

Práctica 1 - DIU

UwUChads

Empathy Maps

Como conclusión podemos extraer que el producto ofrecido por FreeTour es uno que tiene mucha demanda pero que, no se está vendiendo de forma eficaz, debido a factores como los siguientes:

- El sitio web es lento
- No hay información detallada sobre los tours
- No hay sistema de valoraciones
- Es fácil perderse con tanta redirección a páginas externas
- No hay buena visibilidad en dispositivos pequeños

Todo esto resulta en una experiencia bastante negativa para los usuarios inexpertos en el uso de esta página (incluso los más experimentados no tendrán una experiencia “suave”).

Competitive Analysis

Respecto al resultado del análisis competitivo, queda claro que FreeTour pierde frente a las alternativas que hemos encontrado, principalmente debido a su página web, que carece de aspectos tan importantes como un sistema de valoración, correcta adaptación a dispositivos móviles, etc.

Es por eso que, desde nuestro punto de vista, la página [buendía](#) es la mejor opción para cualquier persona que quiera realizar una visita turística por Granada, tanto por la fluida experiencia de reserva como por la amplia gama de actividades ofrecidas, acompañadas de un sistema de valoraciones muy completo.

Persona - Josefa

Josefa, una persona mayor jubilada, con bastante tiempo libre, ha tenido dificultades a la hora de reservar un tour por Granada, debido a la mala organización de la página web y el ocurrencia de precios siendo los tours gratis, que ha provocado que se pierda y haya tenido que avisar a su hijo para que la ayude.

Esta persona nos ha servido para representar el colectivo más mayor, que no está tan acostumbrada a reservar a través de Internet. Por lo tanto, creemos que la página tiene carencias para la accesibilidad de los más mayores.

JOSEFA BUENO GÁLVEZ



FUN - DEDICATED - COMPASSIONATE

"LA FAMILIA ES EL
MAYOR TESORO
QUE TE DA LA VIDA"

DEMOGRAPHICS

Age: 65

Gender: Female

Profession: Carnicera

Nationality: Española

Location: Granada, ES

Lifestyle & bio: Soy una persona que actualmente está jubilada. Vivo con mi marido que está jubilado también. Me encanta la cocina y la mayor parte de mi tiempo la invierto en hacer postres para mis nietos y para ir a tomar café con mis amigas.

GOALS - INTERESTS

- Semana Santa
- Religión
- Felicidad
- Ver a mis nietos
- Ver la televisión
- Usar filtros de redes sociales
- Cocinar

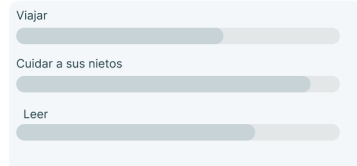
PAIN POINTS - CONCERNS

- Su punto principal de dolor es su propia salud como la de su familia, así como que todo su entorno sea feliz y se encuentre en bienestar.

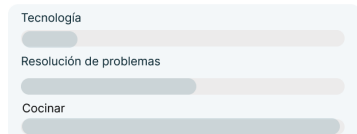
SCENARIO

Al ser una persona jubilada, tengo mucho tiempo libre y me encantaría usarlo para hacer actividades interesantes y que me aporten algo a nivel cultural. No me gustan los viajes largos y por eso me encantaría vivir estas experiencias cerca de mi ciudad o en la misma.

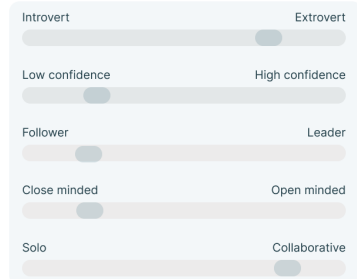
MOTIVATIONS



SKILLS



PERSONALITY



BRANDS

ZARA

Milka

H&M

[user persona template \[DIU-UX Toolkit\]](#)

User Journey #1 Case study: Primera vez usando la página Web



JOSEFA BUENO GÁLVEZ
 • Mujer
 • Camicera
 • 65
 • Granada, ES

Scenario

Su hijo le recomienda usar una página Web donde ofertan tours gratis por Granada. Ella decide realizar uno con su marido para experimentar un tour guiado por su ciudad por primera vez.

