

MARÍA DOMÍNGUEZ



DETALLISTA - CURIOSA - TRABAJADORA

"Es fascinante como las personas pueden alterar los objetos de su alrededor y transformarlo en algo de otro mundo"

DEMOGRAFÍA

Edad: 46

Género: Mujer

Profesión: Alfarera

Nacionalidad: Española

Ubicación: Valencia, España

Estilo de vida y bibliografía:

Pasó la mayor parte de su vida en su pueblo natal y aprendió alfarería en su taller familiar. Más tarde heredó el negocio y ahora se dedica a vender sus obras de artesanía y a encontrar su propio estilo.

METAS - INTERESES

- Le gusta viajar y la mayoría de actividades turísticas
- Prefiere actividades turísticas relacionadas con su trabajo

PUNTOS DE DOLOR - DEBILIDADES

- Se frustra con facilidad si algo le sale mal
- Le da importancia a los pequeños defectos
- No le gusta perder el tiempo

ESCENARIO

Es una persona que se dedica a la artesanía y le dedica mucho interés y pasión en lo que hace. Además, no solo se fija en un mismo estilo artístico, sino que va buscando inspiración en distintos destinos turísticos. Es una persona bastante detallista, de modo que cualquier defecto que encuentre a través del medio puede llegar a afectarle.

PREFERENCIAS

Calidad

Precio

Originalidad

HABILIDADES

Tecnología

Resolución de problemas

PERSONALIDAD

Introvertida

Extrovertida

Baja confianza

Mucha confianza

Seguidora

Líder

Mente cerrada

Mente abierta

Solitaria

Colaborativa

MARCAS



User Journey #1 Escapada familiar



María Domínguez

- Mujer
- Alfarera
- 46
- Valencia, España

Escenario

María quiere viajar a Granada con sus padres, marido e hijos por turismo, pero también le gustaría participar en actividades organizadas en base a lo que le gusta. Encuentra este sitio web que pertenece a los mejores talleres del municipio y tiene buenas reseñas. Decide reservar una visita en grupo a ese taller.

Expectativas

- Una buena primera impresión
- Que sea fácil hacer la reserva
- Tener detalles de lo que se ofrece

ETAPAS

Conciencia

PASOS

Quiere ir de viaje a Granada

Inspiración

Ve un anuncio del taller en Instagram

Decisión

El anuncio la redirige al sitio web y esta la observa

Actuación

Entra en la página de compra

Observación

Observa los detalles y planifica el día con su familia

Conclusión

Acuerdan un día y se realiza la compra

PENSAMIENTO

"Me gustaría tomarme un tiempo libre con mi familia en Granada"

"Un taller en Granada que organiza visitas grupales... Puede estar bien"

"Pues tiene buena pinta, puede ser una buena oportunidad para escaparnos"

"Esta bien, me ha convencido, vamos a ver..."

"Hay algunos detalles que no me gustan mucho, pero no esta tan mal. Espero que a mi familia le guste el plan"

"Pues ya está todo listo, ahora solo queda comprar billetes de tren o avión"

ACCIÓN

Piensa si quiere empezar a buscar un viaje a Granada por Internet

Buscando en buscadores, redes sociales, plataformas de turismo, etc.

Observando el sitio web del taller que organiza las visitas grupales

Entra en la página de visitas grupales y observa las características principales

Observa las condiciones y los detalles de la visita. Propone el plan a su familia

Termina de hablar con su familia para acordar el día de la visita, después realiza la compra de las entradas en la web y listo.

PUNTOS DE DOLOR

Se siente agotada y no ha tenido un buen día en la tienda

Le faltan detalles que ella quiera saber en el anuncio o no le parece muy bonito

Ella pensaba que el anuncio la llevaría directamente a la página de inicio en vez de la página de detalles de la visita

Alguna de estas características puede no convencerla, como el precio o el aforo

Puede que haya algún detalle o condición que no le guste y se eche para atrás

Ella tiene que comprar billetes de transporte para ir a Granada de forma completamente independiente



sentimiento



OPORTUNIDADES

Las mayoría de recomendaciones que recibe deberían ajustarse a lo que ella realmente quiere (p.e las actividades)

El anuncio debería transmitir la información suficiente, de la manera más bonita posible en el menor tiempo posible

El enlace al anuncio debería ser más directo, de hecho, si el cliente quiere información adicional, podría ir voluntariamente a la página de inicio

Las características deben estar acorde con la competencia

Evitar las ambigüedades con los detalles y con las condiciones, y que estas se adapten a todos los tipos de grupos y objetivos de los turistas

Primeramente debería recomendar planes de viajes con todo incluido, ya que es lo que la mayoría de gente prefiere (se complican menos la vida)