



MERCADONA

Avaluació de la usabilitat i proposta de re-disseny del supermercat en línia

DEFINICIÓ DEL PROBLEMA

The screenshot shows the Mercadona online shopping cart. The header includes the Mercadona logo, navigation links (Inicio, Dónde Estamos, Seguridad, Condiciones generales, etc.), and the phone number 902 113 177. The main content area displays a list of 16 frozen fish products under the heading 'BAJADAS PVP'. Each product entry includes a description, a 'Detalle del producto' link, the price in Euros, and quantity options. A sidebar on the right shows the cart summary with a total of 7.21 Eur and a 'COMPRAR' button. At the bottom, there is a red banner that says 'SIEMPRE PRECIOS BAJOS'.

Pàgina del supermercat en línia

The screenshot shows the Mercadona corporate website. The header features the Mercadona logo, a language selector set to 'Español', and a 'Compra online' button. Below the header is a navigation menu with links for 'Conócenos', 'Supermercados', 'Servicios', 'Consejos', 'Actualidad', and 'Atención al Cliente'. The main content area is dominated by a large promotional banner for 'Una ayuda para tu día a día' featuring images of 'DORMIR' and 'FIGURA' products. Below the banner, there is a 'Ver Consejo' button and a series of navigation dots. The footer contains the text 'Actualidad Mercadona' and 'Web corporativa'.

Actualidad Mercadona

Web corporativa

- Manca d'atractiu visual.
- Imatge desfasada vers els estàndards actuals.
- Usabilitat deficient.
- Falta de consistència amb web corporativa.



NECESSITAT DE CANVI

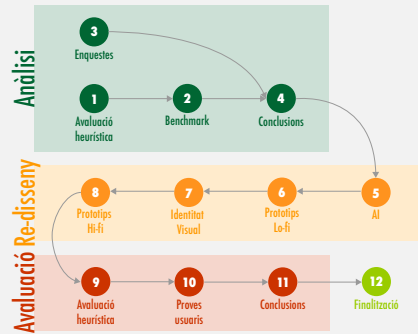
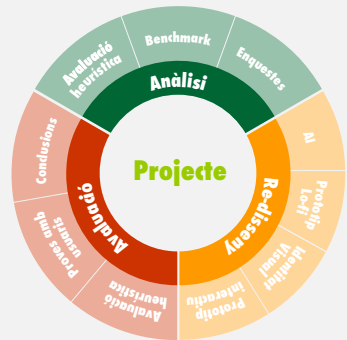
MATERIALITZAR EL CANVI

- **Planificació:** Es determina la temporalització, les tasques a realitzar i els recursos destinats.
- **Anàlisi:** Estudi del producte actual. Identificació d'errors, deficiències, target i presa de decisions.
- **Re-disseny:** Creació de la proposta d'actualització.
- **Avaluació:** Verificació del prototip.

PLANIFICACIÓ

- Metodologia.

Disseny Centrat en l'Usuari



- Altres valoracions

Càrrega lectiva d'altres assignatures

Possibles dificultats i variacions

Conciliació familiar

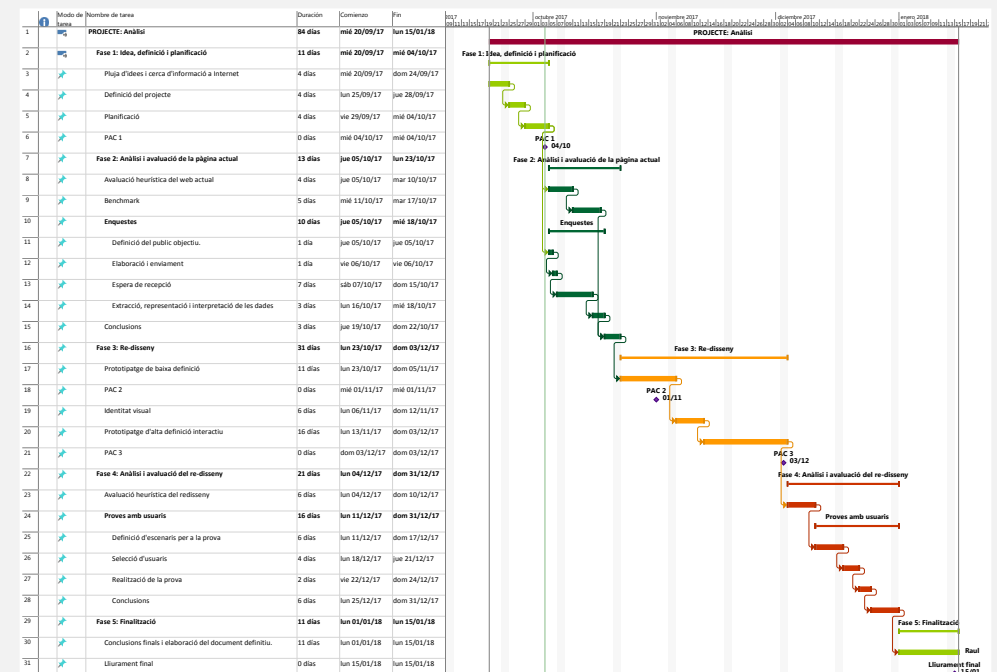
- Fites importants.

