

User Research Plan Template

Project Name

Version xx (Date)

1. Background

- What is this project about?
Este proyecto consiste en analizar el diseño de la interfaz de usuario de la página web “<https://rutadelosvinosdegranada.com>”.
- What’s the purpose of this research? What insights will this research generate?
Evaluar la usabilidad y experiencia de usuario de la página web mencionada

2. Objectives

Business Objective & KPIs

Objectives	KPIs
Aumentar el número de visitantes a granada/ promover la venta de productos vinícolas granadinos	Promocionar los lugares y comidas que hacen a granada únicos en primera página
Que la gente que venga se lleve una experiencia con los locales más recomendados	Organizar actividades grupales o privadas
Competir con las ofertas flash de otras compañías, como Amazon	Dar descuentos y ofertas especiales, como la oferta disponible de cata de vinos hechos por mujeres el 8 de marzo *
Que gente que desconozca la web la conozca por otras personas	Permitir poder comprar actividades como regalo, como las actividades “enocasiones” que tiene la página
Vender productos a gente interesada que no sea de Granada o que sea pero tenga movilidad reducida	Ofrecer un servicio de envío de productos, gratuito si el envío es en Granada.



* Actividad especial por el Día de la Mujer

Research Success Criteria

- What qualitative and quantitative information about users will be collected?
 - Qualitative: Se buscará saber si la página web transmite una sensación similar a la de Granada, sobre todo en el ámbito de los vinos, ya que se busca promover justamente eso, y si las sensaciones fueran muy diferentes, podrían suponer una decepción a muchos turistas y quizá incluso a los propios granadinos, pensando que la página es un fraude.
 - Quantitative: Se buscará saber cual es la edad promedia de la gente a la que interesa la actividad, con el fin de poder orientar la página un poco más a ese público, y si son extranjeros de turismo o gente de Granada, con el fin de organizar las actividades de manera diferente.
- What documents or artifacts need to be created?
 - Encuestas al final de compras de actividades o productos opcionales, con el fin de saber la experiencia del usuario.
- What decisions need to be made with the research insights?
 - Orientar la página a un público más específico, pero sin dejar fuera a cualquier público mayor de edad, organizar actividades más orientadas a los extranjeros o actividades orientadas para gente local y priorizar que la sensación que transmite la página sea similar a la de pasar por Granada.

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)
 - Usar un conjunto de técnicas para obtener información principalmente cualitativa
- User interview
 - Preguntar a gente que haya usado la página web alguna vez como fue su experiencia.

- Contextual inquiry
 - Preguntar a gente de granada experta en vinos sobre la web, y si realmente capta la esencia de Granada.
- Usability test
 - Comprobar si la gente que ha contratado un servicio de la página ha podido encontrar fácilmente lo que buscaba, o si les ha resultado un calvario.
- Post-session survey
 - Proponerles una pequeña encuesta al final de su experiencia, siendo esta opcional.

4. Research Scope & Focus Areas

Question themes

1 high-level topics of questions

- Descubrir si la sensación de Granada logra transmitirse con la página web.

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?
- Satisfaction: How pleasant is it to use the design?

5. (Personal) Experience in this field

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

No tengo experiencia con este tipo de actividades o productos, ya que no consumo alcohol

5.1. As a stakeholder

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

- Me resulta muy útil, ya que me permite publicitar mi local muy fácilmente, y además puedo hacer ventas de mis bodegas con una publicidad mucho más útil y directa.

5.2. As a designer

- Es una página sólida, pero tiene algunos defectos, como la falta de feedback en algunas partes. Por ejemplo, al pulsar en un producto o cerrar una pestaña, si tarda mucho la página en reaccionar da una sensación de que no ha funcionado la interacción. Además, carece de barra de búsqueda, así que no puedes acceder directamente a un producto desde la página principal, y a veces la página se ralentiza.

5.3. As a observer

(I saw one day...)

- Mi amigo fue a una actividad de esa página web, y me dijo que estuvo bastante bien. Probablemente la use próximamente para probar.

5.4. User says

(someone tell me...)

- El otro día pude disfrutar de una buena botella de vino con mi mujer gracias a esta página. Quería una botella de vino concreta y gracias al envío no tuve que ir a la otra punta de Granada a por esta.

6. Participant Recruiting

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

- 1 Viticultores locales de Granada: El motivo es obvio, ya que pueden promocionar su vino como en ningún otro lugar en esta página.
- 2 Restaurantes y bares: Gracias a las actividades organizadas, mucha gente que de otra manera no lo habría hecho visitará estos locales.
- 3 Aficionados al vino de todo el mundo: Visitar Granada ya es de por sí una actividad deseada por muchos turistas, y si pueden hacerlo disfrutando de la cultura gastronómica del lugar junto a sus mejores vinos, además de incluir las visitas a los lugares más emblemáticos esta, es una oferta que pocos pueden rechazar.

El objetivo de esta página web es facilitar a los viticultores granadinos una manera de vender sus productos y de publicitar sus bodegas, de dar a conocer la gastronomía granadina, y de hacer actividades relacionadas con estas y puntos de interés de Granada que en general buscan reavivar el turismo intentando transmitir qué es Granada como esencia.

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