Academia MobilePro

Learning Center

Memória de Proyecto Final de Grado

multimedia

Autor: Eduardo Butragueño Romón

Consultor: David Alcubirre Arenillas
Profesor: César Pablo Córcoles Briongos

19/06/2017

CC BY NC ND

Créditos/Copyright

Este Trabajo queda sujeto a la licencia de Creative Commons BY-NC-ND de Reconocimiento para uso no comercial

El logotipo de mobilepro está registrado como marca por lo que su uso fuera del ámbito de negocio queda prohibido.

Las imágenes utilizadas han sido adquiridas por The Digital Box Hub SL (mobilepro).

Diseño y estructura: Eduardo Butragueño
Textos: Eduardo Butragueño Romón, Isabel Hidalgo (co-fundadora de mobilepro)
Colaboradores: Jaime Genovart (distribuidor), Solène Darlet (international account manager, France)

Para la definición de los contenidos se ha contado con la participación de Isabel Hidalgo como experta conocedora de la plataforma. Se ha contado con la experiencia de Jaime Genovart como distribuidor oficial de mobilepro para diseñar los pasos iniciales en el desarrollo de la actividad. De igual manera he contado con la opinión de Solène Darlet como gestora de cuentas internacionales de Licenciatarios y distribuidores en Francia y Bélgica.

Dedicatoria/Cita

Admirables son todas aquellas personas que no se rinden, que son capaces de reorientarse profesionalmente y buscan crecer y compartir sus conocimientos.

Abstracto

Este proyecto pretende consolidarse como centro de formación, adquisición de recursos y punto de encuentro para los distribuidores oficiales de mobilepro España. Su objetivo principal es el de orientar y formar a los distribuidores oficiales de mobilepro como profesionales en márquetin digital especializados en campañas para *mobile marketing*. La presentación del contenido formativo se realiza a través de lecciones ordenadas en cursos y áreas de trabajo, así mismo las lecciones consideradas indispensables para los distribuidores noveles, se encuentran también agrupadas en varios puntos o fases de un recorrido profesional. Estos puntos se encuentran representados gráficamente en un mapa de recorrido accesible desde el botón Get Starter en la página de inicio o menú principal.

El acceso a contenido corporativo y orientación personalizada se encuentra relegadas a un segundo plano, aunque no deja de tener su importancia su misión es la de mantener una cohesión gráfica en el mensaje de los distribuidores a sus clientes. En el área de material de apoyo se pueden consultar las referencias básicas de nuestra identidad corporativa, así como documentos e imágenes con las que poder montar sus propias presentaciones. Cerrando esta sección encontraremos un área de ejemplos y grabaciones de los webinars más representativos.

Cada lección consta de un título con prefijo, que facilita la ubicación tanto para mantenimiento como para consulta; una breve descripción del contenido; un video tutorial y una flipbook resumen para la consulta rápida online y la descarga del mismo en formato pdf. Por último, cada lección consta de un botón de retroceso en el historial de navegación para facilitar el retorno en caso de error.

Una vez estructurado el conjunto de este *learning center* se procederá a la grabación de los distintos videotutoriales mediante la captura de pantalla y audio a tiempo real. Después se procederá a la limpieza del audio y la incorporación de cabecera de entrada y de salida pre-editadas. Para la producción de los resúmenes se utilizará una plantilla creada para estas presentaciones con el objetivo de mantener la misma línea gráfica.

La creación de formularios de contacto en función del área competencial, busca dirigir las solicitudes consultas directamente a los responsables más cualificados para ello en la empresa para responder. Por otro lado, se podrá mantener un registro de consultas ordenado según el área en una base de datos asociada a cada formulario.

En mi opinión, lo más laborioso ha sido diseñar una organización por áreas de capacitación y recorrido inicial intentando mantener la objetividad y sintetismo suficiente para no abrumar al distribuidor novel. Este tipo de distribuidor es el más necesitado de información clara, tanto sobre los procesos de su actividad como en la realización de sus primeras campañas y la gestión de su trabajo.

Centro de formación, Soporte, Apoyo, Guía, Consulta, Material corporativo, Crea, Distribuye, Mide, campañas mobile marketing, Plataforma, Wordpress, Video Tutoriales

Abstract (english version)

This project aims to consolidate its position as a learning center, a place to adquire resources and meeting point for the official distributors of MobilePro in Spain. Its main objective is to guide and train the official distributors of MobilePro as professionals in specialized digital marketing campaigns for mobile marketing. The presentation of the training content is carried out through organised lessons and manuals, as well as the lessons, which are considered indispensable for the novice distributors; there is also an accumulation of several points or phases fin the format of a professional tour. These points are plotted on a roadmap accessible from the Get Starter button on the home page or main menu.

Access to corporate content and personalized guidance is relegated to second place, although it is not without its importance its mission is to maintain cohesion in the message of the distributors to their customers. In the supporting material section, you can see the basic references for the MobilePro corporate identity, as well as documents and images with which they can recreate their own presentations. At the end of this section you will find an area for the most relevant webinar examples and recordings.

Each lesson consists of a title with a prefix, which facilitates the location both for maintenance and for consultation; a brief description of the contents; a video tutorial and a flipbook summary for the quick consultation online and downloadable pdf format. Finally, each lesson consists of a back button in the browsing history to facilitate the return in case of error.

Once the whole of the learning center is structured, the next step will be to proceed with the recording of the various video tutorials by capturing screen and audio in real-time. Then the audio will need to be cleaned up and incorporate a pre-edited entrance and exit page. To produce the summaries a template will be created with the goal of maintaining the same graphical style.

The creation of contact forms is required with a focus on job title, MobilePro are looking for consultation requests directly with those responsible for or qualified for decision making in their company. A record will also be kept of consultations ordered according to the area in a database associated with each form.

In my opinion, the most laborious task has been the design and organization of the areas of training and the initial path trying to maintain objectivity and synergy so as not to overwhelm the novice distributor. This type of distributor is most in need of clear information, both with the learning processes and activity steps as well as the realization of their first campaigns and work management.

Training Center, Support, Help, Guidance, Consultation, corporate material, create, distribute, measure, mobile marketing campaigns, platform, Wordpress, Video Tutorials

Agradecimientos, notas y convenciones

Títulares, Subtítulos: Yanone Kaffeesatz
Texto corrido: Lato light
Código: Andale Mono

Índice

Portada 1

Créditos/Copyright 2

Dedicatoria/Cita 3

Abstracto 4

Abstract (english version) 5

Figuras y pautas 9

1. Introducción/Preámbulo 10

2. Descripción/Definición/Hipótesis 11

3. Objetivos 12
    3.1 Objetivos principales 12
    3.1 Objetivos secundarios 12

4. Marco teórico 13
    4.1 Antecedentes 13
    4.2 Stakeholder, perfil del usuario focal 13
    4.1 Escenarios 13

5. Contenidos 15
    5.1 Mapa de recorrido 15
    5.2 Cursos 16
    5.3 Material de apoyo 19

6. Metodología 20
    6.1 Definición del contenido 20
    6.2 Definición estilística 20
    6.3 Definición técnica 20
    6.4 Diseño UI y usabilidad 21
    6.5 Análisis del comportamiento de usuarios 21
    6.6 Gestión del tiempo mediante Cronograma 21
    6.7 Producción del contenido 21
    6.8 Incorporación del contenido 22

7. Arquitectura de la aplicación/sistema/servicio 23

8. Plataforma de desarrollo 24

9. Planificación 25
    9.1 Hitos/ fechas clave 25
    9.2 Fases 25
    9.3 Diagrama de Gantt 27

10. Proceso de trabajo/desarrollo 30

11. APIs utilitzades 31

12. Diagramas UML 33

13. Prototipos 34
    13.1 Lo-Fi 34
    13.2 Hi-Fi 38

14. Perfiles de usuario 45

15. Usabilidad/UX 46
16. Seguridad 49
17. Tests 50
18. Versiones de la aplicación / servicio 51
19. Requisitos de instalación/implantación/uso 52
20. Instrucciones de instalación /implantación 53
    20.1 Configuración del Worpress 53
    20.2 Inclusión de contenido externo 53
21. Instrucciones de uso 55
    21.1 El administrador 55
    21.2 El editor 55
22. Bugs 57
23. Proyeción a futuro 58
24. Presupuesto 59
25. Análisis del mercado 60
26. Márquetin y Ventas 62
27. Conclusiones 63
Anexo 1. Entregables del proyecto 64
Anexo 2. Codigo fuente (extractos) 65
Anexo 3. Librerías/Codigo externo utilizado 67
Anexo 4. Capturas de pantalla 68
Anexo 5. Guia del usuario 72
Anexo 6. Llibro de estilo 73
Anexo 7. One-page business plan/Resumen ejecutivo 74
Anexo 8. Glosario /Índice analítico 75
Anexo 9. Bibliografía 76
Anexo 10. Vita 77

Figuras y pautas

Índice de imágenes

Figura 1: Sede de The Digital Box | Gioia del Colle (BA) ..... pag 10
Figura 2: Sede de The Digital Box Hub (mobilepro) | BarcelonaMS Word..... pag 10
Figura 3: captura de pantalla chatbot corporativo ..... pag 11
Figura 4: Esquema de navegación inicial ……pag 15
Figura 5: Iconos utilizados por en la plataforma ADA comercializtada por TheDigitalBox……..pag 20
Figura 6: Fragmento del diagrama de Gantt utilizado ……..pag 21
Figura 7: Esquema de caràtula de entrada de cada tutorial ……..pag 21
Figura 8: Esquema de portada para los resúmenes de apoyo a las lecciones ……pag 22
Figura 9: Fragmentos de diagrama de Gantt hasta mediados de mayo ……..pag 27
Figura 10: Fragmento de diagrama de Gantt hasta principios de junio ……..pag 28
Figura 11: Fragmento de diagrama de Gantt hasta mediados de Junio | entrega TFG ……..pag 28
Figura 12: Fragmentos de diagrama de Gantt hasta primeros de diciembre | lanzamiento …..pag 29
Figura 13: Esquema inicial de navegación..... pag 33
Figura 14: Esquema/wireframe lo-fi en niveles de navegación .....pag 33
Figura 15: Página de inicio lvl1.....pag 34
Figura 16: Página de cursos lvl2 .....pag 35
Figura 17: Páginas de Recorrido y Material de apoyo lvl2 .....pag 36
Figura 18: páginas de curso y punto de recorrido lvl3 .....pag 37
Figura 19: página de lección lvl4.....pag 37
Figura 20: página de Inicio lvl1 .....pag 38
Figura 21: página de Recorrido lvl2 .....pag 38
Figura 22: página de cursos lvl2 .....pag 39
Figura 23: página de material lvl2.....pag 40
Figura 24: páginas de curso y punto de recorrido lvl3 .....pag 41
Figura 25: páginas de contacto .....pag 42
Figura 26: versión móvil .....pag 43
Figura 27: versión móvil.....pag 44
Figura 28: visión del Dashboard por un subscriptor .....pag 45
Figura 29: muestra iconogràfica .....pag 46
Figura 30: muestra iconográfica de la plataforma .....pag 46
Figura 31: distribución de Recorrido y Cursos ..... pag 47
Figura 32: submenú dentro del punto de recorrido ..... pag 47
Figura 33: Navegación de retorno y rectificación ..... pag 47
Figura 34: navegación horizontal de lecciones ..... pag 47
Figura 35: Listado de formularios de contacto ..... pag 48
Figura 36: muestras de donde configurar la seguridad …… pag 49
Figura 37: Antecedente al learning center …… pag 51
Figura 38: muestra de obtención del código de carpeta …… pag 54
Figura 39: constructor del tema …… pag 55
Figura 40: organización de carpetes .....pag 56
Figura 41: corrección necesaria ..... pag 57
Figura 42: animación de máscaras en AE …… pag 68
Figura 43: Montaje de la plantilla de los videos de lección…… pag 68
Figura 44: proceso de diseño iconos …… pag 69
Figura 45: iconos a fuentes …… pag 69
Figura 46: construcción de la plantilla ppt …… pag 70
Figura 47: producción de flipbook de referencia…… pag 70
Figura 48: muestras del backoffice del tema …… pag 71

Índice de tablas

Tabla 1: Arquitectura de la aplicación…… pag 23
Tabla 2: Plataforma de desarrollo …… pag 24
Tabla 3: fechas clave …… pag 25
Tabla 4: fases …… pag 26
Tabla 5: presupuesto …… pag 59
Tabla 6: DAFO …… pag74

1. Introducción/Preámbulo

En The Digital Box (empresa matriz) y MobilePro España (empresa filial) primamos la captación de distribuidores de nuestra plataforma de márquetin digital. Esta plataforma se caracteriza por una curva de aprendizaje rápida y un uso Drag and Drop que permite a nuestros distribuidores / resellers o a nuestros licenciatarios / licensy partners la creación, distribución y medición de todos los micro momentos solicitados por el cliente final al que representan.

Dado que generalmente las características y formación previa de los distribuidores no suelen ser comercial ni técnica, proporcionamos unos días de formación presencial o mediante reuniones virtuales. Lamentablemente, no siempre son suficientes reuniones para la asimilación de los contenidos o las novedades que vayan implementando en la plataforma, por lo que se realizan periódicamente formaciones online.

A medida que crece la red de distribución con su correspondiente demanda de recursos gráficos y la recurrencia en la solicitud de asistencia, nos vemos en la necesidad de optimizar y automatizar nuestras comunicaciones y servicios.

Figura 3: Sede de The Digital Box | Gioia del Colle (BA)

Figura 4: Sede de The Digital Box Hub (mobilepro) | BarcelonaMS Word.

2. Descripción/Definición/Hipótesis

Este proyecto pretende convertirse en lugar de apoyo y formación para los distribuidores de MobilePro como profesionales en Mobile Marketing. Esta formación pretende orientar al distribuidor en un modelo de negocio basado en la prestación de servicios al cliente final mediante campañas de comunicación digital.

El acceso estará restringido a los distribuidores en activo que estén al corriente de pago con el mantenimiento de la plataforma, pudiendo ser bloqueados si fuera necesario. El sitio será responsivo y accesible desde cualquier terminal móvil para poder ser consultado en cualquier momento.

Debido a la curva de aprendizaje, que varía dependiendo de cada perfil de distribuidor, las lecciones se agruparán por áreas o campos de trabajo. De tal manera, los distribuidores podrán centrar su empeño en las áreas del negocio que necesiten reforzar.

Para los iniciados o todos aquellos que prefieran ir accediendo a la información durante el transcurso de su actividad comercial, se presentará una distribución de lecciones a través de un mapa de recorrido profesional (roadmap) evitando así la posible infoxicación y consiguiente rechazo por parte del distribuidor.

En caso de que la información recibida no fuera suficiente, el distribuidor dispondrá de un foro para solicitar una ayuda más individualizada, compartir alguna experiencia o ayudar a otro distribuidor a solucionar su problema. Esta parte es delicada ya que se deberá mantener un control exhaustivo para evitar abusos en el uso, comentarios inapropiados o que dañen la imagen de la empresa.

Cada lección, por lo general, constará de una introducción, un video tutorial como mínimo y la documentación relacionada descargable. Estas lecciones se agruparán en cursos dependiendo de su contenido y función. En los textos introductorios podrá haber enlaces hacia el repositorio documental en el que encontrar más material de apoyo o fragmentos destacados de los webinar realizados.

El repositorio o área de documentación técnica, legal y gráfica el distribuidor podrá acceder tanto a la documentación técnica, contratos proforma, tabla de precios sugeridos, como al material corporativo, libro de estilo y algunas imágenes. Así mismo podrá acceder al listado de todos los documentos impresos incorporados en las lecciones y a los fragmentos de webinar realizados.

El área de ayuda y preguntas frecuentes podrá ser sustituido en un futuro por un chatbot, un asistente virtual semántico que incorpora la plataforma comercializada por mobilepro y por el momento se suplirá con el acceso a un foro en donde realizar consultas relacionadas con las distintas áreas de trabajo.

Figura 3: captura de pantalla, muestra de la integración en mobile-pro.net del chatbot corporativo

3. Objetivos

3.1. Objetivos principales

Requisitos de accesibilidad y navegación:

- Accesibilidad mediante un diseño minimalista, una estructura taxonómica sencilla, un correcto etiquetado, facilidad de navegación y la incorporación de un Chatbot .
- Adaptabilidad a múltiples dispositivos mediante el uso de una plantilla Wordpress multi-propósito y multi-dispositivo además de la inclusión de estilos personalizados gracias al uso de *Media Queries*

Documentación video gráfica básica necesaria para la actividad de un distribuidor:

- Formación básica sobre la plataforma y el funcionamiento de las herramientas.
- Formación técnica básica para la edición grafica de las comunicaciones.
- Formación básica en márquetin y estrategias de venta o comercialización.
- Formación básica en servicios relacionados y redes sociales.
- Acceso a nuestro ChatBot (asistencia AI*) a modo de FAQ

Acceso al material corporativo de referencia:

- Documentación legal y corporativa proforma
  (p.ej: Licensee contact,Reseller Contract)
- Documentación técnica para la integración de la API.
- Documentación general sobre el márquetin corporativo editable*.
- Material gráfico y documentos de apoyo varios.

3.2. Objetivos secundarios

- Área de debate y foro de participación por temática (networking colaborativo)
- Área para la muestra de ejemplos y campañas en curso
- Implantación de un canal de streaming para las formaciones en directo.

4. Marco teórico

4.1. Antecedentes

Desde mitad del siglo XX el *marketing* ha ido evolucionando muy rápidamente, pasando de las técnicas de marketing más clásicas y analógicas, a las técnicas de marketing digital actuales enfocadas principalmente al *mobile*, el dispositivo de conexión social más utilizado actualmente sin contar la televisión.

Con la aparición de internet y las cuentas de correo las estrategias de marketing se han ido adaptando a los nuevos medios de comunicación utilizando para ello nuevas herramientas y soluciones. Estas nuevas herramientas, como las que componen la plataforma ADA de Thedigitalbox, requiere de unos mínimos conocimientos del medio tanto técnicos como estratégicos que no siempre se poseen.

ADA pretende unificar y simplificar el proceso de comunicación de pymes y agencias permitiéndoles ahorrar en personal especializado para cada campo (ej: diseñador gráfico, web, programador, *community manager*). La plataforma permite crear, distribuir y medir pequeños contenidos diseñados para su reproducción en terminales móviles con la intención de alcanzar al cliente directamente y buscando una reacción inmediata.

4.2 Stakeholder, perfil del usuario focal

El perfil mayoritario del distribuidor es el de un hombre (70%) o mujer (30%) de mediana edad de entre 35 y 50 años, de estudios medios, en paro o autónomo que busca reorientarse profesionalmente y se siente atraído por la tecnología. Por lo general el distribuidor medio carece de conocimientos tecnológicos avanzados y de aptitudes para la venta, pero están familiarizados con las funciones sencillas como las de “Drag and Drop”, uso de navegadores y redes sociales.

Sienten y entienden que el canal más directo para cualquier tipo de publicidad y campaña de márquetin digital son los terminales móviles. Ante la aparente facilidad de creación de campañas y uso de la plataforma se vinculan a la empresa sin terminar de entender por lo general el modelo de negocio y los servicios potenciales que pueden llegar a ofertar.

Existen cuatro grupos de distribuidores; los que nunca intentarán desarrollar la distribución y por lo tanto terminan realizando una donación; los “analfabetos tecnológicos”, que tardarán en arrancar el modelo de negocio e inicialmente perderán clientes descontentos por sus servicios; los que carecen de dotes y/o conocimientos para la venta, por lo que les costará realizar prospecciones a puerta fría así como cerrar las ventas en las entrevistas convenidas debido generalmente a falta de planificación previa.

4.3 Escenarios

Los escenarios a los que se enfrentará un distribuidor son muy variados y van desde hacerse con el control de la plataforma, aprender a gestionar las diferentes cuentas, así como crear y distribuir las distintas campañas de sus clientes. Para ello necesitará tener unos mínimos conocimientos gráficos, de marketing y de redes sociales. Partiendo de estos escenarios podemos hacer el recorrido natural en el desarrollo profesional de un distribuidor.

Escenario 1 – El distribuidor/a una vez finalizado el período de formación inicial, realizado de manera presencial u online, se enfrenta a la tarea de crear su presentación profesional con la que poder realizar su primera prospectiva de clientes. Es en ese momento cuando se percata de que carece

de una identidad profesional correctamente desarrollada. Precisa de tarjetas corporativas para presentarse, posiblemente carpetas portafolio, algún material que acompañe su presentación, así como una presencia online en caso de que el cliente potencial se sienta interesado y quiera más información.

Escenario 2 – El distribuidor/a, que está reorientándose profesionalmente, ya tiene su presentación profesional desarrollada y entiende cómo funciona la plataforma, pero no sabe por dónde empezar a buscar clientes y cómo contactar con ellos.

Escenario 3 – El distribuidor/a consigue su primer cliente y ha de comenzar a planificar las acciones comunicativas y para ello ha de activar la cuenta del cliente correctamente con todos los servicios contratados. Debido al tiempo transcurrido desde que se recibe la formación hasta que el distribuidor consigue su primer cliente es muy probable que haya olvidado los pasos a seguir para gestionar la cuenta correctamente.

Escenario 4 - El distribuidor/a ha de realizar la primera campaña para su cliente y para ello ha de editar las imágenes aportas por el cliente ya que no se adaptan a los formatos correctos. Además, ha de incorporar el logotipo de su cliente sobre la imagen de cabecera y utilizar el color corporativo.

Escenario 5 – Un distribuidor/a comienza a prestar sus servicios a una empresa de un nuevo sector y necesita consejo e inspiración sobre las acciones más habituales propias de ese sector.

Escenario 6 – Un distribuidor/a que no haya podido asistir a un Webinar programado está interesado en obtener un resumen o documentación al respecto.

5. Contenidos

El sitio Web pretende convertirse en el centro de referencia formativa para los distribuidores de MobilePro. Este proyecto será el punto de partida y test de donde partirá la evolución al plano internacional bajo la marca principal, The Digital Box. Si bien este proyecto está diseñado para un solo idioma, en su evolución deberá adaptarse en temario y contenido a los distintos países en los que la plataforma tiene presencia.

