

Ejercicio 1: Buyer persona.

Datos del Buyer Persona (Ej. Facebook)

Nombre: Josefa Martín

Estudios: Licenciada en Pedagogía

Edad: 60

Profesión/trabajo (si procede): Jubilada

Estado familiar/vivienda: Divorciada

Estilo de vida: Activo

Uso del servicio: consulta de publicaciones de otros usuarios, publicación de fotos y eventos personales.

Ejercicio 2: Ordena las prioridades en las que vas a necesitar los siguientes datos de usuario en un website de comercio electrónico.

Prioridad 1 (lo antes posible)

- Dirección de Email (Muy común si se hace login usando Google, Apple o cualquier servicio de autenticación sencilla similar)
- Nombre de pila (Suelen pedir luego otros datos básicos para personalizar la experiencia y el perfil a esa página)

Prioridad 2 (en segunda ingesta de datos)

- Nombre y apellidos completos
- Edad (algunos sitios te lo piden de forma indirecta como fecha de nacimiento y hacen el cálculo desde ahí, porque algunos usuarios pueden no sentirse cómodos poniendo su edad directamente)
- Sexo (esto es verdad que hay diversas opiniones, hay páginas que lo ponen muy estricto, otras lo ignoran, y otras si tienen opciones muy completas sobre elecciones libres de sexo que son mucho más inclusivas. Quizás depende un poco del nicho de mercado y es algo que me parece curioso. Hay páginas donde si lo he visto ya puesto a libre elección, pero hay negocios de público más conservador que posiblemente no lo pongan nunca)
- Teléfono (se pone como medio de autenticación para muchos servicios. Aunque en otros sitios lo ponen en la tercera ingesta de datos)

Prioridad 3 (en tercera ingesta de datos)

- DNI
- Dirección del domicilio (calle, bloque, provincia, población)
- Código postal
- Dirección de facturación (suele traer opción de autocompletar o ignorar si es la misma que la dirección de entrega)