

---

# Resultados prueba de usuario troop it!

Integración de troop it! y nuevos estilos al flujo de la aplicación de troop.

13 de Diciembre de 2019

troop.®

---

# Objetivo:

- . Validar si troop it, el nuevo flujo que se integra a la app, es amigable para el usuario activo de troop, además de detectar los puntos débiles y los puntos fuertes de ésta implementación.
- . Verificar si los nuevos estilos integrados en la aplicación son asimilados por los usuarios y si son asociados con troop.
- . Qué tipo de sensaciones o sentimientos intervienen al hacer uso nuevamente de la app (con los nuevos cambios), confirmar que el usuario haya encontrado fácil la manera de navegar y que al final haya una satisfacción de éste que promueva la participación de manera constante y fluida .

# Detalles de la prueba

- Día en el que se hizo la prueba: 13 de Diciembre de 2019.
- Número de participantes: 7 usuarios de troop .
- Géneros: 6 mujeres - 1 hombre.
- Metodología: Se aplicó la prueba de manera presencial a siete usuarios de la aplicación donde se utilizó la nueva interfase en forma de maqueta, la cual se había construido mediante el software Sketch en conjunto con Invision App (para la interacción del flujo) . Se obtuvieron insights a partir del análisis cualitativo de dichas respuestas.

# Preguntas Bloque 1

## Preguntas sobre intereses:

- Edad.
- Lugar en el que vives.
- Profesión.
- ¿Cómo defines tu personalidad?.
- ¿Qué dispositivos electrónicos tienes?.
- Menciona algunas de tus marcas favoritas.
- ¿Cuáles son las apps que más utilizas?.
- ¿Qué categorías son las que más te interesan?.

---

Respuestas: Bloque 1

## Participante 1:

- Edad: 23 años.
- Lugar en el que vives: CDMX - Coapa.
- Profesión: Estudiante de publicidad.
- ¿Cómo defines tu personalidad? Determinada, organizada, abierta a nuevas oportunidades.
- ¿Qué dispositivos electrónicos tienes? Ipad, Iphone, Mac, Apple TV.
- Menciona algunas de tus marcas favoritas. Síclo, Starbucks, Estado natural, Frutos prohibidos, Cinepolis, The body shop, Ben and Frank, Fila.
- ¿Cuáles son las apps que más utilizas? Starbucks, Síclo, Instagram, Planoly, Uber, Youtube, Twitter.
- ¿Qué categorías son las que más te interesan? Wellness & Fitness, Foodie, Coffee.

Comentarios: Retro del porqué no son aceptadas las fotos.

---

---

Respuestas: Bloque 1

## Participante 2:

- Edad: 27 años.
  - Lugar en el que vives: CDMX - Condesa.
  - Profesión: Modelo.
  - ¿Cómo defines tu personalidad? Extrovertida, viajera, fashion, divertida, colorida.
  - ¿Qué dispositivos electrónicos tienes? Celular, Ipad, Cámara profesional.
  - Menciona algunas de tus marcas favoritas. "Son tiendas más que marcas", en México Palacio de Hierro. / Tiendas online.
  - ¿Cuáles son las apps que más utilizas? Pinterest, Movilidad, Traductores, Bancarias, Recetas, Agencias viajes.
  - ¿Qué categorías son las que más te interesan? Comida, ropa, eventos, viajes.
-

---

Respuestas: Bloque 1

## Participante 3:

- Edad: 23 años.
  - Lugar en el que vives: CDMX.
  - Profesión: Estudiante de Publicidad.
  - ¿Cómo defines tu personalidad? Reservada pero risueña.
  - ¿Qué dispositivos electrónicos tienes? Iphone, Mac.
  - Menciona algunas de tus marcas favoritas. Palacio de Hierro, American Eagle, A&F, Hollister, Fila.
  - ¿Cuáles son las apps que más utilizas? Tik Tok, Instagram.
  - ¿Qué categorías son las que más te interesan? Ropa, Comida, Lugares.
-

---

Respuestas: Bloque 1

## Participante 4:

- Edad: 17 años.
  - Lugar en el que vives: CDMX.
  - Profesión: Estudiante.
  - ¿Cómo defines tu personalidad? Muy abierta y activa.
  - ¿Qué dispositivos electrónicos tienes? Iphone, Mac.
  - Menciona algunas de tus marcas favoritas. Lululemon, Zara, American Eagle.
  - ¿Cuáles son las apps que más utilizas? Instagram, Snapchat, Facebook.
  - ¿Qué categorías son las que más te interesan? Deporte, Fashion.
-

---

Respuestas: Bloque 1

## Participante 5:

- Edad: 35 años.
  - Lugar en el que vives: CDMX.
  - Profesión: Redactora, traductora, freelance.
  - ¿Cómo defines tu personalidad? Amigable, empática, curiosa, entusiasta.
  - ¿Qué dispositivos electrónicos tienes? Teléfono móvil, Laptop.
  - Menciona algunas de tus marcas favoritas. Falcon Protein, The Body Snop, American Eagle, Li-Ning.
  - ¿Cuáles son las apps que más utilizas? Instagram, Spotify, Headspace, Kindle, Nike running.
  - ¿Qué categorías son las que más te interesan? Fintess, Healthy eating, Wellness.
-

