



UX CASE STUDY

Marina Vila

UX/UI Designer

TICKETERAPP



Ticketera

Diseñar una aplicación para vender entradas a un concierto para una banda de rock



Propuesta en valor

Es una aplicación que ofrece la venta de entradas para un concierto de Rock. Permite seleccionar la fecha y lugar del concierto, ver el precio de la entrada, elegir la cantidad de entradas, la ubicación en el concierto (muestra un plano del recinto/espacio), y finaliza con el pago de las entradas de forma simple y segura.

55% se sienten inseguros

Declaración de metas

Nuestra aplicación de venta de entradas para un concierto de rock permitirá a los usuarios acceso a un sitio oficial seguro y simple de gestionar, lo que afectará la forma en que los usuarios se sienten a la hora de comprar al brindarles un servicio de compra seguro y simple. Mediremos la eficacia analizando la satisfacción del usuario al finalizar la compra.

Entendiendo al usuario

Realicé entrevistas y construí mapas de empatía para entender a los usuarios para los que estoy diseñando y sus necesidades. Un grupo de usuarios principal identificado a través de la investigación fueron adultos que tienen una relación muy estrecha con la música pero que tienen cierta desconfianza en la seguridad de los sitios de venta de entrada.

La investigación también reveló que encontrar la pagina oficial para la venta de entradas no era el único factor que limitaba a los usuarios a asistir a conciertos. Otros problemas de los usuarios incluyen obligaciones, familia, intereses o desafíos que dificultan poder ir físicamente al lugar para ver a una banda que les gusta y los valores del precio de las entradas.

User research: pain points

1

Pain point

Que la venta de entradas oficiales se concentren en pocos sitios seguros.

2

Pain point

El cobro de cantidades y tasas abusivas en los precios de las entradas de conciertos y espectáculos.

3

Pain point

Dificultad para conciliar con la familia y organizarse

4

Pain point

Registrarse en muchas de plataformas para comprar

Problema

Los usuarios tienen dificultades para encontrar y reservar conciertos de forma segura y sencilla. Se sienten decepcionados por el hecho de que se necesitan horas de investigación para encontrar conciertos de música asequibles de su elección cerca de ellos para disfrutar con amigos durante el fin de semana.

Solución

Mi objetivo era diseñar una aplicación que fuera sencilla para todos los usuarios y que permitiera a los entusiastas de la música encontrar y reservar fácilmente conciertos y presentaciones musicales de sus artistas favoritos cerca de ellos.

Duración Proyecto

4 semanas

Design Process



EMPATIZAR



DEFINIR



IDEAR



PROTOTIPAR



TESTEAR



Descripción general

Crear una nueva aplicación que simplifique el proceso de compra de entradas a un concierto de forma segura.

Mi responsabilidad

Mi nombre es Marina Vila. Mi papel en este proyecto como diseñador UX fue tomar posesión del diseño de la aplicación, realización e entrevistas a usuarios, síntesis y priorización de objetivos, lluvia de ideas hasta finalmente diseñar y probar la solución. C

Mi rol

Diseñadora UX/UI diseñando una aplicación desde su concepción hasta su entrega

Resumen Investigación de usuario





Realicé entrevistas a usuarios y creé mapas de empatía para comprender a los usuarios para los que estoy diseñando y sus necesidades. Dos grupos de usuarios principales identificados a través de la investigación.



El **primer grupo** son los que tienen quieren ir a conciertos y les resulta difícil encontrar un lugar oficial y que los costos de gestión sean elevados.

El **segundo grupo** son los que se sienten inseguros frente a la diversidad de plataformas par comprar las entradas.

