



Trabajo fin de máster 2018-19  
Diseño UX

# Atlántida Viatges

Théophile Dreyfus, Ana Orío de Mora,  
Ilaria Scutto, Samuel Cortes, Teresa Tozzini

A hand holding a compass with a speech bubble above it. The background is a dark blue gradient. The hand is positioned centrally, with the palm facing up. A compass is held in the palm, and a speech bubble is positioned above it. The text '...' is inside the speech bubble, and the word 'Briefing' is written in a large, bold, light blue font below it. Below 'Briefing' is the text 'Definición / Reto / Target' in a smaller, white font.

...

# Briefing

Definición / Reto / Target

**Briefing: cliente**

## ¿Quién es Atlántida Viatges?

Agencia especializada en viajes de lujo personalizados creada en 2002 y con sede principal en Barcelona.

Cuentan con tres oficinas en la ciudad condal y una en Sabadell. Actualmente Atlántida Viajes es una de las agencias de viajes de referencia en Cataluña.

En Atlántida Viatges se definen como consultores de viajes.

El equipo está formado por excelentes profesionales altamente cualificados, que buscan la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, hecho que se logra gracias a su dilatada experiencia en el sector turístico, ofreciendo un trato personal y especializado.

**Briefing: reto**

## ¿Cual es el reto?

- Optimizar el site para ofrecer la misma experiencia que en la agencia, transmitiendo exclusividad, sencillez, facilidad de uso, con un diseño lujoso e inspiracional.
- Potenciar la fidelización de los clientes más jóvenes a través de la creación de una app.

**Briefing: target**

## ¿Cual es el target?

Trabajaremos sobre 2 tipos de target donde se quiere potenciar la transformación digital.

- Clientes actuales de las tiendas. Varón/mujer de 40-50 años de nivel adquisitivo alto que realizan viajes en pareja y/o en familia.
- Millennials que valoran más las experiencias que lo material y buscan vivir los viajes de forma diferente.



# Investigación

Análisis DAFO / Benchmark

## Investigación

# Análisis

## DAFO

### Mercado y web de Atlántida Viatges

#### Debilidades

- No transmite lujo
- Tiene un ecosistema de marca inconsistente
- La web tiene información confusa, contenido poco atractivo, es muy difícil de usar y muy poco intuitiva
- No se puede comprar online

#### Amenazas

- Mucha competencia, existen muchas web/blog/rsss de agencias de viajes
- Se está perdiendo el concepto de agencia física
- Hoy en día la gente se autogestiona sus viajes
- Los millennials son más independientes y por tanto más difíciles de asesorar

#### Fortalezas

- Muy buena reputación (reconocimiento por parte de la Generalitat de Catalunya a Atlàntida Tours Viatges, S.A. como una de las 250 empresas más dinámicas de Catalunya)
- Productos de calidad
- Catálogo exclusivo
- Equipo de expertos en viajes de lujo
- Asesoramiento personalizado

#### Oportunidades

- Implicar más al usuario, crear comunidad
- Potenciar el lujo y la experiencia personalizada
- Diferenciarnos de los competidores con viajes más flexibles
- Hay poco mercado en planificación de viajes a través de app
- Se puede fortalecer el posicionamiento gracias a la reputación

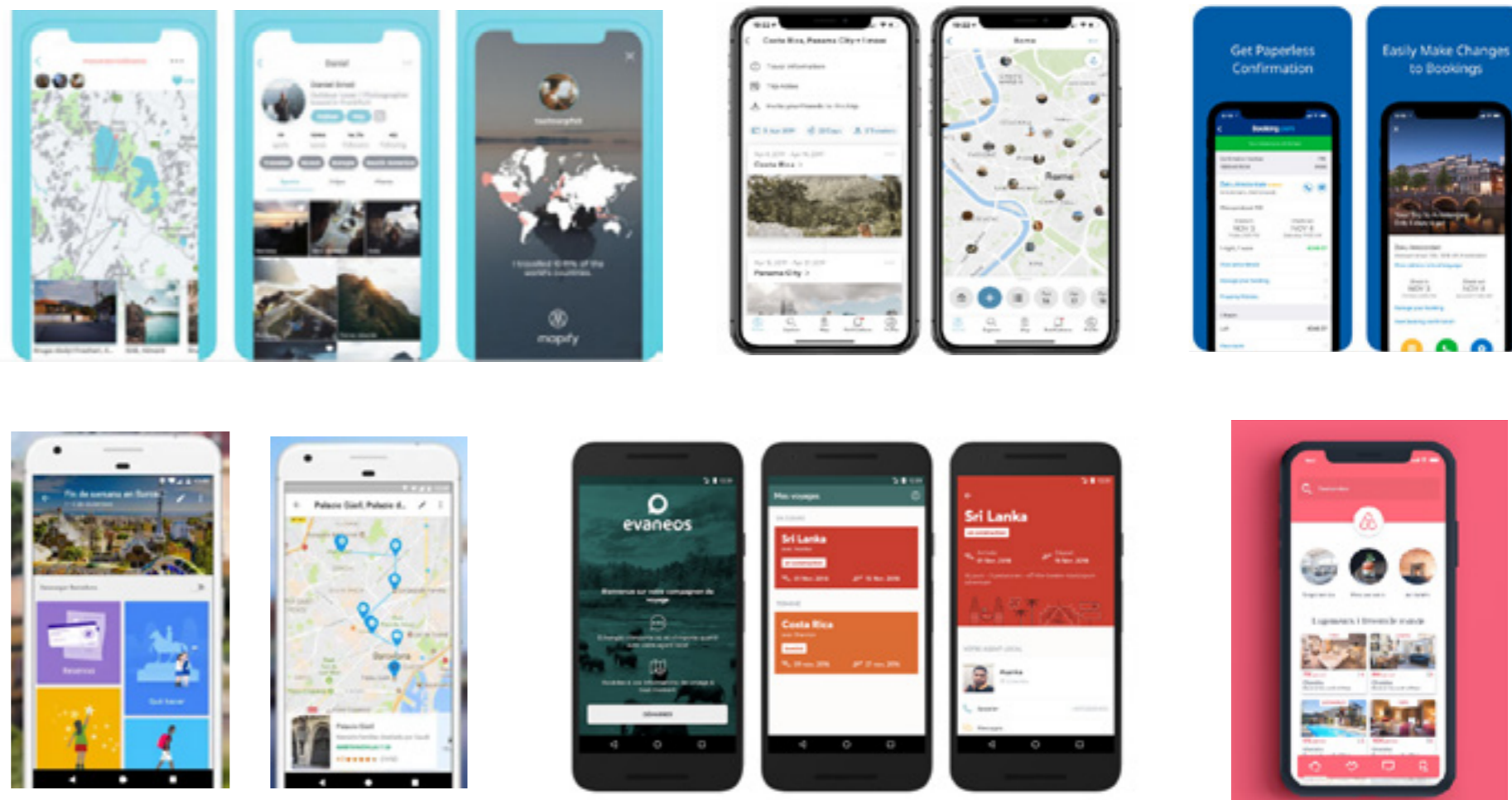
## Investigación

# Benchmark: lo más destacado

Mapify  
Mapstr  
Google Trips  
Booking  
Airbnb  
Evaneos

## Las funcionalidades más destacas

- Mapas interactivos
- Posibilidad de compartir
- Recomendaciones de viajeros
- Recomendaciones de expertos
- Secciones de inspiración
- Guías de viaje en curso
- Agendas de viaje
- Itinerarios muy visuales
- Ofertas detalladas
- Viajes flexibles
- Servicios modificables





# Análisis de usuarios

Entrevistas / Personas / Mapas de empatía  
Touchpoint matrix / Customer Journeys

## Análisis de usuarios

# Entrevistas dirigidas



### 13 Entrevistas:

Género: 7 mujeres, 6 hombres

Edad: entre 28 y 50 años

### Objetivo:

Trabajamos la investigación cualitativa orientada al proceso, que nos ayuda a descubrir los “insights”.

Nuestro objetivo es empatizar, buscar y contrastar respuestas que nos ayuden a identificar patrones y variables de comportamiento para crear personas.

### Desarrollo:

Una vez extraída la información más relevante y útil de las 13 entrevistas realizadas, hemos creado 3 personas.

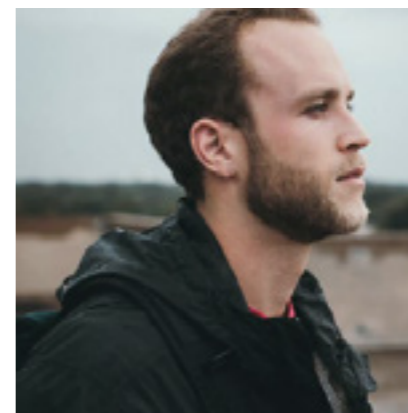
A continuación detallamos sus necesidades, mapas de empatía y customers journeys.



**Juana,**  
*“La Super Mamá”*



**Laura,**  
*“La Busy”*



**Dani,**  
*“El idealista”*



Persona 1

## Juana: la super mamá

### Sus necesidades:

- Le gusta mucho que la ayuden a personalizar su pack de viaje familiar.
- Le motivan mucho las excursiones únicas y educativas, sencillas pero inolvidables
- Para ella la clave está en encontrar una estancia única donde pueda relajarse y no se tenga que preocupar por la seguridad de sus hijos.

*“Quiero viajar con mi familia de manera cómoda y segura”*

---

Persona 2

## Laura: la busy

### Sus necesidades:

- Encontrar ofertas que se adapten bien a su criterio para que no tenga que pensar ni perder tiempo en organizar.
- Ama los viajes con amigos. Le encanta llevarse experiencias únicas con sus colegas, a los que le encantaría ver más a menudo.
- Para ella el éxito es pensar poco y que todo salga perfecto.

*“Siempre que puedo me hago escapadas”*

---

Persona 3

## Dani: el idealista

### Sus necesidades:

- Le gusta mucho que le ofrezcan cosas que no tenía en mente
- Le apasiona los viajes muy largos
- Para él, el éxito de su viaje es una mezcla de conocimiento cultural y adrenalina

*“Viajo para expandir mis horizontes”*

---



## Dani "El idealista"

**Edad:** 29  
**De:** Lleida  
**Vive en:** Barcelona  
**Trabajo:** Veterinario en practicas  
**Tech friendly:** ●●●●●

Aventurero	Independiente	Abierto
Animalista	Soñador	Vividor

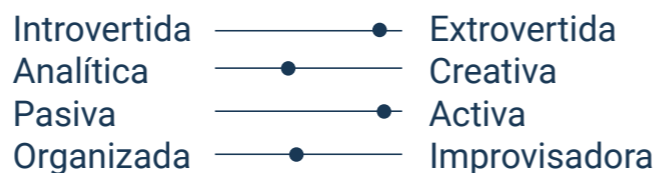
<b>LE GUSTA</b>	<b>NO LE GUSTA</b>
-Conocer otras culturas -Hablar con desconocidos -Ayudar a los animales	- Experiencias que aportan poco -Viajes relajados

# "Viajo para expandir mis horizontes"

## BIOGRAFÍA

Trabaja como veterinario en Bonanova. Es vegetariano y le importan mucho las causas ambientalistas. Sus padres le pasan dinero lo cual le permite organizarse viajes exclusivos. Es una persona muy inquieta en constante búsqueda de nuevas experiencias. Suele viajar solo o con algún amigo.

## PERSONALIDAD



## FUENTES DE INSPIRACIÓN

Documentales  
Instagram  
Blogs de viajeros  
Lonely Planet

## HERRAMIENTAS FAVORITAS

Mapify  
Booking  
SkyScanner  
Airbnb

## MOTIVACIONES

Le encanta descubrir nuevas culturas y ampliar sus horizontes. El viaje para él es una oportunidad de aprendizaje. Busca experiencias y emociones únicas que sólo pueda vivir fuera de su zona de confort. Uno de sus sueños es hacerse la vuelta al mundo durante al menos 1 año.

## NECESIDADES

Suele organizar sus viajes de manera independiente, pero necesita ayuda cuando busca rutas complejas o estancias largas. Necesita experiencias únicas que le aseguren mucha aventura, sorpresas y sobretodo que respeten sus principios. Le gustaría poder planificar todo de manera digital.

## FRUSTRACIONES

Le preocupa la falta de flexibilidad y de autenticidad que pueda llevar consigo un viaje o paquete organizado. En general no confía en las agencias porque cree que no estan realmente comprometidas con el medioambiente. Más que una asesoría busca información que le ayude a darle forma a sus grandes viajes.

## RELACIÓN CON EL CLIENTE

No conoce Atlántida viatges porque no suele ir a agencias de viajes. La última vez que fue a una agencia era un niño y viajaba con sus padres.

## SU ESENCIA EN 5 HASHTAGS

#WONDERLUST  
#ACTIVISTFORLIFE  
#NUEVOSHORIZONTES  
#ANIMALSLOVER  
#NOLIMITS

## SU MANTRA DE VIDA

"Change your thoughts, and change the world "

## QUÉ SIENTE Y PIENSA?

- Siente que si no vive nuevas experiencias no está aprovechando su vida.
- Le preocupa mucho el medioambiente y la globalización cultural, que todo termine siendo cada vez más similar.
- Aunque no lo diga, le importa mucho dónde se gasta su dinero, ya que es una persona muy trabajadora y ahorradora.
- Piensa que su mayor capital son las personas que ha conocido y los sitios que ha visitado.
- Le mueve salir de su zona de confort y sentir que descubre algo nuevo cada día.

## QUÉ OYE?

- Su entorno dice que es una persona única con una facilidad social intrínseca.
- Sus amigos saben que detrás de esa persona independiente y aparentemente solitaria, se encuentra un ser que nunca está solo.
- Sus influenciadores son documentalistas, viajeros y atletas de deportes extremos.
- Presta mucha atención a los medios de comunicación, pues se interesa por lo que pasa a nivel mundial.
- Se comunica mucho con su entorno a través de RRSS.



“El idealista”

## QUÉ VE?

- Su entorno es muy amplio y multicultural.
- Sus amigos son vividores con mucha energía.
- Él ve una oferta muy amplia pero a la vez muy similar, le cuesta encontrar viajes y rutas de gama exclusiva.
- Suele encontrarse con dificultades para realizar viajes de lujo que a la vez sean muy aventureros.

## QUÉ DICE Y HACE?

- Es una persona muy independiente y enérgica.
- Tiene mucha paciencia y el tiempo para él nunca es un problema.
- Le importa mucho vivir situaciones únicas.
- Dice que es una persona muy paciente y tranquila al que no le gustan las presiones, pero por otro lado su pasión por viajar y descubrir hacen que sea una persona muy rápida y activa.

