Empathy Map

My experience

Hay algunos enlaces que fallan en la página o que están mal posicionados

La conexión no es segura

Los videos de la página principal son exageradamente grandes en los navegadores de PC

El boton de Instagram no pega

El sitio web solo nos ofrece una ubicación mediante un mapa, debería también incluir la dirección completa

Hay dos apartados, visitas normales y escolares/ ERASMUS, pero las dos ultimas llevan a una pagina con un enlace al mismo sitio al que lleva la primera, asi que sobran dos secciones en el desplegable

Los precios de la visita del taller en principio parecen poco accesibles, aunque luego se justifican por todos los servicios que ofrecen (aparecen despues, impacto reducido)

El apartado de informacion adicional es INNECESARIO

Los mecanismos para escoger el número de personas en la visita está mal diseñada

Precios infantiles, pueden ser liosos

En la descripcion dicen que el aforo del grupo mayoritario es de 14 personas cuando se ofrecen hasta grupos de 15

Sale mas rentable hacer un grupo de 10 que de 11 o mas personas (30 € de diferencia)

El sitio web te obliga a aceptar las cookies

Empathy Map: case study TOURIST GUIDE

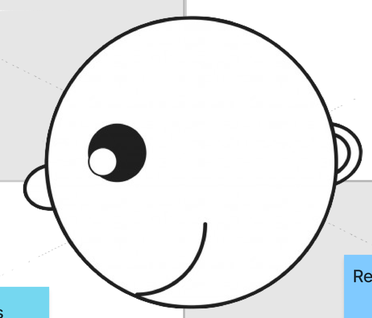
SAY
quotes and key words

the users say.

- Quiero participar en todos los talleres que pueda.
- Es realmente cómodo que haya transporte para la ida y la vuelta.
- Mi hijo pequeño disfruta mucho de estas experiencias en grupo. Este tipo de cosas se están perdiendo.
- Me fascina el esmero que le ponen a sus obras, te hipnotiza por completo. — Luis Miguel

THINK
what the users might be thinking? motivations, their goals, their needs, their desires?

- Tiene que llevar mucha práctica dominar todas las técnicas necesarias para poder fabricar estas artesanías. Interesante. — Luis Miguel
- Si tuviera dos hijos de 12 años uno tendría que pagar, no me parece bien. — Luis Miguel
- El precio no parece muy competitivo.
- Es mejor usar Google Maps para saber donde está el local — Luis Miguel
- ¿Por qué puedo comprar, por ejemplo, 100 visitas organizadas al taller para 15 personas? — Luis Miguel
- ¿Y si compro una pieza de artesanía? Quedaría bien en mi casa — Luis Miguel
- Me gustaría acudir con un grupo pequeño, pero realmente no merece la pena con respecto a uno grande, por el tema del precio.
- Me gustaría participar en la elaboración de alguna pieza de artesanía.
- Quiero preguntar sobre aspectos técnicos de los talleres.



DO
the actions the users takes

- Siempre miro la guía antes de la visita.
- Miro todos los talleres con mucha atención y curiosidad.
- Me suelo fijar mucho en los detalles de sus obras que tienen publicadas. — Luis Miguel
- Voy solo siempre que puedo.
- ¿Cúanto tiempo llevan dedicándose a este estilo de artesanía? (y más preguntas) — Luis Miguel

FEEL
emotions your users be feeling

- Relajación — Luis Miguel
- Confusión
- Siento que los artesanos, a pesar de que sean muy buenos en su trabajo, son egocéntricos — Luis Miguel
- Molestia por el precio
- Es normal que nos encontremos ciertos grupos de personas, pero me agobian un poco las multitudes.
- Me sienta bien que mis hijos pequeños entren gratis.

USER NEEDS
What he really need?

Teo Yu Siang and Interaction Design Foundation.

- Precios más competitivos.
- Comprar las visitas al taller rápidamente.
- Ubicación más precisa
- Una página web a la altura de sus obras, que no sea "una página web más", no llamará la atención de los clientes — Luis Miguel

INSIGHTS
How can I help the user?

- Interfaz de compra de visitas de taller mejor diseñada.

La conclusión que se extrae de este pequeño análisis, es que la página web objeto de estudio tiene ciertas deficiencias que habría que subsanar, de cara a mejorar la experiencia de usuario y, por ende, contribuir a un mayor éxito de lo que ofrece Artesanía Nazarí, pues realmente hay aspectos interesantes y potenciales en esas visitas guiadas a través de la cultura en torno a la artesanía.