User Journey Map

Phase of journey	Engage on concert ad	Check Prices and Viability	Select Ticket and Combos	Payment	Booking Confirmation
ACTIONS What does the customer do?	<div>Check the Ad-Link (FB event)</div> <div>Check the venue and date</div> <div>Check if friends have also engaged with the Fb event.</div>	<div>Check the seats available and their cost</div> <div>Check their calendar or schedule</div> <div>Check if friends would like to join you</div>	<div>Evaluate and Select the seats.</div> <div>Confirm tickets and food combo.</div>	<div>Click on enter payment info</div> <div>Enter your card and personal details and Verify OTP</div>	<div>Check Confirmation Page and Ticket</div> <div>Share ticket with Family/ Friends</div>
CUSTOMER THOUGHTS What is the customer thinking?	<div>🥳 Excited to see his favourite Dj coming to his city.</div> <div>🤔 Double-minded as the venue is far.</div>	<div>😊 Glad to be available on the dates of the concert.</div> <div>🤔 Uncertain if all his friends could join the concert</div>	<div>😡 Annoyed to see cheaper seats are very far from the stage.</div>	<div>😡 Frustrated with the fact that there is no UPI Payment available, only Credit Card.</div>	<div>🥳 Eager and excited for the concert.</div> <div>🥳 Happy to share tickets with his friends.</div>
CUSTOMER FEELING What is the customer feeling?					
OPPORTUNITIES	<div>Create an event landing page solving all user objections or questions.</div> <div>Show events on Map</div>	<div>Options to easily share the event.</div> <div>Offers on group bookings.</div>	<div>Extra incentives for students.</div> <div>Add rewards to invite more friends.</div>	<div>Add UPI payment in the payment gateway for greater convenience.</div>	<div>Get Notified night before the concert.</div> <div>Automated calendar invite to friends by putting email/phone.</div>

Persona: Laura

Problem statement: Laura es madre y trabajadora ocupada, quien necesita acceso a un sitio seguro y fácil de gestionar porque quiere sentirse segura cuando compra las entradas para ir a un concierto de rock



Laura

Edad: 40

Educación: Graduada en Comunicación

Ciudad: Madrid

Familia: Casada con 2 hijos

Ocupación: Comunicación interna en Consultora

“Escucho música en el trabajo, en casa mientras ordeno, cuando cocino y en el coche”

Goals

- Cuando voy lo hago como un mimo o premio personal para divertirme
- Cuando tocan músicos que me gusten

Frustrations

- Es difícil encontrar la página oficial para la venta de entradas. Me hace sentir insegura cuando lo ofrecen en distintos sitios webs.
- Deberían tener menos pasos a la hora de comprar.

Laura tiene hijos pequeños, le gustaría asistir más seguido pero por cuestiones de organización, ya que no les gusta dejarlos de noche con alguien que los cuide asiste muy poco para lo que le gustaría. Sus padres son mayores. Normalmente lo hace en verano, en espacios públicos, o dos/tres veces al año máximo.

Persona: Juan José

Problem statement: Juan José tiene un buen sueldo y puede permitirse ir a recitales 2/3 veces al año, puede asistir a recitales cuando tocan las bandas que le gustan sin inconvenientes.



Juan José

Edad: 30

Educación: Universitario incompleto

Ciudad: Barcelona

Familia: Soltero en pareja

Ocupación: Project manager/ Músico amateur

“Mi relación con la música se remonta a mi adolescencia, cuando formaba parte de mi día a día a través de mis bandas favoritas, lo que incluso me llevó a convertirme en músico durante unos años.”

Goals

- Asiste a conciertos 2 o 3 veces al año para ver a sus bandas favoritas y disfruta reencontrarse con sus amigos.
- La necesita para vivir, es su motor, le da calma y adrenalina, lo hace sentir vivo.

Frustrations

- Es difícil encontrar la página oficial para la venta de entradas. Me hace sentir insegura cuando lo ofrecen en distintos sitios webs.
- Deberían tener menos pasos a la hora de comprar.

Juan José está de novio y tiene 2 perros a los que trata como hijos, es músico amateur pero además trabaja en una empresa como distribuidor y tiene un sueldo bueno que le alcanza para vivir y darse algún gusto, puede asistir a recitales cuando tocan las bandas que le gustan.

User journey map

Para empatizar con los usuarios, también cree mapas de empatía y un mapa de viaje del usuario para profundizar en cada etapa por la que pasan nuestras personas al reservar una entrada para un concierto.

