

BRIEFING

Como se indicó inicialmente en el Research plan, nuestro objetivo era aumentar la visibilidad entre un público más joven y mejorar la experiencia de usuario.

Para ello, iniciamos haciendo un **análisis de competidores** con otras dos páginas similares. Concluimos que los competidores presentaban mejor estética, actualizaban periódicamente sus servicios, ofrecían cursos en fechas actuales y publicaciones recientes en sus blogs; contrastando con nuestra página.

Después, valoramos la experiencia de dos **perfiles** con intereses distintos en el uso de la página. Julio, un coleccionista de artesanía interesado en apoyar a pequeños artistas locales, quería comprar unas artesanías online pero se encontró con un sistema de compra muy confuso. Raquel, una estudiante que buscaba apuntarse a cursos de cerámica para desconectar de la universidad, se encontró con un menú inconsistente que le complicó encontrar desde dónde apuntarse a los cursos ofrecidos y con un método de inscripción poco claro.

Finalizamos con una **revisión de usabilidad**, donde valoramos algunos aspectos técnicos relacionados con las funcionalidades y navegación, entre otros. Concluimos que, aunque la página cuenta con bastantes elementos y herramientas, algunos aspectos como la inconsistencia del menú dificultaron la experiencia.

En conclusión, la página tiene potencial, pero es necesario mejorar la estética, corregir botones defectuosos, reorganizar el menú y simplificar el proceso de compra para hacerlo más intuitivo.