Esta Web será de acceso restringido a los distribuidores y su mantenimiento ha de ser sencillo y accesible a los editores, que por lo general desconocen el funcionamiento de un CMS. Este es uno de los principales motivos por los que se realizará una segunda instalación de Wordpress dentro del dominio de mobile-pro.net contratando una base de datos independiente al de la página principal por motivos de seguridad.

El material formativo principal, lecciones, constará de un resumen de cada contenido acompañado de su correspondiente video tutorial además de, si fuera necesario, documentación gráfica descargable.

Como refuerzo de la formación, se pondrá a disposición del distribuidor material gráfico adquirido por MobilePro o por TheDigitalBox para la construcción de sus presentaciones profesionales y material de muestra.

Con la intención de obtener de los distribuidores el mayor feedback posible, se instalará un foro de discusión donde estos puedan exponer sus dudas, sus resultados o sus experiencias. De igual manera, y para facilitar la comunicación con la plantilla, cada área dispondrá de su propio formulario de contacto para que cada asunto alcance al compañero encargado de dicha área.

En la pantalla de inicio, página en abierto, primará la promoción de las novedades en la plataforma, así como del acceso a los contenidos formativos y de apoyo. Estos estarán definidos gráficamente y se dividirán, por el momento, en tres partes: *Roadmap*, o recorrido profesional; Cursos, divididos entre plataforma y desarrollo profesional; material de apoyo.

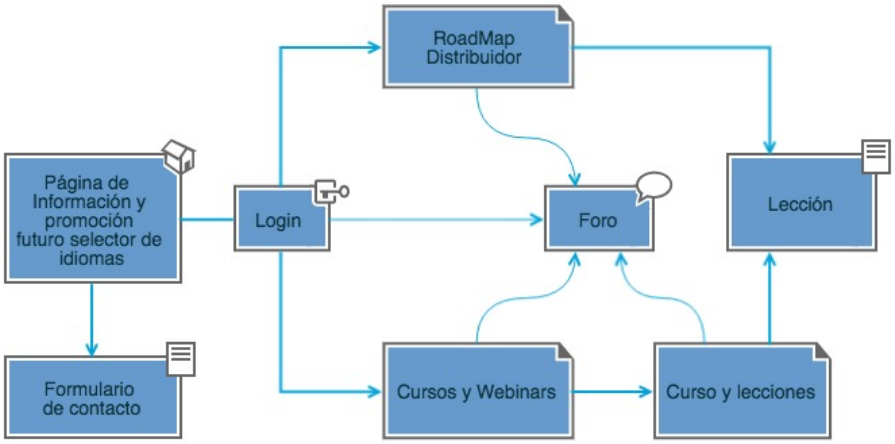


Figura 4: Esquema de navegación inicial

El *roadmap* se plantea como sugerencia y lecciones indispensables a seguir, con la intención de evitar la apatía o infoxicación del distribuidor novel. La plataforma va creciendo en funcionalidades a lo largo del tiempo y toda la información necesaria para controlarla puede ser algo abrumadora. Así pues, el mapa de recorrido plantea la orientación profesional a los cinco escenarios más habituales:

- Creación de su propia identidad profesional,

- Conocimiento básico de las capacidades y objetivos de la plataforma,
- Búsqueda de contactos,
- Firma y alta de cuentas
- Servicios al cliente

Los cursos se dividirán entre los relacionados con el uso de la plataforma y los de capacitación profesional recomendada. Por este motivo quedarán divididos entre **Plataforma**: Administra, Crea, Distribuye y Mide y **Desarrollo profesional**: Ventas, Edición y Social Media.

En material de apoyo deberá facilitarse los documentos y modelos legales corporativos para el uso y modificación de los distribuidores, así como información corporativa y estilística. En esta sección se podrá acceder a un banco de imágenes privado y documentación escrita de los cursos y Webinar realizados.

5.1 Mapa de recorrido

Punto 1 – Identidad profesional

- **A01** "Puesta en marcha del negocio", apertura de una plataforma de agencia (Que soy y desde donde trabajaré.) alta de cuenta como cliente
- **E01** accede a tu área privada para crear tu propia identidad corporativa (carta modelo de solicitud de altas y firmas)
- **S01** Instrucciones básicas para tu visibilidad online

Punto 2 – Conoce el objetivo de tus productos

- **C01** Tus herramientas y sus objetivos
- **D01** Medios de distribución de campañas
- **C02** Landing page (capítulo introductorio)
- **C07** Storytelling
- **C08** Uppermail
- **C09** Optin tool
- **C10** Chatbot
- **C11** SocialContent

Punto 3 – Búsqueda de tus clientes

- **V01** - Crea tu presentación profesional
- **C07** – Crea tu propio Storytelling (storytrelling)
- **V02** - Actuales medios para el contacto
- **V03** - Análisis del mercado
- **V04** - Análisis de la competencia
- **V08** - Gestión del tiempo y flujo de trabajo.
- **V05** - Argumentos para venta (que, porqué, para quién y cómo lo hago)
- **V06** - Análisis de las necesidades del cliente.

Punto 4 – Tu primer cliente

- **V07** Cierre de venta (documentación para el cierre de venta: formulario, contratos y documentos)
- **A02** Activación de productos adquiridos (alta plataforma y recarga de créditos, alta abonos y opcionales)
- **A03** Personalización de la plataforma (cumplimentación de la anagráfica y mail de información al cliente)

Punto 5 – Servicios al cliente (gestión comercial)

- V09 - Creación de un plan de comunicación según las necesidades del cliente y las limitaciones contratadas. (Análisis de la situación, Establecer objetivos, formulación de estrategias, material necesario corporativo, diseño de acciones, plan de cobro)
- V10 - Definición de una agenda de visitas para la definición de las campañas.
- Gestión del Ada Social Content del cliente para las publicaciones en RRSS
- D02 Envío de campañas (inmediato o programado)
- M01 - Medición de resultados
- M02 Análisis estadísticos (demográficos y de comportamiento de usuarios).

5.2 Cursos

5.2.1 Plataforma

Administra:

Aprende a gestionar, desde tu plataforma de distribuidor, las cuentas de tus clientes, acredita los productos contratados y controla la evolución de las activaciones.

- A01 "Puesta en marcha del negocio", apertura de una plataforma de agencia (Que soy y desde donde trabajaré.)
- A02 Recarga (sms y créditos email)
- A03 Opcionales (sms coupon, analítica, sms top ,sms low cost,)
- A04 Abonos anuales (paquete ada, activación plataformas y licencias individuales)
- A05 Eliminación de cuenta
- A06 Configuración de cuenta
- A07 Importación de base de datos
- A08 Exportación de base de datos
- A09 Utilidades

Crea

- C01 Tus herramientas y sus objetivos
- C02 Landing page (genérico)
- C03 Landing Promotion, Lead y Cupón
- C04 Landing Survey y Survey Dinámica
- C05 Landing Booking y Deal
- C06 Landing MyFlyer y Donation
- C08 Uppermail
- C09 Optin tool
- C10 Chatbot
- C11 SocialContent

Distribuye

- D01 Medios de distribución de campañas
- D02 Envío de campañas (inmediato o programado)
- D03 Envíos de SMS Low/Top
- D04 Envíos de Uppermail
- D05 - Publica y comparte (social), inserción de campañas y códigos QR

Mide

- M01 Medición de resultados
- M02 Análisis estadísticos (demográficos y de comportamiento de usuarios).
- M03 Medición de resultados landing, stoprytelling,
- M04 Medición de resultados sms y uppermail,
- M05 Medición de resultados Chatbot
- M06 Medición de resultados SocialContent
- M07 Análisis estadísticos (comportamiento de usuarios) leadscoring. Analíticas de cliente
- M08 ejemplo de segmentación por comportamiento

5.2.2 Desarrollo profesional

Venta

- V01 Personal Brandig: la importancia de cuidar tu imagen profesional
- V02 Actuales medios de contacto
- V03 Análisis del mercado
- V04 Análisis de la competencia
- V05 Argumentos de venta
- V06 Análisis de las necesidades del cliente
- V07 Cierre de venta
- V08 Gestión del tiempo y flujo de trabajo
- V09 Creación de un plan de comunicación
- V10 Definición de una agenda de visitas

Edición

- E01 accede a tu área privada para crear tu propia identidad corporativa (carta modelo de solicitud de altas y firmas)
- E02 Búsqueda de imágenes y descarga
- E03 Edición de tamaños y formatos
- E04 Composición y recorte
- E05 Edición de imágenes por capas
- E06 Edición no destructiva
- E07 - recursos de edición
- E08 HTML & CSS
- E09 Modificación de estilos CSS
- E10 Inserción de etiquetas HTML

Redes Sociales

- S01 Tu visibilidad online
- S02 Página profesional Facebook
- S03 Twiter
- S04 Perfil professional Linkdin
- S05 Pinterest y Tumblr
- S06 Social Content

5.3 Material de apoyo

Identidad corporativa: Códigos de color, logotipos en distintos formatos, fuentes tipográficas utilizadas, documentación y papelería corporativa.

Banco de imágenes: Imágenes completas en formato JPEG e imágenes con transparencia PNG para composición.

Manuales y documentos de referencia: Manuales de la API, manuales de los Cursos y documentación de los Webinar.

Ejemplos de micro-contenidos: Ejemplos de Landing page, de Storytelling y ¿ Chatbot?

6. Metodología

6.1 Definición del contenido

Sondeo a los distribuidores para captar sus necesidades y experiencia inicial. Reunión con la cofundadora de MobilePro y experta en el uso de la plataforma, Isabel Hidalgo; el representante de ventas, Jaime Genovart y el encargado del Social Media de la empresa Andrés de León, con la finalidad de estructurar el programa formativo por temáticas y lecciones.

6.2 Definición estilística

Documentación gráfica de The Digital Box aplicada a los colores corporativos de MobilePro. Creación de plantillas y el uso de un Theme Wordpress profesional ayudarán a mantener la coherencia gráfica necesaria tanto en las páginas como en los video tutoriales o los documentos de apoyo.

Diseño de caracteres especiales para ser utilizados como tipografía iconográfica siguiendo el estilo marcado por los iconos de la plataforma ADA: Crea, Distribute y Mide.

Figura 5: Iconos utilizados por en la plataforma ADA comercialitzada por TheDigitalBox

Homogenización gráfica aplicando el mismo filtrado a las imágenes de cabecera de cada sección.

6.3 Definición técnica

Documentación y prueba de CMS multilenguaje, temas multipropósito y plugins para la gestión de los permisos a los contenidos.

Estudio del sistema para la gestión del contenido más conveniente según la capacidad, necesidades técnicas y económicas.

Estudio de aplicación del Learning Management System (LMS) y otros posibles plugins para la gestión de los cursos y lecciones.

Pruebas de adaptabilidad (responsive design) mobile-first y códigos externos al tema escogido para la inserción de contenido.

6.4 Diseño UI y usabilidad

Diseño UI, prototipados y tests de usabilidad (Evaluación Heurística.
Y Recorrido Cognitivo)

Diseño de la interfaz del usuario y la interacción de usuario teniendo en cuenta la diferencia entre distribuidor novel y experimentado.

6.5 Análisis del comportamiento de usuarios

Uso del plugins y APIs como el Google Analytics para estudiar el comportamiento del usuario dentro de la página web.

6.6 Gestión del tiempo mediante Cronograma

Planificación y control del proceso de trabajo mediante el uso de un diagrama de Gantt determinando las entregas de las PACs como Hitos.

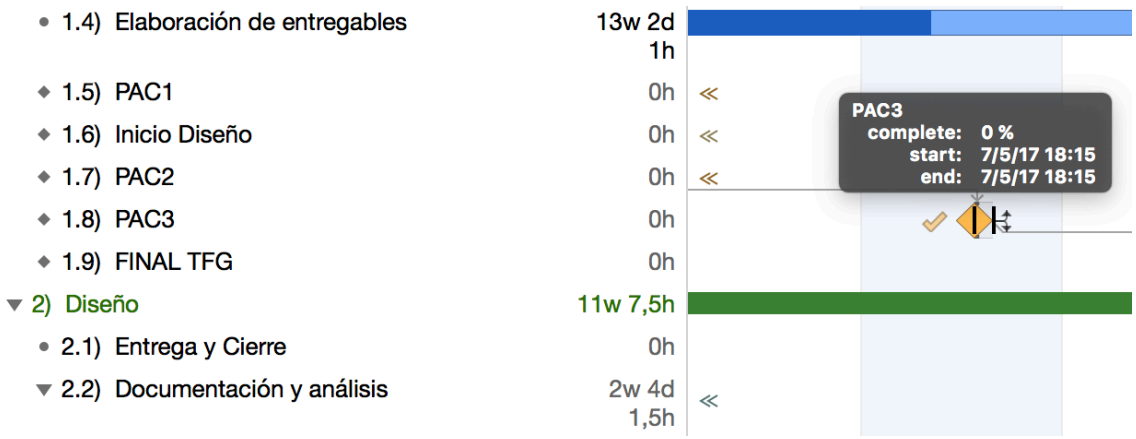


Figura 6: Fragmento del diagrama de Gantt utilizado

6.7 Producción del contenido

6.7.1 Producción videográfica

Los video tutoriales se realizarán mediante captura de pantalla con Quicktime y grabación de audio a tiempo real. Tras la limpieza de audio posterior se editará el video añadiendo carátula de entrada y de salida como en la Demo actual.

Figura 7: Esquema de caràtula de entrada de cada tutorial

6.7.2 Producción gráfica de manual

La producción de los resúmenes y guias gráficas se realizarán mediante el uso de una plantilla en powerpoint que permita su posterior exportación a pdf y publicación en la web. Estos documentos podrán ser utilizados posteriormente para presentaciones o formación.

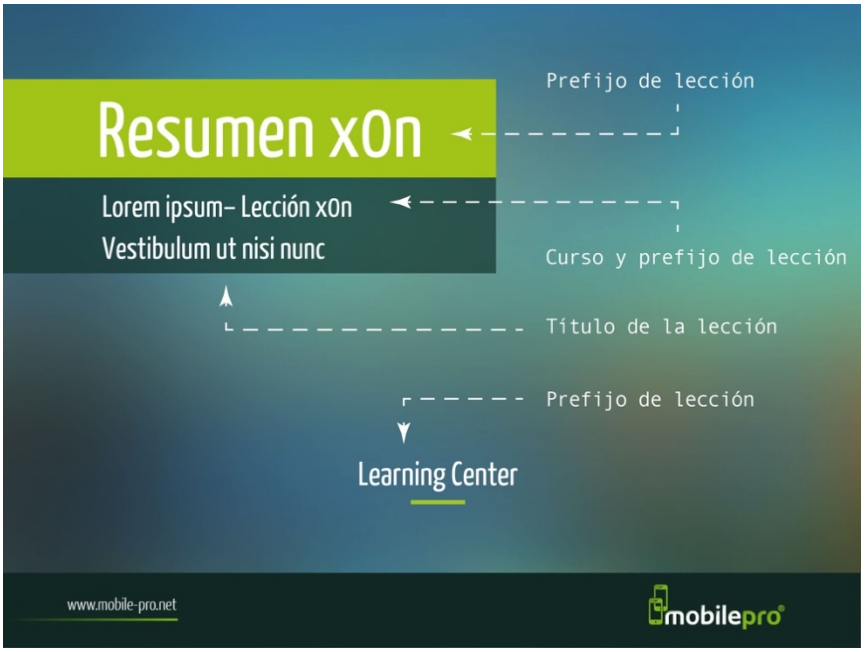


Figura 8: Esquema de portada para los resúmenes de apoyo a las lecciones

6.8 Incorporación del contenido

6.8.1 Implementación videográfica

Se utilizará la red social YouTube como canal de alojamiento de los distintos videotutoriales en modo oculto y posteriormente se pasará a enlazarlos en sus respectivas lecciones mediante un código determinado escogida su visualización.

6.8.2 Implementación documental de las lecciones

Los documentos resumen se importarán en formato pdf con el uso de una extensión adquirida, PDF To FlipBook Extension, del plugin instalado Responsive FlipBook Plugin . Como disparador se utilizará un botón que activará una ventana modal con el flipbook.

6.8.3 Implementación documentos de apoyo

Los documentos de apoyo gráfico, guía o corporativo quedarán ordenados en carpetas alojadas en Google Drive que a su vez estarán enlazadas en la página mediante un código de presentación concreto.

7. Arquitectura de la aplicación/sistema/servicio

Se trata de una aplicación Web basada en un sistema de gestión de contenidos mediante Wordpress con una presentación responsiva gracias a un tema multipropósito adaptado mediante la creación y edición de un tema hijo.

Cliente	Servidor	BBDD
HTML5 y CSS3 Enfold 4.0 última acualización 17/05/17 Tema Enfold compatible con los navegadores: IE8, IE9, IE10, IE11, Firefox, Safari, Opera, Chrome, Edge	ISS Version: Apache/2.2.22 Plan personal con hasta 100 GB de espacio en disco PHP 5.4 Módulo Wordpress Scripts compatibles: PHP (5.3 a 7.1), Perl, Python	MYSQL v.5.5 Base de datos de hasta 400 MB Máximo de 30 conexiones simultáneas.

Tabla 1: Arquitectura de la aplicación

8. Plataforma de desarrollo

	Software	Hardware	Web-apps
Wordpress 4.8	Apache/2.2.22 PHP 5.4 MySQL 5.5 HTML5 CSS3	Servidor Linux webm280.mp.ha.ovh.ne	Fontello.com
Edición imágenes	Photoshop	Mac mini 2014	
Edición gráficos	Illustrator	Macbook pro 2016	
Captación de video	Quicktime	Olympus om 5 markII Micrófono boya	
Montaje videotutoriales	Premiere	Mac mini 2014	
Animaciones cabecera	AfterEffects		
Limpieza audio	Audition	Wacom intuos	

Tabla 2: Plataforma de desarrollo

9. Planificación

9.1 Hitos/ fechas clave

Aceptación del proyecto	6/03/12
PAC1	07/03/17
Inicio del Diseño	09/03/17
PAC2	05/04/17
PAC3	07/05/17
Entrega Final (estructuración)	19/06/17
Fecha límite de lanzamiento	1/12/17

Tabla 3: fechas clave

Tras una conversación con el director de la empresa, queda aceptado el uso de los recursos de la empresa para desarrollar este proyecto (06/03/12). Tras la entrega de la PAC1 se inicia la fase de documentación y diseño (09/03/17) para conseguir estructurado el proyecto en la entrega de la PAC2 (05/04/17).

En la entrega de la PAC3 (07/05/17) se consigue tener definidos todas las lecciones y organizada la navegabilidad y los elementos gráficos principales. Para la Entrega Final (19/06/17) se deberán tener definidas las plantillas y un contenido Demo/genérico a modo de ficticio para incorporar en cada lección y poder realizar los primeros test de usuario.

Calculando un tiempo medio de producción de 3 lecciones a la semana (grabación y edición de los videotutoriales y pdf) nos da un total de 21 semanas, que sumándole las vacaciones de Agosto, me lleva hasta el 1 de diciembre del presente año. Siendo optimistas podría llegar a lanzarse el 09/10/17

9.2 Fases

La planificación se ha dividido en 4 partes:

- Seguimiento y control
- Diseño
- Producción
- Difusión

0) TFG	6/3/17	1/12/17
1) Seguimiento y Control	6/3/17	1/12/17
1.1) Reunión informativa	7/3/17	7/3/17
1.2) Acta aceptación	6/3/17	6/3/17
1.3) Marco legal	7/3/17	8/3/17
1.4) Elaboración de entregables	7/3/17	15/6/17
1.5) PAC1	7/3/17	7/3/17
1.6) Inicio Diseño	9/3/17	9/3/17
1.7) PAC2	5/4/17	5/4/17
1.8) PAC3	7/5/17	7/5/17
1.9) FINAL TFG	19/6/17	19/6/17
1.10) Fecha límite de contenidos	1/12/17	1/12/17
2) Diseño	7/3/17	9/10/17
2.1) Entrega y Cierre	9/10/17	9/10/17
2.2) Documentación y análisis	7/3/17	28/3/17
2.2.1) Análisis de la competencia	7/3/17	11/3/17
2.2.2) Definición del usuario focal	11/3/17	11/3/17
2.2.3) Definición de escenarios	12/3/17	14/3/17

2.2.4) Definición de contenidos	14/3/17	21/3/17
2.2.5) Requisitos técnicos y de contenido	21/3/17	28/3/17
2.3) Estructura	21/3/17	22/5/17
2.3.1) Arquitectura de la información	21/3/17	26/3/17
2.3.2) Diseño de Wireframes	26/3/17	24/4/17
2.3.2.1) Diseño UI	26/3/17	31/3/17
2.3.2.1) Diseño UI	31/3/17	5/4/17
2.3.2.3) Testing informal de Usabilidad	5/4/17	8/4/17
2.3.2.4) Diseño de Interacción	8/4/17	10/4/17
2.3.2.5) Correcciones / Modificaciones	10/4/17	15/4/17
2.3.2.6) En alta	15/4/17	24/4/17
2.3.3) Test Heurístico	24/4/17	29/4/17
2.3.4) Correcciones / Modificaciones	29/4/17	3/5/17
2.3.5) Test de Usuario	3/5/17	15/5/17
2.3.6) Correcciones / Modificaciones	15/5/17	22/5/17
3) Producción	22/5/17	29/6/17
3.1) Videográfica	22/5/17	7/6/17
3.1.1) Grabación de videotutoriales	22/5/17	2/6/17
3.1.2) Maquetación de videotutoriales	2/6/17	7/6/17
3.2) Documentación	7/6/17	15/6/17
3.2.1) Presentaciones PDF	7/6/17	15/6/17
3.3) Instalación y configuración	2/6/17	29/6/17
3.3.1) CMS	2/6/17	3/6/17
3.3.2) Tema	3/6/17	4/6/17
3.3.3) Plugins	4/6/17	4/6/17
3.3.4) Fuentes y estilos	4/6/17	7/6/17
3.3.5) desarrollo de los contenidos	15/6/17	29/6/17
4) Difusión	29/6/17	9/10/17
4.1) Carga en el servidor	29/6/17	7/7/17
4.2) Test de usuarios	8/7/17	30/7/17
4.3) Comunicación	30/7/17	10/8/17
4.4) Correcciones y Mantenimiento	10/8/17	9/10/17

Tabla 4: fases

Seguimiento y control - me permitirá el control temporal de los hitos (entregas de las Pacs) así como de los documentos y entregables a realizar.

