikipedia.org/wiki/Ted_Nelson

https://en.wikipedia.org/wiki/Project_Xanadu#cite_note-StruppaDechow2015-4

https://en.wikipedia.org/wiki/Computer_Lib/Dream_Machines#cite_note-FOOTNOTELevy2010-1

<https://mashable.com/2017/06/02/rip-delicious-bookmarking-site/?europe=true>

https://scholar.google.es/scholar?q=visual+transformation+of+internet&hl=en&as_sdt=0

<https://www.buzzfeednews.com/article/josephbernstein/meet-the-man-who-invented-tabs>

<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/telecoms-research/mobile-smartphones/smartphone-by-default-2016>

<https://www.freecodecamp.org/news/browserhistory-2abad38022b1/>

<https://www.youtube.com/watch?v=3c3Rt6QbHDw>

https://rybakov.com/blog/open_tabs_are_cognitive_spaces/

<https://www.ben-evans.com/benedictevans/2017/7/13/creation-and-consumption>

<https://www.ben-evans.com/benedictevans/2017/7/13/creation-and-consumption>

<https://9to5mac.com/2018/06/03/mobile-safari-is-holding-the-ipad-back/>

<https://techcrunch.com/2017/08/25/majority-of-u-s-consumers-still-download-zero-apps-per-month-says-comscore/>

<https://gs.statcounter.com/browser-market-share/mobile/>

<https://gs.statcounter.com/browser-market-share/mobile/>

Entrevistas

<https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-conduct-user-observations>

<https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-conduct-user-interviews>

Research

<https://www.userfocus.co.uk/articles/guide-to-benchmarking-UX.html>

Encuestas

<https://www.invisionapp.com/inside-design/ux-user-research-surveys/>

<https://medium.com/@allisoncrady/designing-iterating-analyzing-user-surveys-for-product-impact-5771fc1cdd7a>

<https://uxdesign.cc/ux-surveys-a-quick-guide-to-get-the-most-out-of-them-1889d136be6a>

Mapas de afinidad

<https://www.youtube.com/watch?v=7zOBMxRYJ7I>

https://www.youtube.com/watch?v=R_vLlaUYHSo

https://miro.com/app/board/o9J_kwLNDIM=/

<https://www.youtube.com/watch?v=B23iWg0koi8>

Personas

<https://uxdesign.cc/making-work-simpler-more-pleasant-and-more-productive-99628c40f949>

<https://uxplanet.org/how-to-create-personas-step-by-step-guide-303d7b0d81b4>

<https://yanfeiwang.weebly.com/blog/10-elements-for-user-persona>

<https://medium.com/service-design-bogot%C3%A1/qu%C3%A9-son-las-user-personas-y-como-aplicarlas-en-dise%C3%B1o-de-servicios-44d44584a0ef>

Escenarios

<https://uxknowledgebase.com/scenarios-43e05671b07>

<https://www.youtube.com/watch?v=dmlFRCZl9gQ>

Requisitos

<https://www.youtube.com/watch?v=esg5iUALAJM>

UX Case Studies

<https://uxdesign.cc/fitbit-a-usability-case-study-b23e4c539c3c>

<https://uxdesign.cc/the-new-york-times-timely-app-concept-27efe88e5d4b>

<https://uxdesign.cc/zara-a-usability-case-study-981b7ca93db8>

<https://plasticbcn.com/work/hitachi-events-manager>

<https://medium.com/bestfolios/6-ux-design-case-studies-done-right-4bec060d719>

Design System

<https://www.designsystems.com/how-a-small-team-built-figma-dot-coms-design-system/>

<http://atomicdesign.bradfrost.com/chapter-1/>

<https://spotify.design/articles/2019-12-16/reimagining-design-systems-at-spotify/>

<https://www.designsystems.com/how-a-small-team-built-figma-dot-coms-design-system/>

Interfaces

<https://www.nngroup.com/articles/animation-purpose-ux/>

<https://uxdesign.cc/neumorphism-in-user-interfaces-b47cef3bf3a6>

*"The world changes
according to the way
people see it, and if
you alter even by a
millimeter the way
people look at reality,
then you can change it."*

*- James Baldwin, Author
and Activist*