

# PROTOTIPADO DE NUEVAS FUNCIONALIDADES ATRAPALO.COM

POR JOSÉ CARLOS ESTEBAN

**FUNCIONALIDAD 1: Ofertas Last-Minute:** Los teatros ponen en oferta las últimas butacas disponibles para una obra específica. Este apartado lo denominamos “**Ofertas - LastMinute**”.

VISUALIZACIÓN ACTUAL



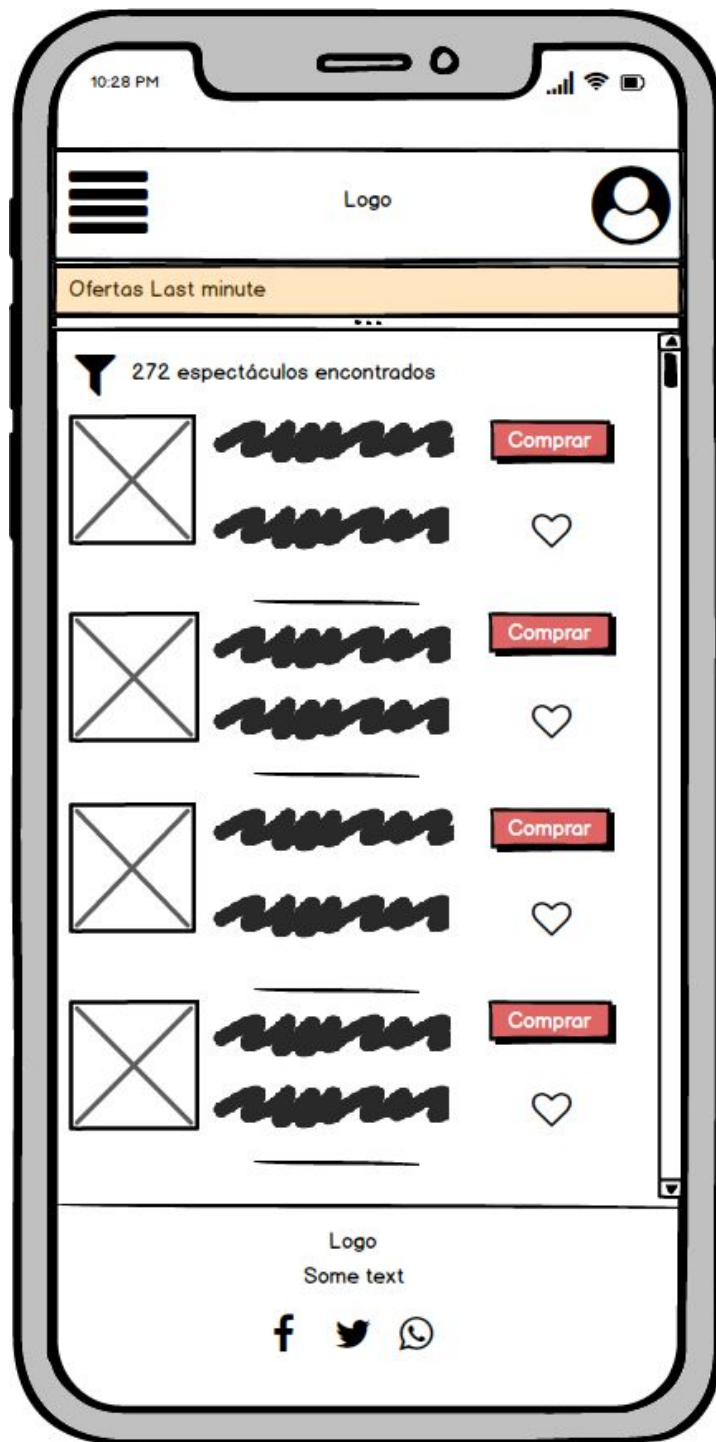
(fig. 1)

