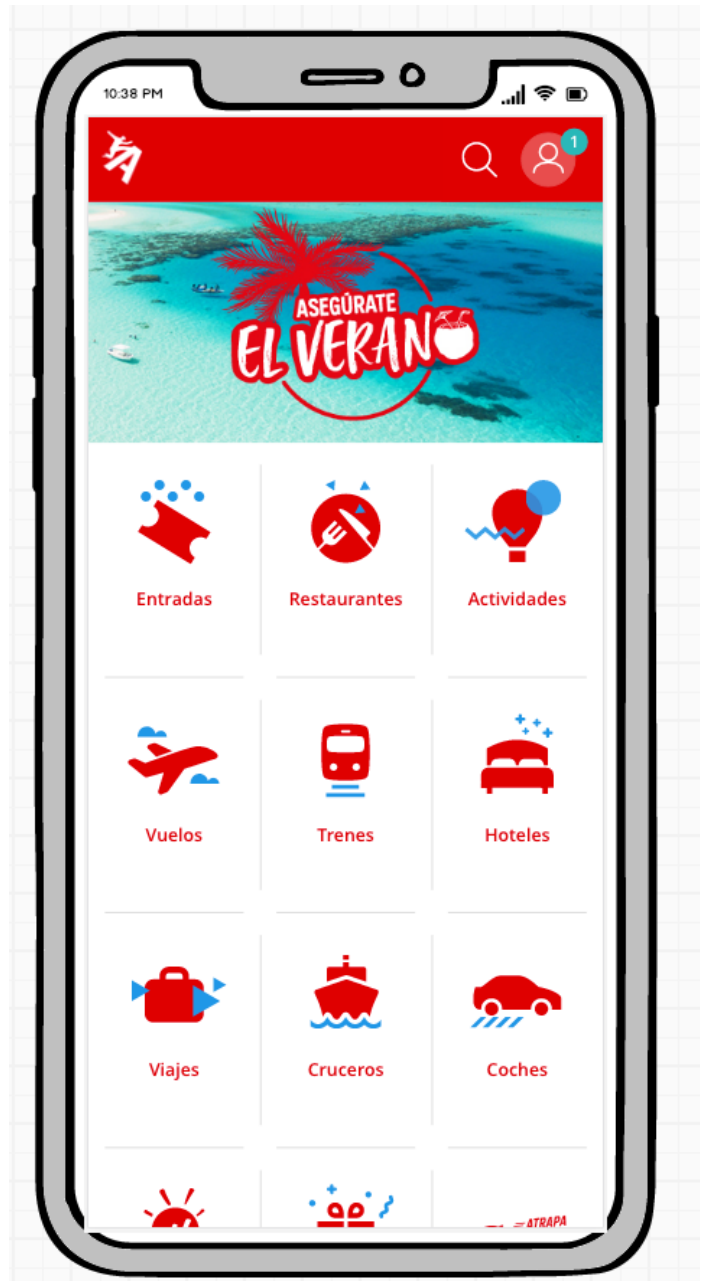
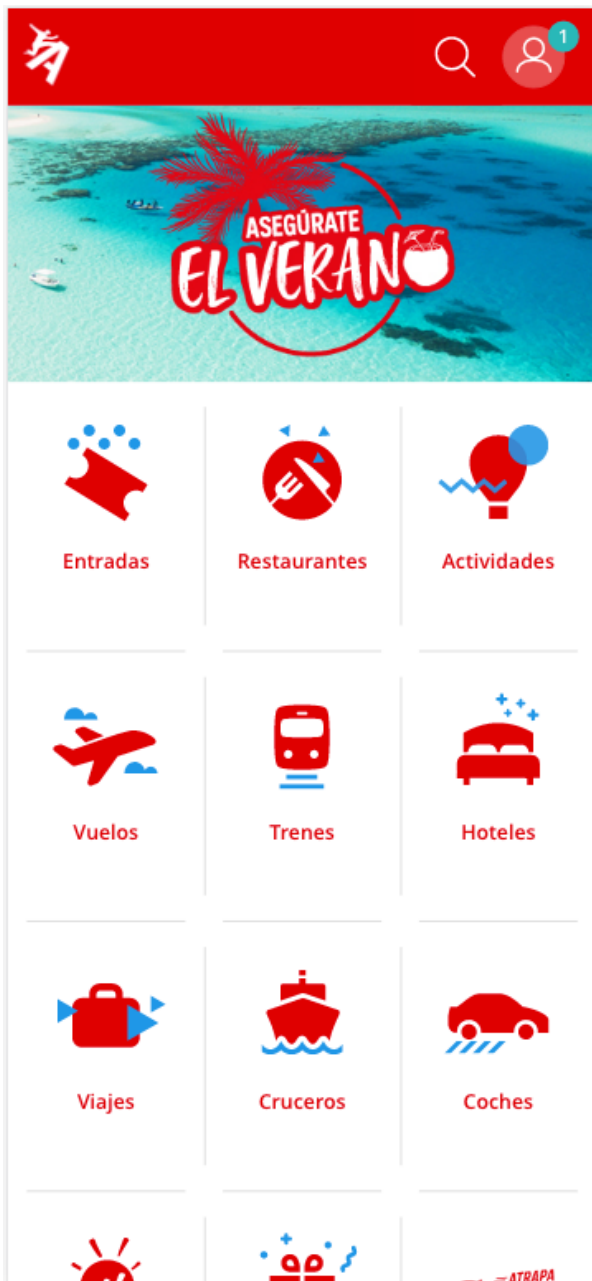


