

# AMANDA ÁLVAREZ



## SOÑADORA-VIAJERA-OPTIMISTA

"El arte no es lo que ves, sino lo que haces que otros vean."

## DEMOGRAFÍA

**Age:** 21

**Gender:** Female

**Profession:** Estudiante

**Nationality:** Argentina

**Location:** Rosario, Argentina

**Lifestyle & bio:** Amanda es una chica de 21 años. Ella es argentina y estudia Bellas Artes, y actualmente está de erasmus en Granada. Le gusta mucho leer, pintar, la música y el cine, así como conocer gente nueva con sus mismos gustos.

## OBJETIVOS-INTERESES

- Exponer sus obras de arte en una galería de prestigio.
- Hacer música de manera profesional.
- Aprender a tocar la guitarra.
- Aprender a esquiar.
- Escribir alguna novela.
- Conocer alguien con quien pasar el tiempo.

## PUNTOS DÉBILES-PREOCUPACIONES

- Es muy desordenada.
- Se le olvidan algunas cosas importantes a menudo.
- A veces deja de lado sus responsabilidades.
- Es una persona demasiado sensible.

## ESCENARIO

Amanda ha llegado hace pocos días a Granada y ahora mismo todos sus planes de ocio suelen ser a solas. Por las mañanas suele ir a parques tranquilos, donde lee, escribe y dibuja. Por las tardes asiste a clase, donde está conociendo poco a poco a compañeros con gustos similares. Los fines de semana suele asistir a conciertos en la zona, así como a otros eventos artísticos. También le gusta hacer maratones de series y películas.

## MOTIVACIONES

Lectura

Pintar

Música

## HABILIDADES

Tecnología

Socializar

## PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

## BRANDS



# User Journey

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

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



### Amanda Álvarez



















- Mujer
- Estudiante
- 21
- Rosario, Argentina

### Scenario

Amanda acaba de llegar a Granada hace apenas una semana, ha viajado con lo justo, ya que se le iba de presupuesto facturar una maleta para meter toda su ropa, por lo que tiene previsto ir de compras, pero ella quiere algo especial.

### Expectations

- Experiencia cómoda para comprar ropa.
- Contacto fiable con la marca.

STAGES	Awareness (anticipa)	Inspiration (Ir)	Decide (qué tomar)	Act (sentar)	Observation (comer)	Conclusion
STEPS	Investiga por Internet sobre tiendas de ropa en Granada	Decide investigar su página web para ver como es la marca	Decide ponerse en contacto mediante el correo que aparece	No se decide acerca de como comprar	Decide mirar la ropa disponible para tenerla ya elegida y saber el precio de cada una	Cuando tiene algunas prendas ya elegidas, se dirige a la tienda
THINKING	Amanda recuerda haber escuchado en clase a una profesora hablar sobre una marca de ropa granadina. Le suena que la profesora comentó que era ropa hecha a mano y reciclada, pero no sabe el nombre.	Entra a la web, donde lee sobre el origen de la marca, la cual le interesa cada vez más. Quiere conocer acerca del taller, la ropa, accesorios etc.	El contacto sale en la misma página y usa su correo para hablar ellos.	Una vez ha hablado con ellos, le comentan las posibilidades para comprar ropa (Presencialmente o mediante Vinted)	Se va a la página, pero recuerda que aquí no aparecía la ropa, por lo que si quiere ver lo que tienen disponible tiene que ir a Vinted.	Piensa que puede existir la posibilidad de que cuando llegue, esa prenda se la hayan llevado ya.
DOING	Como no recuerda el nombre, acaba preguntando a un compañero, este si se acuerda del nombre.	Pincha en las secciones de la página, para descubrir más sobre la marca, pero se encuentra con que le llevan al mismo punto, donde pone la información de contacto.	Les escribe para conocer más sobre la marca, así como para saber como comprar	Amanda no tiene cuenta de Vinted, por lo que decide ir personalmente a comprar la ropa, aunque esta le pilla bastante lejos.	Se crea un perfil de Vinted para poder ver los precios. Podría comprar ya por aquí, pero como nunca ha usado, no se fía.	Ya en la tienda, observa con mayor detalle todas las prendas y accesorios, donde hay algunas cosas nuevas que no había visto
PAIN POINTS	Nombre en inglés, difícil de encontrar en redes sociales.	Todas las secciones de la página principal te llevan a la misma página.	Tiene que esperar a que le contesten al correo, tardan unas pocas horas.	Pocas posibilidades para comprar vía online.	No solo no puede comprar por la página, si no que no hay catálogo.	Ninguno, una vez en la tienda, todo va perfecto.
FEELING	   feeling	   feeling	   feeling	   feeling	   feeling	   feeling
OPPORTUNITIES	Cambiar por un nombre en español, o situarse mejor en redes sociales.	Añadir páginas nuevas donde haya contenido para cada sección.	Dar un número de teléfono o abrir un chat de soporte, donde el contacto sea más cercano	Diseñar una tienda online.	Aunque no exista tienda online, diseñar un catálogo con precios.	-