

User Research Plan Template

almendra

Version xx (Date)

1. Background

- What is this project about?

¿Cómo los usuarios organizan iniciativas turísticas?

El proyecto trata de investigar y comprender las iniciativas turísticas relacionadas con el ocio en Granada para mejorar la experiencia de los viajeros, concretamente las experiencias gastronómicas, y con ello impulsar el comercio y hostelería.

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

El propósito de la investigación es obtener información sobre los usuarios objetivo, conociendo al final sus preferencias, las oportunidades para mejorar la oferta turística y qué estrategias se podrían seguir para incrementar su interés.

2. Objectives

Business Objective & KPIs

Objectives	KPIs
Incrementar el interés por las experiencias gastronómicas	Nivel de motivación antes de la experiencia Nivel de satisfacción tras la experiencia
Mejorar la percepción positiva tras una experiencia gastronómica	Relación entre el gasto realizado y la calidad de la experiencia
Aumentar la repetición de visitas	Tasa de retorno

Research Success Criteria

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

Cualitativa (por qué los usuarios hacen lo que hacen):

- Relato de experiencias pasadas.
- Expectativas que les produce la mención de una determinada actividad gastronómica.
- Pruebas de usabilidad.

Cuantitativa (datos mensurables sobre lo que hacen los usuarios):

- Encuesta con distintos niveles sobre el agrado de experiencias pasadas.
- Elección entre distintas actividades relacionadas con experiencias gastronómicas.
- Intervalo de dinero dispuesto a pagar por una actividad de este tipo.
- Tiempo que dedicaría a una actividad de este tipo.

- What documents or artifacts need to be created?
 - Informes de los análisis cualitativos y cuantitativos.
 - Perfiles de usuario con las preferencias y características de los distintos usuarios.
- What decisions need to be made with the research insights?
 - Desarrollo de actividades que se relacionen con las preferencias y expectativas de los usuarios.
 - Buscar estrategias que promuevan la participación de usuarios menos dispuestos a invertir su tiempo en estas actividades.

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 directamente a los usuarios tratando de comprender cómo piensan y entender sus comportamientos.
- User interview: conversaciones con los usuarios para obtener información sobre sus experiencias, opiniones y expectativas.
- Contextual inquiry: ver cómo los usuarios actúan en el contexto real.
- Usability test: práctica de probar qué tan fácil es usar un diseño con un grupo de usuarios representativo.
- Post-session survey: retroalimentación de los usuarios tras interactuar con el producto.

4. Research Scope & Focus Areas

Question themes

1 high-level topics of questions

- Preferencias gastronómicas (tipo de cocina que prefieren, platos locales o internacionales, ...)
- Influencias en la elección (factores que consideran más importantes al hacer una selección, influencia de las recomendaciones de otros usuarios, ...)
- Experiencia del usuario (aspectos que consideren más destacables y satisfactorios, mejoras que sugieren, ...)
- Interacción (impacto de la amabilidad y el profesionalismo, presentación, ...)
- Valor percibido (relación calidad-precio, factores a destacar que incrementen valor, ...)
- Recomendaciones y fidelización (qué aspectos derivan más en recomendaciones positivas, qué incentivos fomentan la repetición de visitas, ...)

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 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?

5. (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....)

- Nunca he participado en una investigación y análisis de cómo los usuarios realizan y organizan actividades turísticas relacionadas con la gastronomía, con el objetivo de mejorar la oferta turística.

5.2. As a designer

- Nunca he diseñado nada relacionado con la promoción de actividades turísticas relacionadas con la gastronomía, ni nada relacionado con mejorar dicha oferta.

5.3. As a observer

(I saw one day...)

- He observado cómo los clientes hacen uso de aplicaciones para explorar ofertas gastronómicas y realizar valoraciones.

5.4. User says

(someone tell me...)

- Un amigo me enseñó una aplicación donde se podían planificar actividades gastronómicas. Destacaba el gran apartado de valoraciones y comentarios que tenía la aplicación acerca de las distintas actividades, aunque es cierto que no se podía filtrar las actividades por algún criterio o característica.

6. Participant Recruiting

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

- Turistas extranjeros que viajen a la ciudad, que les guste la cocina y tengan interés en aprender nuevas culturas culinarias. Debido a que sería una buena opción de promover la gastronomía local y hacer que los extranjeros aprendan de la cocina típica de la ciudad.
- Habitantes locales que tengan interés en ampliar su sabiduría culinaria, haciendo uso de talleres que ofrezcan un tipo de cocina que no es común a la ciudad en la que se encuentran.
- Niños y adolescentes con poco conocimiento acerca de la cocina, que tengan intención de mejorar sus habilidades dentro de la cocina haciendo uso de talleres de distintos niveles de habilidad.
- Cualquier persona que tenga intención de pasar un buen rato y conocer nuevas personas haciendo actividades grupales como puede ser la cocina.

7. Conclusion

Factores importantes en esta búsqueda son la importancia de incentivar la motivación y participación en las actividades, la estrecha relación entre la calidad de la experiencia gastronómica y el valor percibido y la facilidad de uso y capacidad de captar la atención de las aplicaciones y/o servicios web relacionados con la planificación de las actividades.

Se identifican perfiles que se pueden encontrar en cualquier rango de edad y nacionalidad, pudiendo aprovechar la oportunidad de captar usuarios de diversos intereses y estableciendo distintas temáticas y tipos de actividades gastronómicas.

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