Expectations

- Reservar de forma rápida
- No ser estafada
- Ayuda interactiva

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Act	Observation	Conclusion
STEPS	Realizar una reserva	Encontrar la página Web	Usar la página Web	Rellenar los datos de la reserva	Se encuentran con problemas a la hora de realizar la reserva	Hace que su hijo venga a su casa para finalizar la reserva
THINKING	Motivada por realizar el tour	Se empieza a encontrar un poco pérdida por tener que encontrar la página	Se siente tranquila al ver un botón de "Reservar ahora"	Se encuentra confusa e inquieta al ser redireccionada hacia otra página al intentar reservar	Se inquieta al ver que hay una cantidad de dinero cerca del botón de reservar	Lo ocurrido en la fase anterior le hace desconfiar de la página Web
DOING	Coge el móvil y busca el nombre de la página Web que le recomendó su hijo	Introduce en el navegador el nombre de la página	Hace click sobre el botón de "Reservar ahora"	Lee detenidamente la nueva información que le aparece en la pantalla para saber qué ha ocurrido	Llama a su hijo para cerciorarse de que los tours sean gratis	Se comunica con su hijo para que le ayude a finalizar la reserva
PAIN POINTS	Tiene que preguntar varias veces a su hijo cómo se llama la página	Le salen varias páginas con el mismo nombre y tiene que volver a preguntar a su hijo	No hay mucho problema en esta fase pues el botón le señala bien lo que quiere realizar	Tiene que investigar sobre la nueva información que le aparece	Aparece una cantidad de dinero que hace dudar de la confianza en la página	Debido a los problemas que impone la página Web y la información que se expone, la persona duda y necesita del apoyo de otra
FEELING	feeling	feeling	feeling	feeling	feeling	feeling
OPPORTUNITIES	Se podría publicitar la página en una red social, donde haya un enlace claramente visible que redirija al usuario de forma fácil a la página	Usar un nombre de página que no contenga palabras comunes a otras páginas	No aplica	No debería de redirigir una página hacia otra, se debería hacer la reserva desde la misma	Separar de forma clara los tours gratis y los que cuestan dinero	La forma de mejorar este paso viene de la mano de mejorar los apartados anteriores

Persona - Manuel

Manuel, una persona adulta trabajadora, en silla de ruedas, no ha podido completar la reserva del tour porque no hay ninguna información respecto a la accesibilidad para personas en silla de ruedas, que, sumado al hecho de ser de fuera, le ha provocado inseguridad respecto a la actividad.

Esta persona nos permite representar a todas aquellas que, por un lado, son de fuera de Granada y, por otro lado, personas que tengan algún tipo de discapacidad (en este caso motora).

MANUEL GARCÍA SERRAT



DECICADO - OPTIMISTA - LUCHADOR

"Dibujar no es lo que uno ve, sino lo que puedes hacer ver"

DEMOGRAFÍA

Edad: 48

Género: Hombre

Profesión: Arquitecto

Nacionalidad: Catalán

Ubicación: Tarragona, Catalunya

OBJETIVOS - INTERESES

- Le encanta el arte contemporáneo.
- Está interesado en conocer la historia de los lugares que visita.
- Le gustaría volver a viajar a Alemania con toda su familia.
- Quiere dedicarse a tiempo completo a su proyecto personal de arquitectura.

PAIN POINTS - PREOCUPACIONES

- No tiene tantas vacaciones como le gustaría
- Le gustaría viajar pero su condición se lo ha dificultado
- Se siente como una carga para su familia cuando hacen una actividad al aire libre

Biografía: Manuel nació en Tarragona, lugar donde ha pasado casi toda su vida. Desde que iba a la escuela, empezó a tener problemas de visión, por lo que ha llevado gafas desde muy joven. En el instituto, desarrolló mucha pasión por el dibujo técnico y el arte, que lo condujo a estudiar Arquitectura. Mientras estudiaba en la universidad, conoció a su actual esposa, Ana, profesora de Historia, con la que hizo una escapada a Alemania.

Tras terminar la carrera, se casó con Ana y empezó a trabajar en una gran empresa de construcción de Tarragona. Poco después, tendría a su hija, uno de los momentos más felices de su vida.

Lamentablemente, hace 5 años, tuvo un accidente de trabajo que lo dejó en silla de ruedas de por vida.

Desde este momento, comenzó a sentirse como una carga para su familia, perdiendo mucha confianza en sí mismo, por lo que no ha querido realizar ningún tipo de viaje.

Sin embargo, quiere intentar sorprenderlos con un viaje en familia donde pueda valerse por sí mismo en la medida de lo posible.

SCENARIO

A Manuel le gustaría viajar a Granada, para explorar la ciudad haciendo un tour, pero, como es de fuera y, debido a su condición, ha preferido realizar una reserva a través de un portal web, donde puede ver imágenes y reseñas de los tours disponibles, además de comprobar si es apto para personas en silla de ruedas.

Espera encontrar un tour donde pueda ir con toda su familia sin sentirse una carga.