Diseño - la fase de diseño se subdivide en "Documentación y análisis" y "Estructura". En la primera encontraremos el análisis de la competencia, la definición del usuario focal, la definición de los escenarios y delos contenidos, así como los requisitos técnicos del mismo. En la fase "estructura" desarrollaré la arquitectura de la información, el diseño de wireframes con su correspondiente evaluación informal de usabilidad y correcciones, Test heurístico y de usuarios.

Producción – En esta fase alcanzaré la fecha de entrega por lo que esta se prolongará por encima de la fecha hacia la implantación de los contenidos que no lo podrán ser maquetados hasta que estos no estén producidos.

Esta etapa se divide en: producción gráfica y video gráfica, en la que espero tener ayuda de los compañeros de trabajo representantes de cada lengua; presentaciones en PDF y flipbooks, conversión del material para ser integrado en la web; instalación y configuración, donde está planificada la instalación del CMS, base de datos, temas y plugins necesarios para presentación parcial del proyecto el 19 de junio del 2017 junto con algún material a modo de ejemplo.

Difusión – Esta etapa consta de tareas como la carga en el servidor del proyecto, test de usuarios reales, comunicación y trabajos de corrección y mantenimiento. Esta etapa se escapa del cálculo temporal inicial adjunto en este documento, pero con el deseo de por lo menos realizar la tarea de carga en un servidor a modo de test.

9.3 Diagrama de Gantt

Adjunto un PDF con el diagrama ya que al ser tan dilatado en el tiempo he de trocearlo.

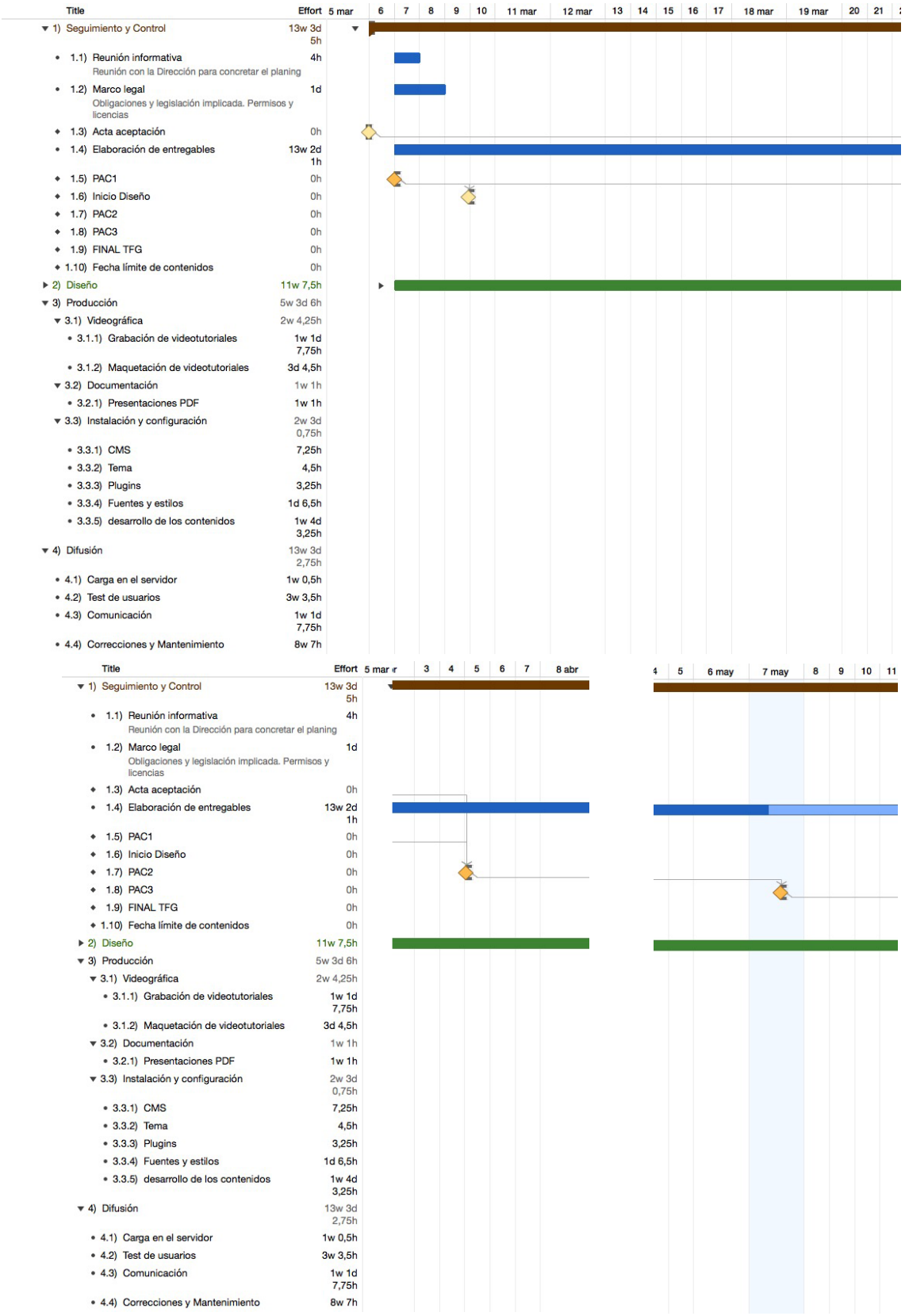


Figura 9: Fragmentos de diagrama de Gantt hasta mediados de mayo

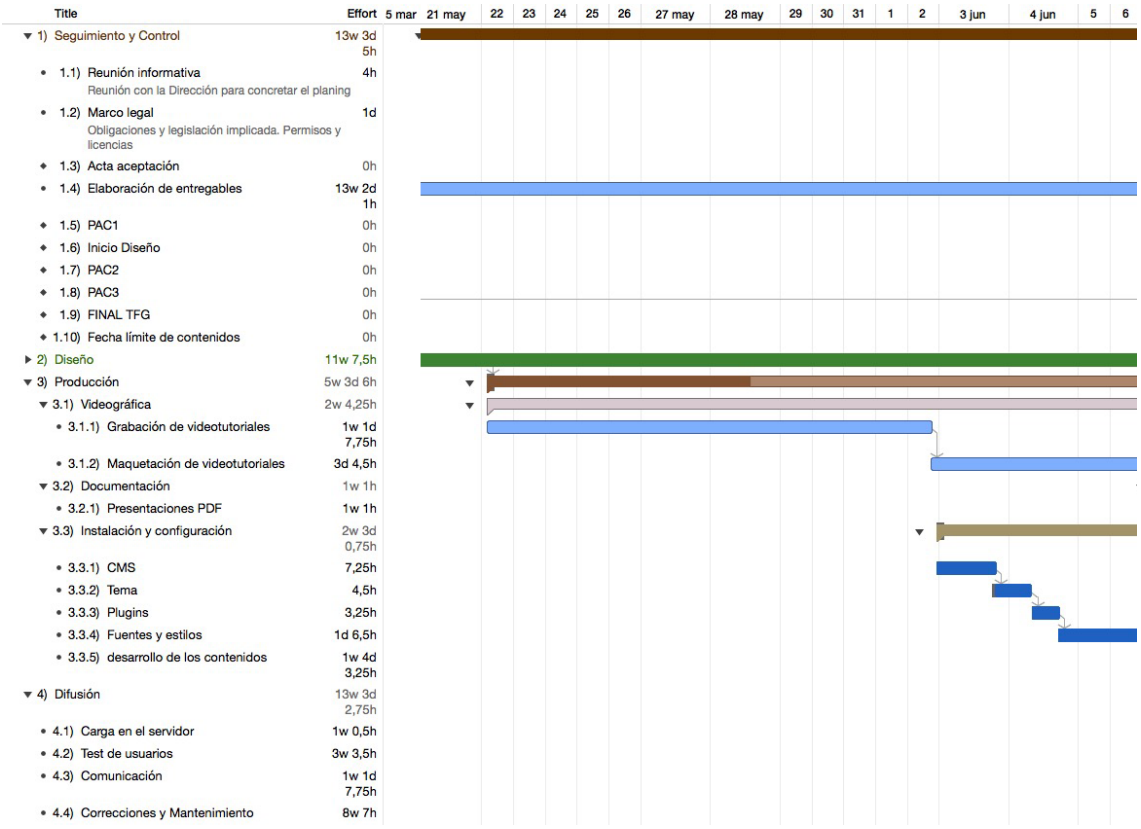


Figura 10: Fragmento de diagrama de Gantt hasta principios de junio

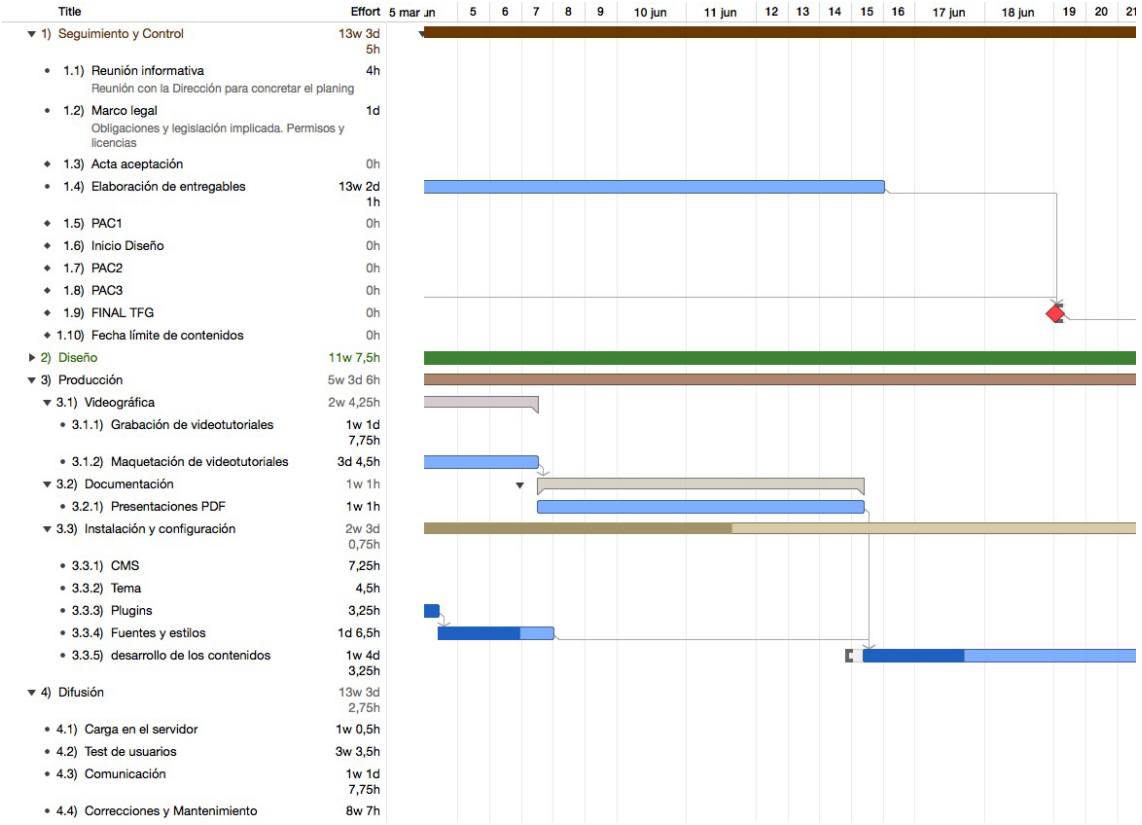


Figura 11: Fragmento de diagrama de Gantt hasta mediados de Junio | entrega TFG

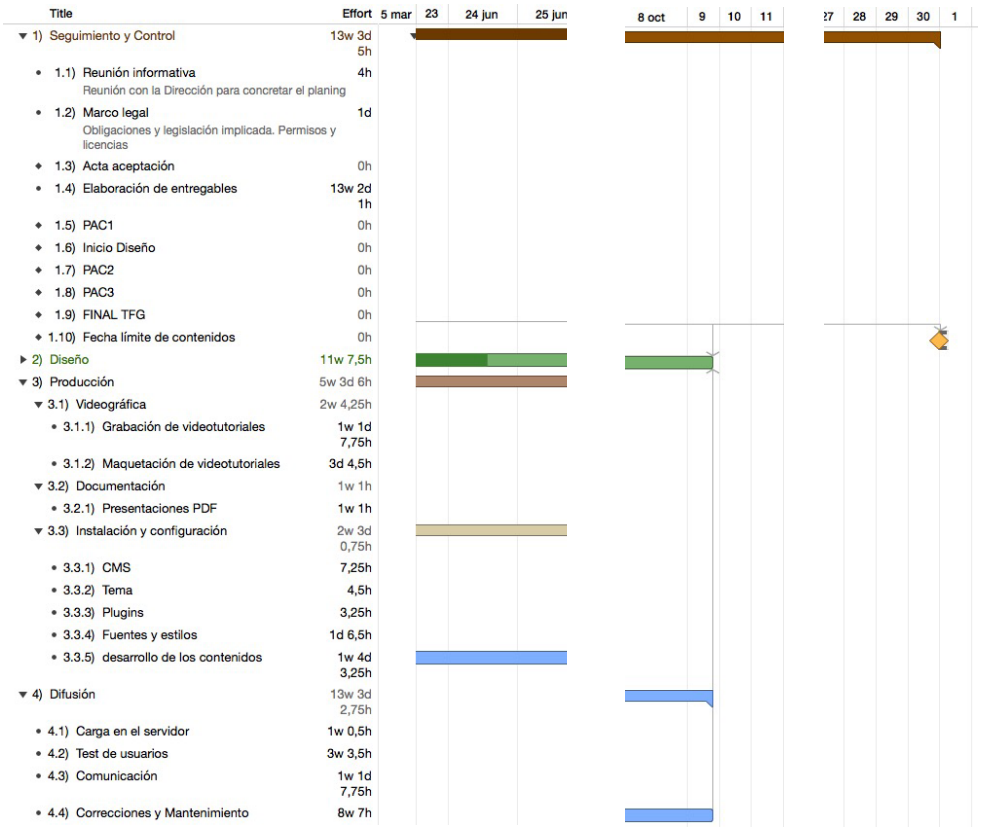


Figura 12: Fragmentos de diagrama de Gantt hasta primeros de diciembre | lanzamiento

10. Proceso de trabajo/desarrollo

Tras una rápida y superficial documentación debido al límite temporal, me he centrado en el diseño estructural de la Web para posteriormente desarrollar las plantillas que utilizaré para la edición de los videotutoriales y los PDF de apoyo.

Una vez redactados las guías y publicadas en pdf se grabarán los videotutoriales principalmente capturando la pantalla con el uso de Quicktime y grabando el audio con ayuda de un micrófono de boya. Las plantillas con la cabecera de entrada y los presets de audio permitirá una edición más rápida y todos los videotutoriales y documentos mantendrán la coherencia exigida a un material corporativo profesional.

Una vez editados los editores se encargarán de incorporar los documentos en sus carpetas correspondientes en el Google Drive. Estas carpetas estarán vinculadas al área de material de apoyo.

El proceso de diseño se ha realizado partiendo de la hoja de estilo de mobilepro y los recursos gráficos de MobilePro y The Digital Box. Tomando como referencia recursos gráficos recurrentes en la Plataforma comercializada, he desarrollado un grupo de iconos que he incorporado en la Web con ayuda de la web-app fontello.com , esta webapp los empaqueta para su posterior uso como fuente tipográfica instalable en el tema Enfold.

11. APIs utilitzades

Wordpress 4.8

Justificación:
Para la gestión de contenidos de manera regular se requiere el uso de un *Content Manager Sistem* de uso sencillo y flexible, por lo que he decidido utilizar Wordpress por su amplia oferta de temas, plugins, sencillez de instalación y mantenimiento.

Mobilepro (Child theme de Enfold - Versión: 4.0.3, by kriesi)

Justificación:
Debido a que el uso del tema Enfold, como tema padre, se aplica a la web corporativa y cumple con los requisitos mínimos de adaptabilidad y flexibilidad he decidido continuar con su uso. El tema no está optimizada específicamente para los smartphone como puede ser Divi, pero es lo suficientemente responsivo y accesible. Su compatibilidad con muchos de los plugins más utilizados y su constructor visual lo hace un tema apto para el diseño del learning center. Se utilizará un tema hijo para realizar las modificaciones CSS e incorporación de tipografías en el functions.php y preservarlas de las futuras actualizaciones del tema padre.

WordPress Simple Membership Versión 3.4.9 (by smp7, wp.insider)

Justificación:
Un plugin certificado que ayuda a gestionar los permisos y restringir el acceso tanto a páginas, post y lecciones. Se ha verificado que reconoce los perfiles de estudiante de Namaste por lo que se puede restringir el acceso a ese perfil utilizando este plugin.

Extensiones:
Para poder modificar rápidamente los textos de los mensajes y la redirección tras el logeo he instalado las extensiones *Simple Membershio After Login Redirection* y el *Simple Membership Custom Message*

Contact Form - Versión 4.8 y Flamingo - Versión 1.6 (by Takayuki Miyoshi)

Justificación:
Debido a la conveniencia de un envío de una respuesta automática de manera personalizada y el registro del consiguiente contacto utilizando extensiones del mismo creador como es Flamingo plugin. Al igual que el descatalogado Contact Form DB, este permite la exportación de todos los contactos con sus campos correspondientes en un archivo .csv

Responsive FlipBook WordPress Plugin 2.4 (by MassivePixelCreation)

Justificación:
Un plugin ya comprado y testado con el tema Enfold, que funciona en la página corporativa y que permite visualizar los PDF como si de una revista se tratara. Aunque es una elección más visual que funcional, es responsiva y se adapta al *mobile* perfectamente.
Extensiones:
Para poder cargar rápidamente los PDF y convertirlos a flipbook he adquirido *PDF Wizard - Responsive FlipBook WP Extension* y agilizar el proceso implantación.

bbPress - Versión 2.5.12 (by The bbPress Community)

Justificación:
Un plugin recomendado ya en las propias Demos instalables del tema Enfold así como en múltiples hilos del foro de soporte de kriest. Al tratarse de un objetivo secundario queda pospuesto su análisis técnico ya que en instalación local parece no funciona.

Reveal IDs - Versión 1.5.1 by Oliver Schlöbe)

Justificación:
Plugin utilizado para mostrar los ID de las páginas y recursos como los ID de los Foros y aplicarlos posteriormente en los Shortcodes para llamar un foro en concreto por ejemplo.

Google Analytics for WordPress (by MonsterInsights)

Justificación:
Permite vincular el código de google analytics y obtener informes simplificados al mismo tiempo que usar los eventos de Js para enriquecer el seguimiento del uso de la web .

Seo Yoast - Versión 4.9 (by Team Yoast)

Justificación:
Principalmente para posicionar la home de manera natural. Es el plugin más utilizado para ello.

Duplicate Post – Versión 3.2 (by Enrico Battocchi)

Justificación:
Plugin para duplicar post o páginas y agilizar así el trabajo de construcción mediante copia y modificación.

12. Diagramas UML

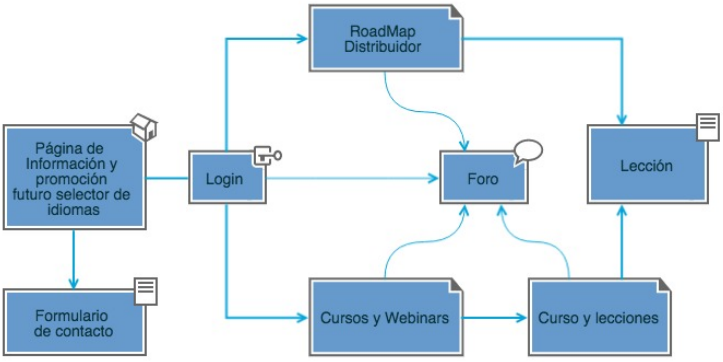


Figura 13: Esquema inicial de navegación

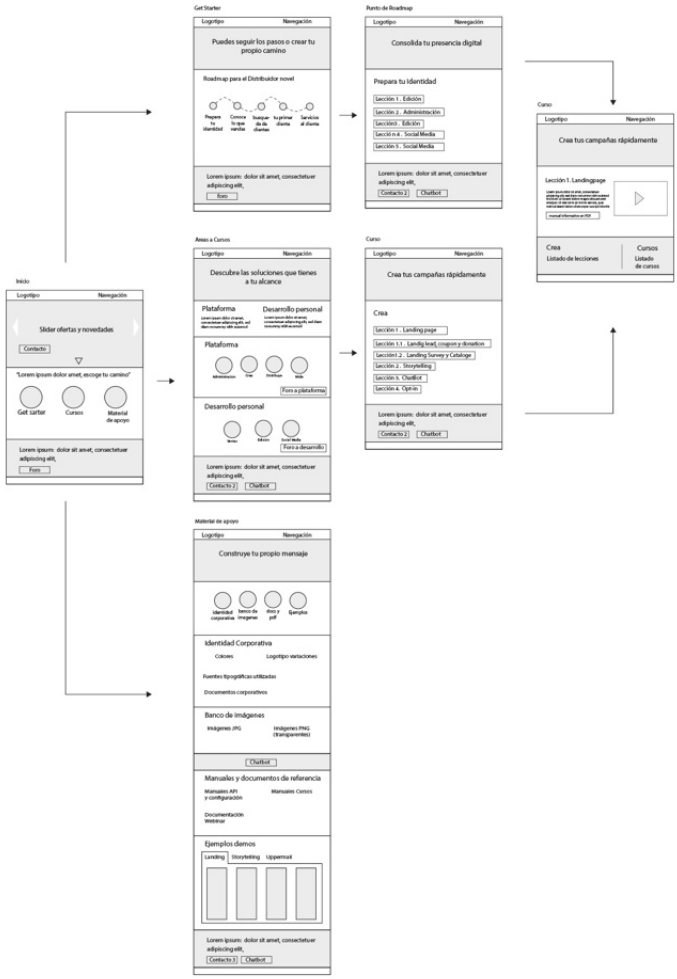


Figura 14: Esquema/wireframe lo-fi en niveles de navegación

13. Prototipos

13.1 Lo-Fi

Estructura de la página principal que ofrecerá en primer lugar un slider con las novedades y herramientas más atractivas de la plataforma, dando acceso a un formulario de contacto. A continuación se podrá acceder a los tres objetivos de la Web, que son: Un mapa de recorrido profesional (Get Starter), la ordenación por cursos y áreas de trabajo (Cursos), y el material de apoyo. Como footer, cerrando la home, un mensaje invitando al contacto con la empresa y un botón de contacto o del futuro chatbot.

