

AGUSTÍN ALICEA BACA



SENCILLO - TRABAJADOR - APASIONADO

“No juzgues cada día por la cosecha que recoges, sino por las semillas que plantas”

METAS - INTERESES

- Eficiencia en el trabajo.
- Trabajo de forma sencilla.
- Abaratar costes del trabajo.
- Fácil de mantener.
- No contamine el producto.

MOTIVACIONES



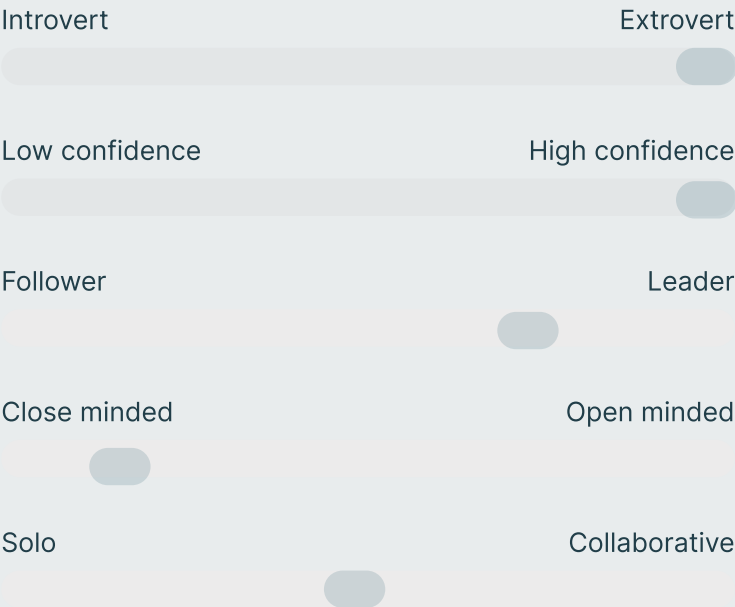
HABILIDADES



PUNTOS DÉBILES

- Sistema muy complejo.
- Requiere muchos recursos para usar.
- Mantenimiento costoso y difícil.
- No disponga de configuraciones personalizables y sencillas.

PERSONALIDAD



ESCENARIO

Es la persona ideal debido a que no está muy familiarizado con las tecnologías lo que nos lleva a facilitarle la tarea en su día a día.

El principal problema que está teniendo es que el trabajo le requiere mucho esfuerzo físico y es agotador tampoco es un gurú de las tecnologías lo que se le dificulta más el proceso para poder competir en un mercado más grande.

DEMOGRAPHICS

Edad: - 57, Abril 24, 1965

Género: Masculino

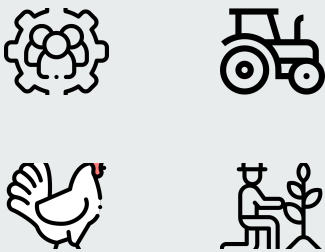
Profesión: Agricultor

Nacionalidad: Español

Localización: Almería, España

Biografía: Trabajo en el campo vareando olivos, cuando estoy tranquilo me gusta estar rodeado de los animales del corral y cuidarlos también me gusta mucho el mundo del motor y estoy personalizando un coche.

BRANDS



User Journey #1

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



**Agustín Alicea
Baca**



















- Masculino
- Agricultor
- 57
- Almería, ESP

Scenario

Descubrió la aplicación gracias a un amigo cercano suyo, comienza a interactuar con la aplicación porque piensa hacer un viaje por Granada en un fin de semana.

Expectations

- Facilidad durante el proceso.
- Ser guiado.

STAGES	Awareness ▶	Inspiration ▶	Decide ▶	Act ▶	Observation ▶	Conclusion ▶
STEPS	Encontrar plan de viaje	Ver plan que le ha convencido	Reservar un día para el plan	Encontrar la reserva	No aparece el lugar	Por fin he reservado
THINKING	¿Dónde puedo encontrar un plan a buen precio?	¿Será este plan bueno?	¿Cómo puedo reservar? ¿Dónde lo hago?	¿Qué hora selecciono? ¿En que lugar?	¿Dónde se comienza?	¿Llevo al final dinero?
DOING	Buscar en la página por un plan que le guste.	Ver el plan	Tratando de solucionar la reserva	Reservar la hora y ver dónde comienza	Introduciendo datos para reserva	Comprobar toda la página y ver dónde comienza.
PAIN POINTS	Ninguno.	No entiendo el precio , ¿es gratis o no?	No entiendo inglés ni dónde hay un botón para reservar.	No sabe dónde vamos a comenzar la ruta.	No pone en ningún lado el lugar y no está del todo traducido	No está aún seguro si cuesta dinero.
FEELING	<div>  </div> <div>feeling</div>	<div>  </div> <div>feeling</div>	<div>  </div> <div>feeling</div>	<div>  </div> <div>feeling</div>	<div>  </div> <div>feeling</div>	<div>  </div> <div>feeling</div>
OPPORTUNITIES	Ninguno.	Mostrando claramente si cuesta de verdad dinero o no, que fijen un precio.	Traduciendo los contenidos, e indicando dónde se puede reservar.	Indicando en la reserva el punto de salida.	Traduciendo y volviendo a mostrar el punto de salida.	Poner el precio.