Lliurament parcial 1: 04/10/2017

Lliurament parcial 2: 01/11/2017

Lliurament parcial 3: 03/12/2017

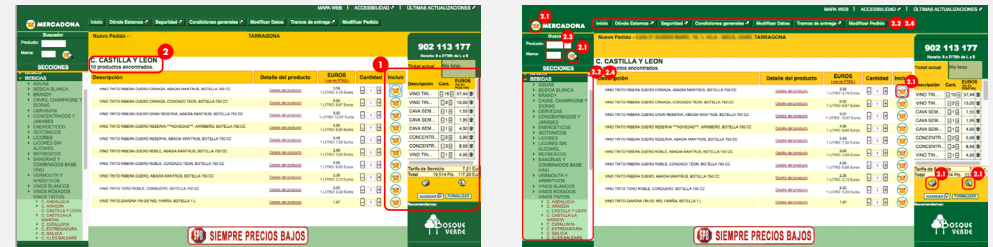
Lliurament final: 15/01/2018



ANÀLISI

- **Avaluació heurística.**

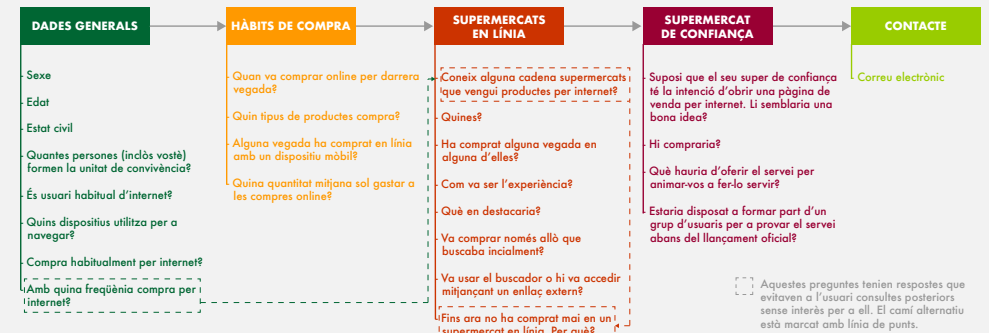
Valoració qualitativa de la facilitat d'ús, navegació i interacció per a l'usuari.



Exemples de detecció d'errors d'usabilitat

- **Enquestes a usuaris.**

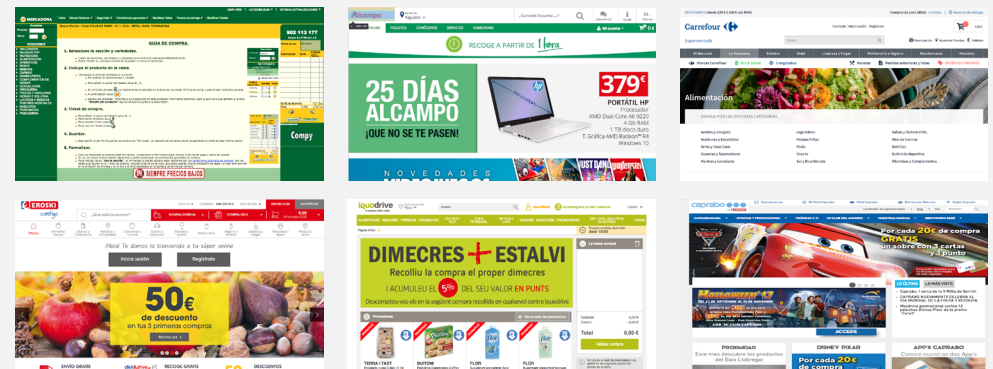
Anàlisi dels hàbits de compra en línia de persones desconegudes per definir quien és el perfil de client a qui anirà dirigit el producte final.