MOTIVACIONES

Arquitectura

Historia

Familia

HABILIDADES

Tecnología

Resolución de problemas

PERSONALIDAD

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

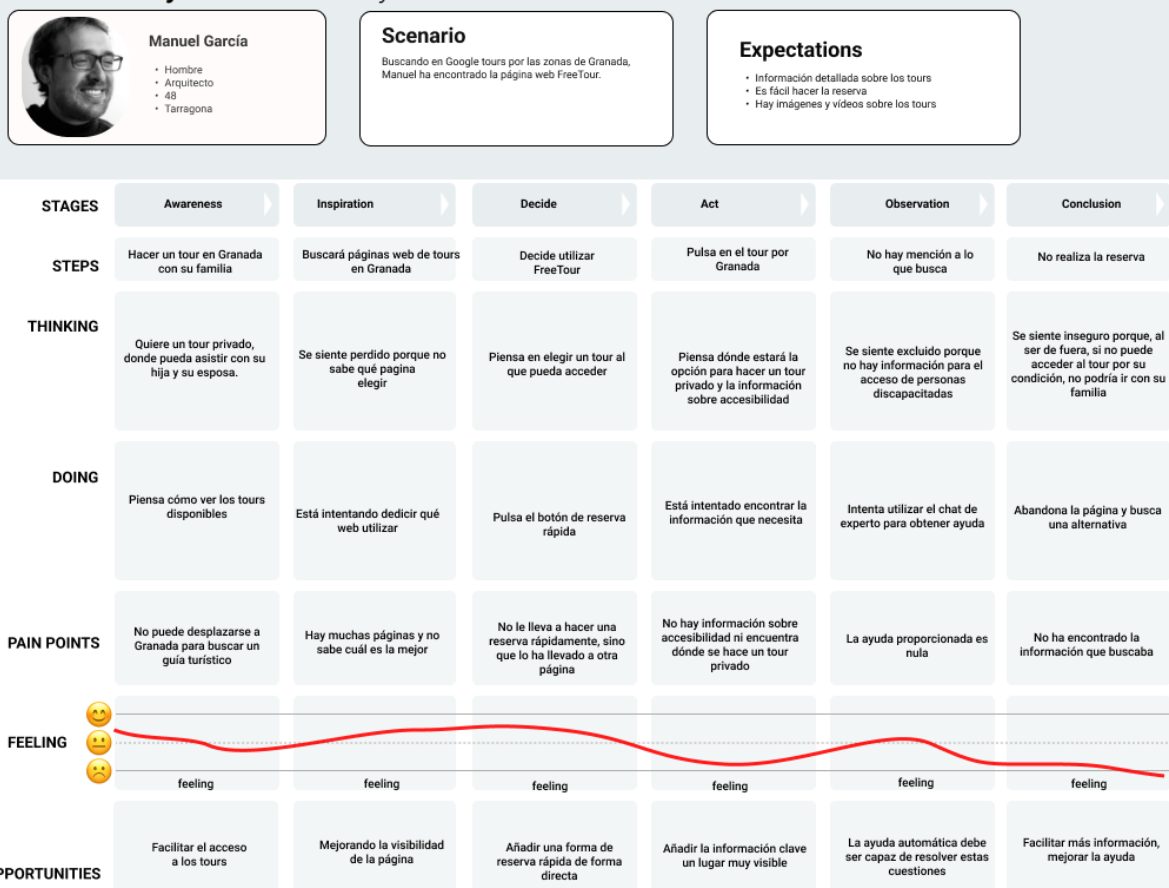
Collaborative

BRANDS



User Journey #1 Case study: First-Time User

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Usability Review

En la usability review hemos podido observar que la página web tiene muchas deficiencias que, principalmente, dificultan en gran medida el proceso de reserva.

Entre dichas deficiencias, destacamos la mala experiencia debido a la lentitud a la hora de mostrar la información y la ausencia de un método de reserva rápida (al igual que filtros, etc). Además, la reserva no se puede hacer desde la misma página, se nos redirige hacia otra lo que hace aún más complejo el proceso de reserva.

También, en lo que respecta a la información disponible sobre los tours, una gran carencia es la información de accesibilidad para personas discapacitadas, así como algún tipo de sistema de valoración / feedback por parte de los usuarios.

Todo esto, ha resultado en una valoración pobre (46), que significa que los usuarios serán propensos a tener problemas para cumplir su objetivo, algo que ha quedado claro en el resultado obtenido tras el análisis de las personas ficticias.

Conclusión

Nuestra conclusión es que la página web presenta muchas deficiencias de fácil resolución, que impiden una buena experiencia por parte del usuario final.

Como hemos mencionado anteriormente, se debería evitar la redirección a múltiples páginas cuando una persona quiera reservar un tour, ya que eso provoca confusión e incluso inseguridad, debido a los cambios de estilo, tipografía, etc.

La adaptación a dispositivos móviles, fundamental hoy en día, ya que la mayoría de usuarios que encuentren la página por primera vez estarán utilizando un dispositivo móvil, deja mucho que desear en su estado actual, ya que encontramos solapamiento de botones, mala visibilidad, etc.

Por lo tanto, consideramos que hay fallos muy básicos, que provocarán que los usuarios se decanten por los competidores que sí han cuidado la experiencia global.