

JOSEFA BUENO GÁLVEZ



FUN - DEDICATED - COMPASSIONATE

"LA FAMILIA ES EL
MAYOR TESORO
QUE TE DA LA VIDA"

DEMOGRAPHICS

Age: 65

Gender: Female

Profession: Carnicera

Nationality: Española

Location: Granada, ES

Lifestyle & bio: Soy una persona que actualmente está jubilada. Vivo con mi marido que está jubilado también. Me encanta la cocina y la mayor parte de mi tiempo la invierto en hacer postres para mis nietos y para ir a tomar café con mis amigas.

GOALS - INTERESTS

- Semana Santa
- Religión
- Felicidad
- Ver a mis nietos
- Ver la televisión
- Usar filtros de redes sociales
- Cocinar

PAIN POINTS - CONCERNS

- Su punto principal de dolor es su propia salud como la de su familia, así como que todo su entorno sea feliz y se encuentre en bienestar.

SCENARIO

Al ser una persona jubilada, tengo mucho tiempo libre y me encantaría usarlo para hacer actividades interesantes y que me aporten algo a nivel cultural. No me gustan los viajes largos y por eso me encantaría vivir estas experiencias cerca de mi ciudad o en la misma.

MOTIVATIONS

Viajar

Cuidar a sus nietos

Leer

SKILLS

Tecnología

Resolución de problemas

Cocinar

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS

ZARA

Milka

H&M

User Journey #1 Case study: Primera vez usando la página Web

User journey map template [DIU-UX Toolkit]



**JOSEFA BUENO
GÁLVEZ**

- Mujer
- Carnicera
- 65
- Granada, ES

Scenario

Su hijo le recomienda usar una página Web donde ofertan tours gratis por Granada. Ella decide realizar uno con su marido para experimentar un tour guiado por su ciudad por primera vez.

Expectations

- Reservar de forma rápida
- No ser estafada
- Ayuda interactiva

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Act	Observation	Conclusion
STEPS	Realizar una reserva	Encontrar la página Web	Usar la página Web	Rellenar los datos de la reserva	Se encuentran con problemas a la hora de realizar la reserva	Hace que su hijo venga a su casa para finalizar la reserva
THINKING	Motivada por realizar el tour	Se empieza a encontrar un poco perdida por tener que encontrar la página	Se siente tranquila al ver un botón de "Reservar ahora"	Se encuentra confusa e inquieta al ser redireccionada hacia otra página al intentar reservar	Se inquieta al ver que hay una cantidad de dinero cerca del botón de reservar	Lo ocurrido en la fase anterior le hace desconfiar de la página Web
DOING	Coge el móvil y busca el nombre de la página Web que le recomendó su hijo	Introduce en el navegador el nombre de la página	Hace click sobre el botón de "Reservar ahora"	Lee detenidamente la nueva información que le aparece en la pantalla para saner qué ha ocurrido	Llama a su hijo para cerciorarse de que los tours sean gratis	Se comunica con su hijo para que le ayude a finalizar la reserva
PAIN POINTS	Tiene que preguntar varias veces a su hijo cómo se llama la página	Le salen varias páginas con el mismo nombre y tiene que volver a preguntar a su hijo	No hay mucho problema en esta fase pues el botón le señala bien lo que quiere realizar	Tiene que investigar sobre la nueva información que le aparece	Aparece una cantidad de dinero que hace dudar de la confianza en la página	Debido a los problemas que impone la página Web y la información que se expone, la persona duda y necesita del apoyo de otra
FEELING	😊	😊	😊	😊	😊	😊
OPPORTUNITIES	Se podría publicitar la página en una red social, donde haya un enlace claramente visible que redirija al usuario de forma fácil a la página	Usar un nombre de página que no contenga palabras comunes a otras páginas	No aplica	No debería de redirigir una página hacia otra, se debería hacer la reserva desde la misma	Separar de forma clara los tours gratis y los que cuestan dinero	La forma de mejorar este paso viene de la mano de mejorar los apartados anteriores