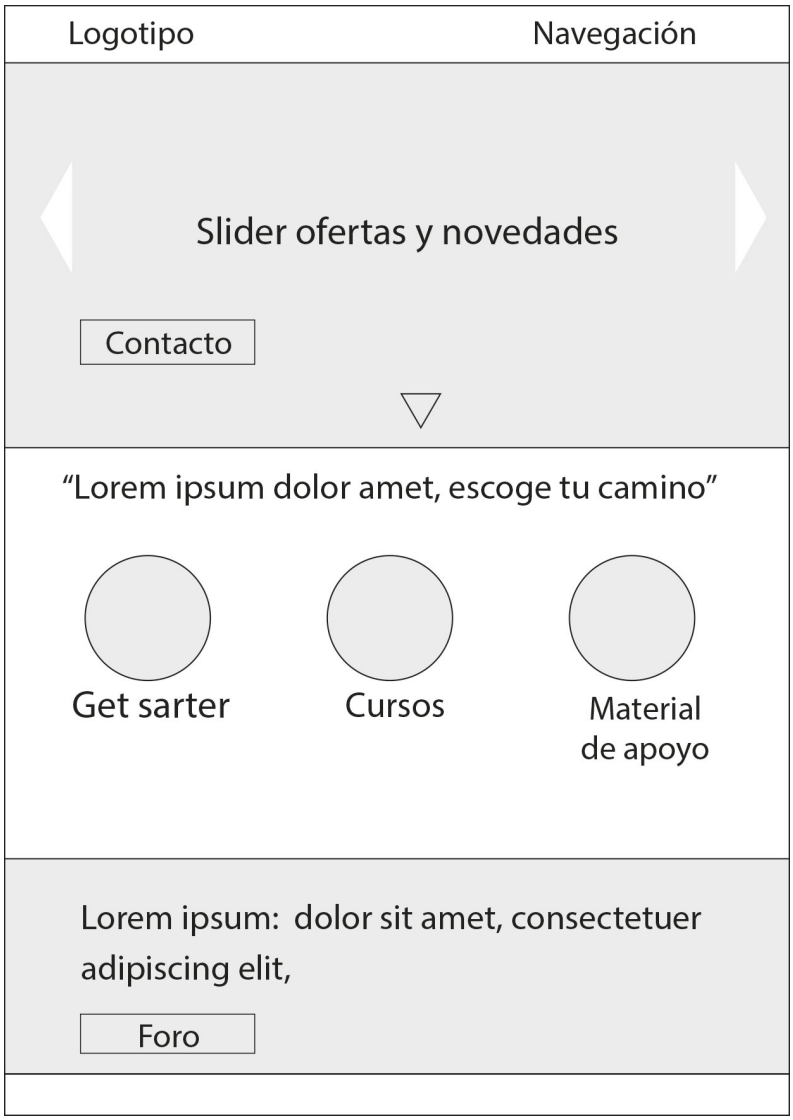


Figura 15: Página de inicio lvl1

En un segundo nivel encontramos la organización de los cursos por áreas o tipología, separando la formación referente al uso de la plataforma y la complementaria para el desarrollo de la actividad como distribuidor.

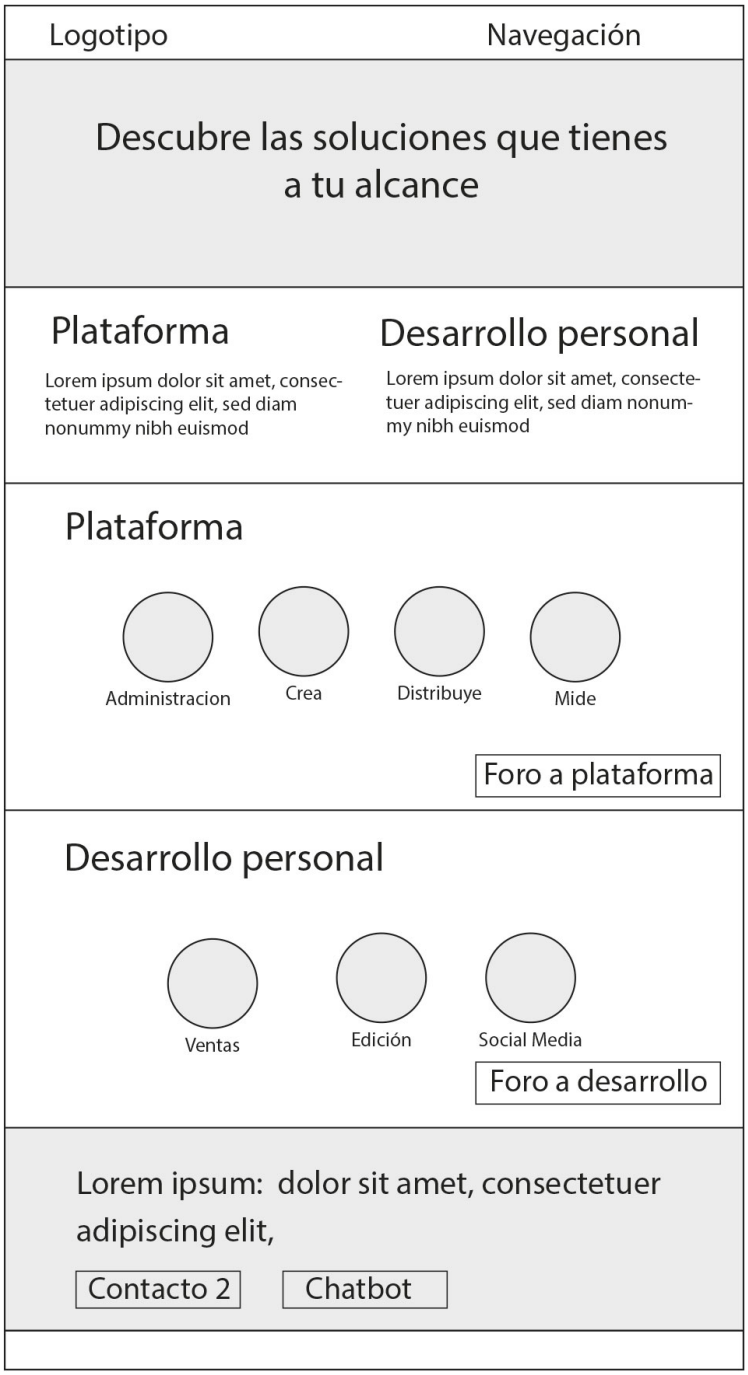


Figura 16: Página de cursos lvl2

nota: las áreas grises simbolizan la existencia de algún tipo de contenido gráfico

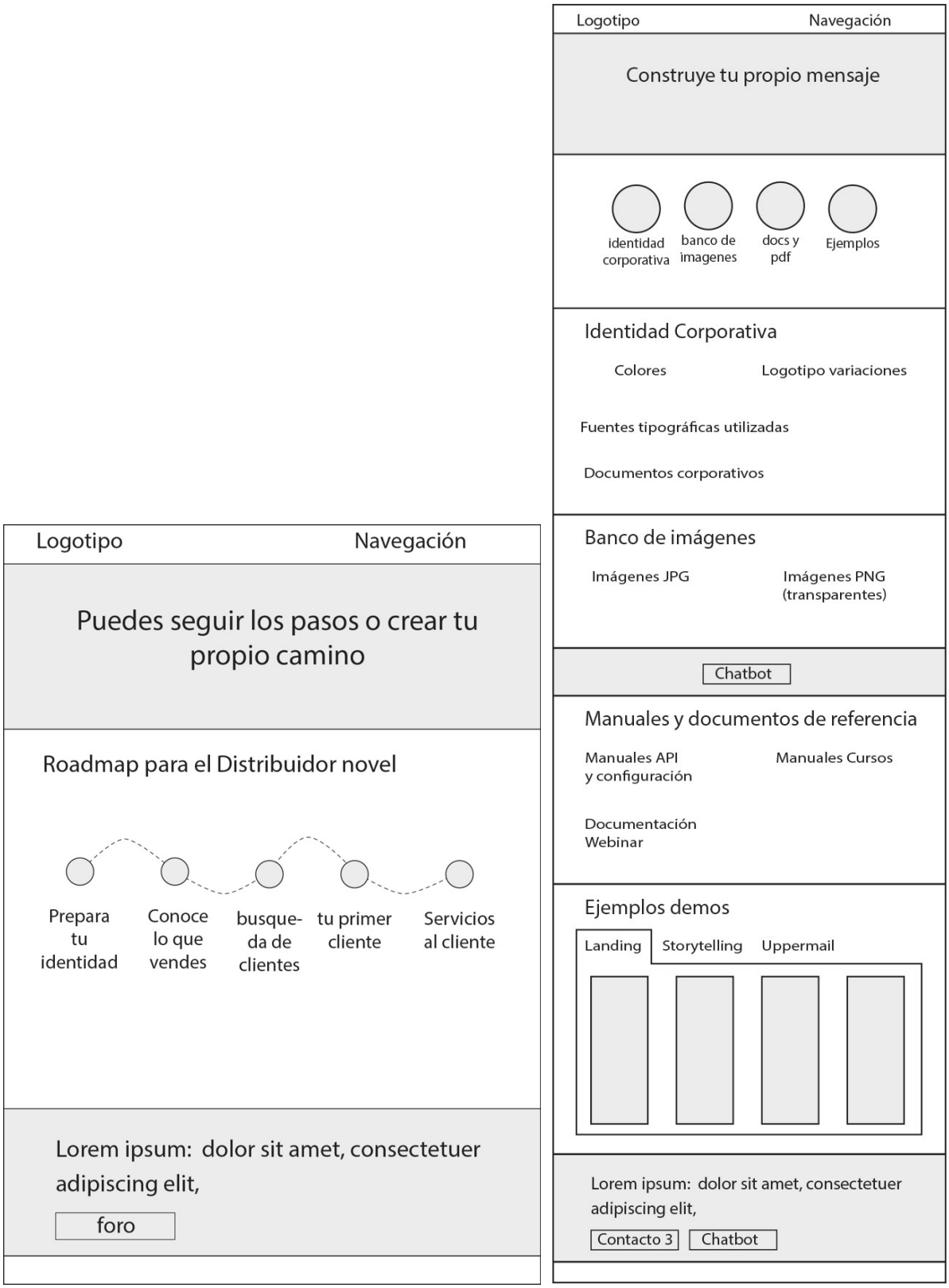


Figura 17: Páginas de Recorrido y Material de apoyo lvl2

Tanto el Mapa de Recorrido (roadmap) como el Material de apoyo son accesibles desde la Home y ambos comparten el inicio de sus páginas con una cabecera con su mensaje motivador. El Mapa de Recorrido principalmente constará de una correlación de puntos o pasos ilustrados a través de un gráfico responsivo. Estos puntos llevarán a la página con la selección de lecciones más importantes para la realización de ese paso.

En la página de Material de apoyo, que también se encuentra en un segundo nivel al igual que Get Sarter y Cursos, presentaré una serie de Call to Actions o submenú gráfico para facilitar la navegación en una página tan extensa.

Tanto los cursos como los puntos en el recorrido, en un tercer nivel de profundidad, tratarán de un listado de lecciones, con su numeración o identificador, título y explicación opcional.

Figura 18: páginas de curso y punto de recorrido lvl3

Las lecciones constarán de un título, un texto introductorio, un video enlazado y un flipbook descargable con una guía del contenido.

Figura 19: página de lección lvl4

13.2 Hi-Fi

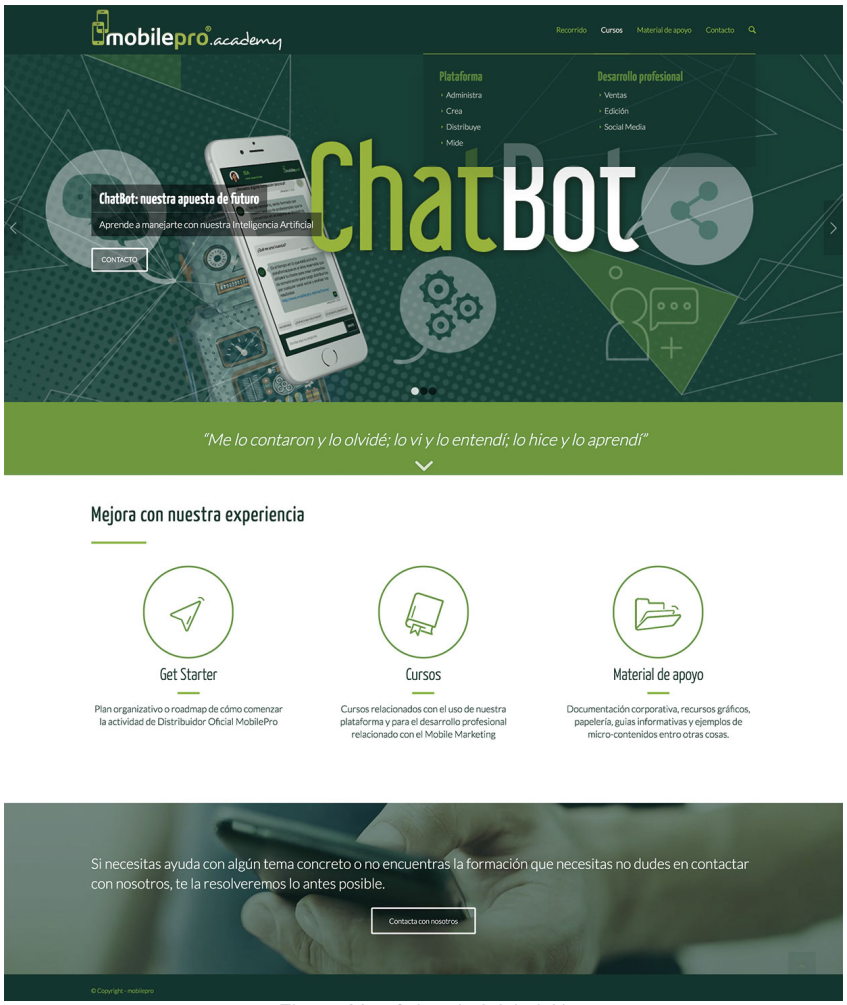


Figura 20: página de Inicio lvl1

Figura 21: página de Recorrido lvl2

La novedad en la estructura de los Cursos es la aparición de un botón con acceso al foro de cada área, Plataforma o Desarrollo profesional.

Figura 22: página de cursos lvl2

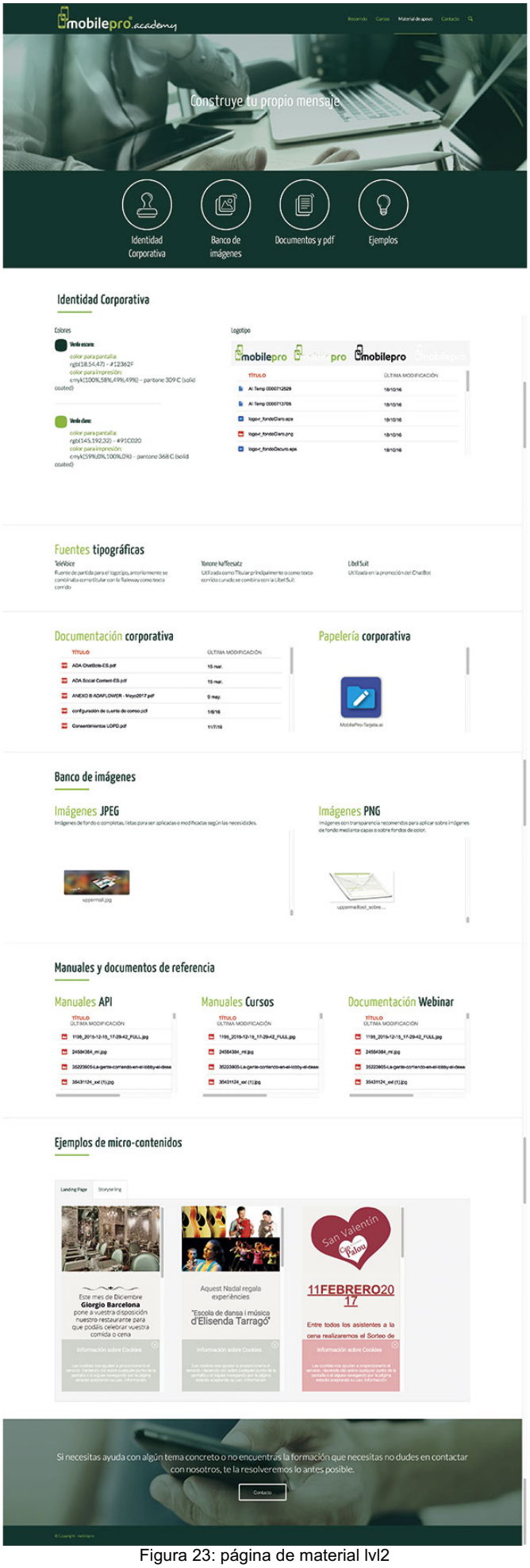


Figura 23: página de material lvl2

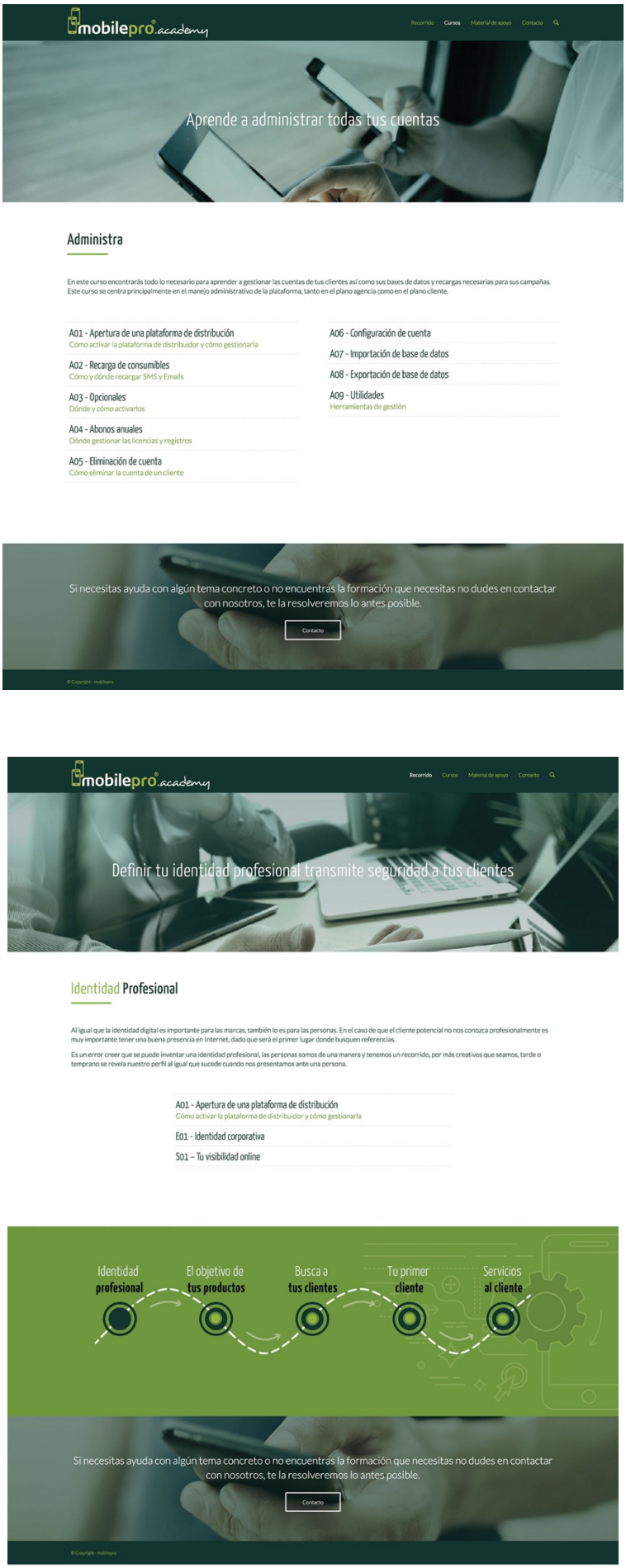


Figura 24: páginas de curso y punto de recorrido lvl3

Los formularios de contacto, tanto el contacto general (en abierto) como los particulares(cerrados), comparten una estructura similar

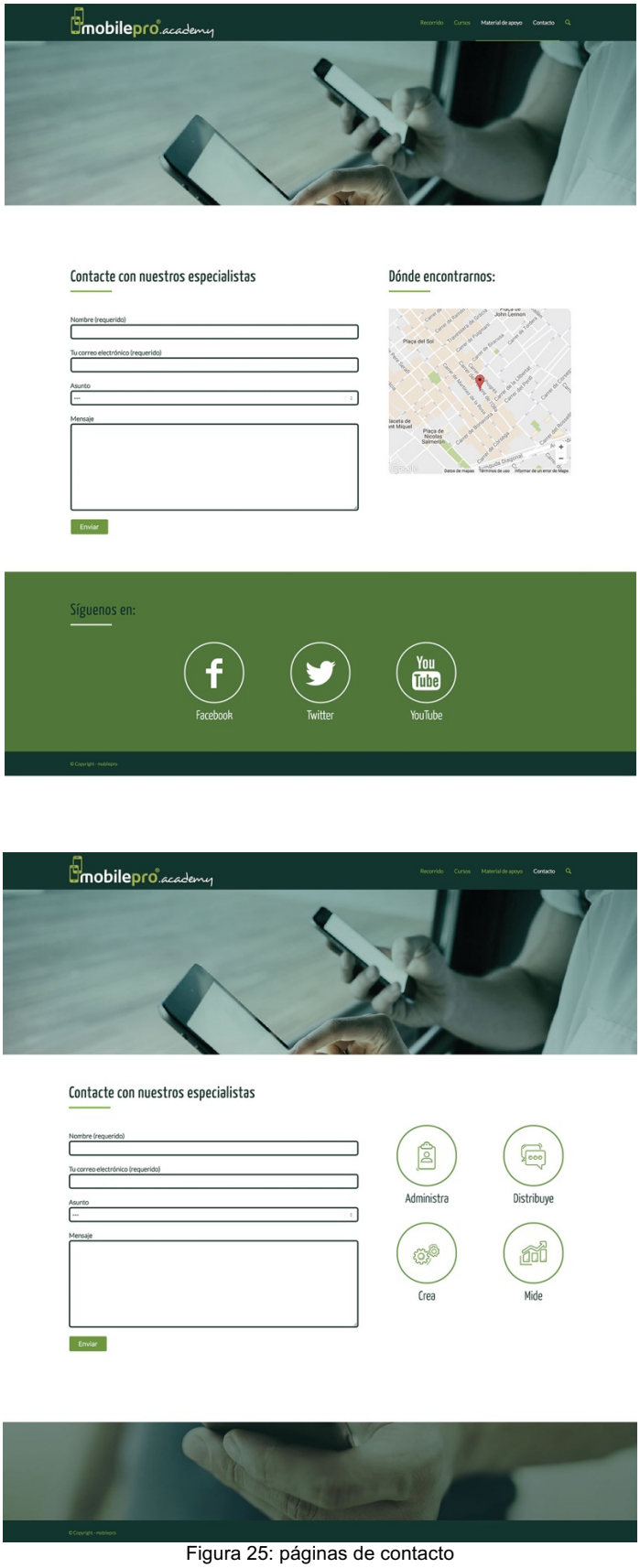


Figura 25: páginas de contacto

A continuación, se presentan los modelos en versión móvil. De la Home o primer nivel y el segundo nivel de profundidad en la navegación.

