

User Research Plan Template

SushiTime

Version 1 (14/03/2024)

1 Background

El motivo de hacer esta investigación es indagar profundamente sobre la tendencia en auge sobre las experiencias gastronómicas en Granada relacionadas con la comida oriental, concretamente el sushi.

Antes de esta investigación surgió la idea de una aplicación web sobre experiencias gastronómicas relacionadas con el sushi debido a que en Granada cada vez hay más negocios de este estilo de comida y eso significa un gran volumen de personas interesadas en esta comida y una tendencia creciente.

En función de los resultados obtenidos con esta investigación se validará la idea de una aplicación de web sobre sushi y experiencias gastronómicas de este estilo de comida, así como el surgimiento de nuevas ideas como pueden experiencias gastronómicas innovadoras o nuevos sistemas para que incorporen los restaurantes una sección de experiencias.

2 Objectives

Business Objective & KPIs

| Objectives | KPIs |
|--|---|
| Dar a conocer nuevos tipos de comida en este caso de comida oriental | Reseñas Tráfico de usuarios Reseñas sobre los cursos |
| Que el sushi este al alcance de todos | Que las personas que asistan a los cursos no den opiniones sobre sus experiencias |
| Ampliar la cobertura geográfica de los sitios que sirvan sushi | Que el número de restaurante y establecimientos que venden sushi aumente |
| Que la gente recomiende nuestra pagina | Que usuarios venga recomendados a nuestra página a través de otros usuarios Porcentaje de usuarios que recomiendan la aplicación a amigos o familiares |
| Desarrollar colaboraciones con sitios de comida orientales | Número de acuerdos o colaboraciones establecidas con restaurantes |

Research Success Criteria

- Opiniones sobre los cursos que se oferten
- La aplicación y las plantillas, así como el análisis de competidores...
- Como va ser la aplicación , a qué idiomas va ser traducida y a qué público está dirigido

3. Research Methods

Secondary research

Evaluación heurística: método para medir la usabilidad de una interfaz.

Análisis de competidores: como otras empresas ofrecen sus clases.

Primary research

Entrevistas con empresas y usuario: para saber qué es lo que esperan

Pruebas de uso: como lo usuarios se enfrentan a las clases

Focus group: grupos de personas a las que van dirigidos los cursos y de las cuales recoge su comportamiento.

Entrevistas después de las clases.

4. Research Scope & Focus Areas

Question themes

1. Experiencias de aprendizaje: Evaluar cómo los usuarios descubren nuevos tipos de sushi o restaurantes y si están interesados en acudir a experiencias gastronómicas de la cultura del sushi.
2. Preferencias de los usuarios: Analizar como de familiarizados están los usuarios con el sushi y cuales son sus gustos, así como su frecuencia de consumo y si están dispuestos a probar nuevas variantes.
3. Factores decisivos y calidad: Investigar qué factores consideran los usuarios más importantes a la hora de elegir sus clases como pueden ser estilo de elaboración, calidad de los ingredientes y precio.
4. Uso de tecnologías en las experiencia gastronómica: Explorar cómo los usuarios utilizan la tecnología tanto para consumir sushi como para aprender sobre él
5. Impacto de las reseñas: Determinar el impacto de las reseñas en línea y las recomendaciones en la decisión de los usuarios de probar un nuevo restaurante de sushi o inscribirse en una clase de elaboración.

Design focus components

Utilidad
Capacidad de aprendizaje
Eficiencia
Satisfacción

Primary user scenarios

Lo más duro podría llegar a ser la integración de los usuarios en las primeras clases y que se lleguen a sentir realmente cómodos. Estaría bien que los chef sepan cómo gestionar este tipo de situaciones.

5 Research Participant Profiles

User segment A: Establecimientos para comer sushi, cursos de formación profesional de cocina de sushi y talleres de iniciación.

User segment B: Aquellos usuarios que les gusta consumir sushi, aprender sobre él y aprender a cocinarlo o degustarlo.

Where/How to recruit: Entrevistamos a la gente a pie de calle, entramos a los negocios a preguntar y sacamos información mediante los cuestionarios.

Include screener: Yes

Appendix

Discutimos cuáles serían los principales “Design focus components”.

Hicimos una lluvia de ideas sobre cuáles serían los objetivos principales.

Y debatimos cuáles deberían de ser los métodos de búsqueda.