

# User Research Plan Template

## DTR

Version 0.1 (11/03/2024)

## 1. Background

- **¿Sobre qué trata este proyecto?**

Este proyecto se centra en evaluar los principios de usabilidad y la experiencia de usuario (UX) de la página web "Vinos de Granada", un sitio dedicado a promover los vinos producidos en la región de Granada.

El propósito es analizar cómo el diseño y la funcionalidad del sitio web cumplen con las expectativas y necesidades de los usuarios interesados en iniciativas turísticas vinícolas, además de cumplir con los principios de usabilidad, enfocándose en la facilidad de uso, accesibilidad, y la eficacia en comunicar información relevante sobre los vinos y las rutas turísticas disponibles.

- **¿Cuál es el propósito de esta investigación? ¿Qué ideas generará esta investigación?**

El propósito general de esta investigación es buscar las fortalezas y debilidades en la página web de "Vinos de Granada" desde la perspectiva de usabilidad y experiencia de usuario con el fin de obtener información sobre cómo los usuarios actuales y potenciales interactúan con el sitio, qué desafíos enfrentan, cómo perciben su contenido e interfaz y cómo se sienten con dicha interacción.

Esta investigación nos permitirá generar recomendaciones concretas para optimizar la experiencia del usuario, y conseguir promover una mayor interacción y satisfacción para los clientes. Surgiendo así algunas propuestas sobre distintos aspectos importantes como:

- La calidad y relevancia del contenido ofrecido en relación a las expectativas de los usuarios interesados en el turismo vinícola.
- Las percepciones de los usuarios sobre la estética y la interfaz de usuario, y cómo estas afectan su disposición a explorar el sitio y participar en las actividades propuestas.
- Barreras de usabilidad y puntos de fricción que impiden una experiencia de usuario óptima.

## 2. Objectives

### Business Objective & KPIs

Objectives	KPIs
Crecimiento de los ingresos	Tasa de Conversión Valor Promedio del Pedido Retorno de la Inversión
Crecimiento del cliente	Tasa de Crecimiento de usuarios activos Tasa de Adquisición de nuevos usuarios Penetración del mercado Diversidad geográfica de usuarios
Fidelización del cliente	Tasa de retención de usuarios Número de usuarios activos mensuales Customer satisfaction score Customer Effort Score
Eficiencia	Tasa de tiempo de inactividad Tiempo hasta el Mercado Coste Por Lanzamiento Satisfacción del Usuario Interno

### Research Success Criteria

- **¿Qué información cualitativa y cuantitativa será recolectada?**

Esta investigación se centrará en los aspectos cualitativos del usuario, atendiendo principalmente a conocer cuáles son los objetivos principales del usuario y comprender cómo se sienten estos al usar la interfaz.

- **¿Qué documentos y artefactos deben crearse?**

Para ello se crearán los siguientes documentos:

- El presente user research, donde expondremos nuestro proyecto de UX, explicando los antecedentes de nuestro proyecto, objetivos con KPIs asociados y el método de estudio.
- Desk research.
- Personas o usuarios objetivos.
- Journey map.
- Documento de revisión de usabilidad estudiando el score obtenido sobre 100 (siendo decente si sobrepasa la barrera del 80).

- **¿Qué decisiones deben tomarse con los conocimientos de la investigación?**

Con los conocimientos adquiridos podremos plantear diferentes estrategias o mejoras, por ejemplo, en cuanto a la Interfaz y la Experiencia de Usuario, es fundamental actualizar el diseño del sitio web tomando en cuenta percepciones estéticas y de usabilidad. Esto implica simplificar la navegación, mejorar el contraste de colores y garantizar la compatibilidad con dispositivos móviles.

Además, para aumentar el compromiso y la conversión, es esencial identificar puntos de fricción en el proceso de conversión y realizar ajustes para simplificarlo. Esto puede implicar optimizar páginas de producto, simplificar formularios entre otras. Por último, se debe considerar la personalización del usuario, desarrollando características que permitan una experiencia más individualizada y personal, con recomendaciones basadas en comportamientos previos o preferencias mostradas.

### 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

Etnografía. Gracias a la participación de algunos desarrolladores en actividades vinícolas utilizaremos métodos etnográficos para extrapolar y crear posibles usuarios.

### 4. Research Scope & Focus Areas

#### Question themes

1 high-level topics of questions

- ¿Cómo calificaría la relevancia de la información encontrada en la página web para sus intereses personales relacionados con el turismo vinícola?
- ¿Ha encontrado toda la información que esperaba o necesitaba sobre vinos y experiencias turísticas en Granada?
- ¿Encontró dificultades para localizar la información o realizar alguna acción específica?
- ¿Cómo calificaría la facilidad de uso del sitio web? Por favor, explique su calificación.
- ¿Qué aspectos del diseño de la página web le parecieron más atractivos o útiles?
- ¿Cómo describiría la interfaz de usuario del sitio web en términos de navegación, legibilidad y estética?

#### Design focus components

Choose main focus areas and delete the rest.

