

Resumen de la práctica 1

En esta práctica se ha planteado la aplicación de los diferentes conceptos teóricos vistos en clase. Hemos podido comprobar la importancia de estos a la hora de hacer una investigación de usuario, analizar la usabilidad de un producto dado y las experiencias que este ofrece a los usuarios además de descubrir la importancia de las experiencias y emociones que puede generar el uso de un producto por parte del usuario/cliente.

Hemos descubierto las diferentes técnicas que pueden ser empleadas para realizar el user research. Esta investigación, al tener en cuenta tanto los productos de la competencia como los usuarios, nos permite generar el conocimiento que nos permitirá identificar las áreas que podemos mejorar a la hora de ofrecer nuestro propio producto.

Se ha realizado un estudio de competencia de tres páginas webs asociando una puntuación a los ítems para así obtener una valoración numérica y generar un ranking:

- Garnata tours (26 puntos)
- Patata santa (29 puntos)
- Granada cooking (30 puntos)

También hemos creado dos personas ficticias Carmen y Antonio dotándolos de una biografía, un carácter, intereses y motivaciones para así poder plantear un journey map que refleje las experiencias gastronómicas en Granada de estas dos personas.

Finalmente, se ha realizado usability review del proyecto Garnata Tours basándonos en las experiencias obtenidas a partir de los journey maps.