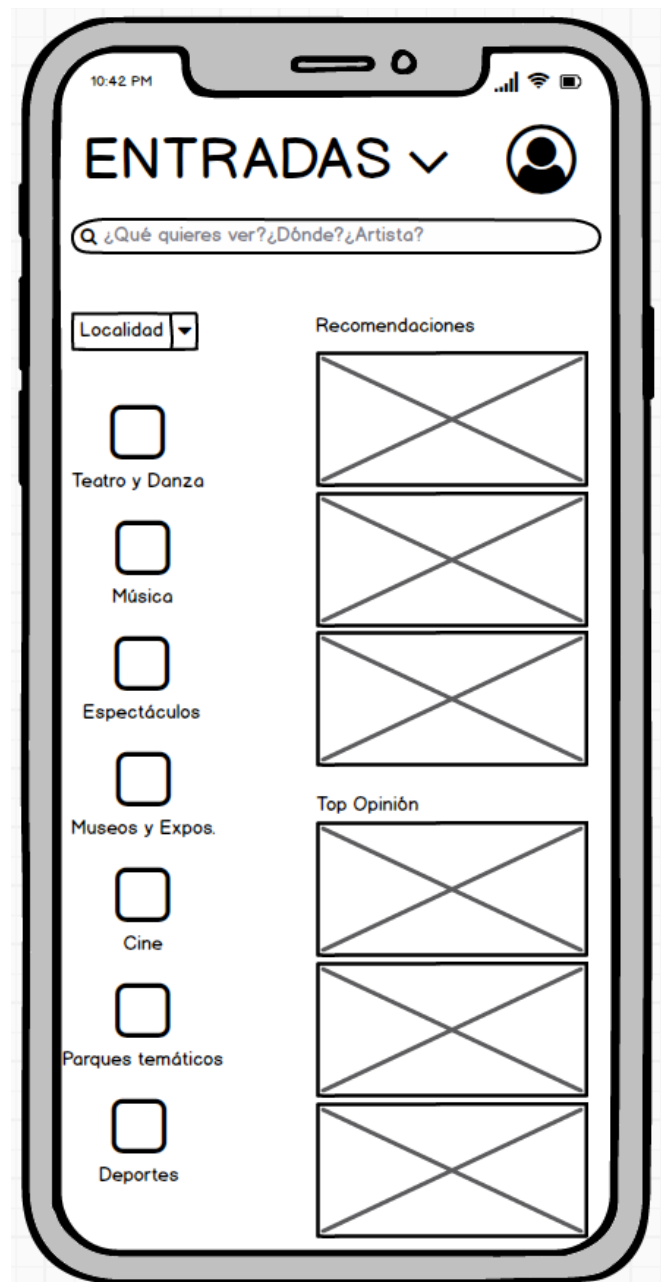
Christian Gallego - Mockup

A la izquierda, cómo se ve en un iPhone X (desde el navegador Chrome) y a la derecha mi wireframe también en iPhone X.



No cambiaría nada de la primera pantalla. Me gusta la buena accesibilidad a cualquier elemento. Podría prescindir de la imagen “asegúrate el verano” pero veo buena forma de economizar el site.



