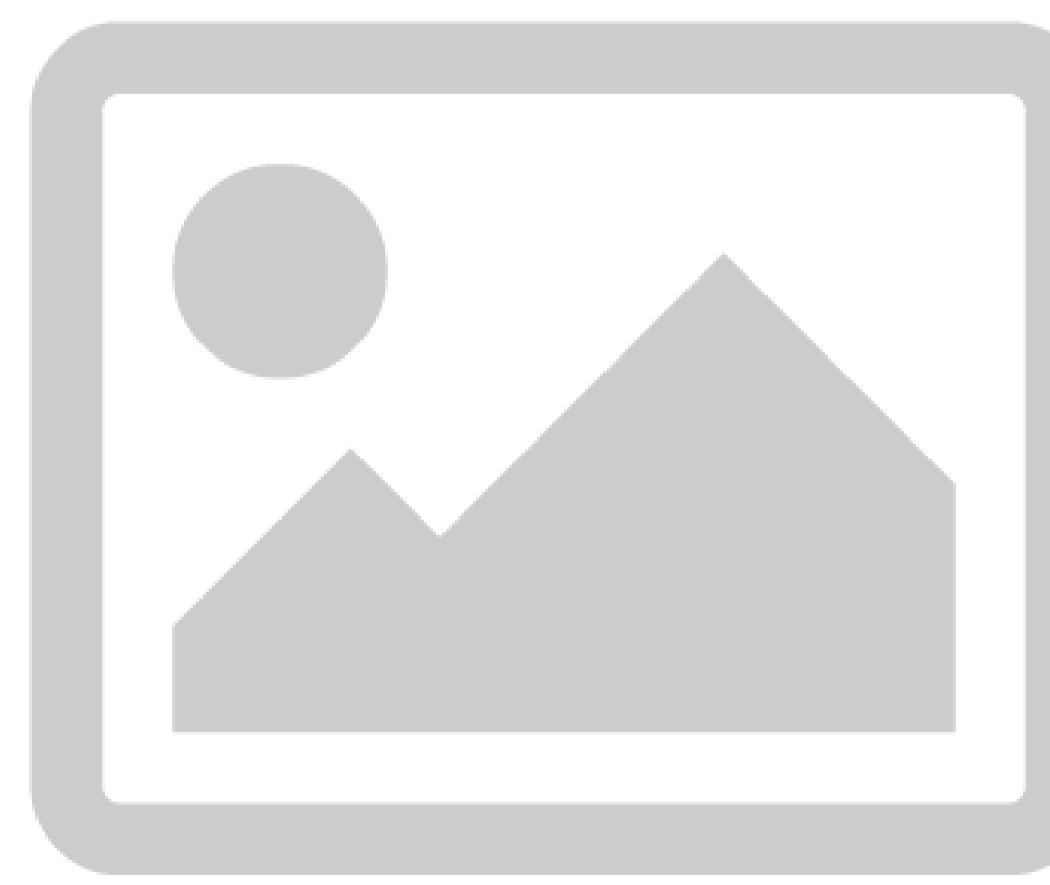


My experience

La experiencia inicial es un tanto desagradable. A priori la combinación de colores es simpatica quizás, el video podría tener margenes laterales, pero no se ve muy mal. Sin embargo, pronto un insoportable icono de Instagram empieza a botar en la parte derecha conforme se transita por el menú. Finalmente se hace también tedioso que no dejen de abrirse nuevas pestañas.



Empathy Map: case study TOURIST GUIDE

SAY

quotes and key words
the users say.

Impresionante

Artículos hermosos y gente muy amable apasionada por lo que hace.

Sin duda una de las cosas mágicas de Granada, que artesanos te expliquen y ver cómo se hacían las yeserías de la Alhambra. Comprender el trabajo y la dedicación que conlleva. Muy interesante sin duda la recomiendo.

DO

the actions the users takes

Comprar una visita
al taller.

ADRIAN ORDUNA

Visualizar imágenes
y videos sobre el
taller y visitas de
grupos anteriores.

