

PERSONA #2: SARA



IMPACIENTE - AMIGA - ATREVIDA

"Si sabes lo que te conviene no me molestes"

DEMOGRAPHICS

Age: 26

Gender: Mujer

Profession: Estudiante/Vendedora becaria

Nationality: Española

Location: Granada, Granada

Bio: Sara es una estudiante de Ambientales que vive en Granada. Compagina sus estudios con esporádicos empleos para así poder llegar mejor a fin de mes. Siente una fuerte motivación por el gym y persigue llevar una estilo de vida saludable.

METAS - INTERESES

- Terminar sus estudios
- Invertir su tiempo en trabajos que le reporte un beneficio
- Salir con amigos y vivir experiencias
- Decorar su habitación con cosas lindas
- Sacarse el inglés
- Poder ir de compras y gastar lo que sea sin remordimientos
- Ver un buen anime de vez en cuando
- Le gusta dibujar en sus ratos libres

PUNTOS DÉBILES - PREOCUPACIONES

- Se estresa con facilidad
- Tiene mal despertar
- Intolerante a la lactosa
- Impaciente
- Terraplanista

ESCENARIO

Sara quiere descubrir un poco más sobre la ciudad en la que vive y quiere compartir la una nueva experiencia con sus compañeros de piso. Además últimamente se ha estado dedicando tiempo a realizar manualidades para pasar el rato. Le han recomendado una actividad que le puede interesar pero que a priori nunca habría pensado en realizar. Se dispone a darle una oportunidad.

MOTIVATIONS

Salud física

Ecología y sostenibilidad

Organización

SKILLS

Tecnología

Cocina

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

MARCAS

HACENDADO



Z A R A



User Journey #2 Case study: Sara quiere reservar una actividad

[user journey map template \[DIU-UX Toolkit\]](#)



Sara

- Niña
- Estudiante/Becaria
- 26
- Granada, Andalucía

Escenario

Sara esta con sus compañeros de piso y quiere reservar una actividad para los 4. Coge su portátil y busca una nueva experiencia recomendada por su compañera de prácticas, le dice "ati que te gusta las manualidades esto te va a molar".

Expectations

- Realizar una actividad divertida con sus compis de piso
- Crear algo digno de ver con sus propias manos
- Aprender una nueva destreza
- Aprender sobre la alhambra

ETAPAS

Awareness

Inspiration

Decide

Act

Observation

Conclusion

PASOS

Reservar una actividad grupal

Le han recomendado la actividad

Informarse mas sobre la actividad y quizás reservar

Llega a la reserva y reserva

Chequear la compra

Cansada de no entender nada

PENSAMIENTO

Quiere realizar una actividad con sus compañeros de piso. A ser posible cultural y entretenida

Alguien le ha recomendado la actividad por que encaja con sus gustos, pero no la conoce y no tiene muchisimo interes.

Aun no sabe bien que le puede ofrecer la actividad.

Ha invertido mas tiempo del que su motivación le daba, pero llega a la pagina de reserva y el precio encaja en sus planes. Además sus compañeros les gusta el plan.

Aunque le ha costado entender de que iba la actividad el precio lo ha convencido. Pero piensa que ha perdido un poco el tiempo

Por fin va a realizar una actividad con sus compañeros. Peor su motivación hacia la artesanía no ha variado, lo hace por pasar un buen rato

Que hace

queda con sus compañeros en el salón y usa su móvil

Busca la actividad que le han recomendado desde el móvil para ver si le convence.

Navega por a la aplicación pero es bastante confusa y tarda encontrar información.

Añade al carrito un taller para cuatro personas y finaliza la compra. Pero de mala gana

Concretar con sus compañeros el dia y paga la actividad

Planea el dia com sus compañeros de piso y se lo comenta a quien le recomiendo la actividad.

Puntos negativos

Es una actividad que no le ha interesado antes, de primeras no confía mucho.

No esta muy motivada. Si no es atractivo descartara la tarea

El menú es confuso y se tarda mucho en llegar a reservar la actividad. de primeras no da mucha información

La pagina es muy lenta para todo

No se puede elegir un dia concreto

Un usuario poco motivado podría no llegar al final de la receba o ni encontrar la pagina de reserva.

FEELING



feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

OPORTUNIDADES

Ofertarse a un publico joven adulto.

Publicitarse en sitios como redes sociales y con caras conocidas.

Directamente ofrecer la reserva accesible desde el menú de inicio

Mejorar el rendimiento y cohesionar la estética de todos los sitios de la pagina

mejorar la venta

Restructurar toda la web