

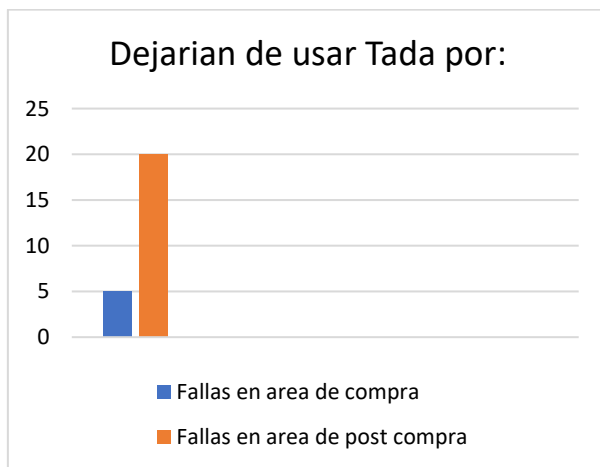
Optimización de la experiencia de usuario en Tada

Lo primero que realice fue una encuesta para saber cuáles eran las debilidades que los usuarios encontraban en la aplicación. Se encuestó un total de 40 personas que utilizaron al menos una vez al App y se obtuvieron los siguientes ítems.

1. Poca variedad de productos
2. Demora en asistencia virtual
3. Demora en reembolsos
4. Demora en los pedidos
5. Poca área de cobertura
6. Compra mínima muy alta
7. Pocas promociones

Ya con estos resultados, me di cuenta que teníamos 2 áreas marcadas. La de compra, donde el usuario empieza a realizar su pedido y va encontrando cosas que no le convencen (ítems 1, 5, 6 y 7) y la de post compra, donde surgen problemas luego de finalizado el pedido (ítems 2, 3 y 4).

Decidí realizar una segunda encuesta para identificar las fallas de que área molesta más al usuario a la hora de usar el servicio, con una encuesta a 25 personas obtuvimos un claro resultado:



Opte por enfocarme en la parte post compra, ya que como se ve claramente, las estadísticas la marcaban como la mayor influencia a la hora de pensar en dejar de utilizar Tada.

Al pensar en soluciones para los problemas detectados en dicha área, entendí que la demora en asistencia virtual es difícil de contrarrestar, ya que esta directamente relacionada con la cantidad de horas y de personal. Por ello opte por solucionar los otros dos ítems.

Reembolsos: Llegado el caso de tener que devolver o cancelar una compra (el cobro se hace inmediatamente uno realiza la compra), la aplicación demora hasta 48hs hábiles en reintegrar el dinero, por ende, si la operación es un día Viernes, el usuario espera hasta 4 días para obtener nuevamente su dinero.

Propongo que la APP debería retener el pago de la compra y pedirle al usuario indicar que su pedido está correcto, este ítem puede tener un cierto tiempo para indicarlo, una vez

confirmado o vencido el tiempo transferir el pago a la cuenta o donde sea que vaya el dinero de la APP.

Esto haría que sea casi instantáneo poder reintegrar el dinero, ya que no dependería de movimientos bancarios.

Demora en los pedidos: Tadá promete en su eslogan, entregar bebidas en 45 minutos, es normal y lógico que esto muchas veces no se logre.

Esta promesa genera que los deliverys marquen como entregado el pedido antes de llegar a destino (cuando se cumplen los 45 minutos) y genera confusión y desconfianza en el usuario, ya que además de avisarles que su pedido fue entregado, les desaparece el seguimiento del mismo generando que ingresen reclamos “innecesarios” al chat de atención al cliente y el usuario preste atención a un aspecto negativo que puede evitarse.

Propongo que se cambie este eslogan, ya que se puede dar el mensaje de que llegaron las bebidas rápido sin tener que encasillarse en un tiempo máximo.