Goal: Comprar entradas de forma segura para disfrutar de un concierto de Rock

ACTION	Sabe que tocará una banda que le gusta y quiere ver si puede ir	Busca un servicio de venta de entradas online	Selecciona la opción de compra de entrada	Comprar la entrada	Recibir la entrada por mail
TASK LIST	A. Buscar en internet la banda para ver la fecha B. Se listan varios sitios de venta C. Elige la que tiene a la banda	A. Encuentra la página B. Ingresa y elije el concierto al que quiere asistir C. Selecciona la función	A. Elige la ubicación B. Elige la cantidad de entradas C. Revisa el precio y las tasas	A. Selecciona el botón de comprar B. Le pide registrarse o seguir como invitada con su mail C. Introduce los datos de su tarjeta, acepta y paga	A. Espera el correo de confirmación de la operación B. Le llega el correo confirmando pedido C. Recibe email con las entradas y QR
FEELING ADJECTIVE	Emocionada por querer ver a su banda Frustrada por ver varias páginas de venta	Motivada cuando la encuentra Abrumada por la información	Algo confundida Nerviosa por realizar la operación	Esperanzada por saber que puede ir Concentrada al poner todos los datos bien y sin errores	Ansiosa por la confirmación Contenta por haber podido realizar la compra con éxito
IMPROVEMENT OPPORTUNITIES	Crear una app oficial y segura de venta de entrada	Brindar mayor información sobre la seguridad del sitio	Crear un flujo claro y preciso Con imágenes del escenario y ubicaciones y con tamaño de texto más grande	Ofrecer formas seguras de realizar el pago	Recordatorio por mail cercano a la fecha. Beneficios en otras compras de entradas

Planteamiento del problema e hipótesis

Es importante tener un ajuste problema-solución. Comenzamos con declaraciones claras de problemas para nuestras personas principales. Luego creamos la hipótesis para la experiencia del usuario potencial. Más tarde lo probaríamos en pruebas de usabilidad.