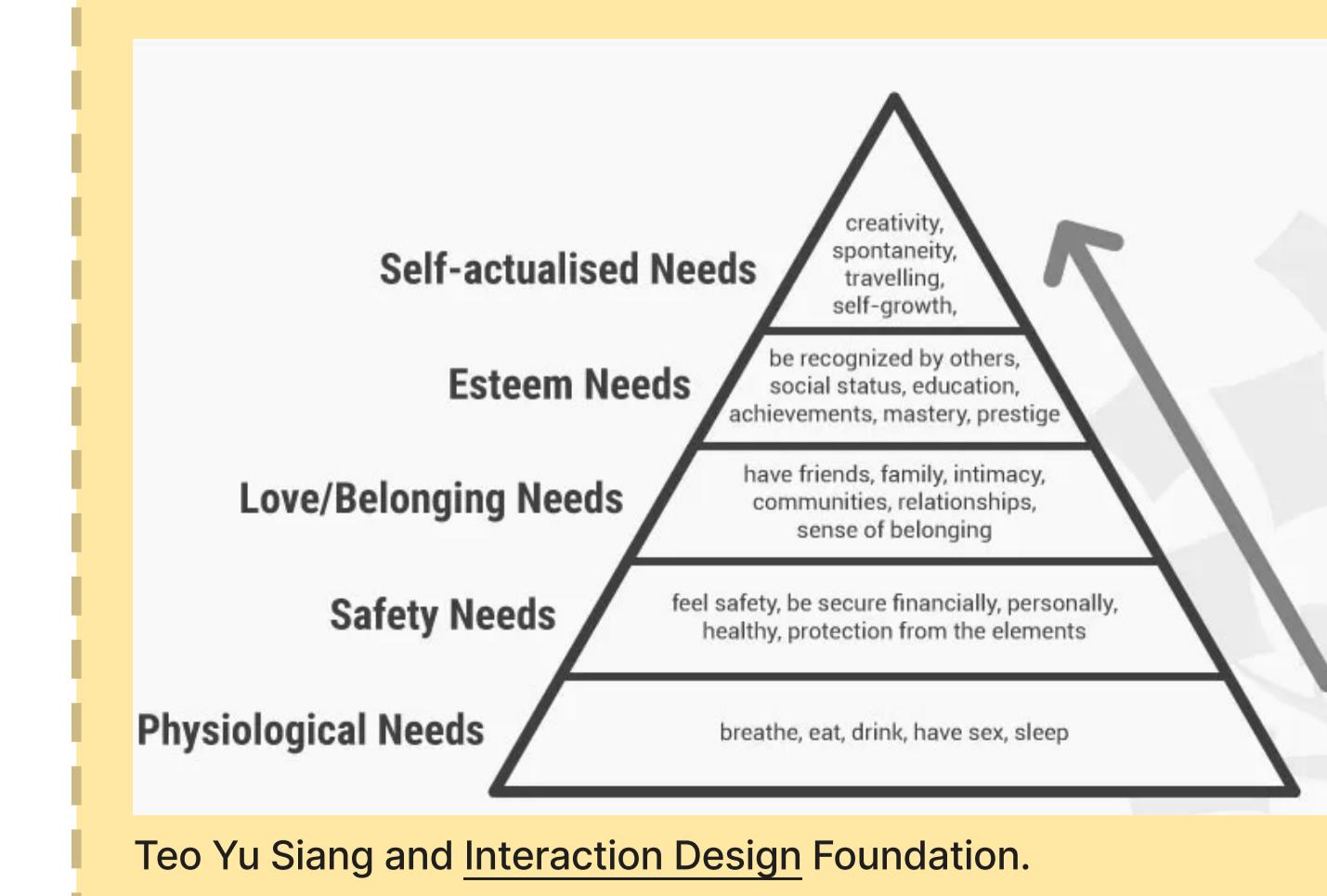
ADRIAN ORDUNA

Comprar un artículo
de la tienda.

ADRIAN ORDUNA

USER NEEDS

What he really need?



Busco información
histórica sobre la
artesanía nazari.

ADRIAN ORDUNA

Me interesa hacer
turismo relacionado
con la artesanía
nazari.

ADRIAN ORDUNA

THINK

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

Quiero comprar
piezas de artesanía
nazari.

ADRIAN ORDUNA

FEEL

emotions your users
be feeling

Me siento perdido y
abrumado
navegando en la
página.

ADRIAN ORDUNA

INSIGHTS

How can I help the user?

Resumir la información antes de forzar al usuario a abrir una nueva pestaña, es decir, que la visión general de la página sea más sencilla y la información esté más simplificada, como por ejemplo, que el precio de la visita no sea un intervalo de precio.