

Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Diseño Industrial

Informe final del proyecto para optar por el título
de Ingeniería en Diseño Industrial con el Grado
Académico de Bachiller:

REDISEÑO DEL SITIO WEB DE LA EMPRESA DE CONSULTORÍA FINANCIERA LFS ADVISORY

Estudiante:
Aixa Alabí

Asesor académico:
Ph.D. Franklin Hernández-Castro
Asesor en la empresa:
Patrick Shoeneborn

Noviembre, 2017.

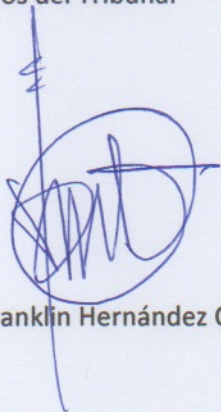


Instituto Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Diseño Industrial
Proyecto de Graduación – Bachillerato
Tribunal Evaluador

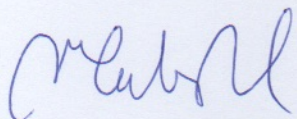
Estudiante: Aixa Alabi Porras
Carné: 2013-114879

Proyecto de Graduación defendido ante el presente Tribunal Evaluador como requisito para optar por el Título de Ingeniero en Diseño Industrial con el grado académico de Bachillerato Universitario del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

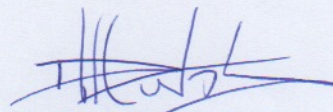
Miembros del Tribunal



Ph.D. Franklin Hernández Castro



MDS. Marcela Cubero Ugalde



M.Sc. Donald Granados Gómez

Los miembros de este Tribunal dan fe de que el presente Trabajo de Graduación ha sido aprobado y cumple con las normas establecidas por la Escuela de Diseño Industrial.

14 de noviembre del 2017, Cartago, Costa Rica

Para mis padres, por infinitas razones...

II | AGRADECIMIENTOS

Deseo agradecer a todas las personas que estuvieron conmigo durante mi formación profesional y, especialmente, durante el desarrollo de este proyecto.

A mi madre y mi padre, que han sido mi apoyo incondicional y siempre han confiado y creído en mis habilidades; a quienes les debo y agradezco la persona que soy ahora.

A mis profesores, por ser la base fundamental de mi desarrollo profesional como ingeniera en diseño industrial, en especial al profesor Ph.D. Franklin Hernández Castro, por su asesoría y apoyo durante el proyecto y la carrera en general.

A las personas de la comunidad educativa que conocí durante esta etapa, quienes fueron otra fuente de apoyo para llegar a donde estoy ahora.

A mis colegas en LFS Advisory y Access Holding, por acogerme en la empresa y colaborar con el proceso y desarrollo del proyecto, en especial a Anne Gossner, por ser el primer contacto con la empresa, ver mi oportunidad de contribuir y por su colaboración activa con el proyecto, y a Patrick Schoeneborn, por ver mi potencial para contribuir con la empresa, por su apoyo e interés constante en el proyecto y por sus labores como mentor durante este periodo.

III | RESUMEN

El proyecto desarrollado consiste en el rediseño de la página web de la empresa LFS Advisory; como parte de la estrategia de relanzamiento al mercado de la misma.

El trabajo se realiza como parte del programa académico del Tecnológico de Costa Rica con el fin de optar por el título de Bachillerato en Ingeniería en Diseño Industrial.

El informe presenta las etapas de desarrollo, desde la recopilación de la información y las pruebas de usabilidad, hasta el desarrollo de la propuesta de interfaz del sitio web.

ABSTRACT

The developed project consists on the redesign of the webpage of the company LFS Advisory; as part of their market relaunch strategy.

This work was elaborated as part of the academic program from Tecnológico de Costa Rica, in order to opt for the Bachelor's degree in Industrial Design Engineering.

The report presents the stages of development, from the collection of information and usability tests, to the development of the proposal of the website interface.

IV | ÍNDICE DE CONTENIDOS

I Dedicatoria.....	2	10.12.2 Diagrama de pareto	68
II Agradecimientos	3	10.12.3 mapa 2 by 2.....	69
III Resumen.....	4	10.13 Arquitectura alpha.....	71
IV Índice de Contenidos.....	5	10.14 card sorting	73
IV Índice de figuras	6	10.15 Arquitectura alpha modificada.....	75
1 Introducción	7	10.16 Navigation paths.....	77
2 Descripción de la empresa	8	10.17 Wireframes	83
3 Definición del problema	9	10.18 Paper prototyping	91
4 Justificación.....	9	10.19 Arquitectura beta.....	93
5 Alcances y limitaciones	10	10.20 Look & feel	95
6 Objetivos	10	10.21.1 Moodboard estilográfico	96
7 Antecedentes.....	11	10.21.2 Moodboard iconográfico.....	97
8 Marco Teórico	13	10.21.3 iconografía.....	98
9 Marco metodológico.....	15	10.21.4 Cromática	99
10 Desarrollo de la investigación	17	10.21.5 Tipografía	100
10.1 Inventario de contenidos	18	11 Propuesta final	101
10.2 Análisis del Sitio web actual.....	19	11 Pruebas heurísticas	108
10.3 Conclusiones.....	31	12 Conclusiones.....	111
10.4 Análisis de referenciales: Competidores directos.....	32	13 Recomendaciones	111
10.5 Conclusiones.....	49	14 Bibliografía	112
10.6 Análisis de referenciales: otros sitios	52		
10.7 Conclusiones.....	61		
10.8 Mínimos comunes.....	62		
10.9 caracterización de Visitas en el sitio web	63		
10.10 Análisis de personas.....	64		
Usuario involucrado.....	64		
Usuario como prospecto cliente	65		
Usuario en busca de empleo.....	65		
10.11 Análisis de necesidades	66		
10.12.1 Análisis de tráfico.....	67		

IV | ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Isologotipos de la empresa (antiguo y nuevo).....	8
Figura 2: Homepage actual	11
Figura 7.2: Pantallas diversas del sitio web actual	12
Figura 3: proceso de análisis de una herramienta de software; Usability Cookbook, Ph. D. Franklin Hernández-Castro.....	15
Para una mejor visualización, ver el anexo	18
Figura 4: inventario de contenidos	18
Figura 5: análisis del sitio web de LFS	20
Figura 6: análisis del sitio web de LFS	21
Figura 7: análisis del sitio web de LFS	22
Figura 8: análisis del sitio web de LFS	23
Figura 9: análisis del sitio web de LFS	24
Figura 10: análisis del sitio web de LFS	25
Figura 11: análisis del sitio web de LFS	26
Figura 12: análisis del sitio web de LFS	27
Figura 13: análisis del sitio web de LFS	28
Figura 14: análisis del sitio web de LFS	29
Figura 15: análisis del sitio web de LFS	30
Figura 16: análisis del sitio web de Inspiring Development ...	33
Figura 17: análisis del sitio web de Inspiring Development ...	34
Figura 18: análisis del sitio web de Financial Access.....	35
Figura 19: análisis del sitio web de Financial Access.....	36
Figura 20: análisis del sitio web de IPC	37
Figura 21: análisis del sitio web de IPC	38
Figura 22: análisis del sitio web de GFA.....	39
Figura 23: análisis del sitio web de GFA.....	40
Figura 24: análisis del sitio web de Frankfurt School.....	41
Figura 25: análisis del sitio web de Frankfurt School.....	42
Figura 26: análisis del sitio web de Enclude.....	43
Figura 27: análisis del sitio web de Enclude.....	44
Figura 28: análisis del sitio web de BFC	45
Figura 29: análisis del sitio web de BFC	46
Figura 30: análisis del sitio web de MicroSave.....	47
Figura 31: análisis del sitio web de MicroSave.....	48
Figura 32: análisis cromático de competidores directos.....	49
Figura 33: análisis tipográfico de competidores directos	50
Figura 34: análisis del sitio web de lterable	53
Figura 35: análisis del sitio web de lterable	54
Figura 36: análisis del sitio web de UXDA.....	55
Figura 37: análisis del sitio web de UXDA.....	56
Figura 38: análisis del sitio web de Trustnet Financial.....	57
Figura 39: análisis del sitio web de Trustnet Financial.....	58
Figura 40: análisis del sitio web de Taylor Made	59
Figura 41: análisis del sitio web de Taylor Made	60
Figura 42: análisis de mínimos comunes	62
Figura 43: porcentajes y tipos de usuarios según estimaciones del comportamiento del sitio web de la empresa, P. Shoeneborn.....	63
Figura 44: análisis de las necesidades según las personas definidas	66
Figura 45: análisis de tráfico según las personas definidas	67
Figura 46: análisis de tráfico, diagrama de pareto según las personas definidas.....	68
Figura 47: análisis de tráfico con mapa 2 by 2 según las personas definidas.....	69
Figura 48.1: arquitectura alpha.....	71
Figura 48.2: arquitectura alpha.....	72
Figura 49: card sorting	73
Figura 50.1: arquitectura alpha modificada.....	75
Figura 50.2: arquitectura alpha modificada.....	76

Figura 51.1: navigation paths	77
Figura 51.2: navigation paths	78
Figura 51.3: navigation paths	79
Figura 51.4: navigation paths	80
Figura 51.5: navigation paths	81
Figura 51.6: navigation paths	82
Figura 52: wireframes	83
Figura 53.1: Arquitectura Beta.....	93
Figura 53.1: Arquitectura Beta.....	94
Figura 54: moodboard estilográfico	96
Figura 55: moodboard iconográfico	97
Figura 56: iconografía.....	98
Figura 57: cromática del isologotipo	99
Figura 58: comparación tipográfica	100
Figura 59: Ejemplo de tipografía en el nuevo sitio web	100
Figura 60: propuesta final	101
Figura 61: cambio en el mapa, según sugerencias de las pruebas heurísticas.....	110

1 | INTRODUCCIÓN

LFS Advisory está pasando por un proceso de relanzamiento en el mercado, en el que una parte de la empresa se unirá a su cliente más grande hasta el momento: Access Holding, y la parte restante se lanzará al mercado con una nueva imagen y nuevas estrategias. Para complementar el proceso, se plantea el rediseño del sitio web, como uno de los cambios estratégicos para el relanzamiento de la empresa.

Para el desarrollo del proyecto, se realiza una investigación acerca del estado de lo que poseen actualmente y se identifican las necesidades de la empresa y de los usuarios de la herramienta para concluir con una propuesta de la interfaz del sitio web de LFS Advisory, en su versión renovada.

2 | DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

LFS Financial Systems GmbH (LFS) es una firma de consultoría y gestión con sede en Berlín, Alemania, fundada en 1997. Se especializa en la prestación de servicios de consultoría y gestión para la banca y el sector financiero para proyectos en países en desarrollo. Tiene un enfoque particular en el área de la microeconomía, con interés en las micro, pequeñas y medianas empresas (MPME); lo que implica que la gama de clientes también se divide entre instituciones públicas y de desarrollo e instituciones comerciales.

La microeconomía es un segmento que históricamente ha sido subatendido por los bancos convencionales y, por lo tanto, su principal apoyo ha sido brindado por instituciones financieras de desarrollo público.

Sin embargo, en los últimos años, este segmento de negocio ha sido progresivamente aprovechado por los bancos comerciales, lo que implica mayor competencia en el mercado. Además, recientemente, una nueva clase de competidores (operadores de redes móviles (MNO) y fintechs) entró en el panorama con servicios financieros digitales.



Figura 1: Isologotipos de la empresa (antiguo y nuevo)

A mediados de 2017, se inició el proceso de separación y unificación; el cual se espera concluya a finales del mismo año. En este proceso, una parte de las actuales operaciones comerciales de LFS se separará y se fusionará con otra empresa (Access Microfinance Holding AG), que hasta ahora era el cliente más grande de LFS. La parte restante de LFS se volverá a lanzar al mercado con un modelo de negocio modificado que incluya una combinación de las líneas de producto y servicios “viejas” y nuevas, especialmente:

- Consultoría estratégica y técnica para soluciones de servicios financieros digitales.
- Desarrollo de soluciones digitales y técnicas innovadoras para las instituciones financieras.
- Asesoramiento sobre “finanzas verdes”, es decir, productos financieros para apoyar las energías renovables o las inversiones que potencian el rendimiento energético.
- Servicios de asesoramiento de transacciones, apoyo a las instituciones financieras en la captación de fondos de capital riesgo, fusiones y adquisiciones o productos de financiación estructurada.
- Servicios de asesoramiento a instituciones financieras en el ámbito de la gestión y el cumplimiento de los riesgos (es decir, tratar con complejas nuevas regulaciones).

Comenzando como una empresa de consultoría, LFS es hoy también un gerente e inversionista en finanzas MSME.

3 | DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

3.1 | PLANTEAMIENTO

La empresa desea reposicionarse en el mercado financiero y de sostenibilidad; por lo que requieren una imagen renovada y mejoras en la usabilidad de su sitio web, para que represente sus valores e ideales ante sus nuevos clientes y que alcance los estándares de diseño actuales.

3.2 | FORMULACIÓN

¿Cómo desarrollar un sitio web con una imagen consistente, que contribuya con el reposicionamiento en el mercado de la empresa LFS Advisory?

4 | JUSTIFICACIÓN

El sitio web de la empresa es en donde se encuentra el núcleo de la información; y la primera impresión que un usuario tenga del mismo afecta la imagen general que posee de la compañía y puede perjudicar el proceso de toma de decisiones. Es por esto que es importante tener un sitio amigable con el usuario, con excelente usabilidad y una imagen adecuada para la empresa.

Se puede decir que las páginas web son como las nuevas tarjetas de presentación; ya que eso hacen: presentar la empresa al cliente.

LFS Advisory está pasando por una serie de cambios (incluido su nombre e identidad corporativa) y el sitio web requiere una actualización congruente con la nueva imagen corporativa. La última actualización del sitio web ocurrió en el año 2000, y se encuentra desfasada en cuanto a los estándares actuales diseño. Igualmente, presenta problemas de usabilidad y acceso a la información para sus usuarios. Además, la empresa considera que el sitio actual no representa adecuadamente sus valores ni servicios.

5 | ALCANCES Y LIMITACIONES

5.1 | ALCANCES

El proyecto se encuentra delimitado a la entrega de una maqueta funcional del sitio web para incorporar la marca en un contexto de UI.

5.2 | LIMITACIONES

La empresa es de carácter internacional, por lo tanto:

- No se incluyen testers en todas las áreas en las que trabaja la empresa, por lo que se trabajará con personas radicadas en Alemania (no necesariamente de esta nacionalidad).
- Las aplicaciones se desarrollarán en el idioma inglés, y no en español, debido a la barrera lingüística. Sin embargo, los reportes oficiales relacionados al proyecto se presentarán en el idioma español.

6 | OBJETIVOS

6.1 | OBJETIVO GENERAL

Plantear un rediseño y sus respectivas pruebas de usabilidad para el sitio web de la empresa LFS Advisory.

6.2 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer las necesidades de uso del sistema a través del análisis de la arquitectura del sitio actual y de la misma de sistemas similares.
- Generar hipótesis de diseño de la interfaz del sistema y seleccionar, a través de pruebas de usabilidad, la más satisfactoria; siempre tomando en cuenta las necesidades de los usuarios.
- Desarrollar una maqueta funcional y la documentación necesaria para la etapa de implementación.
- Validar la aplicación desarrollada según los potenciales usuarios de la misma.

7 | ANTECEDENTES

Actualmente, la empresa cuenta con una página web creada a finales de 1997 y modificada a inicios del año 2000.

Debido al relanzamiento y cambio de imagen de la empresa, se considera que el sitio es anticuado y carece de la imagen que se desea proyectar.

A continuación se muestra una visión general de la página actual y algunas de sus secciones.

The image shows a screenshot of the LFS Financial Systems homepage. The page features a blue header with the LFS logo and a navigation menu. The main content area includes a large banner for 'Advisory Services' with a background image of an AccessBank branch. Below the banner are several sections: 'About Us', 'Training Programme', 'News', and 'Project experience'. At the bottom, there is a 'Share this' section with social media icons and a footer with a comprehensive list of site sections.

Logotipo

Menú Secundario

Sitio, formulario de contacto y opciones de "responsive design"

Menú principal

Secciones más relevantes del sitio

Slideshow

Slideshow con tres temas relevantes los cuales se pueden seleccionar manualmente

Menú principal

Secciones más relevantes del sitio

Contactos

Secciones

Un menú terciario con todas las secciones de la página

Figura 2: Homepage actual



Figura 7.2: Pantallas diversas del sitio web actual



La página web en general mantiene una imagen que se puede ubicar fácilmente en la época en la que fue realizada, ya que posee varias características de las tendencias de diseño como el uso de gradientes y elementos decorativos; además, hay muy poco espacio negativo y la cantidad de contenido (principalmente en bloques de texto) resulta abrumadora.

Por otra parte, la navegación entre secciones toma mucho más tiempo y pasos que los necesarios, inclusive para los aspectos más generales. Esto complica el acceso a la información a pesar de que se encuentra disponible.

8 | MARCO TEÓRICO

Página web:

Se conoce como un documento electrónico, en el que se accesa a información digital que se puede dar mediante datos visuales, sonoros, o ambos; a través de textos, elementos gráficos, audios, videos e incluso elementos interactivos. Dicha información se configura y adapta a la red informática mundial, o World Wide Web y funciona mediante navegadores al ingresar una dirección URL.

World Wide Web:

Su abreviatura es www y se refiere a la red global conocida como internet, que consiste en un sistema de información y documentos que se accesan mediante un navegador web.

Dirección URL:

Son las siglas de Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos y consisten en una estandarización que permite denominar recursos dentro del World Wide Web; se asigna una dirección exclusiva para cada recurso publicado en internet, lo que permite que sean localizados.

Accesibilidad:

Está relacionado al acceso que tiene el usuario al sitio, incluyendo el tiempo de carga, la lecturabilidad del contenido y la capacidad y adaptación a distintos navegadores y dispositivos.

Navegación:

Se refiere al recorrido que se da en el sitio web, el usuario espera una navegación principal con nombres sencillos, preferiblemente menos de 7 elementos para que sean fáciles de recordar, y una distinción clara entre elementos con los que puede interactuar (links, botones...) y con los que no.

Usabilidad:

Se refiere a la facilidad de uso de, en este caso, un sitio web; enfocada en la relación usuario-computadora y la claridad con la que se diseña la página web.

Según Admetricks (2013) se puede identificar la usabilidad por al menos 6 elementos de calidad:

“Facilidad de aprendizaje: ¿Es fácil para los usuarios para llevar a cabo tareas básicas desde la primera vez que se encuentran con tu sitio web?

Eficiencia: Una vez que los usuarios han aprendido a usarlo, ¿pueden realizar tareas con suficiente rapidez?

Memorabilidad: Cuando los usuarios vuelven al sitio después de un tiempo de no usarlo, ¿con qué facilidad pueden volver a usarlo?

Errores: ¿Cuántos errores hacen los usuarios, cómo de graves son y pueden reorientarse fácilmente?

Satisfacción: ¿Qué tan agradable es utilizar el sitio?

Funcionalidad: ¿Pueden hacer lo que necesitan los usuarios en tu sitio web?”

Diseño centrado en el usuario (DCU):

Como su nombre lo indica, es una tendencia de diseño que está enfocada en el usuario, busca la optimización y adaptación de los productos al usuario.

Interfaz de usuario (UI):

Es una tendencia de diseño que se enfoca en la creación de interfaces entre personas y dispositivos digitales mediante la interacción de elementos físicos y lógicos y la creación de un diseño amigable y con un alto grado de usabilidad.

Diseño de Experiencia de Usuario (UX):

Hace referencia a una filosofía de diseño que busca crear productos que resuelvan las necesidades de sus usuarios, con altos niveles de satisfacción y una agradable experiencia de uso con el mínimo esfuerzo por parte del mismo.

Arquitectura de información:

Es un proceso que implica la organización, administración y clasificación de los datos en la web, para posteriormente llevar al usuario a lograr su objetivo y satisfacer sus necesidades.

Consultoría:

Servicio en el que se presta experiencia para asesorar en diversas materias.

9 | MARCO METODOLÓGICO

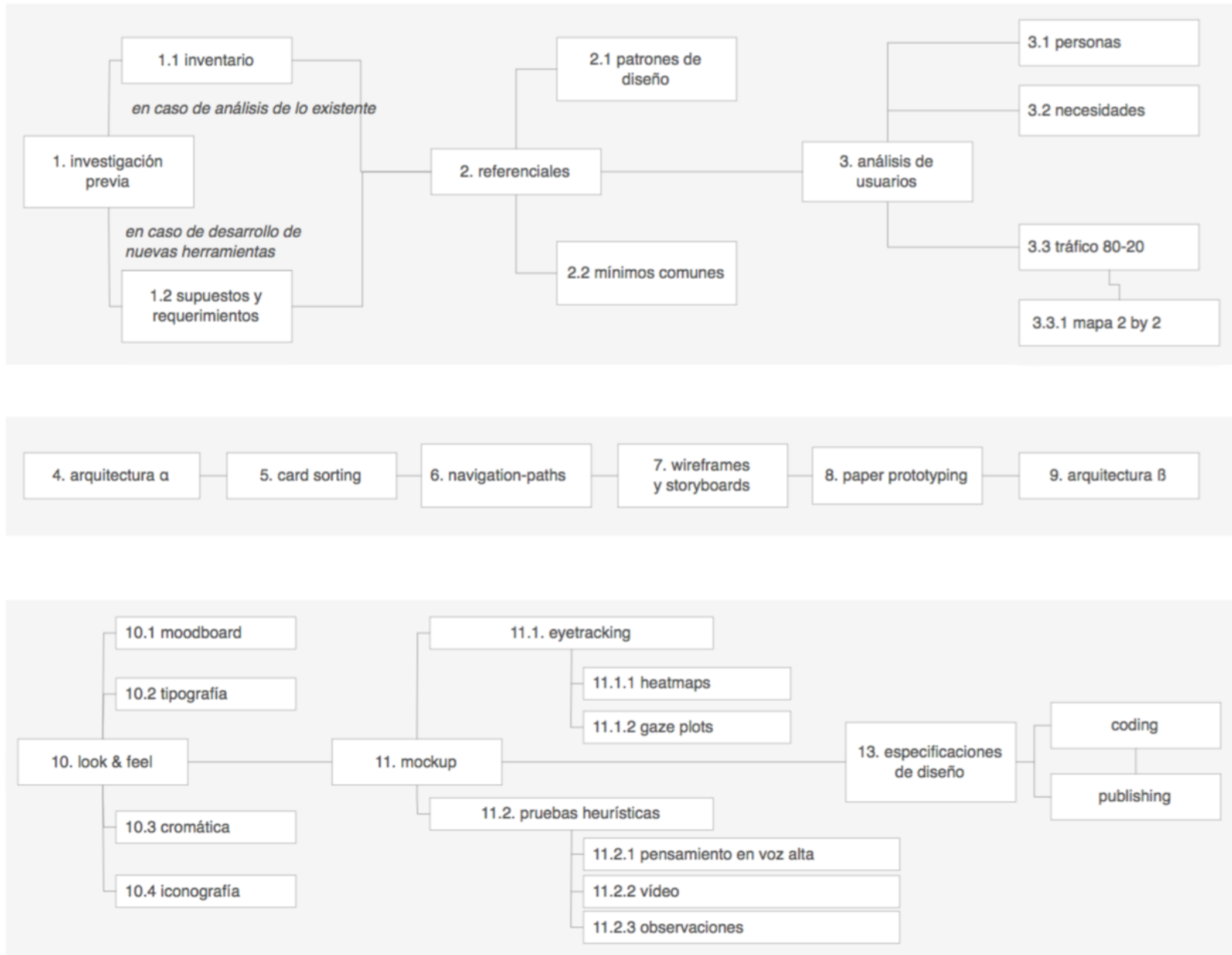


Figura 3: proceso de análisis de una herramienta de software; Usability Cookbook, Ph. D. Franklin Hernández-Castro

1. Investigación previa

1.1 Información de la compañía

Con esta investigación se plantea conocer las necesidades de la empresa, así como sus valores

2. Investigación previa: Usabilidad

2.1 Inventario de contenidos

Se resumen los contenidos y la estructura que posee actualmente, para modificar según las necesidades de la empresa en cuanto a nuevo contenido

3. Análisis de referenciales

3.1 Definición de patrones de diseño

En este punto se analizan herramientas de la misma clase y como se resuelven las necesidades de los referenciales estudiados

3.2 Definición de mínimos comunes

Con base en el análisis anterior, se consolida la información obtenida

4. Análisis de usuarios

Se identifican a los posibles usuarios según la creación de personas prototípicas, sus necesidades y la frecuencia con la que ocurren estas últimas

4.1 Análisis de personas

4.2 Análisis de necesidades

4.3 Definición de tráfico

4.4 Arquitectura alpha

6. Card sorting

Validación de estructura y nomenclatura mediante una prueba de asociación

7. Navigation paths

Se muestra la navegación según las necesidades principales detectadas

8. Wireframes

Consiste en una herramienta sin intervención gráfica para evaluar la jerarquía de los elementos

9. Paper prototyping

En esta prueba, posibles usuarios validan la arquitectura, jerarquía, patrones de diseño y secuencia de lectura de la interfaz a desarrollar

10. Arquitectura beta

Se mejora la arquitectura con base en las conclusiones de las pruebas anteriores

11. Look & feel

Se realiza una construcción gráfica de la propuesta de la arquitectura beta

12. Maqueta funcional

Generación de una maqueta con las funciones básicas de la interfaz para probar el look & feel en conjunto con la arquitectura y la interacción del usuario

13. Pruebas finales

Pruebas heurísticas para validar la arquitectura, jerarquía, patrones de diseño, secuencia de lectura de la interfaz y look & feel

14. Especificaciones

Generación de conclusiones y lineamientos

10 | DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En esta sección se presenta el paso a paso de las actividades de desarrollo del proyecto; cuyo resultado final es una maqueta funcional (también llamado prototipo) con el rediseño del sitio web de la empresa.

10.1 | INVENTARIO DE CONTENIDOS

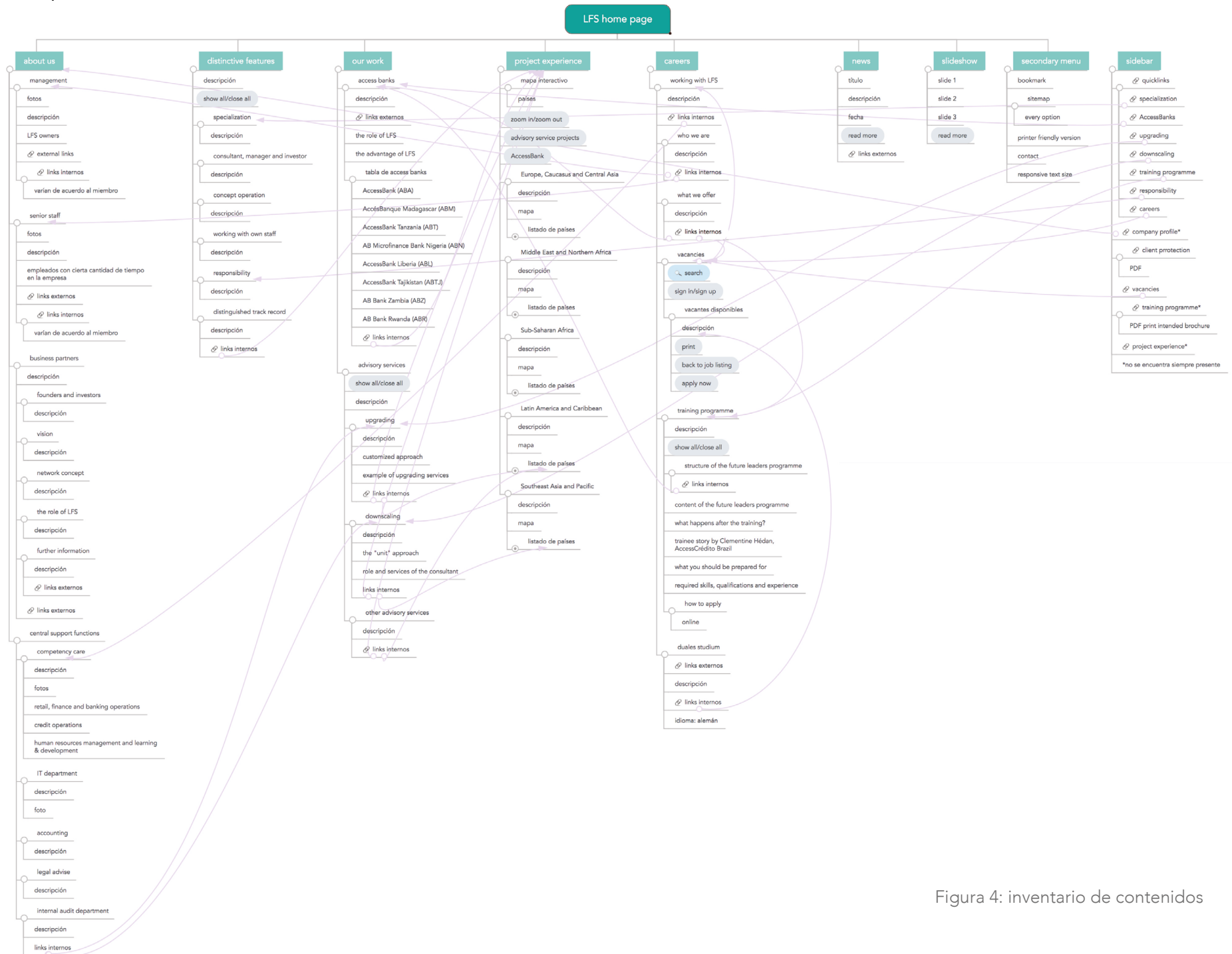
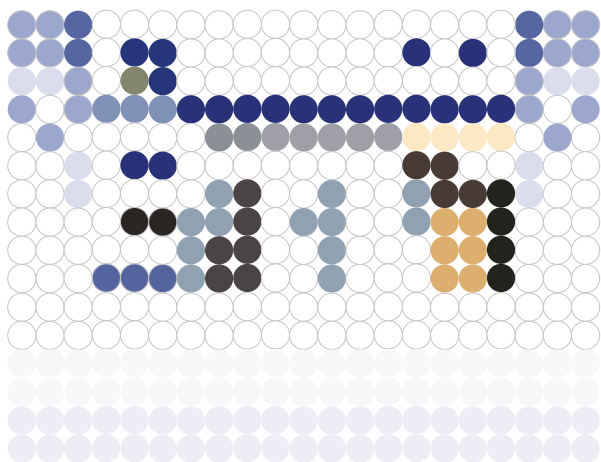
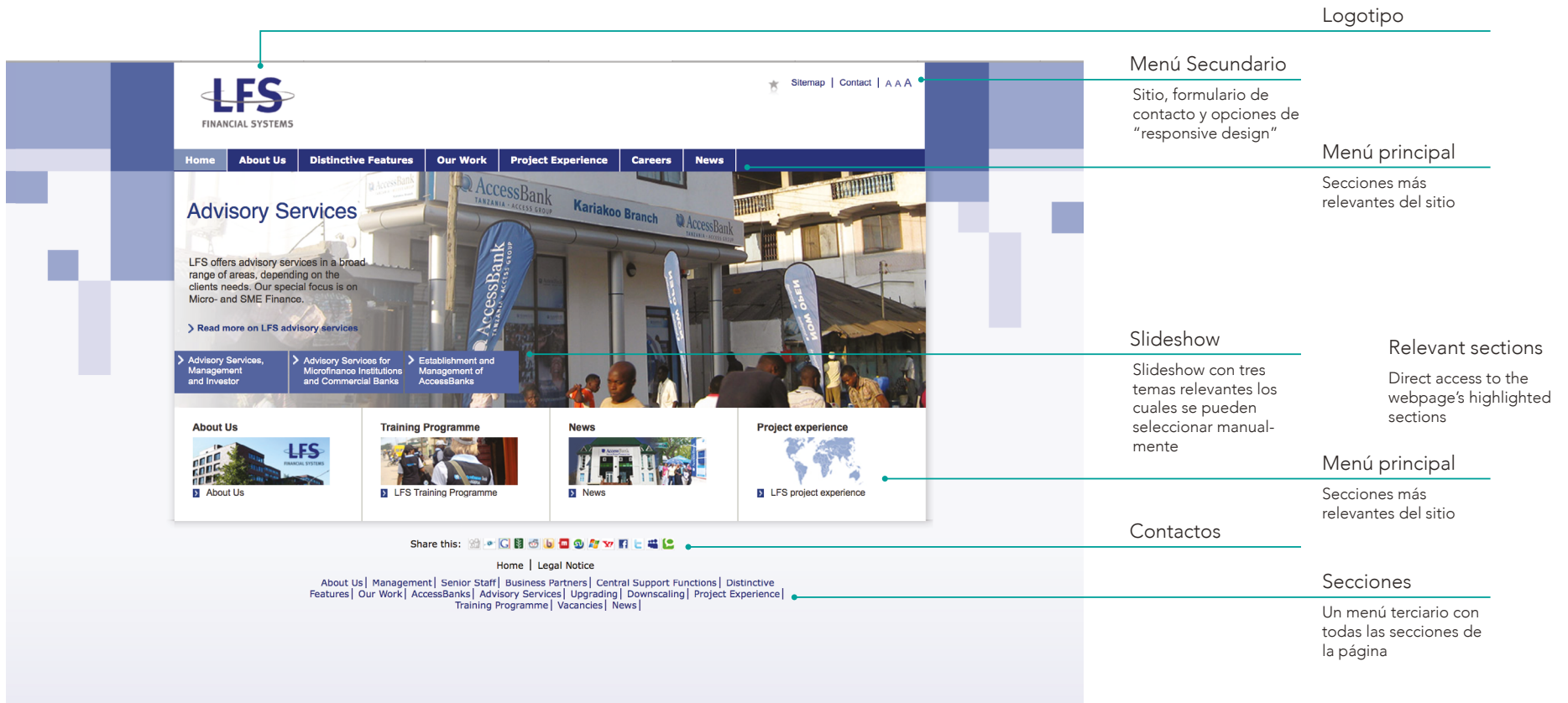


Figura 4: inventario de contenidos

10.2 | ANÁLISIS DEL SITIO WEB ACTUAL

A continuación, se analizan las secciones, contenido, ventajas y desventajas del sitio web actual, para posteriormente usar los resultados como punto de partida del rediseño.