Procurar poner lo más importante a mejor alcance, disminuyendo el hacer scroll para las diferentes secciones. Así a primera vista tengo temáticas, recomendaciones de Atrapalo (espacio reservado para posicionar espectáculos nuevos y/o que aporten algún fee) y recomendaciones de los usuarios.



Más claridad a lo importante en este paso de la compra/búsqueda de entradas. Daremos más detalles del espectáculo en el siguiente paso, una vez decida un título.

 Entradas  

Se han encontrado 544 espec... Nueva búsqueda

Filtrar 544 espectáculos
0 filtros aplicados

Selección Atrápalo Precio Valoración Más ver >




Jamming Show, en Madrid
Teatro Maravillas (Madrid)
Impro
02 mar al 05 may
8.7 Excelente
Adultos ✓

desde 18€
Ahorra 5€ **13€** -28%








El test, en Madrid - 2ª temporada
Teatro Cofidis Alcázar (Madrid)
Teatro
09 feb al 27 may
90 minutos
Castellano
8.3 Muy bueno
Adultos ✓


desde 16€
Ahorra 4€ **12€** -25%




Las noches de El Club de la -17%

04:31 PM   

ENTRADAS  

 Teatro y Danza Localidad ▼



Título

Lugar


Tipo

★★★★★

€

Ahorras X%

desde...hasta...
horarios



Título

Lugar


Tipo

★★★★★

€

Ahorras X%

desde...hasta...
horarios



Título

Lugar


Tipo

★★★★★

€

Ahorras X%

desde...hasta...
horarios



Título

Lugar

Tipo

★★★★★

€

Ahorras X%

desde...hasta...
horarios

He querido resumir lo importante que un comprador desea ver al realizar la compra y hacérselo más fácil. Los elementos azules son hipervínculos que te llevan a otras páginas o pop-ups donde se da más detalle sobre lo seleccionado. La fecha disponible del evento te lleva directamente al primer día disponible pudiendo seleccionar otro mes cuando esté disponible dicho evento.

En la compra procuro facilitar la elección de todos los elementos que pueda elegir el cliente para evitar más pasos posteriores, como suele pasar con la elección de asiento.

Haciendo scroll pasaríamos a opiniones de los usuarios acerca del evento. Aún así mi idea es reducir el scroll en estas pantallas, que veo que en Atrapalo usan demasiado a mi parecer.

 Entradas  



Jamming Show, en Madrid

Teatro Maravillas, Madrid [Ver en mapa](#)
del 10-feb al 05-may 2018

Excelente
8.7 | 2532 opiniones >

desde 18€
9€ -50%

RESERVAR

¡Yo también lo he visto!

Comparte tu experiencia.



04:31 PM   

ENTRADAS  



Título evento Localidad

★★★★★ Febrero [Lugar](#) | [Ver en Mapa](#)

Sáb, 10 Feb - 21:00 AGOTADAS

Sáb, 10 Feb - 22:30

Patio de butacas	Agotadas	2	>
Elegir asiento			
Anfiteatro 1	€	2	>
Elegir asiento			
Anfiteatro 2	€	2	>
Elegir asiento			

Dom, 11 Feb - 21:00 desde €

Vie, 16 Feb - 21:00 desde €

En la funcionalidad de elegir asiento me decanto por la elección espacial, mostrando un pop-up con una simulación del teatro. Se debería ver sólo la sección que ha seleccionado previamente (patio butacas, anfiteatro 1, anfiteatro2...lo que toque). Y dando aceptar volvería a la pantalla con los asientos seleccionados.

Selección de butacas

✕

nº máximo de entradas: 12.

