

PERSONA #1: LUIS LOZANO



SOCIABLE - IMPLICADO - CERCANO

"Hacer un buen vino es arte, pasión y química. Degustarlo, es algo que te llena el alma"

DEMOGRAPHICS

Age: 42

Gender: Varón

Profession: Enólogo

Nationality: Español

Location: Logroño, España

Lifestyle & bio: Pese a su edad, tiene gran experiencia en la enología ya que es su pasión. Siente devoción por su trabajo, por ello siempre está pensando en él. Cuando puede aprovecha para visitar distintas bodegas junto a sus amigos y rescatar sabores e ideas para crear nuevos vinos.

user persona template [DIU-UX Toolkit]

GOALS - INTERESTS

- Crear el mejor vino que jamás haya existido.
- Fomentar la mejora en calidad de los vinos en general.
- Introducir a más personas a apasionarse al vino.
- Innovación en las técnicas de vinificación mediante la fusión de técnicas tradicionales y novedosas.
- Conocer más apasionados como él.

PAIN POINTS - CONCERNS

- Preocupación por los intentos de engaño con el vino en aquellas bodegas que dan a sus usuarios productos distintos de los que ofrecen.
- Le molesta que los demás sólo aprovechen las catas de vinos para emborracharse.
- Preocupado por el mal etiquetado del vino.

SCENARIO

El próximo fin de semana lo tiene libre, por lo que ha decidido que va a hacer una cata de vinos en alguna bodega de Andalucía. Espera encontrar información meticulosamente precisa sobre el producto que se ofrece en cada cata para poder decidir.

MOTIVATIONS

Enología

Conocer más apasionados

Innovación

SKILLS

Vinificación

Comunicativas

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS



User Journey #1 Case study: (i.e. first-time User)

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Luis Lozano

- Hombre
- Enólogo
- 42
- Logroño, España

Scenario

Luis había estado mirando el día anterior posibles bodegas andaluzas a las que ir el próximo fin de semana. Todavía no se había decidido por ninguna cuando apareció un anuncio de Google ads. El anuncio promocionaba una página web especializada en rutas vinícolas, ofreciendo la oportunidad de descubrir nuevas bodegas y experiencias relacionadas con el vino.

Expectations

- Espera encontrar una amplia gama de rutas vinícolas disponibles.
- Espera que la página web sea fácil de usar y navegar.
- Espera que la página web proporcione información detallada y precisa sobre cada ruta.

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Act	Observation	Conclusion
STEPS	Buscar información sobre rutas de vinos que se puedan ofrecer a los socios de la peña.	Seleccionar las rutas vinícolas más interesantes.	Visitar la página web de rutas de vinos y seleccionar las mejores opciones	Inscribirse o reservar una ruta de vinos que parezca prometedora.	El proceso de reserva no funciona correctamente en su teléfono móvil	Acude a su reserva
THINKING	Dónde puede encontrar una variedad de rutas vinícolas que sean le atractivas y aporten nuevas ideas	Cuáles son las rutas que mejor combinan calidad, variedad e innovación	Si la página ofrece una buena selección de rutas de vinos y si la información es clara y detallada	Cómo es el proceso de reserva y qué información necesita proporcionar	Cómo no está preparada la página para teléfonos móviles en pleno 2024	Está contento porque puede conocer a mucha gente interesada en la enología.
DOING	Navegando por internet buscando páginas web especializadas en rutas de vinos.	Leyendo reseñas y comparando rutas en la página web encontrada.	Navegando por la página web, explorando las distintas secciones y rutas disponibles	Completando el proceso de reserva en la página web.	Gira su teléfono intentando ver si así puede acceder mejor a los botones	Disfruta de los paisajes de la bodega así como de la cata
PAIN POINTS	Dificultad para encontrar una página web con una oferta amplia y diversa de rutas vinícolas.	Información insuficiente o confusa sobre algunas rutas en la página web.	Puede que encuentre que la navegación no es intuitiva o que la información sobre las rutas es insuficiente	Problemas con el proceso de reserva o falta de confirmación inmediata podrían generar incertidumbre.	No puede acceder correctamente a los botones, por lo que tendrá que usar el ordenador.	Que alguno de los siguientes vinos sea de mala calidad o no esté bien etiquetado
FEELING		feeling	feeling	feeling	feeling	feeling
OPPORTUNITIES	Crear un listado de posibles páginas web para evaluarlas en detalle más adelante.	Solicitar información adicional directamente a los organizadores de las rutas	Recopilar una lista de preguntas y comentarios para el proveedor de la página web para mejorar la experiencia.	Dar feedback constructivo sobre la experiencia de reserva para que la página web pueda hacer mejoras.	Los dueños de la página deberían arreglar este tipo de errores de adaptación a teléfonos móviles	Preguntar a aquellos que le acompañan sobre otras posibles bodegas que sean de buena calidad.

