

User Research

Vinos Granada

1. Background

- **What is this project about?**

Este proyecto se basa en analizar, comprender y hacer un análisis desde distintos puntos de vista de una página web. Luego se crearán dos personalidades distintas las cuales tendrán que hacer uso de la página web desde su propio punto de vista y comentar aquellas dificultades que puedan tener a la hora de reservar, comprar, contactar o valorar en la misma.

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

El objetivo es dar un análisis “completo” y comprender qué fallos y que puede mejorarse en una página web sin tener un gran nivel de conocimiento sobre el tema.

Una vez hecho todo el análisis, nos dará una idea de la consistencia y el funcionamiento de la página web, de esta forma podremos hacernos una idea de a qué público está enfocado y si consigue llegar a ellos.

2. Objectives

Business Objective & KPIs

Objectives	KPIs (key performance indicator)
Crecimiento personal de los clientes	Se ofertan experiencias únicas en el entorno granadino mediante la cata de vino por lugares emblemáticos de la provincia y de sus bodegas
Ingresos y eficiencia	Promoción y venta de los mejores vinos de Granada
Lealtad con y de los clientes	Oferta de las mejores experiencias, vivencias de calidad y descubrimiento, un servicio que solo ellos pueden hacer mediante vinos

Research Success Criteria

- What qualitative and quantitative information about users will be collected?
- What documents or artifacts need to be created?
- What decisions need to be made with the research insights?

3. Research Methods

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

Primary research

- Ethnography (observation)
- User interview
- Contextual inquiry
- Usability test
- Post-session survey

4. Research Scope & Focus Areas

Question themes

1 high-level topics of questions

- Diseño y usabilidad:
 - ¿Cómo calificarían la apariencia general y la estética de la página web?
 - ¿Encuentran fácil navegar por el sitio y encontrar lo que están buscando?
 - ¿Hay algún aspecto del diseño que les resulte confuso o desordenado?
- Satisfacción y fidelidad:
 - ¿Recomendarían la página web a amigos o colegas? ¿Por qué?

Design focus components

Choose main focus areas and delete the rest. (rojas para eliminar)

- 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?
- Satisfaction: How pleasant is it to use the design?
- Persuasiveness: Are desired actions supported and motivated?
- Errors: How many errors do users make, how severe are these errors, and how easily can they recover from the errors? (El único error que pueden tener los clientes es a la hora de reservar o de pagar una actividad/vino. Siempre y cuando haya un tiempo de cancelación se puede devolver el dinero)

- **Memorability:** When users return to the design after a period of not using it, how easily can they reestablish proficiency? (La quitamos porque no tenemos otras versiones de la página por lo que no podemos comparar.

5. (Personal) Experience in this field

¿Cuál es tu experiencia con este tipo de aplicaciones y productos?

Contratar diferentes actividades y/o comprar productos a través de internet no es nuevo pero el producto sí, dado que no es producto tan común en nuestro rango de edad 19-24 años, y no tienen un precio asequible para personas de esta edad, en general lo que vemos que debe ofrecer esta página web es una interfaz cómoda, clara e intuitiva.

5.1. As a stakeholder

(I was part of one experience as....)

- Como cliente que quiere vivir una de estas experiencias, se oferta bien y está claro que es lo que se va a hacer en la actividad. A la hora de pagar/reservar es un poco molesto, pero no es un factor clave que eche para atrás a un cliente

5.2. As a designer

- Llegar al máximo número de personas y evitar problemas que puedan ocurrir en un futuro, ofrecer un producto de calidad que sea eficiente y tenga buen rendimiento, además que sea agradable estéticamente para los usuarios, satisfaciendo todas las necesidades del producto que se quiere ofrecer

5.3. As a observer

(I saw one day...)

- Sobre todo lo que busca un observador o alguien que accede a nuestra página, lo primero en lo que se fijaría es en la facilidad en la navegación, que la información que quiere/busca tenga un fácil acceso y que esté actualizada, con esto nos referimos a que si nuestro observador quiere realizar una ruta y, no encuentra las rutas disponibles, no tienen una descripción, necesitan numerosos clicks para llegar al contenido deseado, genera un rechazo o frustración al observador

5.4. User says

(someone tell me...)

- Si alguien te describe la página no queremos que lo principal sea un fallo o algo malo, para ello la primera impresión debe ser buena, aquella información que se muestre debe ser veraz, útil y actual

6. Participant Recruiting

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

- 1.- Personas a las que les guste el vino
Por razones obvias, la primera persona a la que debe estar dirigida la página es a personas que les guste el vino y disfrutan bebiendo este, podemos entrar un poco más a fondo y dar un rango de edad entre 27 y 65 años, edades en las que una persona puede querer disfrutar de las rutas
- 2.- Grupos de amigos
Grupos de amigos que quieren disfrutar de experiencias distintas y probar otras formas de hacer turismo.
- 3.- Extranjeros
Los turistas que vengan de otros países e incluso de otras provincias de España que quieran degustar el vino típico de esta tierra.

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

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

ERRORES QUE HEMOS DETECTADO EN LA PÁGINA

- Errores en la selección unidades de vinos a la hora de comprar
- No se puede buscar por nombre, denominacion de origen, etc en el catalogo de vino (falsa utilidad de bara búsqueda)