User Research Plan Template

**Project Name**

**Version xx (Date)**

# Background

* What is this project about?

El Proyecto trata de la investigación de la página web escuela de Teatro y doblaje Remiendo sobre como los distintos tipos de usuarios utilizan la página y que errores tiene esta.

* What’s the purpose of this research? What insights will this research generate?

El propósito de esta es el estudio de los comportamientos de los distintos usuarios ante distintos objetivos en la página web. Esto dará ideas de como mejorar la implementación de la página

# Objectives

**Business Objective & KPIs**

|  |  |
| --- | --- |
| **Objectives** | **KPIs** |
| Mejorar las reseñas de los distintos cursos | Transparencia den las reseñas  Numero de reseñas |
| Mejorar la experiencia en la compra de cursos | Pasos hasta pagar  Informacíon del curso |

**Research Success Criteria**

* What qualitative and quantitative information about users will be collected?
* What documents or artifacts need to be created?
* What decisions need to be made with the research insights?

# 3. Research Methods

Note: Include one to two sentences explain what the method is and its purpose if your stakeholders aren’t familiar with user research.

**Primary research**

* Ethnography (observation)
* User interview
* Contextual inquiry
* Usability test
* Post-session survey

**Secondary research**

* Document review
* Heuristic evaluation
* Analytics review
* Competitive analysis

# 4. Research Scope & Focus Areas

**Question themes**

1 high-level topics of questions

* Valoracion del usuario
* Tiempo que permanece el usuario en la página
* Facilidad de la compra de los cursos

**Design focus components**

Choose main focus areas and delete the rest.

* Utility: Is the content or functionality useful to intended users?
* Efficiency: Once users have learned the design, how quickly can they perform tasks?
* Satisfaction: How pleasant is it to use the design?

# (Personal) Experience in this field

¡Cual es tu experiencia con este tipo de aplicaciones y productos?

Al principio con la sobrecarga de información se hace dificil el acceso a los cursos que se quiere inscribir, despues con el tiempo se consigue saber donde están cada curso en su respectiva carpeta o categoría lo que facilita el tiempo en acceder a la compra de estos cursos.

# 5.1. As a stakeholder

(I was part of one experience as….)

* Una página efectiva, con la información importante de las noticias del mundo relacionado a la página, ademas de videos que ayudan a la visualización de los cursos y facilidad a la hora de inscribirse, mostrando la información que se necesita.

# 5.2. As a designer

* Una página que agrupa todas las categorias en subcategorías en el menu para el acceso de todos los usuarios. Con la página principal mostrando las noticias importantes de forma dinámica y los cursos para que el usuario pueda acceder a ellos facilmente.

# 5.3. As a observer

(I saw one day… )

* Una pagína cargada de noticias donde no se consigue ver a primera vista los distintos cursos ya que no hay una opcion de cursos a primera vista, y la información de estos no se encuentra visible la primera vez, por lo que no tengo la información completa del curso.

# 5.4. User says

(someone tell me… )

* La página es bonita al verla, pero cuando intenté entrar a un curso no es facil de llegar, me salía publicidad y contacto de la página y cuando buscaba un curso en concreto me costó llegar a el ya que hay mucha informacion en las categorias.

**6. Participant Recruiting**

¿quiénes pueden ser usuarios de esta aplicación y este negocio (añade al menos 3 perfiles y explica)

* 1 Aciana jubilada que quiere hacer algo ya que está en la casa todo el tiempo y quiere conocer a otros con sus mismos intereses
* 2 Adulto que trabaja y le gusta el Teatro como forma de relajarse de su trabajo
* 3 Joven que quiere iniciar al mundo de la locución tras haber visto a famosos trabajando

Basado en <https://uxdesign.cc/user-research-plan-template-d7e263ebee79>

<https://taylornguyen.ca/ux-research-templates>