## FRUSTRACIONES

- Tiene miedo a la globalización cultural.
- No le gustan los viajes sencillos.
- Le preocupa la falta de flexibilidad y de autenticidad que pueda encontrar en un viaje organizado.
- En general no confía en las agencias y quiere un proceso que sea más informativo y digital.

## NECESIDADES

- Le gusta mucho que le ofrezcan cosas que no tenía en mente
- Le apasiona los viajes muy largos
- Para él, el éxito de su viaje es una mezcla de conocimiento cultural y adrenalina





# Customer Journey Dani

## Fase 1 "Soñar y planificar"

### Escenario 1

Dani ha ahorrado todo el año y está buscando reservar un viaje largo a latinoamerica, que lleva muchos años soñando. Sobretudo busca algo que tenga en cuenta sus necesidades sin renunciar al comfort y la comodidad. Para el es muy importante estar en contacto con la naturaleza y los animales, conocer personas del lugar y aprender de ellas, y alojarse en un sitio de bajo impacto ambiental.

#### Busqueda

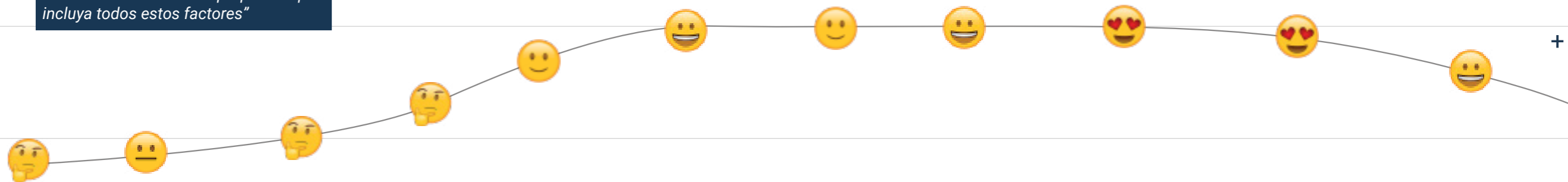
- 1 Busca información sobre viajes a bajo impacto ambiental y en los que pueda trabajar con animales con la seguridad de que no haya explotación animal.  
*"Necesito encontrar organizaciones en las que puedo confiar..."*
- 2 Navega en google y empieza a hacerse una opinión más amplia sobre los temas del viaje sostenible.  
*"Los requisitos del viaje sostenible... a ver que hay."*
- 3 Sus necesidades se multiplican: Reducción de residuos, ahorro de energía y agua, protección de la vida salvaje y la economía local.  
*"Necesito encontrar una propuesta que incluya todos estos factores"*

#### Descubrimiento web

- 4 Encuentra Atlántida viatges, que ofrece viajes de lujo sostenibles.  
*"Como pueden coinciliarse el lujo con el ahorro? Tengo curiosidad"*
- 5 Lee la pagina quienes somos para infomarse sobre la agencia y como ha logrado incluir los viajes sostenibles.  
*"Parece que esta agencia tenga realmente en cuenta mis principios"*
- 6 En la home usa el buscador, teclando "America latina", seleccionando la temporada, "1 viajero " y "viaje sostenible".  
*"A ver que encuentro en los resultados!"*

#### Exploración web

- 7 Ve unos cuantos resultados, y decide aplicar un filtro en la sección "más filtros".  
*"Quiero estar en contacto con los animales. Hace click en Animales."*
- 8 Encuentra "Eco-Luxury stay in Costa Rica, voluntariado con las tortugas marinas en Golfo Dulce."  
*"Sería una experiencia increíble!"*
- 9 Mira valoraciones y comentarios. Muchos usuarios cuentan sus experiencias en la reserva.  
*"Parece que trabajar ahí es muy ameno y lo que hacen ayuda realmente a los animales!"*
- 10 Descubre que una vez ahí puede participar a mas actividades.  
*"Wow, se dedican tambien a la recogida de basura en las playas y a la constucción de instalaciones eco sostenibles!"*
- 11 Lee más opiniones sobre el alojamiento. Parece que las cabañas del resort tienen sistemas de reciclaje de aguas y están construidas para involucrarse perfectamente sin abusar de la naturaleza.  
*"En las fotos parece un oasis en medio de la naturaleza"*



**PAIN POINT:** No confía en la ofertas tradicionales. Busca una organización que esté realmente comprometida con el medio ambiente.  
**OPORTUNIDAD:** Ofrecer viajes orientados a los principios de la sostenibilidad.

**PAIN POINT:** No cree solo en la palabra "sostenibilidad", quiere pruebas más concretas.  
**OPORTUNIDAD:** Mostrar de manera muy evidente el compromiso con el medioambiente.

**PAIN POINT:** Busca algo bastante específico, quiere encontrar actividades para ayudar a los animales y el medioambiente.  
**OPORTUNIDAD:** ofrecer una variedad de dichas actividades

**PAIN POINT:** No tiene en mente todas las actividades que le pueden interesar.  
**OPORTUNIDAD:** Dar la posibilidad de reservar más actividades sobre la marcha.

## Escenario 2

El mismo día, Dani quiere evaluar todas sus opciones y finalmente reservar. Quiere elegir rápidamente porque tiene las ideas bastante claras sobre lo que quiere. Siendo un nativo digital le parece normal pagar online y cuanto más rápido, mejor.

### > Fase 2 “Reservar”

#### Evaluar

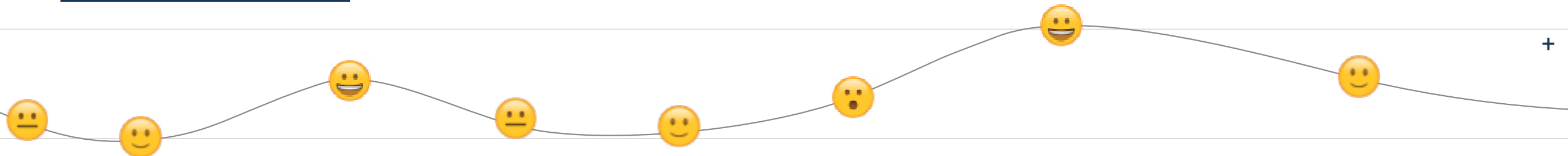
- 12 Crea un perfil en la web y añade 3 viajes a los viajes guardados. Quiere reservar lo más rápido posible.  
*“En cuanto tenga un minuto voy a decidirme sobre el viaje que más me gusta”*
- 13 Compara nuevamente las valoraciones y los precios y forma finalmente su pack personalizado.  
*“Viaje sostenible a Costa Rica con Cabaña Eco-Luxury y multiples actividades entre voluntariado y excursiones”*
- 14 Añade su pack personalizado al carrito.  
*“Voy a comprar el pack ahora y estoy seguro que añadiré algo más sobre la marcha!”*

#### Reservar y pagar

- 15 Introduce sus datos de pago y facturación.  
*“El pago online parece rapido y seguro”*
- 16 Paga el viaje con su tarjeta bancaria. Llega a una pantalla de éxito.  
*“Ya está! Ya tengo la confirmación en mi correo electrónico”*
- 17 En la pantalla de éxito encuentra el link para descargar la app con un breve video descriptivo del funcionamiento de la app y sus funcionalidades.  
*“Wow, no sabía que la app de Atlántida podía ser tan útil!”*

#### Descargar App

- 18 Descarga la app, hace el Log In y entra a la sección “Mis viajes”  
*“Voy a encontrar un resumen del viaje que acabo de comprar?”*
- 19 En la app encuentra mucho más de un resumen. En “Agenda” encuentra la planificación detallada de sus desplazamientos y actividades.  
*“Que guay, va a ser util una vez esté ahí!”*
- 20 Va mirando las funcionalidades de la app, lee los consejos de viaje y curiosidades.  
*“Esto si que es interesante, debe estar escrito por expertos del lugar!”*
- 21 Decide revisar los mapas offline.  
*“Perfecto! Así no voy a tener problemas si no tengo conexión a internet”*



**PAIN POINT:** No tiene mucho tiempo para ponderar las decisiones.

**OPORTUNIDAD:** Dar la posibilidad de guardar viajes favoritos y compararlos

**PAIN POINT:** El pago online puede dar inseguridad y ser aburrido.

**OPORTUNIDAD:** Hacer que todos los pasos sean claros y hacerlos rapidos y sencillos.

**PAIN POINT:** No sabe que va a encontrar descargando la app.

**OPORTUNIDAD:** Hacer un video introductivo de todas las funcionalidades de la app.

**PAIN POINT:** Podría no tener conexión a internet en algunas areas de Costa Rica.

**OPORTUNIDAD:** Posibilidad de descargar mapas offline.



## Escenario 3

Dani viaja a Costa Rica, y una vez ahí disfruta al máximo de las funcionalidades de la app de Atlántida. Reserva actividades y transportes sobre la marcha y va formando cada semana su agenda personal. Le parece muy importante dejar comentarios y compartir fotos de los sitios en los que ha estado y de las actividades que ha realizado.

### > Fase 3 “Experimentar y compartir”

#### Viaje en avión

- 22) Llega al aeropuerto para coger el avión. Utiliza el billete descargado en su app.

*“Me gusta tener todo en el mismo sitio”*

- 23) Durante el viaje en avión lee más tips y curiosidades sobre Costa Rica y puede mirar los mapas que ha descargado.

*“Me encanta mirar los mapas soñando los lugares que me esperan”*

- 24) Llega a su destino y empieza a recibir notificaciones push.

*“Me ha llegado la ruta que tengo que hacer en bus para llegar a mi destino”*

#### Experimentar y compartir

- 25) Coge el transporte que había reservado desde el aeropuerto que lo llevará a su destino.

*“Es un lujo no tener que preocuparme para encontrar el transporte adecuado”*

- 26) Llega a su cabaña inmersa en la naturaleza. Quiere subir una foto al perfil.

*“Es increíble! Tengo que sacar una foto, nunca he visto algo así!”*

- 27) Al día siguiente empieza con las excursiones. Todas son organizadas por guías locales, son muy exclusivas y no hay rastro de turismo de masas.

*“Estos lugares están realmente incontaminados!”*

- 28) Todos los días se dedica a una actividad que le llena de alegría y orgullo. Le encanta la idea de hacer lo que puede para que el mundo sea un lugar mejor.

*“Hoy he ayudado a limpiar las playas, mañana me espera otra aventura!”*

- 29) El voluntariado con las tortugas es la actividad que más esperaba. Ayudar a los animales 3h al día lo hace realmente feliz!

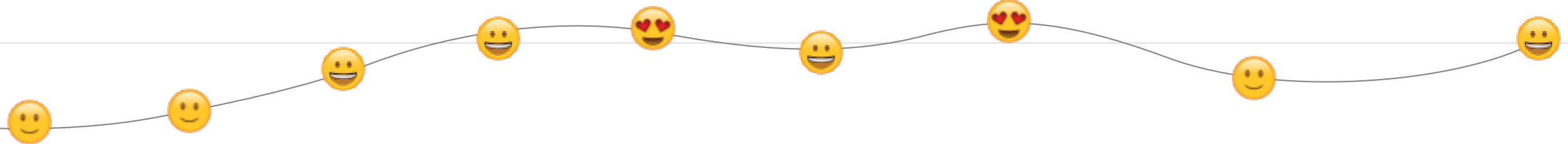
*“Por fin siento que estoy ayudando a las tortugas a sobrevivir en su habitat!”*

- 30) Todos los días de su viaje Dani mira el atardecer desde el patio de su cabaña. Quiere compartir estos momentos en sus RRSS para que todos sus seguidores puedan disfrutar del espectáculo.

*“Voy a subirlas con el #atlantidaviatges”*

- 31) Al final del viaje, escribe un largo comentario para cada uno de los sitios en que ha estado y las actividades que ha realizado.

*“Estoy seguro que mi experiencia ayudará a alguien como yo a encontrar su viaje ideal!”*



**PAIN POINT:** A la hora de coger el avión el proceso es largo y aburrido.

**OPORTUNIDAD:** Se puede hacer más ameno con un wallet para ticket y herramientas offline.

**PAIN POINT:** Llegando a un lugar desconocido nunca sabes a donde ir.

**OPORTUNIDAD:** La app define tu ruta y el transporte que tienes que coger.

**PAIN POINT:** Dani viaja solo y le hace falta compartir experiencias con sus seres queridos y seguidores. Quiere sentirse conectado.

**OPORTUNIDAD:** Posibilidad de compartir fotos a través de RRSS y el perfil de Atlántida.

**PAIN POINT:** Quiere que la gente realmente interesada pueda descubrir su experiencia.

**OPORTUNIDAD:** Posibilidad de dejar comentarios detallados para cada actividad realizada y sitio visitado.

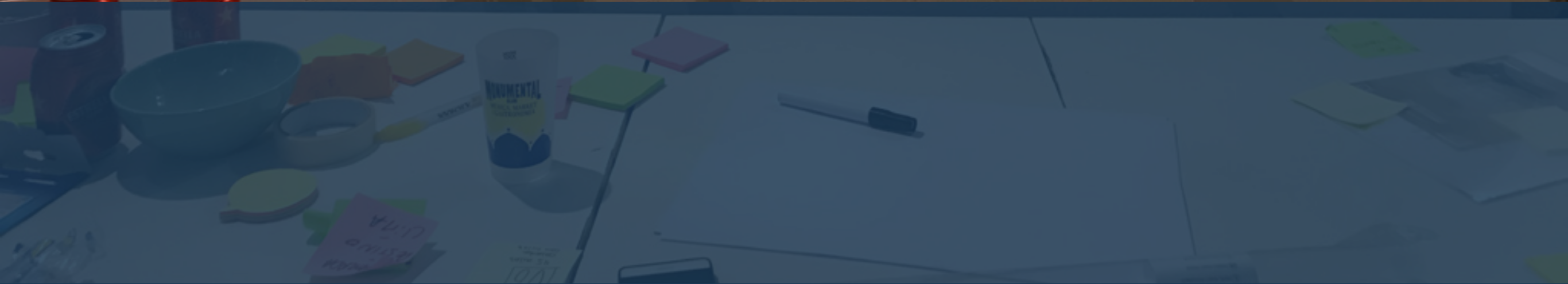


# Estrategia

Hechos e insights / ¿Cómo podríamos?