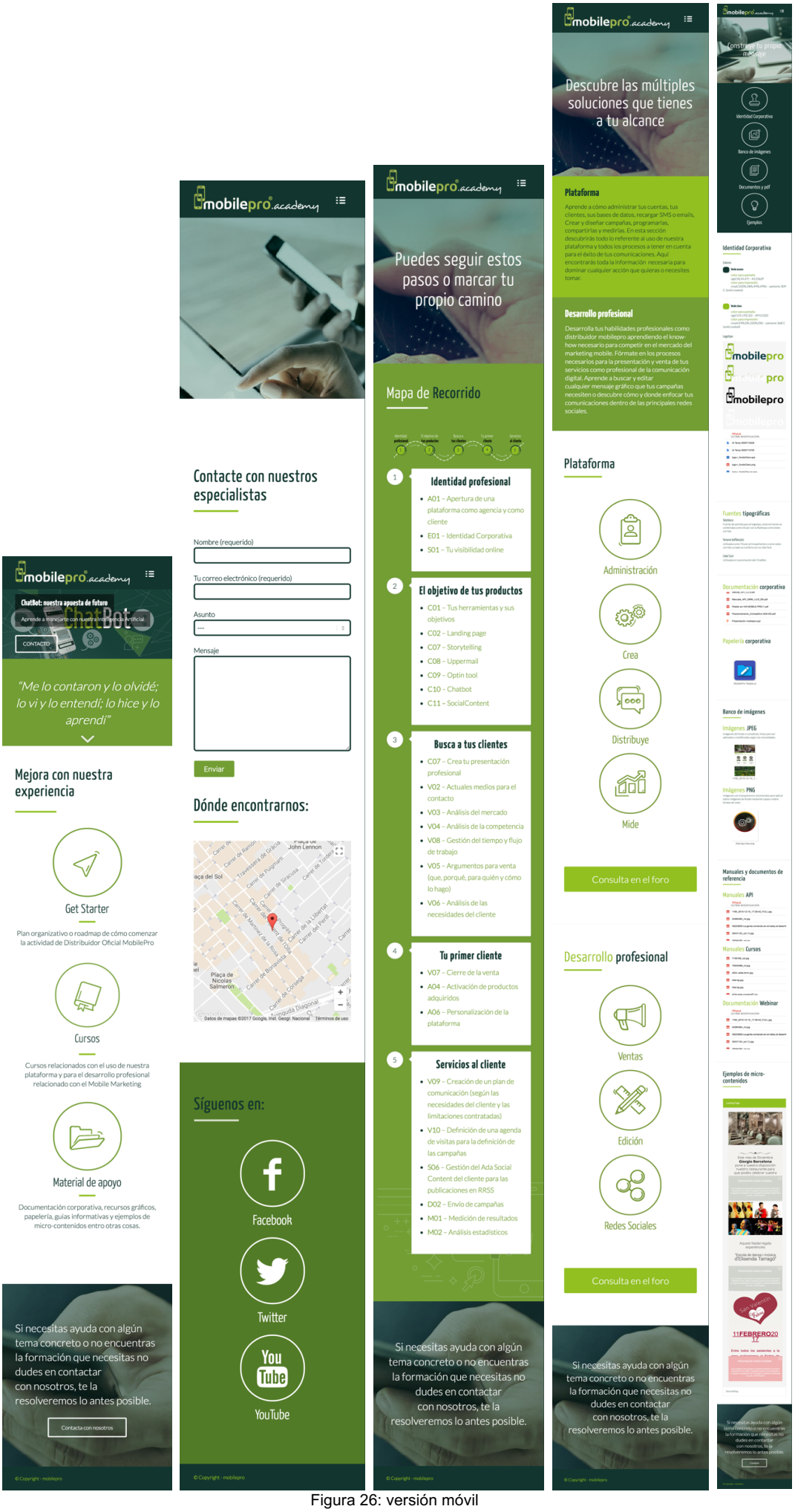


Figura 26: versión móvil

A continuación, en versión móvil las páginas en tercer nivel de profundidad, contactos, cursos, puntos de recorrido y foros.

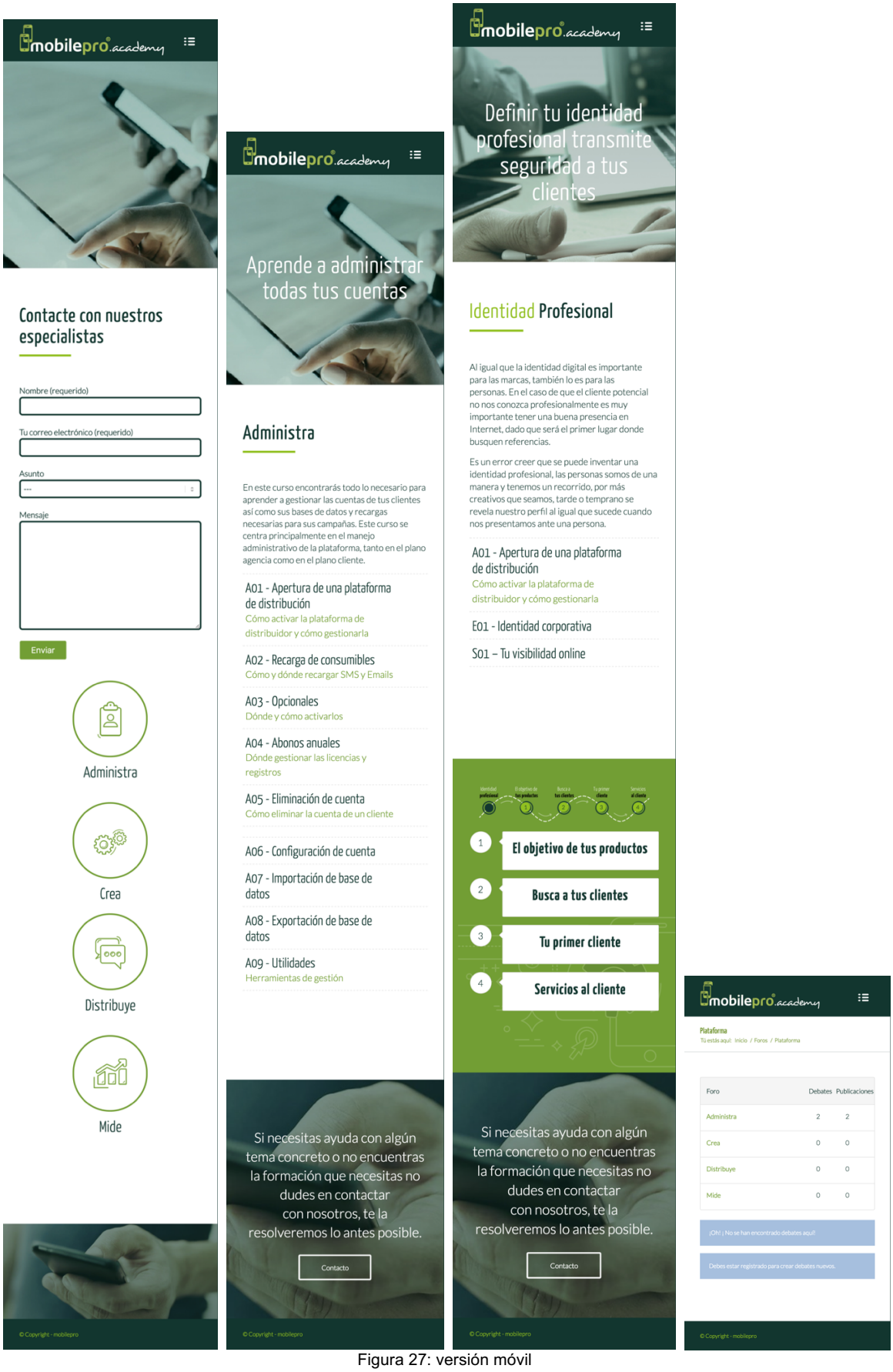
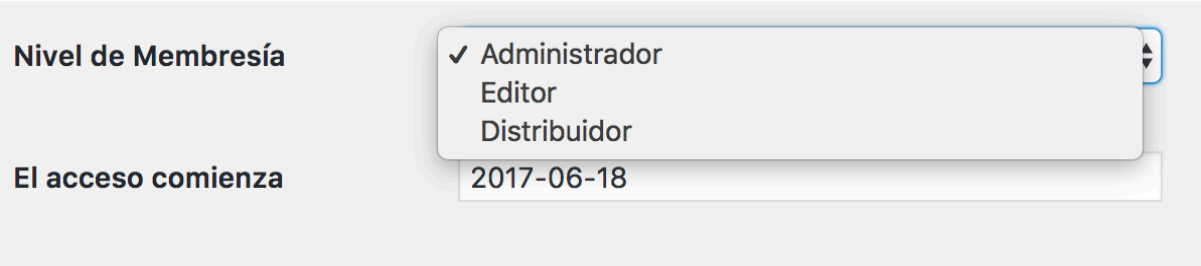


Figura 27: versión móvil

14. Perfiles de usuario

Existirán principalmente 3 tipos de perfil: El administrador, que realizará el mantenimiento de actualizaciones, cursos y lecciones; el Editor, que se encargará de subir documentación de apoyo al Google Drive, corregir y revisar los textos; Suscriptores, que serán todos aquellos distribuidores con acceso a la aplicación determinada por un usuario y contraseña asociada a una cuenta de correo corporativa abierta por el administrador.



Administrador:
Con acceso total a la aplicación, podrá editar, reordenar y corregir. Su actividad principal es la de mantener, actualizar y completar la aplicación.

Editores:
Sin acceso aparentemente, sólo podrán acceder al dasboard a través del acceso de administración "wp-admin". Una vez en el backoffice podrán realizar tareas de edición y creación de contenido.

Suscriptores:
Sin acceso directo al *dasboard*, pueden llegará a él desde el acceso de administración, pero exclusivamente podrán modificar su propio perfil de usuario. Su perfil se reserva a los distribuidores oficiales de mobilepro.

Figura 28: visión del Dashboard por un subscritor

15. Usabilidad/UX

Siguiendo los principios de usabilidad de Jacob Nilsen, El diseño de la aplicación ha querido mantener la consistencia y estándares tanto de mobilepro como TheDigitalBox. De tal manera, los iconos, colores e imágenes están relacionadas estéticamente con el contenido de ambas empresas. He querido mantener un diseño minimalista y fácil de recordar mostrando información relacionada con la plataforma y la actividad de distribuidor mediante un lenguaje asequible y relacionado.

Figura 29: muestra iconográfica

La consistencia en el mensaje se mantiene ya que la Plataforma comercializada se organiza de manera similar con los apartados Crea, Distribuye y Mide.

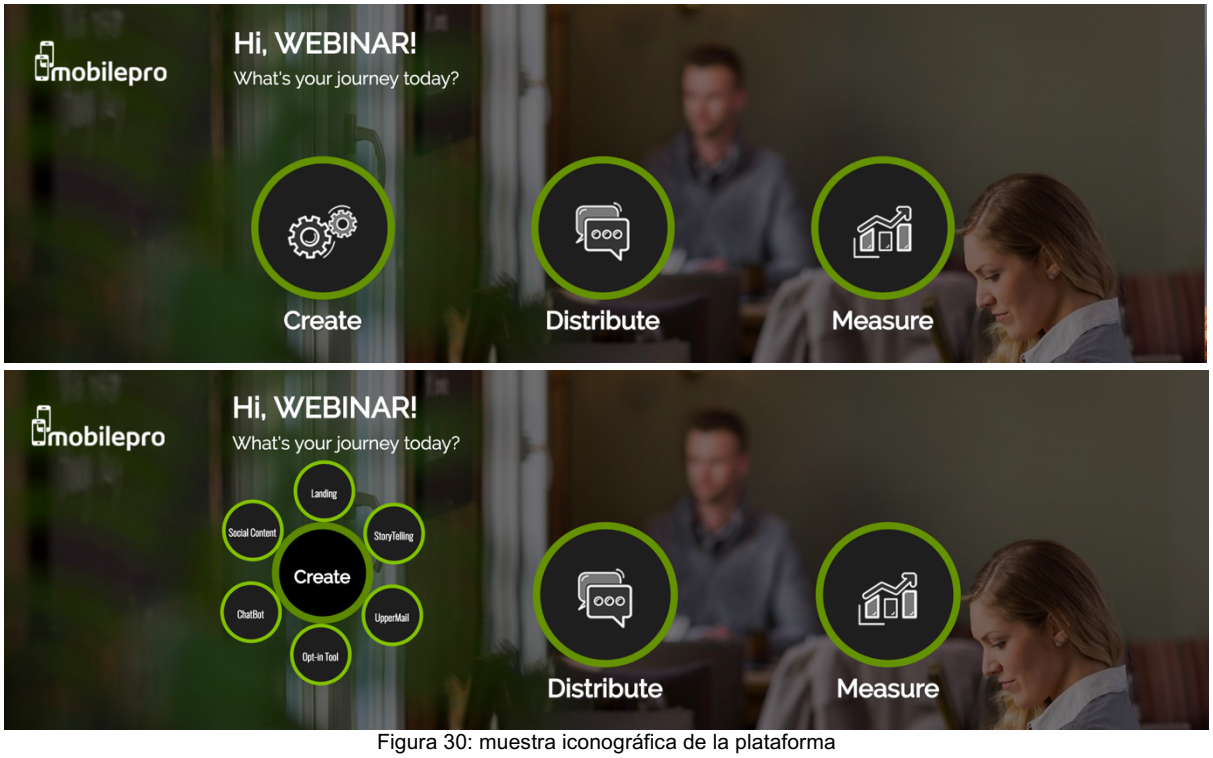


Figura 30: muestra iconográfica de la plataforma

La flexibilidad y eficiencia de uso para distribuidores noveles y experimentados queda evidenciada en la estructura de dos recorridos formativos. Uno mediante un mapa de recorrido profesional pensado para los noveles o más inseguros y un segundo planteamiento más clásico dividiendo los cursos por áreas profesionales.

Figura 31: distribución de Recorrido y Cursos

Para dar visibilidad del estado en el sistema, he permitido la aparición de migas de pan en las áreas más conflictivas, como pueden ser los foros, y mantenido el mapa de recorrido una vez el usuario se encuentra en uno de sus pasos, permitiéndole saltar de punto a punto sin necesidad de volver a la página anterior.

Figura 32: submenú dentro del punto de recorrido

En caso de terminar en una lección por error el usuario/distribuidor podrá retroceder siguiendo sus pasos mediante un botón de retroceso en el historial de navegación que encontrará en cada lección debajo del resumen de la lección.

Figura 33: Navegación de retorno y rectificación

De igual forma, el distribuidor podrá ir moviéndose de lección en lección siguiendo un orden cronológico con los controles situados en los laterales

Figura 34: navegación horizontal de lecciones

En lo que a la ayuda y documentación se refiere, queda restringida temporalmente a un conjunto de formularios de contacto con el objetivo de que las consultas vayan enfocadas al personal de la empresa más capacitado para responder con la mayor celeridad posible. En un futuro se prevé la implantación de nuestro ChatBot (asistente virtual).

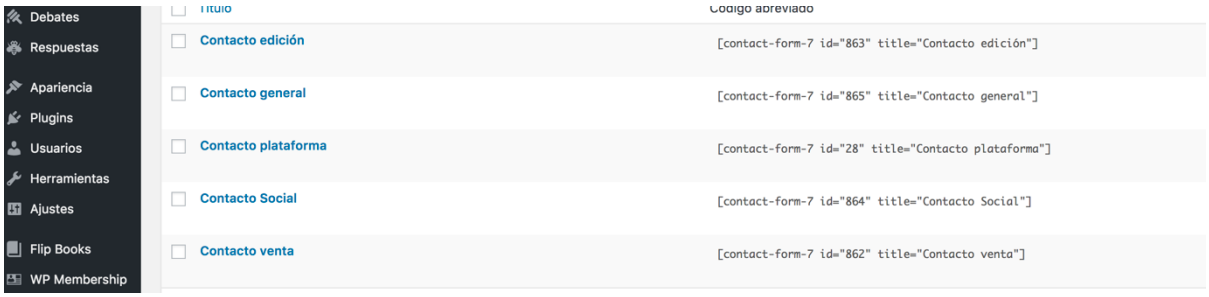


Figura 35: Listado de formularios de contacto

16. Seguridad

En la configuración del CMS se ha modificado el prefijo de las tablas de la base de datos por seguridad y se han incluido las frases aleatorias de seguridad en el archivo config.php

Figura 36: muestras de donde configurar la seguridad

La seguridad de la aplicación se realizará mediante la actualización continuada de la aplicación y sus plugins asociados, así como la variación periódica en la estructura de las contraseñas temporales otorgadas a los subscriptores para su ingreso inicial.

El uso indebido o el comportamiento inadecuado podrá ser sancionado con la inhabilitación del acceso a los contenidos o la cancelación de la cuenta.

Los registros de las consultas privadas realizadas a través de los formularios de contacto se archivarán en local periódicamente y se borrarán los registros en la base de datos de la Web.

17. Tests

Se ha realizado un Walkthroug durante la fase de definición y diseño con la colaboración de la experta en el uso y formación de la plataforma, así como con uno de los distribuidores más antiguos de MobilePro y que actualmente se encuentra incorporado a la plantilla como gestor del equipo comercial en Barcelona. Con su colaboración he conseguido definir el mapa de recorrido (roadmap) para los distribuidores noveles y definir ordenadamente las diferentes lecciones en sus respectivos campos.

Queda pendiente realizar un test heurístico antes de la producción de los contenidos y otros de usuario con distribuidores tanto noveles como veteranos. Uno sin los contenidos a distribuidores veteranos y otro una vez realizado e implementado los contenidos tanto a veteranos como a noveles.

18. Versiones de la aplicación / servicio

Este proyecto parte de una versión experimental o Alpha 1.0 creada por mí en la página oficial de mobilepro, tras la caótica distribución evidente del contenido tomé la decisión de separalo de la web principal y crear una web exclusiva para ello.

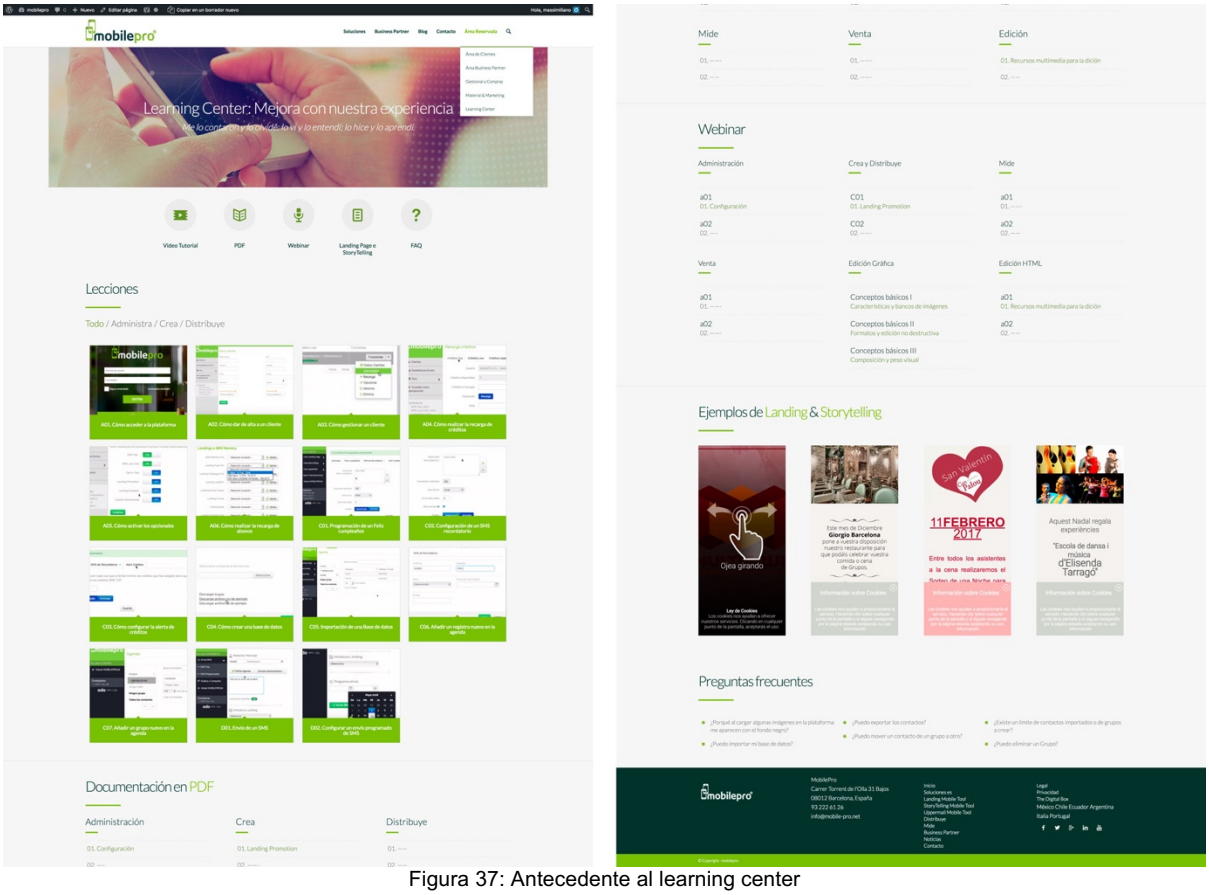


Figura 37: Antecedente al learning center

En estos momentos presento lo que se podría considerar Alpha 2.0, ya que carece de contenido lectivo, aunque perfectamente navegable y definido a falta de implementar y corregir bugs e inconsistencias gráficas.