---

Respuestas: Bloque 1

## Participante 6:

- Edad: 17 años.
  - Lugar en el que vives: CDMX.
  - Profesión: Estudiante.
  - ¿Cómo defines tu personalidad? Extrovertida.
  - ¿Qué dispositivos electrónicos tienes? Iphone y Mac.
  - Menciona algunas de tus marcas favoritas. Lululemon, Zadiq et voltaire, All Saints.
  - ¿Cuáles son las apps que más utilizas? Instagram y Whatsapp.
  - ¿Qué categorías son las que más te interesan? Moda, deporte y restaurantes.
-

---

Respuestas: Bloque 1

## Participante 7:

- Edad: 27 años.
  - Lugar en el que vives: CDMX - Roma Norte.
  - Profesión: Ingeniero textil.
  - ¿Cómo defines tu personalidad? Sociable.
  - ¿Qué dispositivos electrónicos tienes? Iphone.
  - Menciona algunas de tus marcas favoritas. Básicos, Zara, Diseñadores independientes, H&M, YSL.
  - ¿Cuáles son las apps que más utilizas? Instagram, Facebook, Whatsapp.
  - ¿Qué categorías son las que más te interesan? Campañas.
-

---

## Insights:

- Edades entre 17 y 35 años
  - CDMX (Colonias de clase alta / aspiracionales entre jóvenes, intelectuales, artistas, etc.)
  - La comunidad está creada por estudiantes y profesionistas de clase media - alta. Las áreas en las que están enfocados son creativas, intelectuales o relacionadas con la moda principalmente.
  - La personalidad que predomina entre los usuarios define a un usuario extrovertido, activo, curioso, no es conformista y gracias a ello está en una búsqueda constante de nuevas oportunidades.
  - Para nuestro usuario es de vital importancia contar con un teléfono móvil y una computadora (que a final de cuentas éstas se convierten fácilmente en su herramienta de trabajo - creación), y en segundo plano podemos encontrar el uso de tableta, el apoyo de plataformas o equipo de trabajo (como cámaras fotográficas).
  - Predomina el gusto por marcas de ropa, se tiene interés aún por la tienda física, como Palacio de Hierro pero también se puede percibir la preferencia por las tiendas online y en específico por marcas - productos - accesorios extranjeros. La marca Apple es la ideal en cuestiones tecnológicas.
  - Predomina el uso de aplicaciones de tinte social como Instagram, Tik Tok o Facebook, de mensajería como Whatsapp y de uso cotidiano como planeación o medir rendimiento.
  - El usuario de troop tiene un cierto patrón en cuanto a intereses, basado en el cuidado del cuerpo mediante alimentación y ejercicio, combinado con el gusto por la moda, la tecnología, los viajes y un estilo de vida refinado.
  - Se menciona la poca diversidad de campañas e incluso la falta de diversidad y de campañas.
-

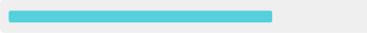
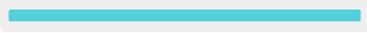
# Prueba de usuario

## Indicaciones:

- Iniciar sesión en la aplicación de troop.
- Ingresar los datos bancarios.
- Editar las categorías de mis intereses.
- Detectar qué cantidad y en qué fecha se me hará el siguiente depósito.
- Filtrar las publicaciones de acuerdo al tipo de campaña.
- Reportar la publicación de otro usuario.
- Ver el perfil de otro usuario.
- Ver los detalles de alguna de mis publicaciones y el número de “likes” obtenidos.
- Eliminar una publicación.
- Publicar un contenido en troop it.
- Ir hacia atrás y hacia adelante sin usar los botones del teléfono.
- Validar mi publicación de una campaña en la que participé.

---

## Insights / Prueba de usuario :

- Iniciar sesión en la aplicación de troop.  
 Efectividad: **Media Alta**
  - Ingresar los datos bancarios.  
 Efectividad: **Alta**
  - Editar las categorías de mis intereses.  
 Efectividad: **Alta**
  - Detectar qué cantidad y en qué fecha se me hará el siguiente depósito.  
 Efectividad: **Alta**
  - Filtrar las publicaciones de acuerdo al tipo de campaña.  
 Efectividad: **Alta**
  - Reportar la publicación de otro usuario.  
 Efectividad: **Alta**
  - Ver el perfil de otro usuario.  
 Efectividad: **Media**
  - Ver los detalles de alguna de mis publicaciones y el número de "likes" obtenidos.  
 Efectividad: **Media Alta**
  - Eliminar una publicación.  
 Efectividad: **Alta**
  - Publicar un contenido en troop it.  
 Efectividad: **Alta**
  - Ir hacia atrás y hacia adelante sin usar los botones del teléfono.  
 Efectividad: **Alta**
  - Validar mi publicación de una campaña en la que participé.  
 Efectividad: **Media**
-