## NUEVA VISUALIZACIÓN



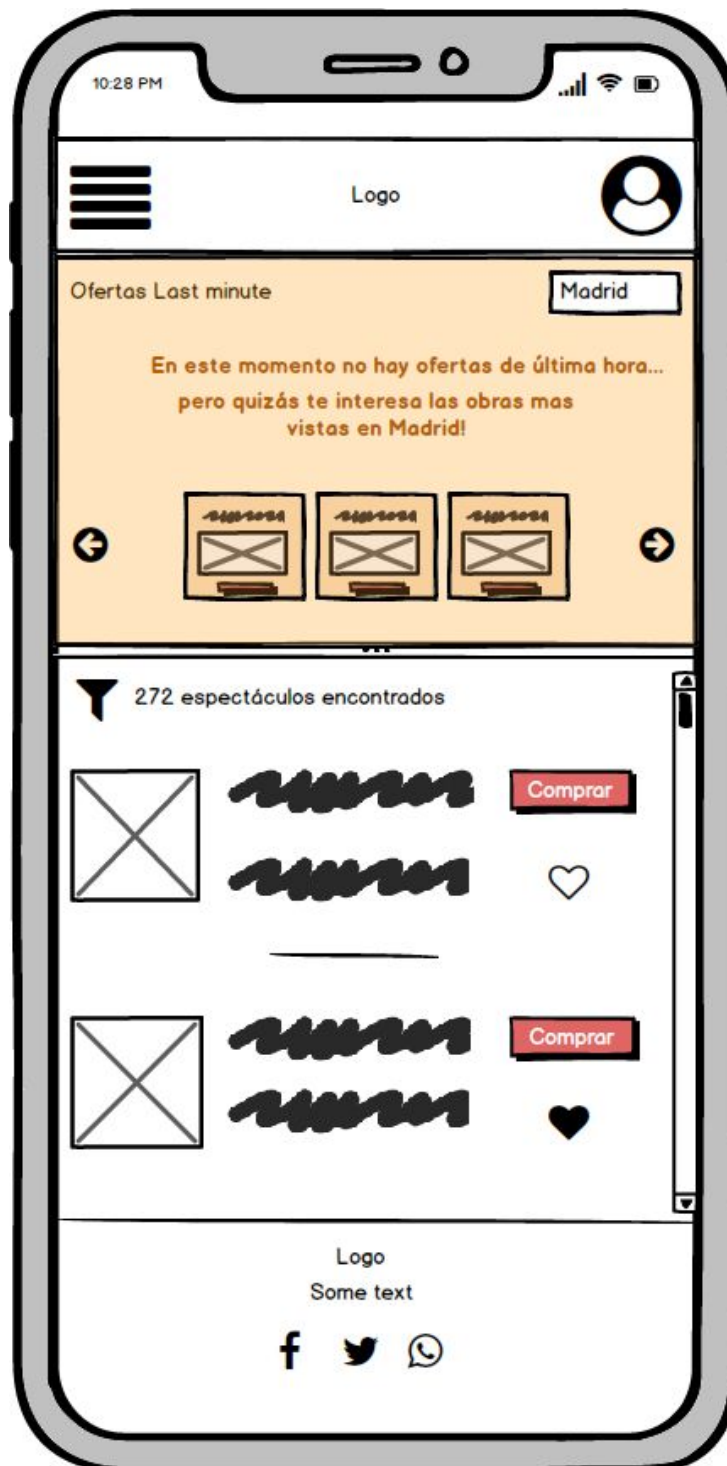
(fig. 2)

En la fig. 2 mostramos un carrusel donde aparecen las ofertas de última hora. Por defecto, se visualizarán ofertas del lugar desde donde el usuario consulte. Este dato se recogerá mediante la geolocalización del terminal. También se da la opción de introducir de forma manual el lugar de donde quiere visualizar ofertas. Esta búsqueda “manual” podrá realizarse mediante voz.



(fig. 3)

En la fig. 3 se muestra la zona de ofertas “Last Minute” minimizadas.

