

# User Research Plan Template

## Proyecto Alcaparra

Version 1.0 (18/03/2024)

### 1. Background

- What is this project about?

Este proyecto trata de la creación de una página web dedicada a experiencias y talleres gastronómicos en la ciudad de Granada. La página web ofrecerá información sobre una serie de actividades relacionadas con la gastronomía local.

- What's the purpose of this research? What insights will this research generate?

El propósito de esta investigación es comprender las necesidades, preferencias y comportamiento de los usuarios interesados en experiencias y talleres gastronómicos. Este estudio pretende mostrar qué actividades son las más populares y qué características valoran en una página web de esta temática.

### 2. Objectives

#### Business Objective & KPIs (Key Performance Indicators)

Objectives	KPIs
- Aumentar la cantidad de reservas de experiencias gastronómicas en la página	- Total de reservas realizadas al mes - Ratio de visitas a la páginas y reservas realizadas
- Mejorar la satisfacción de los usuarios que reservan las experiencias	- Monitorización y evaluación de las reseñas - Media de puntuación de las reviews
- Mejorar la visibilidad de la web en los motores de búsqueda	- Lugar de posicionamiento al buscar webs sobre experiencias gastronómicas

#### Research Success Criteria

- What qualitative and quantitative information about users will be collected?

- Información cualitativa: Preferencias y gustos sobre qué tipo de cocina prefieren los usuarios, organizando un ranking. Análisis de la satisfacción de los usuarios con talleres organizados en nuestra web en el pasado.

- Información cuantitativa: Numero medio de visitas de la web al día, total de reservas realizadas al mes.

- What documents or artifacts need to be created?
- Encuestas y reseñas sobre nuestra página en la web para conocer posibles aspectos a mejorar.
- Reseñas de los participantes de las experiencias tras realizar el curso o taller para conocer que les ha parecido y/o qué puntos cambiarían.
- What decisions need to be made with the research insights?
- Incorporar a la página secciones solicitadas por los usuarios.
- Modificar el desarrollo de los talleres en base a las recomendaciones de los participantes para adaptarnos a sus preferencias.

### 3. Research Methods

#### Primary research

- Etnografía: Estudiamos posibles problemas que los usuarios hayan podido encontrar en la página.
- Encuestas: Pedimos a los participantes que valoren la experiencia en la web y/o en los cursos en que han participado.
- Análisis de competidores: Evaluamos constantemente que oportunidades ofrecen nuestros competidores directos, para adaptarnos consecuentemente.

### 4. Research Scope & Focus Areas

#### Question themes

- ¿El contenido, información y funcionalidad de nuestra página web es de utilidad para los usuarios que buscan experiencias y talleres gastronómicos?
- ¿Volvería el usuario a visitar la página y/o realizar otra reserva?

#### Design focus components

- Utilidad: ¿Es el contenido y la funcionalidad útil para los usuarios?
- Facilidad: ¿Es fácil para los nuevos usuarios realizar las reservar / encontrar el taller deseado?
- Errores: ¿Los usuarios cometen errores a la hora de filtrar resultados o reservar? ¿Cómo mejoramos estos problemas?
- Satisfacción: ¿Les resulta agradable e intuitivo el diseño?

## 5. (Personal) Experience in this field

### 5.1. As a stakeholder

- Hemos organizado diversos eventos gastronómicos que nos dotan de gran conocimiento en el sector, y nos permite centrarnos en aspectos clave de estas actividades.

### 5.2. As a designer

- Hemos realizado las prácticas de la asignatura de SIBW que nos dotan de conocimientos suficientes para realizar diseños avanzados de páginas webs.

### 5.3. As a observer

- Con nuestra participación en eventos podemos focalizar nuestros recursos en aquellos aspectos que los participantes buscan, mejorando la experiencia final.

### 5.4. User says

- Recientemente colaboramos en un taller a nivel local con personas de diferentes edades y los integrantes nos comentaron que suelen optar por reservar en páginas sencillas que faciliten la navegación y sean intuitivas.

## 6. Participant Recruiting

- Viajeros: Estos usuarios normalmente aprovechan la visita a la ciudad para buscar experiencias gastronómicas locales que les muestren platos típicos de nuestra región.
- Residentes: Se ofertan cursos y talleres en la ciudad para aquellos que quieren aprender nuevas técnicas, ingredientes y platos que desconocían hasta el momento.
- Profesionales: Ofrecemos cursos avanzados para quienes deseen mejorar su formación.