Estrategia

# Extracción de insights

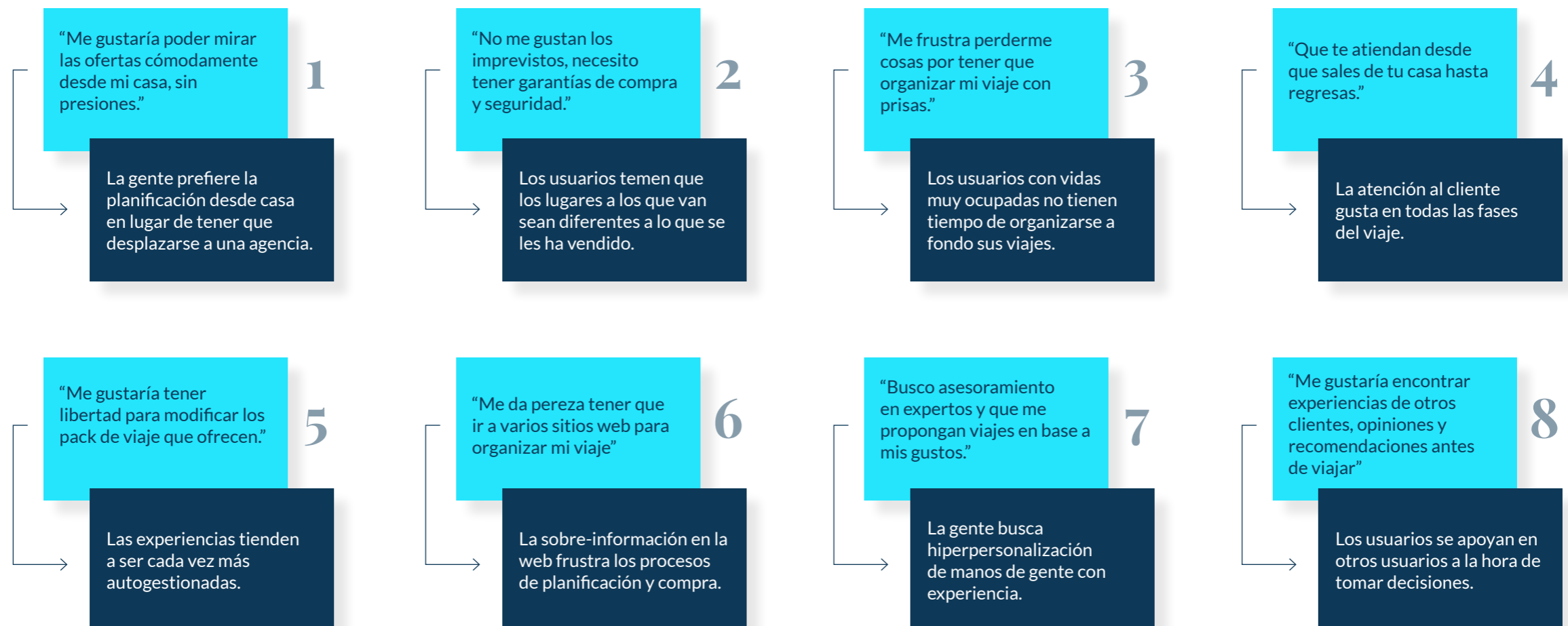


## Estrategia

# Hechos e insights

## Objetivo:

Identificar historias relevantes que tengan que ver con problemas, necesidades, deseos de las personas entrevistadas; y que puedan aportar valor al reto.



Estrategia

# ¿Cómo podríamos...

## Objetivo:

Plantear preguntas sobre la extracción de los insights con la intención de convertir desafíos en oportunidades de diseño.

1 ...llevar la experiencia de la agencia física a un experiencia online?

Que se pueda comprar directamente online.

Poder gestionar tu viaje de principio a fin.

2 ...asegurarnos de que las ventas siempre son fieles a las expectativas del cliente?

Usar contenido real, actualizado, relevante y visual.

Aprovechar los comentarios de otros usuarios que verifiquen la autenticidad de las experiencias realizadas

A través de una agenda que le indique en todo momento lo que ha comprado.

3 ..hacer que el usuario no se pierda experiencias interesantes?

Dando la posibilidad de agregar nuevas experiencias durante el viaje.

Ofreciendo sugerencias sobre la zona en la que se encuentra.

4 ...hacer que el usuario se sienta atendido durante todas las etapas del viaje?

A través de una app que funcione como un seguimiento de viaje.

Ofrecer un servicio de asistencia 24h durante el viaje.



Estrategia

# ¿Cómo podríamos...

## Objetivo:

Plantear preguntas sobre la extracción de los insights con la intención de convertir desafíos en oportunidades de diseño.

5 ...dar independencia y libertad de auto gestionar el viaje?

A través de una sección de inspiración dónde puede sentirse libre de indagar sin presión.

Dar la flexibilidad de modificar el viaje antes y durante la experiencia.

Con la posibilidad de gestionar su viaje por su propia cuenta.

6 ...unificar al máximo los procesos de compra de viaje?

Ofrecer un servicio 360.

Que Atlántida se encarga de la reservas de vuelos, traslados, estancias y actividades.

7 ...ofrecer viajes hiperpersonalizados?

Generando opciones de búsqueda acordes a las necesidades del usuario.

Ofreciendo viajes y experiencias flexibles.

Que el usuario pueda ser atendido o asesorado en cualquier etapa del viaje.

8 ...dar opiniones de otros usuarios?

Dejar que los usuarios evalúen y opinen sobre sus viajes realizados.

Crear una sección donde puedan ver las experiencias de otros usuarios.



# Ideación

Site maps / Flujos de navegación / Sketching  
Prototipado Wireframe / Test de usuarios

INSPIRAME...

IDEAS...

Ideación

# Sitemaps y Flujos

<https://c5nflz.axshare.com>

<https://7oka7g.axshare.com>

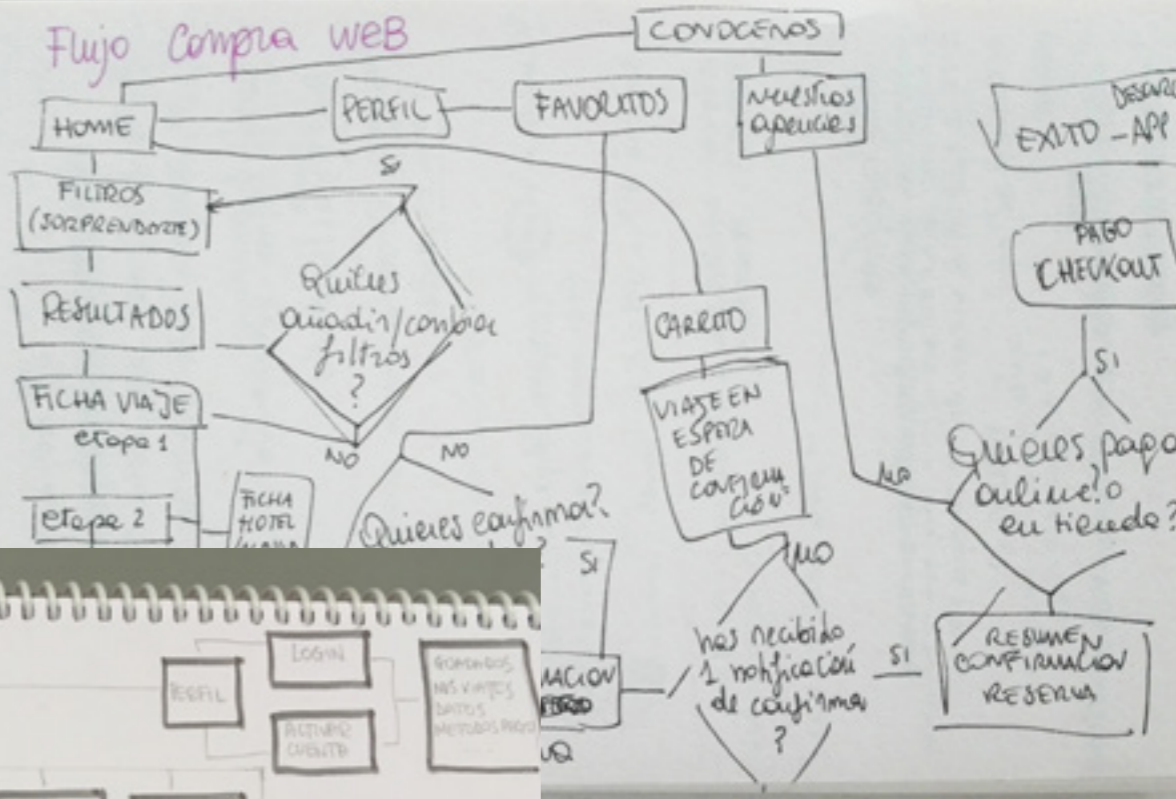
DESCUBRE ATLANTIDA...

CON QUIEN VIJAS?  
ADULTOS & 0 2 & NIÑOS (0-6) & 0 0 0

SELECCIONA UNA FECHA  
DE 1 JUNIO A

PARA CUANTOS DIAS?

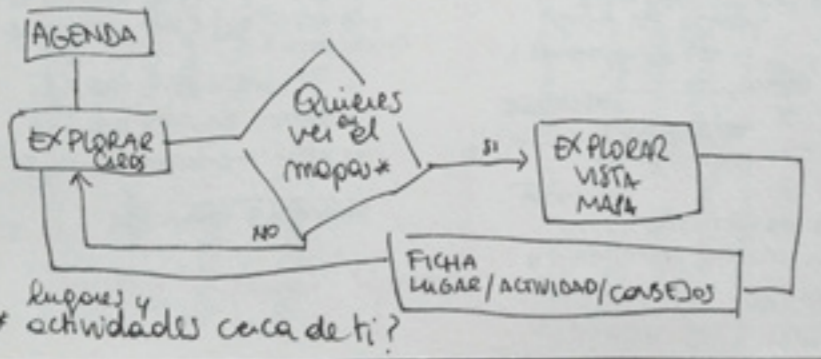
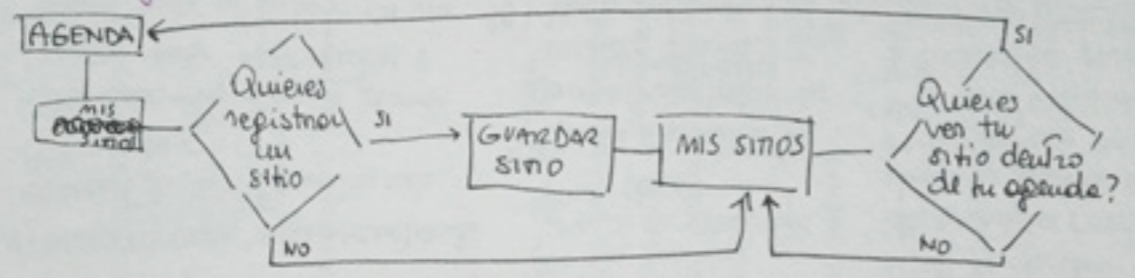
## Flujo Compra WEB



## Site map



## Flujo Explorar + Guardar sitios



CATEGORIAS  
 DETALLES Y PAGINAS  
 PAGINAS

VER MAS RESULTADOS

FOOTER

VER MAS FILTROS

DESEO

PARADISO

GOLF

ESCAPADA UNICA

VIJAS SOSTENIBLE

MANIA

BB

BBB

B

UA

AMIGOS

SOLO

GRUPO



Ideación

# Sketching Web

INSPIRAME...

IDEAS...