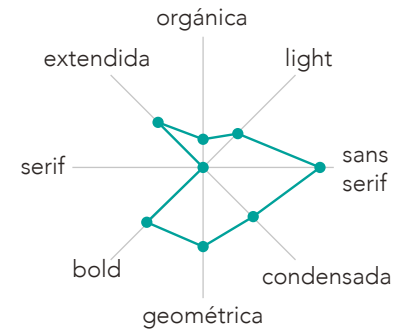


COLORES PREDOMINANTES

- azul/gris +50%
- azul oscuro 10%

El gris y el azul son los colores predominantes, esto para remarcar los colores corporativos

TIPOGRAFÍA



<http://lfs-consulting.de/index.html>

Figura 5: análisis del sitio web de LFS



Side bar

Acceso a los links principales

Submenu

Acceso a las subsecciones de la sección actual

Contenido

Fotografías alineadas una con la otra y con la parte superior de su texto correspondiente

Gráficos

Reflexiones y efecto de sombra en los bonotes puede ser distractor
Baja calidad de imágenes



Fondos

Fondos no consistentes

Espaciado

Espaciado inconsistente entre texto e imágenes



Figura 6: análisis del sitio web de LFS



Espaciado

Espaciado no consistente entre los textos

Tabla interactiva

Tabla interactiva que muestra información en cada fila si así lo desea el usuario



Viñetas

Los elementos de las viñetas tienden a ser distractores y son muy complejos para su tamaño (dos colores y el uso de un gradiente)



Figura 7: análisis del sitio web de LFS



Alineamiento

El alineamiento no es constante/consistente

Gráficos

Los gráficos son muy pequeños para contribuir con el usuario



Side bar

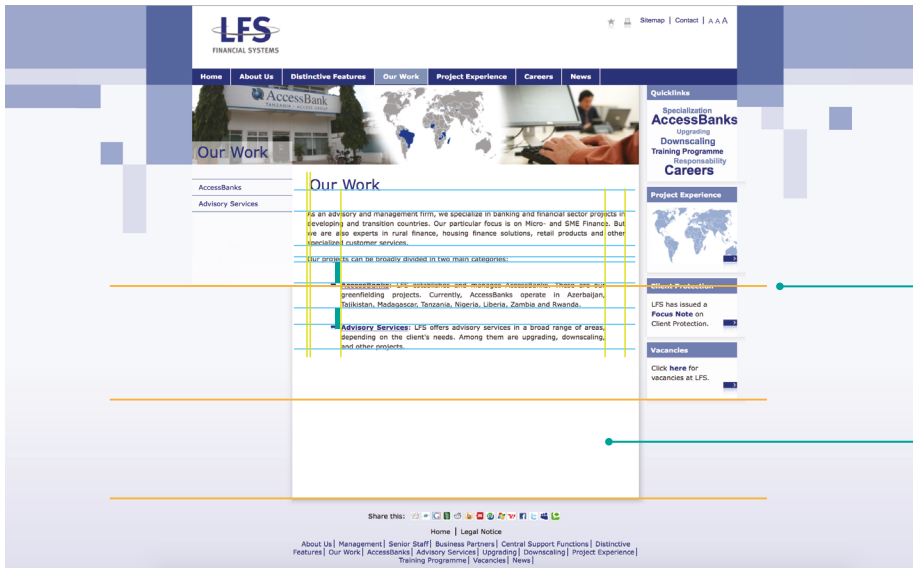
Acceso a los links principales

Tabla interactiva

Tabla interactiva que muestra información en cada fila si así lo desea el usuario; los botones son muy complejos para su tamaño (uso de gradiente)



Figura 8: análisis del sitio web de LFS



Altura

Todos los elementos tienen una altura diferente, no están alineados

Espacio negativo

Debido a que la información de la sección es pequeña, queda mucho espacio en blanco al final de la sección



Tabla

Tabla con información de redes; el cuerpo del texto no está debidamente alineado

Alineamiento

Algunos elementos se alinean al centro, mientras el resto se alinean a la izquierda

Currently, the AccessBank network comprises the following banks:

AccessBank	Country	Year of AccessHolding investment
AccessBank (ABA)	Azerbaijan	2006
AccèsBanque Madagascar (ABM)	Madagascar	2006
AccessBank Tanzania (ABT)	Tanzania	2007
AB Microfinance Bank Nigeria (ABM)	Nigeria	2008
AccessBank Liberia (ABL)	Liberia	2008
AccessBank Tajikistan (ABTJ)	Tajikistan	2010
AB Bank Zambia (ABZ)	Zambia	2011
AB Bank Rwanda (ABR)	Rwanda	2013

For more information

on these projects, click on the respective name or go to

LFS project experience

Figura 9: análisis del sitio web de LFS

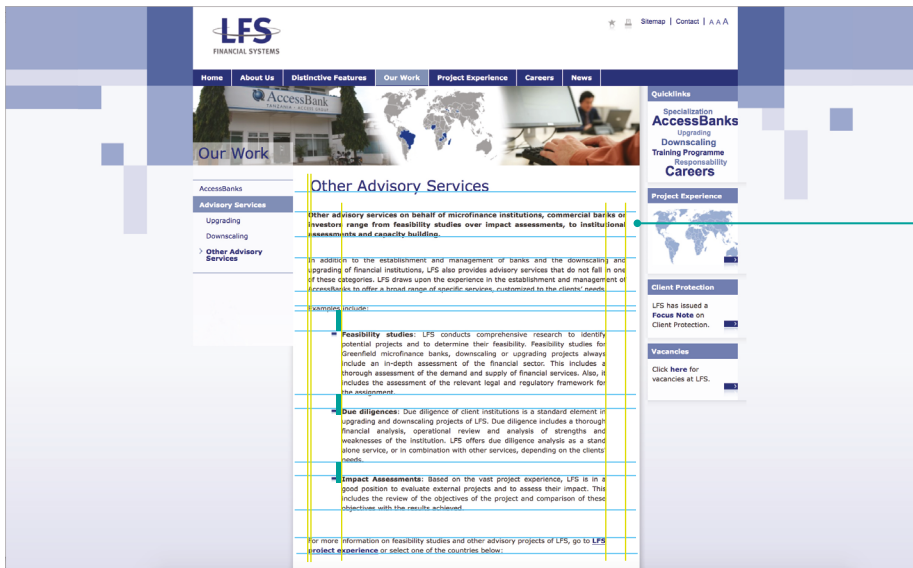


Hyperlinks

Los hyperlinks se muestran al subrayar la palabra o frase en la que se puede dar click

Botones

El estilo gráfico de los botones es más simple que el de otros (sin uso de gradientes)



Tipografía

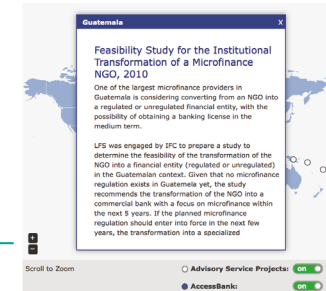
Palabras o frases relevantes toman importancia con tipografía bold

Figura 10: análisis del sitio web de LFS



Interacción

El usuario puede dar click en cada botón y una ventana tipo pop up con información se muestra



Interacción

El usuario puede elegir si ver o no cada tipo de información; cuenta también con un código de color



Alineamiento

Las listas no están alineadas

Figura 11: análisis del sitio web de LFS



Alineamiento

Algunos párrafos están alineados a la izquierda, mientras otros se encuentran justificados; esto interrumpe el ritmo del texto



Tipografía

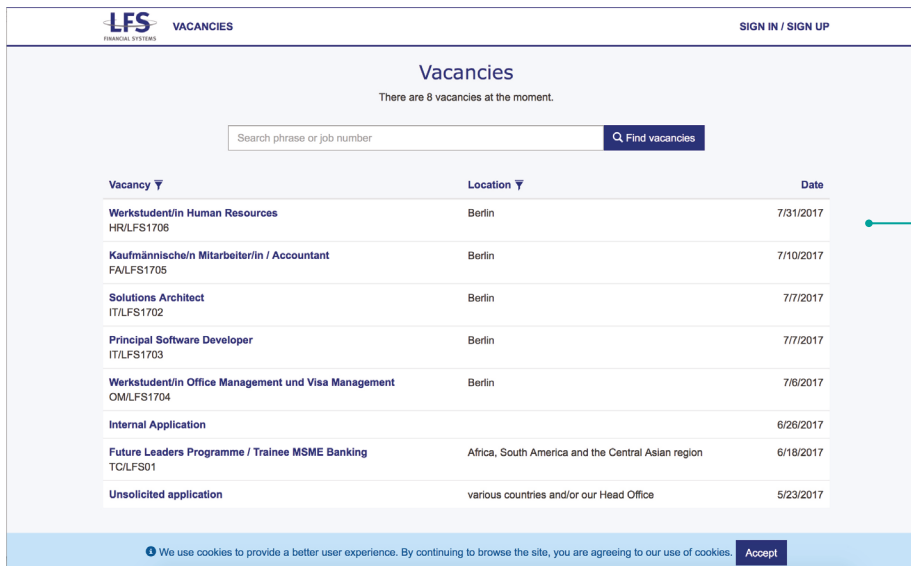
Palabras o frases relevantes toman importancia con tipografía bold

Figura 12: análisis del sitio web de LFS



Side bar

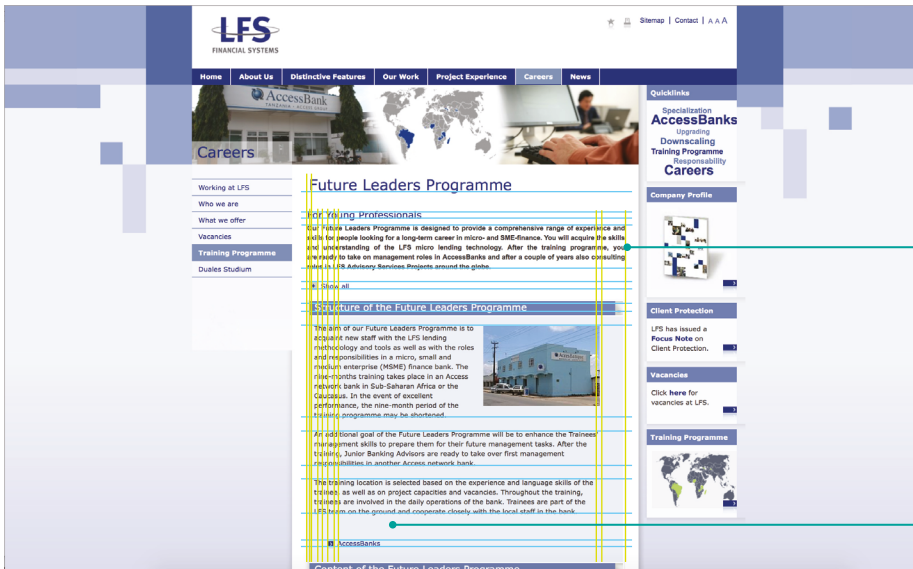
El contenido cambia



Estilo

Estilo gráfico completamente distinto; más limpieza, lectura más fácil, más moderno que el resto del sitio. La retícula utilizada en la diagramación es más fácil de reconocer.

Figura 13: análisis del sitio web de LFS



Alineamiento

Justificado, en lugar de alineado a la izquierda; esto no es consistente a lo largo de la página web

Alineamiento

Los elementos no comparten un punto de alineamiento; cada nuevo elemento posee un punto de anclaje distinto



Título

Difiere con el estilo usual de los títulos en el sitio web

Figura 14: análisis del sitio web de LFS



Columnas

Primer ocasión en que se usan múltiples columnas en el contenido central del sitio

Texto

La página está llena de texto, no hay elementos que soporten o atraigan la atención del usuario

Figura 15: análisis del sitio web de LFS

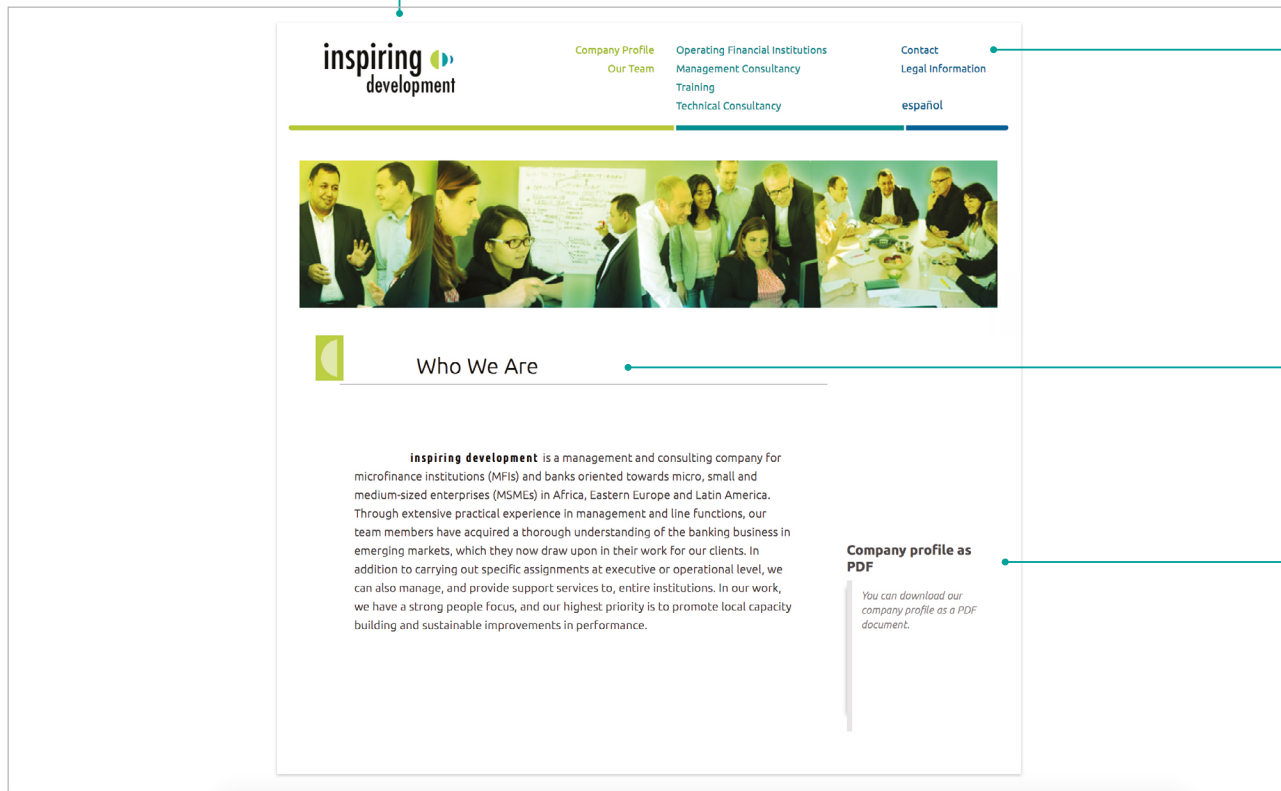
10.3 | CONCLUSIONES

La cantidad y diversidad de la información que posee el sitio web son adecuadas, pero hacen falta elementos para atraer la atención. Además, hay un excedente de bloques de texto y no existe consistencia en aspectos como el alineamiento y el espacio entre elementos a lo largo de la página.

El look and feel general es anticuado, y contiene tendencias de diseño de la época de los 90s o inicios del año 2000: uso de gradientes con distintas opacidades y el uso de ciertos elementos decorativos como los rectángulos en los lados. Sin embargo, algunas partes del sitio web tienen potencial debido a la interactividad que poseen.

10.4 | ANÁLISIS DE REFERENCIALES: COMPETIDORES DIRECTOS

A continuación, se realiza un análisis de los sitios web de los competidores directos con LFS Advisory, para estudiar tanto su estructura, como look and feel y patrones de diseño.



Menú principal

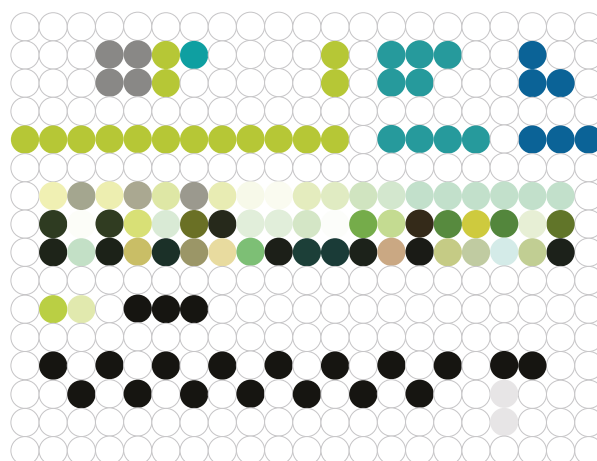
Dividido en tres sub menús con código de color

Contenido

Título y cuerpo con la información de la sección; no hay gran cantidad de elementos gráficos

Opción lateral

Botón interactivo para una opción lateral, en este caso, descargar el PDF de la compañía



COLORES PREDOMINANTES

- blanco +65%
- verde amarillo ≈5%
- turquesa ≈3%

Predominan los colores fríos, con alta luminosidad; las imágenes se modifican para que calcen con el esquema de color; con acentos de verde amarillo y turquesa

TIPOGRAFÍA

Who We Are

Company profile as PDF

You can download our company profile as a PDF document.

Provide proven strategies, the company's clients, and

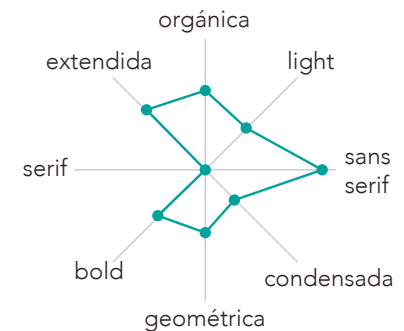


Figura 16: análisis del sitio web de Inspiring Development

inspiring development Company Profile Our Team Operating Financial Institutions Management Consultancy Training Technical Consultancy

Contact Legal Information español

Technical Consultancy

In their role as technical consultants, Inspiring Development's experts

- Provide proven strategies, methodologies and know-how to the company's clients, and
- Back this up with comprehensive assistance during implementation

Our expertise in the provision of technical consultancy services and functional support covers all areas of activity within a financial institution:

Management recruitment, support + supervision	Strategy development + implementation	
Business development	Lending + credit risks	Personnel
ALM, capital, treasury + funding	Financial + operational risk	Finance
Back office + operations	Internal services	IT + IT security
Organization, efficiency + project management	Audit, internal control + compliance	

Regardless of the assignment, we always aim for solutions which

- are compatible with the essential characteristics of the client's operation and the existing institutional culture
- are practicable, i.e. can be implemented with the available resources
- are truly relevant to the institution's needs and result in lasting improvements

Our own experience has shown that technical consultancy services in many areas have the potential to add long term value to our clients' businesses. Key areas include:

Business Development

- Client segmentation
- Product development
- Distribution strategy

Lending and Credit Risk

- Lending methodology for micro, SME and agricultural customers
- Lending cycle optimization
- Credit risk classification systems
- Problem loan management, including restructuring

Finance

- Asset-liability management
- Cost accounting and profitability analysis

Internal Audit

- Process audit technology
- Reporting quality
- Risk classification of audit findings

Risk Management

- Operational risk indicators
- Quantification of market risks
- Fraud prevention

Área constante

Esta área se mantiene constante durante todo el sitio web

Cambio de color

Según las secciones del sub menú

Cambio tipográfico

No está claro el porque, mas hay un cambio en la fuente del cuerpo de texto

Tabla

Da la impresión de ser un elemento interactivo; sin embargo, no lo es

Viñeta

El elemento gráfico (medio círculo) utilizado como viñeta es uno de los elementos del isologotipo

inspiring development Company Profile Our Team Operating Financial Institutions Management Consultancy Training Technical Consultancy

Contact Legal Information español

Operating Financial Institutions

As a management services provider (operator), Inspiring Development can achieve a lasting improvement in the performance of your business by

- Assigning highly experienced, reliable staff to serve in senior management positions
- Furnishing clear strategic guidance and support
- Providing know-how and assistance in all functional areas

inspiring development offers clients a comprehensive management services package under which it assumes full responsibility for the development and performance of the institution. The range of entities that we serve includes smaller sized microfinance institutions as well as larger full-service banks oriented towards small and medium-sized enterprises.

Investor(s)		
Oversight & reporting	Capital & Board membership	
inspiring development	Capacity building, support & supervision (ICA - based)	Bank / MFI

If we are engaged to operate a financial institution, we cover all of the functions that are typically performed by the parent company of a banking group. And, if required, **inspiring development** can furnish a complete senior management team. In any case, whatever the scope of our involvement, we give ongoing guidance and support to local management staff to ensure strategic clarity and facilitate their continuing professional development.

Targeted technical support is provided by our team of experienced specialists. They develop close working relationships with their local counterparts, supplementing the contact maintained from our Frankfurt office with regular on-site visits. Alongside technical input in the areas of business development, risk management and back office functions, our support services can also include assistance in the acquisition and management of debt financing.

Our commitment to achieving optimal results for our clients is reflected in the performance-based remuneration structure adopted by **inspiring development**: the ongoing services are provided for fees that basically cover the company's costs, while our profit is a function of the value gain achieved for the investor.

Rüdiger Rurainsky, Managing Partner
 rurainsky@inspiring-development.com

Role at Inspiring Development
 Responsible for risk management, internal control systems, anti-money laundering (AML) measures, and audit

Professional Background
 Experience in commercial banking in the areas of finance and controlling related to financial market operations and international corporate finance. Developed and managed ProCredit's group-level internal audit function.

- Head of Group Audit, ProCredit Holding (2002 – 2014)
- Vice President Group Accounting & Tax, Commerzbank (1994 – 2002)
- Manager Accounting & Controlling, London and Tokyo branches of Commerzbank (1987 – 1994)

Audit committee chairperson at most of the ProCredit banks in Eastern Europe and Africa. Lecturer at the ProCredit academies in Germany and Macedonia.

[@ rurainsky@inspiring-development.com](mailto:rurainsky@inspiring-development.com)

Locación

Para que el usuario conozca en que subsección se encuentra, esta se muestra subrayada

Tabla

Da la impresión de ser un elemento interactivo; sin embargo, no lo es

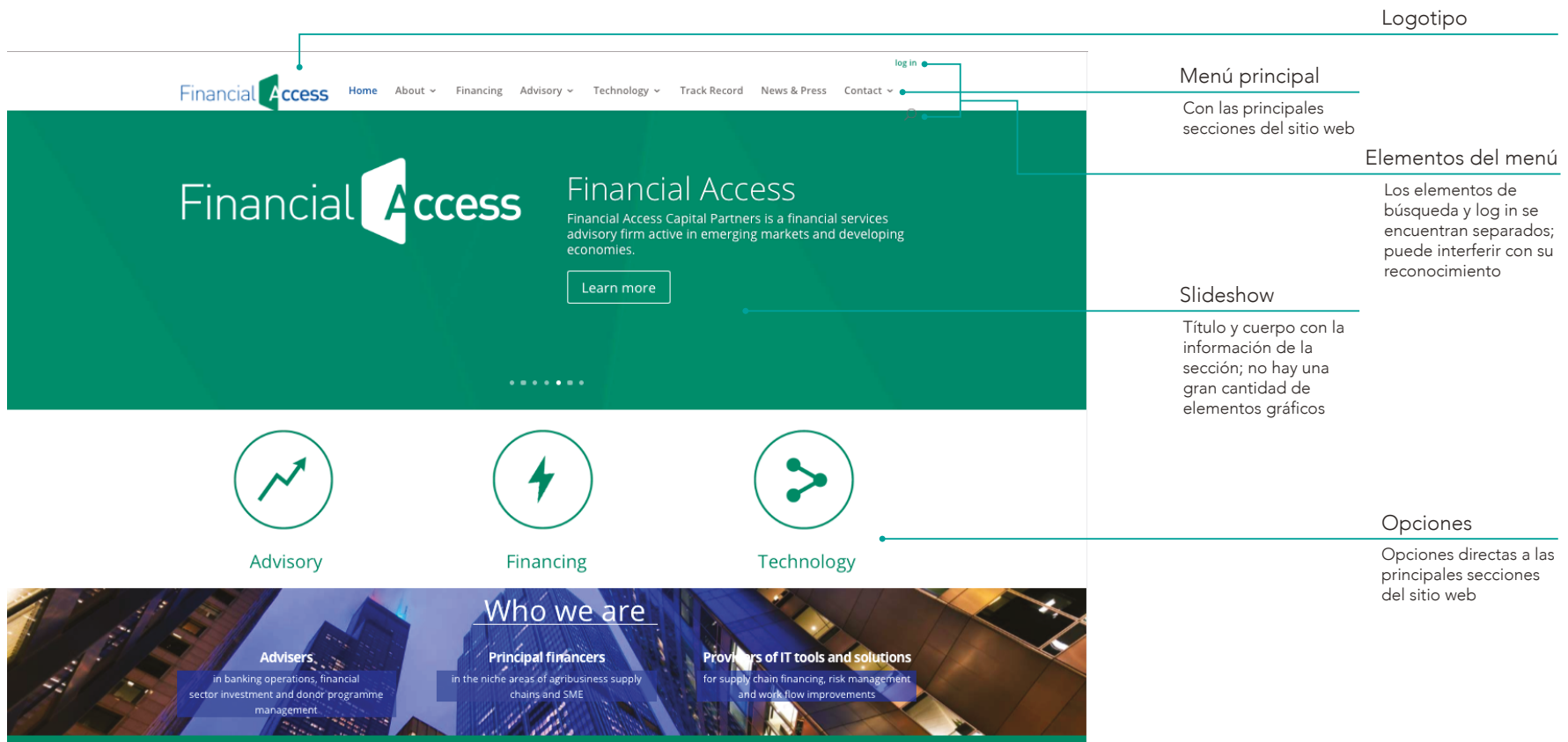
Resalte

Frases importantes se resaltan mediante la variante bold de la tipografía

Hyperlinks

Los hyperlinks se muestran subrayados y posteriormente resaltados (mouse over)

Figura 17: análisis del sitio web de Inspiring Development



Logotipo

Menú principal

Con las principales secciones del sitio web

Elementos del menú

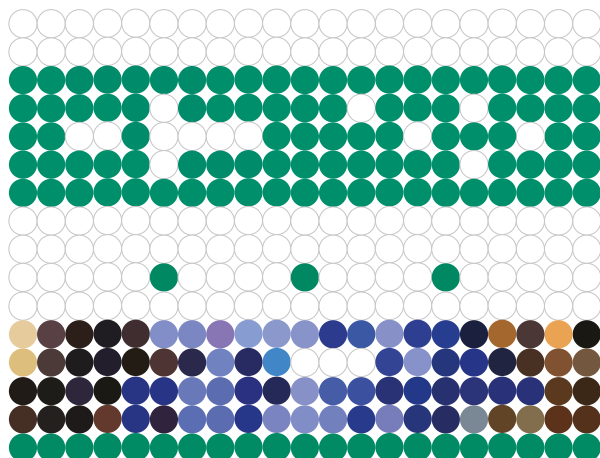
Los elementos de búsqueda y log in se encuentran separados; puede interferir con su reconocimiento

Slideshow

Título y cuerpo con la información de la sección; no hay una gran cantidad de elementos gráficos

Opciones

Opciones directas a las principales secciones del sitio web



COLORES PREDOMINANTES

- blanco ≈45%
- verde ≈33%

La mayor parte del color se da mediante el slideshow; por lo que si este cambia, también lo hará el color predominante

TIPOGRAFÍA

Financial Access Wins Innovation Award for Smallholder Finance

Edoardo Cavallo – Analyst

Edoardo Cavallo joined Financial Access in January involved in the establishment of an entrepreneur consultancy firm.

- Transitional Teams
- Dedicated Project Managers
- Management Tools

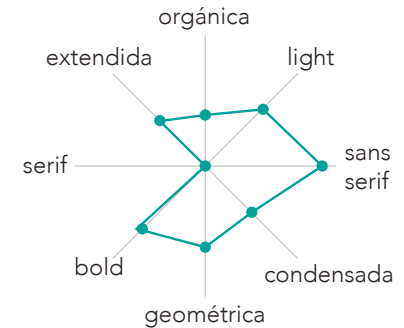
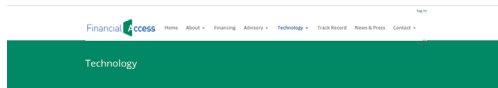


Figura 18: análisis del sitio web de Financial Access



Financial Access is a mobile device first and we know that increasingly technology drives results. To address this, we have added system components to the online advice solutions that are provided designed to complement and to support the advisory and financing solutions.

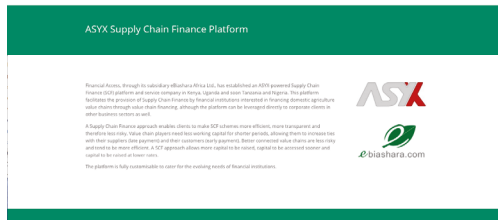
We have introduced a set of mobile products both to tackle the personal challenges faced by our clients. Our recent development demonstrates that through the correct application of technology, we can improve the overall process of advice, help those better manage their wealth and to connect them, for operational and technological purposes, provide financial advice to clients. It is designed to facilitate evaluation of corporate clients using our Supply Chain Finance or Risk Management solutions.

Our belief that we can use technology to help our clients without entering the solutions supported by technology has been our driving the technology.



Sección

Muestra el elemento gráfico que representa la sección actual



Financial Access, through its subsidiary biashara Africa Ltd, has established an ASIX powered Supply Chain Finance platform with several companies in Kenya, Uganda and the region. The platform facilitates the provision of Supply Chain Finance by financial institutions interested in financing domestic agriculture with support through value chain financing, although the platform can be leveraged to support other types of other business sectors as well.

A Supply Chain Finance approach enables clients to access 30% interest rate finance, with no collateral and therefore less risk. Value chain support is provided through for shorter periods, allowing clients to increase the size of their operations and improve their cash flow. Clients can also access the platform to access the ASIX platform and to be more efficient. A VET approach allows more capital to be accessed and to support the needs of those clients.

The platform is fully customizable to cater for the existing needs of financial institutions.



