User Research Plan Template  
**Granaventour**

**Version 1.0 (04/03/2024)**

# Background

* **What is this project about?**

Este proyecto consiste en el análisis de una página web especializada en actividades al aire libre, cursos, rutas y viajes de aventura. La página se centra en ofrecer una gran variedad de experiencias, que van desde deportes extremos como escalada, barranquismo y esquí hasta actividades de turismo.

* **What’s the purpose of this research?**

Este análisis se centrará en evaluar la estructura, contenido, funcionalidades y estrategias de marketing de la página web, con el objetivo de identificar áreas de mejora y oportunidades para mejorar la experiencia del usuario.

* **What insights will this research generate?**

Algunos de los insights que generará este análisis son:  
Preferencia de los usuarios: Identificar qué actividades son más populares y qué tipos de rutas/viajes generan más interés.  
Usabilidad del Sitio Web: Descubrir cualquier problema de usabilidad que dificulte la navegación o la interacción, además de identificar zonas dónde la estructura de la web pueda ser confusa  
Contenido Relevante: Determinar qué tipo de contenido resulta más útil y relevante y evaluar si la información proporcionada es suficiente y clara para los usuarios

# Objectives

## Business Objective & KPIs

|  |  |
| --- | --- |
| **Objectives** | **KPIs** |
| Aumentar las ventas | Número total de reservas realizadas  Tasa de conversión de visitantes a clientes  Ingresos generados por ventas en línea |
| Expandir la base de clientes | Porcentaje de nuevos clientes adquiridos  Número de visitantes únicos |
| Mejorar la experiencia del cliente | Tiempo promedio de carga de la página  Número de clicks para completar una reserva  Porcentaje de clientes satisfechos basados en encuestas o reseñas |

## Research Success Criteria

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

**Información cualitativa:**

* + Preferencias e intereses en actividades al aire libre
  + Experiencias pasadas con este tipo de actividades
  + Factores que influyen en las decisiones de reserva y compra
  + Expectativas sobre la experiencia del usuario en el sitio web
  + Sugerencias para mejorar la navegación, el contenido y las funcionalidades del sitio

**Información cuantitativa:**

* + Número de visitas al sitio web y páginas vistas
  + Tasa de conversión de visitantes a clientes
  + Tiempo promedio de sesión en el sitio web
  + Porcentaje de usuarios que abandonan el sitio en el proceso de reserva
* **What documents or artifacts need to be created?**

Guía de Entrevistas o Cuestionario de Encuestas: Documento con preguntas específicas que se harán a los usuarios

Mapa de Experiencia del Usuario: Representa el flujo de interacción del usuario con el sitio web

Lista de Prioridades de Mejoras: Documento dónde se identifican las áreas a mejorar en el sitio web

Informe de Seguimiento y Evaluación: Documento que proporciona una evaluación posterior a la implementación de las mejoras.

* **What decisions need to be made with the research insights?**

Priorización de Mejoras: Decidir qué áreas del sitio web requiere atención prioritaria

Desarrollo de Nuevas Funcionalidades

Optimización del contenido

Diseño y Navegación: Decidir cómo mejorar el diseño visual y la estructura de navegación del sitio web

# 3. Research Methods

Note: Include one to two sentences explain what the method is and its purpose if your stakeholders aren’t familiar with user research.

## Primary research

* **Ethnography (observation).** Observar el contexto de los usuarios para comprender sus comportamientos, actitudes e interacciones. Su propósito es obtener una comprensión de las experiencias y comportamientos de los usuarios en entornos del mundo real
* **User interview.** Conversaciones estructuradas con usuarios para explorar sus necesidades, preferencias y experiencias.
* **Contextual inquiry.** Observar a los usuarios mientras realizan tareas o interactúan con un producto o servicio. Su propósito es comprender cómo trabajan los usuarios e identificar oportunidades de mejora
* **Usability test.** Observar a los usuarios para identificar problemas de usabilidad y recopilar comentarios sobre su facilidad de uso.Su propósito es evaluar la efectividad, eficiencia y satisfacción de la experiencia del usuario.
* **Post-session survey.** Se administran justo después de un Usability test para recopilar comentarios sobre la experiencia general e impresiones. Su propósito es capturar las percepciones de los usuarios e identificar áreas de mejora después de la sesión de prueba.

# 4. Research Scope & Focus Areas

## Question themes

1 high-level topics of questions

* **User Preferences and Needs**
  + ¿Qué actividades son las más populares?
  + ¿Qué tipo de cursos o rutas buscan los usuarios?
  + ¿Qué factores influyen en las decisiones a la hora de elegir las actividades o las rutas?

## Design focus components

Choose main focus areas and delete the rest.

* Utility: Is the content or functionality useful to intended users?
* Learnability: How easy is it for users to accomplish basic tasks the first time they encounter the design?
* Efficiency: Once users have learned the design, how quickly can they perform tasks?
* Memorability: When users return to the design after a period of not using it, how easily can they reestablish proficiency?
* Errors: How many [errors](https://www.nngroup.com/articles/slips/) do users make, how severe are these errors, and how easily can they recover from the errors?
* ~~Satisfaction: How pleasant is it to use the design?~~
* ~~Persuasiveness: Are desired actions supported and motivated?~~

# (Personal) Experience in this field

¡Cual es tu experiencia con este tipo de aplicaciones y productos?

## 5.1. As a stakeholder

(I was part of one experience as….)

* Una vez fui a esquiar con mi familia, aunque la gestión de la actividad no la hicimos por la web, sino en persona
* A lo largo de mi vida he realizado actividades de aventura que ofrece la página como puede ser piragua, tiro con arco o paintball, pero nunca he contratado el servicio a través de una página web

## 5.2. As a designer

## 5.3. As a observer

(I saw one day… )

* He visto a varias personas organizar/participar en cursos de diversas actividades deportivas, los que reservaron el curso por internet, se apuntaban con un formulario en una web.

## 5.4. User says

(someone tell me… )

* La mayoría de las personas que conozco cuando realizan alguna actividad de este estilo, suelen arreglar las cosas en persona, aunque algunos amigos sí que lo han hecho por alguna web y dicen que es fácil y cómodo
* Familiares cercanos a mí realizaron la actividad de paracaidismo contratando dicho servicio a través de una página web similar a la de Granaventour y quedaron encantados con la experiencia.

**6. Participant Recruiting**

¿quiénes pueden ser usuarios de esta aplicación y este negocio (añade al menos 3 perfiles y explica)

* **Entusiastas de la Naturaleza y Aventura.** Estos usuarios disfrutan de las actividades al aire libre, les gusta explorar nuevos lugares y desafiar sus límites físicos. Buscan experiencias emocionantes que le permitan conectar con la naturaleza
* **Viajeros Aventureros.** Estos usuarios disfrutan de viajes llenos de aventuras y experiencias únicas. Les gusta hacer actividades fuera de lo común y sumergirse en diferentes entornos. Buscan salir de su zona de confort y crear recuerdos duraderos.
* **Familias Activas.** Estos usuarios son familias que disfrutan pasar tiempo juntas al aire libre y participar en actividades recreativas. Buscan opciones de actividades y destinos que sean seguros, divertidos y adecuados para todas las edades.

Basado en <https://uxdesign.cc/user-research-plan-template-d7e263ebee79>

<https://taylornguyen.ca/ux-research-templates>