

User Research Plan Template

Moda de segunda Mano

Version 1.0 (9/03/2025)

1. Background

- What is this project about?
Se trata de cooperativa social sin ánimo de lucro dedicada a gestionar el ciclo de la ropa de manera sostenible a la vez que crea puestos de trabajo para personas en riesgo de exclusión social
- What's the purpose of this research? What insights will this research generate?
El propósito de esta investigación es optimizar el diseño de la web para alcanzar el máximo número de personas y empresas dispuestas a colaborar en esta iniciativa y hacer de esta una versión más intuitiva y agradable de cara al público.
Esta investigación generará insights que hagan mejorar la experiencia y los problemas que se encuentran los usuarios.

2. Objectives

Business Objective & KPIs

Objectives	KPIs
Mejorar la experiencia de donación y reutilización para fomentar la participación ciudadana en la economía circular.	- Incremento en tráfico web y engagement en RRSS (visitas, interacciones, menciones).
Optimizar la usabilidad y accesibilidad de la web, para facilitar la donación, compra y reciclaje de ropa usada.	- Tasa de conversión en donaciones (% de usuarios que completan el proceso de donación desde la web) - Tiempo promedio para completar una donación (fluidez del proceso digital). - Tiempo de respuesta a consultas sobre donación, reciclaje o compras en la web
Impulsar la transparencia y confianza en los procesos de reciclaje y reutilización a través de datos y testimonios.	- Nivel de satisfacción del usuario
Aumentar la conversión y fidelización de usuarios interesados en moda sostenible y consumo responsable.	- Tasa de retención de usuarios (usuarios recurrentes en la plataforma o que donan más de una vez). - Cantidad de ropa reutilizada o reciclada gracias a la plataforma digital.

Research Success Criteria

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

Cualitativa:

- Motivaciones y barreras para donar, reciclar o comprar ropa usada.
- Percepción sobre la economía circular y la moda sostenible.
- Experiencia del usuario con la plataforma digital (puntos de fricción, satisfacción).
- Opiniones sobre la transparencia y confiabilidad del proceso de reutilización y reciclaje.

Cuantitativa:

- Tasa de conversión en donaciones y compras.
 - Tiempo promedio para completar una donación o compra en la plataforma.
 - Tasa de retención y frecuencia de uso.
 - Engagement en redes sociales y tráfico web.
 - Número de prendas recicladas o reutilizadas a través de la plataforma.
- What documents or artifacts need to be created?
 - Competitor analysis
 - Perfiles de usuario y personas basadas en la investigación.
 - Mapa de experiencia del usuario (User Journey Map) para identificar puntos de mejora.
 - Revisión de usabilidad
- What decisions need to be made with the research insights?
 - Estrategias de comunicación para mejorar la confianza y motivación de los usuarios.
 - Priorización de funcionalidades según necesidades identificadas en la investigación.
 - Acciones para aumentar la tasa de conversión y retención de usuarios en la plataforma.
 - Mejoras en la página web (fluidez en el proceso de donación, optimización de la interfaz)
 - Ajustes en la estrategia de marketing digital y redes sociales según el comportamiento de los usuarios.

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)

Se observa a los usuarios en su entorno natural mientras interactúan con el sistema o realizan actividades relacionadas con la donación y reutilización de ropa. Esto permite identificar patrones de comportamiento y detectar posibles puntos de fricción.

- **User interview**

Conversaciones estructuradas o semiestructuradas con usuarios reales para comprender sus necesidades, motivaciones y desafíos al interactuar con la web.

- **Contextual inquiry**

Se estudia a los usuarios en el contexto donde utilizan la web o realizan donaciones físicas, permitiendo descubrir factores que pueden influir en su experiencia y decisiones.

- **Usability test**

Se pide a los usuarios que realicen tareas específicas en la web mientras se analiza su comportamiento y dificultades. Esto ayuda a identificar problemas de usabilidad y oportunidades de mejora.

- **Post-session survey**

Después de una prueba de usabilidad o interacción con la web, se recoge feedback estructurado sobre la experiencia del usuario, la facilidad de uso y su nivel de satisfacción.

4. Research Scope & Focus Areas

Question themes

1 high-level topics of questions

- Motivaciones y barreras para donar, comprar o reciclar ropa usada.
- Percepción sobre la economía circular y la sostenibilidad.
- Experiencia y nivel de satisfacción con la web.
- Facilidad de uso y comprensión de las funcionalidades.
- Factores que influyen en la confianza y credibilidad del proceso.

Design focus components

Choose main focus areas and delete the rest.

- **Utility:** Is the content or functionality useful to intended users?
- **Learnability:** How easy is it for users to accomplish basic tasks the first time they encounter the design?
- **Efficiency:** Once users have learned the design, how quickly can they perform tasks?
- **Memorability:** When users return to the design after a period of not using it, how easily can they reestablish proficiency?
- **Errors:** How many errors do users make, how severe are these errors, and how easily can they recover from the errors?
- **Satisfaction:** How pleasant is it to use the design?
- **Persuasiveness:** Are desired actions supported and motivated?

5. (Personal) Experience in this field

5.1. As a stakeholder

-

5.2. As a designer

- La mayoría de las aplicaciones o páginas web no tienen una experiencia de usuario plena y dejan mucho que desear, sobre todo aquellas que su finalidad no es lucrativa.

5.3. As a observer

- Noté cómo algunos usuarios tenían dificultades para entender los procesos de donación en plataformas similares, ya sea por interfaces poco intuitivas o falta de transparencia en el impacto de sus acciones.

5.4. User says

- "Me encantaría donar mi ropa usada, pero a veces no sé dónde ni cómo hacerlo de manera fácil y confiable. Si la web fuera más clara, lo haría más seguido."

6. Participant Recruiting

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

- **1** Personas comprometidas con la sostenibilidad y la moda circular: Usuarios que buscan reducir su impacto ambiental y están interesados en alternativas sostenibles de consumo.
- **2** Personas con necesidades económicas o en situación de vulnerabilidad: Individuos o familias que buscan acceder a ropa asequible o donaciones a través de programas sociales.
- **3** Voluntarios y colaboradores del proyecto: Personas que trabajan en la recolección, clasificación o distribución de la ropa donada.

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