VISIBILIDAD REDUCIDA
DONALD | 26,00 €

0

ZONA GOOFY | 24,00 €

0

VISIBILIDAD REDUCIDA
GOOFY | 21,00 €

0

ZONA DAISY | 19,00 €

0

VISIBILIDAD REDUCIDA DAISY
| 16,00 €

0

SILLAS PISTA A | 55,00 €

AGOTADO

SILLAS PISTA B | 50,00 €

AGOTADO

VISIBILIDAD REDUCIDA
MICKEY | 37,00 €

AGOTADO

VISIBILIDAD REDUCIDA
MINNIE | 31,00 €

AGOTADO

ZONA DONALD | 29,00 €

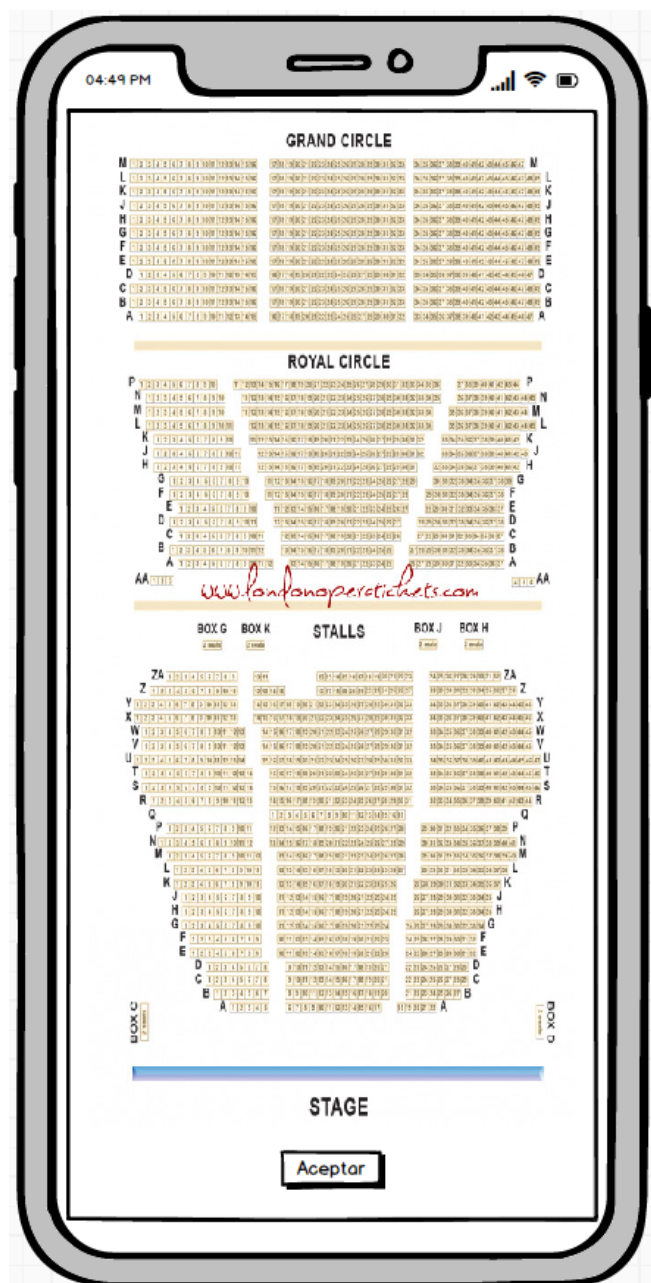
AGOTADO

ZONA MICKEY | 40,00 €

AGOTADO

ZONA MINNIE | 34,00 €

AGOTADO



Con la misma premisa de facilitar la compra, procuro mostrar lo importante para finalizar la compra sin tener que andar buscando cómo finalizarlo haciendo scroll.

Tus datos y pago

23 % dto.

Jamming Show, en Madrid (Madrid)
1 entrada | 10-02-2018 | 23:00h
[Ver detalle >](#)

Precio de los servicios	14 €
Precio total:	14 €

Pago en taquilla

[Ver desglose y condiciones >](#)

⌚ Última compra para este evento hace 34 minutos

¡Inicia sesión y ahorra!

Con esta compra acumularás 25 puntos para canjear por Vales Regalo

Facebook

Google

Tu email

Al pulsar sobre "Entrar con Facebook" o "Entrar con Google" estás aceptando nuestra [política de privacidad](#).

Buen precio

05:18 PM

PAGO

Título evento

Localidad

Sáb, 10 Feb - 22:30
Anfiteatro 1 Fila 3 Asientos 13 - 15

Comisiones de servicio €

Código descuento

Precio total €

[Ver desglose y condiciones](#)

[Inicia sesión](#)

Datos del comprador

Nombre

Apellidos

Dirección

Cod. Postal

Provincia ▼

Localidad ▼

E-mail

Teléfono

Núm. Tarjeta

CCV

Cad. / /

COMPRAR

Y por último el detalle de la compra con diferentes opciones de “imprimir” las entradas y dar opción a seguir comprando dando recomendaciones (no tengo la versión de atrápalo.com porque no he realizado una compra real). El botón ‘seguir comprando’ volvería a la home.