VER MÁS

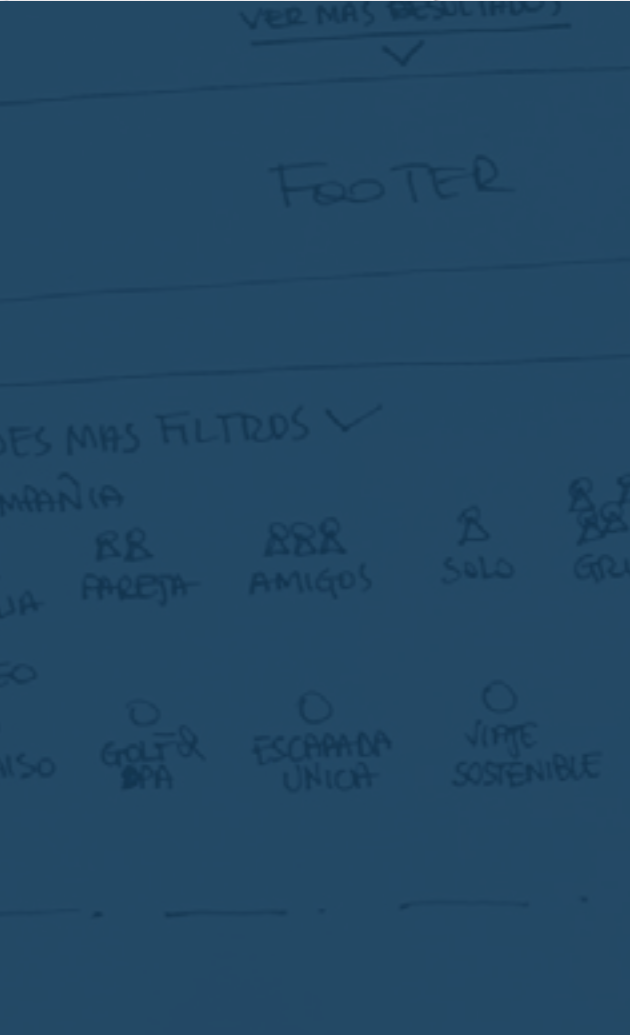
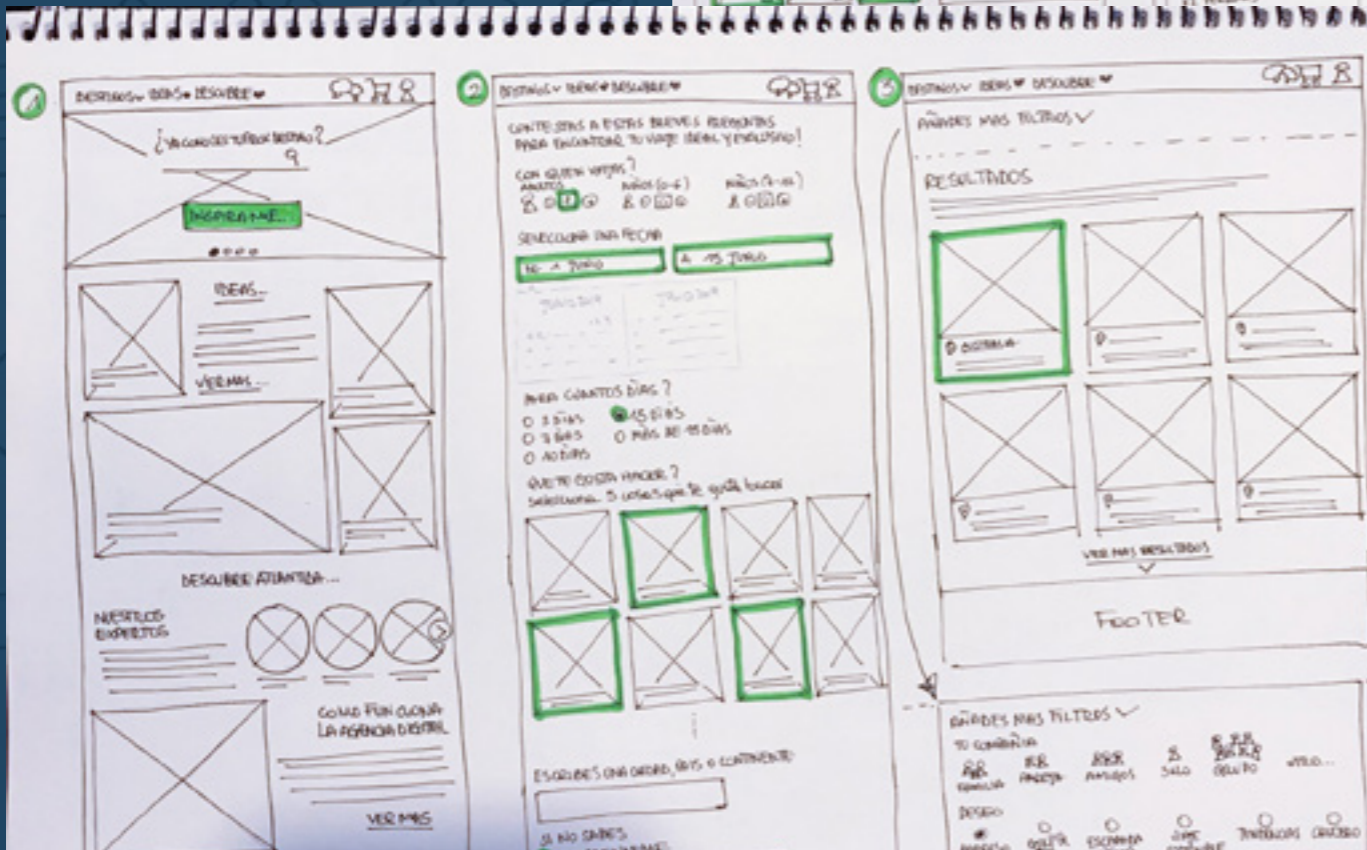
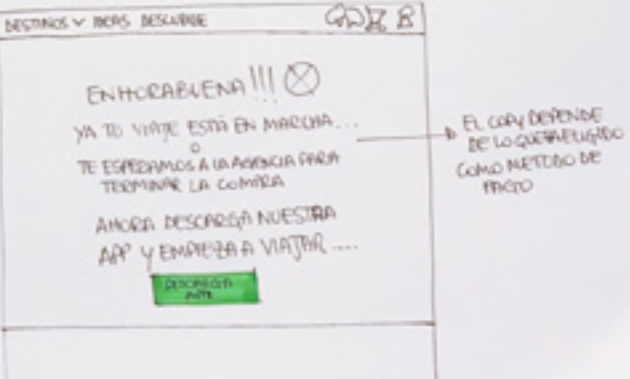
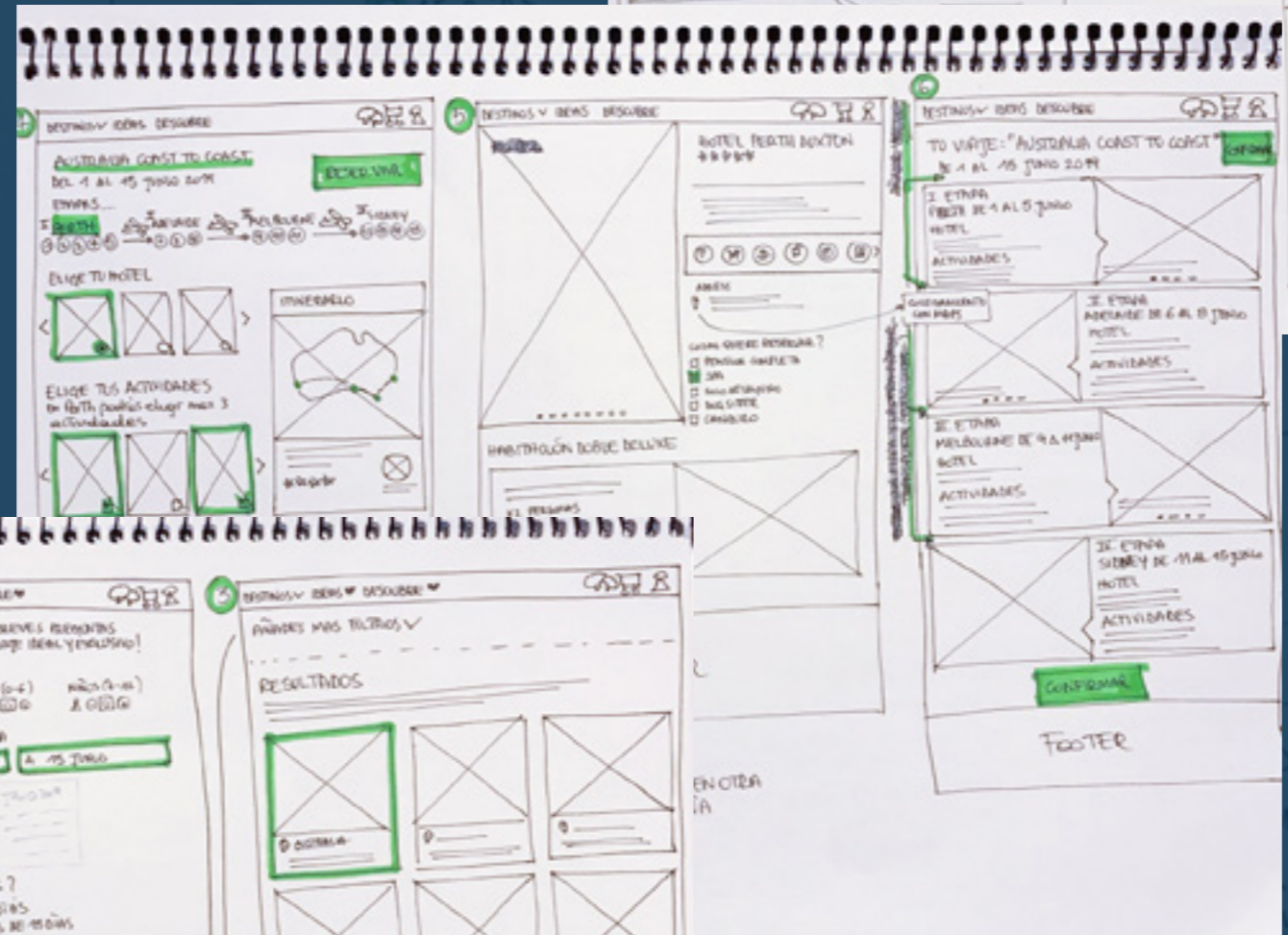
DESCUBRE ATLANTIDA...

CON QUIEN VIAJAS?  
ADULTOS 0 1 2 3 4  
NIÑOS (0-6) 0 1 2 3 4

SELECCIONA UNA FECHA

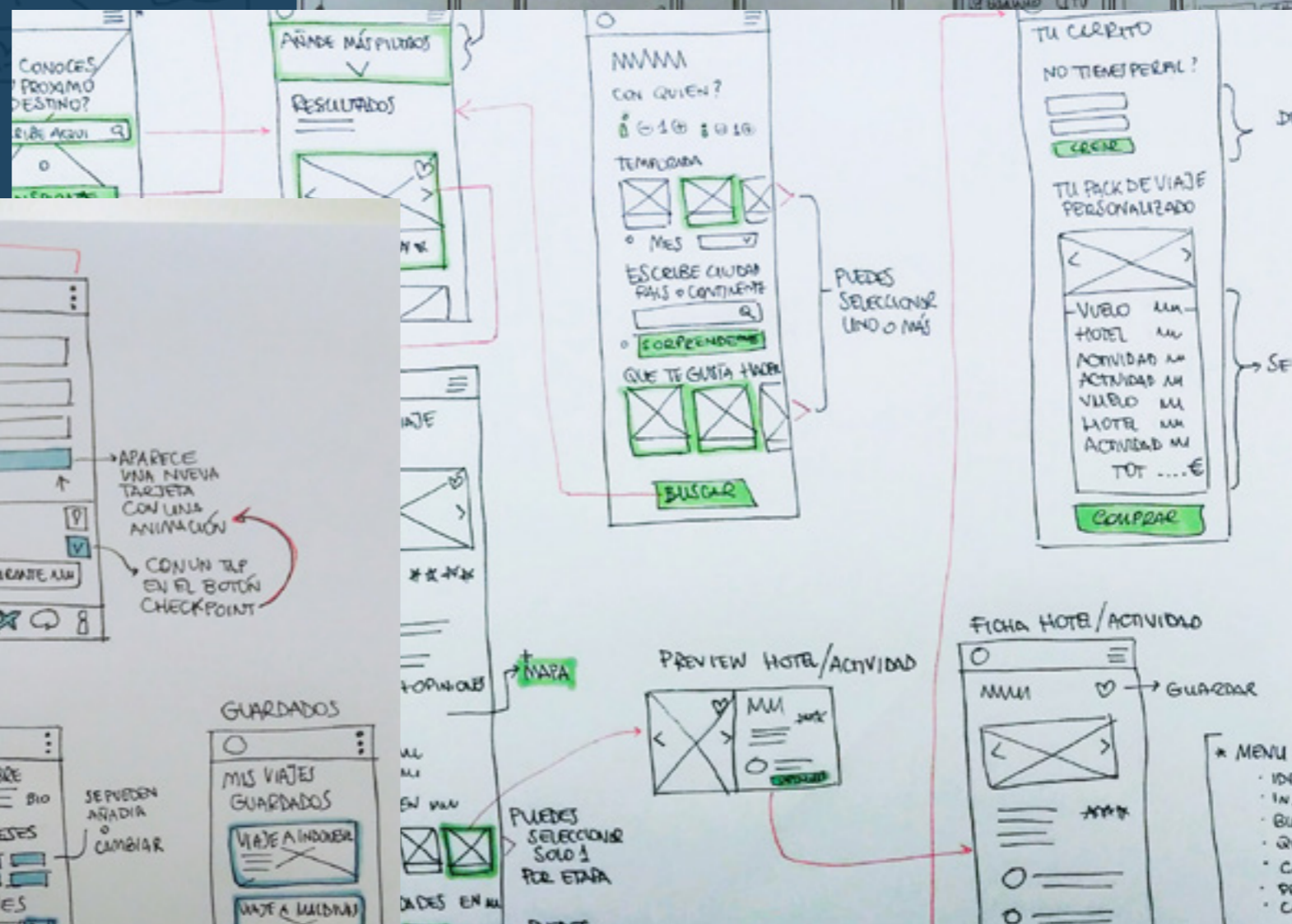
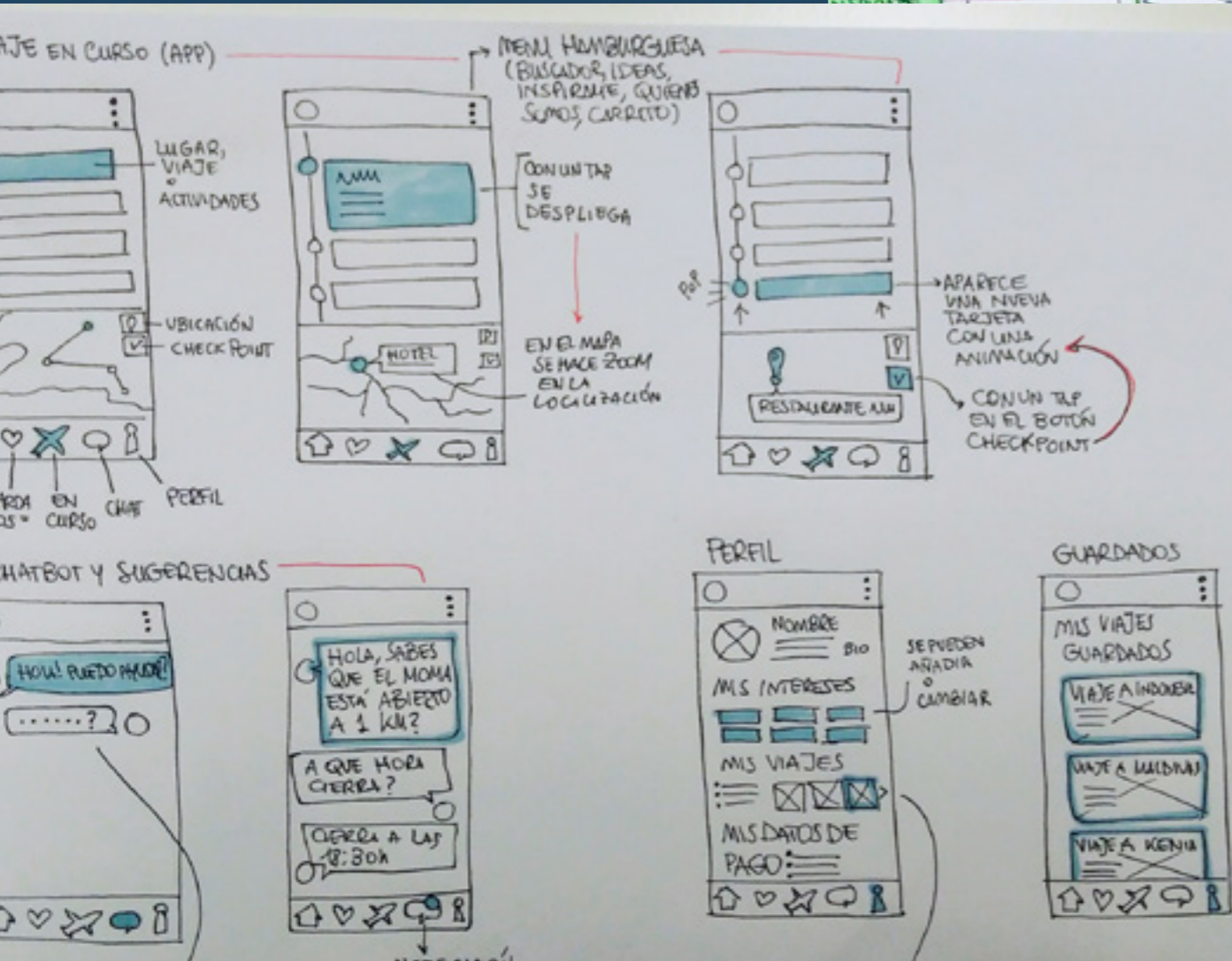
DEL 1 JUNIO

¿PARA CUANTOS DÍAS?