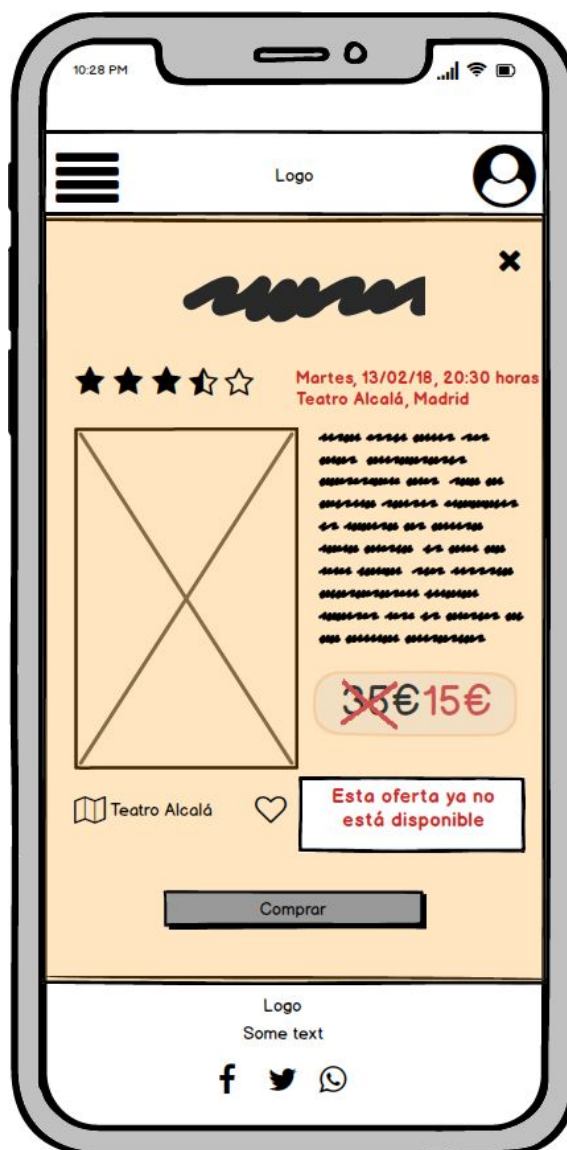


(fig. 4)

En la fig.4 se muestra la casuística de no existir ofertas de última hora en el lugar consultado. El sistema nos propondrá las tres obras más vistas de dicho lugar o alrededores.



(fig. 5)



(fig. 6)

En la fig. 5 se representa el detalle de una oferta activa, mientras que en la fig. 6 la oferta ya expiró. Deshabilitando la opción de comprar.

**FUNCIONALIDAD 2 - Botón favorito:** Esta funcionalidad sirve para apuntarse a la posible oferta last-minute de una obra en concreto. Cuando la obra disponga de localidades en last-minute avisará mediante correo electrónico a aquellos usuarios que hayan indicado la obra como favorita.

#### NUEVA VISUALIZACIÓN



(fig. 7)

