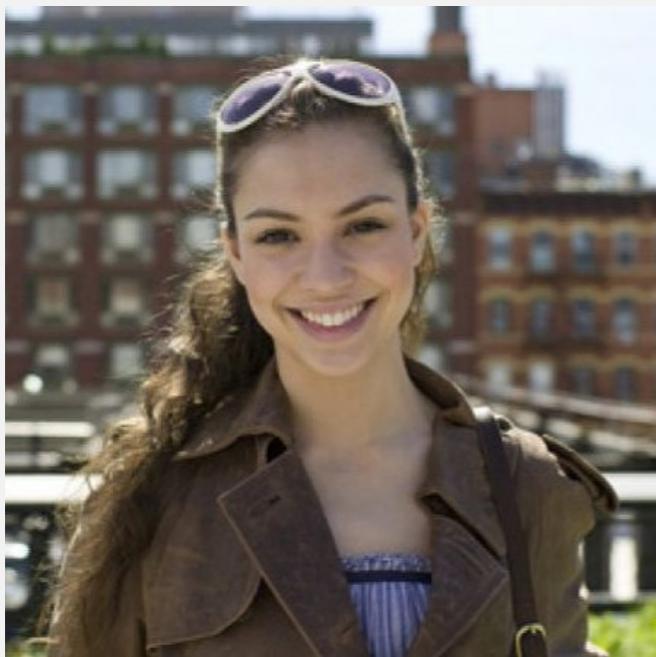


PERSONA #1: LUCÍA GARCÍA



IDEALISTA - RESPONSABLE - AMABLE

"Mente positiva,
energía positiva,
vida positiva"

DEMOGRAPHICS

Age: 21

Gender: Female

Profession: Estudiante Veterinaria/Camarera

Nationality: Española

Location: Almería, ES

Lifestyle & bio: Estudia por la mañana y trabaja a medio tiempo para conseguir dinero para actividades que le gusta realizar. En los fines de semana le gusta salir a la calle con sus amigos

GOALS - INTERESTS

- Natureza
- Hacer mindfulness
- Crear una ONG benéfica sin ánimo de lucro
- Mantenerse en forma
- Pasar tiempo fuera de casa
- Quedar con amigos
- Hacer voluntariado

PAIN POINTS - CONCERNS

- Gestionar el tiempo entre el trabajo y el estudio
- El plástico en el mar
- El calentamiento global
- Aprobar y graduarse
- No le gusta sentirse sola

SCENARIO

Lucía es una chica muy apasionada, aventurera y amante del deporte. Parte del dinero que ahorra trabajando lo invierte en ella y en realizar actividades deportivas. Va a realizar con sus amigas un viaje a Granada y busca actividades divertidas que hacer por la zona

MOTIVATIONS

Pasarlo bien con amigos

Superar nuevos desafíos

Hacer deporte

SKILLS

Technology

Problem solving

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS



User Journey #1 Case study: (i.e. first-time User)

user journey map template [DIU-UX Toolkit]



Lucía García

- Female
- Student
- 21
- Almería, ES

Scenario

Va a viajar a Granada con sus amigas y está buscando actividades emocionantes que hacer allí

Expectations

- Que reservar la actividad sea fácil
- Información acerca de toda la actividad, tales como precio, materiales, duración, etc.
- Reseñas de otras personas que realizaron la misma actividad

STAGES	Awareness	Inspiration	Decide	Act	Observation	Conclusion
STEPS	Encontrar actividades para realizar	Encuentra una página web que realiza actividades que le gustan en Granada	Decide la actividad y quiere reservarla	Pregunta por más información	What happens	Reserva la actividad
THINKING	Quiere cambiar de aires y salir de la rutina y piensa en realizar alguna actividad de aventura con el dinero que ha ahorrado trabajando	Ha hecho un vistazo a las actividades de la página y le gusta lo que ve	Decide informarse más acerca de la actividad	Decide buscar un teléfono móvil para informarse acerca de la actividad que desea realizar	Encuentra un teléfono de contacto para informarse y despejar todas sus dudas	Decide contratar los servicios de esta página
DOING	Está buscando en diferentes páginas webs, en los resultados le aparece Granaventour y entra en ella	A Lucía le apetece realizar actividades de verano y se interesa por practicar parapente	Selecciona el ícono de parapente para obtener información e informarse si necesita tener experiencia previa	Busca en la página web un tlf de contacto para preguntar acerca del precio y dudas entre otras cosas	Habla con uno de los encargados del sitio y consigue la información que quería	Consigue al fin reservar las actividades para hacer con sus amigas, aunque le haya costado y la página web no le haya ayudado mucho
PAIN POINTS		Al no aparecer dicha actividad directamente al principio de la página, tiene que indagar bastante para encontrarla	La información proporcionada por la página no es suficiente	El hecho de tener que ponerse en contacto con alguien no es algo que ella esperaba	Le gustaría tener por escrito todo lo que han hablado para mayor seguridad	El usuario pensaba que iba a poder realizar todo el proceso en la página web
FEELING		feeling	feeling	feeling	feeling	feeling
OPPORTUNITIES		Podría cambiarse el diseño de la página para que aparezcan las actividades en una posición destacada y fácilmente accesible	Actualizando la información acerca de la actividad en la página y que el usuario no tenga que consultar cosas importantes como el precio	La opción de enviar un correo electrónico podría ser interactiva, que al clickear el correo se te abra una ventana para enviarlo	Las reservas que se hagan por teléfono, se podría enviar correos con toda la información una vez confirmado	El proceso de reserva podría ser más automático y no una pre-reserva en la que igualmente hay que esperar que se pongan en contacto contigo