PERSONA #2: LUCIA HERRERIAS



APASIONADA - CURIOSA - DIVERTIDA

"Lo mejor de una buena copa de vino son todas las que vienen después"

DEMOGRAPHICS

Age: 69

Gender: Mujer

Profession: Jubilada

Nationality: Española

Location: Murcia, España

Lifestyle & bio: Jubilada desde hace 5 años, de siempre le ha gustado mucho el vino y hacer rutas de montaña y viajes con sus amigas, desde que esta jubilada se dedica a viajar a las ferias vinícolas de los diferentes pueblos de alrededor.

GOALS - INTERESTS

- Socializar con otros amantes del vino y compartir experiencias.
- Encontrar un vino que le guste a su marido
- Viajar a ferias vinícolas y descubrir nuevas bodegas.
- Disfrutar de la jubilación viajando y conociendo pueblos atractivos.
- Vino

PAIN POINTS - CONCERNS

- Preocupación por la salud de su hijo menor y cómo afecta su bienestar emocional y físico.
- Dolor al andar, lo cual puede limitar su capacidad para participar en actividades.
- Dependencia de su pensión como fuente de ingresos, lo que genera preocupación por la estabilidad financiera.

SCENARIO

Desde que se unió como miembro activo en la asociación de amantes del vino, Lucía, de 69 años, está comprometida en facilitar a sus compañeros la participación en las actividades relacionadas con el vino. Ella espera que la aplicación les brinde la posibilidad de inscribirse y modificar eventos fácilmente. María confía en que una aplicación eficiente aumentaría la organización de eventos y fortalecería la comunidad de amantes del vino.

MOTIVATIONS

Energía

Amigos

Dinero

SKILLS

Empatía

Comunicación

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS



User Journey #2 Case study: (i.e. first-time User)

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Lucia Herrerias

- Mujer
- Jubilada
- 69
- Granada, España

Scenario

Lucia esta acostumbrada a viajar con sus amigas, hacer catas de vinos en estos cuando se dan diferentes ferias de pueblos, por ello deciden entrar en la pagina de ruta de los vinos de Granada que recomiendo Paqui para no perderse ni una.

Expectations

- Web sencilla para cualquier tipo de publico
- Informacion clara y concisa
- Precios no muy caros
- Poder reservar fecha con anterioridad

STAGES

Awareness

Inspiration

Decide

Act

Observation

Conclusion

STEPS

Va a cumplir 70 años y le gustaría visitar todos los pueblos y hacer las rutas vinícolas posibles antes de que la edad no se lo permita

Quiere viajar lo máximo posible con sus amigas

Deciden entrar en la página web de Paqui

Pide ayuda a su amiga Paqui para reservar una ruta

No hay fechas disponibles

Al final consiguen una cata en vez de una ruta

THINKING

Esta preocupada porque no sabe donde encontrar mas rutas o catas

No sabe de ningun sitio que organice rutas o catas de vinos

No sabe si encontrara fechas disponibles

Se siente bien por tener una amiga que le ayude tanto

Piensa que tiene poco en cuenta a la gente que tiene mas dificultades en meterse y encuentran menos plazas

Esta muy contenta porque al final encuentra una cata

DOING

Busca por internet informacion

Le pregunta a Paqui

Entra en la web de rutas

Intenta aprender mientras le ayuda su amiga con la pagina

Llama por telefono para pedir ayuda

Llega a la cata y ve que son vinos tintos, cuando lo que le gusta a ella son blancos

PAIN POINTS

No entiende la tecnologia del todo y le cuesta buscar por internet

No conoce la pagina que le recomienda paqui

No sabe como acceder a las rutas

Se siente bien porque aprende con facilidad

Se siente desmotivada por tantas trabas

Tiene que buscar una nueva ruta o cata de vinos

FEELING



feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

OPPORTUNITIES

Preguntar en puntos de interes como en tiendas de alpinismo o vinícolas

Puede buscar informacion en otros sitios

La pagina deberia mejorar su interfaz con menos desplegables

Puede apuntarse a un taller de informatica para mejorar sus capacidades con las tecnologias

El taller deberia instaurar tramos para darle oportunidades a todo el mundo

Deberia haberse informado mejor sobre la cata