

PRÁCTICA 1:

ANÁLISIS DEL INTERFAZ DE USUARIO.

Revisión de Usabilidad

3º IS - 2

Sofía González Uceda
María Ramos Martínez

ÍNDICE

User Research Plan.....	2
Desk Research: Competitor Analysis.....	2
Tabla resumen.....	4
Justificación de la elegida.....	4
Persona.....	5
Journey Map.....	5
Valoración de la práctica.....	6

User Research Plan

Nuestro análisis va a ser sobre La Tertulia, un bar que combina actividades socioculturales con gastronomía, ofreciendo la oportunidad a cualquier persona interesada en participar en recitales, charlas, conciertos, etc.

Para recopilar información, indagaremos en sus redes sociales (Facebook e Instagram), donde se publica la planificación semanal de las actividades. Además, tendremos en cuenta nuestra experiencia y la de algunos conocidos que frecuentan el sitio. Preguntaremos acerca de su visión general y cómo se informan acerca del local y sus actividades, además de, en cada caso, preguntas específicas según el tipo de usuario (si realizan alguna actividad, cuál, si se apuntan a ellas y con qué método...). También aprovecharemos para preguntarles qué necesitarían en una página web para que su experiencia como usuarios mejore. Otro aspecto que tendremos en cuenta serán las reseñas de los usuarios en distintos sitios web.

Aunque la manera que tiene La Tertulia de informar a los usuarios es mediante sus redes sociales, también tiene una página web pero está desactualizada. Haremos un análisis de esta, viendo qué ofrece y qué aspectos pueden mejorar.

Desk Research: Competitor Analysis

Competidores:

- Cata de vinos - La taberna de Kafka <https://www.instagram.com/latabernadekafka/>

La taberna de Kafka se encuentra en el centro de Granada (Calle Huete, 2). Es una taberna especializada en vino donde ofrecen tapas caseras y platos, con la posibilidad de opciones vegetarianas, veganas y sin gluten. Está enfocada a su variedad de vinos, organizando numerosas catas. Para acudir a ellas, al ofrecer un número limitado de plazas, normalmente se requiere reserva, que se puede realizar a través de las redes sociales del local (que son la fuente de información para los usuarios) o a través de Whatsapp.

Para cada cata se detallan los vinos que se ofrecerán, además de que suelen seguir una temática o estar relacionadas con alguna festividad. El precio suele estar por debajo de los 30€.

La taberna de Kafka está más enfocada al vino, mientras que la tertulia ofrece actividades más variadas. Claramente, cada uno está enfocado a un público distinto.

Las páginas de ambos son similares, ya que en los dos casos los locales cuentan con Facebook e Instagram. Sin embargo, en la Tertulia se publican fotos con la planificación semanal de actividades, mientras que en la taberna se sube una foto y en la descripción se detalla la actividad, las fechas disponibles, el precio y los métodos de contacto para reservar.

En las reseñas de la taberna, los clientes destacan la gran variedad de vinos, y el ambiente acogedor del lugar.

- Talleres de comida

Granada Cooking Experience se encuentra en pleno centro de Granada (Calle de la Montería, 16). Es un local dirigido a todos los amantes de la gastronomía que se quieran ver inmersos en la elaboración de los platos que van a degustar. Organizan talleres de cocina de diferentes culturas, además de catas de vino. También ofrecen la posibilidad de reservar un taller en específico para grupos de 6 personas.

Para reservar alguno de sus talleres se debe hacer a través de su página web, pero también tienen redes sociales como Instagram o Facebook. El precio de los talleres es de 50€, esto incluye los ingredientes y los utensilios de cocina que se necesite, un profesor que te guía en la elaboración y 3 bebidas.

Comparando ambos locales, Granada Cooking Experience aporta una experiencia más culinaria ya que el cliente participa en la elaboración de los platos; mientras que en La Tertulia el cliente no tiene esa posibilidad. Sin embargo, consideramos que son conceptos muy distintos, en Granada Cooking Experience el objetivo es la cocina y la degustación; mientras que la finalidad de La Tertulia no es la comida, si no disfrutar de los espectáculos que ofrecen, charlar con amigos y realizar otras actividades como, por ejemplo, aprender tango.

Un aspecto destacable de Granada Cooking Experience es la comodidad para reservar los talleres a través de su página web. En La Tertulia, si quieres asistir como público, en algunos casos no debes hacer reserva. Sin embargo, hay otras actividades con aforo limitado para las que tienes que hacer tu reserva mediante un correo. Además, si quieres participar en algún espectáculo debes avisar también por correo con antelación.

