

User Research Plan Template

Kerarquero

Version 1.0 (27/02/2025)

1. Background

- Este proyecto se centra en la evaluación y mejora de una plataforma existente dedicada al reciclaje y la artesanía.
- El propósito de esta investigación es comprender cómo los diferentes tipos de usuarios interactúan con la plataforma para identificar puntos de fricción y oportunidades de mejora. Los insights generados permitirán proponer cambios que mejoren la usabilidad, navegación y eficiencia general de la plataforma para artesanos, consumidores y organizaciones.

2. Objectives

Business Objective & KPIs

Objectives	KPIs
Mejorar la experiencia del usuario en la plataforma	Puntuación de satisfacción del usuario, Tasa de retención
Incrementar la eficiencia en la navegación	Tiempo promedio para completar tareas, Tasa de abandono
Aumentar las conversiones (ventas/interacciones)	Tasa de conversión, Valor promedio de compra

Research Success Criteria

- What qualitative and quantitative information about users will be collected?

Se recogerán datos tanto cualitativos como cuantitativos para comprender mejor a los usuarios y mejorar la plataforma.

❖ **Información cualitativa:**

- Percepción y valor de la cerámica artesanal basada en la historia.
- Motivaciones para comprar productos hechos a mano en lugar de productos industriales.
- Experiencia y satisfacción con los talleres de cerámica.
- Opiniones sobre la estética y usabilidad de la web.

- Preferencias en personalización de productos.
- ❖ **Información cuantitativa:**
 - Tasa de conversión y abandono en la web.
 - Tiempo medio de navegación y páginas visitadas.
 - Productos más vistos y comprados.
 - Participación en talleres y tasas de inscripción.
 - Resultados de encuestas sobre experiencia de usuario.
- What documents or artifacts need to be created?
 - ❖ **Mapas de experiencia del usuario:** Para visualizar el recorrido del usuario en la web, desde la exploración hasta la compra o inscripción en un taller.
 - ❖ **Perfiles de usuario:** Representaciones detalladas de los diferentes tipos de clientes, como coleccionistas de cerámica, turistas interesados en la historia o entusiastas del arte.
 - ❖ **Wireframes y prototipos:** Para probar mejoras en la interfaz de la web antes de implementarlas.
 - ❖ **Informes de análisis de datos:** Resúmenes de los resultados de encuestas, entrevistas y métricas clave.
- What decisions need to be made with the research insights?
 - ❖ **Optimización de la experiencia de compra:** Mejorar la estructura de la web, la presentación de los productos y el proceso de pago según las dificultades detectadas.
 - ❖ **Personalización de productos:** Definir opciones de personalización en la plataforma basadas en las preferencias de los usuarios.
 - ❖ **Mejora de los talleres:** Ajustar temáticas, horarios y métodos de inscripción según el interés y la demanda.
 - ❖ **Estrategias de marketing:** Definir mensajes y campañas que resalten la conexión entre la cerámica y la historia, alineados con los valores del público objetivo.
 - ❖ **Accesibilidad y usabilidad:** Implementar cambios que faciliten la navegación y la interacción con la web en distintos dispositivos.

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)
 - Implica observar a los usuarios en su entorno para analizar su interacción con la cerámica y su apreciación por la historia reflejada en cada pieza. Permite descubrir comportamientos y significados que podrían no expresarse verbalmente.
- User interview
 - Se realizan conversaciones estructuradas con usuarios para conocer sus motivaciones, emociones y percepciones sobre la cerámica histórica. Aporta

información cualitativa sobre qué valoran en las piezas y cómo se conectan con su legado cultural.

- Contextual inquiry
 - Combina observación y entrevistas mientras los usuarios interactúan con las piezas. Ayuda a entender cómo interpretan los diseños, las técnicas y la narrativa histórica en la cerámica.
- Usability test
 - Evalúa cómo los usuarios exploran la plataforma y la experiencia de compra. Permite identificar barreras en la navegación y mejorar la forma en que se transmite la historia a través de la interfaz.
- Post-session survey
 - Cuestionario que se realiza tras la interacción con la plataforma o los productos para recopilar impresiones y medir el impacto de la experiencia. Puede ayudar a ajustar la presentación de la historia en la web y los productos.

4. Research Scope & Focus Areas

Question themes

1. Navegación y búsqueda en la plataforma
 - ❖ La página web es intuitiva en cuanto a la navegación y búsqueda, gracias al menu superior y sus submenus, aunque algunas acciones requieren demasiados clicks para llegar a ellos, siendo funcionalidades importantes.
2. Proceso de compra/venta de productos
 - ❖ La compra de productos es algo tediosa debido a que primero la añades al presupuesto, después a la cesta y después ya la compras
3. Comunicación entre artesanos y consumidores
 - ❖ Tienen una página de contacto fácil de llegar a ella y funcional donde te puedes comunicar con la empresa para cualquier necesidad a través de diferentes medios
4. Acceso a información sobre sostenibilidad y reciclaje
 - ❖ No aparece en la página ninguna información acerca de los materiales, su procedencia o aspectos de sostenibilidad y reciclaje.