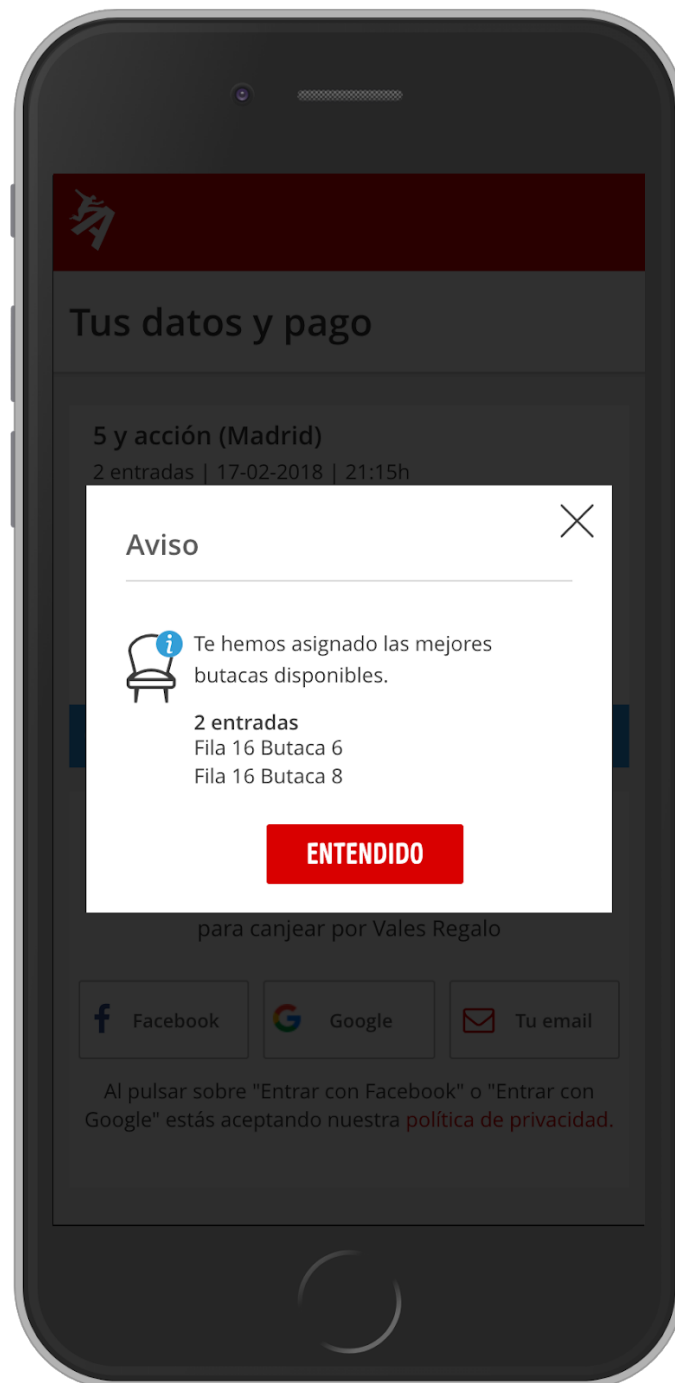


(fig. 8)

En la fig. 7 visualizamos el botón favorito sin ser pulsado (representado con la figura de un corazón sin rellenado). Mientras en la fig. 8, la acción de añadir favorito lanza el mensaje a modo pop-up, apareciendo el corazón rellenado.

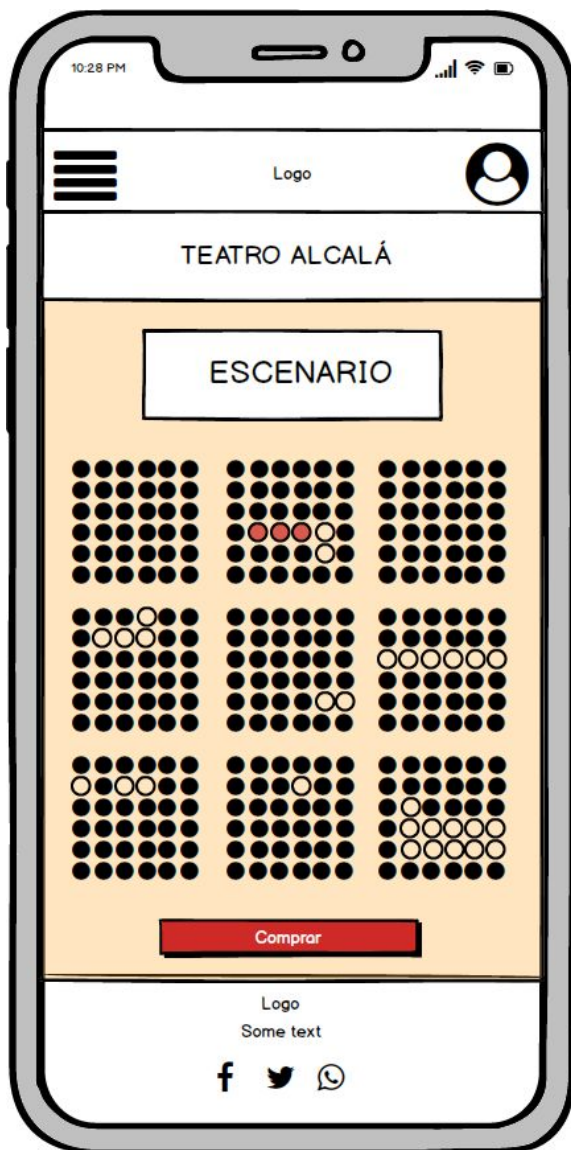
**FUNCIONALIDAD 3 - Previsualización de las localidades:** Esta funcionalidad nos permite seleccionar y comprobar como se verá la obra desde las localidades seleccionadas.