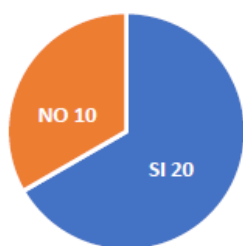
Una segunda opción para no cambiar dicho eslogan sería capacitar al delivery de no marcar entregado el pedido antes de hacerlo, si no, darles la opción de marcarlo como entregado fuera de tiempo (también puede ser automático) y esto generarle al usuario un cupón con un pequeño porcentaje de descuento para una próxima compra. Con esto, además de minimizar el riesgo de enojo, lo motivamos a volver a usar la aplicación.

Entendí también que solucionando estos dos puntos logramos disminuir la cantidad de reclamos y reducir la espera en asistencia virtual, ayudando de forma indirecta a mejorar el ítem 2 de la encuesta inicial.

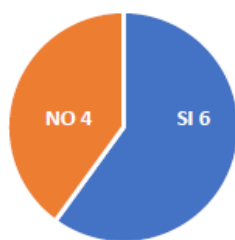
Para continuar con el proceso de investigación sobre las propuestas pensadas y planteadas en la entrega anterior, se decide utilizar un enfoque de UX Research Generativo, con una metodología de Benchmark, donde se utilizan encuestas a usuarios de la aplicación.

En total se encuestó a 30 personas y se obtuvieron los siguientes datos:

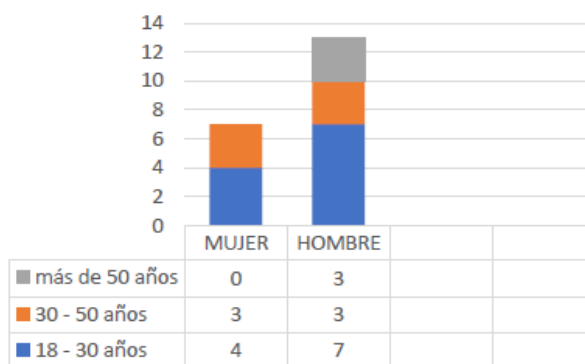
¿CONOCEN LA APP?



¿LA USARIAN?

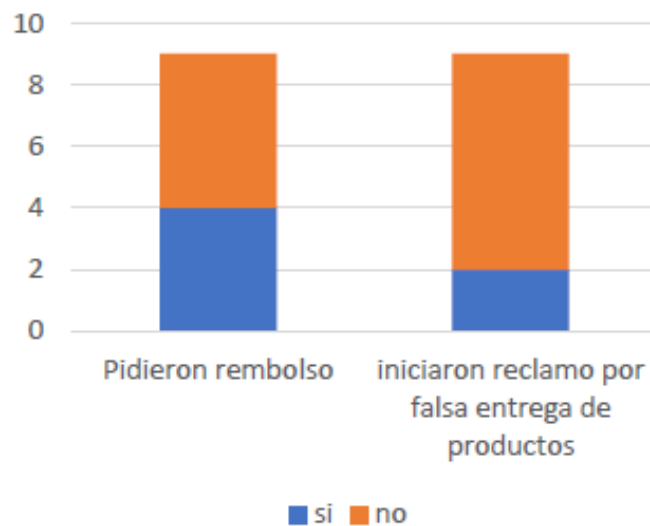


Personas que si usaron la APP



De las 30 encuestadas, 10 personas dijeron no conocer la aplicación y solo 4 se mostraron desinteresadas por usarla. De las 20 que, si conocían y usaron la APP, resultó que 7 eran mujeres y 13 hombres. Al comentarles del objetivo de dicha encuesta concluyeron por unanimidad que sería favorable para la aplicación la propuesta planteada.

9 personas habían tenido inconvenientes con los puntos mencionados y comentaron que habían optado por seguir utilizándola por el simple echo de no haber competencia en este servicio de delivery de bebidas.



En conclusión, la propuesta a un problema real que presenta Tada, tuvo buena aceptación por las personas encuestadas.

También nos dejó la información de que es una aplicación que tiene mucho territorio geográfico por abarcar, y tiene muchos puntos a mejorar, aprovechando que hoy no tiene competencia fuerte.