PLAN DE TEST

Objetivo: mejorar la interfaz y funcionalidad de compra de entradas de teatro/danza. Se pueden extrapolar a la compra de todo tipo de entradas.

Formato: test de tareas.

Perfiles: muestra de 3 participantes, usuario habitual de internet pero no de compra de entradas de teatro.

Tareas

1. Comprobar que el proceso de compra de una entrada de obra de teatro/danza se ha mejorado en tiempo y en experiencia de usuario.
 - Con una habilidad normal de internet y sin mucha experiencia previa en la compra de entradas por internet se desea comprar una/s entrada/s de teatro/danza de una obra de tu localidad.
 - Objetivo: comprobar que la experiencia mejora y es efectiva la compra sin dejar lugar a dudas de cómo conseguirlas.
2. Comprobar la mejora en la funcionalidad a la hora de elegir tu asiento deseado en el proceso de compra (tarea 1).
 - La funcionalidad actual no permite dar una idea clara y concisa desde dónde vas a ver la obra y con la nueva actualización se pretende saber exactamente desde dónde va a visionar la función.
 - Objetivo: comprobar si en el proceso le es intuitivo, claro y no le deja dudas de cómo va a visionar el espectáculo.
3. Comprobar la influencia de las recomendaciones de atrapalo.com.
 - Sin idea previa de ver un espectáculo, entras en la plataforma con las ganas de ver una pero sin saber cuál y abierto a recomendaciones y opiniones. Seleccionará por recomendación y/u opinión.
 - Objetivo: comprobar si los elementos "recomendaciones" y "top opinions" se entienden y son relevantes para la situación planteada (buscar una obra sin una idea predefinida)

Métrica

Tarea 1

- Número de clicks: número de clicks hasta llegar a comprar una entrada. Quito la parte de introducción de datos personales para la compra.
- Ruta:
 - A -> a través del buscador la página inicial.
 - B -> accede a entradas por el icono y luego usa el buscador.
 - C -> el usuario va clickando por los iconos sin usar el buscador. Usa todas las pantallas propuestas.
- Rating (1-5): ¿Ha sido satisfactoria la compra y la experiencia? El usuario valora subjetivamente qué le ha parecido la propuesta.
- Éxito/Fracaso (1/0): ¿Ha conseguido el objetivo de comprar la/s entrada/s?

Tarea 2

- Número de clicks: número de clicks hasta llegar a elegir asiento desde el inicio del proceso de compra.
- Ruta: desde el inicio del proceso de compra.
 - A -> a través del buscador la página inicial.
 - B -> accede a entradas por el icono y luego usa el buscador.
 - C -> el usuario va clickando por los iconos sin usar el buscador. Usa todas las pantallas propuestas.

- Seleccionar butaca: es fácil la elección de asiento. 1 - sí lo fue. 0 - le costó encontrarlo.
- Rating (1-5): ¿Ha sido satisfactoria la elección y la experiencia? El usuario valora subjetivamente qué le ha parecido la propuesta.
- Éxito/Fracaso (1/0): ¿Ha conseguido el objetivo de elegir asiento al final de la compra?

Tarea 3

- Número de clicks: número de clicks hasta llegar a seleccionar obra por recomendación/opinión.
- CTA es fácil la elección de la obra por recomendación/opinión. 1 - sí lo fue. 0 - le costó encontrarlo.
- Ruta:
 - A -> a través del buscador la página inicial.
 - B -> accede a entradas por el icono y luego usa el buscador.
 - C -> el usuario va clickando por los iconos sin usar el buscador. Usa todas las pantallas propuestas.
- Rating (1-5): ¿Ha sido satisfactoria la elección y la experiencia? El usuario valora subjetivamente qué le ha parecido la propuesta.
- Éxito/Fracaso (1/0): ¿Ha conseguido el objetivo de comprar la/s entrada/s de una obra por recomendación/opinión?

RESULTADOS

TAREA 1	Nº de Clicks	Ruta	Rating	Éxito
Usuario 1	14	C	4	1
Usuario 2	9	A	4	1
Usuario 3	14	C	5	1

Cualitativos:

- **U1:** echó en falta criterios de ordenación pero que se le aclaró que se incluían en el logo de filtrar. De todas formas, hubiera pulsado en dicho logo por intuición (dicho por el usuario). Habiendo conseguido el objetivo de compra, hubo cierto sentimiento de no haber completado la compra ('falso fracaso') ya que la info de "compra realizada" no estaba demasiado resaltada, aunque sí estaba presente (y dicho por el usuario).
- **U2:** usó directamente el buscador general y accedió a la pantalla de obras de teatro por querer ir más directo.
- **U3:** en el conjunto del proceso no indicó síntomas de duda o de echar en falta algo, salvo criterio de ordenación para elegir espectáculo.

