

 README.md

DIU - Practica1, entregables

- Desk research: Análisis Competencia
- 2 Personas
- 2 User Journey Map (1 por persona)
- Revisión de Usabilidad

Proceso de Diseño

Paso 1. UX Desk Research & Analisis

Método UX 1.a Competitive Analysis

Se ha estudiado el caso de MeetUp, EatWith y Artery. El objetivo común de estas páginas es compartir experiencias de ocio, si bien EatWith se enfoca más en compartir experiencias culinarias y los otros dos son más de variedad (actividades deportivas, de formación, de eventos para compartir experiencias y conocer gente...). Estos eventos suelen estar publicados por el mismo *host* del evento (o en el caso de **Artery** el *artista* también) y permiten inscribirse a este, teniendo así una lista de asistentes. Además, cada evento tiene su descripción y una zona resumida que te dice el día, hora, precio (si procede), y localización.








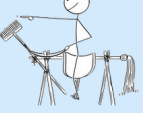





Características	Artery	MeetUp	EatWith
Formato	Web	Web + App	Web + App
Búsqueda (keywords)	✓	✓	✓
Búsqueda(avanzada)	✓	✓	✓
Creación de eventos	✓	✓	✓
Visualización de eventos:			
->Opción de eventos gratis	✗	✓	✗
->Opción de eventos de pago	✓	✓	✓
->Miembros participantes	✗	✓	✗
-> Marcar como favorito	✗	✓	✗
-> Mapa de localización	✓	✓	✓
-> Adición de invitados	✗	✓	✓
Fichas de grupos o individuos	✓ (Permite contacto con host y con artista)	✓(Permite contacto y seguir eventos de este)	✓ (Permite reserva directa y contacto)
Centro de ayuda	✓	✓	✓
Contacto por chat online	✓	✓	✓
Versión en español	✗	✓	✓

La que hemos elegido en nuestro caso es MeetUp ya que las experiencias son variadas, y tiene más características que las demás. Además, es la más accesible y la que más gente usa.














Método UX 1.b Persona

UX DU Toolkit 2011 v1.0- Basado en [oliverCaine](#) References: [Personas - The Beginner's guide by Chris Heears, 2018](#) Alternative Tools: [xtensio](#) [Github](#) [UX DU Toolkit](#) [ETSIT-Universidad de Granada](#)

UX DU Toolkit 2011 v1.0- Basado en [oliverCaine](#) References: [Personas - The Beginner's guide by Chris Mears, 2013](#) Alternative Tools: [xtensio](#) [github](#) [UX DU Toolkit](#) [ETSIT-Universidad de Granada](#)

<div>  <div> User Journey Map CC BY Lutece 2020 </div> <div>Travis Jordan</div> </div>						
PASOS	1 INSPIRACION	2 DECIDE	3 ACTUA	4 OBSERVA	5 ANALIZA	6 CONCLUSION
Objetivo	Quiere hacer algo este finde y llama a sus amigos	Decide buscar en internet y usa una web que oferta planes	Se registra en una web y se une a un par de grupos con intereses similares a los suyos	Busca en la web algún evento que esté cerca suya	Encuentra varias opciones de eventos que le vienen bien	Reserva un plaza y comparte el en
Punto Contacto	móvil	ordenador	ordenador	ordenador	ordenador (navegador)	móvil(whatsapp)
Emoción						
Conflicto	No se les ocurre ningún plan	Le abruma el diseño de la web	No se fía del todo de los grupos, puesto que no los conoce	La herramienta de búsqueda es complicada y no se aclara con ella	No se atreve a ir sólo, así que avisa a un par de amigos	No se pueden reservar varias plazas a la vez
Imagen						

ux 'Diu Toolkit Joffi v1.0' - Basado en [oliverCaine](#) - Referencias [User Journeys: The Beginner's guide](#) - Alternative Tools [uxPressia](#) github [ux 'Diu Toolkit'](#) [ETSIT-Universidad de Granada](#)