- 2018
- 2017
- 14 Subsidiary FACTS Africa launches crowdfunding campaign
- 2016
- 03/10/2016 Concept Note: Women in Business
- 05/10/2016 Financial Access successfully completes credit scoring pilot for smallholder farmers in Eastern Africa
- 06/06/2016 How can the financial services sector strengthen the sustainability and inclusivity of smallholder farming in the supply of global commodity crops?
- 03/01/2016 South government issues for East African SME finance
- 2015
- 14/07/2015 Interview Peter van der Brugg for NABC - Bridging the gap in Agri-Finance
- 14/07/2015 Call for Expression of Interest for Technical Assistance for
- 14/06/2015 800 Smallholder Farmer Financial Inclusion: Interest payment
- 13/06/2015 Press Release: ICB SME financing
- 2014
- 01/10/2014 USA Africa BioStar - Generating Financial Incentives for Africa's Agri-Business
- 10/11/2013 Financial Access East Africa and BNY Mellon launch Platform for Agriculture Uganda
- 05/10/2014 Article in Newswatch News Week Uganda: Mobilizing to boost agriculture



Hyperlinks

Los hyperlinks se muestran con un cambio de color



Financial Access Consulting Services B.V.
 Emmaplein 2
 1077 XE Amsterdam
 The Netherlands
 Tel: +31 (0)20 - 223 2070
 info@financialxs.com

Financial Access East Africa Ltd.
 Lushoto Centre for Trade
 Lushoto Road, Kilimanjaro
 Village
 Kenya
 Tel: +254 7 241 1811
 info@financialxs.com

Financial Access Uganda
 Plot 1 Lushoto Road
 Kampala
 Uganda
 Tel: +256 761 81888

Financial Access (Jamaica)



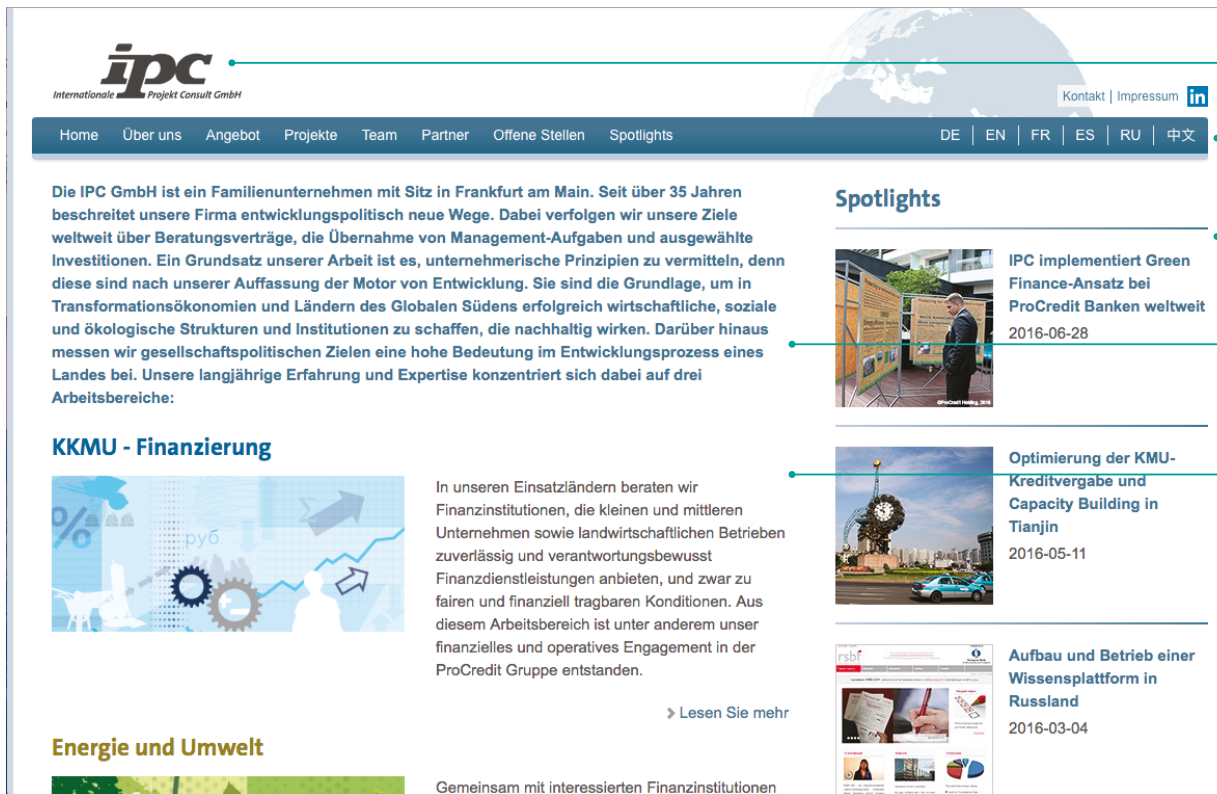
Mapa interactivo

Mapa interactivo que aprovecha de los recursos de embedding

Hyperlinks

Los hyperlinks se muestran con un cambio de color

Figura 19: análisis del sitio web de Financial Access
 37 | Aixa Alabí, Proyecto de Graduación, II semestre, 2017



Logotipo

Menú principal

Con las principales secciones del sitio web

Spotlights

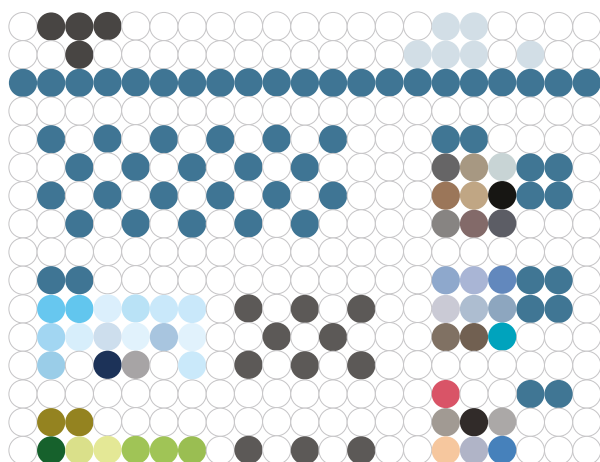
Una columna lateral con las noticias destacadas

Contenido

Cuerpo con la información de la sección; no tiene título

Contenido extra

Título y cuerpo con la información de la sección; con la opción de ver más y con elementos gráficos que apoyan el texto



COLORES PREDOMINANTES

- blanco ≈50%
- azul ≈15%

El color está dado principalmente por el texto, a diferencia de la mayoría de los sitios web, este utiliza un color de acento con baja saturación para el texto

TIPOGRAFÍA

Unsere Partner
ProCredit Academy GmbH

Hammelbacherstr. 2
64658 Fürth-Weschnitz
Deutschland

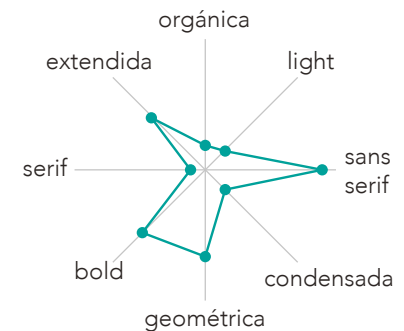


Figura 20: análisis del sitio web de IPC

Sub menú

Sub menú con las opciones contenidas en la sección

Línea de tiempo

Línea de tiempo con gráficos e información textual

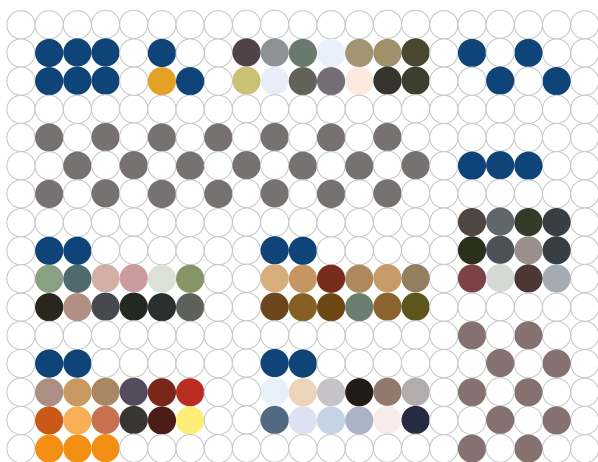
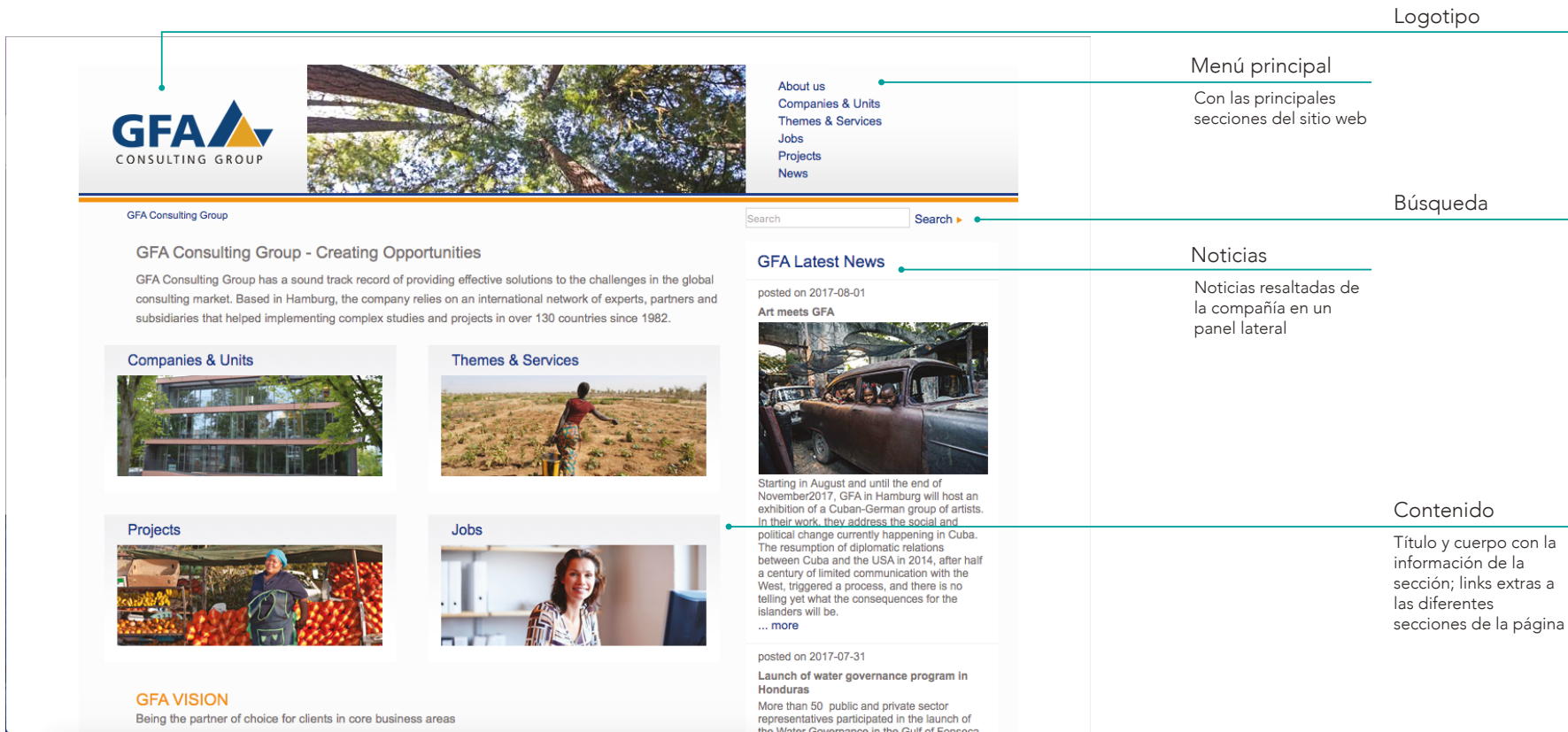
Mapa

Da la impresión de ser un elemento interactivo; sin embargo, no lo es. La interacción sería una solución viable a la alta carga cognitiva

Hyperlinks

Hyperlinks are shown underlined

Figura 21: análisis del sitio web de IPC



COLORES PREDOMINANTES

- white ≈60%
- dark blue ≈5%

The photographs are the main color accents of the page, yet they are all treated in low luminosity hues

TIPOGRAFÍA

GFA CORE VALUES

Providing services of highest standard innovative approaches and products th posted on 2017-07-17

MagiCube for scaling up access to water supply and sanitation for the urban poor
Scaling up access to water supply and sanitation for the urban poor is complex.

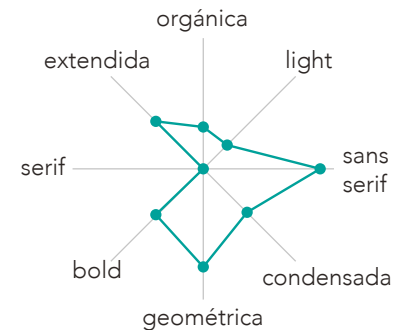


Figura 22: análisis del sitio web de GFA



Ubicación

Para decirle al usuario en que subsección se encuentra, el título de dicha subsección se muestra subrayado

Hyperlinks

Los hyperlinks se muestran mediante un cambio de color del texto

Submenú

Da acceso a las secciones del sitio web; debido a que el menú principal está anclado a la parte superior de la página



Tabla

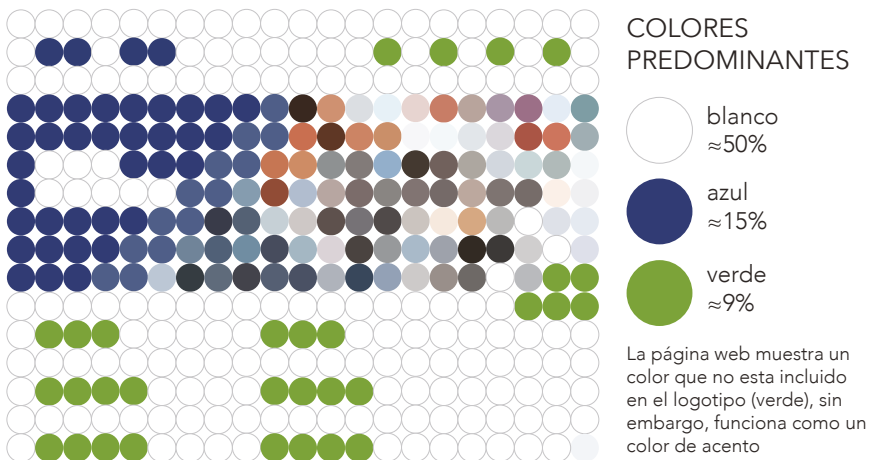
Tabla interactiva que muestra más información acerca de cada sección de sus filas



Tabla

Ejemplo de dicho comportamiento

Figura 23: análisis del sitio web de GFA



TIPOGRAFÍA

Mission

Since the early 1990s, International Advisory Services (formerly Bankakademie International) has been committed to improving financial markets and increasing access to finance for low-income populations by providing consulting and training services, and addressing the needs of the financial sector's stakeholders.

Mehr

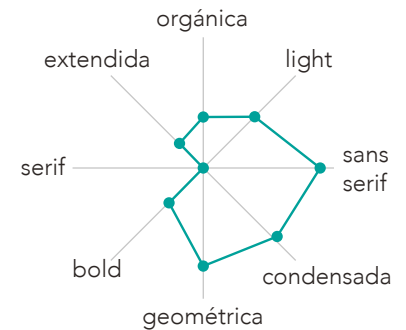
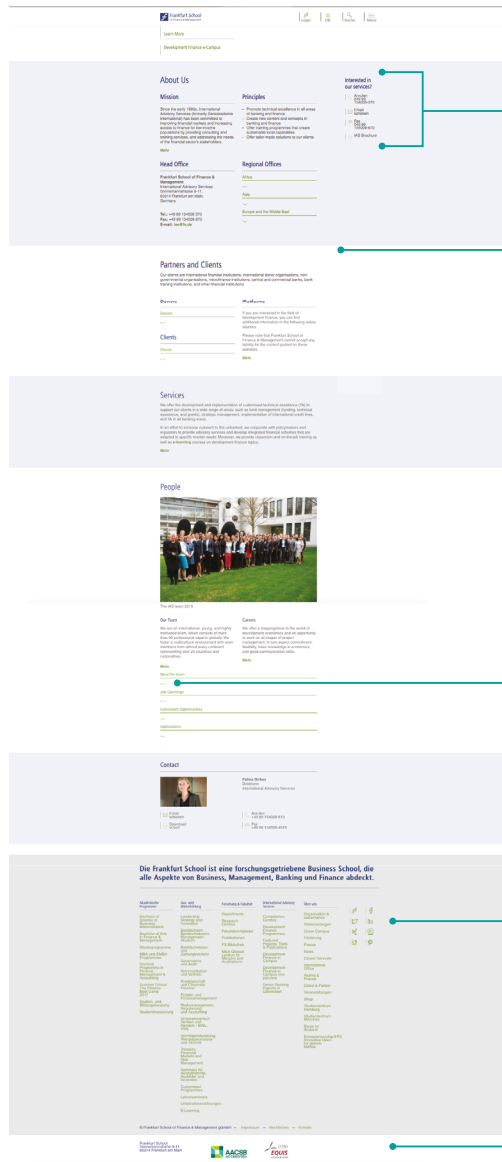


Figura 24: análisis del sitio web de Frankfurt School



Área constante

El área hace scroll junto con el usuario a lo largo de todo el sitio

Contenido

Título y cuerpo con la información de la sección; cada sección se puede acceder mediante scroll

Partes interactivas

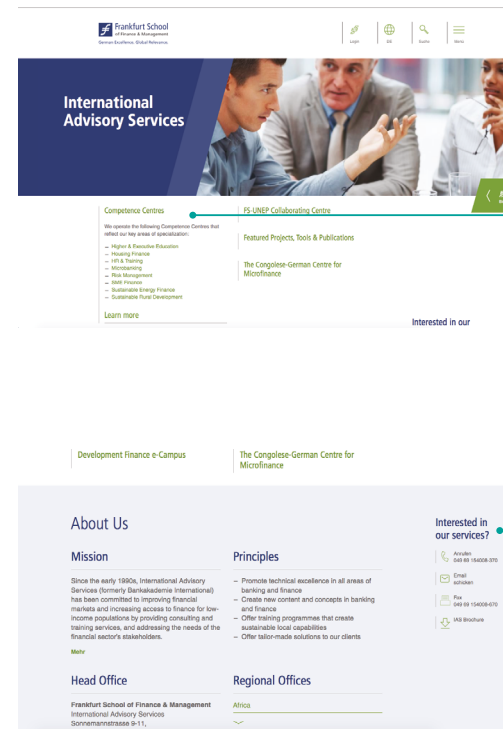
Las partes interactivas se muestran al cambiar el color del texto, y en ocasiones, agregando botones para representar la acción

Sub menú

Un sub menú con cada sección y subsección del sitio web desplegada

Footer

Copyright y socios



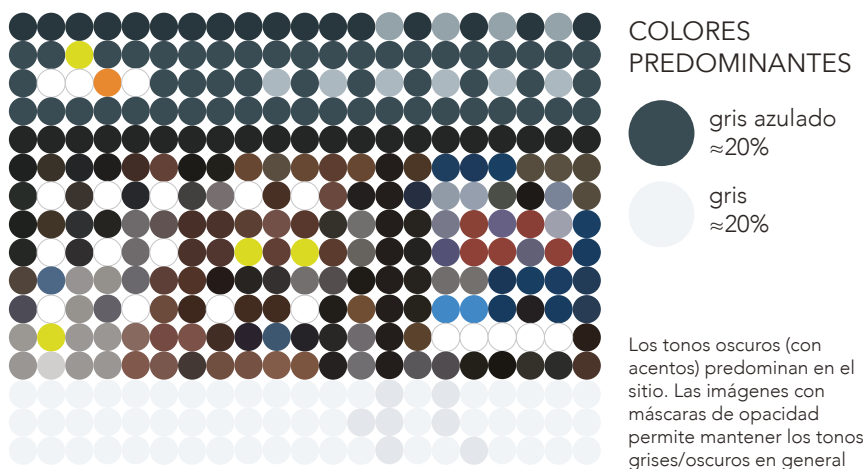
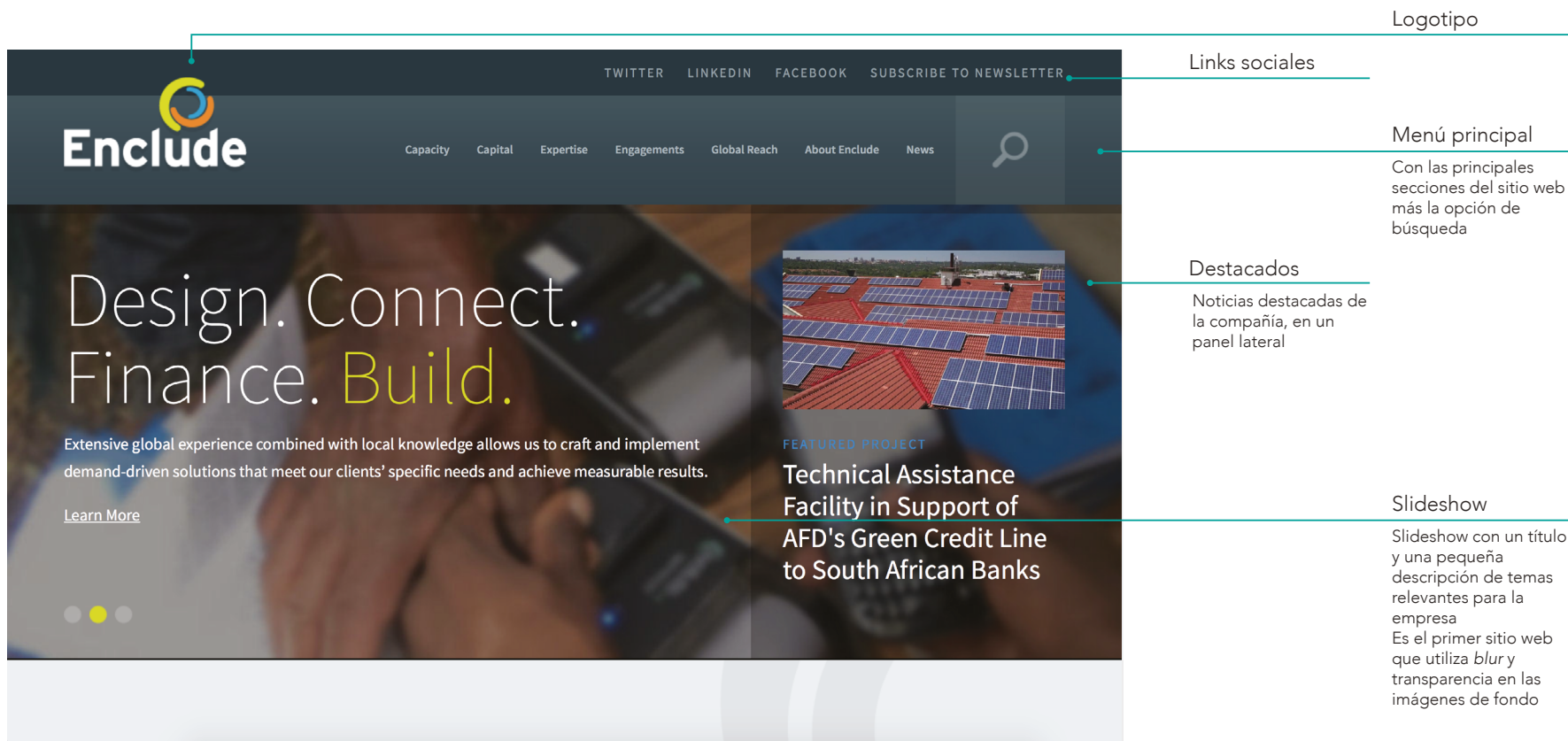
Partes interactivas

Ejemplo del display de información después del click del usuario

Contacto

La información de contacto se mantiene siempre con el usuario, en una manera fácil de acceder y sin interrumpir el resto del contenido

Figura 25: análisis del sitio web de Frankfurt School



TIPOGRAFÍA

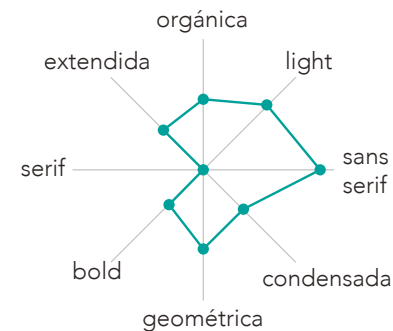
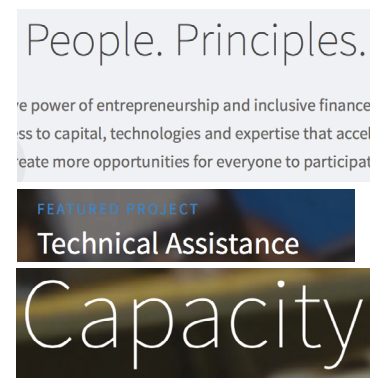
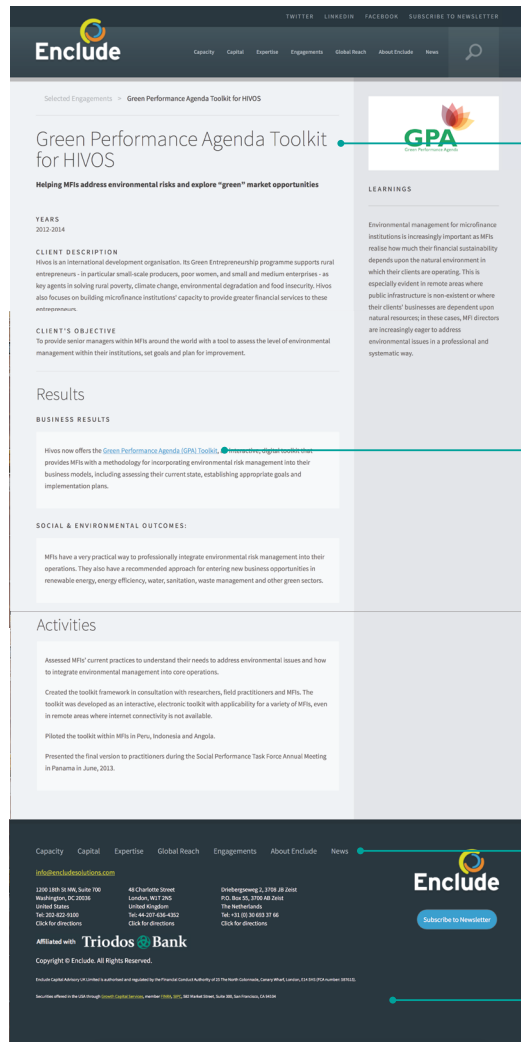


Figura 26: análisis del sitio web de Enclude



Contenido

Título y cuerpo con la información de la sección; cada sección se puede acceder mediante scroll. No hay elementos gráficos.

Hyperlinks

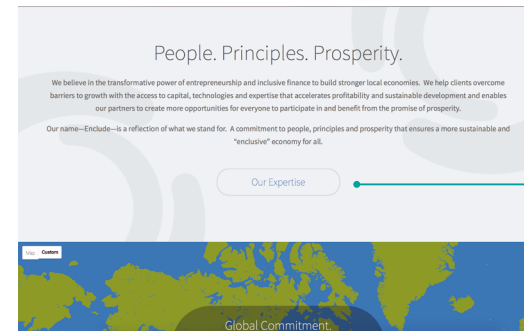
Los hyperlinks se muestran mediante un cambio de color del texto y subrayando la frase.

Sub menú

Un sub menú con cada sección del sitio.

Footer

Copyright, socios e información de contacto.



Botones

Grandes y fáciles de reconocer como tales; se resaltan con el mouseover para confirmar su función.

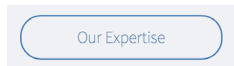
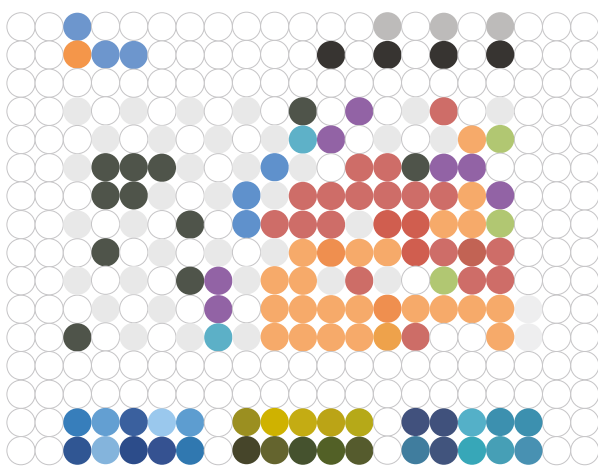
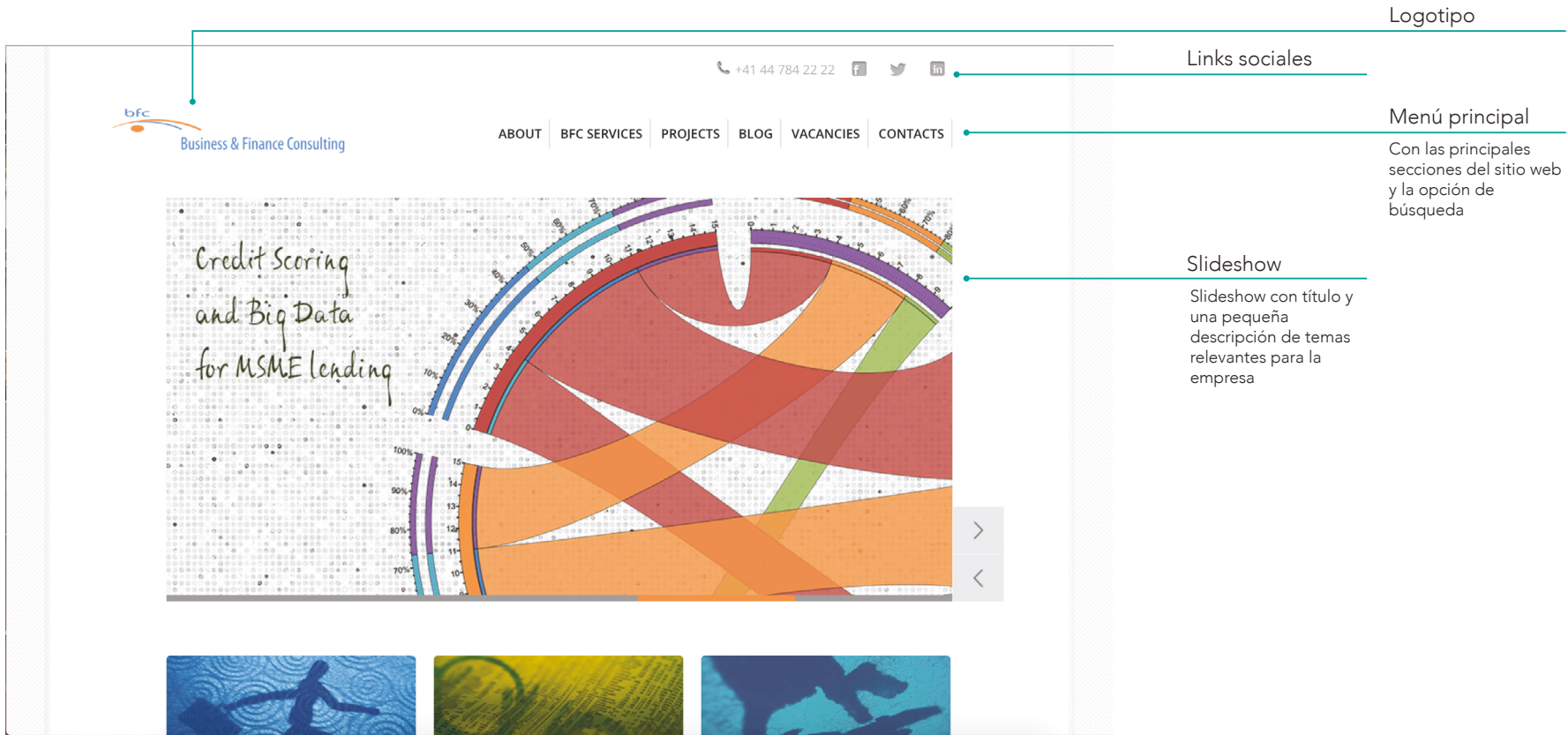


Figura 27: análisis del sitio web de Enclude



COLORES PREDOMINANTES

white
≈40%

La mayor parte del color se da mediante las imágenes, sin embargo, a pesar de ello, no hay un color que resalte significativamente sobre los demás

TIPOGRAFÍA

Promoting Access to Finance
Research

Illuminating, in-depth and original, every time—quantitative and qualitative research that provides significant analytical insights that respond to your needs

Openings at BFC

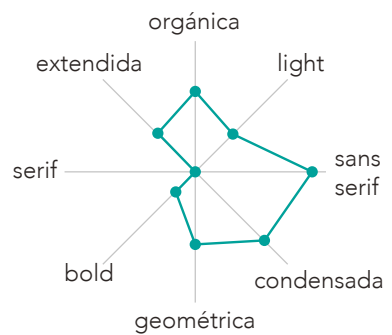
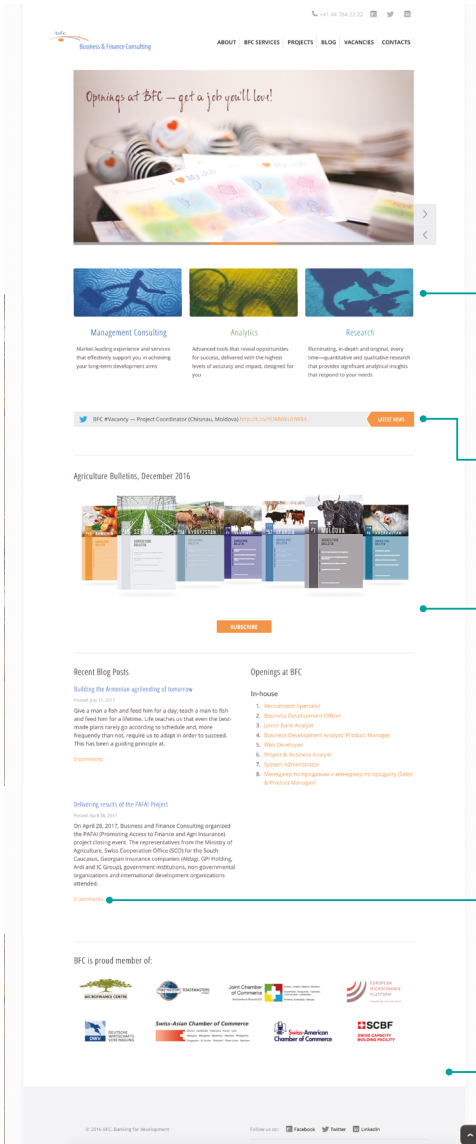


Figura 28: análisis del sitio web de BFC



Submenú

Da acceso a algunas secciones del sitio y posee gráficos de apoyo

Live news

Feed de noticias de Twitter actualizado en tiempo real

Biblioteca

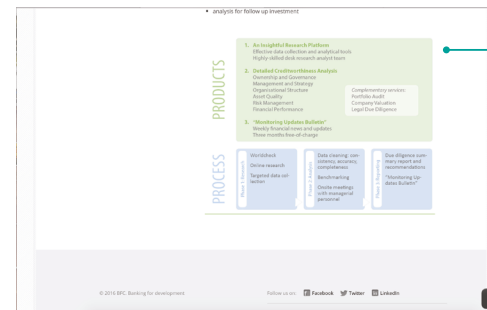
Muestra varias publicaciones de la compañía, sin embargo, la manera en la que se muestran no es completamente intuitiva

Hyperlinks

Los hyperlinks se muestran mediante un cambio de color del texto

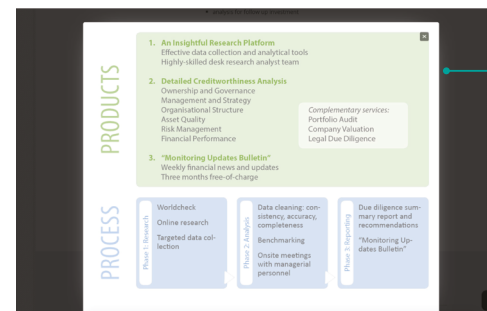
Footer

Copyright, socios y redes sociales



Interacción

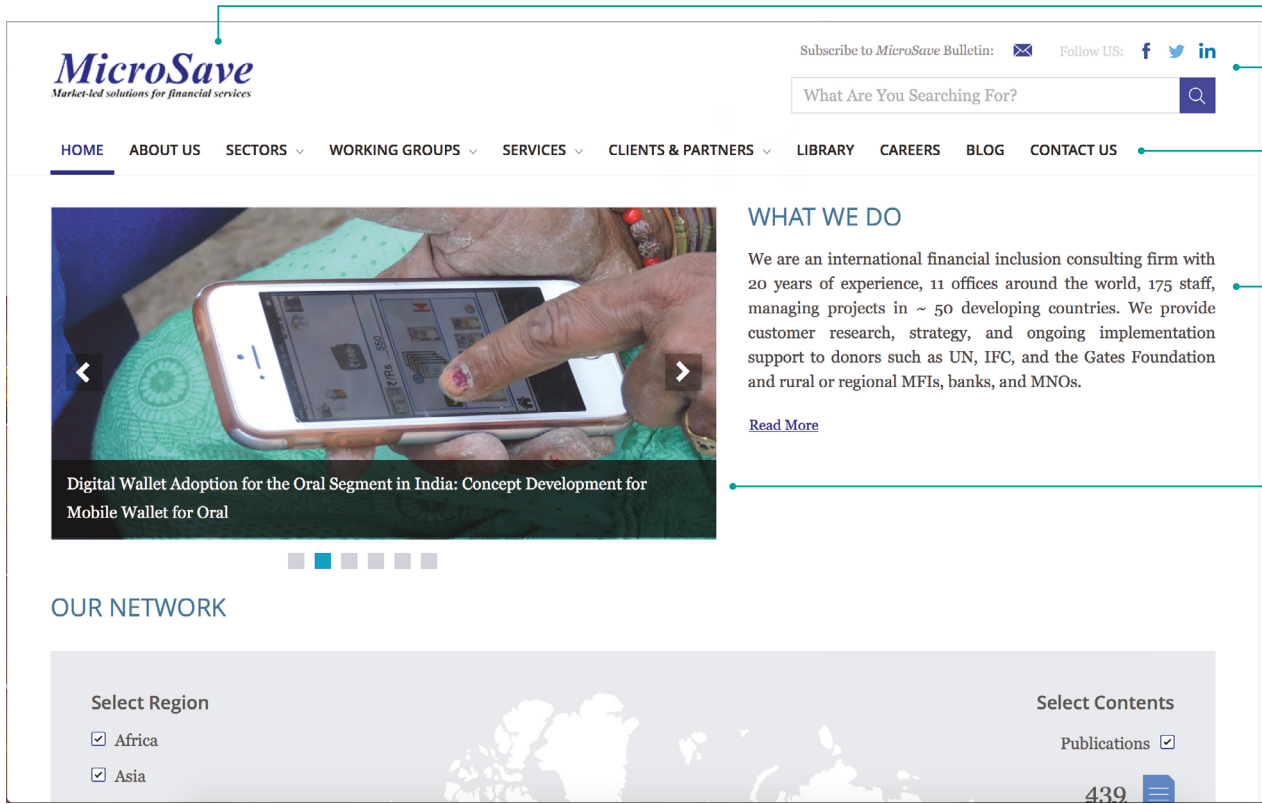
Se puede interactuar con la imagen, hace un acercamiento con el click



