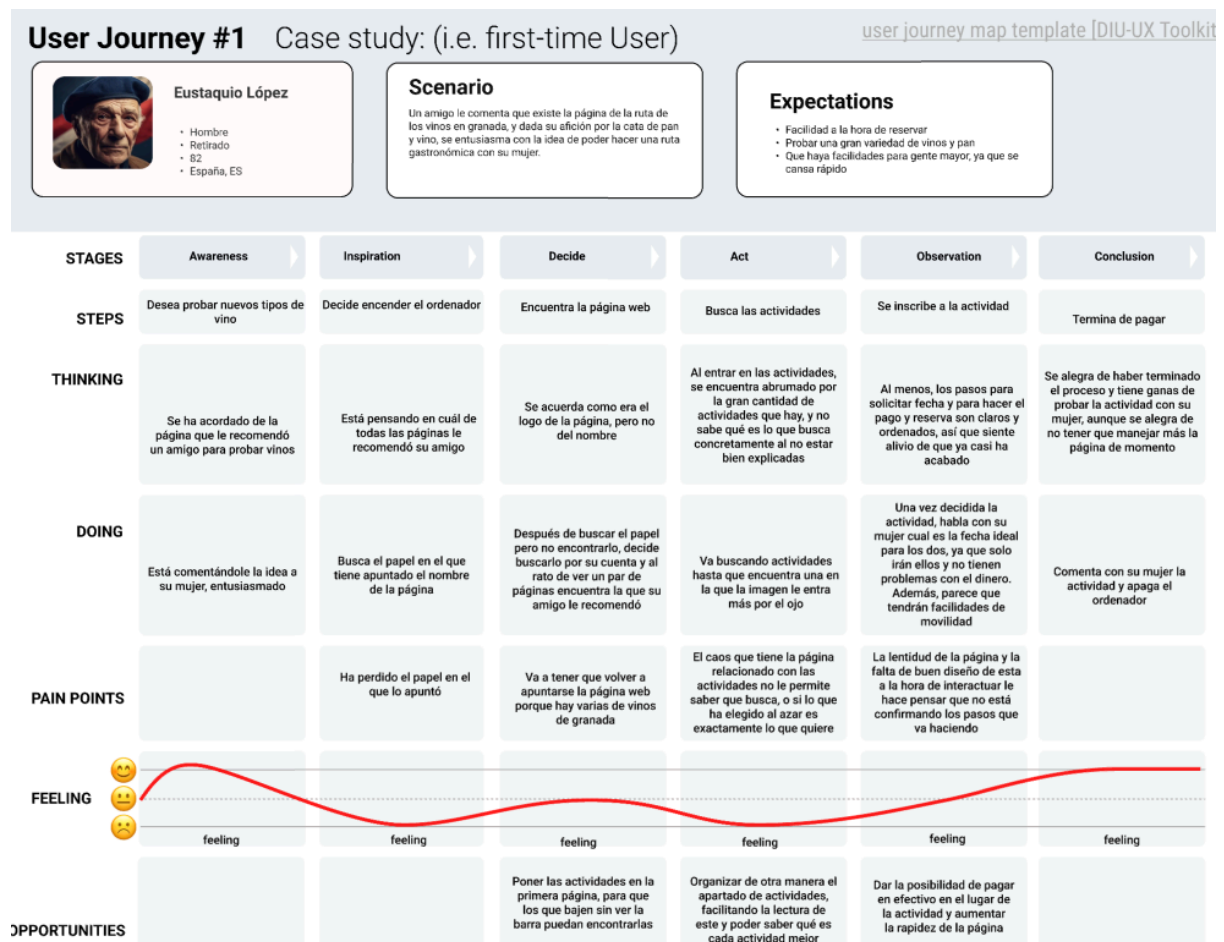


Journey Map

Una vez creadas las personas, toca crear el mapa de su experiencia. En el primer caso, Eustaquio tiene dificultades para elegir una actividad, ya que no sabe en qué consiste cada una, teniendo problemas como la movilidad reducida, mientras que Ada tiene un claro problema con el idioma, ya que ella solo sabe alemán, y google no ha dado soporte para traducir la página por defecto a su idioma.



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

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Ada Fischer

- Mujer
- Fotógrafa
- 42
- Alemania, Deu

Scenario

Quiere hacerle un regalo a su mejor amiga, y algo que ambas disfrutan es una copa de vino de buena calidad. Recuerda que su amiga es de Granada, así que busca en una página que le comentó una vez para comprar un vino de su tierra.

Expectations

- Encontrar un buen vino de Granada
- No tener que dar demasiados datos personales salvo los necesarios de envío
- Que sea sencillo, porque no sabe usar internet

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Act	Observation	Conclusion
STEPS	Quiere comprarle un vino a su amiga	Recuerda que su amiga es de Granada	Decide meterse en la página ruta de los vinos	Encuentra la sección de compra de vinos nada más entrar en la página	Compra el vino	Ha terminado la compra
THINKING	Lo mejor sería regalarle un vino de su tierra, y ya de paso lo prueba ella.	Ya que su amiga es de granada, lo mejor sería comprar un vino de su tierra.	De las dos o tres primeras opciones que le salen, le gusta la del icono rojo, que es la de la ruta de los vinos	Se siente aliviada, ya que aunque no entienda nada de lo que pone, al menos parece que ha encontrado los vinos.	Ve que solo piden los datos mínimos al terminar, y esto le supone un gran alivio	Después del mal rato, le ilusiona mucho ver que la botella llegará sin problema
DOING	Coge el móvil para buscar páginas web de vinos	Busca páginas de vinos de Granada, y le salen un par de opciones	Se mete en la página web de la ruta de los vinos	Elige un vino de un precio modesto, ya que no puede derrochar mucho en un vino caro.	Tiene que alternar entre el traductor y la página, ya que al principio no sabe que le piden.	Acaba de pedir y se siente muy satisfecha por haberlo logrado
PAIN POINTS			No tiene idea de español, y no encuentra un botón de idiomas	No tiene la menor idea de como usar una página web, y que decir de una en otro idioma. Si no fuera porque se usa el euro, tendría que haber pasado el precio a su moneda	Le cuesta mucho introducir los datos por la falta de traducción	No quiere volver a tener que navegar por esa página, pero lo hará si el vino merece la pena
FEELING	feeling	feeling	feeling	feeling	feeling	feeling
OPPORTUNITIES			Dar un acceso fácil a cambiar los idiomas y el hecho de poder cambiarlos	El idioma habría ayudado mucho, y modificar el precio según la moneda del país ayudaría en otras situaciones	Vuelve a tener el problema del idioma, ya que tiene que estar a dos bandas para poder traducir lo que le piden	El hecho de añadir idiomas le habría facilitado las cosas