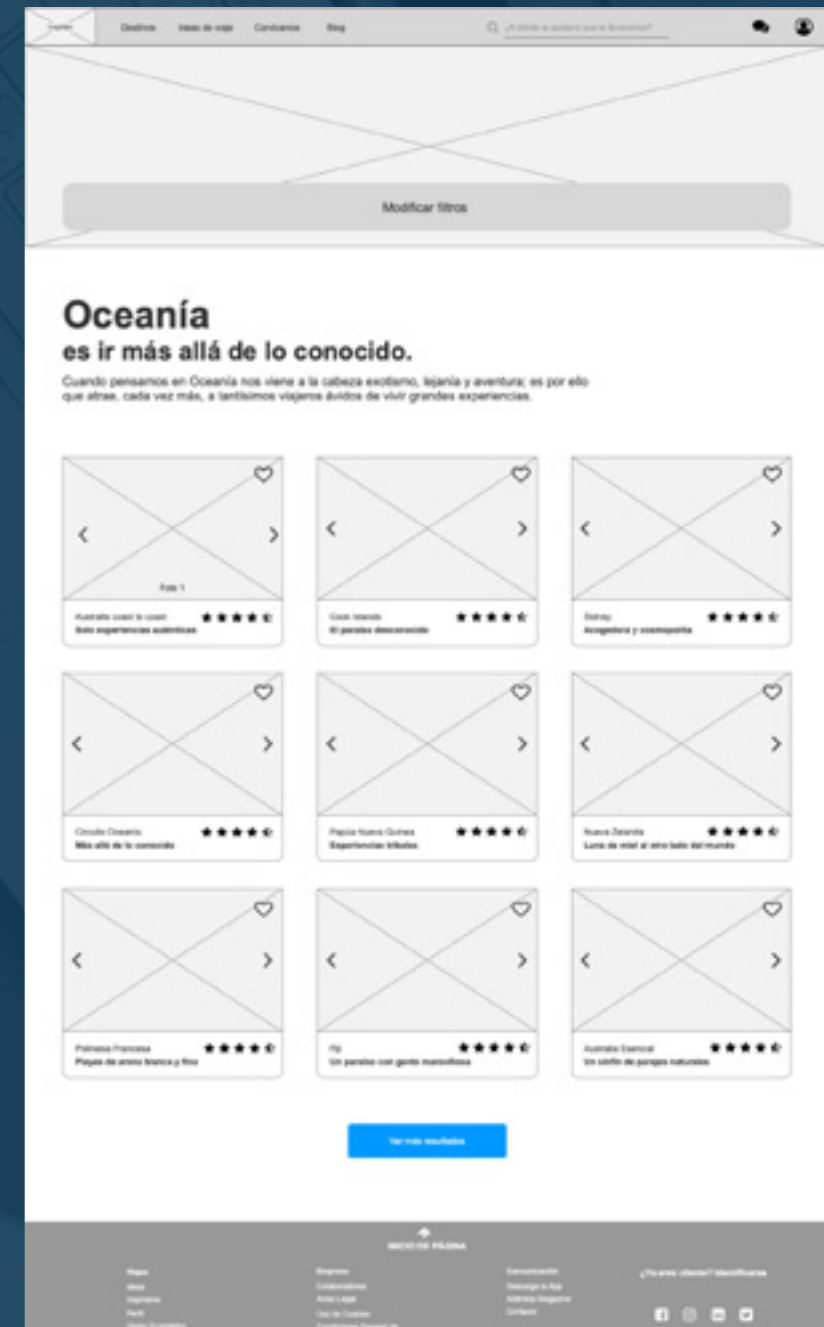
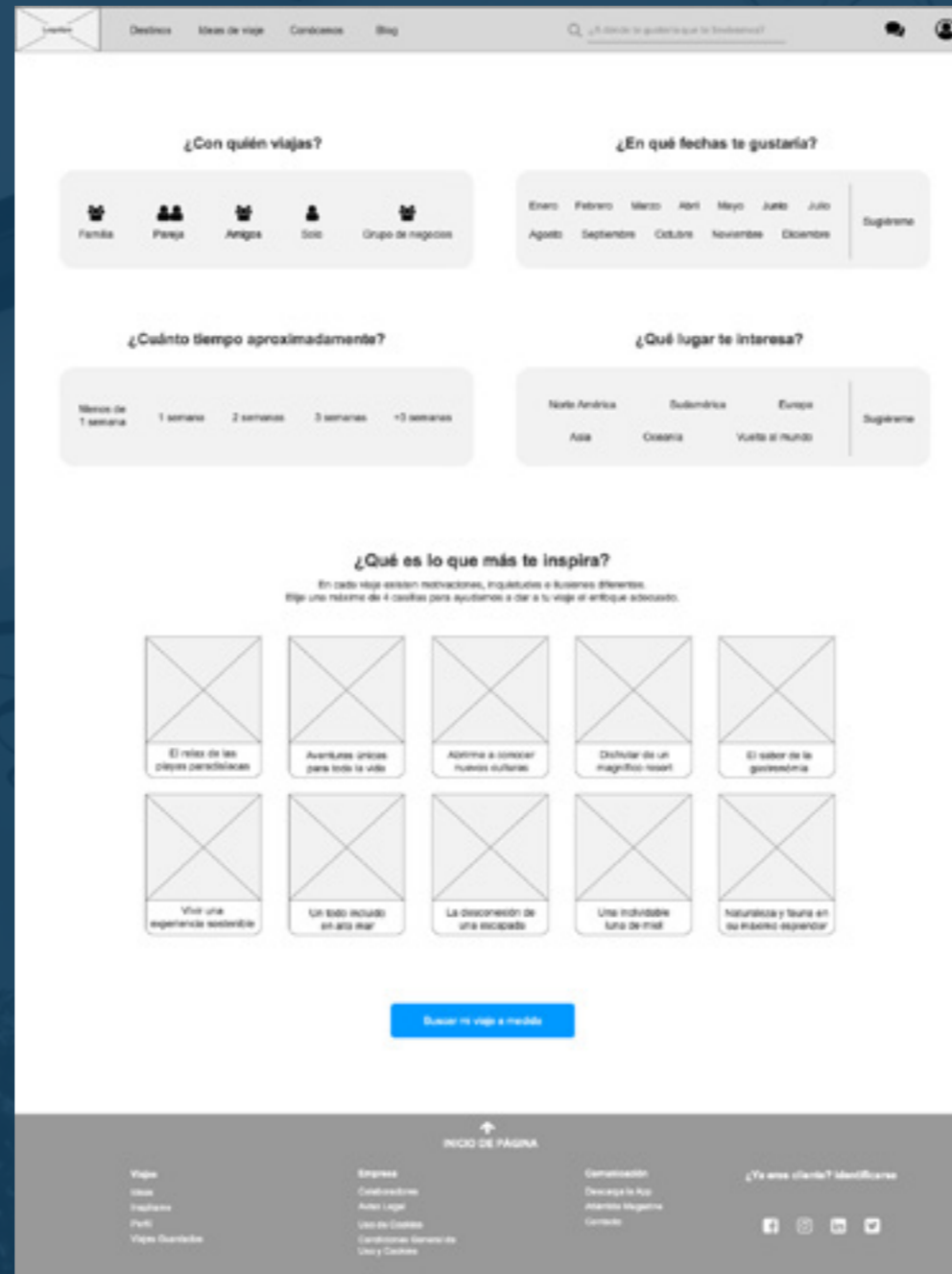
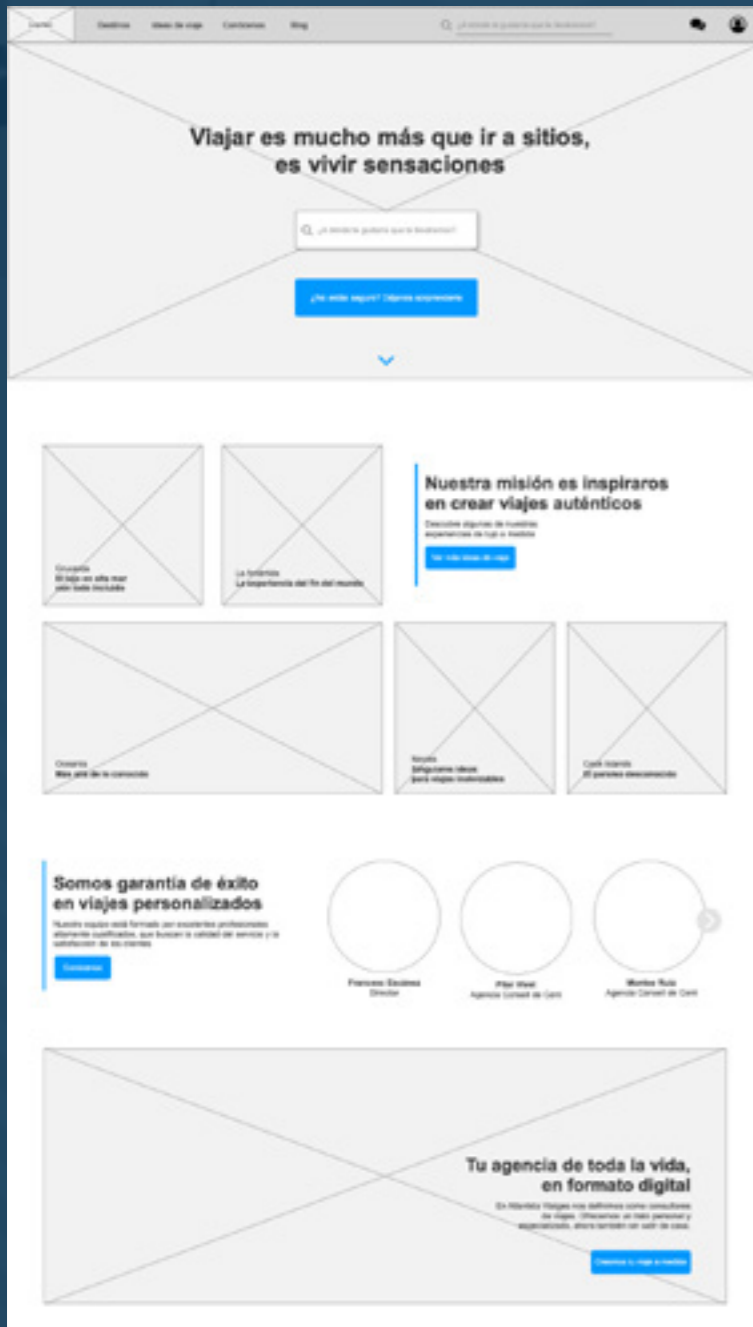
Ideación