Interacción

Ejemplo de dicha interacción

Figura 29: análisis del sitio web de BFC



Logotipo

Links sociales/búsqueda

Menú principal

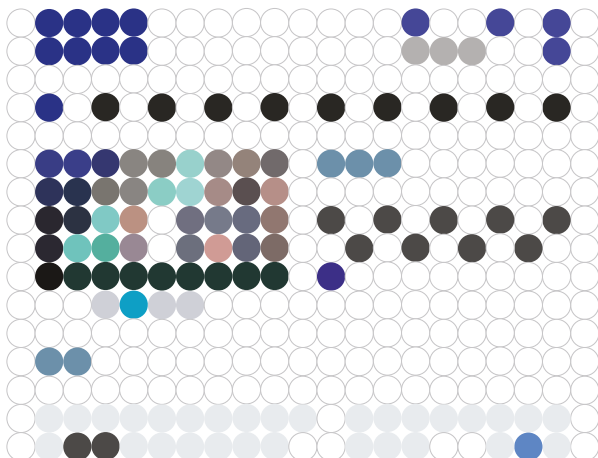
Con las principales secciones del sitio web

Contenido

Título y cuerpo con la información de la empresa

Slideshow

Slideshow con título y una pequeña descripción de temas relevantes para la compañía



COLORES PREDOMINANTES

- blanco ≈55%
- azul ≈5%

El blanco predomina en la página web, sin embargo el color azul resalta de manera significativa con lo demás

TIPOGRAFÍA

For almost **20** years, *MicroSave* has:

- Improved credit, savings, insurance and payments products by understanding the poor's financial needs, aspirations, perceptions and behaviours

WHAT WE DO

We are an international financial 20 years of experience, 11 office managing projects in ~ 50 deve

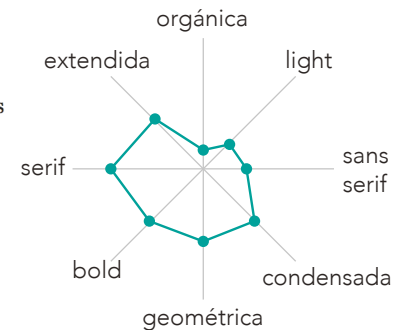
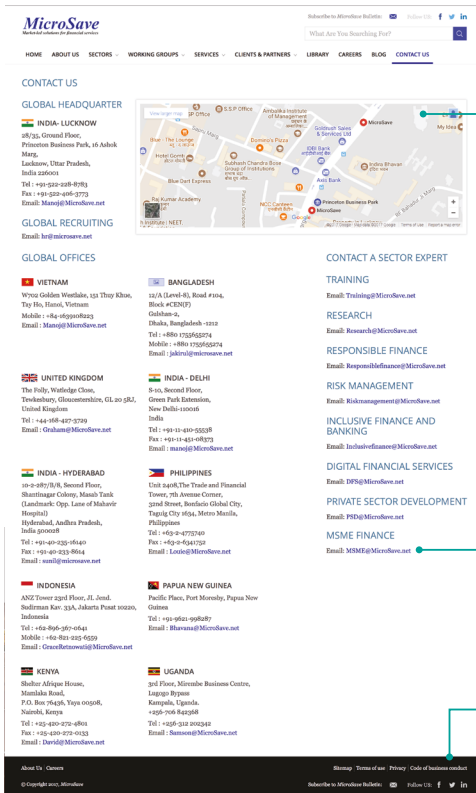
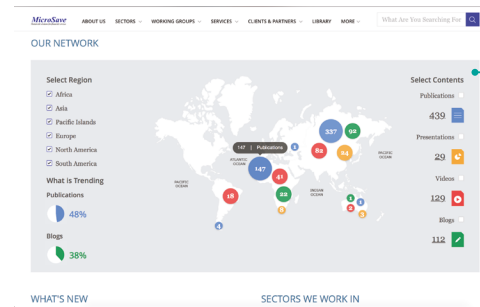


Figura 30: análisis del sitio web de MicroSave



Mapa interactivo

Mapa interactivo que aprovecha los recursos de embedding



Interacción

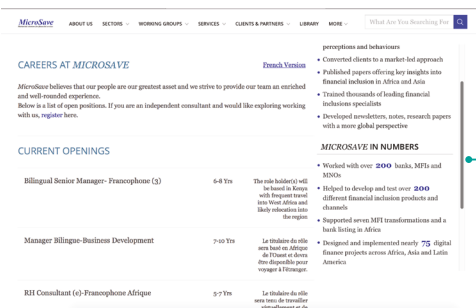
El mapa es interactivo y le permite al usuario definir que permanece visible y que no

Hyperlinks

Los hyperlinks se muestran mediante un cambio de color del texto

Footer

Copyright, socios, submenú y redes sociales



Menú principal

Cambia su configuración cuando se hace scroll

Subsección

Subsección lateral con un texto desplazable

Figura 31: análisis del sitio web de MicroSave

10.5 | CONCLUSIONES

ESQUEMA DE COLORES

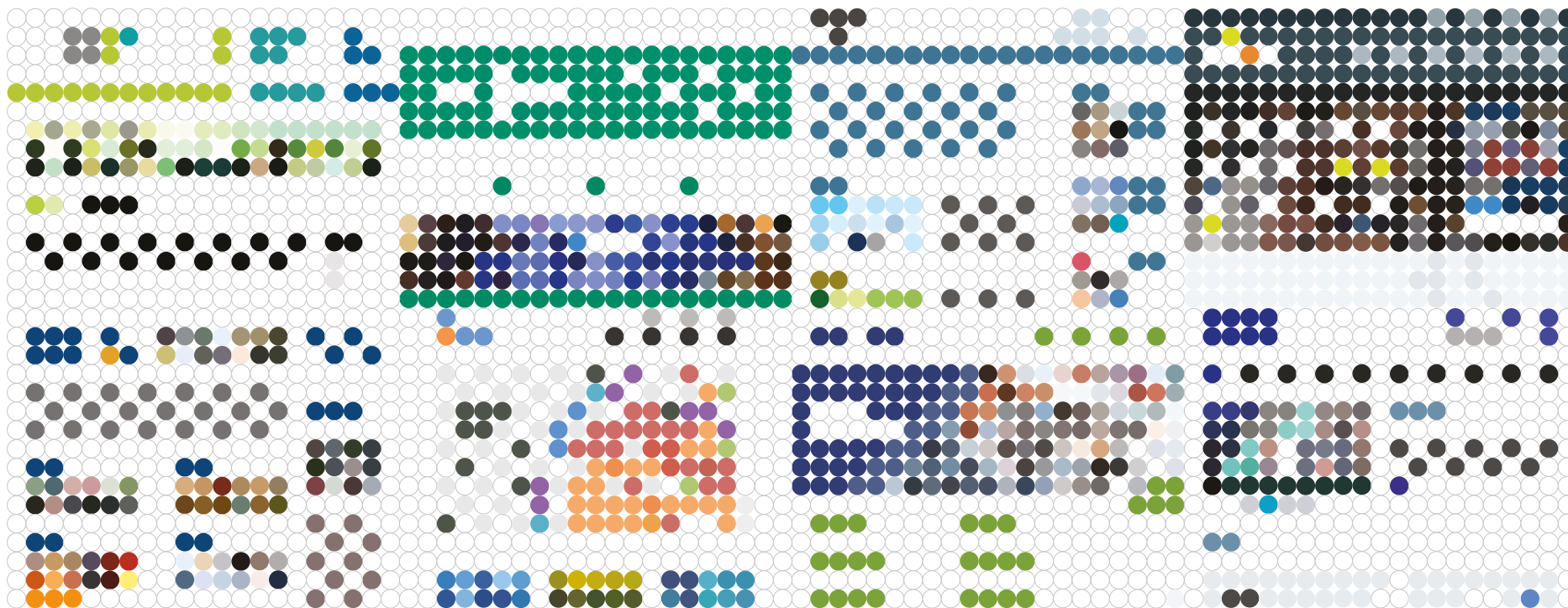


Figura 32: análisis cromático de competidores directos

El espacio en blanco/negativo toma hasta un 50% del esquema de color; seguido de un color de acento que varía según la imagen de la compañía. Sin embargo, se mantiene una predominancia muy clara de colores fríos, con muy pocos tonos cálidos, que provienen principalmente del uso de fotografías en los sitios.

TIPOGRAFÍA

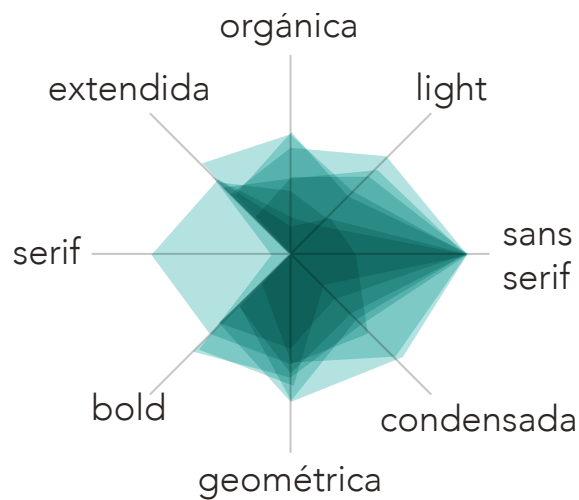


Figura 33: análisis tipográfico de competidores directos

Hay una predominancia muy clara de tipografía sans serif (únicamente una de ocho páginas no contaba con ella), la mayoría de las fuentes no eran completamente orgánicas, más si contenían elementos con dicha característica; las fuentes condensadas no son muy utilizadas, pero puede ser una opción; y por último, los tipos bold se utilizan junto con los light y regulares para indicar jerarquía de información

VENTAJAS

- La estrategia de algunos sitios como MicroSave de aprovechar las herramientas de embedding o herramientas interactivas en general funciona de manera efectiva para mostrar bastante información en un espacio reducido (mapas) que además le permite al usuario adaptarla a sus necesidades de información.
- El contenido de los sitios analizados es muy similar, lo que se traduce en familiaridad para el usuario y facilidad de ubicación..
- La estrategia de anclaje del menú principal resulta útil para mantener un acceso sencillo a la información más relevante del sitio durante todo momento.

DESVENTAJAS

- Hay sitios con una carga cognitiva sumamente elevada y poca consistencia con el manejo de sus elementos gráficos, lo que crea confusión en el usuario.
- Varios sitios poseen un alto volúmen de bloques de texto y contenido, y muy poco espacio en blanco; lo que provoca que el usuario se sienta abrumado.
- En algunas ocasiones, el uso de elementos gráficos como fotografías resulta poco efectivo para apoyar al contenido, y se convierte en un desafío debido a la baja calidad, tamaño muy reducido, o mal manejo de los elementos.

10.6 | ANÁLISIS DE REFERENCIALES: OTROS SITIOS

Para complementar el análisis de competidores directos, se analizan otros sitios web con mejor usabilidad y manejo de elementos que aquellos de los competidores. Estos no necesariamente se mantienen en el ámbito financiero, mas los patrones y estructura se pueden aplicar para el mismo.



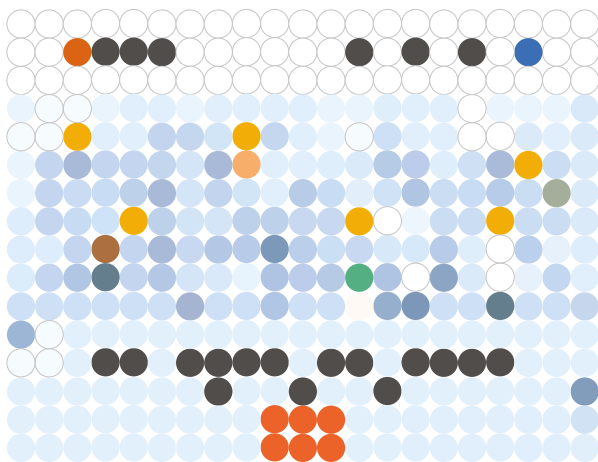
Logotipo

Menú principal

Con las principales secciones del sitio web

Header

Imagen alusiva, *catchphrase*, y botón con la opción más relevante (calendarizar una demostración)



COLORES PREDOMINANTES

- celeste +65%
- blanco ≈18%
- naranja ≈4%

El azul predomina debido al header; seguido del blanco y por último, tonos de naranja, que, aunque no sean muy utilizados, resaltan debido a su alto contraste y saturación

TIPOGRAFÍA

Easy to Optimize

Iterable enables optimization of all campaign variables. Marketers don't need to be data scientists to get the most out of their efforts.

Have Questions?

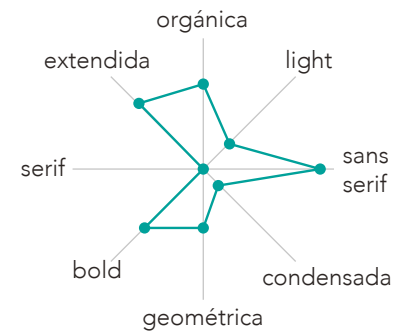


Figura 34: análisis del sitio web de Iterable



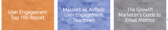
What Can I Do With Iterable?



How is Iterable Different?



Learn More



What Marketers Are Saying



Have Questions?



Layout

Layout dinámico, poco texto y gráficos de apoyo

Iconografía

Iconografía simple y fácil de entender



Feedback

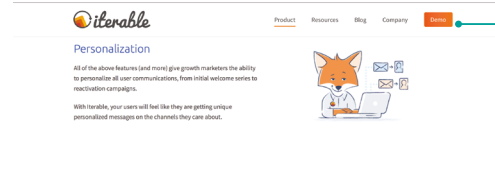
Se le da al usuario feedback cuando puede realizar una acción (hacer click al pasar mouse over)

Feed

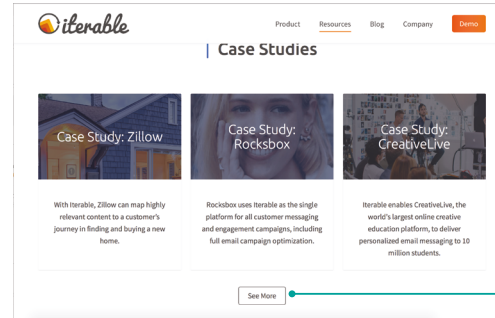
Sección con referencias de la empresa de otros sitios; el usuario puede interactuar con ella

Footer

Todas las secciones desglosadas del sitio web, información de contacto y copyright



What Is Your Role?



Cambio de opción

Se cambia la opción de 'log in' por 'demo' al hacer scroll y ocultar el header con dicha opción

Feedback

Se le da al usuario feedback cuando puede realizar una acción (hacer click al pasar mouse over) mas este no siempre es tan evidente

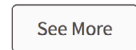
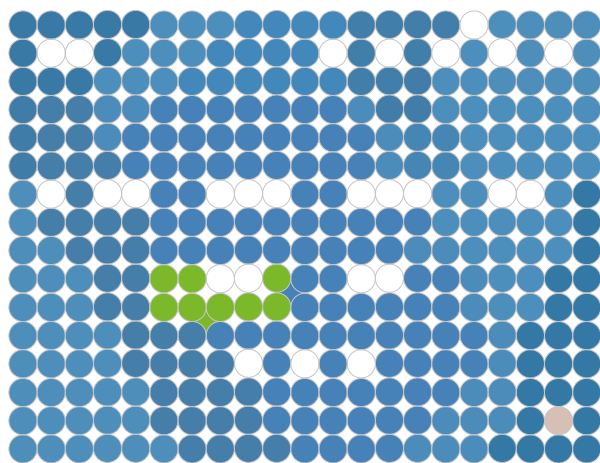
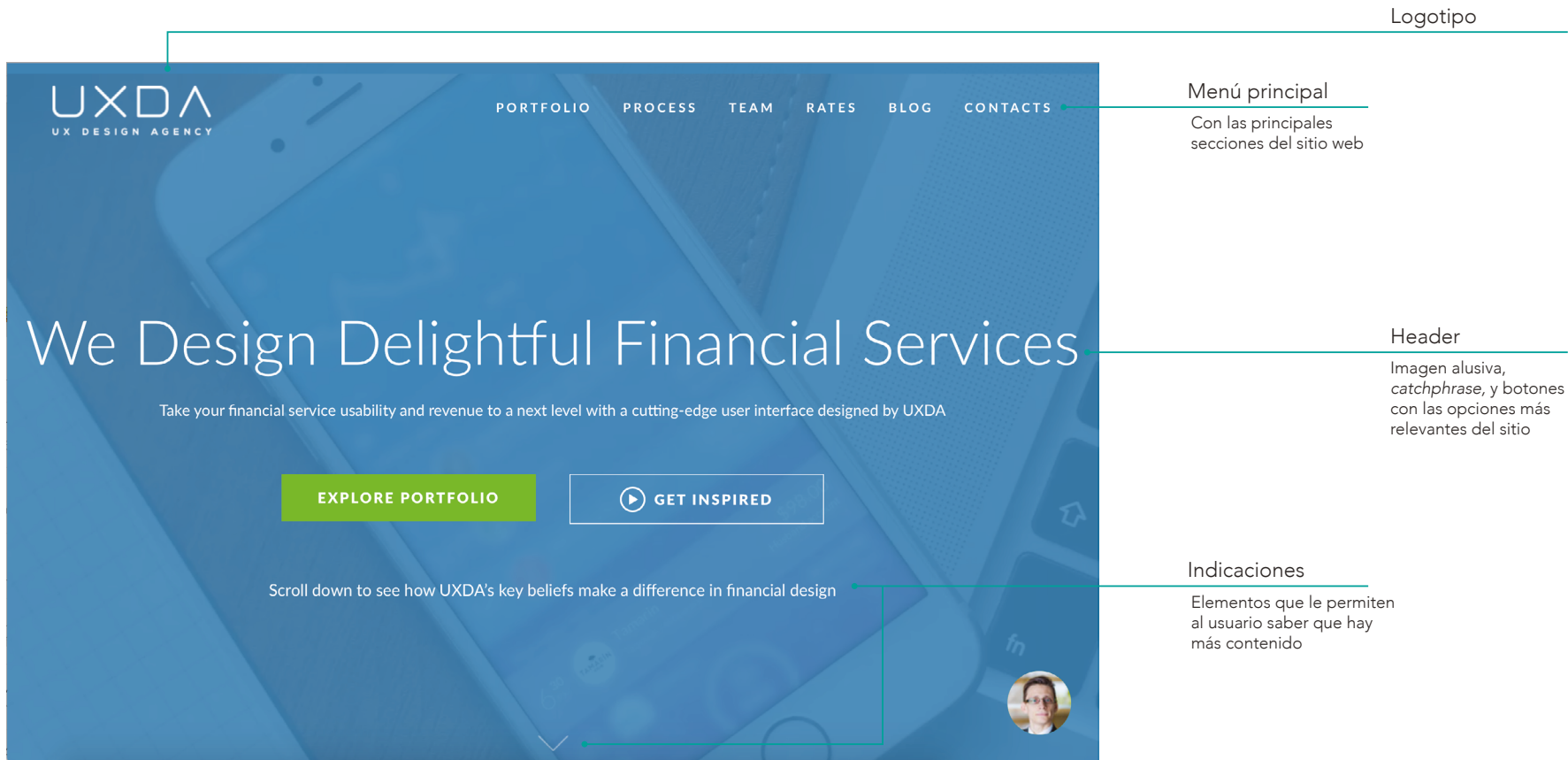


Figura 35: análisis del sitio web de Iterable



COLORES PREDOMINANTES

● azul +90%

El azul predomina debido al header y posee una saturación bastante alta; el blanco y verde contrastan con este, mas tienden a competir entre si

TIPOGRAFÍA

UX Testimonials

EXPLORE BENEFITS OF UXDA SERVICE

Transparency

Your invoices will be based on regular reports of what we have done in the previous period, with time and UX design tasks clearly explained. UXDA design studio uses a fair price policy without hidden fees or surcharges.

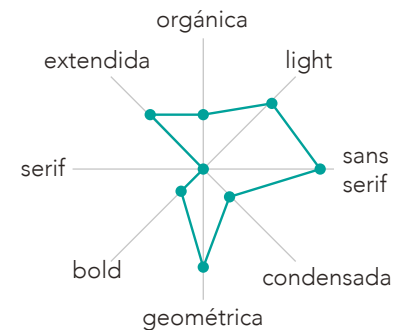
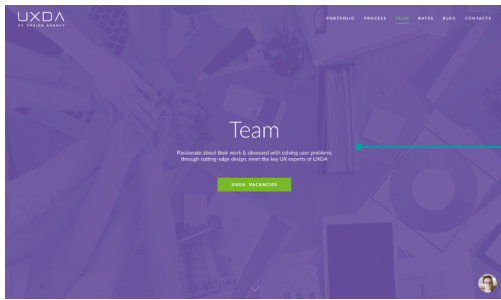


Figura 36: análisis del sitio web de UXDA



Header
Header de la sección, siempre utilizan colores con alta saturación

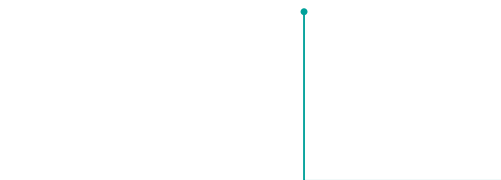


Fotografías
Hay mucha consistencia en el manejo de las fotografías del sitio

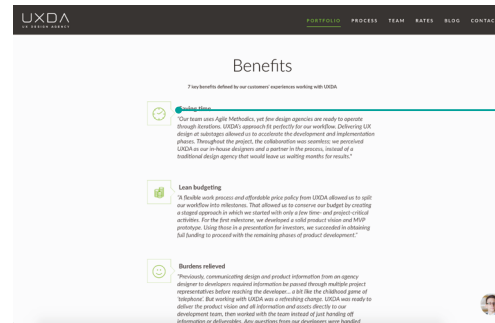


Feedback
Se le da al usuario feedback cuando puede realizar una acción (hacer click al pasar mouse over) y este es muy evidente

VIEW UXDA RATES



Footer
Información de contacto y copyright

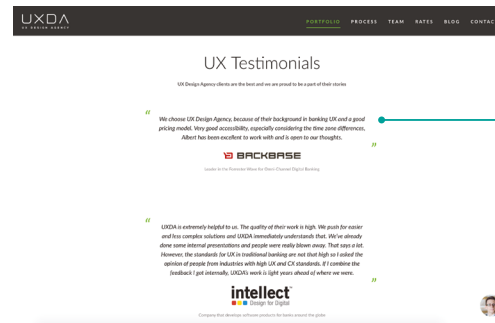


Iconografía
Iconografía simple y fácil de entender

Opción constante
Opción de chat siempre disponible en el sitio



Chat
Se genera una columna con un chat si así el usuario lo desea, sin embargo, puede ser una opción innecesaria y generar mucho spam



Feed
Al incluir testimonios de sus clientes, la empresa gana confiabilidad y credibilidad con los nuevos potenciales consumidores

Figura 37: análisis del sitio web de UXDA

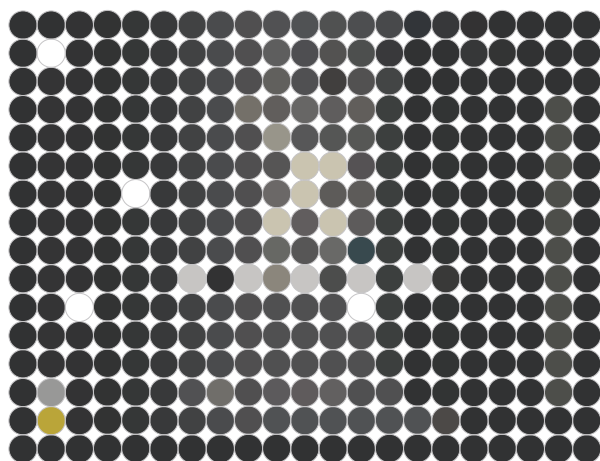


Menú principal

Desplegable, con las principales secciones del sitio web

Header

Logotipo, *catchphrase* imágenes alusivas



COLORES PREDOMINANTES

gris +95%

Como en el caso anterior, el color predominante se da por el header, mas toda la página se mantiene muy neutral con pocos elementos de resalte

TIPOGRAFÍA

Easy to Optimize

Iterable enables optimization of all campaign variables. Marketers don't need to be data scientists to get the most out of their efforts.

Have Questions?

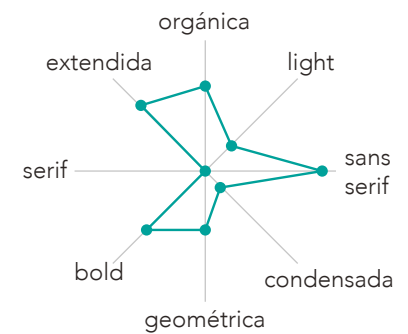
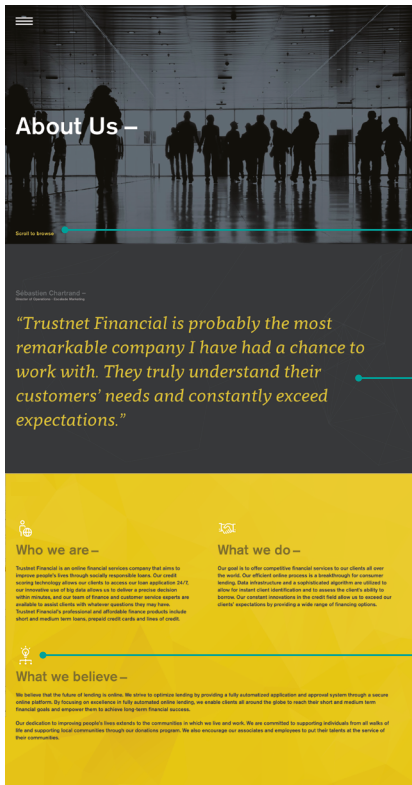


Figura 38: análisis del sitio web de Trustnet Financial



About Us –

“Trustnet Financial is probably the most remarkable company I have had a chance to work with. They truly understand their customers' needs and constantly exceed expectations.”

Who we are –

Trustnet Financial is an online financial services company that aims to improve people's lives through simple, accessible loans. Our great service, technology platform and access to loan capital, 24/7, our innovative use of big data allows us to deliver specific financial offers, reduce risk and our team of Finance and customer service experts are available to assist with any queries you may have. Trustnet Financial's professional and affordable finance products include short and medium term loans, interest credit cards and loans of credit.

What we do –

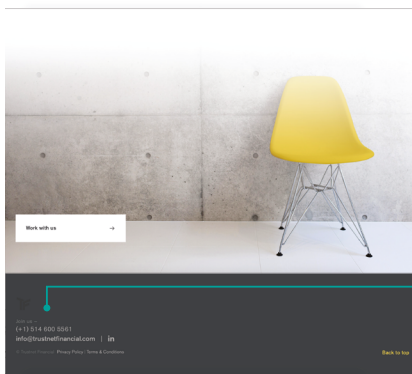
Our goal is to offer competitive financial services to our clients all over the world. Our efficient online process is a breakthrough for customer service. Our infrastructure and a sophisticated algorithm are critical to making these services available and to ensure the highest quality of service. Our constant innovation in the credit field allows us to extend our client relationships by providing a wide range of financing options.

What we believe –

We believe that the future of lending is online. We strive to optimize lending by providing a fully automated application and approval system through a secure online platform. By focusing on convenience in the automated online service, we enable clients all around the globe to reach their short and medium term financial goals and empower them to achieve long term financial success. Our dedication to ensuring people's lives extends to the communities in which we live and work. We are committed to supporting individuals from all walks of life and supporting local communities through our charitable program. We also encourage our associates and employees to put their talents at the service of their communities.

The team –

What started as an innovative vision turned into a new financial services standard based on advanced financial technology. Our Trustnet team is composed of great leaders with many years of combined experience.



Work with us →

(1) 514 800 5581
info@trustnetfinancial.com | in

Back to top

Indicaciones

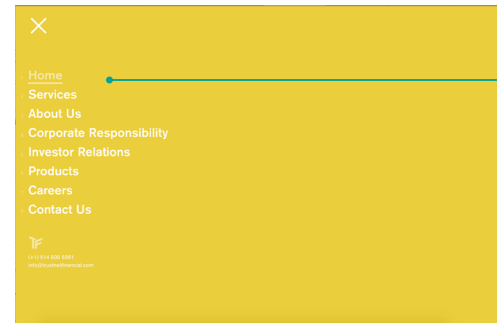
Elemento que le permite al usuario saber que hay más contenido

Layout

A pesar de casi no tener gráficos, se juega con el texto para darle dinamismo al sitio web

Iconografía

Iconografía simple y fácil de entender



Menú principal

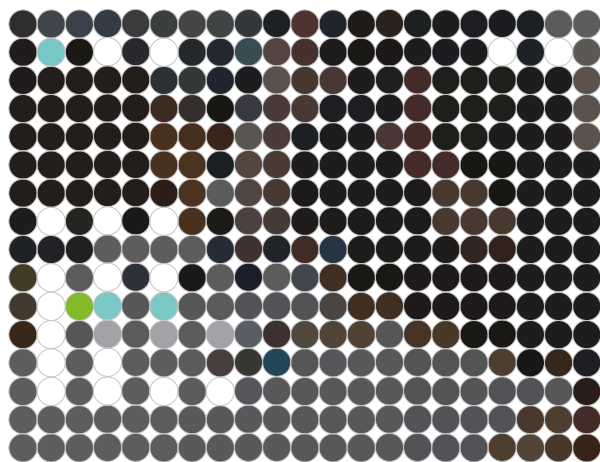
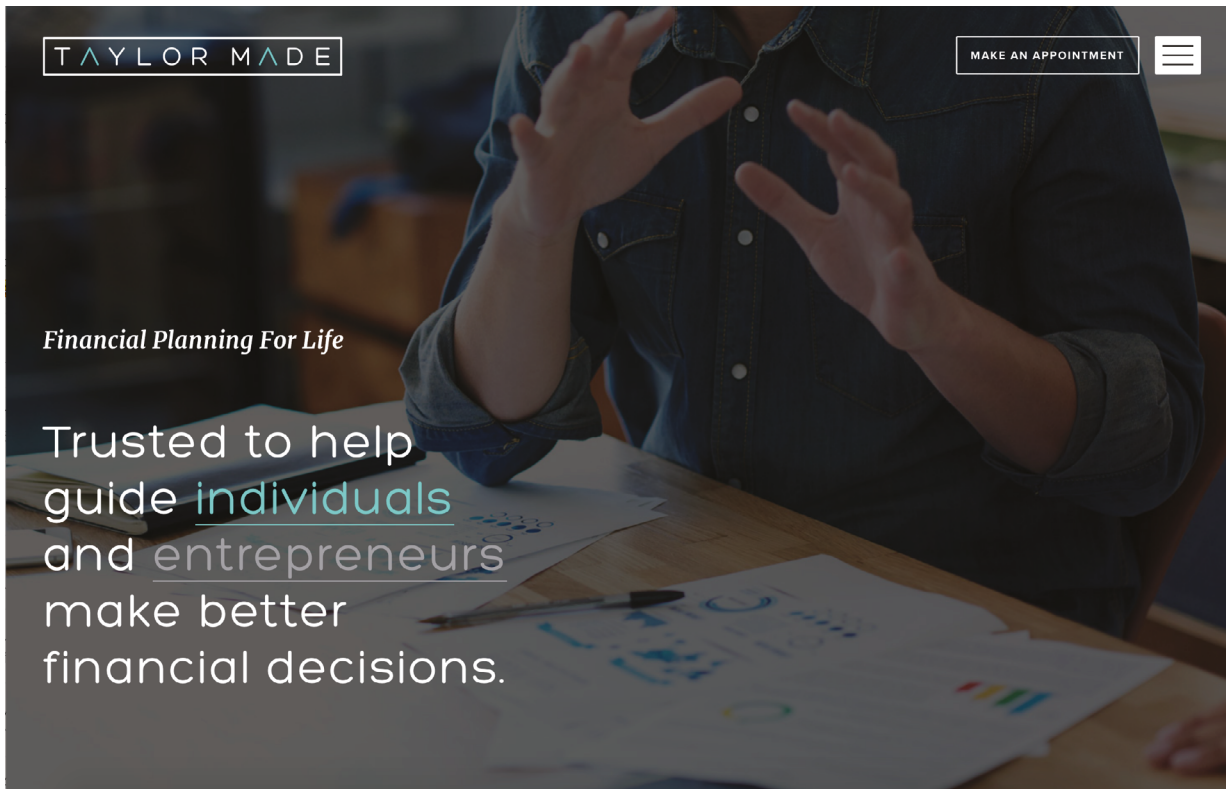
El menú principal desplegado toma toda la pantalla; se requiere un click extra para acceder a el, a diferencia de las demás páginas analizadas

Footer

Información de contacto y copyright

<http://www.trustnetfinancial.com>

Figura 39: análisis del sitio web de Trustnet Financial



COLORES PREDOMINANTES

gris +95%

Nuevamente, el color predominante se por el tratamiento de la imagen en el header; mas cabe destacar el turquesa por su resalte

TIPOGRAFÍA

We keep things simple, putting you in control so you can make informed choices about how best to manage your money.

Plan

Understand your financial situation and how you can achieve your goals.

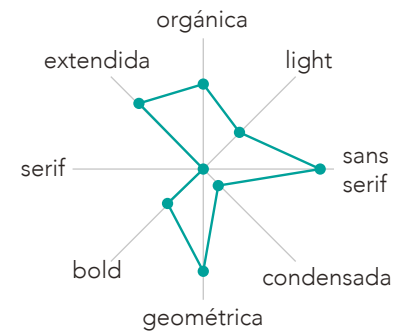


Figura 40: análisis del sitio web de Taylor Made



Gráficos

Se mantiene el manejo de imágenes con máscaras de opacidad que bajan la saturación y luminosidad de los colores

See How We Stack Up

We look forward to getting to know you a bit more. Before we do, here's a little more information about us.



Trusted

Our clients and their families trust us to give expert and unbiased advice and create dynamic strategies to help them realize their financial goals.



Different

We stand out from the crowd, confidently delivering a service that reaches beyond the industry standard and the expectation of our clients.



