

# 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 ir al gym y persigue llevar un 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 una nueva experiencia con sus compañeros de piso. Además, últimamente 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 está con sus compañeros de piso y quiere reservar una actividad para los cuatro. Coge su portátil y busca una nueva experiencia, recomendada por su compañera de prácticas. Le dice "a ti que te gustan 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 más 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 porque encaja con sus gustos, pero no la conoce y no tiene muchísimo interés.

Aún no sabe bien qué le puede ofrecer la actividad.

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

Aunque le ha costado entender de qué iba la actividad, el precio la ha convencido. Pese a esto, piensa que ha perdido un poco el tiempo

Por fin va a realizar una actividad con sus compañeros. Pero su motivación por 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 la aplicación pero es bastante confusa y tarda en encontrar información.

Añade al carrito un taller para cuatro personas y finaliza la compra a disgusto.

Concreta con sus compañeros el día y paga la actividad

Planea el día con sus compañeros de piso y se lo comenta a quien le recomendó la actividad.

### Puntos negativos

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

No está muy motivada. Si no es atractivo descartará la tarea.

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

La página es muy lenta para todo.

No se puede elegir un día concreto.

Un usuario poco motivado podría no encontrar la página de reserva o no llegar al final de la misma.

### FEELING



feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

### OPORTUNIDADES

Ofertarse a un público 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 página.

Mejorar la venta.

Reestructurar toda la web.