Los clientes del Granada Cooking Experience remarcan que es una experiencia diferente en la que puedes conocer gente y aprender de cocina.

Tabla resumen

	La Tertulia	Granada Cooking	La taberna de Kafka
Página web	Desactualizada y sin funcionalidades	Actualizada y bien estructurada	No tiene
Redes sociales	Instagram, Facebook y Twitter	Instagram, Facebook y Youtube	Instagram y Facebook
Planificación de actividades	Semanal	Mensual	Mensual
Método de reserva de actividades	Mandando un correo con la información	Comprando los talleres	Mandando un correo o a través de las redes sociales
Menú	Limitado	Consumes lo que cocinas en el taller	Algo limitado
Principal interés	Actividades culturales variadas	Talleres de cocina	Cata de vinos
Precio	0€ - 10€	35€ - 50€	30€

Justificación de la elegida

Hemos elegido La Tertulia porque es un lugar que conocemos y nos gusta. Además, estamos acostumbradas al Instagram del local ya que solemos asistir a espectáculos de música en directo y para ello consultamos la planificación semanal. Por tanto, sabemos qué información suele ser la más interesante y somos conscientes de los aspectos que se podrían mejorar.

Comparándolo con los demás competidores, nos parece que es la opción más atractiva teniendo en cuenta nuestros gustos y aficiones. Además, estamos familiarizadas con el lugar y tenemos una idea de las personas que lo frecuentan. Conocer esto nos ayudará a intuir qué necesidades pueden tener otras personas respecto a la Tertulia.

Además, comparando su página web con la de Granada Cooking, por ejemplo, nos damos cuenta de la importancia que tiene que un local tenga una plataforma para el usuario fácil y accesible. Como la página actual de La Tertulia está muy lejos de eso, queremos ver cómo podría mejorarse.

Persona

Hemos diseñado el perfil de Bianca porque representa a una generación de personas jóvenes que quieren reivindicarse con su arte. Además, su pasión por la poesía hace que Bianca cubra también el papel de cliente que va a La Tertulia no solo a consumir, sino también a participar activamente en las actividades que ofrecen.

También describe a un perfil de cliente típico de La Tertulia: los turistas; los cuales llegan a la ciudad y quieren visitar sitios que le permita adentrarse en la cultura de Granada.

Hemos elegido a Daniel como nuestro segundo perfil por su pasión por el deporte y su necesidad de aprender disciplinas nuevas constantemente. Consideramos que puede ser una persona interesada en ir a La Tertulia para asistir a las clases de tango.

También creemos que es un perfil bueno para representar el contraste entre él y Bianca. Daniel es una persona adulta con un puesto de trabajo estable que quiere asistir a La Tertulia para disfrutar de su tiempo libre; mientras que Bianca es un perfil más juvenil que está interesada en asistir a La Tertulia no solo para disfrutar, si no también para promocionar su trabajo.

Journey Map

Bianca.

Hemos hecho el *Journey Map* de Bianca con la idea de representar una experiencia satisfactoria de un cliente. Bianca es una persona que muestra interés en asistir a La Tertulia a una actividad en concreto y, al final, a pesar de no encontrar información y frustrarse en el proceso, termina yendo porque confía en el criterio del amigo se lo recomendó.

Daniel

Con el *Journey Map* de Daniel hemos querido ejemplificar el caso de una persona que, a pesar de tener bastante interés por asistir a una de las actividades que ofrecen, decide no ir por la escasa información que encuentra en las redes sociales y en la página web. Así demostramos la importancia de, entre otras cosas, mantener una página web actualizada y útil para evitar perder potenciales clientes por el mal funcionamiento de esta.

Valoración de la práctica

Como expertas en la usabilidad de las páginas web, consideramos que la página actual de La Tertulia es muy deficiente en términos de usabilidad y experiencia de usuario. Esto se debe, principalmente, a que no ofrece ninguna funcionalidad, además de que la información lleva años desactualizada. Esta falta de información puede confundir a los usuarios e incluso hacer que piensen que el local ha cerrado.

Además, está mal estructurada, carece de contenido y de secciones que faciliten la navegación y la búsqueda de información relevante.

Tampoco tiene funcionalidades que podrían ser útiles como ver la planificación de actividades en un calendario, reservar actividades con aforo limitado, apuntarse para participar en una actividad, etc.

Para mejorar la experiencia de uso de la página web nosotras principalmente proponemos:

- Actualización frecuente del contenido
- Diseño de la web más funcional e intuitivo: incorporar menús para facilitar el acceso a la información, separar el contenido en secciones, incluir la opción de búsqueda, funcionalidades de reservar e inscribirse, etc.