---

## Insights:

- El flujo del registro - login ya existe y tiene dos opciones de hacerlo, la opción de registrarse con Instagram o por correo. Las dos difieren y pueden tener una cierta complicación, en el caso de instagram puede tener dificultades propias de la plataforma que salen de las manos de troop y en el caso de logueo por correo puede generar un ligero estado de pesadez al tener que hacer uso de la cuenta del correo para tener que ingresar.
  - El unificar los colores y evitar el uso de éstos en tonos claros donde se presenta información ayuda a tener una mayor comprensión y sentido de ubicación dentro de la app.
  - Las necesidades esenciales para los usuarios, una vez comenzaron a utilizar la aplicación se ubican de manera conjunta y ordenada por jerarquía, desde los datos específicos de sus fechas y estados de pago, sus datos bancarios, sus participaciones, etc.
  - Ingresar datos bancarios genera incertidumbre, a pesar de saber que recibirán un pago, existe escepticismo e inseguridad hacia compartir información confidencial.
  - El realizar una publicación para **troop it!** se realizó de manera correcta y fluida. El flujo les pareció a los usuarios familiar, es una manera de realizar un posteo similar a la de las redes sociales ya conocidas y no hubo ningún contratiempo al llevarlo a cabo.
  - Queda poco claro el propósito de troop it! y los beneficios de troopear libremente.
-

---

## Insights:

- El usuario no comprende qué es **troop it!**, sabe que la app tiene una acción principal para poder realizar una acción referente a esto, pero no sabe cuál es la intención de fondo y de qué forma se beneficia al realizar su uso constante.
  - Las opciones generales que acompañan a la app son localizadas por los usuarios de manera rápida, la opción de filtrar, búsqueda, like, borrar o reportar publicaciones están presentes, legibles y a la mano cuando el usuario lo necesita.
  - La acción de validar una publicación puede llegar a ser percibida de forma pesada o tediosa para los usuarios, el hecho de tener que hacer varios pasos desde que suben su participación, validación, confirmación y espera de su pago puede llevarlo a perder por momentos el interés, a olvidarse de algún paso del proceso o llegar al punto de desesperarse.
  - Los usuarios consideran importante u obligatorio que la marca ofrezca un punto de vista por el cual su participación fue declinada,
-

# Experiencia de usuario

## Preguntas:

- ¿Qué acciones fueron fáciles de realizar? ¿Cómo me sentí?
- ¿Qué acciones fueron complejas de realizar? ¿Cómo me sentí?
- ¿Qué sentimientos o emociones experimenté tras usar la aplicación?
- ¿Qué mensajes recuerdas al realizar algún tipo de acción (errores o de confirmación)?

---

## Insights:

- ¿Qué acciones fueron fáciles de realizar? ¿Cómo me sentí?

Las opciones generales que conforman una app, además de los pasos necesarios para realizar una acción específica se presentan claras para el usuario, el usuario encuentra fluidez en el proceso y no encuentra obstáculos ni distractores. Este tipo de detalles hacen que éste sienta que mantiene el control y la orientación en las diferentes áreas de la aplicación.

- ¿Qué acciones fueron complejas de realizar? ¿Cómo me sentí?

El usuario considera tedioso el proceso posterior a realizar una publicación, hasta que cobra.

La información que respalda la implementación de troop it! es nula, en el aspecto de describir para qué sirve y qué fin hay al utilizarla. El efecto en el usuario hace que se contrarreste la sensación de seguridad y que haya menor certidumbre si se está haciendo un uso correcto.

- ¿Qué sentimientos o emociones experimenté tras usar la aplicación?

Genera emociones encontradas, por un lado es una aplicación capaz de brindar a los usuarios oportunidades grandiosas y variadas de crear ingresos, enfocadas a diferentes gustos e intereses y de un modo seguro y confiable. Por el otro lado hay procesos como el de validación y pago que puede llevar al usuario a caer en la desesperación e incluso dejar de participar, tomando en cuenta que a muchos les han declinado sus participaciones y además las cosas se agravan al no tener claro a qué se debe este tipo de cuestiones. El proceso de validación parece desincentivar a los troopers ya que es más complicado e incluso puede olvidarse.

---

# Comentarios generales / Objetivos futuros

- Encontrar un tipo de información que deje claros los objetivos al usuario de lo que es troop it! y su objetivo esencial, pero que a la vez lo enganche y asegure una participación constante y entusiasta.
- Brindar al usuario un estatus un poco más claro o profundo de sus participaciones, ¿qué pasaría si éste ha tenido varias participaciones declinadas?, ¿qué tipo de expectativas se puede brindar en este caso?, ¿cómo lograr mantener la participación activa aunque haya un sentimiento de decepción y hartazgo?
- Terminar de unificar estilos generales de troop, que la página, admin y aplicación se basen en uno solo.
- Unificar mensajes de Éxito - Error, utilizando un estilo específico de redacción, colores e iconografía.
- Encontrar una manera correcta y efectiva de agilizar los procesos de confirmar participaciones, hacer el proceso lo más fácil posible para los usuarios. (Sobre todo el proceso de pago ya que es el mayor incentivo a seguir participando).
- Proveer a los usuarios de los medios necesarios para encontrar y tener a la mano las campañas e información de acuerdo a sus intereses y gustos.