#### VISUALIZACIÓN ACTUAL

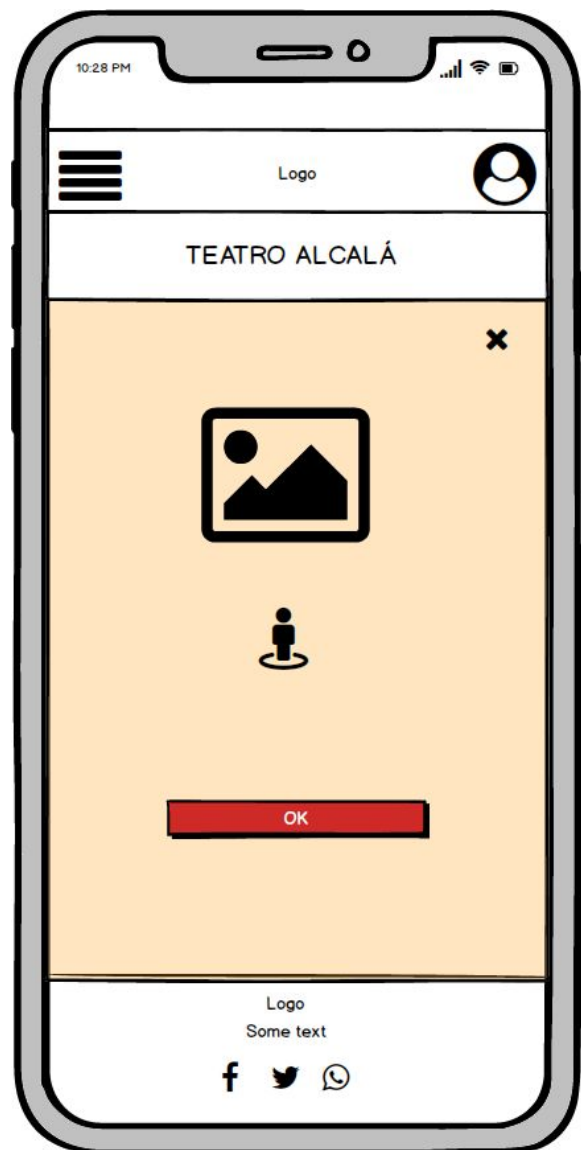


(fig. 9)

## NUEVA VISUALIZACIÓN



(fig. 10)



(fig. 11)

En la fig.10 mostramos al usuario un plano esquemático de las localidades disponibles del teatro, cada vez que se selecciona una localidad nos mostrará la visualización real del escenario desde la localidad seleccionada (fig. 11).



# TEST DE TAREAS

**OBJETIVO:** Se pretende evaluar las nuevas funcionalidades diseñadas en el prototipado del portal atrapalo.com.

**PLAN DE TEST:** Estas son las 3 tareas que se van a definir:

**TAREA 1:** Después de estar todo el día en las Rebajas en el Corte Inglés, te proponen ir al teatro. Tu intentas cerrar un poco la sangría y buscar una buena oferta para alguna obra que vaya a empezar en unas horas.

**Objetivo:** evaluar la funcionalidad de “obtener ofertas last-minute” con el filtrado por ciudad. Obtener información sobre filtros que el usuario pueda desear.

**Métricas:**

- **Éxito/ Fracaso:** El éxito de la tarea se considera cuando el usuario es atraído por las diferentes ofertas desplazando los items del slider.
- **Ofertas Last-Minute:** Si el usuario accede al detalle de la oferta.
- **Intuitivo - Facilidad de uso:** Mide si el usuario ha tenido que preguntar o se ha sentido bloqueado al realizar la tarea. (1 - Intuitivo, el usuario autoaprende la nueva funcionalidad , 0 - No intuitivo)
- **Rating:** Valoración de la funcionalidad por parte del usuario (1 si no le ha gustado nada, y 5 si le ha encantado).