# Sketching App



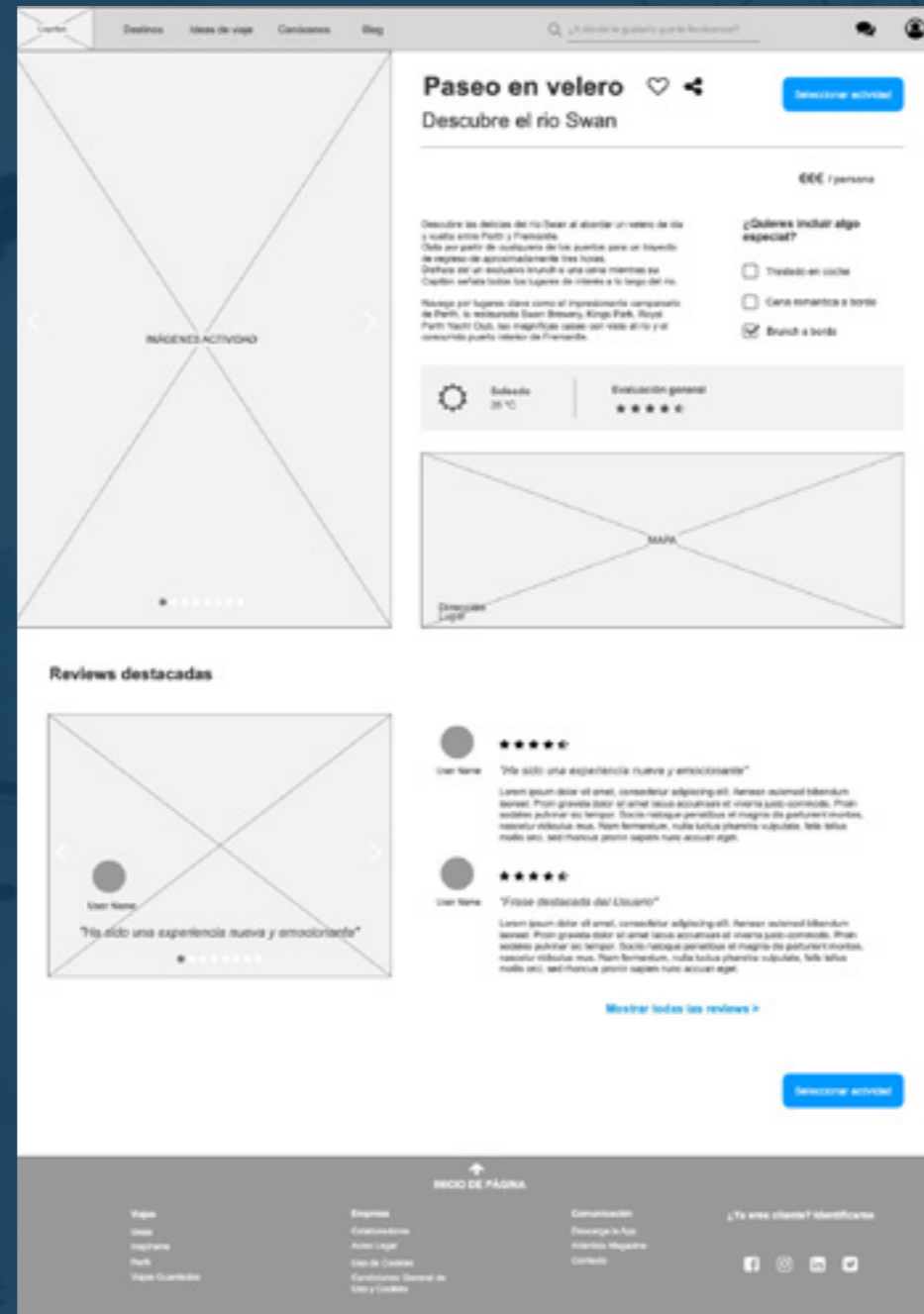
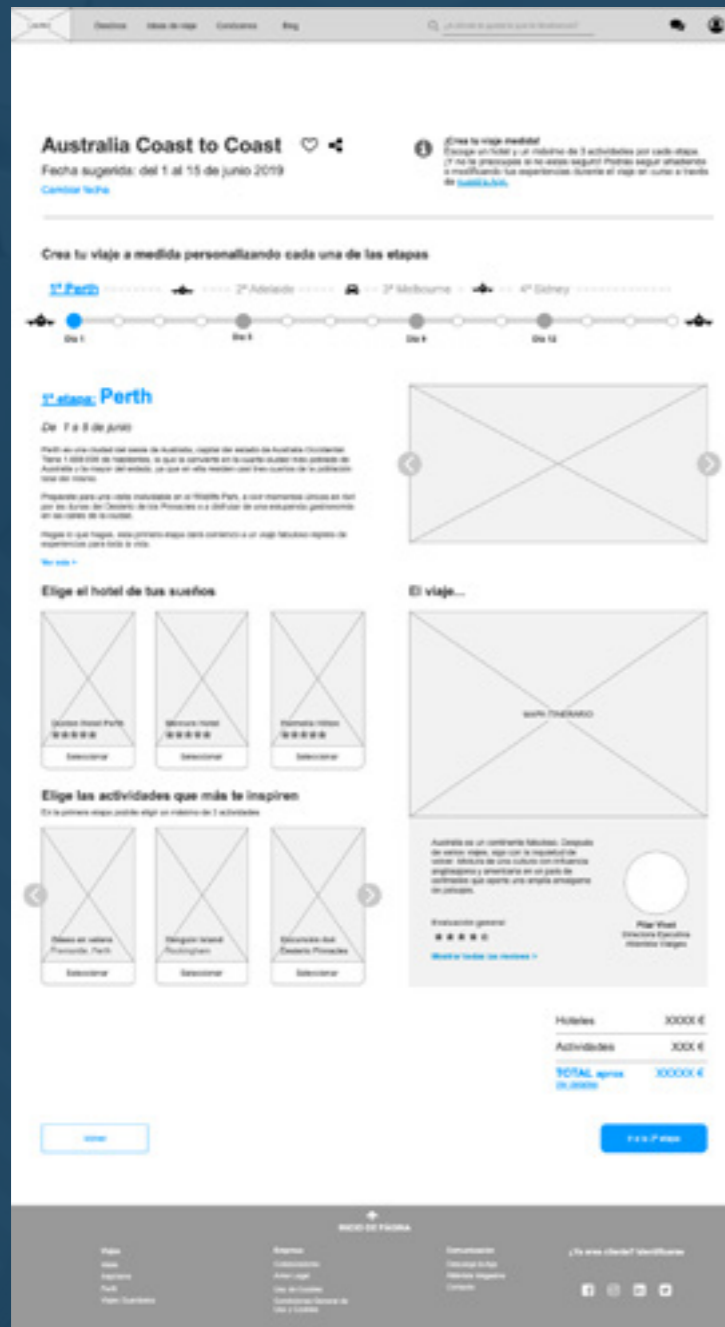
PARA CADA VIAJE SE AÑADEN

Prototipo Web  
<https://2o6e38.axshare.com/#c=2>



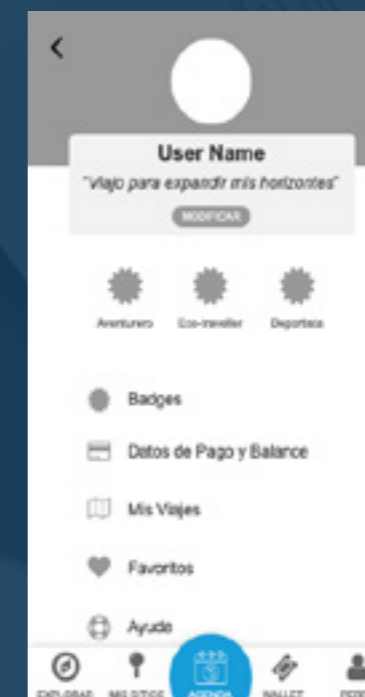
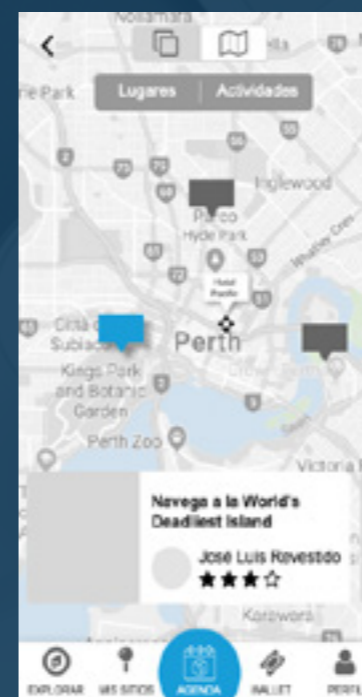
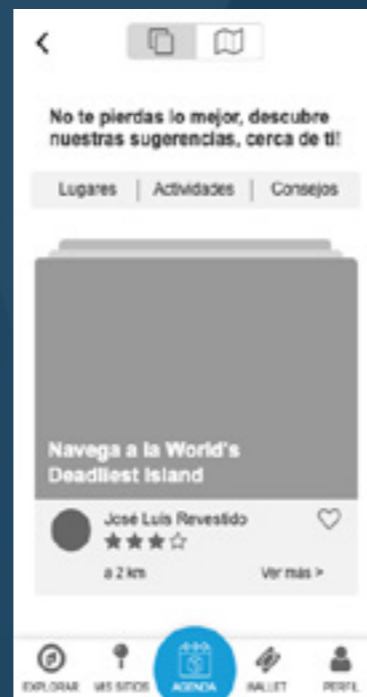
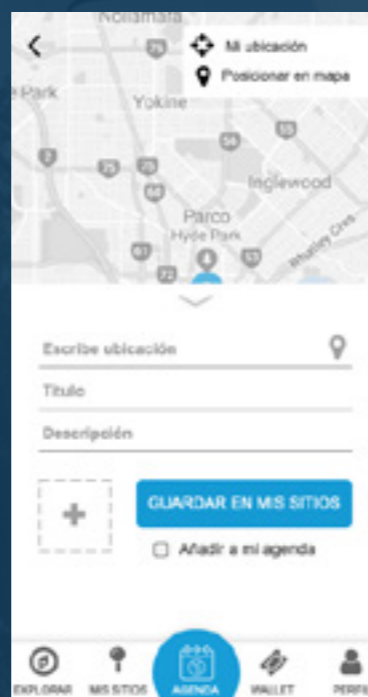
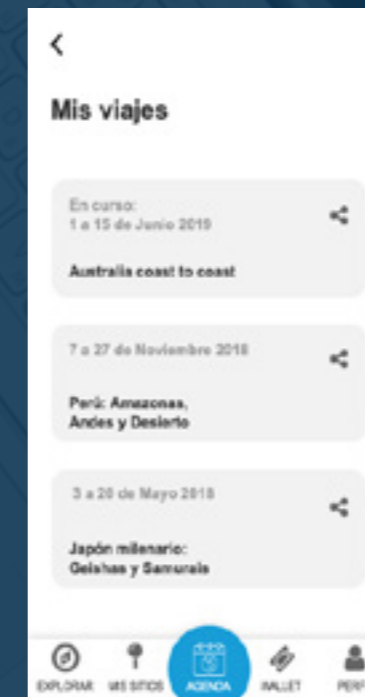
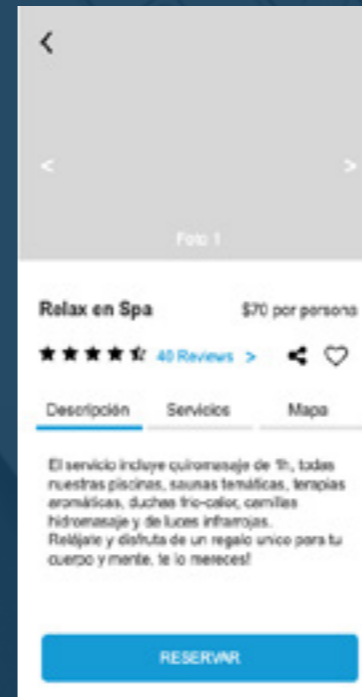
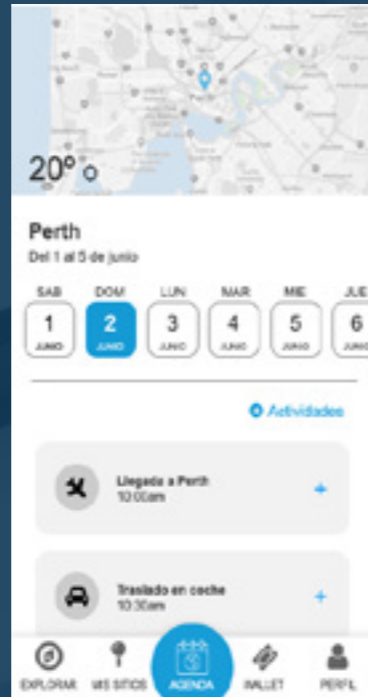
# Prototipo Web

<https://2o6e38.axshare.com/#c=2>



## Prototipo App

<https://bs6yr5.axshare.com/#c=2>



## Prototipo App

# Test de usuarios

nº test realizados 5  
nº versiones prototipo 10

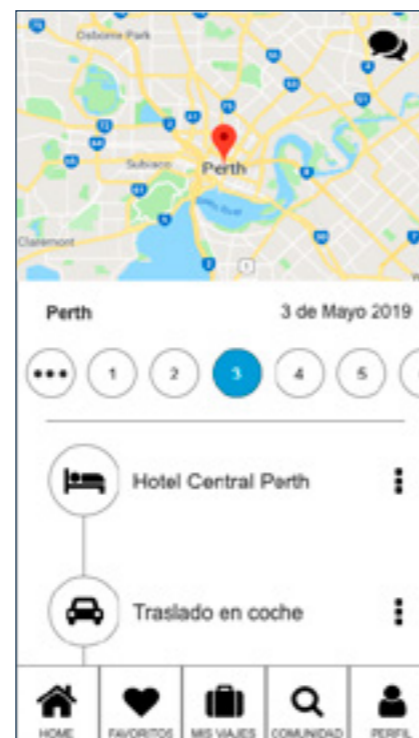
## TAREAS

- Navegar en la sección central de la app. Suponemos que estás consultando el itinerario del viaje que acabas de comprar
- Observar las 5 secciones del menú principal. Que te sugieren? Que funcionalidades te esperas encontrar?

## Test versión 1 - Marta

### FEEDBACK Y OBSERVACIONES

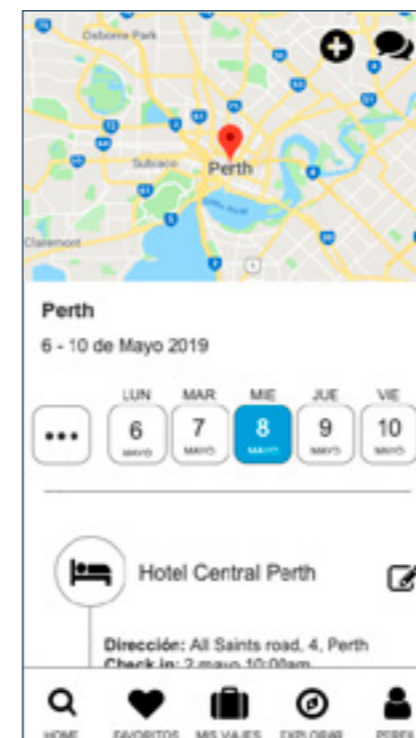
- No se entiende que los numeros son los días
- No me gusta que la información del itinerario esté oculta, preferiría tenerlo todo ya desplegado
- Los tres puntos verticales me sugieren un menú contextual, no entiendo que puedo modificar



## Test versión 3 - Iván

### FEEDBACK Y OBSERVACIONES

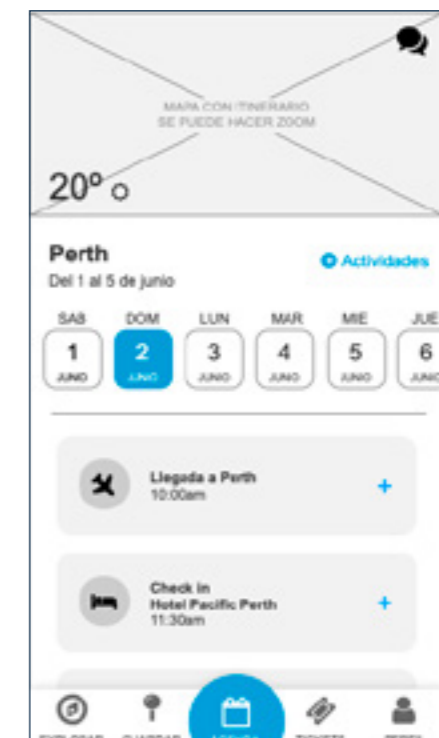
- “Home” resulta confuso, que puedes buscar?
- Favoritos me los esperaba dentro del perfil
- Botón añadir actividad no es muy evidente
- Los tres puntos de la agenda no son muy claros
- La posibilidad de modificar no es evidente



## Test versión 7 - Andrea, Cris, Maria

### FEEDBACK Y OBSERVACIONES

- El nombre guardar me hace pensar en “favoritos”, no entiendo para que sirve esta sección
- Estaría bien tener tu hotel marcado en el mapa y todos los puntos de tu itinerario marcados
- Me gustaría tener fechas en “Mis viajes” pasados





# Propuesta

Propuesta de valor / Prototipado / UI

Propuesta

# Propuesta de valor

## Objetivo:

Materializar la estrategia aportando soluciones a los problemas de los usuarios y satisfaciendo sus necesidades.





Propuesta

## Web responsive:

La nueva web que te permite preparar todo tu viaje online.



Propuesta

## Web responsive:

Planifica y gestiona tu viaje a medida.

Inspírate, personaliza y compra, todo 100% online.



DESTINOS | IDEAS DE VIAJE | CONOCÉVOS | BLOG

¡¿Dónde te gustaría que te llevará el viaje?