Preguntes i estructura de l'enquesta

- **Estudi de la competència**

Conèixer els bons hàbits i pràctiques dels principals competidors.



Pàgina d'inici de Mercadona i competència

RE-DISENY

- AI - Arquitectura de la informaci3.

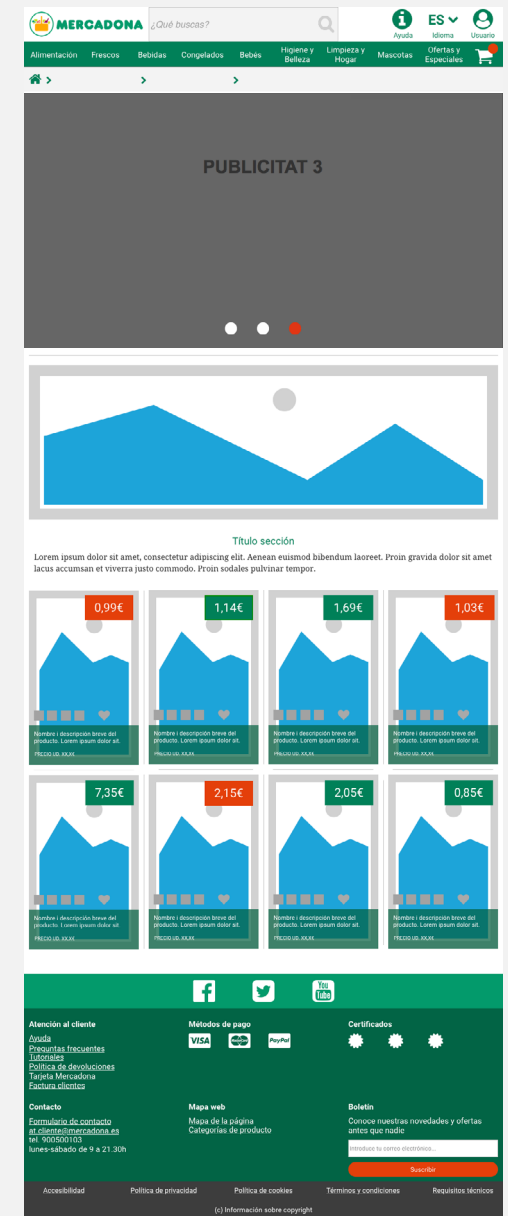
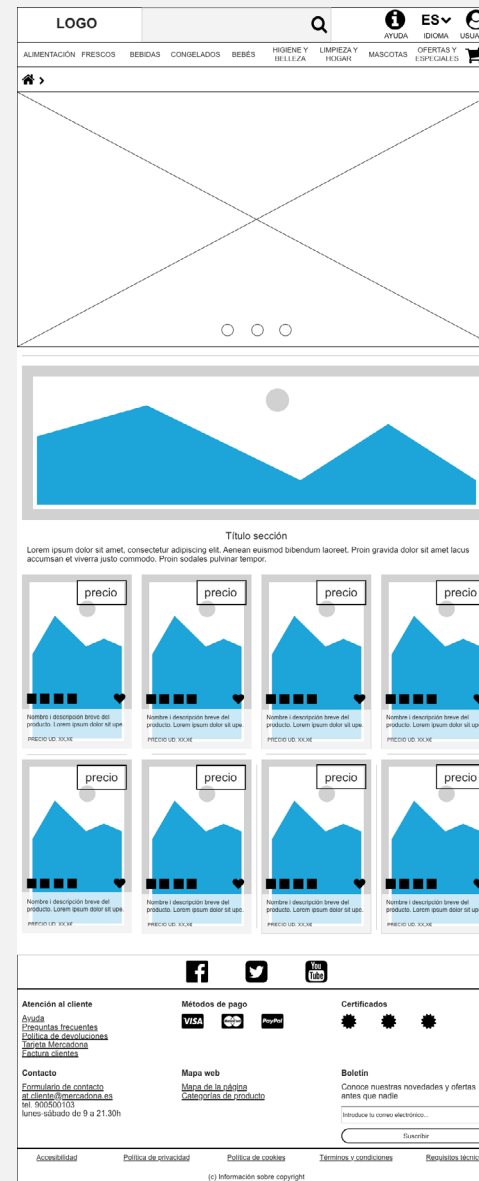
Estructurar continguts, interrelacions entre ells i definici3 de funcions.