Preguntas cualitativas a realizar al entrevistado:

- ¿Te parece útil la posibilidad de añadir ciudades mediante comando de voz?
- ¿Echas en falta algún otro filtro en las ofertas? ¿Cual?

**TAREA 2:** Tu compañero de trabajo te recomienda una obra de teatro pero las entradas cuestan 60€, tu no tienes prisa en verla y quieres que salga algo más barato avisandote cuando haya alguna entrada rebajada.

**Objetivo:** evaluar la funcionalidad de seleccionar una obra como “favorita” y ver la mejor forma de avisar al usuario.

**Métricas:**

- **Éxito/ Fracaso:** El éxito de la tarea se considera al clickar el botón favorito en alguna obra.
- **Intuitivo - Facilidad de uso:** Mide si el usuario ha tenido que preguntar o se ha sentido bloqueado al realizar la tarea. (1 - Intuitivo, el usuario autoaprende la nueva funcionalidad , 0 - No intuitivo)
- **Rating:** Valoración de la funcionalidad por parte del usuario (1 si no le ha gustado nada, y 5 si le ha encantado).

Preguntas cualitativas a realizar al entrevistado:

- ¿Cual es la mejor forma de avisar de una oferta? ¿mediante correo electrónico y/o SMS/whatsapp?

**TAREA 3:** Después de estar todo el día en las Rebajas en el Corte Inglés, te es más cómodo elegir unos asientos donde haya más espacio para dejar las bolsas y además quieres ver como se vería desde la localidad seleccionada, comprobando la distancia que hay del escenario.

Objetivo: evaluar la aceptación de la funcionalidad de “previsualización de las localidades” y si distrae al usuario del objetivo de comprar entradas.

**Métricas:**

- **Éxito/ Fracaso:** El éxito de la tarea se considera cuando el usuario selecciona las butacas que desea, previsualiza cómo se vería el espectáculo en dichas localidades y da al botón comprar. Es decir queremos comprobar si con esta funcionalidad el usuario completa la acción de comprar entradas.
- **Intuitivo - Facilidad de uso:** Mide si el usuario ha tenido que preguntar o se ha sentido bloqueado al realizar la tarea. (1 - Intuitivo, el usuario autoaprende la nueva funcionalidad , 0 - No intuitivo)
- **Rating:** Valoración de la funcionalidad por parte del usuario (1 si no le ha gustado nada, y 5 si le ha encantado).

## PLAN DE TEST

Acceder al plan de test en el siguiente enlace: [Link](#)

## CONCLUSIONES

FUNCIONALIDAD 1 - Ofertas Last-Minute: Se ha colaborado la gran aceptación de esta nueva funcionalidad. Todos los usuarios lo han valorado con gran aceptación y la forma la cual se muestra es intuitiva y vistosa. Los resultados del test en esta funcionalidad reflejan la posibilidad de añadir un nuevo filtro por precio ya que  $\frac{3}{4}$  de la muestra lo han nombrado como posible mejora.

FUNCIONALIDAD 2 - Botón Favorito: Sobre esta funcionalidad, el test refleja la necesidad de exponer de forma más clara la nueva acción de “poner en favorito”. Creemos que se debería elegir un mejor icono o añadirle un pequeño texto explicativo ej: “avisame”. También deberemos aclarar al usuario no registrado que si pulsa la acción Favorito aparecerá un mensaje del tipo: “Introduzca su email, para enviarle la notificación cuando este en oferta last-minute ”  
La unanimidad de la muestra refleja que el Email es el medio por el cual quieren recibir dicha notificación.

FUNCIONALIDAD 3 - Previsualización de las localidades: Funcionalidad con gran aceptación por parte de la muestra pero que aumenta los clicks del target principal “Comprar entradas” dando mas posibilidades al usuario de no finalizar la compra.  
Por tanto y como mejora, vamos a hacer esta funcionalidad opcional ya que nos hemos percatado que si un usuario compra varias entradas le puede parecer excesivo tener que previsualizar cada uno de los asientos elegidos.