Una vez terminados e implementados los contenidos de las lecciones pasará a ser una Beta que se abrirá a los distribuidores para que sea testado. Tras estos test y las posteriores correcciones o ampliaciones pasará a considerarse una versión estable 1.0.

19. Requisitos de instalación/implantación/uso

El requisito mínimo para poder instalar esta web es:

Acceso a un servidor web profesional o particular con un sistema Linux, Windows xp, o Windows server 2008/2012 con Apache Server (gratuito) o IIS (Internet Information Server) incluido en los Windows.

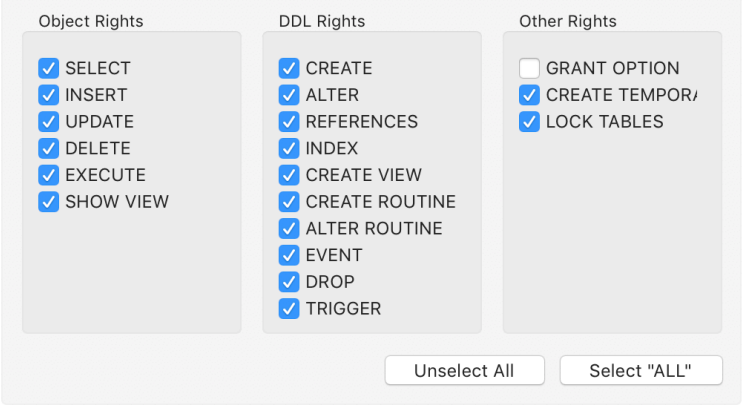
Un servidor que soporte PHP 5.4 o superior con un límite de memoria de 128M (recomendado), MySQL 5.5 o superior.

Conexión FTP conociendo si utiliza un FTP cluster (como en el caso de este proyecto)

Correcta configuración del achivo config.php que permite conectar la aplicación con la base de datos que la soporta. En él se definirán el nombre de la base de datos, su usuario y contraseña, el nombre o dirección del host (alojamiento), el prefijo de inicio de las tablas en la base de datos (por seguridad) y se podrá aumentar la memoria límite en caso de necesidad

```
73
74  define('WP_MEMORY_LIMIT', '124M');
75
```

Todos los permisos sobre la base de datos al usuario administrador de la aplicación.



20. Instrucciones de instalación /implantación

20.1 Configuración del Worpress:

Dirección servidor previo para conectar la base de datos y modificación del prefijo de las tablas por seguridad, incluidas las frases aleatorias de seguridad y definido el "memory limit" a 64MB inicialmente, aunque es posible que deba incrementarlo hasta 124MB ya que el plugin *Responsive Flipbook* requiere de mucha memoria.

20.2 Inclusión de contenido externo

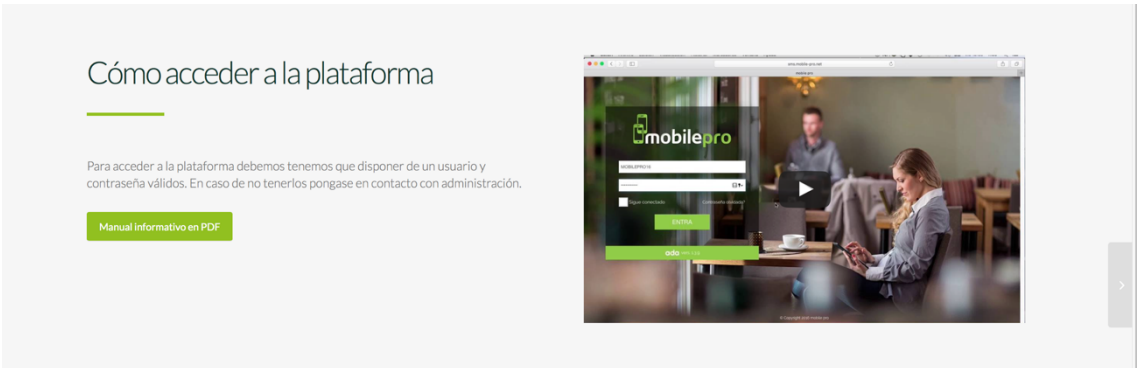
Videotutoriales

La subida de los videotutoriales se realiza en el canal de YouTube asociado a la cuenta corporativa de Google. YouTube permite clasificar como oculto los videotutoriales para que solo se pueda tener acceso a ellos mediante un link directo por lo que quedarán ocultos mientras no se compartan. Para incluirlos se embeben mediante un iframe en cada lección con el siguiente código:

```
<iframe
src="https://www.youtube.com/embed/xxxx?rel=0&showinfo=0&color=white"
frameborder="0" allowfullscreen></iframe>
```

Donde xxxx es el identificador del video, rel=0 hace que al terminar el video no relacione videos, showinfo=0 que no muestre la información del vídeo y el color=white que la barra y controles se muestren en blanco.

```
Ejemplo de algunos videotutoriales:
https://youtu.be/qQ_iR5_ToOY?list=PLV_achBqiGks5uJlnysiTUbr1pHqPx108
```



Archivos y documentos

Las incorporaciones de archivos se realizarán a través del sistema de carpetas del Google Drive que permitirá un fácil mantenimiento y actualización del contenido por parte de las Editoras. Para ello es necesario habilitar la compartición por enlace y copiar el identificador de la carpeta a embeber. Una vez embebida se define la forma de mostrar su contenido, en miniaturas o listado, de manera completa o de información mínima.

Ejemplo de iframe:

```
<iframe
src="https://drive.google.com/embeddedfolderview?id=xxxxx#list&rm=minimal"
width="100%" height="250px" frameborder="0"></iframe>

<iframe src="https://drive.google.com/embeddedfolderview?id=xxxxx#grid"
width="100%" height="250px" frameborder="0"></iframe>
```

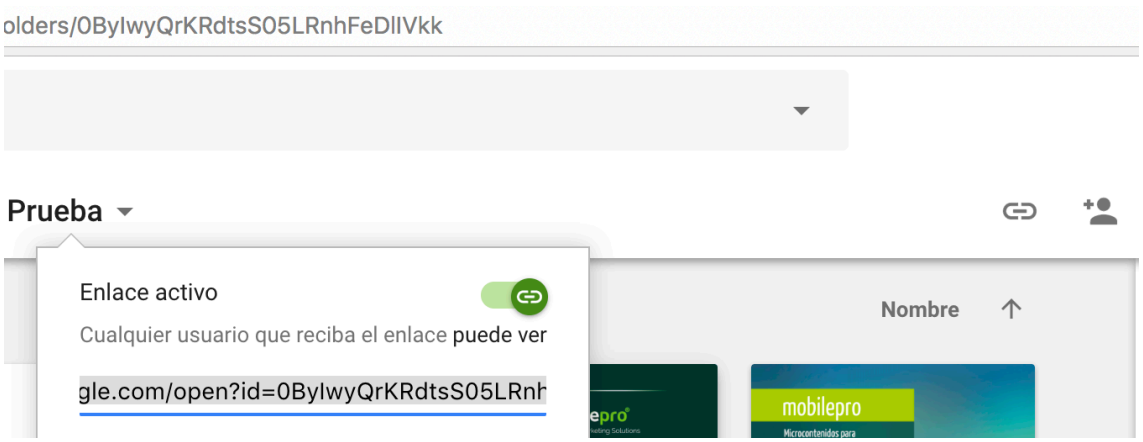


Figura 38: muestra de obtención del código de carpeta

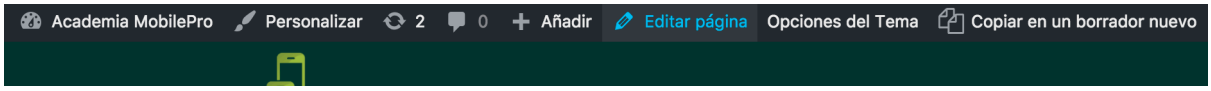
21. Instrucciones de uso

21.1 El administrador

Para acceder al dashboard hay que dirigirse a http://academia.mobile-pro.net/wp-admin e introducir el usuario y contraseña de administrador

User: ebutragueno
Pass: ebutragueno-UOC

Una vez dentro, se podrá acceder a las distintas páginas individualmente o más rápidamente mediante la navegación hasta llegar a la página o lección que se quiera editar y clicar sobre el botón editar En la barra superior.



Este tema posee un constructor visual accesible que permite guardar configuraciones a modo de plantilla. Si se quiere determinar un área con un ID es necesario incluir una sección de color o grilla. De otra forma se deberá incluir alguna etiqueta con el ID dentro de algun elemento de contenido.

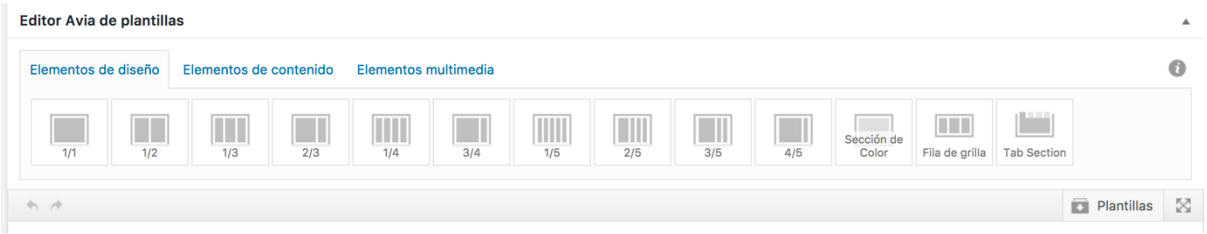
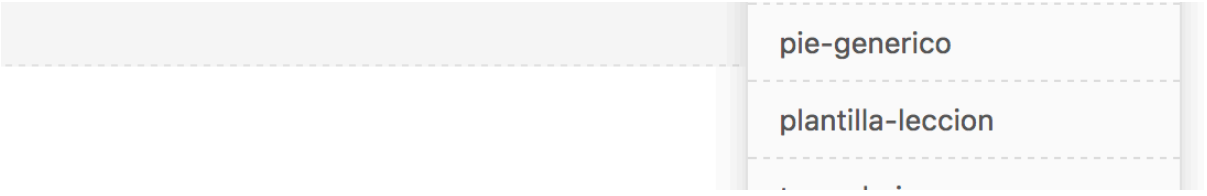


Figura 39: constructor del tema

Para la inclusión de nuevas lecciones primero se duplicará una entrada, gracias al plugin "Duplicate Post" que habilita esta opción, para mantener la misma estructura o bien se creará de cero creando una entrada nueva y aplicándole la plantilla ya guardada "plantilla-leccion"



A la hora de abrir una subscripción o cuenta de distribuidor hay que realizarla a través del menú "WP Membership" y no el de Usuarios, el plugin ya se encargará de crearlo automáticamente. LA gestión de los usuarios se realizará siempre desde "WP Membership".

21.2 El editor

El editor, al igual que el subscriptor, no verá inicialmente la barra de herramientas ni tendrá acceso al dashboard a no ser que acceda mediante la url de administración. Una vez dentro podrá crear contenido o modificarlo, así como dar de alta nuevos ususarios. No obstante su principal misión es la de mantener ordenados y disponibles los documentos enlazados en las carpetas del Google Drive.

A continuación, se muestra la distribución de las carpetas conectadas con la aplicación. En papelería se incluirá todo el material gráfico corporativo como tarjetas profesionales editables, logotipos, carpetas y portaforlios corporativos, etc... En Fondos de imágenes completas se incluirán las imágenes utilizadas o adquiridas en formato JPG para que puedan ser descargadas y reutilizadas por los distribuidores. En la carpeta Elementos PNG, todos los elementos gráficos con transparecias para que el distribuidor pueda combinar y componer con sus propios fondos o los adquiridos a través de la carpeta anterior.

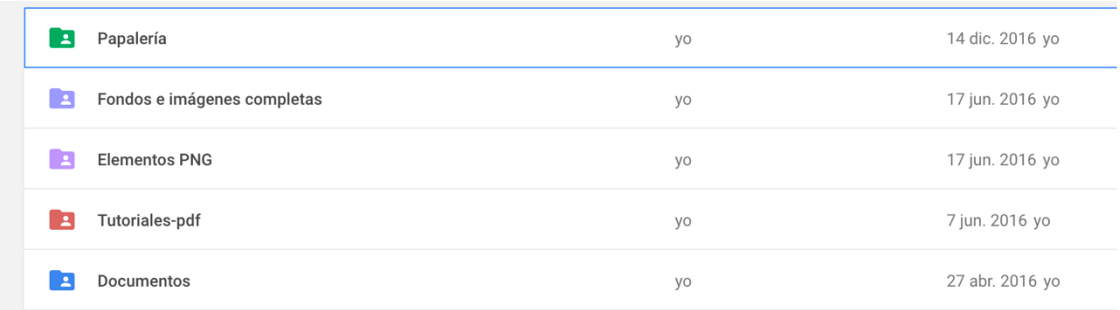


Figura 40: organización de carpetas

En Tutoriales–pdf se incluirán tanto los resúmenes de cada lección como las presentaciones de los webinar realizados. En Documentos se incluirán todos los documentos legales, técnicos y contractuales referentes a la actividad como distribuidor.

22. Bugs

1. . Debido a la duplicación de los formularios, algunos de ellos no contienen las obciones correctas en “Asunto”.

2. . Se ha de modificar el color de fondo o el color de las letras del desplegable mediante CSS dentro de la mediaquery para móvil.

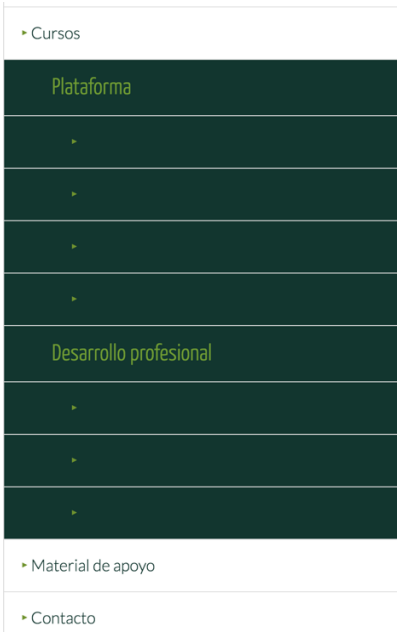


Figura 41: corrección necesaria

3. Es imprescindible mejorar la usabilidad del foro para no permitir la apertura de hilos fuera de sus áreas correspondientes y facilitar así el trabajo de editores o administradores evitando tener que mantener un orden de manera manual.

23. Proyeción a futuro

La previsión a corto plazo es la de producción e implantación de los contenidos de las lecciones y la renovación del material de apoyo. Posteriormente, y tras los test de usuario y correcciones se valorará la incorporación de un chatbot interno, exclusivamente para los distribuidores registrados, que suplirá el trabajo de respuesta que el personal especializado realizará hasta ese momento.

El chatbot contestará automáticamente a preguntas similares ya realizadas y en el caso de no ser así, la pregunta quedará registrada para que un técnico la responda (proceso de alimentación de un chatbot).

Más adelante preveo la posibilidad de dividir el material de apoyo actual y crear un nuevo espacio de ideas y muestra de ejemplos prácticos en el uso de las soluciones de la Plataforma. De esa manera la carga del área de Material de apoyo se realizará mucho más rápida.

Por otra parte, una vez realizados los contenidos iniciales, se le permitirá el acceso a los licenciatarios de Italia para que empiecen creando los contenidos en su idioma y poder crear así un duplicado. De igual manera el equipo francófono e inglés realizarán lo propio para uno internacional.

24. Presupuesto

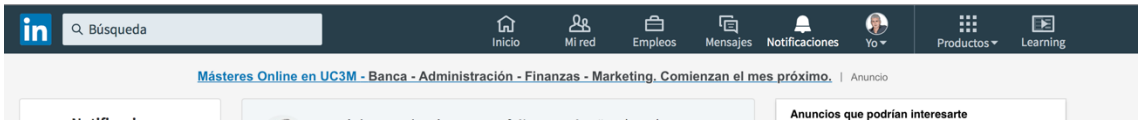
Trabajador	2.750€	Cálculo aproximado teniendo en cuenta una media de 2h/día a 5,50€/h durante 10 meses
Mac mini i5 2,8Ghz	1.100€	Compra de equipo informático
Alquiler de equipo filmación	400€	Olympus omd5 markII, M.zuiko 12-40mm 2.8f
Micrófono Boya	36€	Compra
Creative Cloud	700€	Licencia general a 69,99€/mes x 10 meses
Luz e Internet	500€	Fungible (10€+40€ al mes) x 10 meses
Tema Enfold	38,50€	Una licencia a 42$
Plugins de pago	45€	Una licencia a 35$ más una extensión a 15$
Alojamiento OVH	29€	Plan personal a 2,41 €/mes x 12 (anual)
Imponderables y reserva	1.000	Reserva para cubrir posibles incidencias o sobrecostes
Total	**6.600€**	6.598,50€ - suma

Tabla 5: presupuesto

25. Análisis del mercado

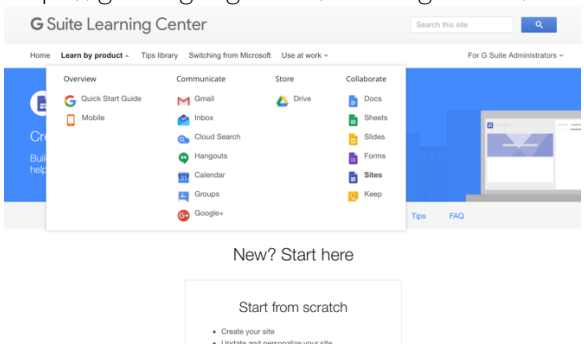
Análisis de la competencia

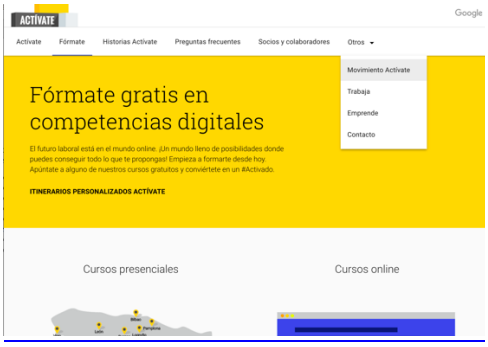
Tomo como canales formativos de referencia tecnológica a Lynda y Video2Brain como referencia en lengua castellana ya que muchos de sus cursos son adaptaciones o traducciones de los desarrollados por Lynda*. Ambos canales tienen presencia dentro del learning de Linkedin, especialmente los cursos antiguos de video2brain. Esto se debe a que en 2015 Linkedin realiza una apuesta firme por la formación en línea y compra Lynda que a su vez, en 2013, había adquirido video2brain.



Por otro lado, podemos encontrar el programa *training* de Google *G Suite Learning Center* para la formación y promoción de sus servicios a empresas y el programa Actívate para la formación y orientación profesional al mundo del mobile marketing de manera gratuita.

