

CARLOS GONZÁLEZ



DIVERTIDO - CURIOSO - AMABLE

"Viajar solo te permite descubrir no solo nuevos lugares, sino también descubrirte a ti mismo"

DEMOGRAFÍA

Age: 32

Gender: Hombre

Profession: Profesor

Nationality: Alemán

Location: Berlín, Alemania

Lifestyle & bio: Carlos es un viajero empedernido, ha recorrido varios países de Asia, Europa y África. Le gusta leer, escribir y compartir sus experiencias de viaje en sus redes sociales y blog.

OBJETIVOS - INTERESES

- Aprender idiomas
- Conectar con la naturaleza y practicar deportes al aire libre.
- Compartir sus experiencias de viaje en redes sociales y su blog.
- Vivir aventuras únicas e inolvidables.

PUNTOS DÉBILES- PREOCUPACIONES

- Seguridad: Carlos está preocupado por la seguridad
- Barrera del idioma: Carlos está preocupado por los problemas de comunicación debido a la falta de conocimiento del idioma local
- Presupuesto limitado: Carlos tiene un presupuesto limitado
- Autenticidad: Carlos tiene altas expectativas en cuanto a la calidad y autenticidad

ESCENARIO

Carlos está planeando un viaje a Granada y quiere explorar la cultura y la vida nocturna local. Está preocupado por su seguridad en un destino desconocido y por los problemas de comunicación debido a la barrera del idioma.

MOTIVACIONES

Motivation

Motivation

Motivation

HABILIDADES

Tecnología

Resolución de problemas

PERSONALIDAD

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS



User Journey

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

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Carlos González

- Hombre
- Profesor
- 32
- Berlín, Alemania

Escenario

Carlos comienza su viaje buscando información en línea sobre Granada y sus atracciones turísticas. Él busca información sobre alojamiento, transporte, restaurantes y actividades locales. Encuentra un sitio web de tours turísticos y comienza a explorar las opciones disponibles.

Expectativas

- Experiencia fácil y sin complicaciones
- Precios asequibles
- Una web con múltiples idiomas

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Action	Observation	Conclusion
STEPS	Busca en Google tours en Granada	Se encuentra con la web freetour-granada.com	Encuentra un tour ideal que se ajusta a sus requisitos.	Decide resevar una visita guiada	Recibe la confirmación	Decide dejar una valoración de su experiencia en la web.
THINKING	Encuentra una gran cantidad de páginas de tours. Le llama la atención freetour-granada.com , por estar buscando tours gratuitos.	Se da cuenta de que la página web solo está en Español. Los tours están solo en Inglés. Debe de recurrir a la traducción de páginas de Google para comprender el contenido de la página.	Se da cuenta de que los tours están muy bien explicados. Mira los vídeos y las fotos que se incluyen en cada tour y se encuentra uno que le llama la atención.	Quiere reservar una ruta turística para el día que va a estar visitando Granada.	Está preocupado porque la confirmación del tour está tardado demasiado en llegar	Quiere dejar su opinión pero está confundido. No sabe dónde escribirla. Se va a triadvisor y escribe su opinión ahí.
DOING	Se pone a buscar en internet páginas conocidas que ofrezcan tours gratuitos en Granada. Se decanta por los primeros resultados de búsqueda.	Accede a la web y se encuentra que en el apartado de "Free Tours" se ofrecen tours con reserva gratuita. También ve los de pago, pero	Comprueba toda la información proporcionada, como lugar de salida, hora de salida, qué se incluye, qué no, política de cancelación, etc...	Selecciona la fecha que le viene bien con el calendario que se ofrece, completa los datos personales y reserva para una actividad	Recibe un correo electrónico con la confirmación de la reserva después de 2 días.	Se va a la página donde se encontraba el mismo tour para dejar su opinión.
PAIN POINTS	Se ha dado cuenta de que la página aparece en el apartado de anuncios de Google.	No puede poner la página en Alemán, el cual es el idioma que habla.	No experiencia problemas	El botón del menú que dice "Reservar ahora" no reserva el tour que se está viendo en ese momento, sino que tiene que seleccionarlo otra vez.	La confirmación ha tardado 48 en llegar, sin mucha antelación en caso de que se hubiese cancelado.	Tiene problemas para encontrar dónde dejar su opinión. En la lista de tours aparece un número de opiniones con puntuación pero cuando hace click no encuentra el formulario
FEELING		feeling	feeling	feeling	feeling	feeling
OPPORTUNITIES	Intentar mejorar el posicionamiento de la web en Google.	Incluir más idiomas a parte del inglés y el español	Poner opiniones de otros clientes	Hacer que el botón de reservar ahora muestre solo la seleccionada en ese momento	Realizar las reservas de forma inmediata. Penalizar las cancelaciones por parte del usuario.	Poner un formulario al final de cada tour para dejar la opinión