

# PERSONA #2: MARISOL GÓMEZ



“Aspiro a vivir una vida tranquila, interesante y con impacto positivo para el medio ambiente y los demás”

## DEMOGRAPHICS

**Age:** 29  
**Gender:** Femenino  
**Profession:** Comerciante de productos ecológicos  
**Nationality:** España  
**Location:** Granada  
**Lifestyle & bio:** Nacida en Albacete, llegó a Granada por primera vez para estudiar filología. Aunque no terminó la carrera, quedó enamorada de la ciudad, y ha montado su propio negocio. En su tiempo libre le gusta hacer manualidades con materiales reciclados, cocinar, leer libros ver películas francesas y pasear. Colecciona vinilos de jazz, es ovolactovegetariana y siente una extraña fascinación por los saltamontes.

## GOALS - INTERESTS

- Mantener la tienda abierta
- Formas de proteger el medioambiente
- Historia y lugares de Granada
- Conocer personas interesantes
- Hacer crecer la colección de vinilos
- Aprender nuevas recetas
- Adquirir decoración y recuerdos significativos sobre Granada
- Conseguir un saltamontes

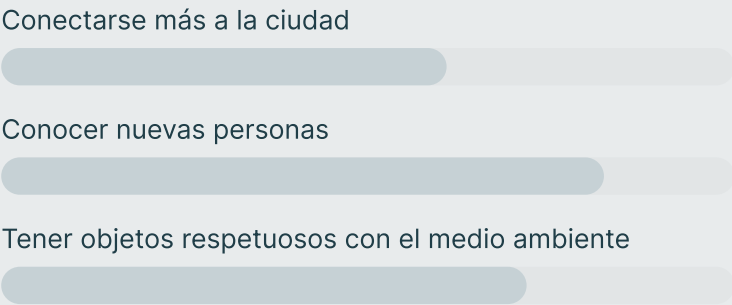
## PAIN POINTS - CONCERNS

- La tienda no va demasiado bien y eso la estresa
- Se siente algo sola y quiere conocer a otras personas
- No le gustan los ruidos fuertes, no es fanática de las fiestas
- Quiere aprender más idiomas pero a la hora de la verdad no tiene la voluntad necesaria
- No maneja mal las redes sociales pero es nefasta usando un navegador (y orgullosa)

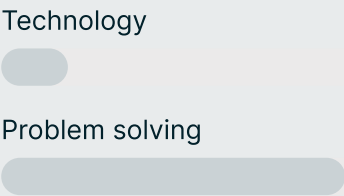
## SCENARIO

Hablando con un cliente sobre qué hacer en la ciudad descubre la cooperativa. Encuentra la página eventualmente, donde le atrae la idea de hacerse con unos platos o jarrones cerámicos de estilo histórico local.

## MOTIVATIONS



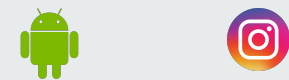
## SKILLS



## PERSONALITY



## BRANDS



# User Journey #2

## Case study: first-time buyer



Marisol Gómez

- Femenino
- Comerciante
- 29
- Granada, ES

### Scenario

Hablando con un cliente sobre qué hacer en la ciudad descubre la cooperativa. Encuentra la página eventualmente, donde le atrae la idea de hacerse con unos platos o jarrones cerámicos de estilo histórico local.

### Expectations

- Facilidad de navegación para explorar el sitio web en teléfono inteligente
- Facilidad de compra en teléfono inteligente

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Act	Observation	Conclusion
STEPS	Hablando con un cliente sobre qué hacer en la ciudad descubre la cooperativa.	Explora la web	Decide comprar un producto	Compra el producto	Va a la Cooperativa a por su pieza	Llega a la cooperativa y la reocge
THINKING	Igual puedo conocer gente nueva	Este sitio web es confuso	¡Qué interesante! Puedo comprarme un producto artesanal de gran calidad relacionado con Granada.	Decidido, me lo compro	Podrían haber avisado que había que ir antes.	Esta ha sido una buena compra.
DOING	Busca primero en Instagram, y no los encuentra. Busca a continuación en la web.	Explora el sitio web. Eventualmente encuentra los catálogos de productos	Explorar el catálogo para decidirse por un producto	Compra el producto y recibe información sobre cómo obtenerlo.	Se dirige a la cooperativa	Disfruta
PAIN POINTS	Que no lo encuentre en Instagram le crea rechazo.	El menú dropdown dónde se esconde la navegación es casi invisible y el concepto no lo es intuitivo. Está restringida a navegar por los enlaces que se muestren en el cuerpo. No entiende por qué hay una sección de productos relacionados abajo en la portada.	Si la navegación es difícil podría dejarlo. Se muestran dos botones de compra. Modificar o deshacer la compra es difícil.	Siendo la página confusa y difícil de navegar, no se fía mucho de la compra. No hay instrucciones sobre cómo obtener la pieza antes de comprarla.	No había información sobre cómo obtener el producto.	No puede reseñar la cooperativa
FEELING	 feeling	 feeling	 feeling	 feeling	 feeling	 feeling
OPPORTUNITIES	Tener presencia en redes sociales.	El botón de menú debe ser de un color más visible. La página inicial parece que repite información y en el cuerpo parece que no hay forma de ir al catálogo principal	Haciendo que el carrito sea visible en todo momento. Corrigiendo los dos botones.	Añadir información sobre si las piezas compradas hay que recogerlas.	Contratar un servicio de entrega.	Con presencia en sitios que permitan que los usuarios reseñen negocios.