

Contingut Usable: Content Strategy

Content Strategy és una disciplina emergent lligada al contingut i basada en que a la web tot és contingut.

De fet es tracta de comunicar correctament el que necessitem en una web, molts copsensem que una vegada definida la **Arquitectura de la Informació** d'un lloc web ja podem passar a escriure el contingut de forma directa, sense pensar en com els usuaris entenen el nostre missatge.

Això dona lloc a un *missatge equivocat i difícil d'entendre*, de forma que els usuaris finals, no tenen un bon nivell de satisfacció i acaben abandonant el lloc.

El **copywriting** és la forma que utilitzem per comunicar correctament un missatge, una forma de redactar correctament per a que l'usuari tingui una percepció agradable i entenedora del que li volem mostrar, i que va lligat al contingut usable.

Content Strategy neix per facilitar el que la Arquitectura de la Informació hauria de solucionar, el que passa és que només amb la AI, ens quedem amb un nivell conceptual molt genèric, un model que és capaç d'organitzar un esquema mental per estructurar la web, i que no entra amb detalls fins que els dissenyadors,maquetadors, programadors, entren en acció, deixant un buit alhora de perfilar la forma final del nostre lloc, i que porta molt sovint a un dèficit en el missatge a mostrar.

Amb la **Arquitectura de la informació** podem definir els models no funcionals a mode de grid, les relacions entre diferents blocs, etc..

Llavors ens hauria de sorgir la pregunta de *qué volem comunicar ??*

Al final la web és contingut.

Però i el disseny, l'estructura, les metadata, que passa?

La resposta és ben senzilla, **tot és contingut!**

Necessitem una eina, metodologia, per tal de poder posar en pràctica aquesta manera de treballar, i aquí és on entra **Content Strategy**.

Per tant *s'ha de ser pràctic*, que farem per a que sigui més eficient el nostre treball i no perdren's en multitud de *diagrames, conceptes generals, i idees maravelloses?*

Donç posar-ho en pràctica:

El contingut ha de ser rellevant per a la gent que visita la nostra web, hem d'escollir les frases més adients per al típus d'usuari que ens visita.

Per fer-ho *usable*, hem de definir les estructures que puguem reutilitzar en els diferents aparats.

Necessitem definir els mètodes de navegació del lloc web, les metadata, el cms que utilitzarem, buscadors, etc., i totes les eines necessàries.

La **metodologia del Content Strategy** es basa en el contingut com a eina de planificació. I va lligat a les *metodologies àgils*.

quí és el *responsable?* El *client?* Els *usuaris?* Els *desenvolupadors?* Els *dissenyadors?*

Podem dividir la feina en aquests punts:

Anàlisi de les paraules o el mètode Abbott.

Identifiquem paraules clau en la conversa amb el *client*, *verbs*, *sustantius* utilitzats pel client per a descriure la seva idea de la web o explicar les seves necessitats.

Obtenim els texts per definir els objectes de classificació per a introduir-ho en la Arquitectura de la Informació de la web.

Anàlisi d'audiències

Hem d'*avaluar i introduir* els diferents tipus d'audiència que tinguem a la nostra web per tal de poder elaborar un **contingut adient**.

Es pot resumir desde l'article de nosolousabilidad.com

(http://www.nosolousabilidad.com/articulos/modelo_comunicacion.htm)

que em vols contar?

Que ho entens?

Card Sorting

La metodologia del **Card Sorting** es basa en l'*agrupació de paraules clau* segons la seva relació temàtica en funció d'unes paraules clau escollides i mostrades mitjançant targetes, que els usaris escollits per l'estudi organitzen, segons un model mental, segons la relació de les paraules clau definides per l'usuari i extreure el tipus de llenguatge que s'hauria d'utilitzar en el *redactat de la web*.

Prototipatge

El *prototipat* ens servirà per escollir i decidir l'**estructura de la web**, i amb ella les **dades** a mostrar, els **missatges** del sistema i la possible **interacció** dels usuaris.

Hauriem de definir dos tipus:

No funcional (wireframes)

Prototip amb contingut (contentframes)

Programació, maquetació i disseny

En resum: no més lorem ipsum!

Utilitzarem la filosofia de les *metodologies àgils*, de manera que en qualsevol moment, a qualsevol dels participants en l'el·laboració del projecte, pot intervenir per aportar alguna millora en l'estratègia del contingut, *sense que sigui excel·lent*, i per a que serveixi de forma natural per millorar continuament el desenvolupament de la web.

Al contar amb contingut real (**NO més Lorem ipsum!!**), podrem veure en tot moment, no només l'estat de l'estructura de la web, sino que veurem també l'evolució real de la web.

Conclusions

Com a nova filosofia en aplicació s'haurà de revisar i estudiar, però està clar que si serveix per poder involucrar tot un equip en el desenvolupament real, és una eina a tenir present i mirar com evoluciona.

Enllaços relacionats:

<http://www.alistapart.com/articles/thedisciplineofcontentstrategy>

<http://www.alistapart.com/articles/contentiousstrategy>

http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_%C3%A1gil_de_software

http://www.nosolousabilidad.com/articulos/modelo_comunicacion.htm

<http://www.vanderreis.com/blog/%C2%BFque-es-copywriting-y-porque-debe-importame/>

http://es.wikipedia.org/wiki/Arquitectura_de_la_informaci%C3%B3n