- Recategoritzacio men3.

A la fase d'an3lisi es va detectar una categoritzaci3 de productes deficient i es va decidir la seva millora.

- Creaci3 dels prototips

Disseny dels esquemes de baixa fidelitat i alta. Els darrers, interactius.



Prototips de baixa fidelitat i alta de la p3gina d'inici

AVALUACIÓ

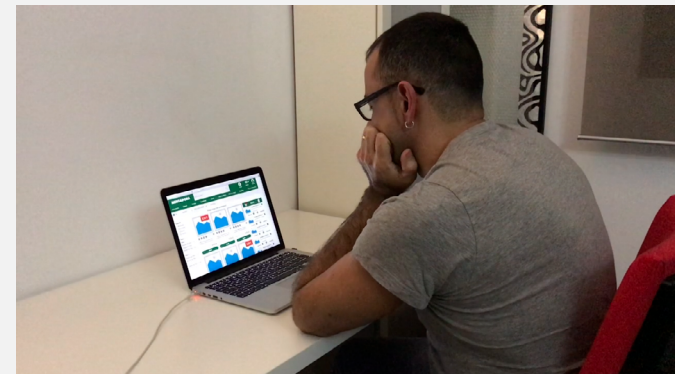
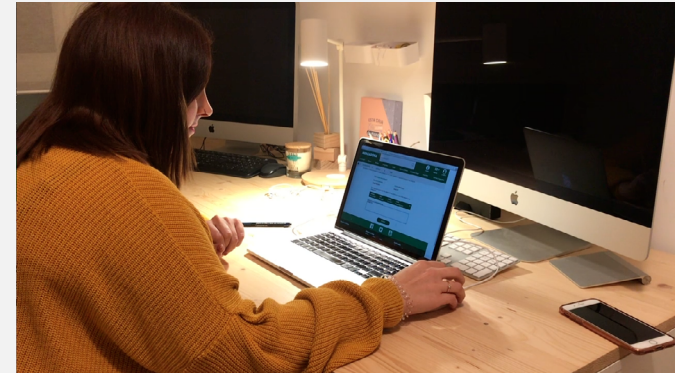
- **Anàlisi heurística.**

Valoració qualitativa de la facilitat d'ús, navegació i interacció de la proposta, en relació amb els punts conflictius detectats a l'etapa inicial del projecte.

- **Proves amb usuaris.**

Es va posar a prova amb usuaris reals una versió interactiva dels prototips d'alta definició.

Els participants van ser seleccionats entre els col·laboradors a l'enquesta realitzada per a determinar el públic objectiu.



Usuaris durant la realització de la prova

CONCLUSIONS

- **Seguiment de la planificació i resultat final**

Han existit dos desafiaments no previstos a la planificació: el reestructurament de les categories de menú i la decisió de crear una proposta *responsive*, adaptable a diferents tipus de resolucions de pantalla. Malgrat les dificultats, s'ha complert la planificació i el resultat millora molt la usabilitat i la imatge visual prèvies i aconsegueix posar la pàgina al dia.

- **Aprofundiment i actualització de coneixement**

El principal avantatge de la realització del projecte ha estat l'aprofundiment i l'actualització de coneixements estudiats al Grau i de les eines usades en l'elaboració: InDesign i AfterEffects per a maquetar la memòria i la presentació en vídeo; i Axure RP8 per a la creació de prototips.

- **Repte personal**

El Treball Fi de Grau ha suposat un repte personal important degut a la seu desenvolupament conjunt amb la càrrega d'una assignatura addicional, una feina a torns a jornada completa i les obligacions familiars habituals.



Universitat
Oberta
de Catalunya

Anàlisi de la usabilitat i proposta de re-disseny del supermercat en línia de Mercadona

Grau Multimèdia
Àrea d'Usabilitat i Interfícies

Autor : Raúl Royón Barea

Consultora: Judit Casacuberta Bagó
Professor: Ferran Giménez Prado

15 de gener de 2018