

PERSONA #1: MARTA GUERRA



FUN - DEDICATED - COMPASSIONATE

"Emprendedora, creativa y con ganas de 'guerra' "

DEMOGRAPHICS

Age: 32

Gender: Female

Profession: Marketing digital

Nationality: Española

Location: Málaga, España

Lifestyle & bio: Me encantan las actividades al aire libre y el solecito de Málaga acompañada de mis amigos y familiares, nada mejor que una buena cena rodeado con los que más quieras

GOALS - INTERESTS

- Crear su propia empresa
- Superar nuevos retos
- Viajar por el mundo
- Hacer actividades nuevas con amigos
- Descubrir nuevos sabores del mundo

PAIN POINTS - CONCERNS

- Poco tiempo
- Amigos repartidos por la provincia
- Coste de vida

SCENARIO

Marta no se puede estar quieta, le encanta su trabajo y sus amigos pero, compaginarlos le resulta a veces complicado, aunque siempre se las arregla para solucionarlo,

MOTIVATIONS

Familiares

Amigos

Nuevas experiencias

SKILLS

Technology

Problem solving

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

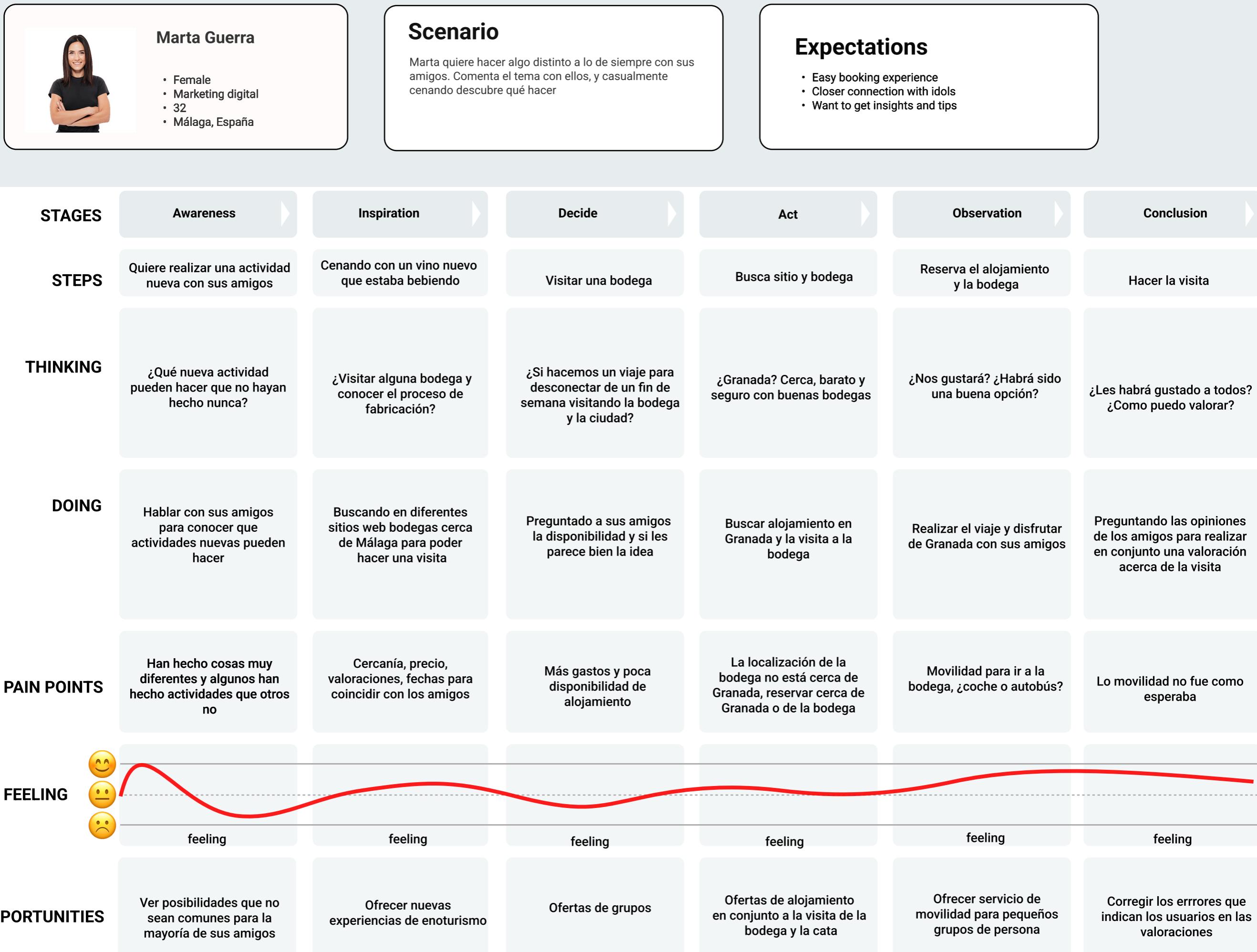
Collaborative

BRANDS



MARTA GUERRA #1 Case study: primer contacto

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



PERSONA #2: ANTONIO LÓPEZ



DIVERTIDO - APASIONADO - COMPROMETIDO

"EL VALOR DE UNA OBRA ES SU EXPRESIÓN,
CUANDO ALGO ESTÁ BIEN EXPRESADO, SU
VALOR SE VUELVE MUY ALTO"

DEMOGRAPHICS

Age: 57

Gender: Hombre

Profession: Arquitecto

Nationality: España

Location: Cogollos de la Vega

Estilo de vida & biografía: Padre de familia, interesado en la arquitectura del siglo XIX. Apasionado del campo; le gusta pasear, además de hacer labores de mantenimiento de su jardín.

GOALS - INTERESTS

- Entorno natural
- Socializar
- Comidas tradicionales españolas
- Cultura granadina

PAIN POINTS - CONCERNS

- Precios altos
- Forma asentada de hacer turismo (quiere variar)

SCENARIO

Antonio quiere pasar el fin de semana haciendo algo distinto a lo de siempre. Le apetece hacer un tipo de turismo atípico al que suele hacer, algo diferente a visitar sitios solo por su historia, quiere centrarse en gastronomía de su tierra (Granada).

Un compañero le habla sobre la enología, por lo que decide indagar un poco en el tema ya que le parece interesante y forma distinta de hacer turismo

MOTIVATIONS

Motivation