Inspired

We use our knowledge and experience to provide you with a unique and flexible solution to help you realize your goals.

Iconografía

Iconografía simple y fácil de entender



Adrian Taylor

Partner - Business Development

Adrian has a proven track record providing good quality financial planning and tax a pleasure for giving specialist advice and guidance to professional sports people. Adrian spends much of his time building relationships with other professional services business, helping them understand the value of Financial Planning and identifying services essential to our clients.



Layout

Se alterna la ubicación de las fotografías y el texto; gran consistencia con el manejo de los gráficos



Pamela Murphy

Partner - Investment & Financial Planning Strategist

Pamela is known for challenging the status quo and seeking products and services for TMFP's clients that will make a real difference to their financial wealth. Pamela has experience working on complex financial planning strategies and with clients going through big changes, such as divorce and bereavement. Pamela is also a voice for TMFP and is passionate about driving change in the financial services industry.

Annette Hender

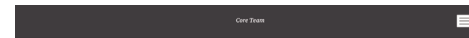
Partner - Managing Partner

Annette has 20 years experience in the industry and is a qualified Chartered Financial Planner. Annette's passion is about driving up standards in the financial services industry and creating an environment where financial services professionals can grow and thrive, supporting clients to take control and improve their financial health.



Footer

Información de contacto y copyright



The entire TMFP team has been built from people who share the same values and ethics and a shared goal to deliver beyond industry standard and client expectation.



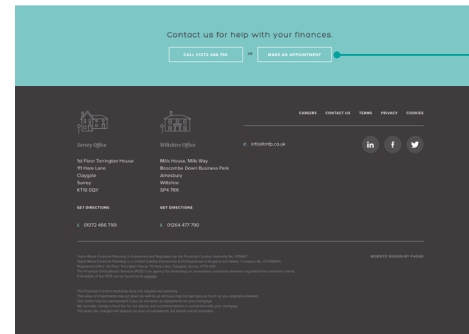
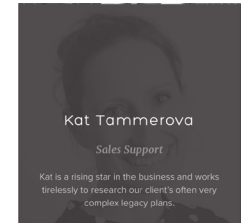
Join Us

Thank you're in! Then we'd love to hear from you.

ASK OUR TEAM

Interacción

El mouseover despliega más información para el usuario



Feedback

El mouseover le deja saber al usuario que hay interacción disponible (click) y esta es muy notable

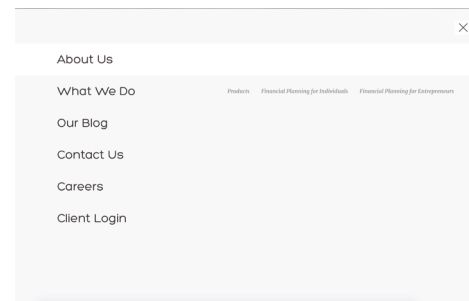


Figura 41: análisis del sitio web de Taylor Made

10.7 | CONCLUSIONES

VENTAJAS

- Al igual que en el análisis anterior, el contenido de los sitios es familiar para el usuario y le brinda facilidad de ubicación; y el anclaje del menú principal resulta útil para mantener el acceso a información relevante en todo momento.
- Se nota una gran consistencia en el manejo de los elementos y secciones de los sitios analizados.
- Las interacciones con el usuario son muy claras, lo que facilitan la navegación para el mismo.
- El acercamiento iconográfico de los sitios es muy simple y fácil de entender, lo que permite reforzar el contenido.
- Hay diversas estrategias para agregar dinamismo al sitio web, como mostrar información de manera interactiva o utilizar una retícula dinámica para diagramar la página web.

DESVENTAJAS

- En algunos sitios, se requiere un 'click' extra para acceder a las secciones del menú principal, lo que entorpece la navegación en una computadora; en caso de versiones móviles, sí se considera un patrón.

10.8 | MÍNIMOS COMUNES

	LFS	Inspiring Development	Financial Access	IPC	GFA	Frankfurt School of Finance and Management	Enclude	BFC	MicroSave	Iterable	UXDA	TrustNet	TaylorMade	
	competencia directa									otros sitios				
búsqueda		●	●		●	●	●		●					6/13
menú principal siempre visible	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●			10/13
submenús en secciones	●			●	●	●		●						5/13
about us	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	13/13
news/blog	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	11/13
feed (live o con comentarios predefinidos)								●		●	●			3/13
showcase	●		●	●	●	●		●		●	●		●	9/13
vacantes	●			●	●	●		●	●			●		7/13
información de contacto	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	13/13
links a redes sociales			●	●			●	●	●	●	●	●	●	9/13
facebook			○	○			○	○	○	○	○	○	○	
twitter			○	○			○	○	○	○	○	○	○	
linkedin			○	○			○	○	○	○	○	○	○	
cambio de idioma		●		●		●								3/13
temas resaltados	●						●							2/13
clientes/socios	●			●					●			●		4/13
servicio/producto	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	13/13

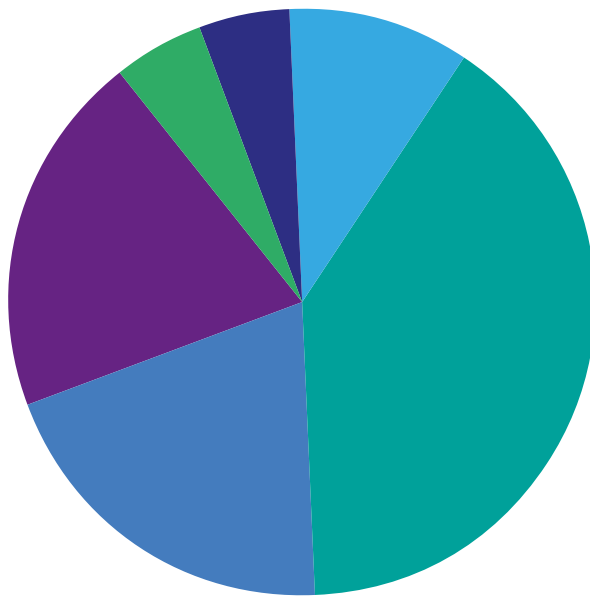
● 100%

● 60% o más

○ menor al 60%

Figura 42: análisis de mínimos comunes

10.9 | CARACTERIZACIÓN DE VISITAS EN EL SITIO WEB



- interesados en staff
- interesados en microeconomía
- buscando empleo
- posibles clientes
- clientes actuales o socios
- accidentales

Figura 43: porcentajes y tipos de usuarios según estimaciones del comportamiento del sitio web de la empresa, P. Shoeneborn

● 5% | interesados en staff

buscan averiguar sobre otras persona

Secciones de interés (del sitio actual):
about us, staff
*no se consideran realmente usuarios

● 5% | interesados en microeconomía

llegan al sitio debido a su interés en el tema, desconocen la empresa
buscan conocer más sobre el tema o sobre qué están realizando las empresas

Secciones de interés (del sitio actual):
about us
our work
news
project experience
distinctive features

● 20% | buscando empleo

pueden conocer o no la empresa
buscan ver las vacantes

Secciones de interés (del sitio actual):
careers
our work
about us

● 20% | posibles clientes

conocen la existencia de la empresa mediante un contacto previo
buscan saber más de la empresa, que proyectos realizan
son clientes potenciales

Secciones de interés (del sitio actual):
about us
distinctive features

● 40% | clientes actuales o socios

ya conocen a la empresa y están involucrados con ella
buscan mantenerse al día con las nuevas noticias o proyectos de la empresa
ver el impacto que tiene la compañía
ver el progreso

Secciones de interés (del sitio actual):
news
project experience
our work

● 10% | accidentales

encuentran el sitio por error

Secciones de interés (del sitio actual):
about us
*no se consideran realmente usuarios

10.10 | ANÁLISIS DE PERSONAS

De acuerdo con la caracterización de las visitas al sitio web, se agrupan los usuarios en tres categorías, que procederán a ser las personas en las que se basará el proyecto.



USUARIO INVOLUCRADO

Ingrid Gouled

Vice presidenta del departamento de Asia del Este

Motivaciones

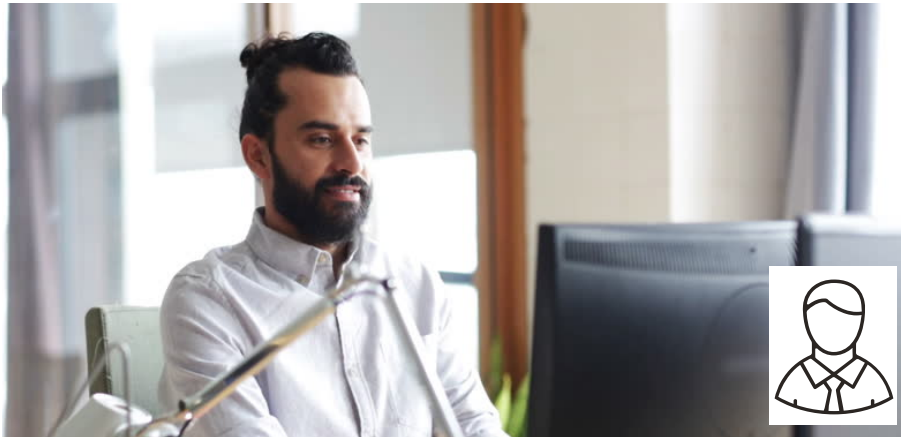
Al estar involucrada con LFS Advisory y tener proyectos en conjunto, desea ver el impacto que han tenido los proyectos en conjunto, qué hay de nuevo en la empresa para próximos proyectos y mantenerse al tanto con las noticias.

Necesidades

Mantenerse al tanto con noticias y proyectos, ver el impacto que los proyectos en conjunto han tenido, conocer los nuevos ámbitos de influencia en la compañía.

Escenario

Gouled está a cargo de un proyecto en Fiji que involucra un estudio de factibilidad; ella ya ha coordinado proyectos con LFS Advisory, conoce como funciona y le gustaría que sea la empresa asesora en el proyecto, entonces quiere ver si LFS ya ha trabajado en el área y revisar que proyectos han realizado con estudios de factibilidad.



USUARIO COMO PROSPECTO CLIENTE

Diwakar Tafara

Jefe del departamento de comunicaciones y divulgación

Motivaciones

Debe buscar soporte y consultoría para los proyectos de la empresa; además de mantenerse al tanto de las noticias en el ámbito de economía y microeconomía.

Necesidades

Conocer las generalidades de la empresa, que proyectos han realizado, que es lo que los distingue de los demás y cuales son sus ventajas competitivas.

Escenario

Diwakar conoció sobre LFS Advisory en una conferencia y busca una empresa de consultoría para el próximo proyecto de su lugar de trabajo que requiere un estudio de riesgo y un plan de negocios con proyección a tres años en Kozovo; por lo que desea averiguar quienes son LFS Advisory y cuales son sus ventajas por sobre sus competidores para ayudarlo en la selección de la empresa consultora.



USUARIO EN BUSCA DE EMPLEO

Stephen Kraft

Contador, recién graduado

Motivaciones

Al ser un recién graduado, está en busca de un empleo en su área de estudio y desea trabajar en una empresa en la que se sienta cómodo y con proyectos en su área de especialización.

Necesidades

Debe conocer sobre la empresa, obtener información sobre los proyectos que realizan y ver las vacantes disponibles.

Escenario

Stephen busca empleo en el área de contabilidad y un amigo le recomendó LFS Advisory. Él revisa la página para aprender de la empresa y sus proyectos, además de revisar si hay vacantes en su área y aplicar para el puesto de trabajo.

10.11 | ANÁLISIS DE NECESIDADES




				
	involucrado	no involucrado	busca empleo	notas
búsqueda	●	●	●	
generalidades de la empresa		●	●	
ventajas de la empresa		●	●	contribuye al proceso de toma de decisión
búsqueda de vacantes			●	
aplicar a un puesto de trabajo			●	
información de contacto (correo, tel., redes sociales)		●	●	
noticias recientes	●	●		
exhibición de proyectos	●	●	●	
filtros de proyectos	●	●	●	
filtros de vacantes			●	
clientes principales		●	●	contribuye al proceso de toma de decisión

Figura 44: análisis de necesidades según las personas definidas

10.12.1 | ANÁLISIS DE TRÁFICO

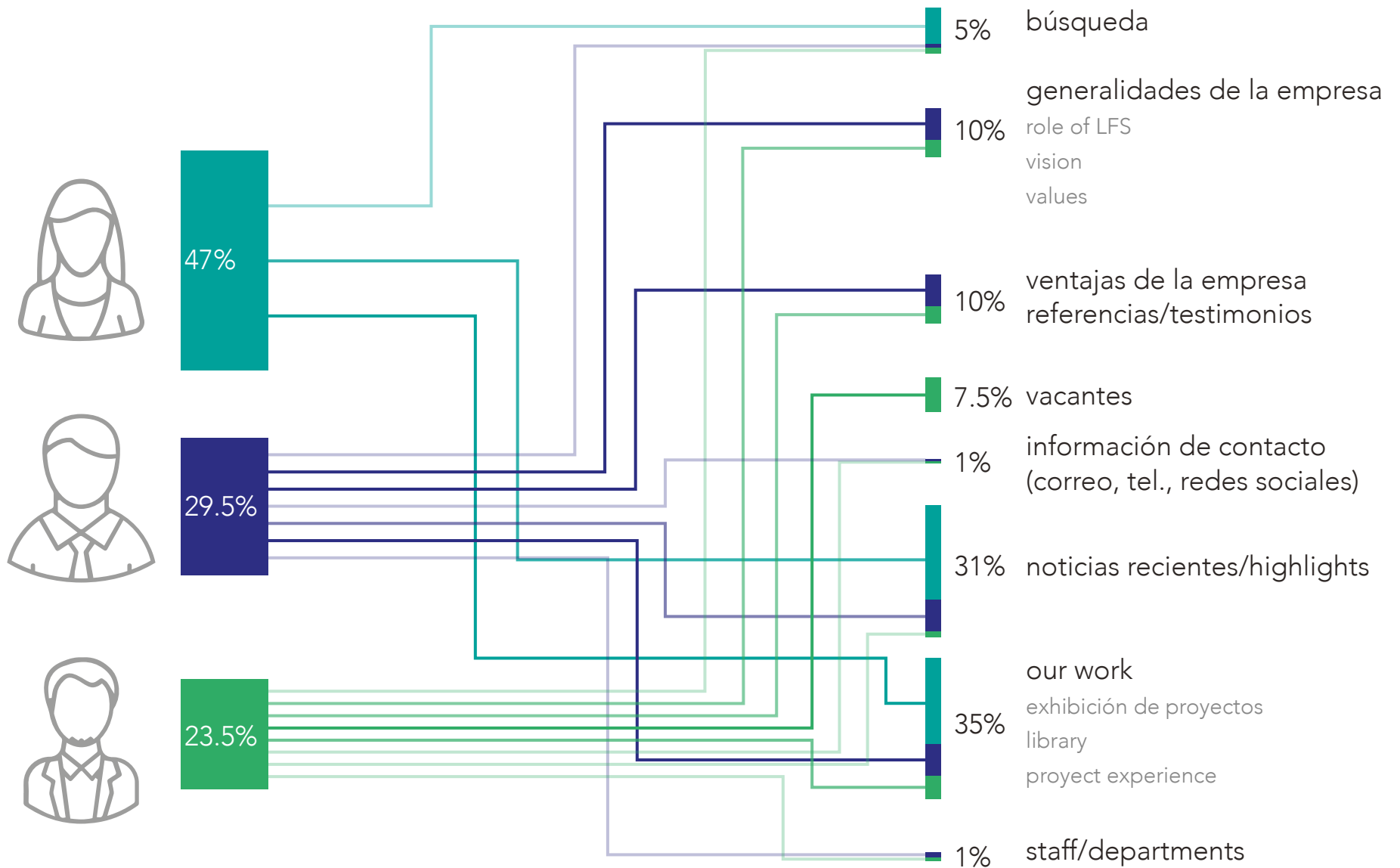


Figura 45: análisis de tráfico según las personas definidas

10.12.2 | DIAGRAMA DE PARETO

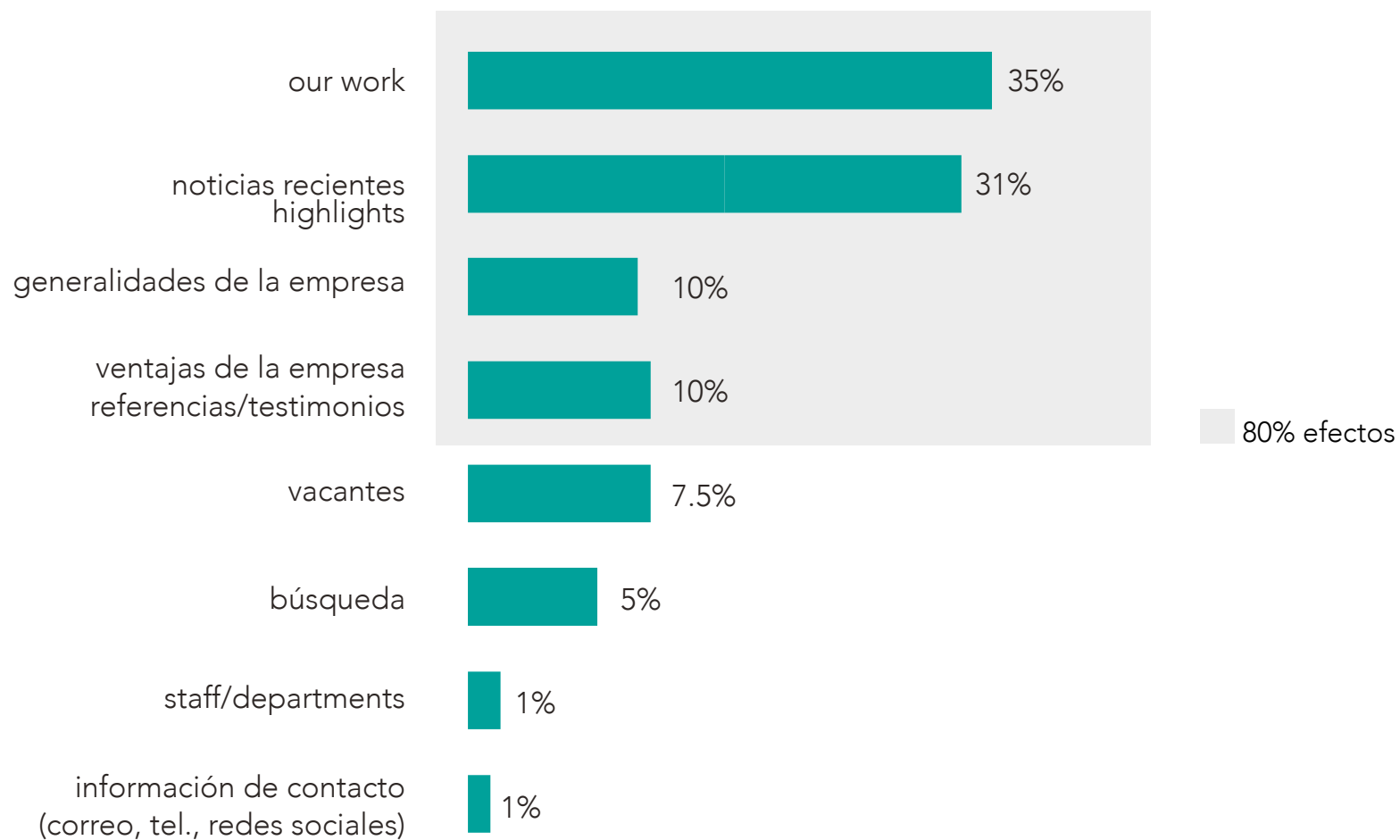
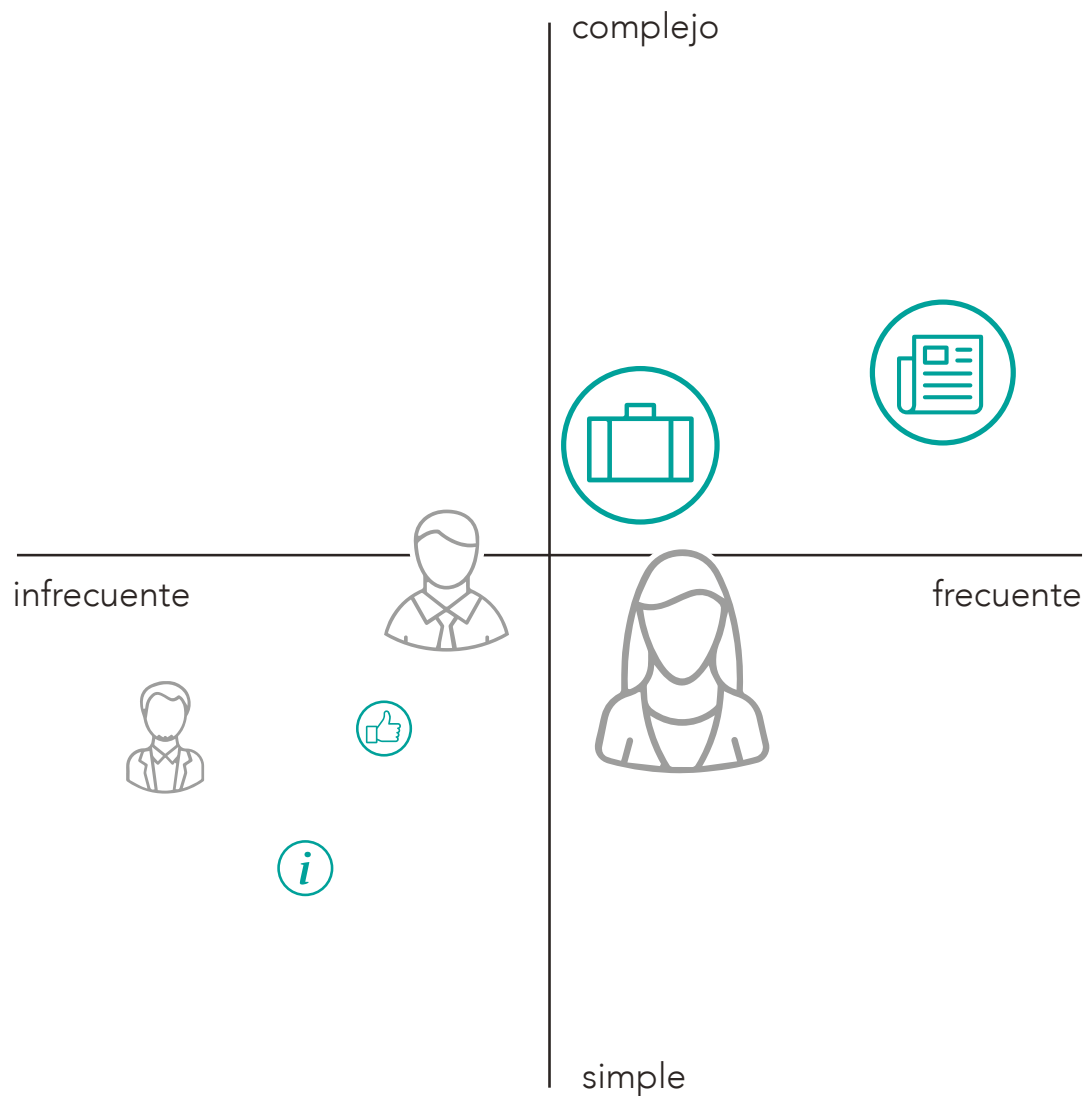


Figura 46: análisis de tráfico con diagrama de pareto según las personas definidas

10.12.3 | MAPA 2 BY 2










-  involucrado
-  prospecto cliente
-  busca trabajo
-  our work
-  recent news highlights
-  general company info
-  distinctive features references/testimonials

Figura 47: análisis de tráfico con mapa 2 by 2 según las personas definidas

Gracias al diagrama de Pareto se observa que el 80% de efectos (o 20% de causas) se da en cuatro necesidades o bien secciones del sitio web, en las que "our work" es la que mayor peso tiene, seguida por "noticias recientes"; y ambas son las únicas necesidades con caracteres complejos debido a la información que manejan, que hacen que el usuario deba conocer acerca de microeconomía para comprenderlas.

Las otras dos secciones, "generalidades de la empresa" y "ventajas" son de carácter más simple y poseen un uso y actualización poco frecuente; a diferencia de las dos primeras, en la que las noticias, por ejemplo, se actualizan y acceden de manera muy seguida.

En general, es una herramienta de uso simple y relativamente infrecuente; y la persona que más la utiliza es la que está involucrada con la empresa, principalmente por la necesidad de mantenerse al tanto con las nuevas noticias y proyectos.

10.13 | ARQUITECTURA ALPHA

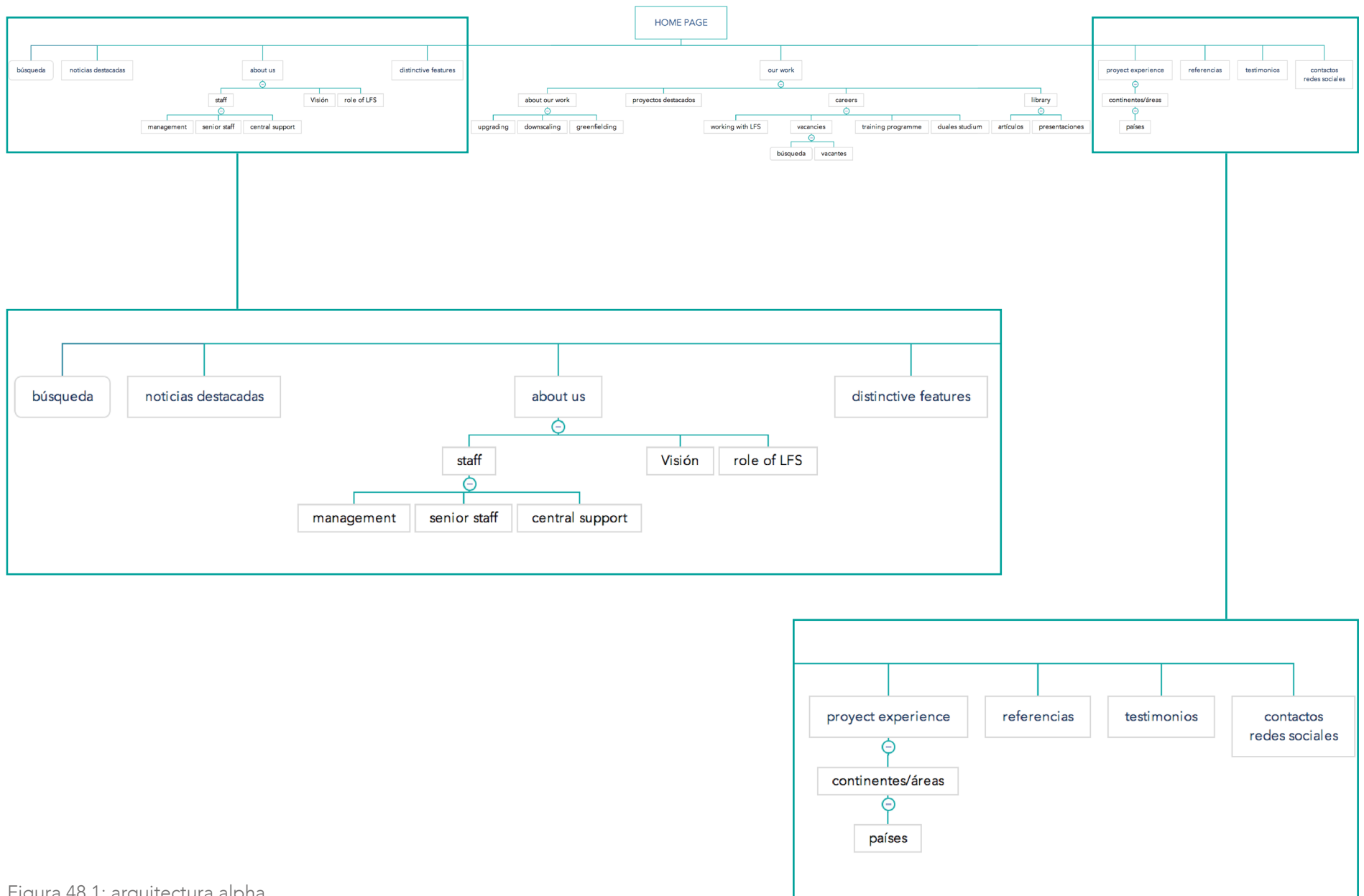


Figura 48.1: arquitectura alpha

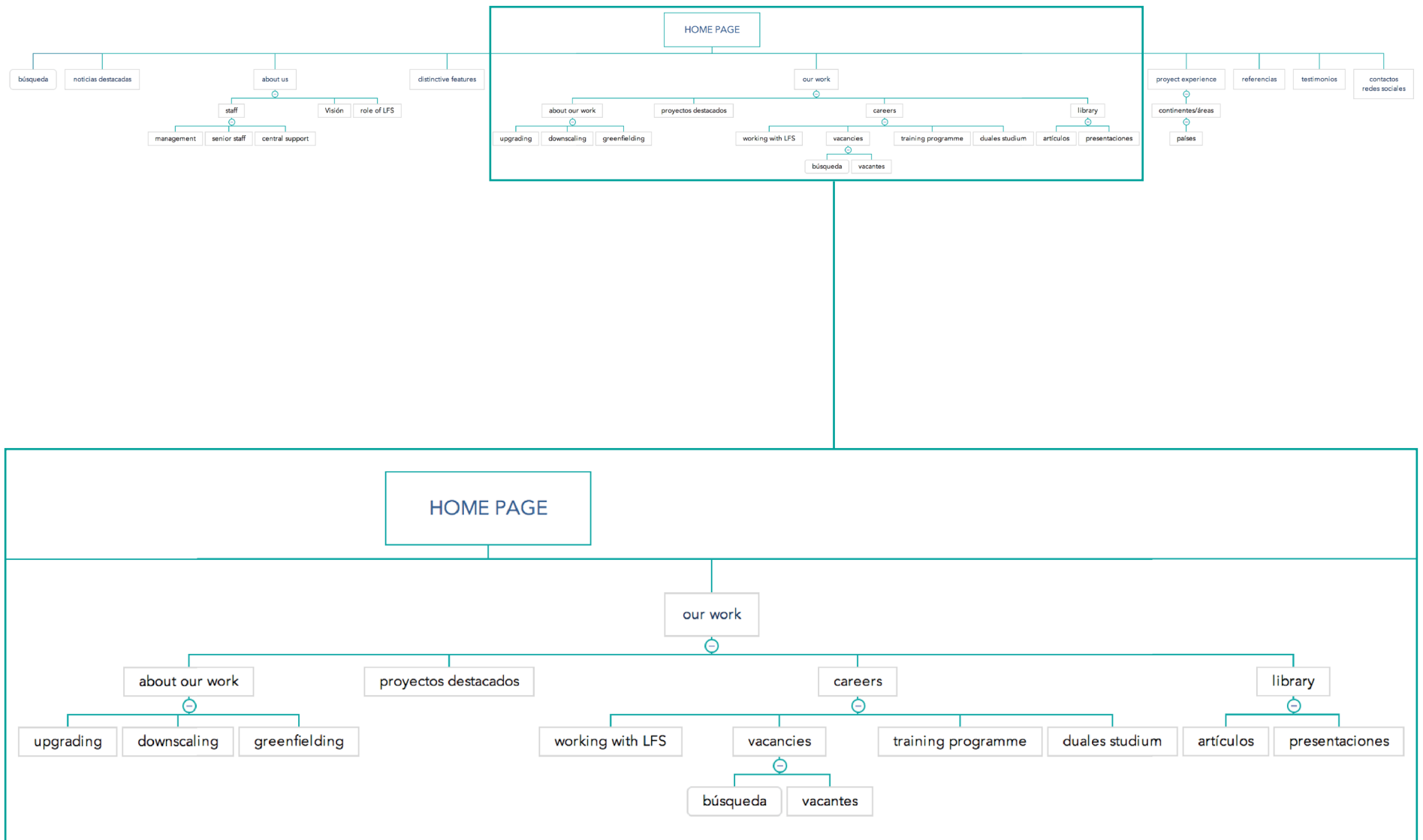


Figura 48.2: arquitectura alpha

10.14 | CARD SORTING

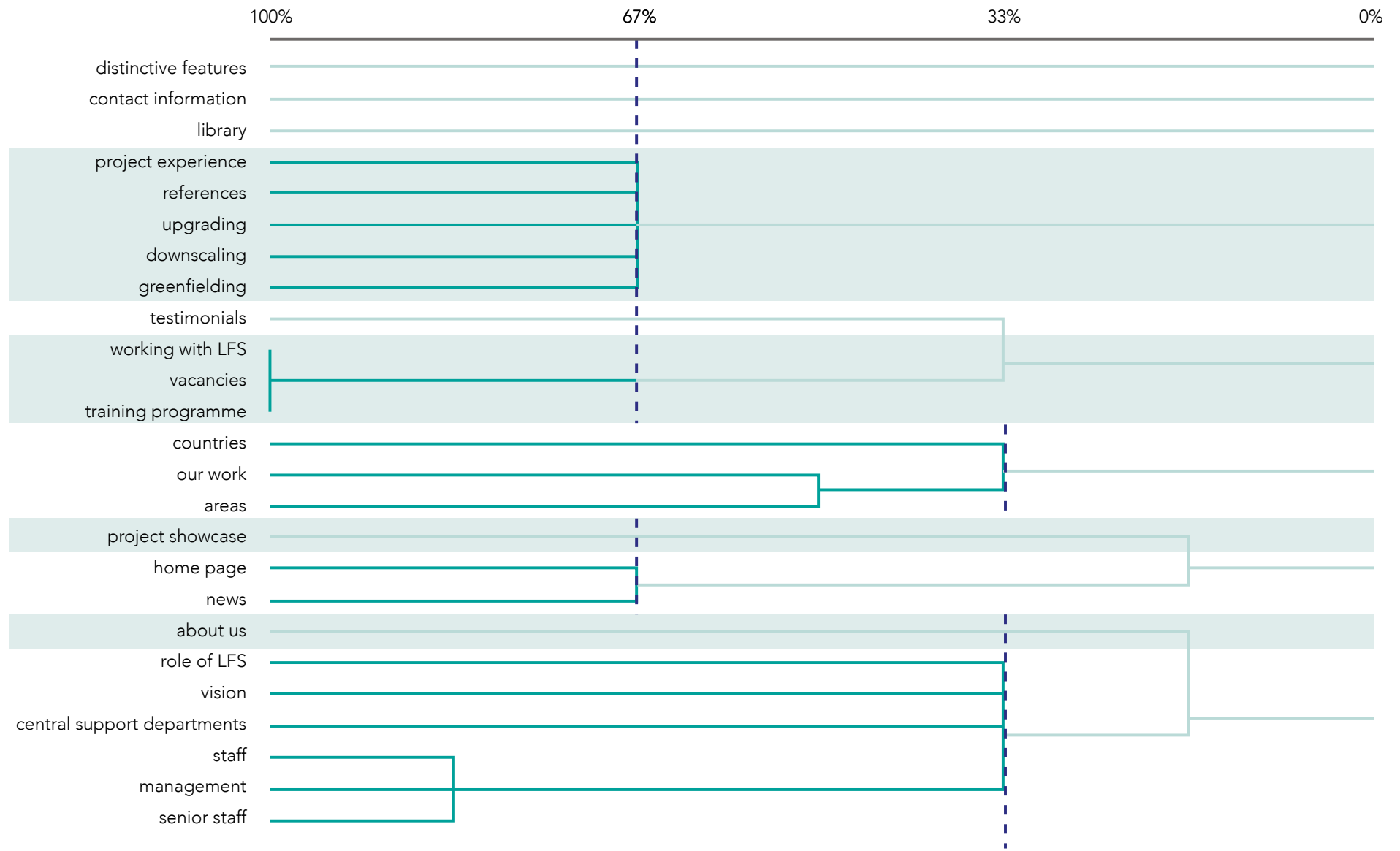


Figura 49: card sorting

Se realiza el card sorting con dos testers por persona, para un total de seis testers y los resultados se visualizan en el dendrograma de la izquierda. En este se muestran las categorías y grupos organizados por los testers; además de las dos particiones que se toman para modificar la arquitectura alpha (esta, con sus respectivos cambios se muestra en la siguiente página). Las tarjetas que no fueron agrupadas se toman como categorías individuales en la página de inicio.

