

ANDREA TORRES



APASIONADA - VIAJERA - CREATIVA

"Cada fotografía es una historia que merece ser contada"

DEMOGRAFÍA

Age: 27

Gender: Mujer

Profession: Fotógrafo

Nationality: Reino Unido

Location: Londres, UK

Lifestyle & bio: Andrea es una mujer de 27 años, soltera y sin hijos. Tiene un trabajo estable y un buen nivel de ingresos. Le gusta viajar sola o con amigos.

OBJETIVOS - INTERESES

- Disfrutar de la gastronomía local y descubrir restaurantes.
- Explorar museos y galerías de arte contemporáneo.
- Visitar lugares históricos y aprender sobre la historia local.
- Tomar fotografías de paisajes impresionantes y documentar sus viajes.

PUNTOS DÉBILES- PREOCUPACIONES

- Encontrar transporte confiable y accesible para llegar a los lugares que quieren visitar
- Calidad de los servicios turísticos, como hoteles, guías turísticos y excursiones.
- Dificultad para encontrar los lugares que desean visitar
- Acceso limitado a los puntos de vista para fotografiar

ESCENARIO

Andrea está planeando un viaje a Granada para fotografiar la ciudad. Quiere conocer la historia detrás de cada monumento y descubrir los rincones más fotogénicos de la ciudad. También quiere disfrutar de la gastronomía local y el estilo de vida, y compartir sus experiencias en su blog de viajes.

MOTIVACIONES

Fotografía

Viajar

Aprender

HABILIDADES

Technology

Problem solving

PERSONALIDAD

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS

Canon

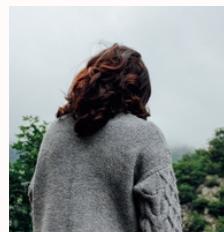
SONY



User Journey

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

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Andrea Torres

- Mujer
- Fotógrafo
- 27
- Londres, UK

Scenario

Andrea tiene planeado visitar Granada. Ha investigado los principales puntos de interés y tours turísticos de la ciudad, y ha encontrado una web. Se llama my top tour y se especializa en tour que están diseñadas para mostrar los principales puntos de interés de la ciudad.

Expectations

- Easy booking experience
- Closer connection with idols
- Want to get insights and tips

STAGES

Awareness

Inspiration

Decide

Act

Observation

Conclusion

STEPS

Investiga sobre los diferentes tours y actividades disponibles en Granada.

Decide ir al menú de recomendaciones

Abre un chat al soporte

No tiene muy claro que tour escoger.

Decide contratar un tour privado

Realiza la reserva

THINKING

Intenta recordar una web que le recomendó un amigo pero no se acuerda del link

No tiene muy claro que tour escoger así que decide dirigirse al menú de recomendaciones. Se encuentra de que, en la versión en inglés no hay ninguna recomendación

El contacto se puede hacer desde la misma página web y se puede navegar en esta mientras el chat está abierto.

Decide mirar las opiniones. Se encuentra en el menú "Empresa" y se fija que hay opiniones positivas de clientes anteriores.

Se da cuenta de que los precios no se muestran de manera clara en la web. Depende del día, la hora, la edad. Y se tiene que comprobar manualmente.

Decide realizar la reserva de un tour privado.

DOING

Después de buscar un rato encuentra la web que estaba buscando.

Ve que abajo a la derecha e izquierda se encuentran botones para pedir ayuda. Hace click en el de la derecha para abrir un chat

Habla con el agente de soporte y este le resuelve todas las dudas.

Decide mirar las opiniones. Se encuentra en el menú "Empresa" y se fija que hay opiniones positivas de clientes anteriores.

Se dirige al apartado de tours privados, en el menú de "free tours" y comprueba toda la información relativa al tour: precio, condiciones, etc...

Se dirige al portal de pagos, pone sus datos, el día de reserva para el tour y realiza la reserva.

PAIN POINTS

La página no tiene un nombre intuitivo. El dominio contiene guiones y es largo.

No puede entender el contenido de la web, porque la mayoría de esta no está traducida.

No hay problemas

Las opiniones en el apartado de "Empresa" es bastante pobre. Solo se muestra texto y nombre.

Indica un rango de precio pero no se indica en la interfaz de qué depende la diferencia de precio.

La lista de espera es de un mes.

FEELING



feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

OPPORTUNITIES

Conseguir un domino que sea más fácil de recordar.

Traduciendo todos los elementos de la web al inglés.

Incluir foto, si es posible, tour del que se está opinando, fecha de la visita, y el guía del tour.

Incluir de forma detallada de qué depende el precio de los tours privados.

How can we improve this step of the journey?