PROBLEM STATEMENT

Laura

user name

is a/an

Madre y trabajadora ocupada

user characteristics

who needs

Acceso a un sitio oficial seguro y simple de gestionar

user need

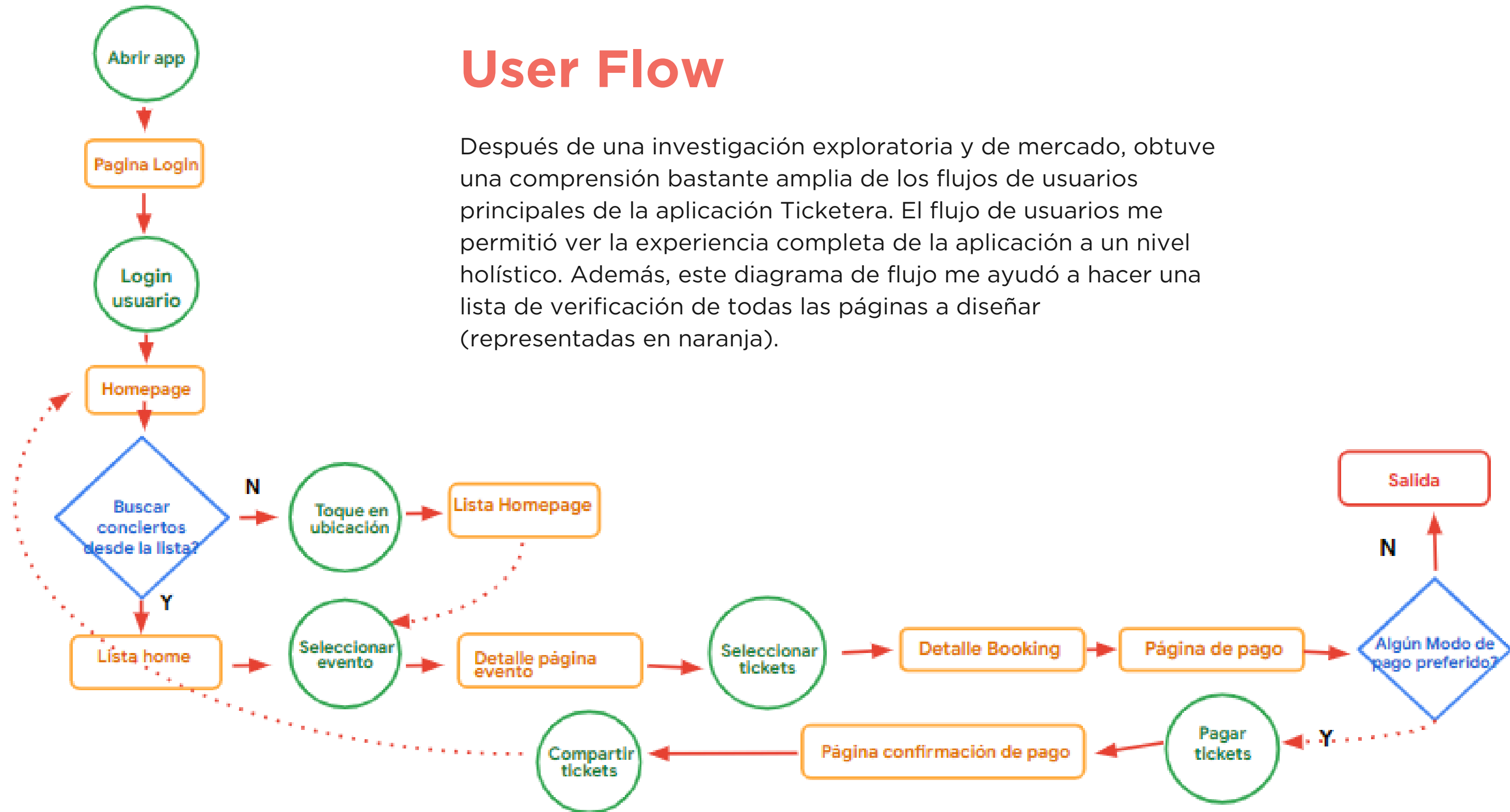
because

Quiere sentirse segura cuando compra las entradas para ir a un concierto de rock

insight

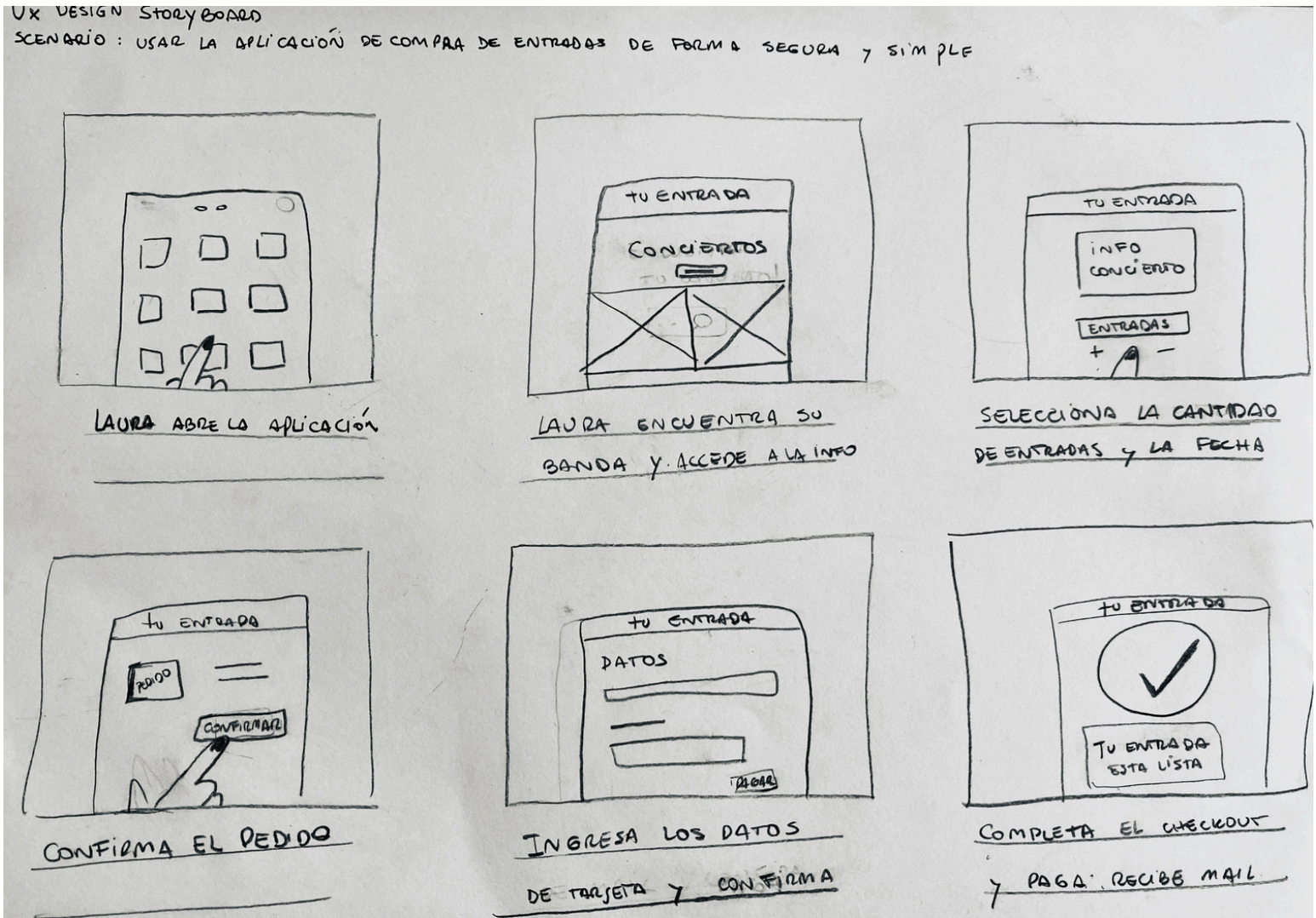
User Flow

Después de una investigación exploratoria y de mercado, obtuve una comprensión bastante amplia de los flujos de usuarios principales de la aplicación Ticketera. El flujo de usuarios me permitió ver la experiencia completa de la aplicación a un nivel holístico. Además, este diagrama de flujo me ayudó a hacer una lista de verificación de todas las páginas a diseñar (representadas en naranja).