En cuanto a la tarea, uno de los tester no involucrado con la empresa destacó la confusión con ciertos términos como "upgrading" y "greenfielding"; lo que dificultó la categorización de los mismo; mas en general si se logra definir un grupo para estos términos.

La tarjeta de "library" confundió a la mayoría de los usuarios, por lo que se debe generar un cambio de nomenclatura (y procede a llamarse "company publications"); también se obtuvieron varias sugerencias respecto al nombre de la categoría de "careers".

En general, se debe revisar la nomenclatura de diversos grupos, ya que varios de los términos que por su naturaleza de información y contenido, pertenecen a una de las categorías realizadas por los tester, no fueron agrupados como parte de las mismas.

10.15 | ARQUITECTURA ALPHA MODIFICADA

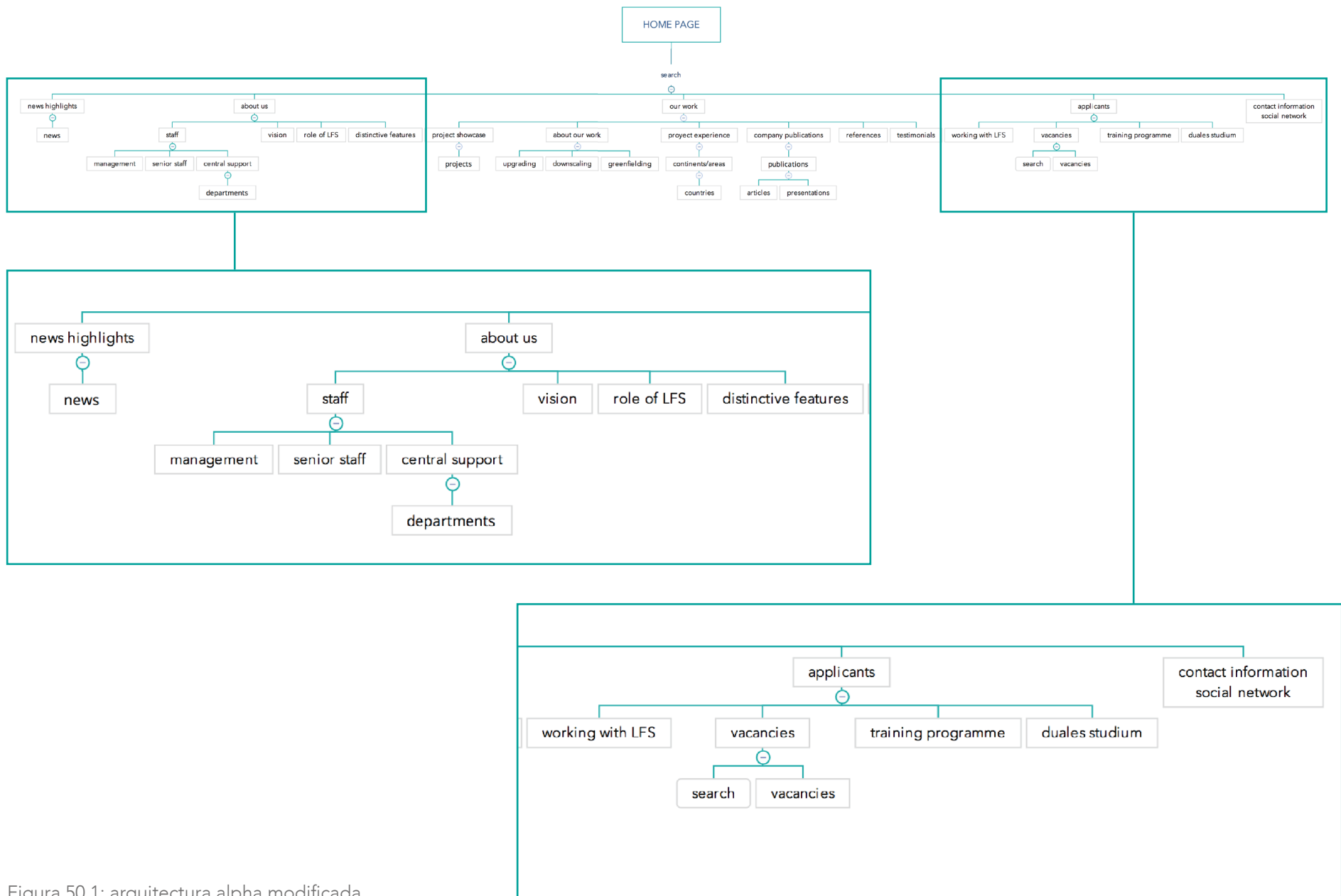


Figura 50.1: arquitectura alpha modificada

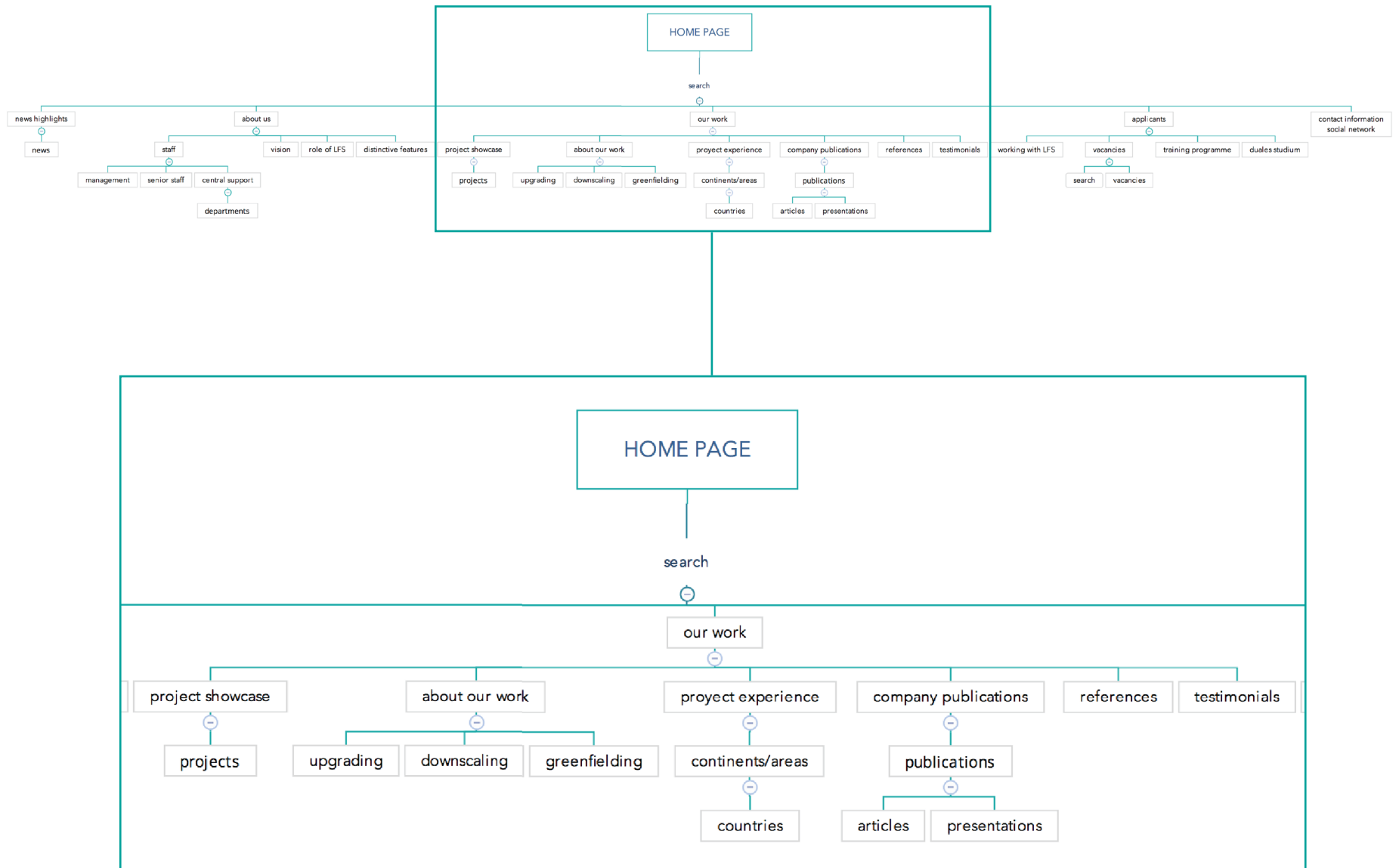


Figura 50.2: arquitectura alpha modificada

10.16 | NAVIGATION PATHS



Ver los proyectos destacados

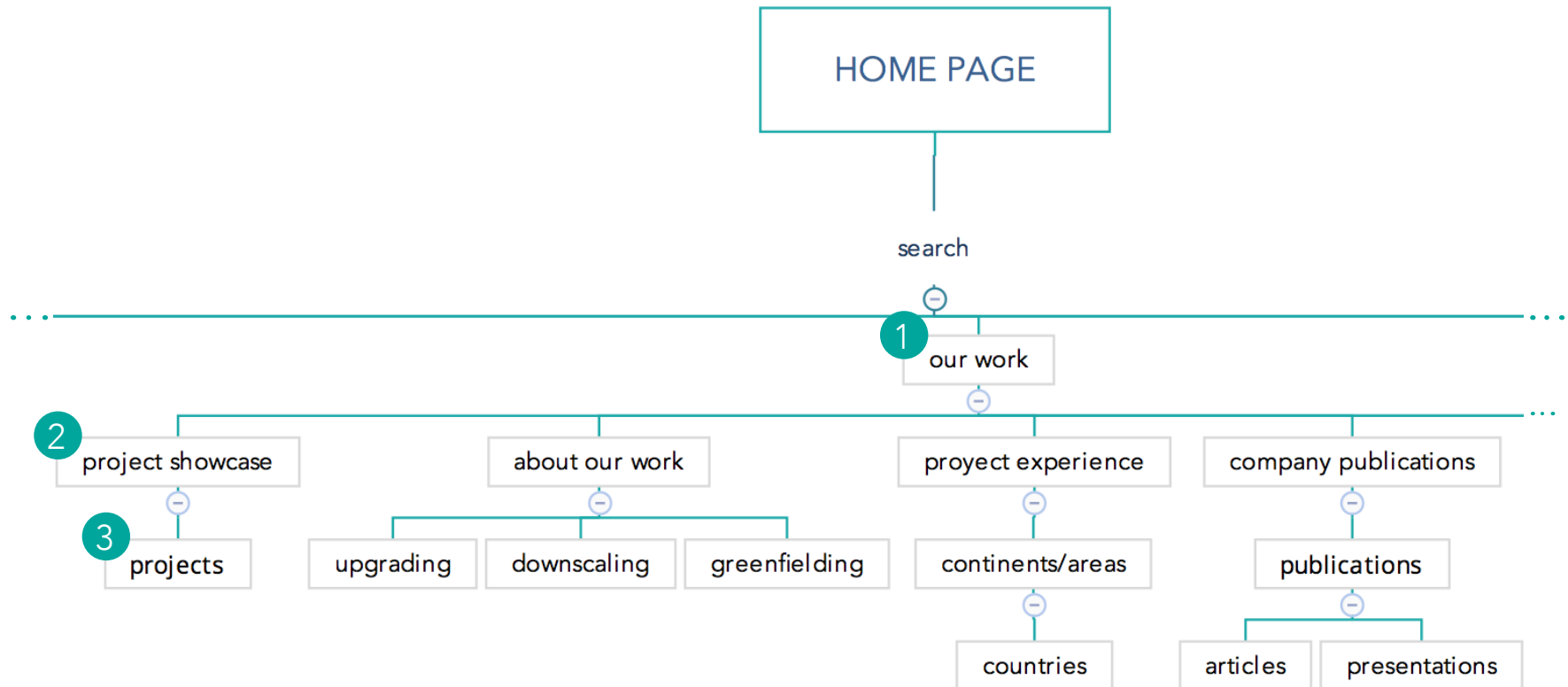


Figura 51.1: navigation paths



Conocer acerca de los lugares o áreas en los que han trabajado

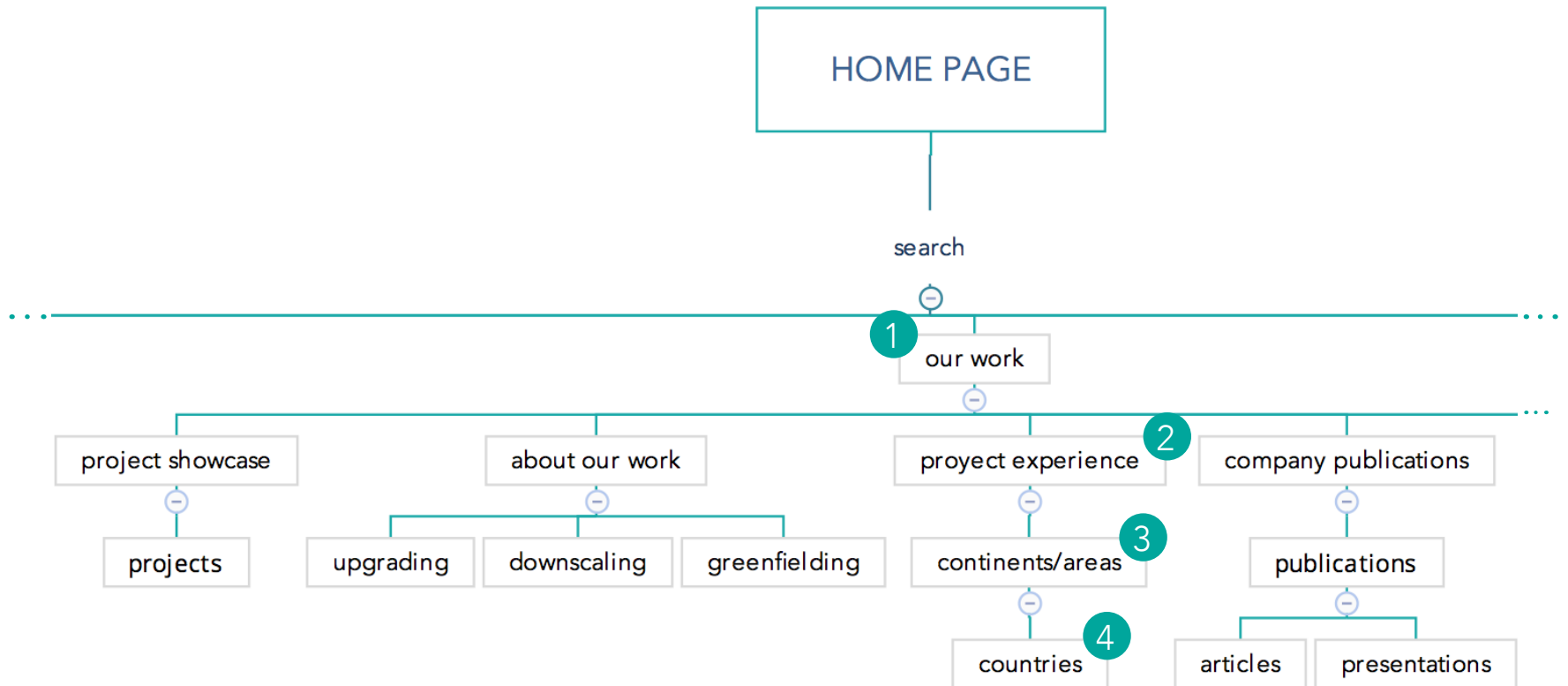


Figura 51.2: navigation paths



Ver la noticia más reciente

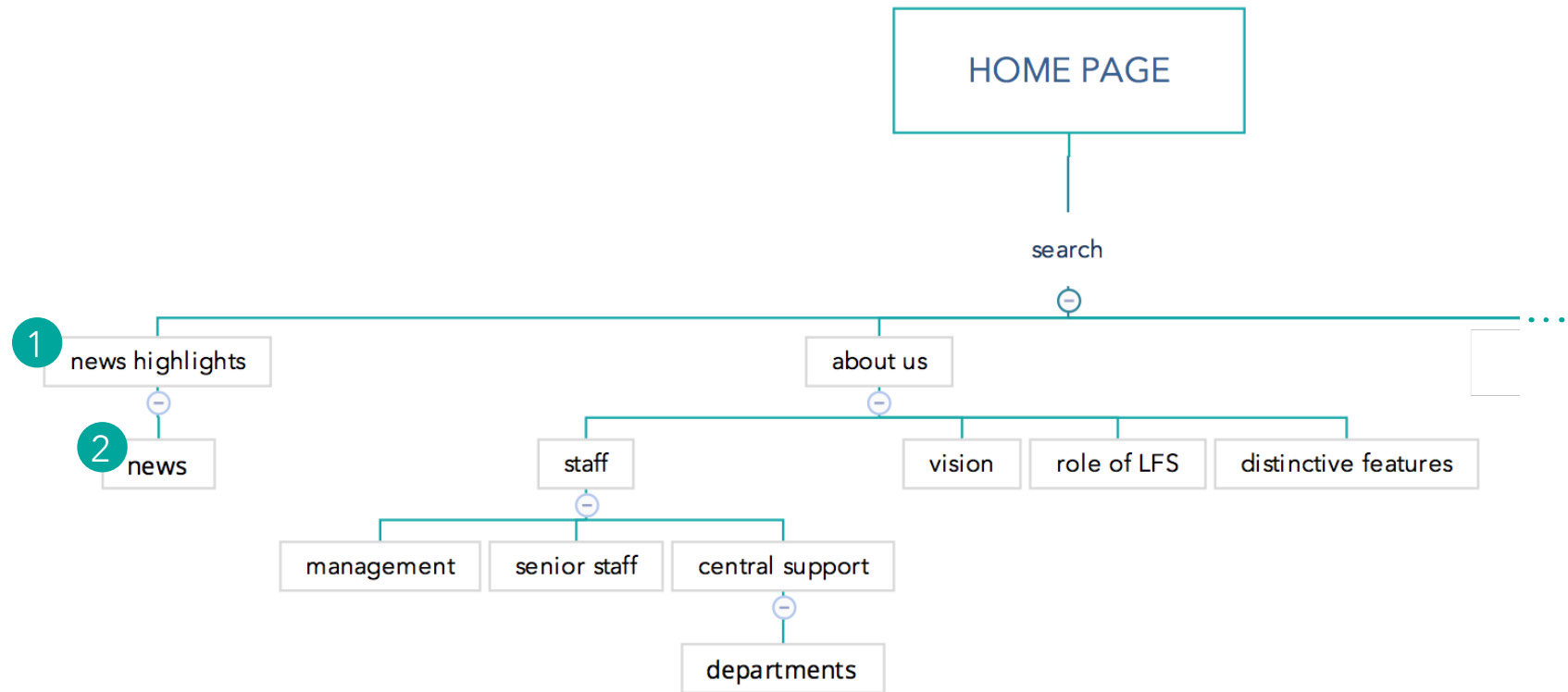


Figura 51.3: navigation paths



Conocer acerca de la empresa (about us)

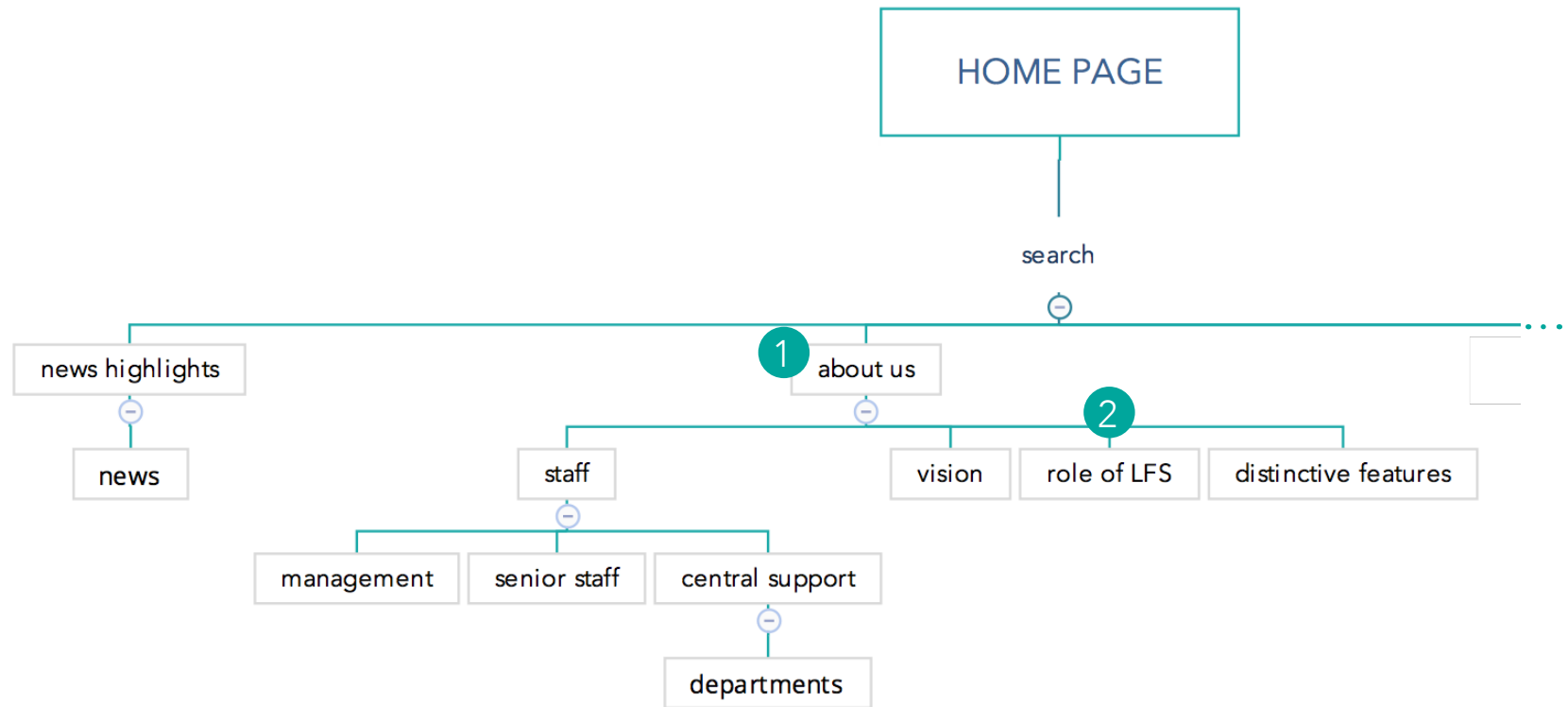


Figura 51.4: navigation paths



Conocer las ventajas de la empresa por sobre sus competidores

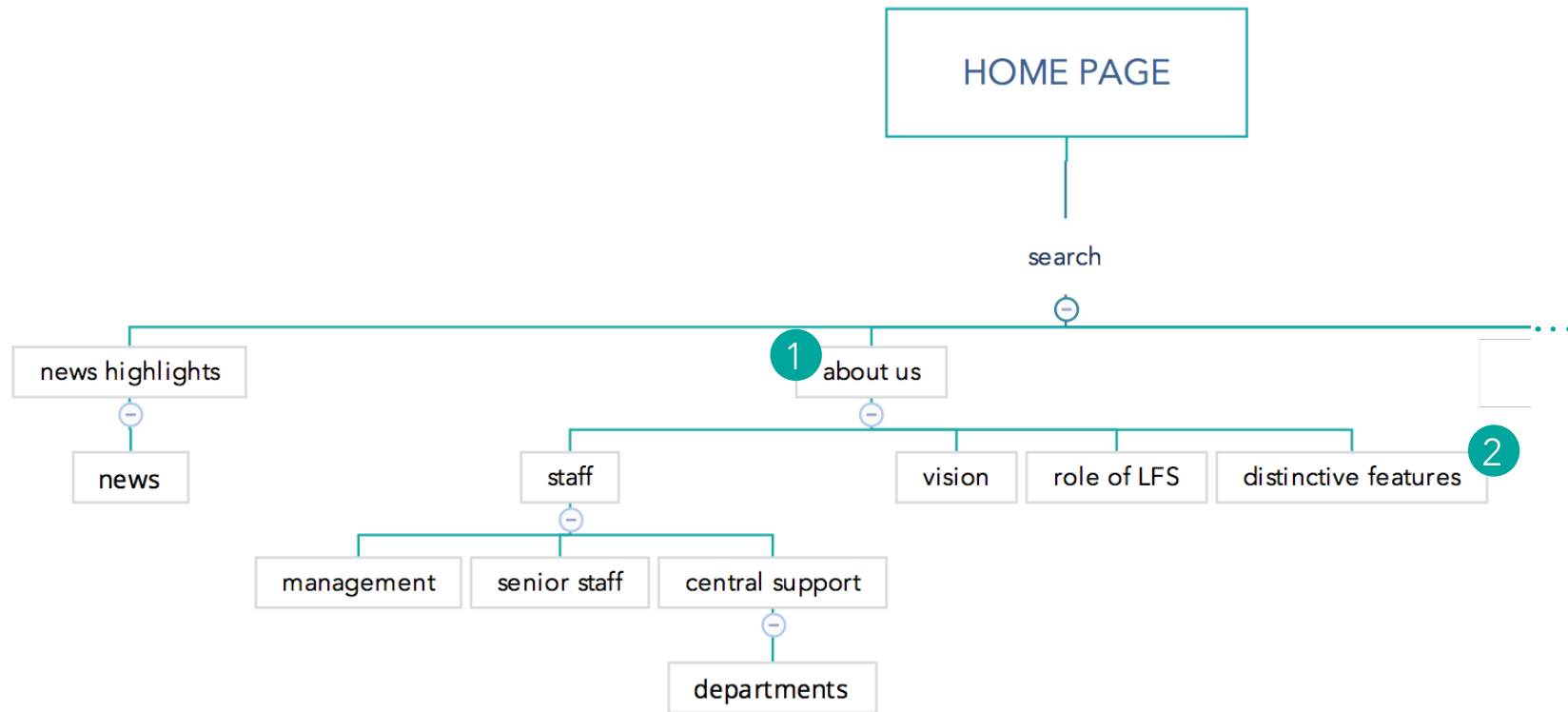


Figura 51.5: navigation paths



Ver referencias de los socios

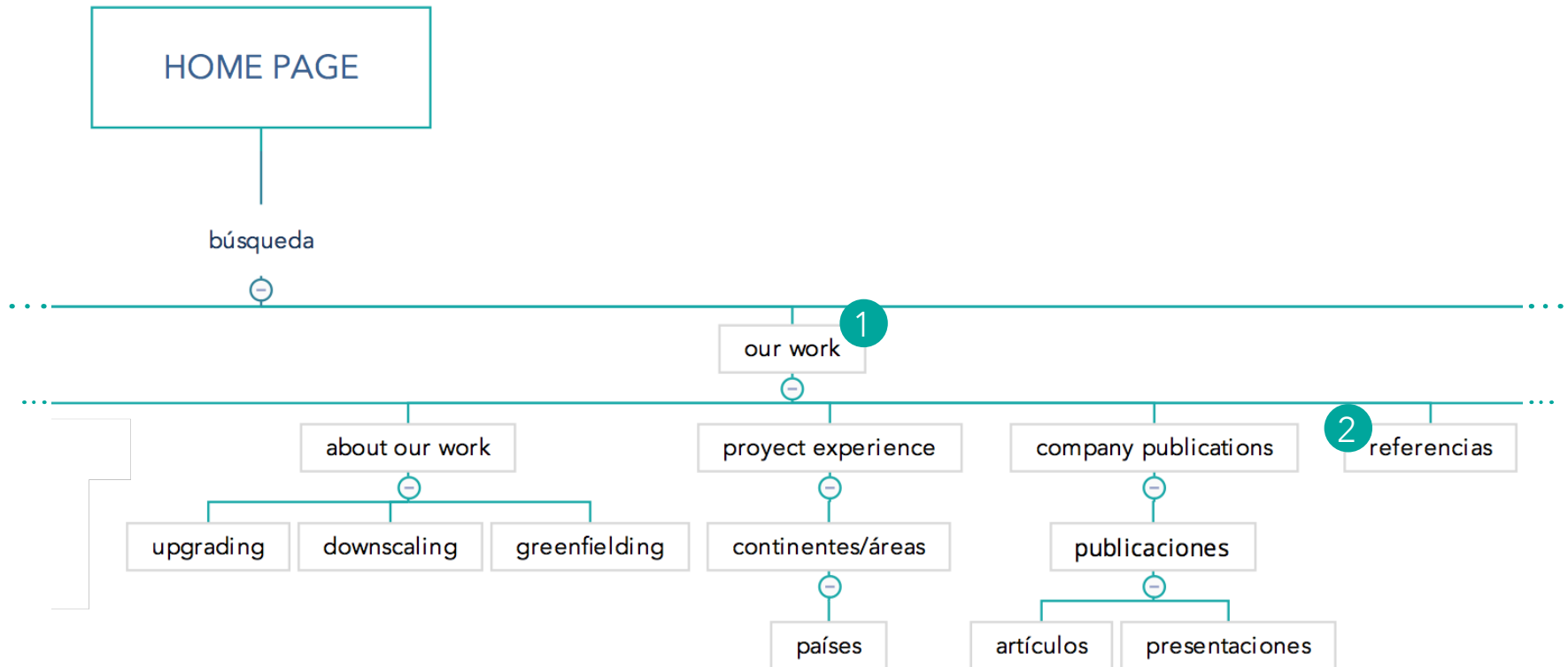


Figura 51.6: navigation paths

10.17 | WIREFRAMES

Se realizan wireframes para analizar la estructura general del sitio, que en este caso se da mediante una página principal en la que la mayoría del contenido se accesa mediante scroll; y páginas secundarias con información más específica.

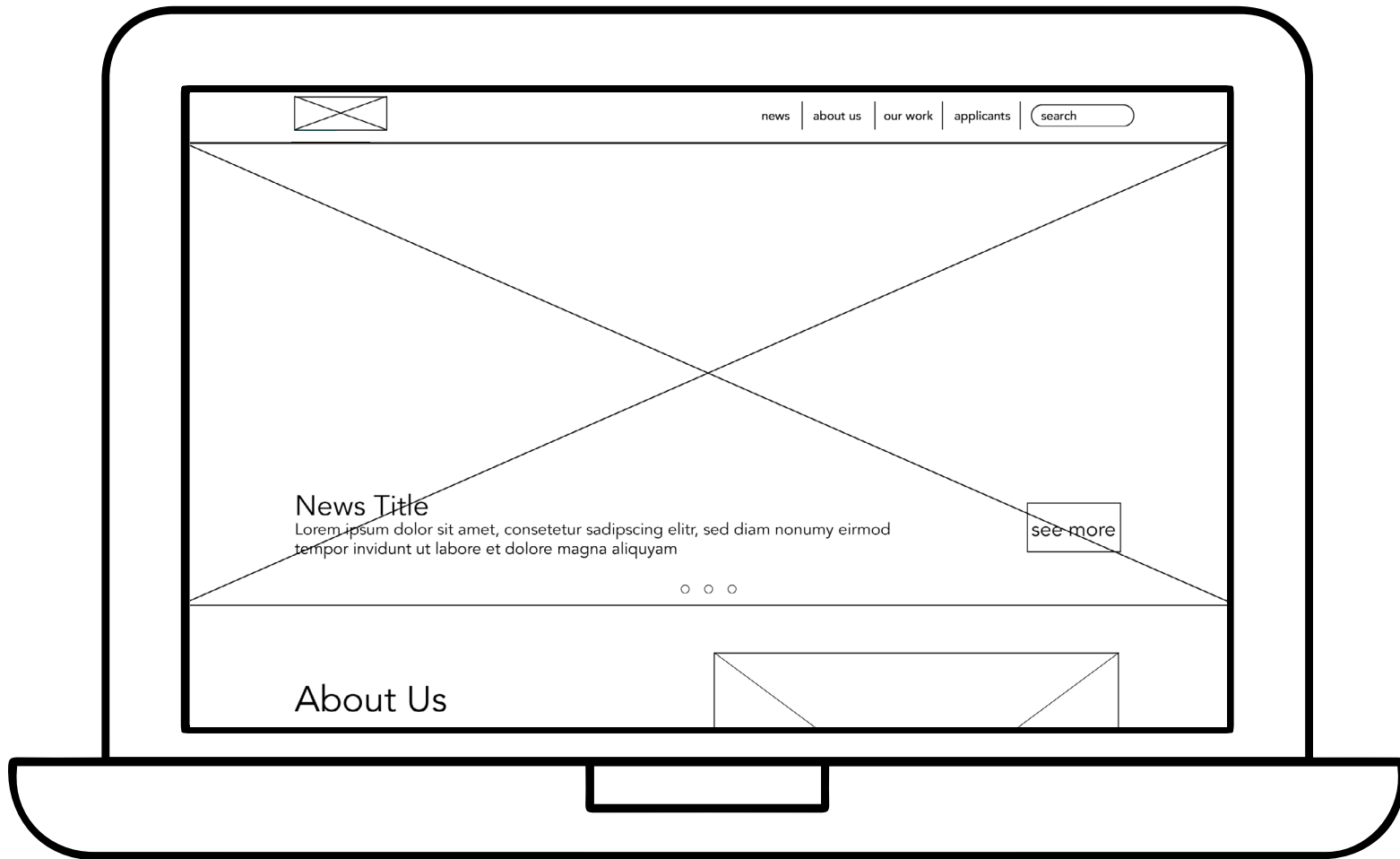
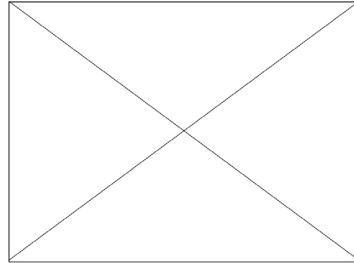


Figura 52: wireframes

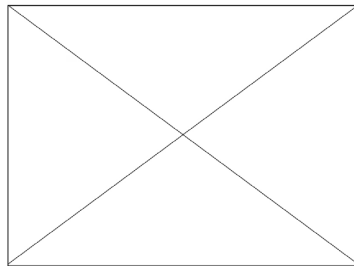
About Us

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita



Vision

“Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna”



Role of LFS Advisory

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita

our staff

Role of LFS Advisory

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita

our staff

Distinctive features



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.