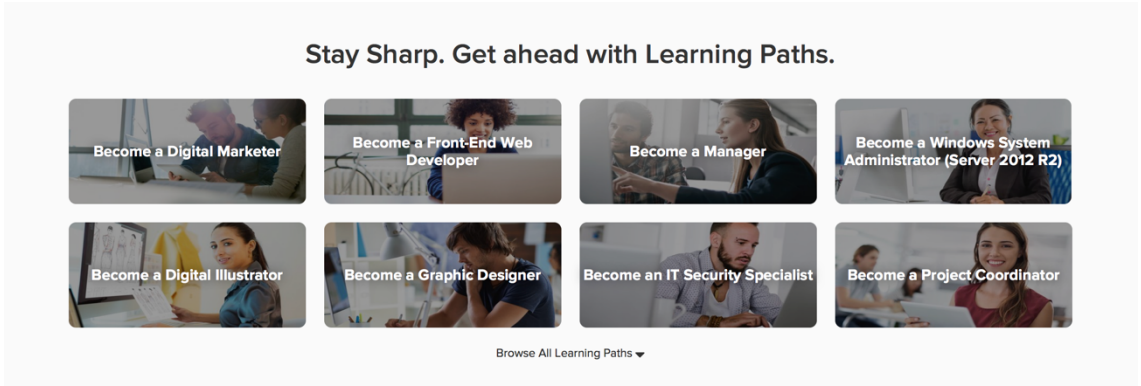
https://gsuite.google.com/learning-center/



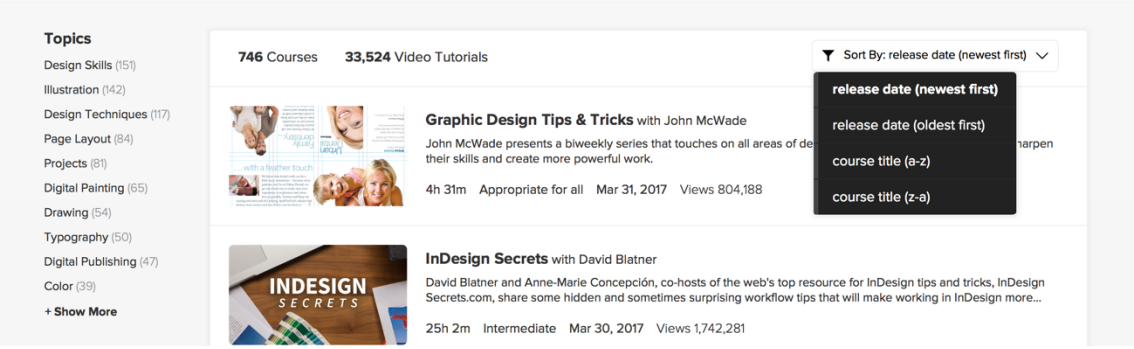


https://www.google.es/landing/activate/home/

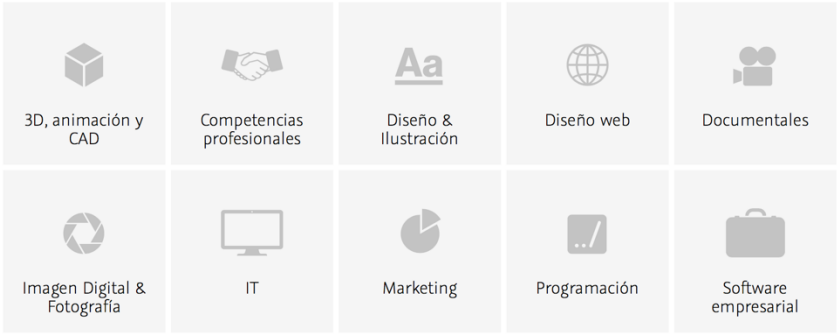
Si analizamos la estructura de Lynda.com encontramos, en la parte superior de la página inicial, un área de resumen y promoción de su amplia variedad cursos y perfiles profesionales a desarrollar. Más abajo se divide entre una muestra de los cursos más relevantes y la posibilidad de seleccionar caminos formativos (*Learning Paths*) determinados por su proyección profesional.



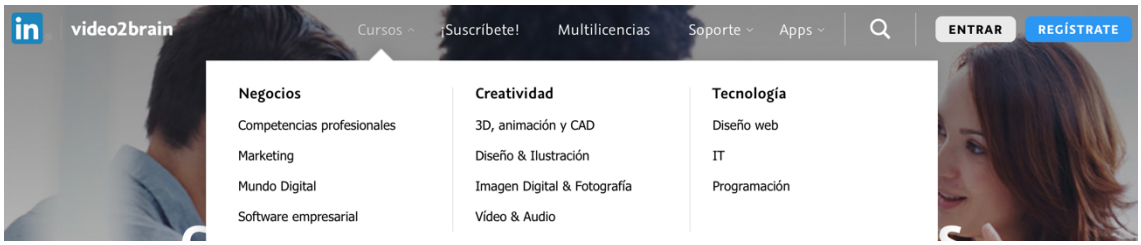
En la parte interna de cada área encontramos una navegación estructurada de manera similar, enriquecida con enlaces a documentales y consejos semanales. En el *sitebar* izquierdo observamos una clasificación por tópico y autor, así como en la parte superior derecha de la sección una opción de filtrado para los resultados de búsqueda.



En Video2brain encontramos una división en la página principal de las diferentes áreas de interés tanto técnicas como teóricas.



No obstante, en la navegación principal podemos observar una agrupación lógica de los mismos divididos en tres grandes grupos: negocios, creatividad y tecnología.



26. Márquetin y Ventas

Este proyecto pretende reforzar la imagen de marca de mobilepro proporcionando un lugar de referencia y asistencia visible a los posibles distribuidores de mobilepro. Así pues, se trata de un valor añadido a la oferta profesional de mobilepro para perfiles comerciales o emprendedores que busquen reorientarse, pero necesiten una formación y seguimiento.

La promoción de este *learning center* se realizará de manera online y offline, dado que aparecerá publicado y enlazado en nuestra web principal como en la información del proyecto incluida en folletos y portales de franquicias. Por otro lado, cabe la posibilidad que se pueda hacer referencia a el en las campañas realizadas regularmente en google adwords sobre nuestro modelo de negocio.

Se promocionará como una herramienta y guía para los distribuidores en donde poder despejar dudas e informarse de las constantes novedades en la plataforma. Además, se promocionará como punto de encuentro y experiencias gracias al foro.

Este proyecto entra dentro de lo que se considera el precio de mantenimiento de la distribución. El distribuidor realiza un pago dándose de alta como distribuidor junto con el paquete, pero deberá ir abonando las cuotas mensuales por mantenimiento de la plataforma. En este caso dependerá de la dirección el aumentar o no la tarifa de mantenimiento.

27. Conclusiones

Lo más me ha sorprendido por su complejidad en este proyecto ha sido el desgranar la Plataforma y su uso para conseguir diseñar y ordenar las lecciones de manera coherente pensando tanto en un distribuidor experimentado, tal vez más interesado en el desarrollo profesional que en la plataforma, y en un distribuidor novel e inseguro al que es necesario alentar y acompañar en la realización de su actividad.

Si bien este centro de formación está enfocado a instruir al distribuidor es una oportunidad para aprender cuales son las principales barreras a las que se enfrenta un comercial o distribuidor. Escogí este proyecto porque tiene el noble fin de ayudar a emprender una aventura, la de distribuidor, complicada y que requiere de una dedicación y cualidades comerciales altas. El alto índice de fracaso entre los distribuidores noveles que buscan reorientarse profesionalmente avala la necesidad de implantar este proyecto en la empresa en la que trabajo.

Si bien he de reconocer que falta mucho trabajo considero que entro un proyecto evaluable y testeable con el que poder trabajar. No obstante, hasta que los contenidos no estén editados e implementados, no podremos darlo por terminado.

Lamento haber tenido que descartar el uso del plugin Namasté, al darme cuenta de la incompatibilidad en el uso de los shortcodes de columnas de Enfold en la edición de las lecciones y de no haberme dado cuenta antes de cómo desactivar la barra lateral por defecto. Probablemente, en el caso de que la réplica al modelo internacional para licenciatario se termine realizando probaré la manera de recuperarlo ya sea con el mismo tema Endfold o con un *stater theme*.

Me he visto obligado a dedicarle menos tiempo del que me hubiera gustado por lo que he tenido que priorizar el resultado al aprendizaje. Este proyecto no obstante me ha ayudado a entender mucho más el tema Enfold y el funcionamiento general de las bases de datos, la posibilidad de múltiples instalaciones wordpress en una base de datos (modificando los prefijos de las tablas), recuperación de las contraseñas directamente contra la base de datos y perfeccionar la migración repasando todas las URL en la base de datos de manera sencilla gracias al uso de "Better Search Replace".

Por otro lado, la falta de tiempo y las prisas me han recordado lo frágiles que pueden ser las composiciones de vídeo y lo difícil que puede ser renderizar una composición sin preparar los formatos y las secuencias previamente.

Anexo 1. Entregables del proyecto

Proyecto instalable (TFG-instalacion-WPyBBDD.zip)

- AcademiaMobilePro - Archivos de Wordpress (leaning center), todos los archivos de la instalación de wordpress
- mobileprrnlearn.sql - Copia de la base de datos a 18 de Junio 2017

Imágenes y material

- Gannter en formatos .mpp y .oplx
- Imágenes subidas – Todas las imágenes que se han utilizado en la Web
- Editables y plantillas – Los archivos editables y plantillas con los que poder crear contenidos nuevos de manera similar tanto en formato como en color y efectos.

Wireframes

- Esquemas y notas – Esquemas y archivos creados en el proceso de diseño y organización
- Lo-Fi – Capturas de los wireframes en baja
- Hi-Fi – Capturas de los wireframes en alta

Presentación del proyecto

Autoevaluación

Anexo 2. Codigo fuente (extractos)

En el archivo functions.php del child theme he incluido las tipografías al tema llamándolas desde google fonts, tanto para los Títulos, como para el texto de contenido. En el título estoy incluyendo 3 grosores de letra y en el texto continuo solo uno.

```
add_filter( 'avf_google_heading_font',  'avia_add_heading_font');
function avia_add_heading_font($fonts)
{
$fonts['titular'] = 'Yanone Kaffeesatz:300,400,700';
return $fonts;
}
add_filter( 'avf_google_content_font',  'avia_add_content_font');
function avia_add_content_font($fonts)
{
$fonts['Lato-light'] = 'Lato:300';
return $fonts;
}
```

En el archivo style.css podemos encontrar al inicio un índice del orden o localización de los estilos aplicados a las diferentes áreas o páginas.

```
/*
Menu
Colores
Fuentes
Generales
----------
- Inicio
- Area Cursos
- Material de apoyo
- Registro
- Lecciones
- Contacto
-----------
- Mobile (mediaQuery)
*/
```

También podemos encontrar una modificación del color del efecto “sonar” de los botones en forma de iconos que va modificando su opacidad en el alfa de rgba()

```
@-webkit-keyframes sonarEffect {
      0% {opacity: 0.3;}
      40% {opacity: 0.5;box-shadow: 0 0 0 2px rgba(145, 192, 32, 0.1), 0 0
      10px 10px #91C020, 0 0 0 10px rgba(145, 192, 32, 0.5);}
      100% {box-shadow: 0 0 0 2px rgba(145, 192, 32, 0.1), 0 0 10px 10px
      #91C020, 0 0 0 10px rgba(145, 192, 32, 0.5);-webkit-transform:
      scale(1.2);opacity: 0;}
}
```

De igual forma para la compatibilidad con los diferentes navegadores “`@-moz-keyframes sonarEffect`” y “`@keyframes sonarEffect`”

Mediante la siguiente mediaQuery modificamos el estilo predefinido por Enfold para el slider en dispositivos móviles y aumentamos el alto mínimo de los contenedores de estos (li) para que la plantilla y determinamos un ancho mínimo de las imágenes contenidas.

```
@media only screen and (max-width: 479px) {

#full_slider_1 li {min-height:265px!important}

#full_slider_1 li img {min-width: 240vw;}
```

Para ubicar el primer slider de manera que se pueda leer correctamente la palabra ChatBot modificamos su posición

```
.slide-1 .avia-slide-wrap img {position: relative; left: -320px!important;}
```

El siguiente código css es para modificar el tamaño de los titulares que aparecen en los sliders para m ejorar la lectura.

```
.responsive #top .slideshow_caption h2.avia-caption-title { font-size: 40px
!important; font-weight: 100;}
.responsive #top .slideshow_caption .avia-caption-content {font-size: 18px
!important;}
}
```

El siguiente código se ha extraído del resultado de una composición de página temporal para conseguir la estructura html utilizando la inspección de la página. Se ha copiado e introducido en el campo “Restricted Post (Not Logged-in)” que podemos encontrar en “Custom Message Settings” del plugin “WP Membership”. Su objeto es el de modificar y maquetar el mensaje de aviso al usuario no registrado.

```
<div id="main" class="all_colors" data-scroll-offset="88">        <div id="av_section_1"
class="avia-section main_color avia-section-default avia-no-shadow avia-bg-style-scroll  avia-
builder-el-0  avia-builder-el-no-sibling  container_wrap fullsize" style="background-color:
#ffffff; "><div class="container"><main role="main" itemprop="mainContentOfPage"
class="template-page content  av-content-full alpha units"><div class="post-entry post-entry-
type-page post-entry-941"><div class="entry-content-wrapper clearfix"> <div class="flex_column
av_one_fifth  flex_column_div av-zero-column-padding first  avia-builder-el-1
el_before_av_three_fifth  avia-builder-el-first  " style="border-radius:0px; "></div><div
class="flex_column av_three_fifth  flex_column_div av-zero-column-padding   avia-builder-el-2
el_after_av_one_fifth  el_before_av_one_fifth  " style="border-radius:0px; "><section
class="av_textblock_section" itemscope="itemscope"
itemtype="https://schema.org/CreativeWork"><div class="avia_textblock " itemprop="text"><p
style="text-align: center;">
Est&aacute; intentando acceder a contenido restringido a distribuidores
oficiales de<strong> mobilepro</strong>.<br> Necesita registrarse para
<strong><a href="http://academia.mobile-pro.net/membership-
login/">acceder</a> </strong>o póngase en <strong><a
href="http://academia.mobile-pro.net/contacto/">contacto</a></strong> con
nosotros para solicitar su acceso.
</p> </div></section></div><div class="flex_column av_one_fifth  flex_column_div av-zero-
column-padding   avia-builder-el-4  el_after_av_three_fifth  avia-builder-el-last  "
style="border-radius:0px; "></div> </div></div></main><!-- close content main element --> <!--
section close by builder template -->              </div><!--end builder template--></div><!-
- close default .container_wrap element -->                                                <!--
end main -->          </div>
```

Anexo 3. Librerías/Codigo externo utilizado

```
<button class="button-back" onclick="goBack()">Go Back</button>

<script>
function goBack() {
window.history.back();
}
</script>
```

El código a continuación es la adaptación de un script de terceros incluido en una estructura de código entre shortcodes y clases propias del tema enfold.

```
[flipbook-popup id="generico" class="botoncillo avia-button avia-
icon_select-no avia-color-custom avia-size-medium avia-position-left"]
Manual resumen en PDF [/flipbook-popup]

<button class="avia-button avia-icon_select-yes-left-icon avia-color-theme-
color avia-size-small avia-position-right" onclick="goBack()"
style="border:none; margin-bottom:20px;"> <span class="avia_button_icon
avia_button_icon_left " aria-hidden="true" data-av_icon="生" data-
av_iconfont="entypo-fontello"></span>Volver</button>

<script>
function goBack() {
window.history.back();
}
</script>
```