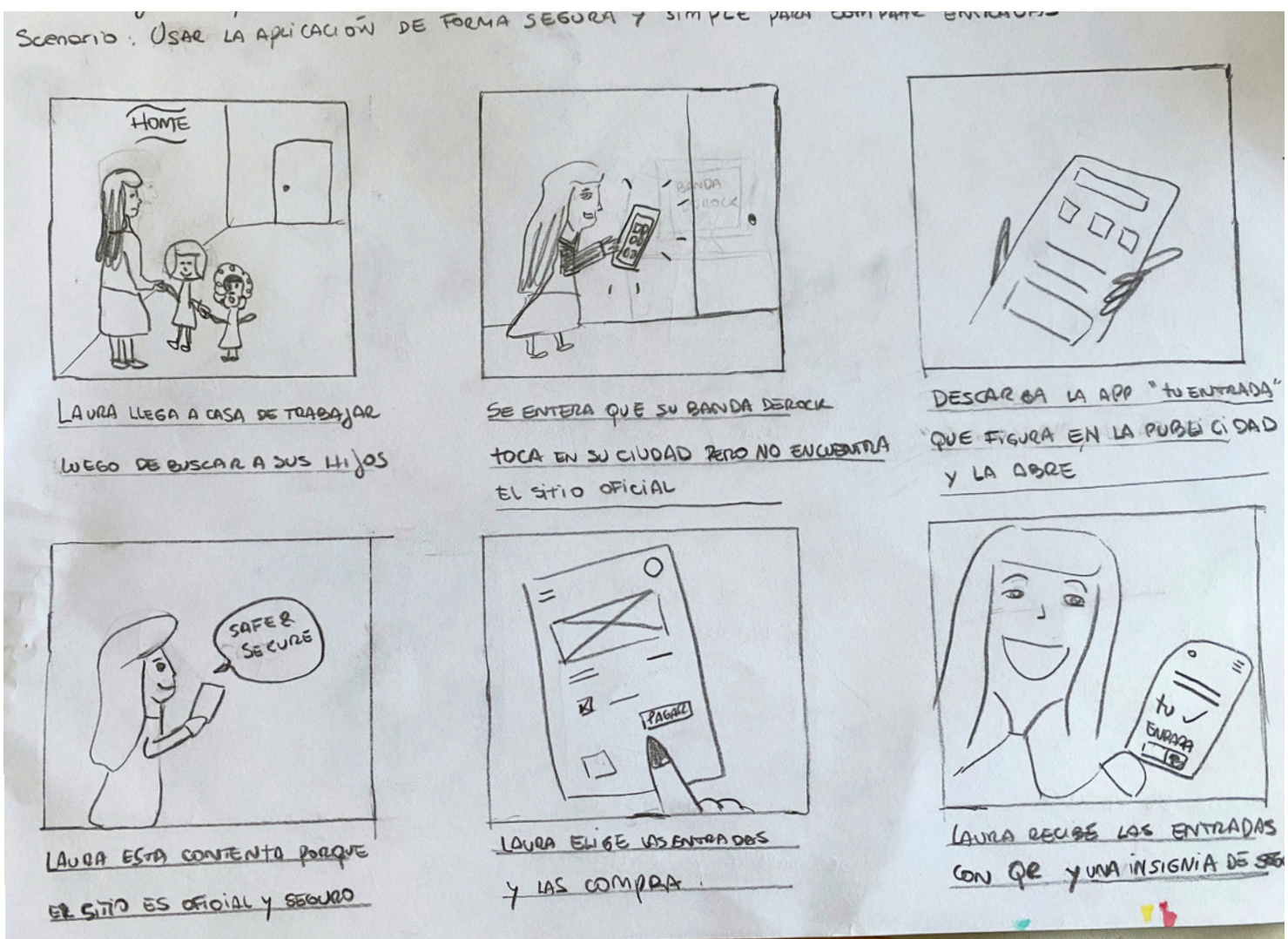


Storyboard

Big-picture storyboard

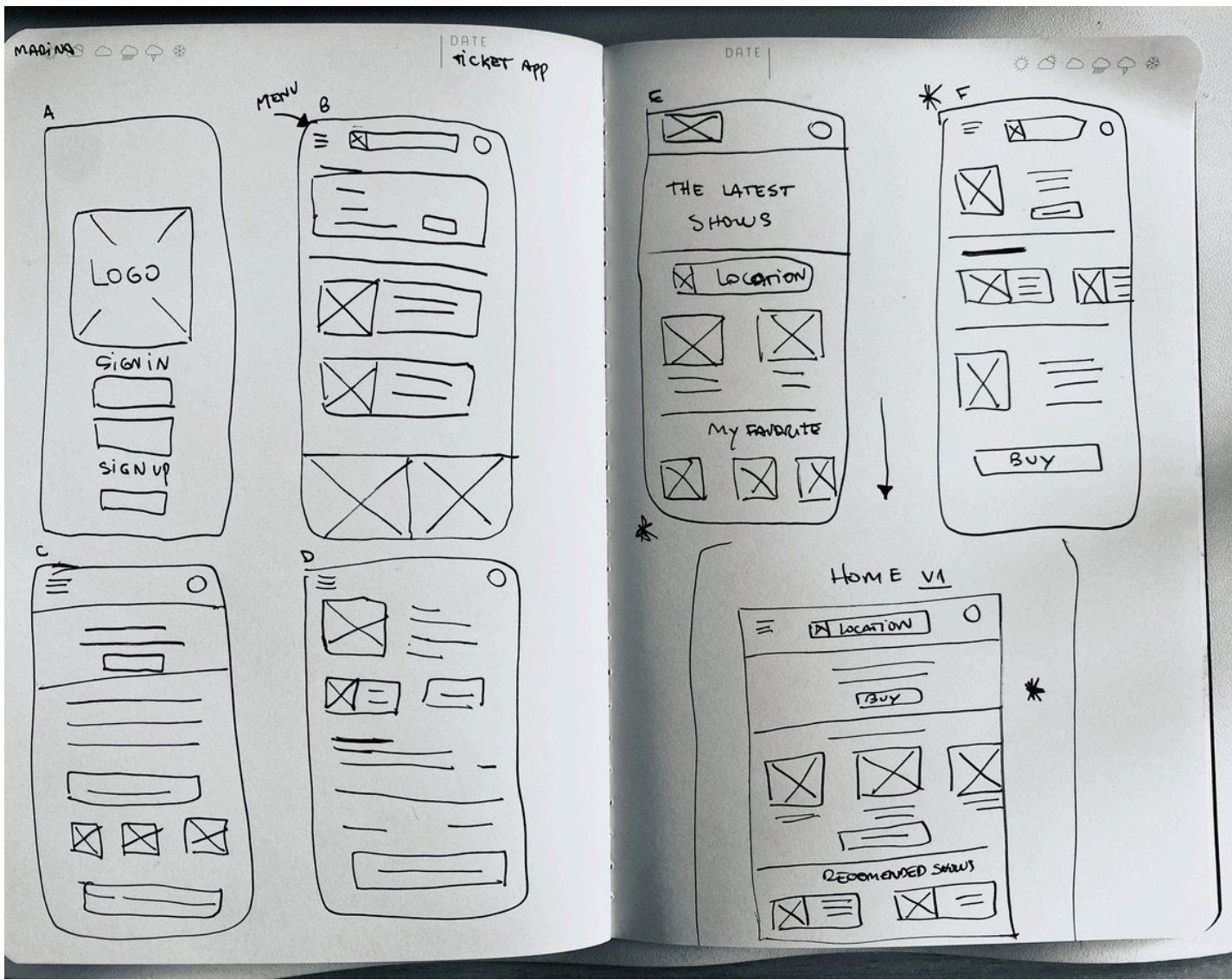