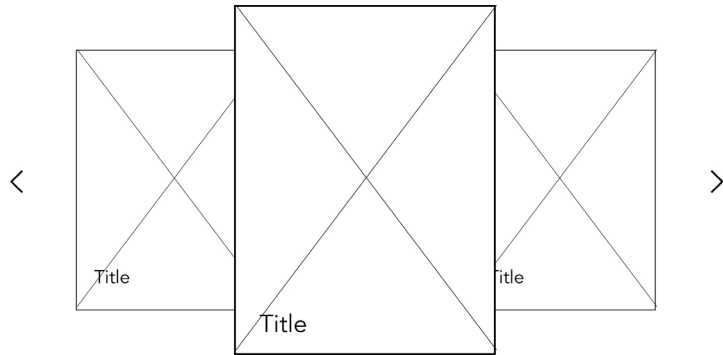
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.

Our work

Project showcase



all projects

company publications

About our work



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

see more



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

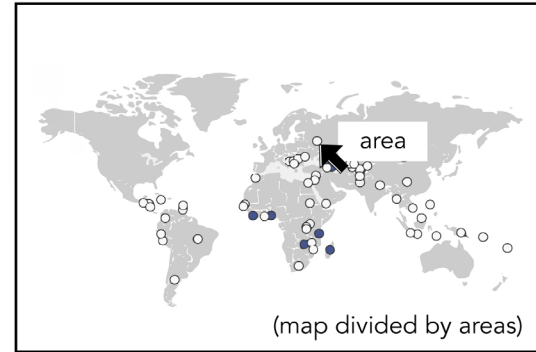
see more



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

see more

Project experience



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.

References



< *"Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna"* >

Testimonials

Jon Doe, Berlin

"Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna"

Jane Doe, Frankfurt

"Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna"

< *“Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna”* >

Testimonials

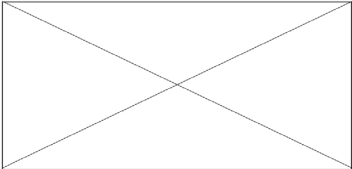
Jon Doe, Berlin *“Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna”*

Jane Doe, Frankfurt *“Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna”*

Applicants


Working with LFS

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit



vacancies training programme duales studium

+ 49 123 12345678
mail@lfs-advosory.de
Schönhauser Allee 10/11
10119 Berlin
Germany



La página de inicio contiene las secciones principales, divididas en subsecciones con información general de ellas.

news | about us | our work | applicants |

Staff

Management

		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd</p>
Name Position	Name Position	
Name Position	Name Position	Name Position

Senior staff

		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd</p>
Name Position	Name Position	
Name Position	Name Position	Name Position

Departments

		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd</p>
--	--	---

news | about us | our work | applicants |

Search results

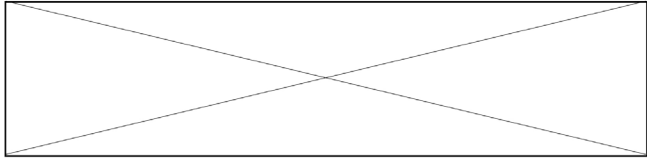
Title of section/article
in section

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Title of section/article
in section

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet

news | about us | our work | applicants |



Title of about our work section

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

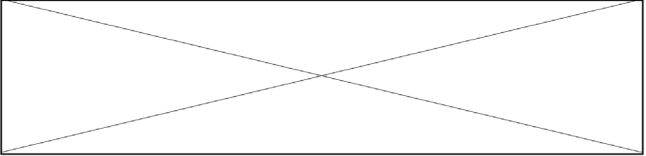
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor</p>
<input type="button" value="see more"/>	<input type="button" value="see more"/>	<input type="button" value="see more"/>

news | about us | our work | applicants | search

News/Projects/Publications (mismo layout)

<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr,</p>
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr,</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata</p>

news | about us | our work | applicants | search



Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

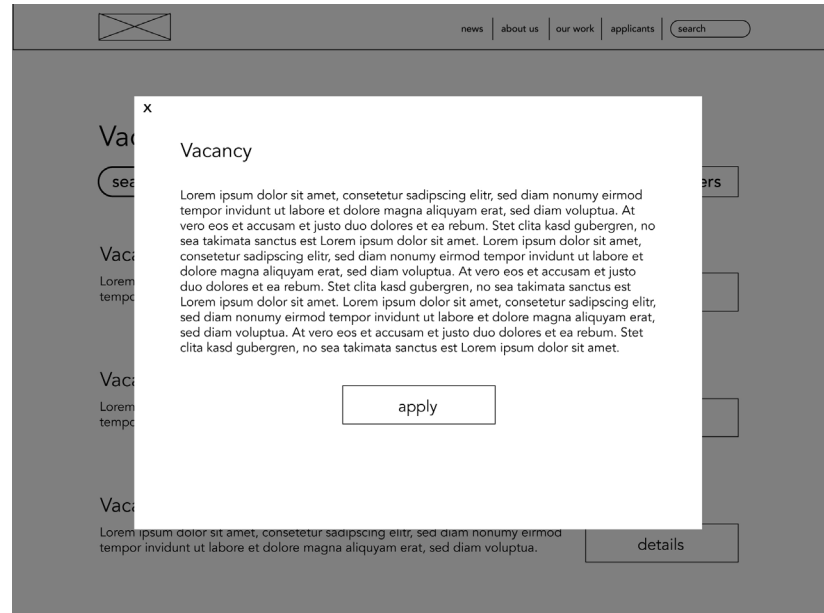
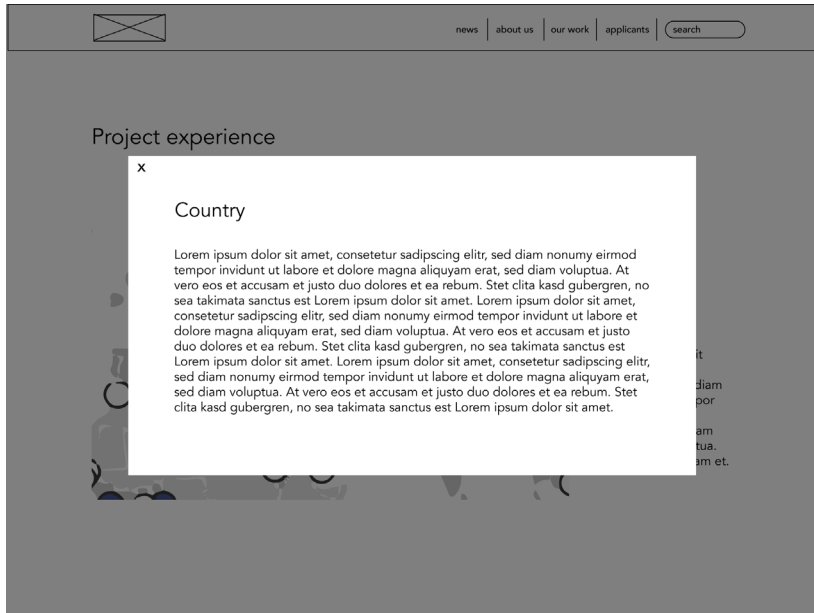
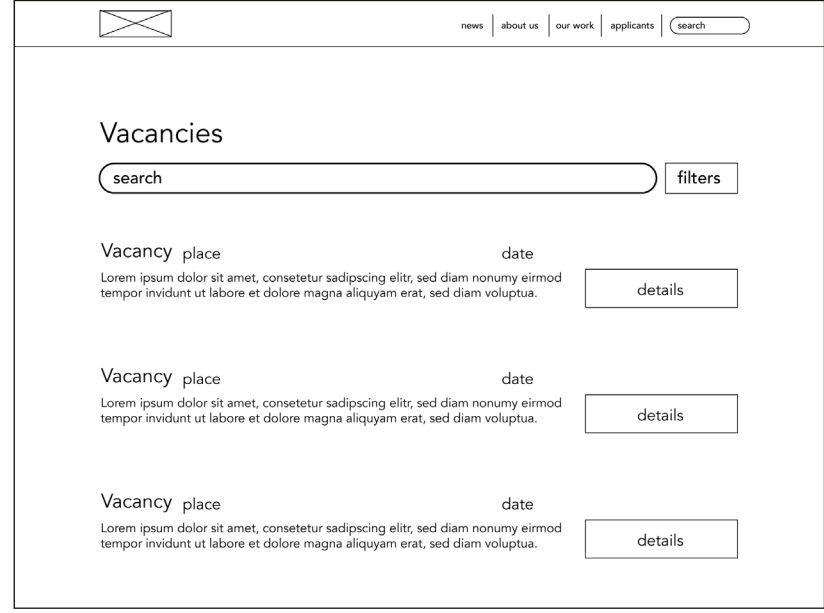
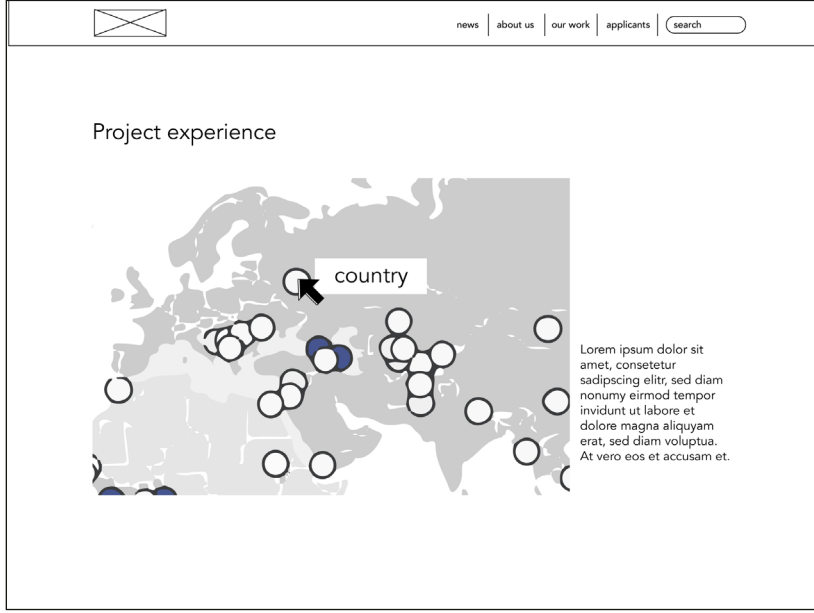
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

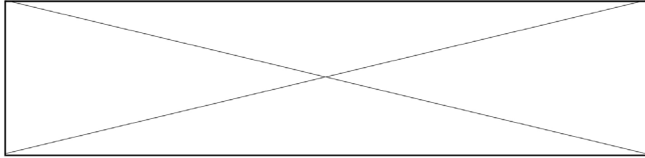
Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer

Other news

<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr,</p>





Training programme/any other specific section

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

[see more](#)



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

[see more](#)



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

[see more](#)

10.18 | PAPER PROTOTYPING

Con el paper prototyping se pretende no solo estudiar la estructura general, tráfico y arquitectura del sitio, sino que también verificar las decisiones y los términos que causaron confusión en el card sorting. Por lo tanto, se definen seis tareas con base en estos parámetros y se realizan las pruebas con un total de seis tester: dos por 'persona'.

1. Ver una publicación de la empresa



Esta tarea busca verificar si los usuarios lo asocian con "company publications". Los usuarios involucrados y prospectos clientes se dirigen a "our work" directamente; sección en la que se encuentra actualmente. Uno de los seis testers del grupo de personas que busca trabajo tuvo problemas para encontrar el artículo y lo buscó en "about us" y otro de ellos buscó en los proyectos.

2. Aplicar para un puesto de trabajo



Con esta, se busca validar el cambio de nombre a la sección "applicants"; la mayoría de los usuarios va directo a la misma y la encuentra con facilidad; solo uno de seis tester decide pasar por toda la página hasta llegar a la sección, pero esta fue la estrategia que mantuvo durante todas las pruebas. Se plantea cambiar "vacancies" por "job portal".

3. Ver una noticia reciente



Esta es una de las secciones con más tráfico y todos los usuarios la pudieron localizar con facilidad; algunos entraban directamente a la noticia reciente destacada en el header, mientras otros ingresaban a la sección y seleccionaban una de las noticias disponibles.

4. Ver un país en el que la empresa ha desarrollado proyectos



Con esta se busca validar si los usuarios llegan a "project experience"; se obtuvieron resultados variados. Algunos usuarios no lo ven, ya que no detectan que es una subsección existente (no tenían acceso al submenú) y buscan la información en "projects"; mientras que otros recuerdan haberlo visto tras una inspección rápida a la página principal y encuentran la subsección; y otros deciden utilizar la búsqueda mediante la palabra clave 'país' para llegar rápidamente a la información solicitada.

5. Ver las ventajas que LFS tiene sobre su competencia



00 min

40 s

Esta tarea busca validar la nomenclatura de “distinctive features”; la mayoría de los usuarios la encuentra con facilidad, mas algunos no asocian únicamente esta subsección, sino que toda la sección de “about us” es considerada como un punto en el que pueden obtener dicha información. Uno de los tester incluso considera buscar referencias para aprender de las ventajas con base en el criterio de otros.

6. Ver lo que socios o clientes dicen sobre LFS



00 min

31 s

La tarea busca verificar la sección en la que se colocan las referencias o testimonios; todos los usuarios fueron capaces de encontrarla con bastante facilidad; ya sea por recordar verla en un recorrido general que realizaron antes, o bien por asociarla con la sección.

Conclusiones y sugerencias

- Muchos usuarios no asocian las subsecciones a la sección; por lo tanto, esto se debe tomar en cuenta en el ‘look and feel’ y mostrar la pertenencia de forma más obvia.
- Se debe considerar una relación entre “project experience” y “projects” ya que al pedirle a los usuarios que identificaran un país en el que la empresa ha trabajado, muchos lo buscaban en la última.
- Siempre se debe dejar clara la posibilidad de hacer scroll en la página.
- La herramienta de búsqueda le facilita a los usuarios el llegar rápidamente a la información que buscan; ya que si no la encuentran rápido, recurren a la búsqueda. Sin embargo, esto es un ‘nice to have’.
- Se sugiere la posibilidad de colocar el “project experience” como una de las primeras secciones que ven los usuarios; ya que genera interés.
- Se debe buscar los términos más específicos y fáciles de entender para los usuario, ya que el inglés no suele ser su idioma natal.

10.19 | ARQUITECTURA BETA



Figura 53.1: Arquitectura Beta

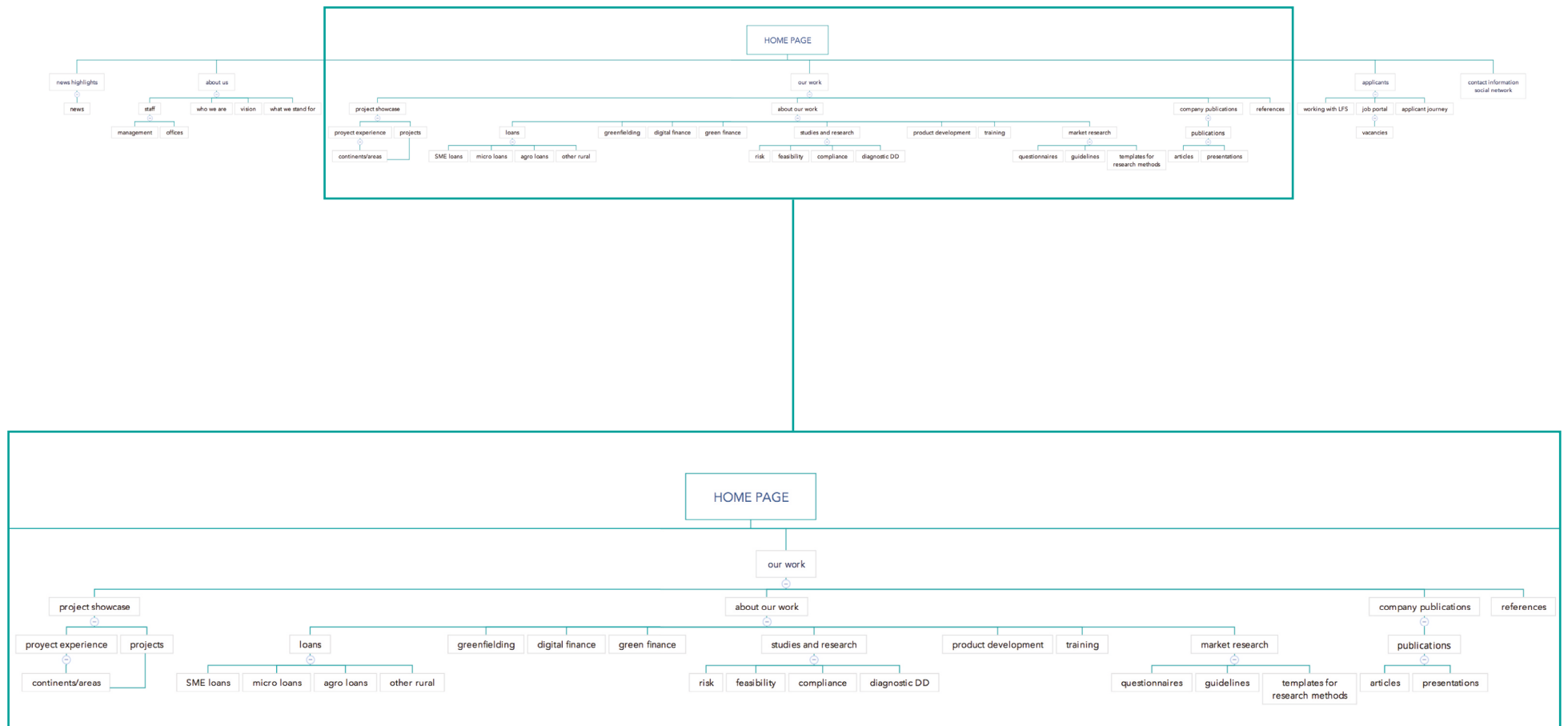


Figura 53.1: Arquitectura Beta

10.20 | LOOK & FEEL

Para el desarrollo del look & feel, se realiza un brainstorming con los atributos claves a incorporar:

- Limpieza
- Espacio en blanco
- Elegancia
- Confianza
- Seguridad
- Seriedad
- Profesionalismo
- Modernidad
- Discreción

Esto con el fin de incorporar los valores y cualidades de la empresa. Términos como confianza y seguridad resultan vitales por su afinidad con las finanzas.

10.21.1 | MOODBOARD ESTILOGRÁFICO

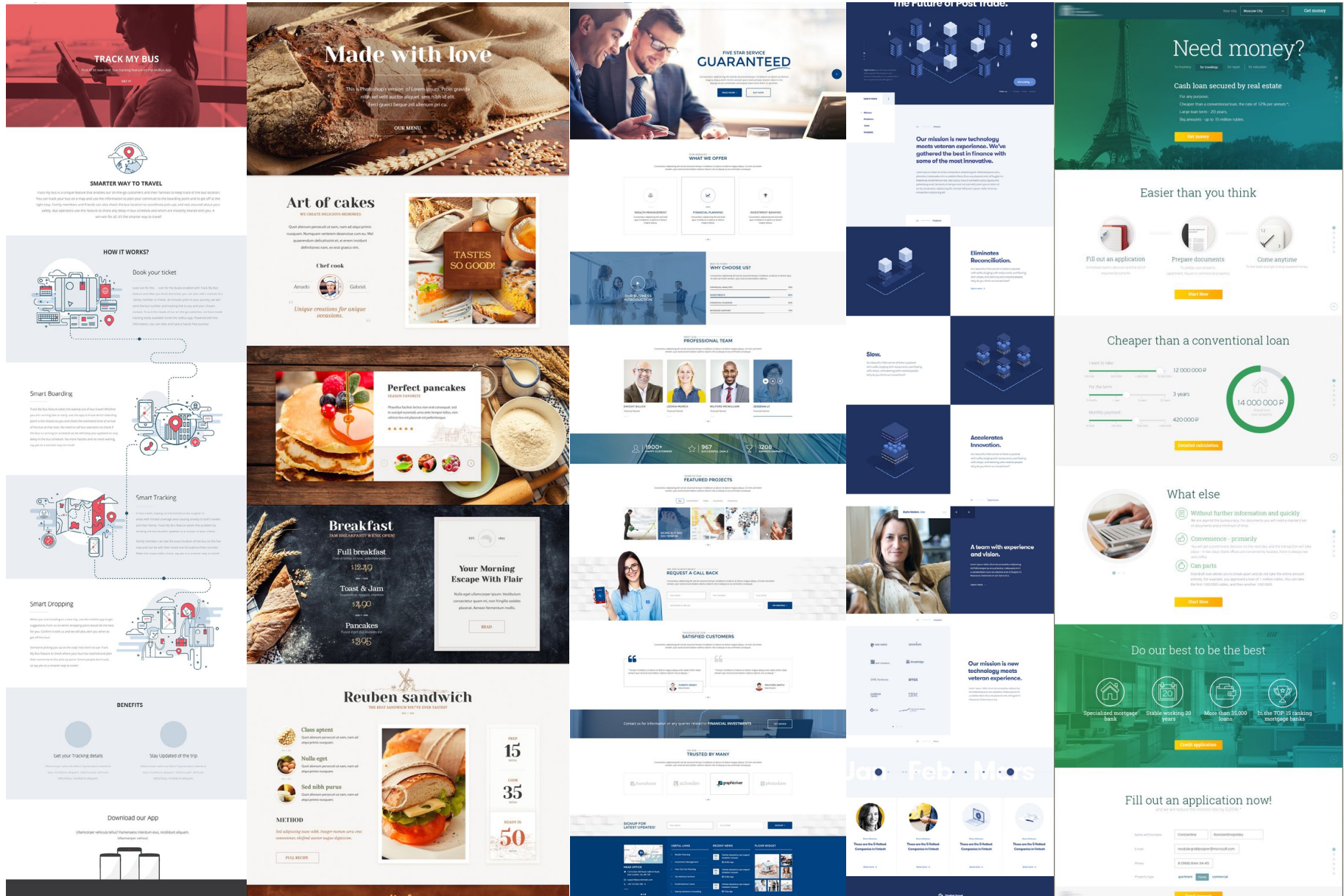


Figura 54: moodboard estilográfico

10.21.2 | MOODBOARD ICONOGRÁFICO

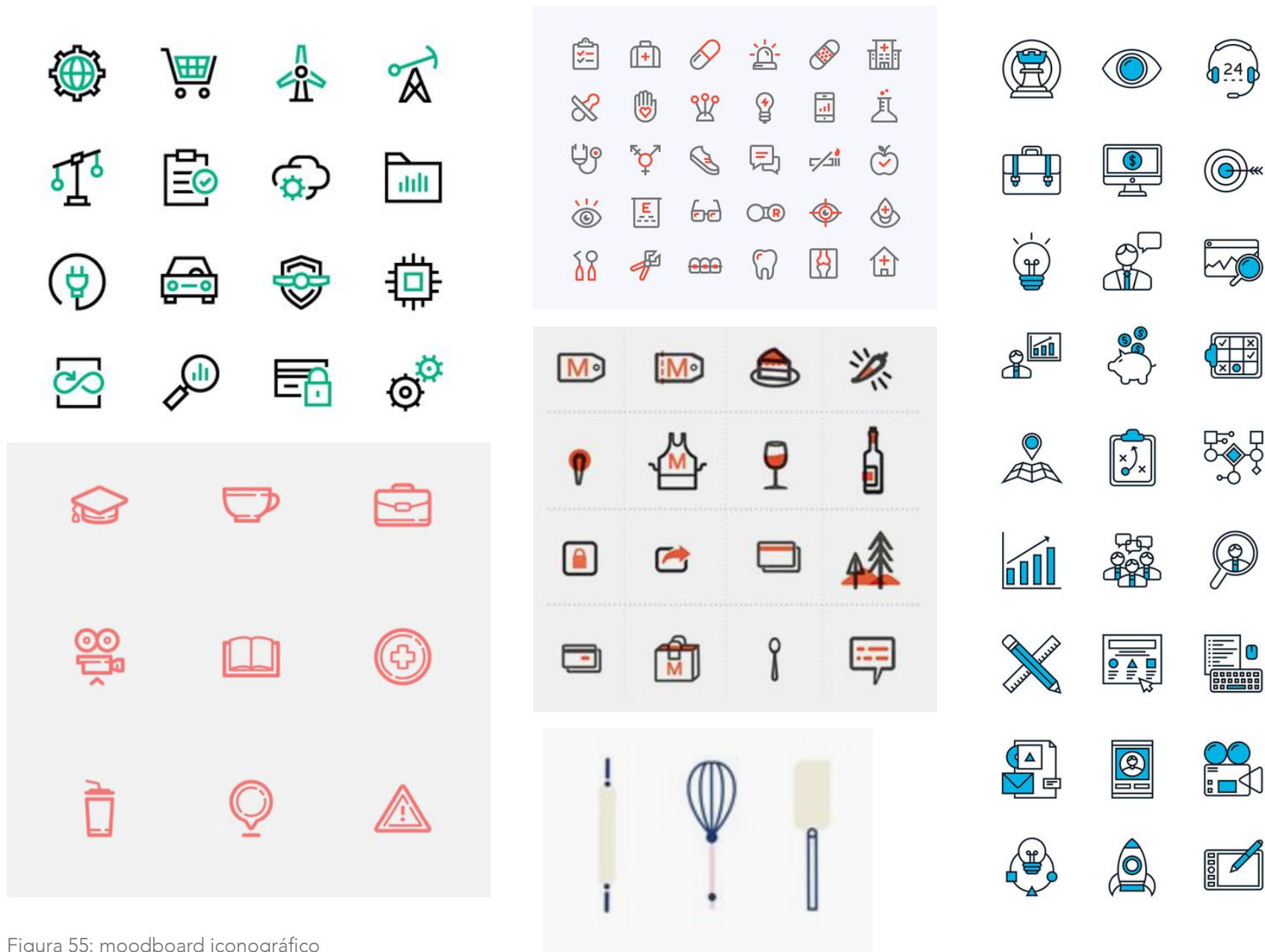


Figura 55: moodboard iconográfico

10.21.3 | ICONOGRAFÍA

Con base en el moodboard iconográfico, se crea una serie de íconos para las características distintivas (distinctive features) y el desglose de los ámbitos de trabajo (about our work) de LFS Advisory; esto con el propósito de reforzar los conceptos que se explican en el sitio.



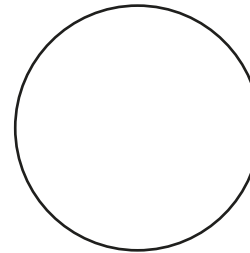
Figura 56: iconografía

10.21.4 | CROMÁTICA

La cromática se basa en tonos neutros y en los colores de la imagen renovada de la empresa, para mantener consistencia en todas las aplicaciones de la misma. Además, los colores ayudan a reflejar la seriedad y el profesionalismo de la empresa.



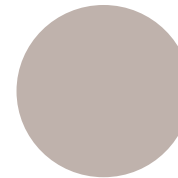
Figura 57: cromática del isologotipo



Blanco

#FFFFFF

Es el color que predominará, para aprovechar el espacio negativo a lo largo de la página web y no sobrecargar la misma; se propone el blanco puro para el fondo.



Beige

#BFB2AC

Se toma un tono intermedio de los utilizados en el elemento gráfico del isologotipo; para ser utilizado como acento a lo largo del sitio.



Azúl-Gris Oscuro

#29363D

Mayoritariamente para textos; posee menos contraste (en comparación con el negro) contra el fondo blanco, por lo que representa menos carga cognitiva en grandes bloques de texto.



Gris Claro

#DDDCDB

Se utiliza para dar un pequeño contraste en ciertas subsecciones del sitio; también como color de fondo.

10.21.5 | TIPOGRAFÍA

Basado en las conclusiones de los análisis de referenciales, se plantea una tipografía sans-serif con un peso regular.

Se elige Open Sans pues cumple con los criterios buscados, es web safe de uso libre y posee variedad de fuentes que permiten flexibilidad a la hora de utilizarla para destacar jerárquicamente cierta información.

conclusiones:
análisis de referenciales

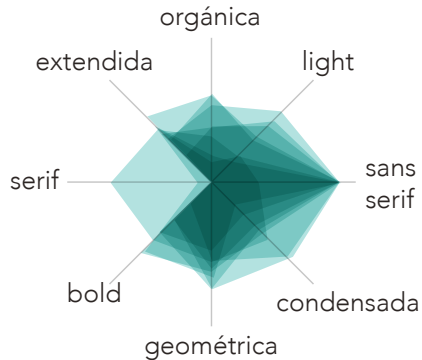
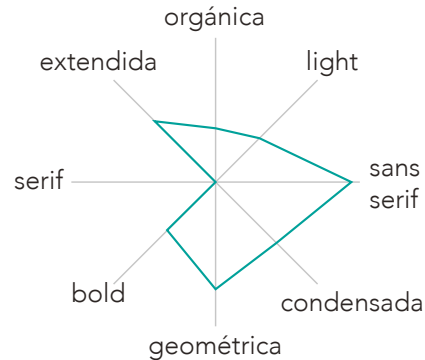


Figura 58: comparación tipográfica

tipografía propuesta



ACCESSBANK TAJIKISTAN

From 2003 to 2008 LFS managed the **MSE downscaling project Tajikistan Micro and Small Enterprise Facility (TMSEF)** and gained extensive country and market experience in Tajikistan. Building on this experience, and after the completion of a feasibility study for a dedicated MSME bank, AccessHolding **successfully approached potential investors to team up** for investing in a new greenfield bank, AccessBank Tajikistan (ABTJ). AccessHolding is the strategic lead investor, and LFS is the Technical Partner responsible for establishing and managing ABTJ. The Bank opened its doors to the public on 12 April 2010.

Figura 59: Ejemplo de tipografía en el nuevo sitio web

11 | PROPUESTA FINAL

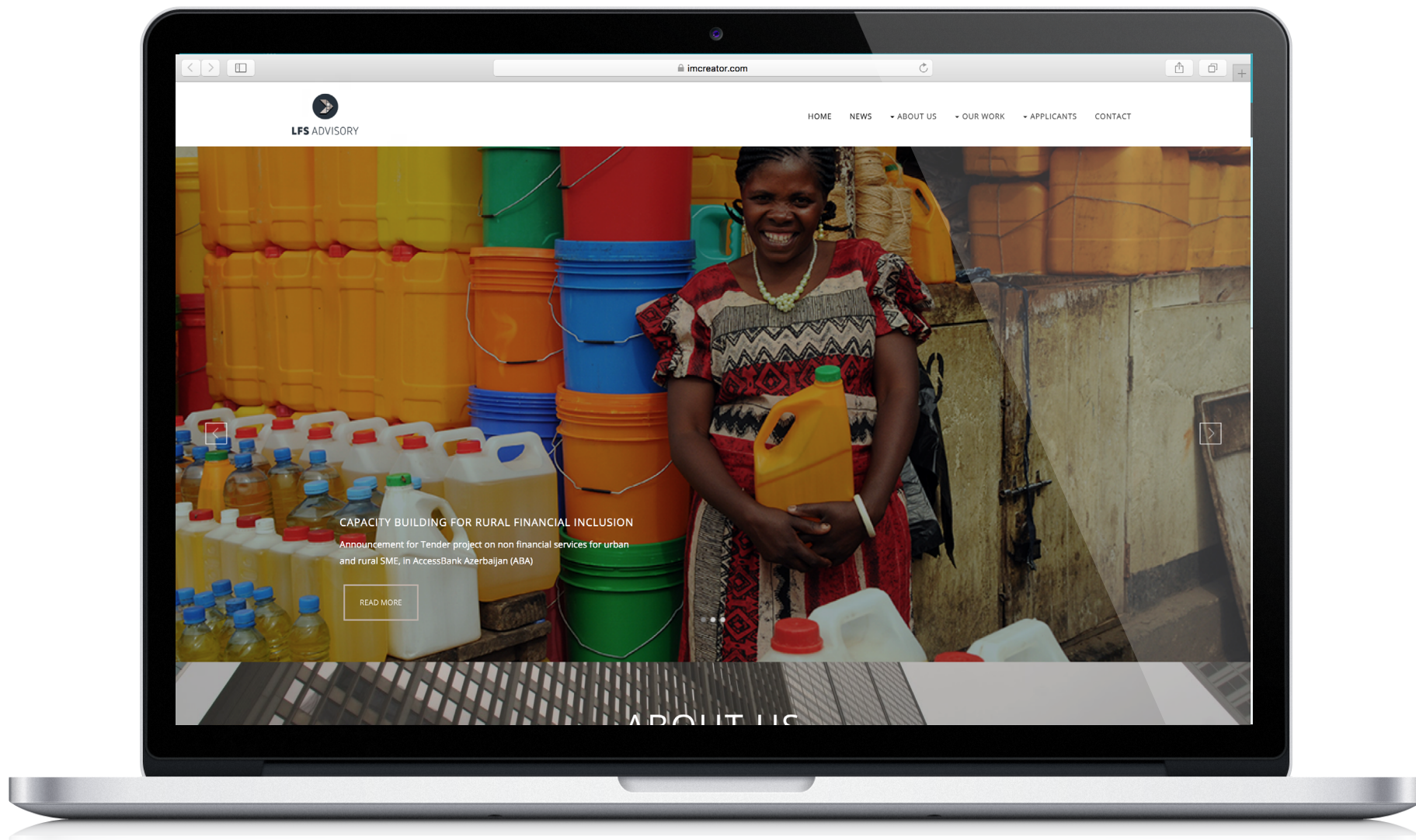


Figura 60: propuesta final



WHO WE ARE

LFS Advisory is an advisory and management firm based in Berlin, Germany. We manage diversified banking and financial sector projects in emerging countries. Our particular focus is on micro, small, and medium enterprise (MSME) finance. Starting as a consulting firm, LFS is today also a manager and investor in MSME finance. We are proud to have brought together a team that combines a variety of professional, academic, and regional backgrounds, but shares a commitment to excellence and integrity.