Motivation

Motivation

SKILLS

Technology

Problem solving

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS



ANTONIO LÓPEZ #2 Case study: primer contacto

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Antonio López

- Hombre
- 57 años
- Arquitecto
- Cogollos de la vega, Granada

Scenario

Un compañero le habla sobre la enología, por lo que decide indagar un poco en el tema ya que le parece interesante y forma distinta de hacer turismo (poner más sobre la fecha que va)

Expectations

- Pasar el fin de semana fuera
- Hacer turismo distinto
- No ir muy lejos

STAGES

Awareness

Inspiration

Decide

Act

Observation

Conclusion

STEPS

Viajar durante el fin de semana y hacer algo distinto

Habla con sus compañero de trabajo

Decide viajar en Granada, que está cerca

Busca páginas que realizan catas de vinos

Elige qué actividad quiere hacer para reservar

Finaliza la visita (cómo ha sido la experiencia)

THINKING

¿A dónde viajo?

¿Es interesante hacer catas de vinos?

¿Enoturismo en Granada?

¿Cuál es la mejor?

¿Qué actividad realicé?

¿Dónde puedo hacer una reseña?

DOING

Pregunta a sus conocidos sobre a dónde puede viajar

Indaga un poco sobre el tema por internet

Busca las posibilidades de hacer enoturismo en Granada

Elige la que mejor calidad ofrece

Elige reservar una excursión a una bodega

Intenta dejar una reseña en la página web, pero tiene que hacerlo desde Google Maps

PAIN POINTS

Incertidumbre sobre qué hacer

No sabe donde hacer las catas y no sabe si el precio de las mismas será elevado

No sabe qué sitio es el mejor

No sabe cuál es la web que mejor experiencia le va a dar

Es confuso saber qué bodega es la mejor. A la hora de hacer la reserva, es un poco complicado, el texto se sale de los recuadros, no está bien señalizado y parece poco fiable

No puede dejar reseñas desde la página web, tiene que ser en Google Maps

FEELING



feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

feeling

OPPORTUNITIES

Publicidad

Publicidad

Ofrecer el mejor servicio y publicitarlo de mejor manera que el resto

Publicitar un servicio de calidad

Ofrecer reseñas de las experiencias de otros clientes en esas bodegas. Mejorar la página de pago en las reservas

Establecer mejor sistema de reseñas en la web