- **Utilidad:** ¿Es el contenido o la funcionalidad útil para los usuarios previstos?
- **Aprendizaje:** ¿Qué tan fácil es para los usuarios lograr tareas básicas la primera vez que encuentran el diseño?
- **Eficiencia:** Una vez que los usuarios han aprendido el diseño, ¿qué tan rápido pueden realizar tareas?
- **Errores:** ¿Cuántos errores cometen los usuarios, qué tan graves son estos errores y qué tan fácil es para ellos recuperarse de los errores?
- **Satisfacción:** ¿Qué tan agradable es usar el diseño?

## 5. (Personal) Experience in this field

¿Cuál es tu experiencia con este tipo de aplicaciones y productos?

- Como amante de los vinos, uno de los integrantes del equipo ha participado en varias ocasiones en ferias vinícolas además de alguna que otra cata de vinos a lo largo de toda Andalucía. En estas ferias se realizaba la cata de varios vinos analizando las características de cada uno de los vinos.

### 5.1. As a stakeholder

(I was part of one experience as....)

- Como participante en una feria vinícola, tuve la oportunidad de observar directamente cómo los entusiastas del vino interactúan con las marcas. Noté que la accesibilidad de la información y la forma en que se presenta puede significativamente afectar la percepción de la marca y la decisión de compra.

### 5.2. As a designer

- Todo el equipo tiene experiencia académica en la programación de aplicaciones web. Por ello sabemos que como diseñadores, nuestro enfoque debe estar en cómo traducir la riqueza de la experiencia vinícola en una interfaz digital intuitiva. Esto implica no solo presentar el contenido de manera atractiva sino también asegurar que la navegación sea fluida y que los usuarios puedan encontrar fácilmente lo que buscan. Basándonos en el feedback obtenido, priorizaremos el simplificar el diseño y mejorar la interactividad para aumentar la satisfacción del usuario.

## 5.3. As a observer

(I saw one day... )

- Un día, observando a usuarios navegar por sitios web similares al de 'Vinos de Granada', noté patrones comunes de frustración cuando la información era difícil de encontrar o cuando el sitio web no se adapta correctamente al tamaño de los dispositivos móviles. Esto subraya la importancia de centrarse en la usabilidad y la accesibilidad del sitio, asegurando que la experiencia sea fluida en cualquier dispositivo, algo que será crucial para nuestro proyecto.

## 5.4. User says

(someone tell me... )

- Un usuario me comentó que valora mucho cuando los sitios web le ofrecen recomendaciones personalizadas basadas en sus intereses anteriores. Esto me hizo reflexionar sobre la importancia de implementar características de personalización en la página web de 'Vinos de Granada', como recomendaciones de vinos o rutas turísticas, para mejorar la experiencia de usuario y fomentar el compromiso.

## 6. Participant Recruiting

- 1. Aficionado al Vino

**Descripción:** Este usuario tiene un interés general en el vino pero posee conocimientos básicos sobre el tema. Busca explorar y aprender más sobre los vinos de Granada a través de experiencias turísticas. Este perfil incluye a personas que disfrutan de actividades relacionadas con el vino, como catas y visitas a viñedos, y están buscando información accesible y atractiva para principiantes.

**Objetivo en la página:** Encontrar información educativa sobre vinos, recomendaciones de vinos para principiantes y detalles sobre experiencias vinícolas accesibles.

**Importancia para la investigación:** Entender cómo este grupo encuentra y percibe la información proporcionada en el sitio web ayudará a optimizar el contenido y la navegación para aquellos que están en las etapas iniciales de su viaje vinícola. Además representa al tipo de usuario de la página web más común.

- 2. Turista Cultural

**Descripción:** Este perfil pertenece a personas interesadas en experiencias culturales integrales, donde el vino es una parte del viaje pero no el único foco. Buscan actividades que combinan gastronomía, historia y patrimonio. Este grupo valora experiencias auténticas que les permitan sumergirse en la cultura local.

**Objetivo en la página:** Descubrir paquetes turísticos que integren visitas a bodegas con actividades culturales, como tours por sitios históricos o degustaciones de productos locales.

**Importancia para la investigación:** Proporcionar insights sobre cómo integrar y presentar la oferta vinícola dentro de un contexto cultural más amplio, asegurando que el sitio web atraiga a quienes buscan experiencias más ricas y variadas.

- 3. Enólogo

**Descripción:** Este usuario es un entusiasta del vino con conocimientos avanzados y un profundo interés en las características únicas de diferentes regiones vinícolas, incluida Granada. Este perfil busca información detallada sobre viñedos, técnicas de vinificación, variedades de uva específicas y recomendaciones de vinos de alta calidad.

**Objetivo en la página:** Encontrar información técnica y detallada sobre vinos, incluyendo perfiles de sabor, procesos de producción y recomendaciones de vinos premium.

**Importancia para la investigación:** Evaluar cómo el sitio web satisface las necesidades de usuarios avanzados, asegurando que la profundidad y precisión del contenido cumpla con las expectativas de este público exigente.

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

