

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. Estudió periodismo en la universidad de Oxford. Después de terminar la universidad trabajó en un diario. Hace dos años se interesó por la fotografía y ahora tiene un trabajo estable de fotógrafa para una revista de fauna salvaje.

OBJETIVOS - INTERESES

- Montar su propia empresa
- Explorar museos y galerías de arte contemporáneo.
- Visitar lugares históricos y aprender sobre la historia local.
- Tomar fotografías de paisajes y documentar sus viajes.

PUNTOS DÉBILES- PREOCUPACIONES

- Es bastante solitaria. Le gusta hacer las cosas por ella misma.
- Es bastante desconfiada.
- Necesita tener todo controlado en todo momento

ESCENARIO

Andrea tiene un estilo de vida activo y aventurero, ya que gran parte de su trabajo implica pasar tiempo en el campo fotografiando animales y paisajes naturales.

Cuando no está trabajando, Andrea disfruta pasar tiempo con amigos y familiares. Le encanta explorar nuevos lugares y probar restaurantes y bares locales en Londres. También es una entusiasta de los eventos culturales, y le gusta asistir a exposiciones de arte, conciertos y festivales.

MOTIVACIONES

Fotografía

Viajar

Aprender

HABILIDADES

Tecnología

Socializar

PERSONALIDAD

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS

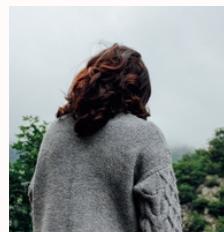
Canon

SONY

User Journey

Case study: Opiniones de otros clientes

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.

No tiene aún muy claro quiere escoger. Piensa que a lo mejor las opiniones de otros usuarios le pueden ayudar a elegir

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. Andrea no sabe de qué tour es cada opinión

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 dominio que sea más fácil de recordar.

Traduciendo todos los elementos de la web al inglés.

Incluir foto, tour del que se está opinando, fecha de la visita, y el guía del tour de la opinión, valoración en un rango de 5 estrellas y fotos.

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

Se podría indicar en la página del tour un apartado donde se indique el tiempo de espera estimado de cada uno.