<div>  <div> User Journey Map CC BY Lutece 2020 </div> <div>Laura Revelles</div> </div>						
PASOS	1 INSPIRACION	2 DECIDE	3 ACTUA	4 OBSERVA	5 ANALIZA	6 CONCLUSION
Objetivo	Quiere organizar un plan para atraer gente nueva a su bar	Le habían de diversas webs de planes comunes y decide investigar	Encuentra una web en la que puede organizar eventos en su bar y se registra	Idea un plan de intercambio de idiomas en su gastrobar, y lo oferta	Varias personas comienzan a reservar plaza	Prepara su gastrobar para el evento
Punto Contacto	calendario	móvil (whatsapp)	ordenador	ordenador (navegador)	ordenador (navegador)	ordenador (reserva ok)
Emoción						
Conflicto	No sabe cómo llegar a gente nueva	Hay muchas webs distintas, y ninguna es particularmente accesible	Registrarse como host es arduo y cuesta dinero, y no sabe si merece la pena	Desconoce si va a llegar a mucha gente o poca, o cuánta gente usa la web	Con cada reserva recibe un mail, lo que le satura el correo	No tiene forma real de saber cuánta gente realmente acudirá
Imagen						

ux 'Diu Toolkit Joffi v1.0' - Basado en [oliverCaine](#) - Referencias [User Journeys: The Beginner's guide](#) - Alternative Tools [uxPressia](#) github [ux 'Diu Toolkit'](#) [ETSIT-Universidad de Granada](#)

Método UX 1.d Usability Review

Una vez hecha la revisión y dada la puntuación, desglosaremos el funcionamiento en los siguientes puntos:

Características y Funcionalidad

En general, todo está bien. Todo cumple con los flujos de procedimientos, y sus consiguientes metas y objetivos. Las llamadas a la acción son claras y etiquetadas (quitando algún enlace con tonos grises). Lo único malo es que no se adapta este diseño a personas expertas, haciendo que pase por el mismo flujo que un novato.

Página de inicio

El orden de la landing page está bien, pero quizás debería cambiarse algunos elementos del orden, y eliminar otros.

Navegación

Es un punto fuerte de la página. Se puede buscar desde los navegadores tradicionales, y tiene una URL sencilla. Las secciones se pueden entender fácilmente (sobre todo si sabes inglés). Quitando eso, cada evento tiene una id, cosa que es entendible ya que dos eventos iguales podrían causar errores en la lógica de la aplicación.

Búsqueda

Es un gran punto débil. La búsqueda por keywords va un poco "de aquella manera", es decir, que los resultados varían según le des a buscar con una misma keyword, y es exclusivo de cuentas registradas. La búsqueda avanzada se basa en categorías con algunas etiquetas que no dan el mensaje correctamente, y que hay pocas opciones de filtrado más, si bien son las esenciales. Echaríamos en falta, por ejemplo, el filtrado por precio.

Control y feedback

El feedback general está bien, lo unico malo es que no se pueden deshacer acciones con volver atrás. Se debe ir a un botón desaturado y ver las opciones en un desplegable.

Formularios

No hay mucho que comentar. La información que piden es relevante y mínima, suficiente para hacer las gestiones.

Errores

Estos se definen de forma clara, sin códigos extraños para novatos (*404, 403 Forbidden...*), sino lo que pasa y qué hacer. Se puede volver atrás o volver a la landing page desde allí.

Contenido y texto

Está bastante bien, pero como se dijo anteriormente, hay etiquetas que no representan bien las categorías; y que no permiten imprimir las cosas correctamente (no hay una página de impresión o si imprimes tal documento todo se descoloca.)

Ayuda

MeetUp posee un centro de ayuda tanto para hosts como para asistentes. Además de ello, hay un soporte en línea para que los usuarios hagan cualquier pregunta.

Rendimiento

La web responde rápidamente y sin problemas, desde cualquier dispositivo, además de su app.