**Reto Modelo para UX Designers**

**Mall Aventura**

Antecedentes

Mall Aventura, es el centro comercial líder en Lima Este y Arequipa. Los principales KPIs: Recordación, tráfico y ventas son positivos.

En Arequipa, el liderazgo responde a contar con la mayor oferta comercial, servicios y entretenimiento de la ciudad (frente a los otros 4 centros comerciales de la ciudad). En Lima, el liderazgo responde también a ser el único centro comercial con un mix comercial completo en esta zona de Lima.

La situación: la alta competencia en AQP y la próxima apertura de un competidor en Lima Este nos lleva a pensar en acciones de fidelización de clientes actuales. Además, de la necesidad de profundizar en el conocimiento que tenemos de nuestros clientes actuales para poder ofrecerles productos y servicios que se adecuen a sus necesidades.

Datos

Lima:

* Visitas anuales: 12 millones
* Género: 67% hombres / 33% mujeres
* 29 años en promedio
* NSE 39% B / 44% C
* Distritos de procedencia: Ate y Santa Anita
* ¾ de los visitantes viene al menos 1 vez a la semana.
* Visita principalmente Tiendas por departamento (principal), Paga servicios, va al supermercado y come en el patio de comidas.
* 65% llega en transporte público
* Principales atributos valorados: buen ambiente / buen servicio / limpieza./ variedad

Arequipa:

* Visitas anuales: 10 millones
* Género: 48% hombres / 52% mujeres
* 30 años en promedio
* NSE 66% A/B / 29% C
* Distritos de procedencia: Es regional con foco en Bustamante y Rivero y Paucarpata.
* ¾ de los visitantes viene al menos 1 vez a la semana.
* Visita principalmente Va al supermercado (principal), visita Tiendas por departamento, Paga servicios, y come en el patio de comidas.
* 42% llega en transporte público y 24% en taxi.
* Principales atributos valorados: Buen servicio / “es completo” / limpieza.

Reto

Ofrecer un sistema de recompensas por visitas y/o compras.

Te pedimos que:

1. Identifiques cuál es la experiencia adecuada para ofrecer ese servicio.

* Qué ofrecer como recompensas.
* La usabilidad.
* Las funciones del producto.

1. Nos ayudes a conocer mejor a nuestros clientes y saber qué esperan de nosotros y que gatilladores pueden reforzar la fidelidad.
2. Basado en los aprendizajes, crear un prototipo de servicio y testearlo con algunos usuarios.

Entregables

* Customer Journey Map ideal para nuestros usuarios.
* User Flow de la propuesta. (Consideramos que tiene 2 etapas importantes: el registro de información y el catalogo/redención de recompensas).
* Prototipo con sesiones de testing documentadas.