- Australia Occidental
- Papúa Nueva Guinea
- Nueva Zelanda
- Circuito Océania
- Fiji
- Australia Oriental
- Polinesia Francesa

Tu agencia de toda la vida en formato digital

En Solentia Travel nos definimos como consultores de viajes. Creamos un trato personal y especializado, pero también, un salir de casa.

Examen tu vida a medida

DESTINOS | IDEAS DE VIAJE | CONOCÉVOS | BLOG

# Viajar es mucho más que ir a sitios, es vivir sensaciones

¡¿o estás seguro? Déjanos sorprenderte

¿Dónde te gustaría que te llevará el viaje?

Nuestra misión es inspiraros en crear viajes auténticos

Descubre algunas de nuestras experiencias de todo a medida

Ver más ideas de viaje

- La Antártida: La experiencia del fin del mundo
- Novios: Singulares ideas para viajes inolvidables

DESTINOS | IDEAS DE VIAJE | CONOCÉVOS | BLOG

¿QUÉ TIEMPO APROXIMADAMENTE?

Más de 1 semana | 1 semana | 2 semanas | 3 semanas | Más de 3 semanas

¿QUÉ TIPO DE VIAJE TE GUSTARÍA?

Parja | Amigos | Solo | Grupo

¿A QUÉ TIEMPO TE GUSTARÍA?

Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Suplemento

¿A QUÉ LUGAR TE INTERESA?

North America | Sudamérica | Europa | Asia | Oceanía | Vuelta al mundo | Suplemento

## ¿Qué es lo que más te inspira?

En cada viaje existen experiencias, impresiones e historias increíbles. Elige una misión de 4 cuotas para ayudarte a vivir y disfrutar el viaje al máximo momento.

El sabor de la gastronomía

1ª etapa: Perth

De 1 a 3 de junio

Perth es una ciudad del estado de Australia, capital del estado de Australia Occidental. Tiene 1.631.000 de habitantes. Es una de las ciudades más grandes de Australia y la mayor del Estado, y tiene una población casi 100% compuesta por la población total de dicho estado.

Proporciona para una vida increíble en el Estado de Perth, entre otros aspectos como el clima por las zonas del Estado de Perth, la gran variedad de actividades que ofrece y la gran variedad de lugares de la ciudad.

¡¿quieres que hagamos una primera etapa de la comisión a un viaje? Déjanos tus datos de contacto por 1.000€ de viaje.

Ver más

Elige el hotel de tus sueños

Podrás elegir una entre las mejores ofertas de la ciudad

- Carlton Hotel Perth
- Mercure Hotel
- Paradise Hotel

El viaje...

Mira también otros destinos que te inspiren

Elige las actividades que más te inspiren

En tu primera etapa podrás elegir un máximo de 3 actividades

- Patín en hielo Fremantle, Perth

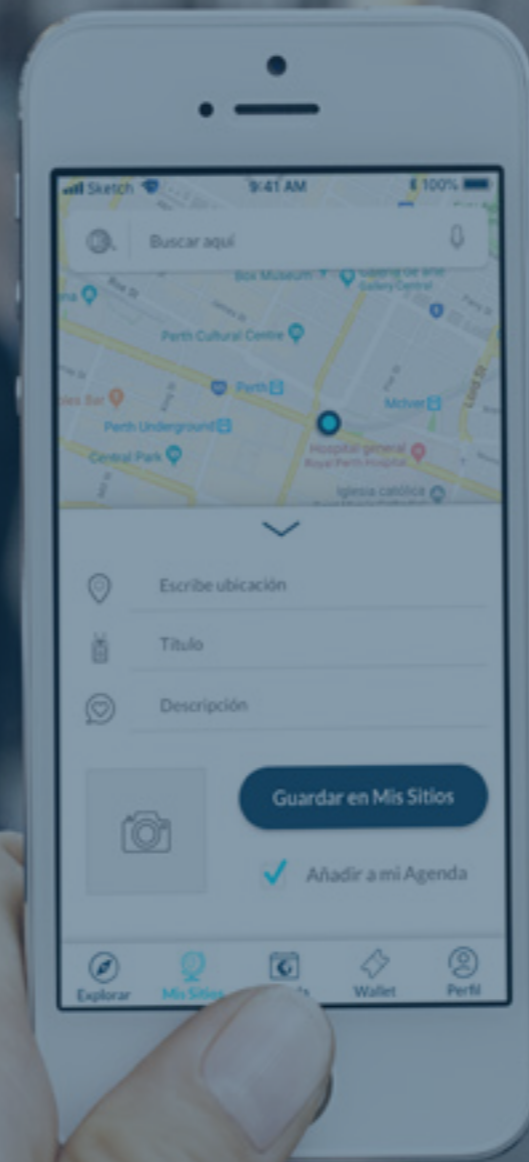
DESTINOS | IDEAS DE VIAJE | CONOCÉVOS | BLOG

El sabor de la gastronomía

## Propuesta

### App:

Tu seguimiento de viaje, la comodidad de tener todo lo que necesitas en la palma de tu mano.



Prototipo App

# Tu agenda de viaje digital.

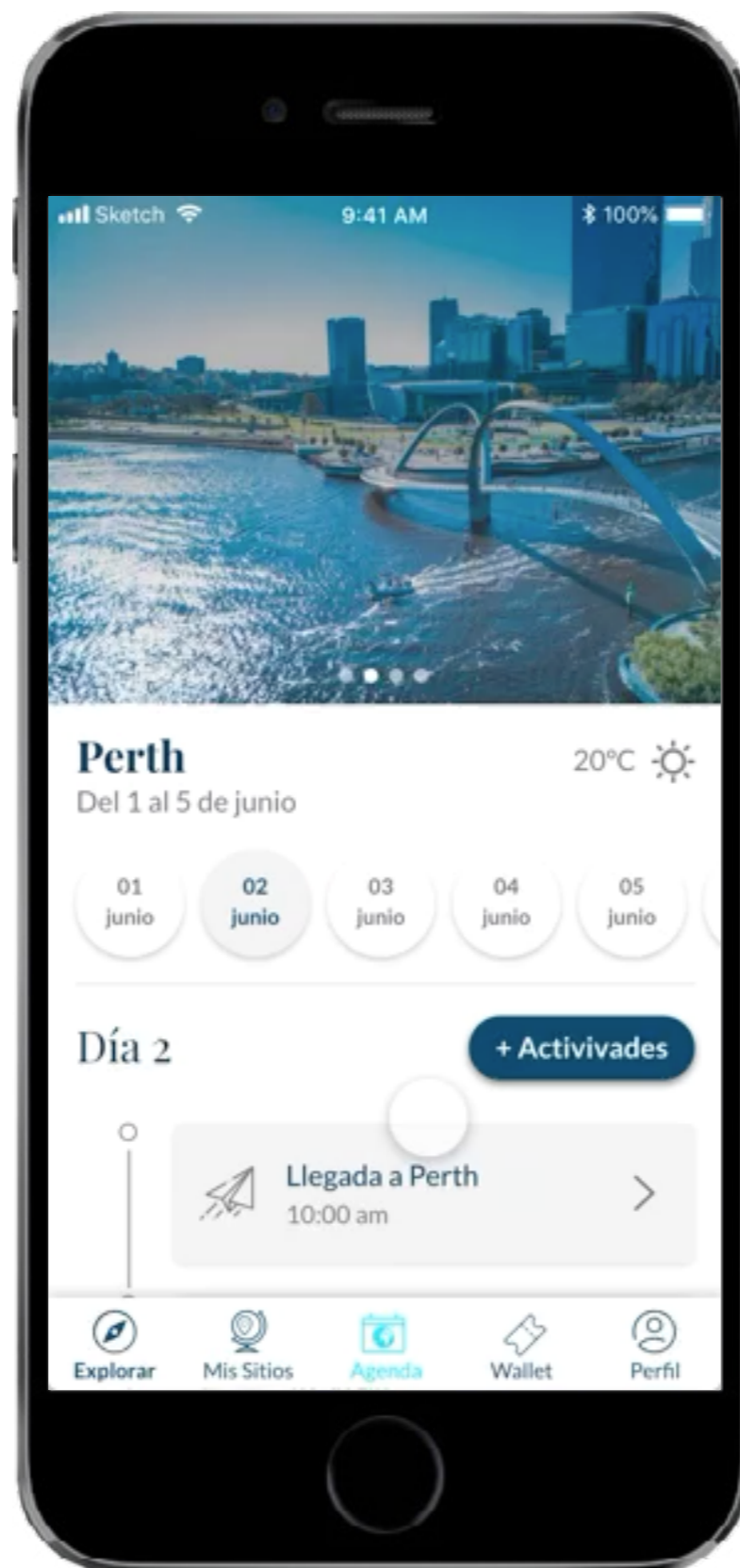


**Tu experiencia a medida y en la palma de la mano.**

Lleva siempre contigo la información que necesites durante tu estancia y consulta tu itinerario tantas veces como quieras.

## Prototipo App

**Itinerario flexible,**  
improvisa  
cuando  
quieras.

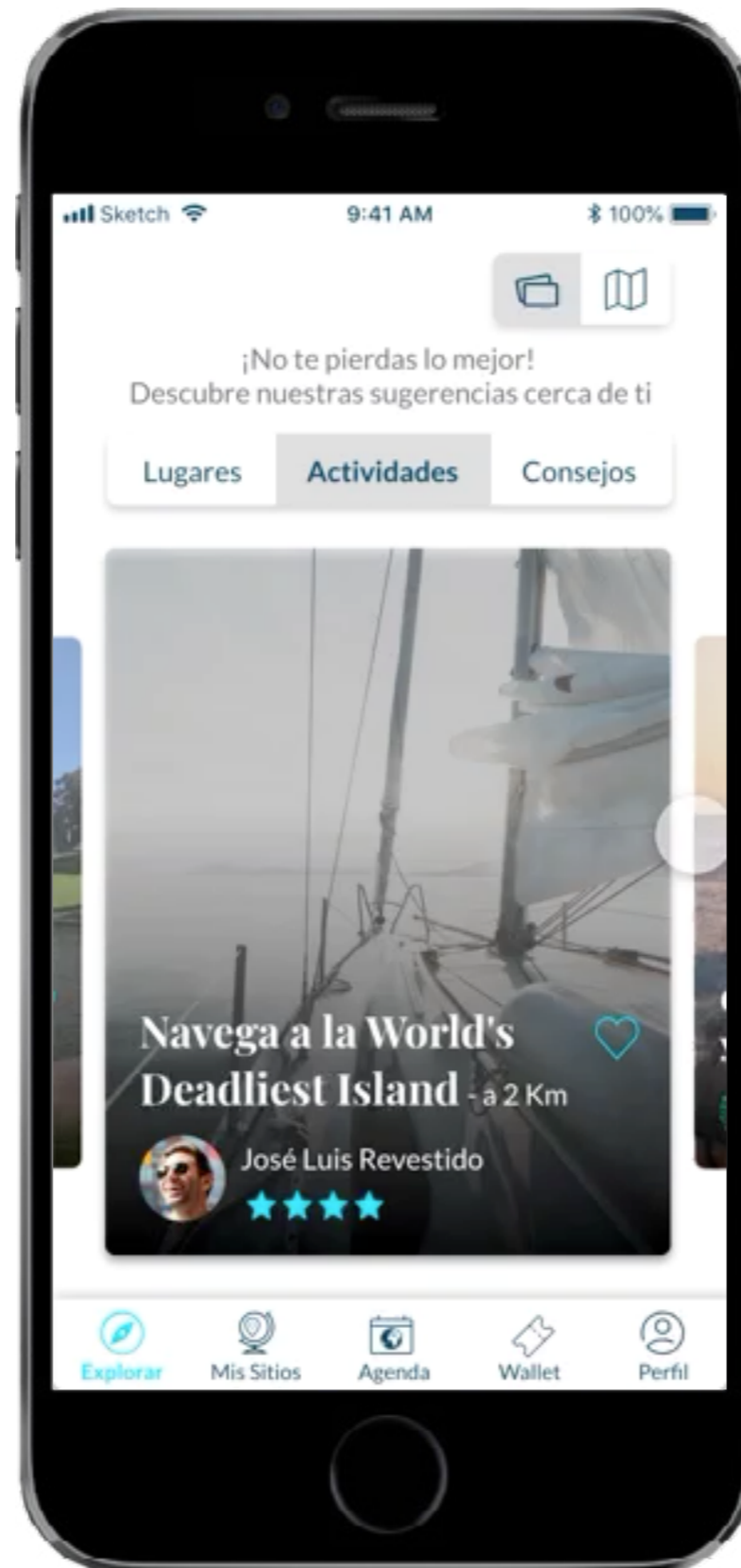


**La flexibilidad de hacer  
tu viaje único.**

No solo podrás consultar tus días, horarios, direcciones... si no que podrás disfrutar de la flexibilidad de modificar tus estancias o actividades.

