

Design Toolkit

Mètodes

Benchmarking



Fets



Durada
Mitjana



Dificultat
Baixa



Expertesa
Mitjana



Participants
Pocs

Clasificació

Quantitatiu ✓

Qualitatiu ✓

Amb usuaris ✗

Expert ✓

Exploratori ✓

Síntesi ✗

Què és?

El *benchmarking* consisteix en avaluar els productes que són competidors del que estem dissenyant, des del punt de vista de l'usuari final. L'objectiu és conèixer els seus punts forts i característiques, i descobrir les tendències de disseny que hi ha en el context al qual ens adreçem.

El *benchmarking* també es pot realitzar amb una intenció comparativa, observant productes que no són competidors del nostre però tenen funcionalitats semblants. La comparació proporciona un bon punt d'inici per a descobrir quins factors poden conduir a una experiència d'ús òptima.

Materials

Ordinador o altres fonts d'informació sobre els productes a analitzar; eines (digitals o paper) per a prendre notes; eines d'edició de l'informe.

Altres denominacions

Anàlisi competitiu, anàlisi comparatiu.

Quan?

En les fases inicials del projecte, una vegada s'ha definit el *briefing* i, per tant, es tenen clars els objectius generals i les condicions de desenvolupament tecnològic.

Al llarg del projecte es poden realitzar altres *benchmarks* per a investigar aspectes específics (per exemple, les tendències visuals en l'entorn per al qual es dissenya).

Com?

1. Seleccionar els productes a analitzar.
2. Definir els criteris d'anàlisi.
3. Analitzar cada producte, tenint en compte els criteris definits.
4. Resumir les principals conclusions i *insights* en un llistat executiu

Generatiu

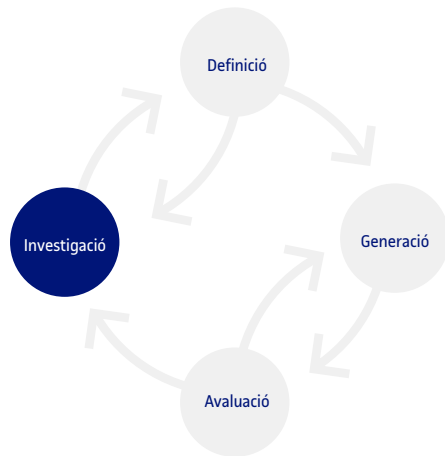


Avaluació



aplicable al disseny.

Etapa



El *benchmarking* permet:

- Conèixer els competidors del producte que s'està dissenyant.
- Entendre com se situa el nostre producte en l'entorn competitiu.
- Descobrir quins factors diferencials pot presentar el nostre producte.
- Conèixer l'estat de l'art en l'entorn del projecte.
- Saber quines pautes d'usabilitat es tenen en compte en productes semblants.
- Recollir idees per a resoldre problemes específics.

Es tracta, a més, d'un mètode de baix cost.

Inconvenients

- L'anàlisi dels competidors pot conduir a una imitació inconscient. Cal tenir aquest factor en compte durant el procés de disseny, per a avaluar si les decisions que es prenen depenen plenament de les condicions i objectius del projecte o de solucions observades en altres productes.

Notes

- Per a no tenir un simple llistat de funcionalitats, cal anar més enllà de la catalogació. És important analitzar com els factors analitzats incideixen en el disseny.
- És útil destacar les bones pràctiques analitzades, per a tenir-les en compte en fases posteriors del procés de disseny.
- El *benchmarking* es pot plantejar com a exercici de grup, de manera que els participants aportin perspectives diferents sobre els productes analitzats.

Referències

BULEY, L. (2013). *The user experience team of one: a research and design survival guide*. Nova York: Rosenfeld Media.

HANINGTON, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas & Design effective solutions*. Rockport.

RODRIGO RONDA, L. «Diseño de Experiencia de Usuario: etapas, actividades, técnicas y herramientas». *No Solo Usabilidad*. [Data de visita: 15 de Maig de 2017]. <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/uxd.htm>.

DANFORTH, M. *DANFORTH*. [Data de visita: 15 de Maig de 2017]. <http://danforth.co/pages/2014/03/01/conducting-a-solid-ux-competitive-analysis/>.

TRAVIS, D. «The Beginners' Guide to Benchmarking User Experience». [Data de visita: 15 de Maig de 2017]. <http://www.userfocus.co.uk/articles/guide-to-benchmarking-UX.html>.

WITHROW, J. (2006, 27 de Febrer). «Competitive Analysis: Understanding the Market Context». Boxes and Arrows. [Data de visita: 15 de Maig de 2017]. <http://boxesandarrows.com/competitive-analysis-understanding-the-market-context/>.