

PERSONA #1: AMY



AMY

"Los mejores viajes son aquellos en los que te pierdes y, al final, acabas encontrándote a ti misma."

DEMOGRAPHICS

Age: 32
Gender: Female
Profession: Fotógrafa
Nationality: Australia
Location: Granada

Lifestyle & bio: Su cámara es su compañera inseparable, y a través de ella captura la esencia de los lugares que visita. Especializada en fotografía, Amy busca contar historias auténticas con cada imagen que toma.

GOALS - INTERESTS

- Conectar diferentes con culturas locales le apasiona.
- Naturaleza y arquitectura son los campos que le gusta fotografiar.
- Inspirarse creativamente.
- Montar una exposición itinerante con los reportajes es su mayor meta.
- Desarrollar su propia identidad artística y adquirir ese reconocimiento que merece por su trabajo.

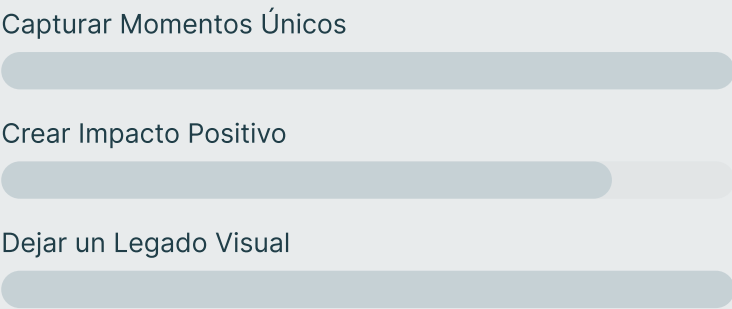
PAIN POINTS - CONCERNS

- Ingresos Inestables por su tipo de trabajo.
- Estrés debido a tantos viajes.
- Dificultad para establecer lazos emocionales ya que está en constante movimiento.
- Lucha constante para su explosión y reconocimiento
- Algunos bloqueos creativos le frustran.

SCENARIO

Ha escogido como próximo destino Granada y va a planificar esos días de su estancia incluyendo actividades culturales para capturar en sus fotos la esencia de esta ciudad. Por ello decide asistir a Jardín Alhambra (música, catas y talleres).

MOTIVATIONS



SKILLS



PERSONALITY




BRANDS



User Journey #1

Case study: (i.e. first-time User)



Amy

- Female
- Fotógrafa
- 32
- Australia

Scenario

Decide asistir a Jardín Alhambra.
Encuentra su página de reservas y decide hacer la suya.

Expectations

- Desea que sea fácil de hacer la reserva.
- Tener recomendaciones de las mejores experiencias a las que puede asistir.
- Una planificación que se asemeje a sus posibilidades.

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Act	Observation	Conclusion
STEPS	Encuentra una actividad cultural interesante	Investiga sus redes sociales	Busca su web y ve las próximas actividades	Realiza una reserva	Asiste a la actividad	Ha sido una experiencia enriquecedora
THINKING	Amy siente curiosidad y busca información de actividades culturales en Granada.	Al ver fotos de la experiencia tiene unas grandes expectativas con esta experiencia y desea realizarla.	Cree que las actividades propuestas se ajustan a sus necesidades. Algunas reservas estaban ya agotadas lo cual hace que algunas de sus expectativas no se cumplan.	Reserva las actividades que más se adaptan a ella, contrastando con reseñas lo que le aumenta la ilusión.	Le encanta la energía del sitio y las personas que han asistido. Está disfrutando.	Ha conocido la cultura y la historia granadina y además ha capturado en cámara momentos increíbles. Está muy satisfecha pero se ha quedado sin hacer otras actividades interesantes que estaban agotadas.
DOING	Está buscando actividades a realizar en su viaje cuando encuentra Jardines Alhambra.	Está investigando sus redes sociales para saber de que tipo de experiencia se trata y si es acorde a sus deseos.	Investiga las actividades propuestas. Tiene algunas incompatibilidades con otras actividades que tenía en mente ya que algunas reservas estaban ya agotadas.	Comprobar que la reserva realizada tiene un horario acorde a sus necesidades y ya puede planificar nuevas actividades al rededor de esta. Apunta esta actividad en su calendario.	Ha salido de allí con varias amistades nuevas. Ha descubierto muchas cosas de Granada y es una experiendia inolvidable. Además ha conseguido mucho material nuevo para su trabajo.	Hace una reflexión de su experiencia.
PAIN POINTS	Se siente un poco abrumada ya que en Granada encuentra numerosas actividades culturales y no sabe cuál escoger.	Se preocupa un poco por si las imágenes no muestran la realidad y solo crean expectativas. Esto le ha pasado en otras experiencias.	Frustrada al ver que algunas actividades que deseaba realizar están agotadas.	Dudas sobre cómo llegar al lugar del evento, es una turista y eso le preocupa un poco.	Algunas distracciones le hicieron dejar un poco de lado su trabajo pero ella quería vivir esa experiencia y no solo trabajar.	Se arrepiente de no haber podido tener más tiempo para profundizar más en la experiencia.
FEELING	<div><div></div><div>feeling</div></div>	<div><div></div><div>feeling</div></div>	<div><div></div><div>feeling</div></div>	<div><div></div><div>feeling</div></div>	<div><div></div><div>feeling</div></div>	<div><div></div><div>feeling</div></div>
OPPORTUNITIES	Posibilidad de personalizar las oportunidades mediante filtros.	Añadir valoraciones de usuarios que ya hayan experimentado esas actividades.	Ofertar más actividades o más sesiones de una actividad demandada.	Dar información del itinerario a seguir para llegar al lugar desde la ubicación del usuario.	-	-