## Prototipo App

**Explora,**  
descubre y  
conoce el  
entorno.



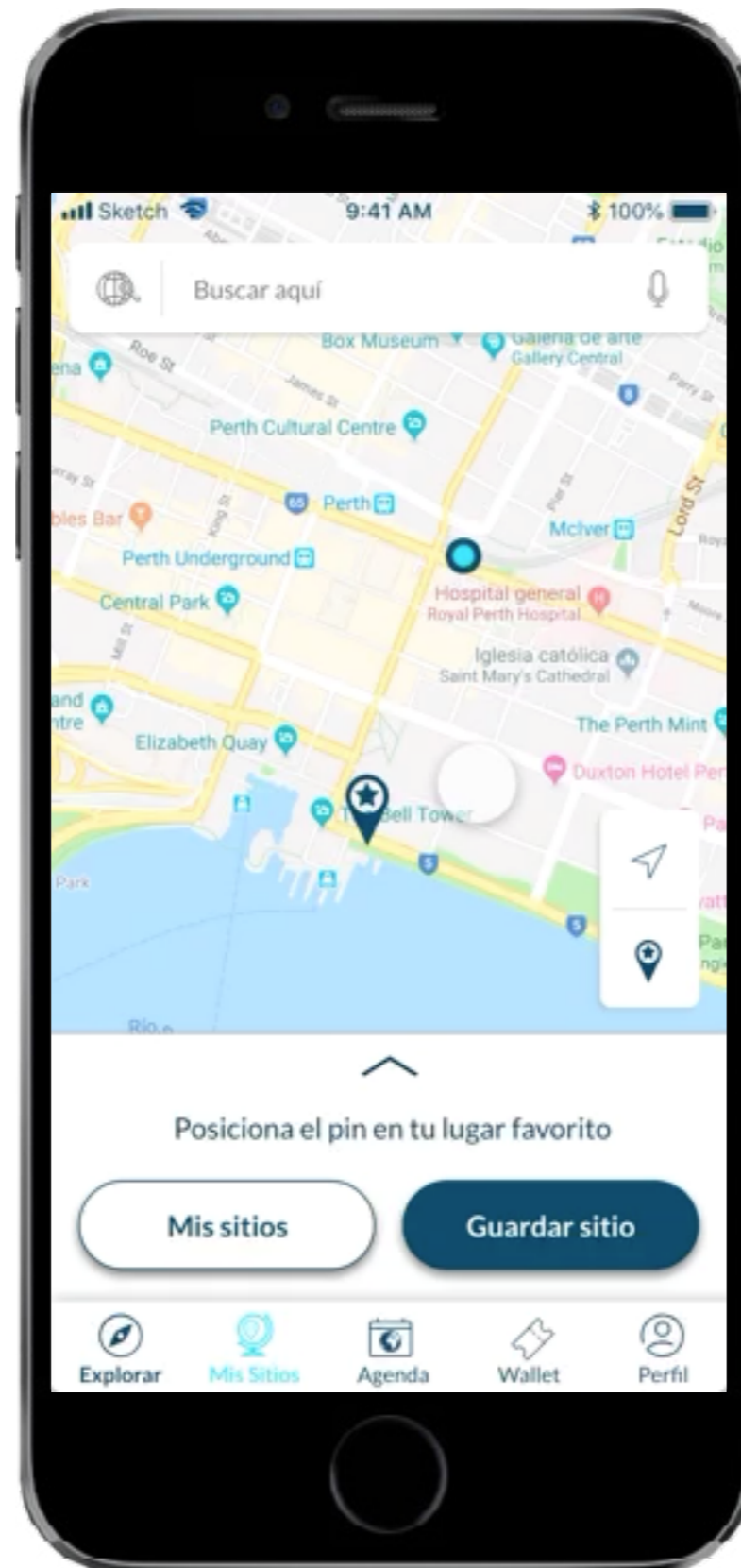
**Tu guía de ocio, con  
firma Atlántida.**

No queremos que te pierdas nada, por eso, seremos tu guía local.

Nos encargaremos de mantenerte al tanto de todo lo que te rodea.

## Prototipo App

**“Mis sitios”,**  
un espacio  
donde guardar  
tus recuerdos  
para siempre.



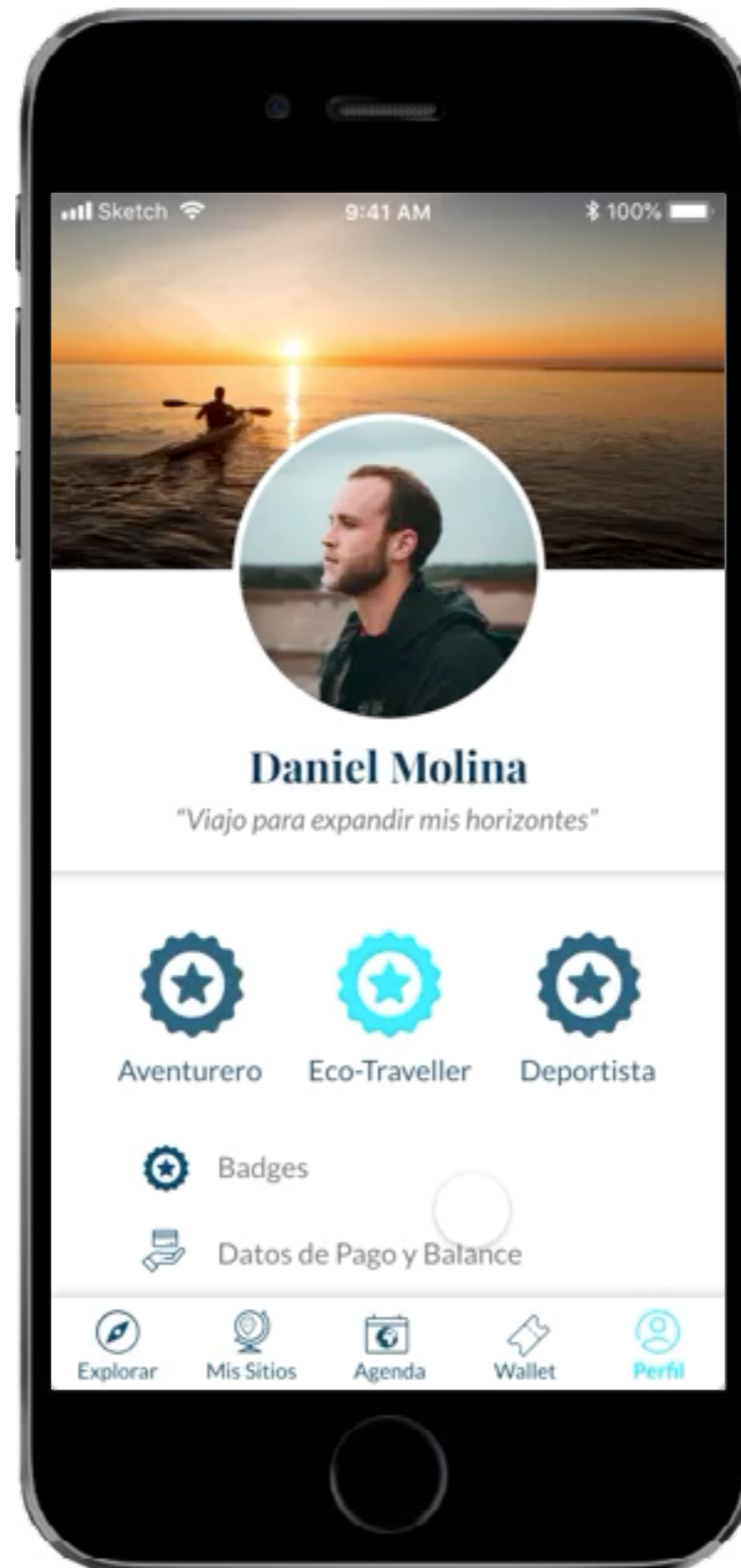
**Un recuerdo para  
toda la vida.**

No olvides tus lugares  
favoritos, tus momentos más  
especiales o ese sitio que  
quieres recomendar a tus  
conocidos.



## Prototipo App

**Comparte** con tus amigos y seguidores

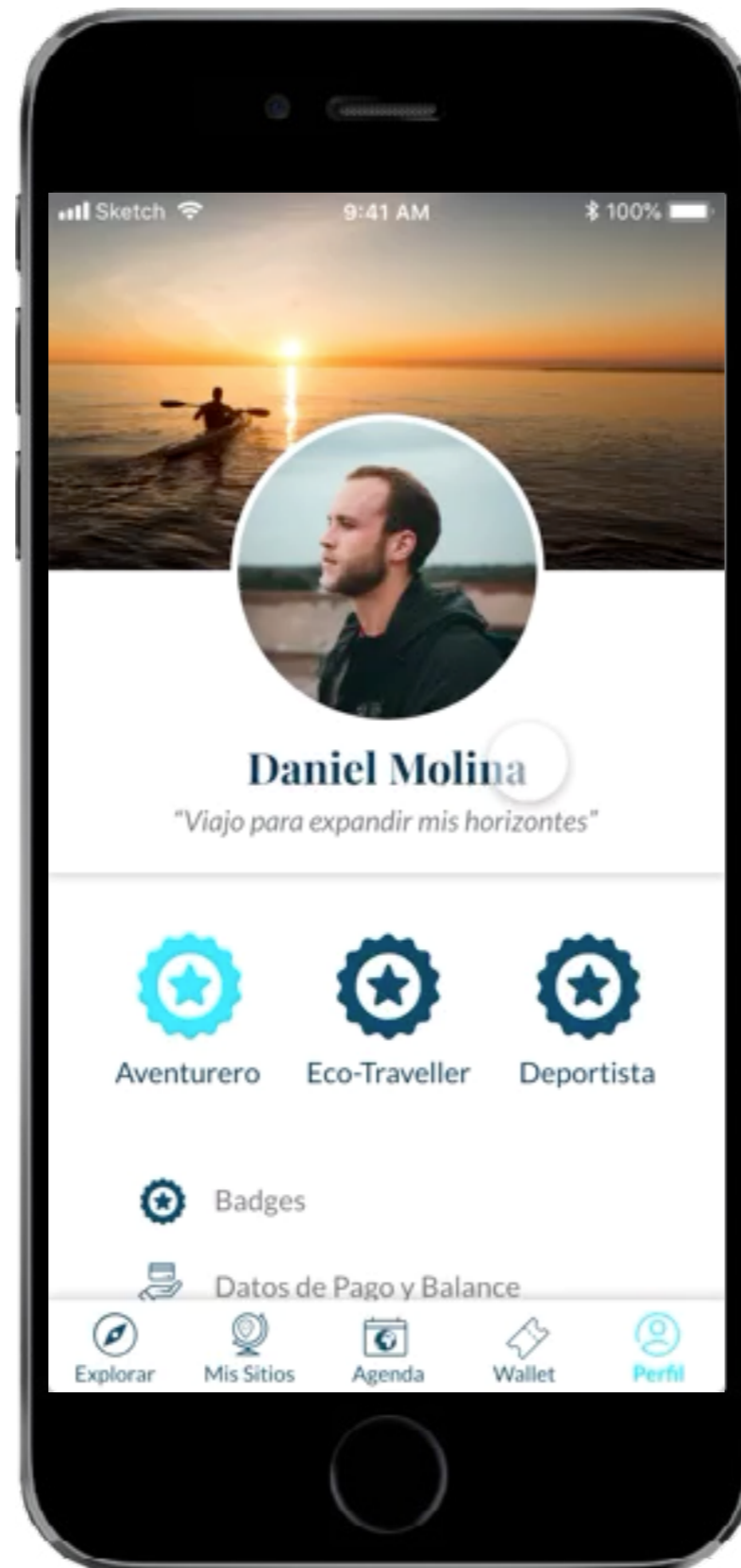


**No pierdas la ocasión de mostrar tus viajes en tus redes sociales.**

Podrás guardar y compartir tus proyectos de viaje, viajes en curso o viajes realizados.

## Prototipo App

Con tus **Badges**, puedes estar orgulloso de lo que más te gusta.



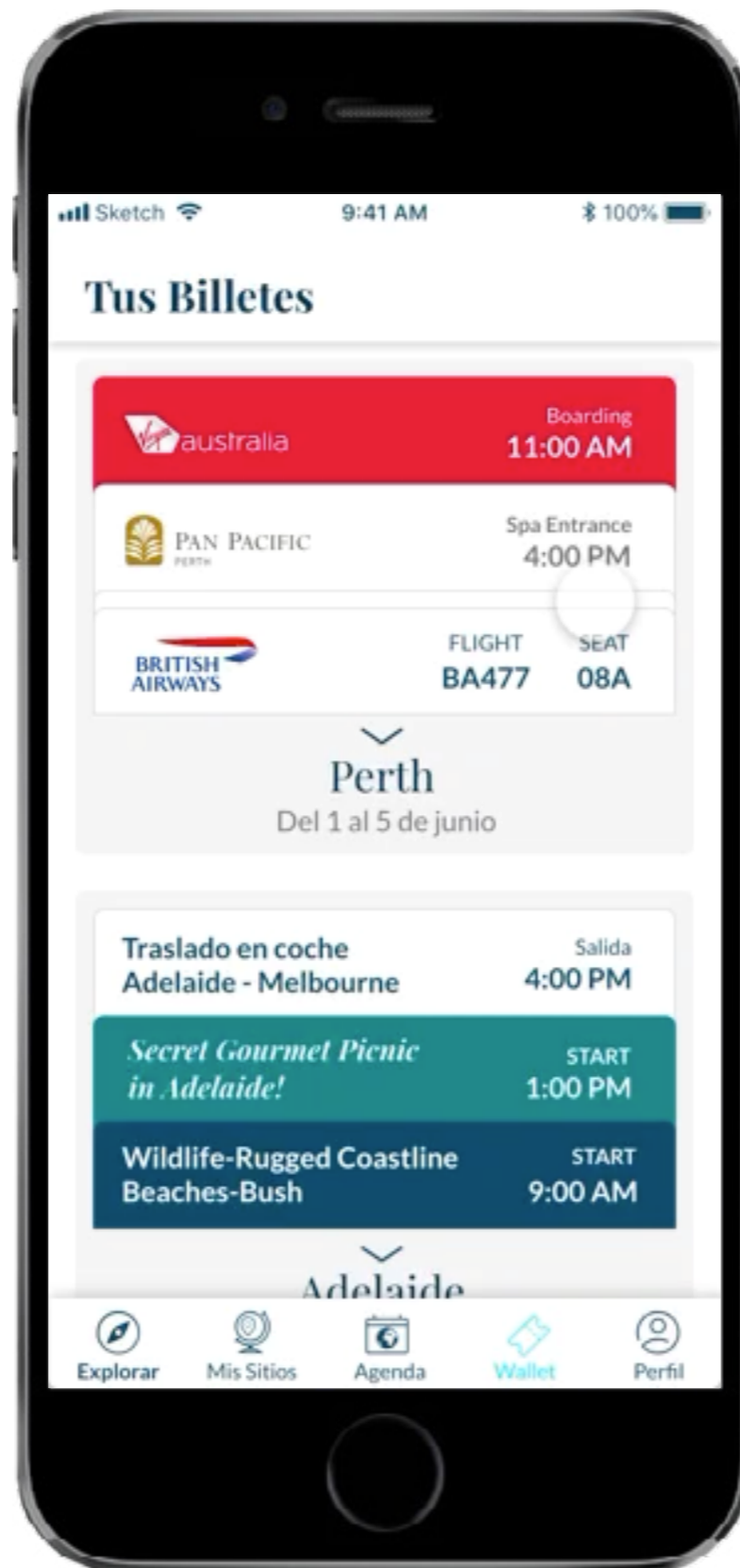
Eres más aventurero o adicto a la cultura?

Te gustan las playas o eres más de montaña?

Puedes ganar Badges por tus logros: haber completado varias actividades de un cierto tema te permite ganar un Badge que se mostrará en tu perfil.

Prototipo App

Tu cartera digital que lo tiene todo.



LLeva toda la documentación que necesites en el bolsillo.

Billetes de avión, pases para eventos, pasaporte, seguros...