Close-up storyboard

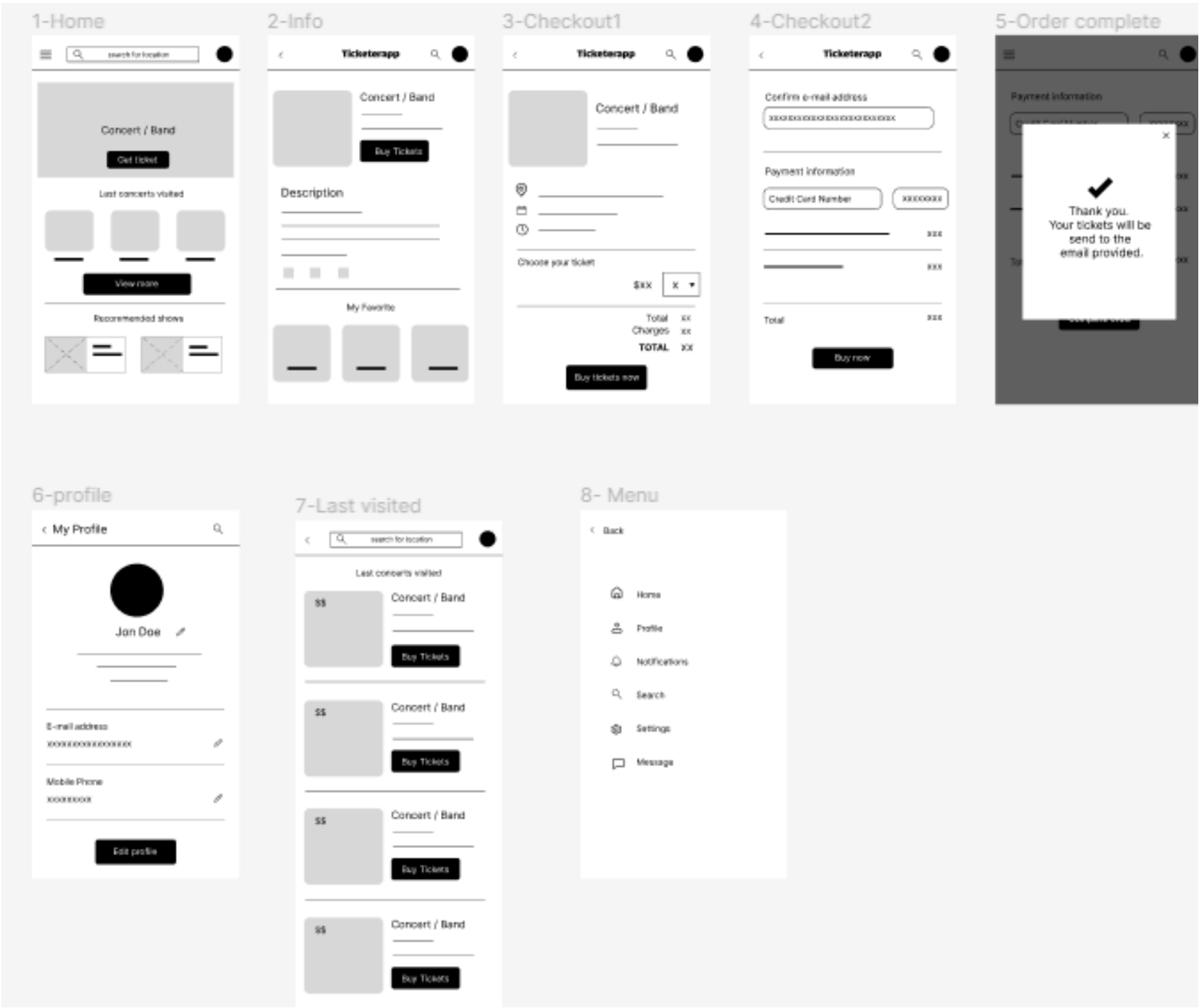


Wireframing

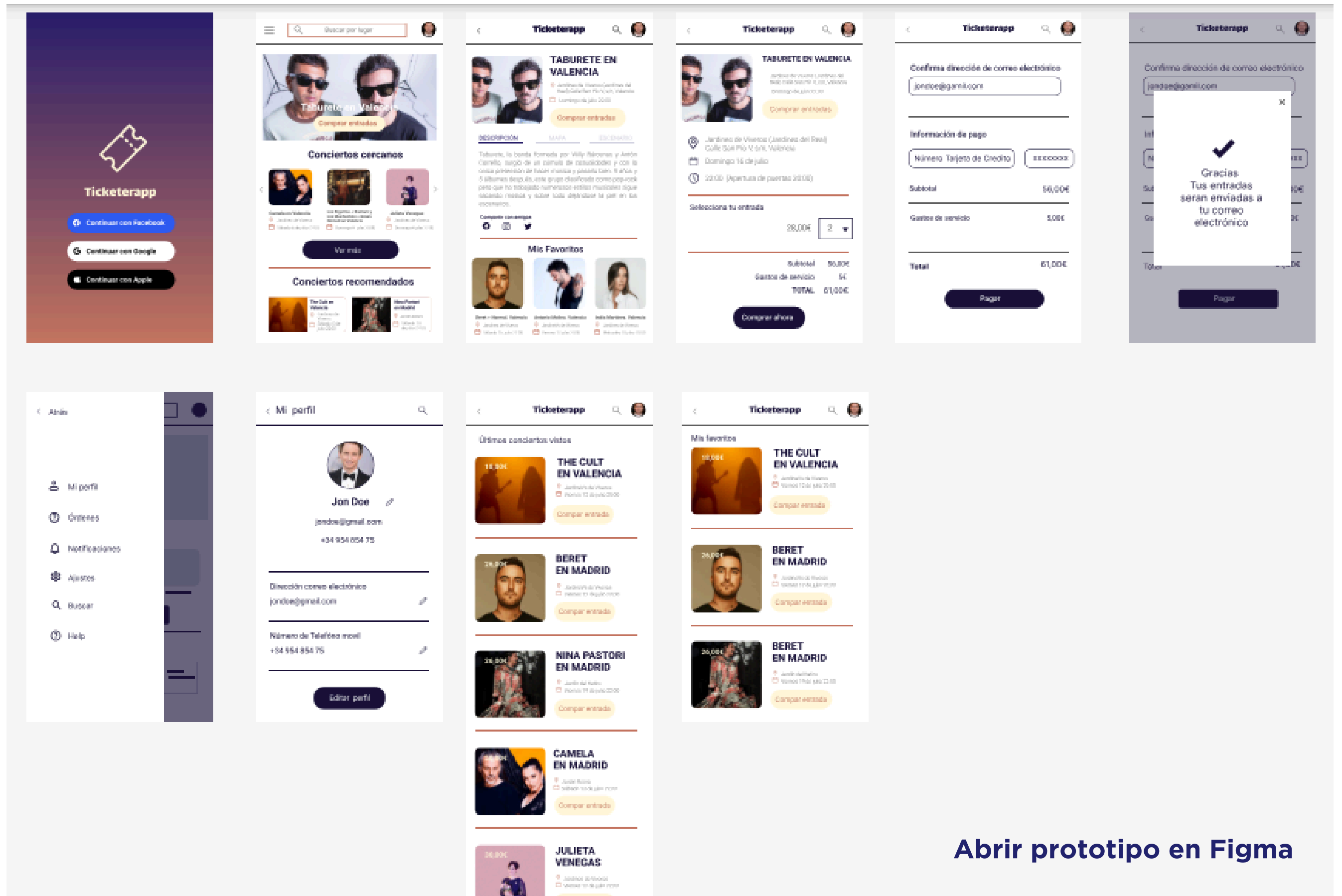
Paper wireframes



Digital wireframes



Diseños Finales UI



Abrir prototipo en Figma

Ticketrapp

Gracias