“Our vision is to be the best company in the world, so here will go something like that, about how we see the company in the future”

WHAT WE STAND FOR

SPECIALIZATION

Our long-standing specialization on micro, small and medium enterprise (MSME) finance has enabled us to accumulate substantial in-house expertise; our continual market research and exchange of cross-project experience ensure that our centres of competency are always up to date in terms of product and process innovations.

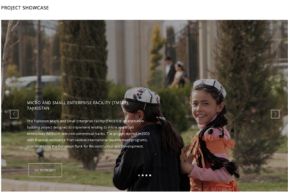
CUSTOMER ORIENTED

LFS Advisory does not provide isolated experts or resources, but designs project and programme concepts focused on the client's needs. Within our area of specialization, we offer integrated service packages that combine a range of inputs including management, advisory, training and IT services.

CONSISTENT STAFF

In contrast to other firms in this field, LFS Advisory works primarily with permanent staff. We are convinced that successful implementation of long-term advisory and management projects requires not only individual qualifications, but also a strong team play and a high degree of consistency in the working methodology.

OUR WORK



ABOUT OUR WORK

LEADS

LFS Advisory provides the firms with differentiated services, including debt, equity, and advisory services. We have a strong track record in providing advisory services to a wide range of clients.

GREEN FINANCE

We are aware of the importance of sustainability and environmental issues in our clients' operations. We offer specialized advisory services to help them integrate these issues into their business strategy.

GREENFIELDING

Greenfielding refers to setting up entirely new operations in emerging markets. LFS Advisory provides comprehensive advisory services for such projects.

BUSINESS FINANCET

Business Finance refers to the provision of financial services to existing companies. LFS Advisory offers a range of services, including debt and equity financing, and advisory services.

MARKET RESEARCH

LFS Advisory provides market research services to help our clients understand the competitive landscape and identify growth opportunities in their target markets.

PROJECT DEVELOPMENT

LFS Advisory provides project development services to help our clients identify, evaluate, and implement investment opportunities in emerging markets.

TRENDS

LFS Advisory provides trend analysis services to help our clients understand the latest developments in their industry and identify potential risks and opportunities.

TRAINING

LFS Advisory provides training services to help our clients improve the skills and knowledge of their employees and enhance their operational efficiency.

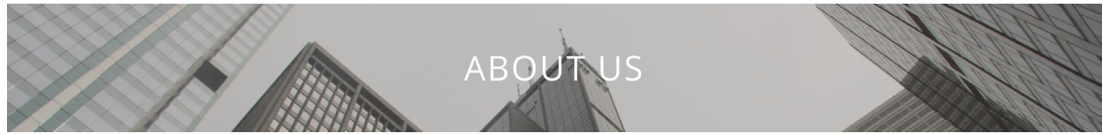


“We love what we do for a living, and we love hearing feedback about it. There is nothing better than standing back looking at a completed pool with our customer, admiring the end results. Here are just a few of the letters that we have received from some of our customers.”

APPLICANTS

WORKING WITH LFS ADVISORY

LFS Advisory is an advisory and management firm based in Berlin, Germany. We manage diversified banking and financial sector projects in emerging countries. Our particular focus is on micro, small, and medium enterprise (MSME) finance. Starting as a consulting firm, LFS is today also a manager and investor in MSME finance. We are proud to have brought together a team that combines a variety of professional, academic, and regional backgrounds, but shares a commitment to excellence and integrity.



ABOUT US



WHO WE ARE

LFS Advisory is an advisory and management firm based in Berlin, Germany. The company specializes in banking and financial sector projects in developing countries. Our particular focus is on micro, small, and medium enterprise (MSME) finance. Starting as a consulting firm, LFS is today also a manager and investor in MSME finance. We are proud to have brought together a team that combines a variety of professional, academic, and regional backgrounds, but shares a commitment to excellence and integrity.

OUR TEAM

”

Our vision is to be the best company in the world, so here will go something like that, about how we see the company in the future

Jack Nash, CEO & Founder, Example Company

WHAT WE STAND FOR



SPECIALIZATION

Our long-standing specialization on micro, small and medium enterprise (MSME) finance has enabled us to accumulate substantial in-house expertise; our continual market research and exchange of cross-project experience ensure that our centres of competency are always up to date in terms of product and process innovations.



CUSTOMER ORIENTED

LFS Advisory does not provide isolated experts or resources, but designs project and programme concepts focused on the client's needs. Within our area of specialization, we offer integrated service packages that combine a range of inputs including management, advisory, training and IT services.



CONSISTENT STAFF

In contrast to other firms in this field, LFS Advisory works primarily with permanent staff. We are convinced that successful implementation of long-term advisory and management projects requires not only individual qualifications, but also a strong team play and a high degree of consistency in the working methodology.



DISTINGUISHED TRACK RECORD

LFS Advisory has built a distinguished track record for providing high-quality services and delivering impeccable project results even in difficult operating environments. LFS has evolved into a leading provider of integrated service solutions for greenfielding, downscaling, upgrading, and other advisory service projects.



RESPONSIBILITY

LFS Advisory assumes responsibility not only for the timely implementation of the agreed work plan, but also for the results of a project. Most of our service contracts include a variable fee component based on a set of both quantitative and qualitative performance indicators.



WHO WE ARE
 LFS Advisory is an advisory and management firm based in Berlin, Germany. We focus on providing consulting services to small and medium-sized enterprises (SMEs) in emerging markets. Our portfolio includes a wide range of clients across different industries and geographies. We are committed to helping our clients grow and succeed in their respective markets.

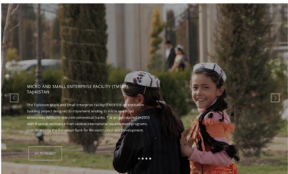
Our vision is to be the best company in the world, so here we will go something like that, about how we see the company in the future

© 2018 LFS Advisory. All Rights Reserved.

WHAT WE STAND FOR

- INTEGRITY**
 Our integrity is a core value that guides all our actions. We are committed to transparency, honesty, and ethical behavior in all our interactions with our clients and partners.
- INNOVATION**
 We embrace change and innovation to stay ahead of the curve. We are constantly exploring new ways to solve our clients' problems and improve our services.
- INVESTMENT IN PEOPLE**
 We believe in the power of our people. We invest in their growth and development through training, mentorship, and career advancement opportunities.
- RESPONSIBILITY**
 We are committed to social and environmental responsibility. We strive to be a positive force in the communities we operate in.

PROJECT SHOWCASE



ABOUT OUR WORK

- LOANS**
 LFS Advisory provides its clients with various loan options, including SME loans, micro loans, agro loans, and other rural services, depending on what is best for our clients.
- GREEN FINANCE**
 We are aware of the importance of sustainability, so we are working in collaboration with renewable energies and sustainability experts to advise and make a reality any environment friendly project.
- GREENFIELDING**
 Greenfielding relates to denoting or relating to previously undeveloped sites for commercial development or exploitation, for which LFS Advisory finds and manages MSME Banks.
- DIGITAL FINANCE**
 In order to make our services more accessible, we take advantage of the new technologies and implement digital finance in means of mobile applications, to make it easier for our clients to reach out to us.
- MARKET RESEARCH**
 LFS Advisory offers the means and studies required to start a new project, with a standardized methodology including questionnaires, guidelines, and templates for research methods.
- PRODUCT DEVELOPMENT**
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At v
- STUDIES**
 LFS Advisory offers a wide variety of studies for the start of a project, among those stand out risk, feasibility, and compliance studies, as well as diagnostic DD.
- TRAINING**
 We train our newest members, while working closely with our staff, to ensure a deep knowledge of the company, its values and way of working, as well as the projects and their structure.



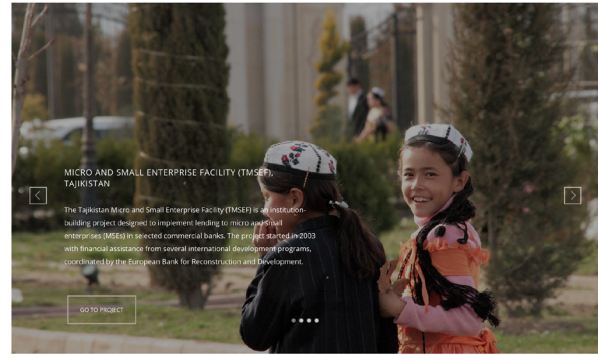
John Doe, Pandora Corporation
 "We love what we do for a living, and we love hearing feedback about it. There is nothing better than standing back looking at a completed pool with our customer, admiring the end result. Here are just a few of the letters that we have received from some of our customers."

WORKING WITH LFS ADVISORY

LFS Advisory is an advisory and management firm based in Berlin, Germany. We focus on providing consulting services to small and medium-sized enterprises (SMEs) in emerging markets. Our portfolio includes a wide range of clients across different industries and geographies. We are committed to helping our clients grow and succeed in their respective markets.



PROJECT SHOWCASE



MICRO AND SMALL ENTERPRISE FACILITY (MSMEF), TAJIKISTAN

The Tajikistan Micro and Small Enterprise Facility (MSMEF) is a reconstruction building project designed to implement lending to micro and small enterprises (MSEs) in selected commercial banks. The project started in 2003 with financial assistance from several international development programs, coordinated by the European Bank for Reconstruction and Development.

GO TO PROJECT

COMPANY PUBLICATIONS ALL PROJECTS

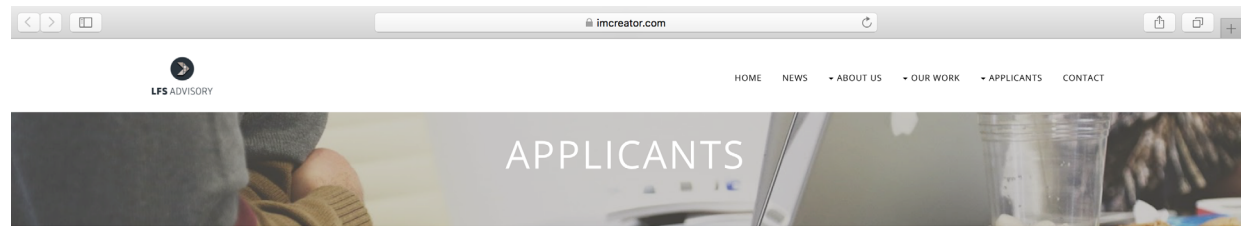
ABOUT OUR WORK

- LOANS**
 LFS Advisory provides its clients with various loan options, including SME loans, micro loans, agro loans, and other rural services, depending on what is best for our clients.
- GREEN FINANCE**
 We are aware of the importance of sustainability, so we are working in collaboration with renewable energies and sustainability experts to advise and make a reality any environment friendly project.
- GREENFIELDING**
 Greenfielding relates to denoting or relating to previously undeveloped sites for commercial development or exploitation, for which LFS Advisory finds and manages MSME Banks.
- DIGITAL FINANCE**
 In order to make our services more accessible, we take advantage of the new technologies and implement digital finance in means of mobile applications, to make it easier for our clients to reach out to us.
- MARKET RESEARCH**
 LFS Advisory offers the means and studies required to start a new project, with a standardized methodology including questionnaires, guidelines, and templates for research methods.
- PRODUCT DEVELOPMENT**
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At v
- STUDIES**
 LFS Advisory offers a wide variety of studies for the start of a project, among those stand out risk, feasibility, and compliance studies, as well as diagnostic DD.
- TRAINING**
 We train our newest members, while working closely with our staff, to ensure a deep knowledge of the company, its values and way of working, as well as the projects and their structure.



John Doe, Pandora Corporation

"We love what we do for a living, and we love hearing feedback about it. There is nothing better than standing back looking at a completed pool with our customer, admiring the end result. Here are just a few of the letters that we have received from some of our customers."



WORKING WITH LFS ADVISORY

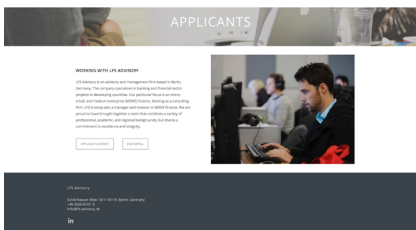
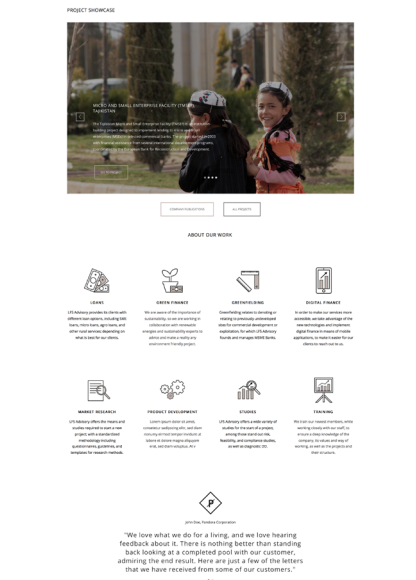
LFS Advisory is an advisory and management firm based in Berlin, Germany. The company specializes in banking and financial sector projects in developing countries. Our particular focus is on micro, small, and medium enterprise (MSME) finance. Starting as a consulting firm, LFS is today also a manager and investor in MSME finance. We are proud to have brought together a team that combines a variety of professional, academic, and regional backgrounds, but shares a commitment to excellence and integrity.

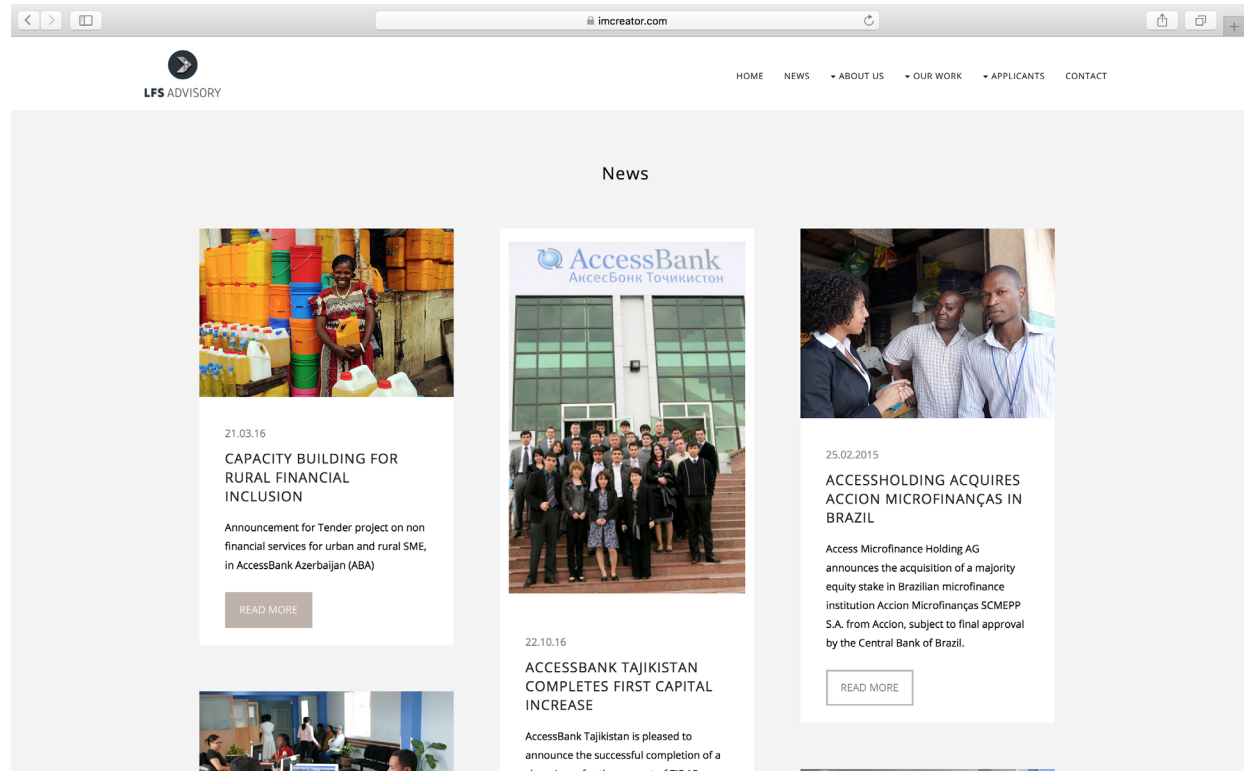
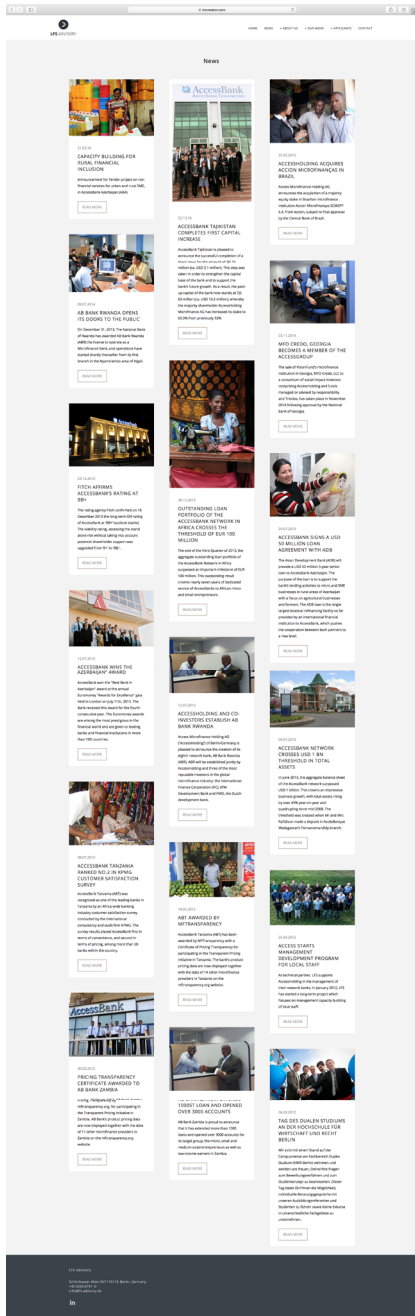
- [APPLICANT JOURNEY](#)
- [JOB PORTAL](#)

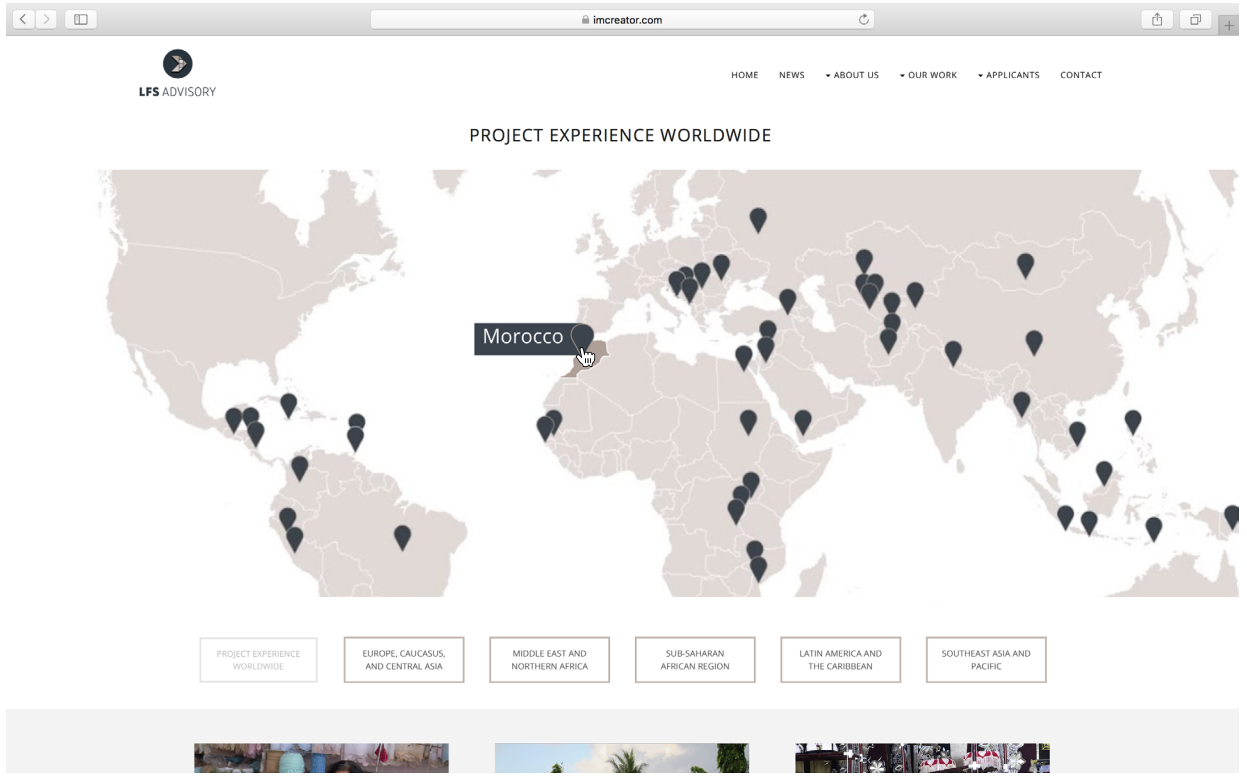
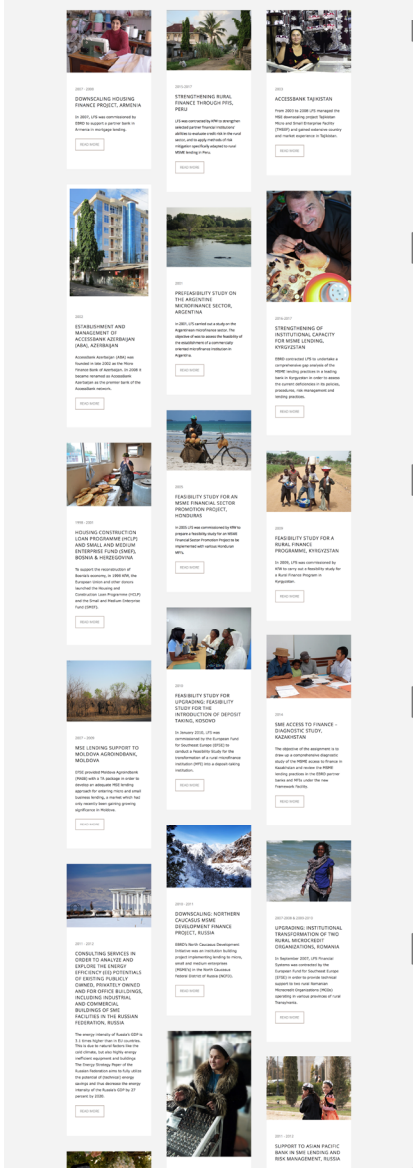
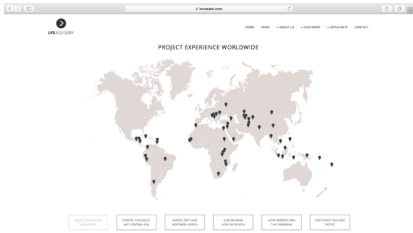


LFS Advisory

Schönhauser Allee 10/1110119, Berlin, Germany
 +49 3030 8747-0
 info@lfs-advisory.de







lmscreator.com


LFS ADVISORY

HOME NEWS ABOUT US OUR WORK APPLICANTS CONTACT

ACCESSBANK TAJIKISTAN

From 2003 to 2008 LFS managed the MSE downscaling project Tajikistan Micro and Small Enterprise Facility (TMSEF) and gained extensive country and market experience in Tajikistan. Building on this experience, and after the completion of a feasibility study for a dedicated MSME bank, AccessHolding successfully approached potential investors to team up for investing in a new greenfield bank, AccessBank Tajikistan (ABT). AccessHolding is the strategic lead investor, and LFS is the Technical Partner responsible for establishing and managing ABT. The Bank opened its doors to the public on 12 April 2010.

ABT has the objective to provide the core target group of micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs), as well as other clients in the lower and middle income strata, with a broad range of appropriate financial services. ABT aims to become one of the leading retail providers of finance to this target group in Tajikistan, and to set standards in terms of efficiency, transparency, and customer service.



For more information on AccessBank Tajikistan, see AccessHolding Investments

LFS Advisory
 Schönhauser Allee 10/1110119, Berlin, Germany
 +49 3030 8747-0
 info@lfs-advisory.de
 in

lmscreator.com

LFS ADVISORY

HOME NEWS ABOUT US OUR WORK APPLICANTS CONTACT

TCL/FS01
Region: Africa, South America and the Central Asian region

FUTURE LEADERS PROGRAMME / TRAINEE MSME BANKING

DETAILS

FA/LFS1705
Region: Berlin, Germany

KAUFMÄNNISCHE/N MITARBEITER/IN / ACCOUNTANT

DETAILS

IT/LFS1703
Region: Berlin, Germany

PRINCIPAL SOFTWARE DEVELOPER

DETAILS

IT/LFS1704
Region: Berlin, Germany

SOFTWARE DEVELOPER

DETAILS

Various
Region: Various

INTERNAL APPLICATION

DETAILS

Various
Region: Various

UNSOLICITED APPLICATION

DETAILS

OM/LFS1704
Region: Berlin, Germany

WERKSTUDENT/IN OFFICE MANAGEMENT UND VISA MANAGEMENT

DETAILS

LFS Advisory
 Schönhauser Allee 10/1110119, Berlin, Germany
 +49 3030 8747-0
 info@lfs-advisory.de
 in

lmscreator.com

LFS ADVISORY

HOME NEWS ABOUT US OUR WORK APPLICANTS CONTACT

CONTACT US

Schönhauser Allee 10/1110119, Berlin, Germany
 Call us at: +49 3030 8747-0
 Or send us an e-mail through the following form:


Name

Subject

E-mail

Message

SEND



LFS Advisory
 Schönhauser Allee 10/1110119, Berlin, Germany
 +49 3030 8747-0
 info@lfs-advisory.de
 in

lmscreator.com

LFS ADVISORY

HOME NEWS ABOUT US OUR WORK APPLICANTS CONTACT

5. Experience in database development (SQL Server, T-SQL, database normalization, stored procedures, triggers, etc.)
6. Experience in unit and integration testing as well as unit test frameworks (e.g. NUnit, MS Test Framework)
7. Experience with mocking frameworks (e.g. Moq, Typemock)
8. Full professional proficiency in English
9. Willingness and ability to work in a multicultural environment.

BACK TO JOB PORTAL

APPLY FOR THE POSITION

If you are interested in taking on this challenge and would like to join our team, please apply online submitting a CV plus Motivation Letter!

Name

Email

Message

APPLY FOR THE POSITION

LFS Advisory

11 | PRUEBAS HEURÍSTICAS

Con las pruebas heurísticas se prueba el look & feel, la jerarquía y la secuencia de lectura mediante tareas asignadas al usuario, para verificar dudas sobre el diseño que han quedado abiertas en las etapas anteriores. Se refuerza la actividad al pedirle a los testers que “piensen en voz alta” a la hora de realizar las tareas. Las pruebas se realizan a un total de seis testers: dos por ‘persona’ definida.

1. Ver características distintivas de la compañía



Esta tarea busca verificar si los usuarios llegan a “what we stand for” y reconocen lo que significa el nombre. La mayor parte de los usuarios lo encuentran sin problemas; sin embargo, dos de seis testers se situaron en “who we are” porque ahí esperaban aprender de la compañía y también se puede contar como una posible respuesta a la tarea por el tipo de información que contiene y la manera en la que la misma se plantea.

2. Observar los temas de trabajo de la compañía



Con esta, se busca validar la sección de “about our work”. Nuevamente, la mayoría de los testers encuentran la sección con gran facilidad; uno de los seis testers revisa primero “what we stand for” para luego darse cuenta que no es lo que buscaba y llegar hasta “about our work” y otro tester realiza un recorrido general por toda la sección de “our work”.

3. Ver un proyecto que la empresa desarrollara en europa



Esta tarea busca verificar el cambio realizado en “project experience” y ver si se mantenía la tendencia de los usuarios en buscar las áreas de acción de los proyectos en “all projects”. Sólo un tester no realizó la tarea con éxito; ya que únicamente vió el ‘showcase’ y ningún proyecto europeo se encontraba ahí. Los demás fueron directamente a “all projects”. Sin embargo, se presentan dos comportamientos distintos con resultados iguales. Algunos optaban por dar click en los botones de filtros por área, mientras que otros buscaban Europa en el mapa y dar click en los puntos que representan proyectos.

4. Aplicar para un puesto de trabajo



El propósito de la tarea es verificar el cambio de nomenclatura de “vacancies” a “job portal”. Todos los usuarios logran llegar a dicha sección; mas cabe resaltar que algunos visitan primero “working with LFS” porque mencionan que primero revisarían dicha sección para obtener más información.

Conclusiones y sugerencias

- Todos los usuarios realizaron las tareas en un tiempo menor a un minuto.
- La mayoría de los usuarios utilizaban los shortcuts del menú para llegar directamente a la sección o subsección correspondiente a la tarea asignada.
- Algunos usuarios sugieren cambios de nomenclatura; las secciones a considerar son “job portal” (job openings, job offers), “about us” (who we are) y “our work” (what we do). Sin embargo, un único tester por sección hizo la sugerencia, lo que implica que los nombres actuales son comprensibles para la gran mayoría de usuarios.
- Uno de los tester sugiere un ‘overview’ de los proyectos para una visualización más rápida de los mismos; por lo que se incorpora el nombre del proyecto junto con el nombre del país en el mouseover del mapa (ver figura 61).
- Al final de la prueba, todos los tester se refirieron al sitio web como “una página fácil de usar”.
- En general, la estructura simplificada ayuda a que los usuarios naveguen el sitio con mayor facilidad.
- La nomenclatura resulta adecuada para la gran mayoría de los usuarios, incluso con diferencias significativas en el manejo del idioma.

PROJECT EXPERIENCE WORLDWIDE



- PROJECT EXPERIENCE WORLDWIDE
- EUROPE, CAUCASUS, AND CENTRAL ASIA
- MIDDLE EAST AND NORTHERN AFRICA
- SUB-SAHARAN AFRICAN REGION
- LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN
- SOUTHEAST ASIA AND PACIFIC

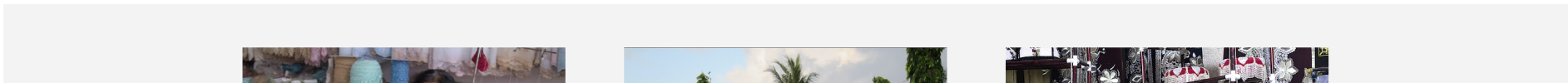


Figura 61: cambio en el mapa, según sugerencia de las pruebas heurísticas

12 | CONCLUSIONES

- El conocer el funcionamiento, valores y áreas de enfoque de la empresa es de suma importancia para desarrollar un sitio web corporativo coherente con la misma.
- El agrupar información en grandes secciones permite jerarquizar y facilitar la navegación del sitio.
- Al disminuir la cantidad de pasos para llegar a cada sección, es más fácil que los usuarios recorran la mayoría de las secciones en menos tiempo.
- El mantener el acceso a la información con mayor tráfico mediante scroll facilita y acelera la obtención de esta.
- Mediante la incorporación de nuevas técnicas de diseño y UI/UX se logra un producto final mucho más moderno que el que posee la empresa actualmente.
- Las pruebas de usabilidad realizadas en el proceso contribuyen a un producto final amigable con el usuario.

13 | RECOMENDACIONES

- Es importante actualizar el contenido regularmente; especialmente en las áreas de proyectos y noticias.
- Es recomendable validar la herramienta con más usuarios de distintas partes del mundo; debido a las diferentes percepciones culturales.
- Se debe incluir la opción de cambio de idioma en al menos: alemán, español y ruso.
- Se recomienda considerar los cambios en nomenclatura sugeridos por los usuarios en las pruebas heurísticas y reevaluarlos con el fin de seleccionar el que mejor se adapte a las necesidades.
- Es de gran importancia desarrollar las versiones móviles (celular y tablet) del sitio web.

14 | BIBLIOGRAFÍA

Admetricks. (2013, 12 December 2013). *¿Qué es la usabilidad web?*. [Weblog]. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <http://blog.admetricks.com/que-es-la-usabilidad/>

Conceptodefinicionde. (2017). *Conceptodefinicionde*. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <http://conceptodefinicion.de/pagina-web/>

Definicionabccom. (2017). *Definición ABC*. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <https://www.definicionabc.com/tecnologia/www.php>

Designshack. (2017). *10 Rock Solid Website Layout Examples*. Recuperado el 31 de agosto, 2017, de <https://designshack.net/articles/layouts/10-rock-solid-website-layout-examples/>

Hassan, Y; Ortega, S. (2017). *Diseño Centrado en el Usuario (DCU)*. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <http://www.nosolousabilidad.com/manual/3.htm>

Hernández-Castro, F. (2016). *Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones (usability cookbook)*. Escuela de Diseño Industrial, Instituto Tecnológico de Costa Rica. Cartago, Costa Rica.

Kalbach, J. (2007) *Designing Web Navigation*. Sebastopol, CA, O'Reilly Media Inc.

Paredro. (2013). *¿Qué es el diseño UI?*. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <https://www.paredro.com/que-es-el-diseno-ui/>

Paredro. (2014). *4 útiles factores para realizar una correcta arquitectura de la información*. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <https://www.paredro.com/4-utiles-factores-para-realizar-una-correcta-arquitectura-de-la-informacion/>

Pitre, A. (2015, 27 April 2015). *Scrolling is Good for Web User Experience - Forge and Smith*. [Weblog]. Recuperado el 23 de agosto, 2017, de <https://forgeandsmith.com/scrolling-vs-clicking-whats-the-preferred-user-experience/>

PMQuality . (2012). *¿Qué es el diseño UX?*. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <https://pmqlinkedin.wordpress.com/about/que-es-el-diseno-ux/>

RAE. (2017). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado el 28 de agosto, 2017, de <http://www.rae.es>

Rosenfeld, L. (2011) *Search analytics for your site*. New York: Rosenfeld Media, LLC

Shoeneborn, P. (2017). Entrevistas varias.

Wilson, C. (2010) *User Esperience Re- Mastered*. Burlington, MA.: Morgan Kaufmann.

Zaki Warfel, T. (2009). *Prototyping. A Practitioner's Guide*. New York: Rosenfeld Media, LLC