TAREA 2	Nº de Clicks	Ruta	Selec. butaca	Rating	Éxito
Usuario 1	11	C	1	4	1
Usuario 2	8	A	1	5	1
Usuario 3	11	C	1	5	1

Cualitativos:

- **U1:** no hubo problemas en localizar el CTA pero el usuario explicó que se metía por dudar de si iba a poder elegir después de pinchar en el logo de 'siguiente'.
- **U2:** agradeció la forma de visionario en contra de la opción de atrapalo.com.
- **U3:** lo encontró correcto.

TAREA 3	Nº de Clicks	Ruta	CTA	Rating	Éxito
Usuario 1	2	C	1	4	1
Usuario 2	2	C	1	5	1
Usuario 3	2	C	1	3	1

Cualitativos:

- **U1:** encontró fácilmente un espectáculo por recomendación.
- **U2:** encontró fácilmente un espectáculo por opinión.
- **U3:** sin dificultades aunque tuvo dudas en qué tipo de espectáculos recomendaba: hay pocas recomendaciones vs muchos criterios en los iconos.

Datos en bruto por usuario:

USUARIO 1	Nº de Clicks	Ruta	Rating	Éxito	Selec. Butaca	CTA
Tarea 1	14	C	4	1	-	-
Tarea 2	11	C	4	1	1	-
Tarea 3	2	C	4	1	-	1

Cualitativos:

- **T1:** echó en falta criterios de ordenación pero que se le aclaró que se incluían en el logo de filtrar. De todas formas, hubiera pulsado en dicho logo por intuición (dicho por el usuario). Habiendo conseguido el objetivo de compra, hubo cierto sentimiento de no haber completado la compra ('falso fracaso') ya que la info de "compra realizada" no estaba demasiado resaltada, aunque sí estaba presente (y dicho por el usuario).
- **T2:** no hubo problemas en localizar el CTA pero el usuario explicó que se metía por dudar de si iba a poder elegir después de pinchar en el logo de 'siguiente'.
- **T3:** encontró fácilmente un espectáculo por recomendación.

USUARIO 2	Nº de Clicks	Ruta	Rating	Éxito	Selec. Butaca	CTA
Tarea 1	9	A	4	1	-	-
Tarea 2	8	A	5	1	1	-
Tarea 3	2	C	5	1	-	1

Cualitativos:

- T1: usó directamente el buscador general y accedió a la pantalla de obras de teatro por querer ir más directo.
- T2: agradeció la forma de visionario en contra de la opción de atrapalo.com.
- T3: encontró fácilmente un espectáculo por opinión.

USUARIO 3	Nº de Clicks	Ruta	Rating	Éxito	Selec. Butaca	CTA
Tarea 1	14	C	5	1	-	-
Tarea 2	11	C	5	1	1	-
Tarea 3	2	C	3	1	-	1

Cualitativos:

- T1: en el conjunto del proceso no indicó síntomas de duda o de echar en falta algo, salvo criterio de ordenación para elegir espectáculo.
- T2: lo encontró correcto.
- T3: sin dificultades aunque tuvo dudas en qué tipo de espectáculos recomendaba: hay pocas recomendaciones vs muchos criterios en los iconos.

CONCLUSIONES

En líneas generales se ha conseguido mejora en el proceso de compra de una entrada resultando más directa y favorable. Aún así se han echado en falta ciertos detalles, como criterios de ordenación, más directos o claros sus accesos, aunque se pretendía forzar a pulsar iconos para encontrarlos (como ha ocurrido) siendo resultante la liberación de elementos en cada paso: habría que pensar en mostrar esta funcionalidad de criterios de ordenación más evidente o cambiar el icono de filtro por otro que de a entender que es filtro + ordenación.

Sí me ha resultado preocupante el falso fracaso del usuario 1 por lo que habría que retocar dicha pantalla para evitar al máximo dicho caso. Reseñable la funcionalidad de elección de asiento por mejorar claramente a la de la webapp actual.