

Conclusiones, justificaciones y valoraciones de los entregables:

COMPETITIVE ANALYSIS:

Nuestro caso de estudio se centrará en La taberna de Kafka, un local que, además de ser restaurante y servir tapas, ofrece catas de vinos públicas y privadas. Hemos optado por esta opción dado que no cuenta con una página web oficial, lo que presenta una situación interesante para estudio.

De cara a su análisis comparativo, hemos decidido buscar dos competidores cercanos geográficamente que también ofrecen catas, entre otros servicios: Granada Gourmet y Bodegas Calvente.

Granada Gourmet (posiblemente renombrado a “Picnic Gourmet”): ofrece gran variedad de productos, desde jamones y aceites hasta encurtidos. Su página web deja que desear en términos de rendimiento y usabilidad, además de no reflejar en su totalidad el aparente renombre a “Picnic Gourmet”, pero cuenta con las funcionalidades que cabría esperar de un diseño web actual (selección de idioma, adaptable al dispositivo...).

Bodegas Calvente: se centra considerablemente más en la cultura del vino. Su modelo de negocio está basado íntegramente en las ventas y catas de vino (a lo cual se ha añadido la venta de aceites también), respaldando esto con una página bien construida, aunque con algunos defectos (selección de idioma no del todo funcional, p.e).

En comparación a los dos establecimientos anteriormente mencionados, La taberna de Kafka no dispone de ningún tipo de página web, en su lugar dependiendo enteramente de sus cuentas en redes sociales y de mensajería para el desarrollo de sus actividades. A pesar de carecer severamente en el aspecto tecnológico y de página web, esto se compensa con la experiencia que otorgan en persona y favoreciendo el uso del "boca a boca" para darse a conocer.

PERSONAS:

Mark Powells: esta Persona ilustra un tipo de cliente común para el ocio de degustación: el turista extranjero. Su falta de dominio del idioma, su escaso conocimiento de la cultura, y el poco tiempo que tiene disponible son idóneos para comprobar si nuestro caso es capaz de satisfacer las necesidades del cliente a pesar de los impedimentos comunicativos y falta de preparación.

Patricia Murcia: Patricia es un buen perfil para ser cliente de una cata de vinos, debido a que reúne varios criterios deseados por un establecimiento de gastronomía/ocio como puede ser un perfil profesional, con un buen nivel económico y que busca celebrar un acontecimiento especial de forma que, en caso de agraderle la experiencia, seguramente quiera repetirla y puede permitírselo. Sin embargo, debido a su nivel de exigencia, cualquier pequeño inconveniente injustificado puede enturbiar su experiencia y provocar su animadversión a regresar al local. Patricia representa al cliente exigente pero que los empresarios desean retener.

USER JOURNEY MAPS:

Mark Powells: el caso de Mark Powells es interesante porque es bastante común en el ámbito del ocio de degustación. Un turista sin apenas conocimiento del idioma o cultura intenta reservar improvisadamente una experiencia refinada y que le permita conocer mejor su entorno, pero acaba topándose con problemas graves de accesibilidad de idioma y complicaciones en el proceso de contactar con el local.

Patricia Murcia: nos otorga un punto de vista distinto que permite averiguar si el establecimiento proporciona la información necesaria y exacta para que sus clientes puedan completar tareas y objetivos con éxito y sin frustrarse. Comienza algo animada porque una cata privada es una experiencia novedosa. No obstante, la falta de web oficial e información explícita por parte de La taberna de Kafka provoca que el proceso de reserva se le haga incómodo, no permitiéndole disfrutar el proceso de recabar información y posterior reserva, y haciendo que la experiencia final no sea como hubiese querido.

USABILITY REVIEW:

Tras evaluar mediante la Revisión de Usabilidad a La taberna de Kafka, vemos que ha obtenido una puntuación de 54 (Moderate).

- Puntos fuertes: contenido publicado, servicios ofrecidos (catas de vinos temáticas...), rendimiento de la plataforma...
- Puntos débiles: enlaces rotos, poco intuitivo, no se aporta suficiente información para realizar la mayoría de tareas, no tiene página web (depende exclusivamente de sus plataformas de redes sociales)...

En general, nuestro caso se beneficiaría de migrar su actividad a una página web propia, con capacidad de búsqueda y con información abundante sobre sus servicios, cómo reservar... Además, disponer de un formulario de reserva u otro tipo de asistencia para realizar las reservas solventaría muchos de los contratiempos que surgen de tener que contactar directamente con ellos para hacerlo.