Design focus components

- **Utilidad:** ¿El contenido y la funcionalidad son útiles para los tres tipos de usuarios (artesanos, consumidores y organizaciones)?

- Sí , el contenido se ajusta a las necesidades principales de los consumidores de este mercado, aunque podría mejorar la información en materia de sostenibilidad, reciclaje, materiales...
- **Eficiencia:** ¿Con qué rapidez pueden los usuarios realizar tareas clave como comprar artículos o encontrar información sobre talleres a los que apuntarse?
 - La compra de artículos es fácil de hacer pero quizás algo lenta, y los talleres si están fácilmente accesibles a través del menú superior.
- **Errores:** ¿Qué errores cometen los usuarios, cuál es su gravedad y con qué dificultad pueden recuperarse de ellos?
 - En la sección de ¿Quiénes somos?, a la que se accede a través del menú superior, se abre un desplegable que hace pensar que son las diferentes pestañas que hay , pero realmente en el propio botón de ¿Quiénes somos? aparece información que no se puede ver en ningun otro lado.
- **Satisfacción:** ¿Cómo de agradable resulta la experiencia para cada tipo de usuario?
 - En ordenador, la experiencia de usuario es agradable aunque la paleta de colores es a veces inconsistente y en distintas páginas aparecen distintas imagenes con fondos distintos de cabecera o posiciones distintas (por ejemplo en Inicio y Carrito).
- **Persuasividad:** ¿Las acciones deseadas (compra, venta, participación en iniciativas) están adecuadamente motivadas y respaldadas?
 - Aunque no tienen una sección de Opiniones de clientes anteriores, en el CV de la empresa se pueden ver algunos trofeos que les han sido otorgados aunque es facil llegar a esta información y la presentación del CV es mejorable.

5. (Personal) Experience in this field

5.1. As a stakeholder

- Como amante de la historia, he participado en numerosos talleres y charlas , además de excursiones donde he aprendido la importancia del aspecto visual para entender mejor la historia , y por el lado de la artesanía y la sostenibilidad, me he dado cuenta a lo largo d elos años , de la estrecha relación que guardan ambos temas y la importancia que tiene que nunca se separen.

5.2. As a designer

- He participado en proyectos de desarrollo de aplicaciones web en los que la experiencia de usuario es fundamental para el éxito de la organización, así como la accesibilidad desde diversos dispositivos. El diseño de la aplicación debe transmitir la esencia de la marca, reflejando sus valores y cultura. En sectores como el de la artesanía y el reciclaje, donde la cultura juega un papel crucial, esto se vuelve aún más relevante para conectar con los usuarios de manera efectiva.

5.3. As a observer

- Vivir en Granada significa estar rodeado de tiendas de artesanía y productos típicos de la región, así como de talleres donde se trabaja con materiales como arcilla, cerámica, porcelana y piedra. Algo que destaca en todos estos espacios es la dedicación y el cuidado con el que los artesanos elaboran sus piezas. Este nivel de detalle y pasión se percibe en las fotos de la web, pero no debería limitarse solo a ellas; la estética de la página también debe reflejar fielmente estos valores y principios.

5.4. User says

- Para los compradores de productos artesanales, la personalización y el nivel de detalle son aspectos clave, ya que invierten en piezas únicas con un precio más alto en comparación con productos fabricados de forma automatizada. Ofrecer opciones de personalización en la plataforma no solo añade valor, sino que también refuerza la conexión entre el cliente y el producto. La posibilidad de adaptar cada pieza a las preferencias del comprador debe estar siempre presente, destacando el carácter exclusivo y artesanal de cada creación.

6. Participant Recruiting

1. **Artesanos y creadores:** Personas que elaboran productos artesanales, como cerámica, utilizando materiales reciclados o técnicas sostenibles. Buscan una plataforma para mostrar y vender sus creaciones, conectar con consumidores que aprecien la originalidad y el impacto positivo en el medio ambiente. Su principal motivación es recibir una compensación justa mientras contribuyen a un consumo responsable y respetuoso con el planeta.
2. **Consumidores ecológicos:** individuos interesados en productos sostenibles y reciclados, como la cerámica artesanal, que buscan alternativas al consumo convencional. Valoran la historia y la originalidad de los productos, dispuestos a pagar más por aquellos que reflejan sus valores medioambientales.
3. **Organizaciones promotoras de sostenibilidad:** Utilizan la plataforma para difundir el reciclaje, organizar talleres educativos y colaborar con la comunidad en la creación de productos responsables.

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