Anexo 4. Capturas de pantalla

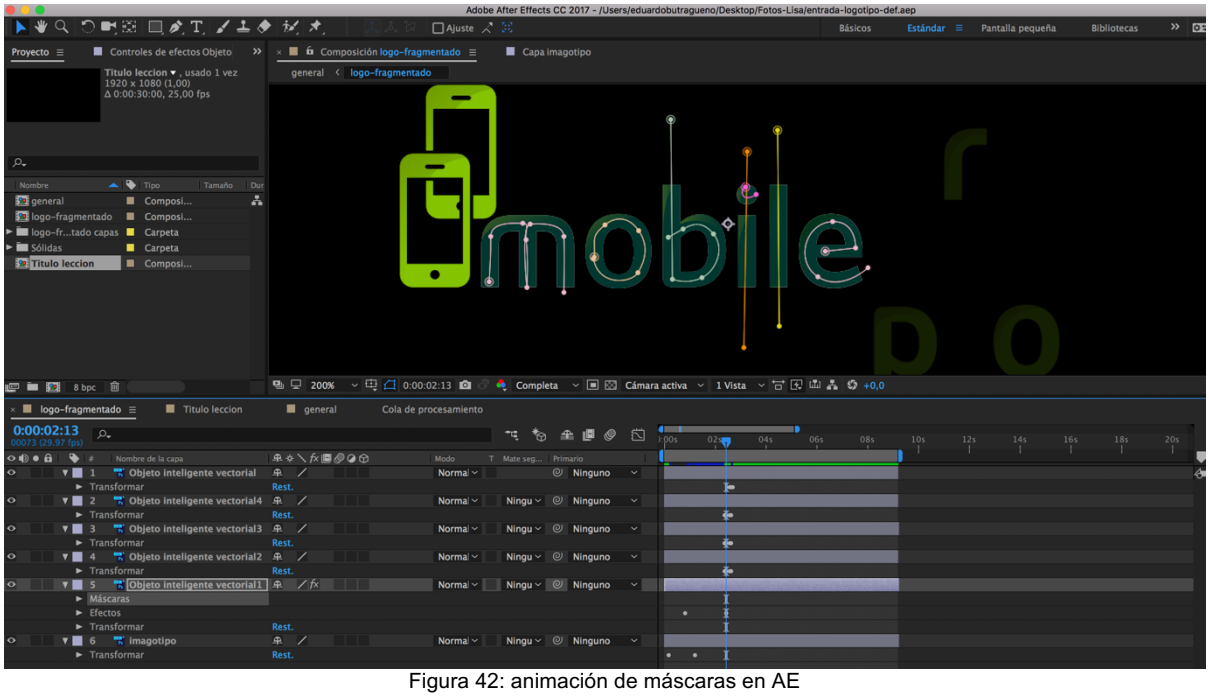


Figura 42: animación de máscaras en AE

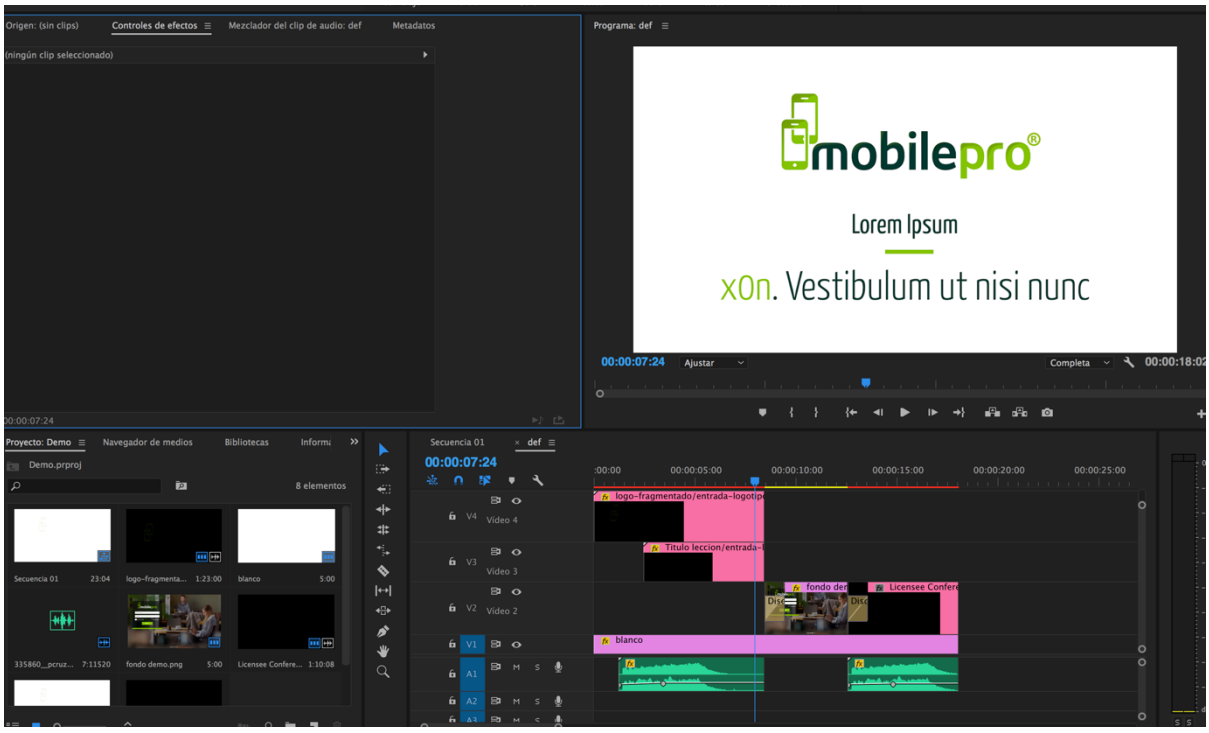


Figura 43: Montaje de la plantilla de los videos de lección

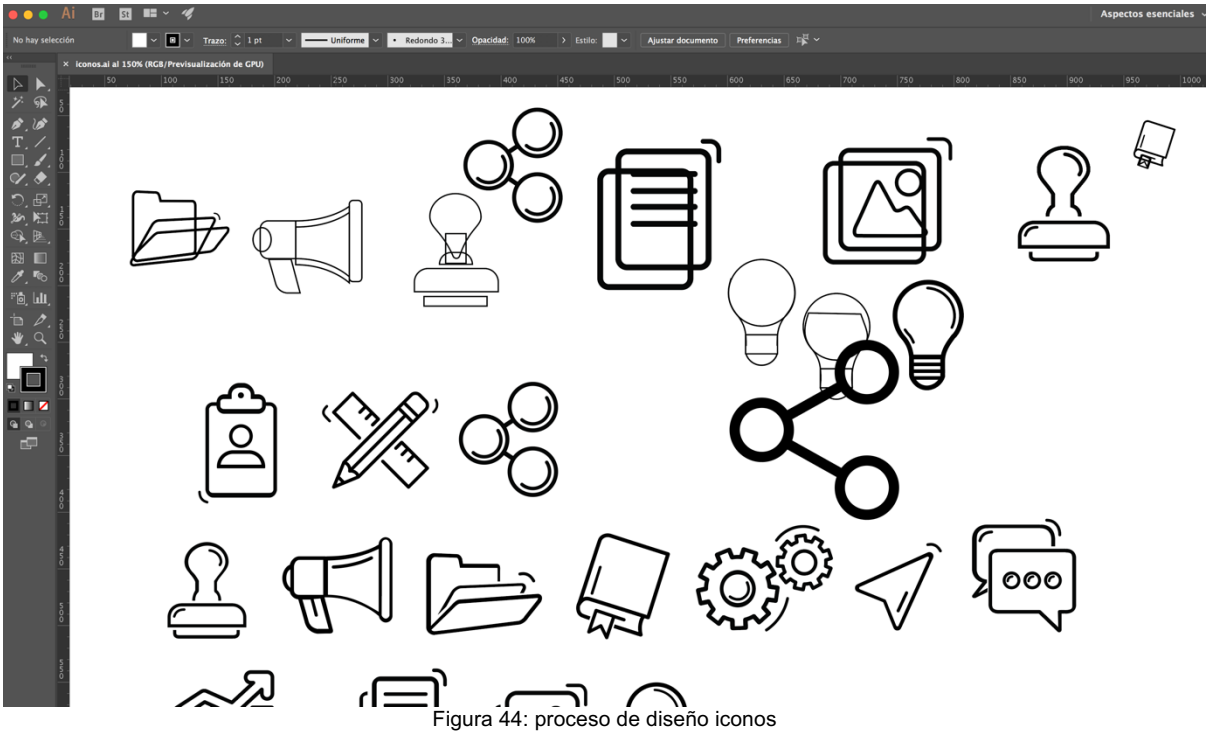


Figura 44: proceso de diseño iconos

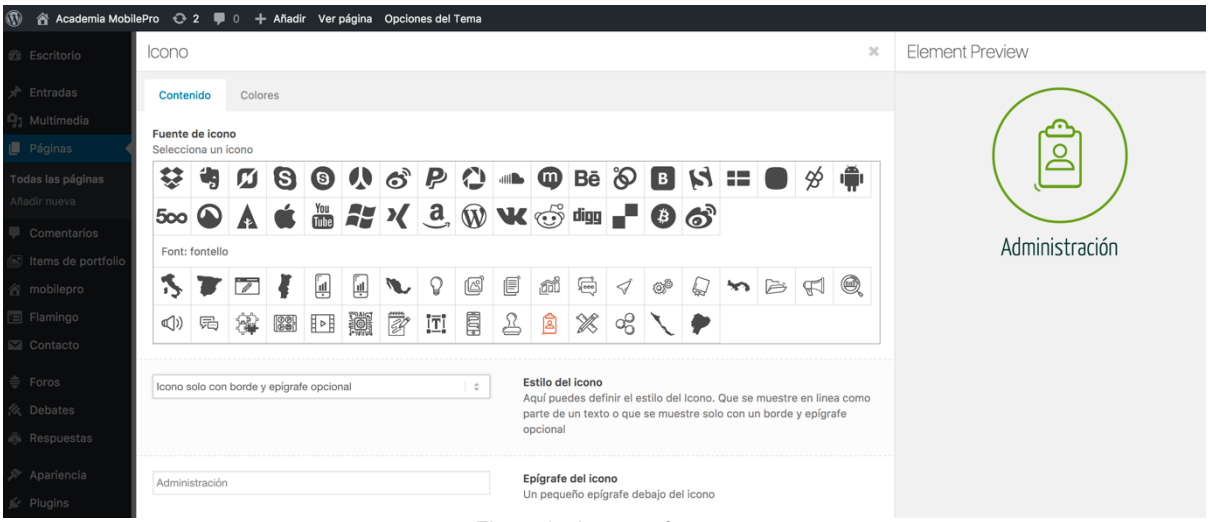


Figura 45: iconos a fuentes

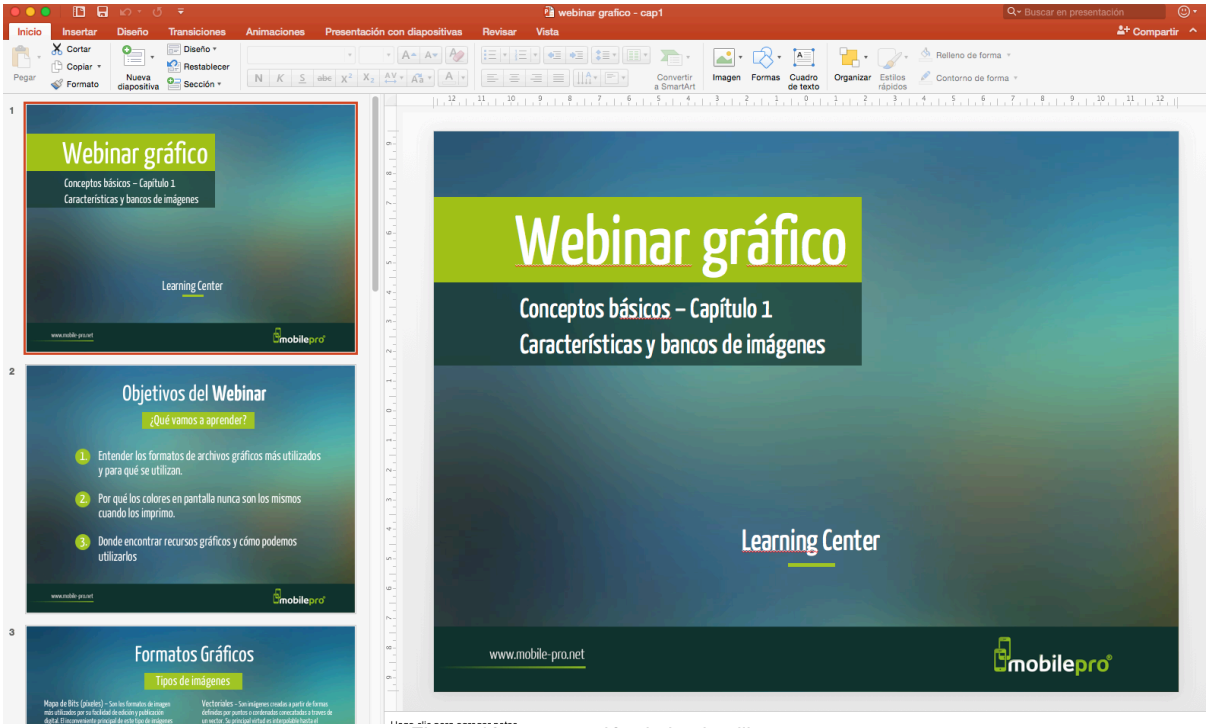


Figura 46: construcción de la plantilla ppt

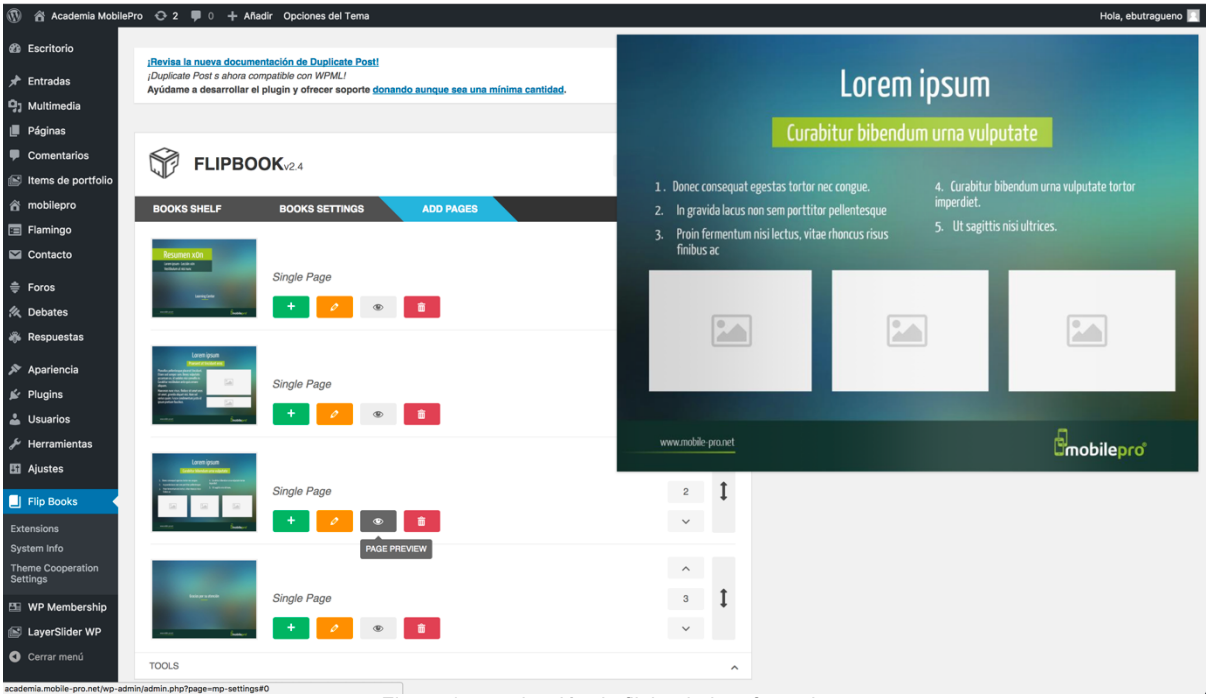


Figura 47: producción de flipbook de referencia

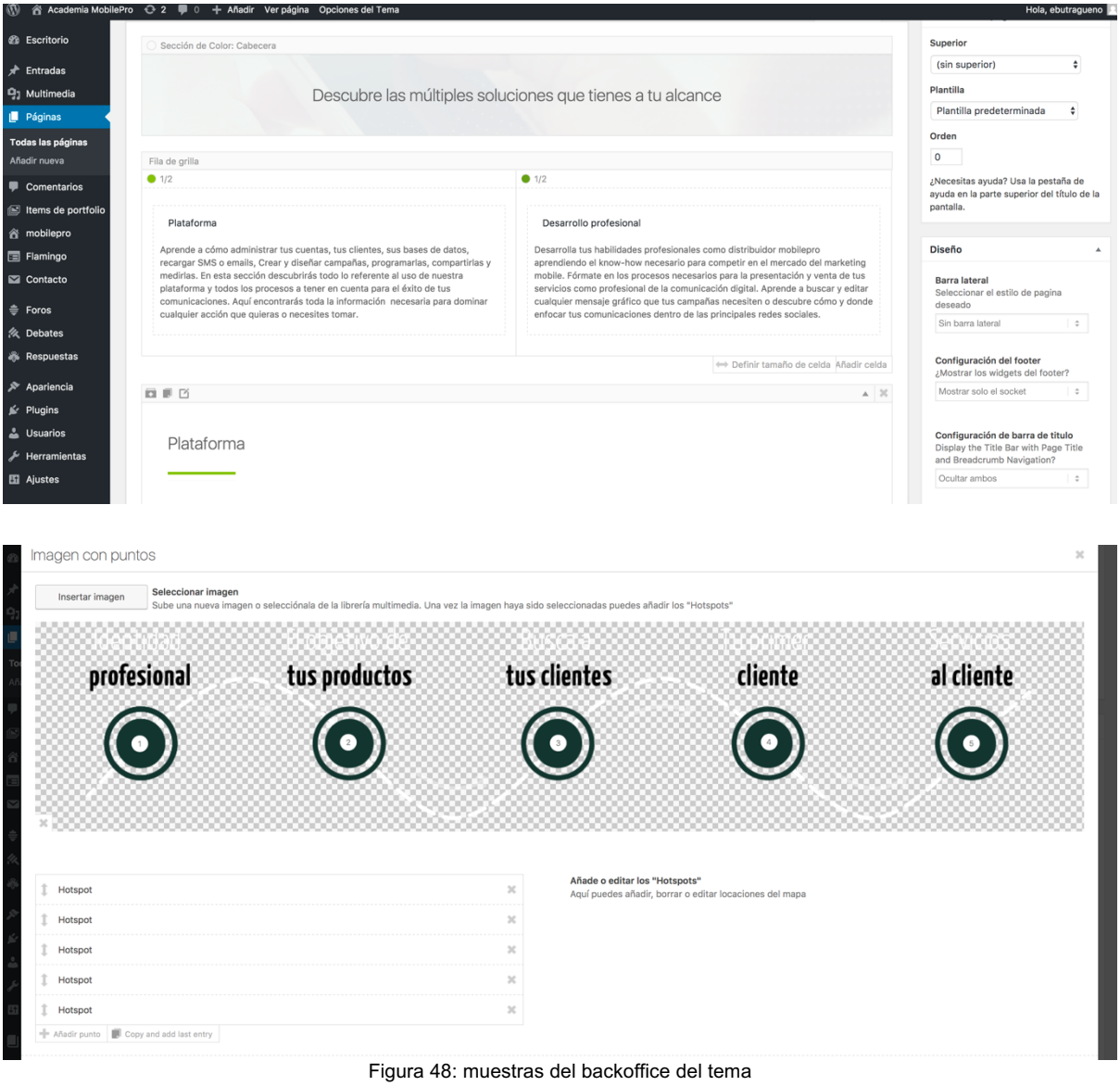
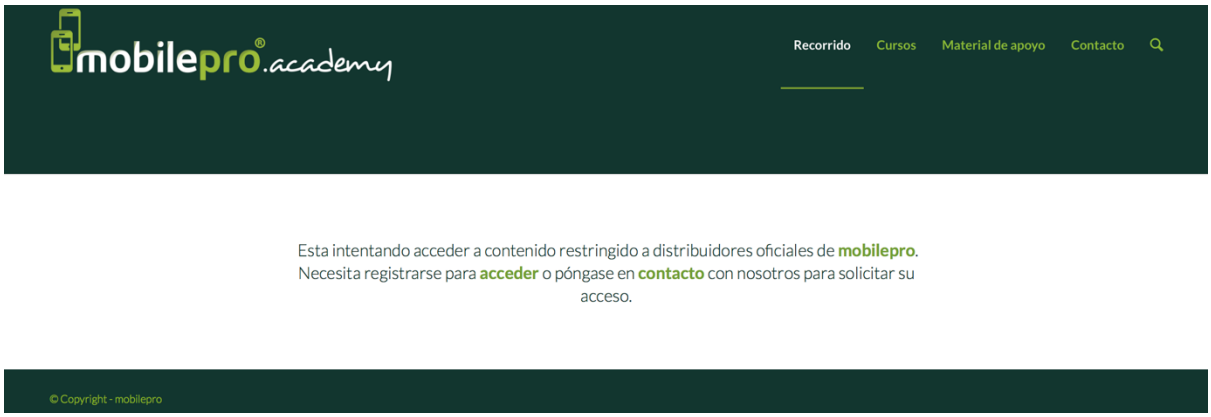


Figura 48: muestras del backoffice del tema

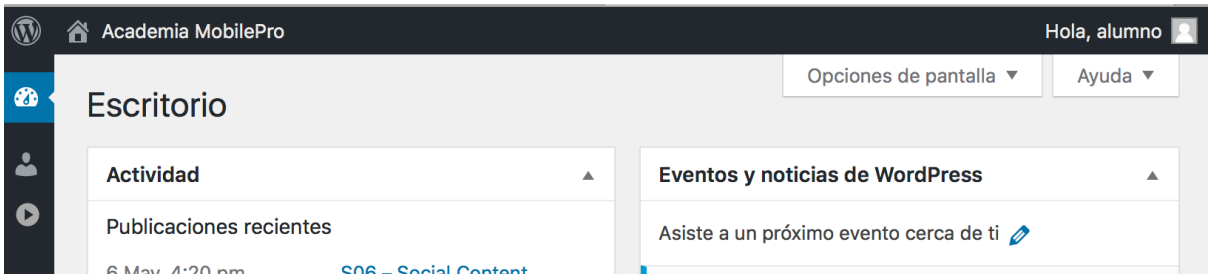
Anexo 5. Guia del usuario

Un usuario podrá acceder a la página de inicio y al contacto general pero nunca podrá acceder a cualquier otra sección de la Web si no es un distribuidor de MobilePro o ha sido autorizado mediante la apertura de un perfil de usuario que le dará acceso al material videográfico, foros y contactos de áreas determinadas.



El usuario de muestra para el testeo y recorrido cognitivo es:
User: alumno
Pass: alumno-UOC

El usuario una vez registrado podrá acceder a su dashboard dirigiéndose a la dirección de administración http://academia.mobile-pro.net/wp-admin



Una vez en el dashboard, lo único que podrá hacer es cambios en la información de su perfil de usuario.

Anexo 6. Llibro de estilo

Logotipo e imagotipo

El logotipo, al ser una versión del logotipo oficial, mantiene la misma norma de uso. Actualmente está en versión negativa y en positivo se sustituiría el balnco por el verde oscuro del fondo. El imagotipo es común y ha de respetarse tal y como se encuentra.

Colores

La norma para la combinación cromàtica es la de prioritzar la legibilidad sin excesivos contrastes del mensaje por encima de elementos estéticos o contrastes exagerados por ello se ha definido una variación del verde claro algo más oscuro en la hoja de estilo css

```
/*colores*/
.verdeClaro { color: #91C020; } .verdeClaroOscuro { color: #729e34;
} .verdeOscuro { color: #12362F; } .blanco { color: #fff!important;}
```

Verde oscuro:

color para pantalla:
rgb(18,54,47) – #12362F
color para impresión:
cmyk(100%,58%,49%,49%) – pantone 309 C (solid coated)

Verde claro:

color para pantalla:
rgb(145,192,32) – #91C020
color para impresión:
cmyk(59%,0%,100%,0%) – pantone 368 C (solid coated)

Fuentes tipográficas

TeleVoice
Fuente de partida para el logotipo, anteriormente se combinaba como titular con la Raleway como texto corrido

Yanone kaffeesatz
Utilizada como Titular principalmente o como texto corrido cunado se combina con la Libel Suit
H1 – Yanone kaffeesatz Light – 45px
H2 – Yanone kaffeesatz regular – 38px
Títulos iconos - Yanone kaffeesatz Light – 30px

Libel Suit
Utilizada en la promoción del ChatBot

Lato
Utilizada para el texto corrido cuando los titulares son Yanone kaffeesatz

Anexo 7. One-page business plan/Resumen ejecutivo

Nombre comercial
MobilePro Academy

Resumen Comercial
Un punto de formación y apoyo para la plataforma #1 más completa que existe en soluciones en mobile marketing. Fórmate como distribuidor oficial y comparte tus experiencias.

Modelo de negocio
Formación en línea por subscripción indirecta relacionada con el pago de los gastos de mantenimiento de la plataforma.

Expertise
Habilidades básicas en el uso de un navegador.

Productos y servicios
Formación en línea, foros de ayuda y encuentro, material corporativo y de referencia

Competencia
Competencia directa ninguna salvo la que pueda realizar otro licenciatario con acceso a la comercialización de la misma plataforma o similar.

Mercado
Distribuidores en activo

Plan de márquetin
Inclusión de este *learning center* en las comunicaciones regulares de la empresa (newsletters), folletos informativos, publicación en redes sociales y en la información dentro de los portales de franquicias en los que estamos presentes.

Inversión inicial y costes
No se prevén costes a corto plazo salvo las cargas de email y sms para la promoción una vez terminada la implantación

Proyección económica.
Aumento de la afiliación como distribuidor y aumento en el gasto en las cuentas de cliente de emails y sms debido al consiguiente aumento de las campañas.

Tabla 6: DAFO

DAFO

Debilidades - Mantenimiento constante - Límite de 30 conexiones en la base de datos - Formación insuficiente	Amenazas - Pérdida de interés del usuario - Falta de tiempo para el mantenimiento - Comportamientos inapropiados en los Foros
Fortalezas - Organización de los contenidos por nivel de conocimiento - Acceso rápido a todo el material - Apoyo tanto de la empresa como de los compañeros distribuidores	Oportunidades - Estudio del material formativo escogido por el usuario. - Fidelización y participación del distribuidor - Aumentar los ingresos en la factura de mantenimiento

Anexo 8. Glosario /Índice analítico

Distribuidor – Usuario focal de la aplicación. Sus funciones son las de ofrecer nuestras soluciones en mobile marketing y asistir al cliente en sus necesidades comunicativas utilizando dichas soluciones

Landing page – Página promocional diseñada para teléfonos móviles que se pueden distribuir mediante un shortlink via SMS.

Storytelling – Una historia visual para el móvil que simula el paso de hojas (flipbook).

ChatBot – Solución de chat automático que permite enlazarse en chats como Facebook o incorporarse en cualquier web.

Webinar – Programas de formación en línea mediante videoconferencia a grupos de distribuidores

Learning center – Lugar o centro de formación

Child theme – Tema hijo de un tema de wordpress que se utiliza para realizer las modificaciones al tema padre pero sin sobre escribirlo. Su función es la de facilitar la actualización regular del tema sin perder las modificaciones que se mantienen siempre en el tema hijo.

Dashboard – Tablero de herramientas, backoffice o área administrativa de una web Wordpress

Anexo 9. Bibliografía

Jakob Nielsen - "10 Usability Heuristics for User Interface Design" - 01/01/95 -Nielsen Norman Group – en línea [19/06/17] - https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/

Tomàs Modroño - "Metodologías de UX: Walkthrough o Recorrido Cognitivo" -14/03/17- interactius.com – en línea [19/06/17] - https://www.interactius.com/es/ui/metodologias-de-ux-walkthrough-recorrido-cognitivo/

Varun – "How To Insert a Back Button in HTML and WordPress" – 16/06/16 - techzog.com - en línea [19/06/17] - http://techzog.com/development/insert-back-button-html/

Roser Beneito Montagut – "Presentación de documentos y elaboración de presentaciones" – FUOC - NR64BN4TZTOGMDE0V2D7.pdf

Project Management Institute - "Guia de los fundamentos para la dirección de proyectos"- (Guía del PMBOK®) Cuarta Edición - 2008 Project Management Institute, Inc – pdf

Eduardo Butragueño – "PRAC - Metodología y desarrollo de proyectos en red" – 16/06/15 - UOC - PR_Practica_Final_Metodologia.pdf

Eduardo Butragueño – "PRA1 - Gestión de Proyectos"– 12/05/15 - UOC - PR1GP.pdf

Anexo 10. Vita

En 2003 terminó sus estudios como Ilustrador en EASD Serra i Abella, tras trabajar puntualmente como ilustrador autónomo y realizar múltiples cursos formativos terminó accediendo a un puesto temporal en Barcelona Activa como diseñador en el departamento de prospectiva económica. Debido a la exigencia de titulación universitaria para acceder a los programas de promoción interna, el autor del proyecto se decidió a formalizar y aumentar sus conocimientos comenzando el Grado de Multimedia en la UOC.

Tras sus prácticas en Incubio (Sharing Academy con Jordi Llonç) su supervisor en la incubadora, David Mundo le puso en contacto con Massimiliano Brigida, CEO de MobilePro y co-fundador de TheDigitalBox, que le ofrecería formar parte de la empresa como diseñador con conocimientos en HTML y CSS. Dos años después continúa ejerciendo como diseñador multimedia, fotógrafo de la empresa y soporte técnico.