# **1. Personas**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| In this section, you’ll create a humanized view of your customer, be they buyer and/or user of your product. Turns out, this is the most actionable way to anchor just about any development activity.   |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | |  |  | |

### **[INSERT Name of Person - ‘Juan el mecánico’]**

**Screening Question**: [INSERT- ¿Has arreglado más de 20 automóviles en el último trimestre?]

*“Llámalo azar, llámalo suerte, pero si pasas por mi taller tu coche estará arreglado en un periquete”*



Juan es un experto mecánico de 42 años, amante de los coches antiguos. Tiene un chalet donde los guarda y donde los revisa una vez a la semana para mantenerlos siempre en el mejor estado.

Trabaja en el taller familiar desde que tiene 14 años y ha hecho de su trabajo y hobby su forma de vida, Siempre le gusta llevar su mono naranja a todos lados aunque no este trabajando y es capaz de conocer cuál es el problema de un coche con 3 minutos de revisión con él.

|  |  |
| --- | --- |
| **Thinks** | [INSERT- In your particular area of interest, what are the key thoughts, ideas this persona has?] |
| **Sees** | INSERT- [In your particular area of interest, what are the notable observations your persona is making?] |
| **Feels** | [INSERT- Regarding your particular area of interest, how do they really feel? What underlying emotions might be driving their point of view and behavior?] |
| **Does** | [INSERT- The ‘actuals’. As applicable: What triggers activity in your area of interest? How often? For how long? How much money?] |

Como pides cita en el taller , o para la itv