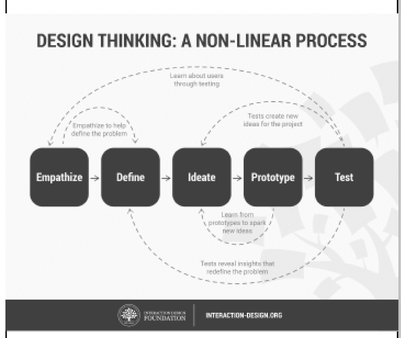
# Empathy Map

When you empathize you try to understand you users' perspective. Help to define the problem, and it can reflect an aggregation of multiple users: (based on design thinking method)
Template, DIU - Ethnographic analysis (30/01/2023)
https://mgea.github.io/UX-DIU-Checklist/index.html

## How to use the template

1. Add your current personal experience (informal writing)
2. Try to observe people and extract what's happening (SAY/DO/THINK/FEEL)
2. Try to guess relevant information from this observation (NEEDS & INSIGHTS)




+ Info

- Rikke Friis, Teo Yu Siang (2021) **Empathy Map: Why and How to Use It.** Interaction Design Foundation https://www.interaction-design.org/literature/article/empathy-map-why-and-how-to-use-it
- **Empathize**, Interaction Design Foundation https://www.interaction-design.org/literature/topics/empathize
- d.School **empathy map** http://dschool-old.stanford.edu/wp-content/themes/dschool/method-cards/empathy-map.pdf
- Monica Maria **What is a Customer Empathy Map & Why Is It Important?** https://influx.com/blog/empathy-mapping-customer-support

- Resources: https://github.com/mgea/DIU

Empathy Map

## My experience

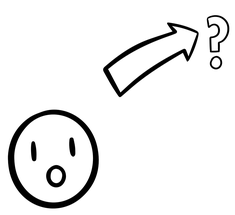
Nuestras experencia con la página web de los Free Tours por Granada fue un poco agridulce.

La primera impresión que tuvimos de la página fue muy positiva ya que todo estaba muy bien organizado y explicaba con claridad las diferentes rutas disponibles.

Sin embargo, nuestra impresión cambió cuando intentamos hacer una reserva, ya que nos dimos cuenta que aunque seleccionariamos una ruta, si pulsabamos el botón de reservar ahora, nos volvía a mostrar los tours disponibles y teníamos que volver a elegir el mismo tour que había elegido previamente.

Además a la hora de elegir fecha era un poco confuso ya que tenías que seleccionar la fecha en un calendario, cuando marcabas se te desplegaba un menú donde podías elegir distintas horas y distintos idiomas pero eran muy pequeño ese menú y personas que no sepan hacer zoom podrían tener problemas.

A la hora de volver atrás no había ningún atajo que te llevase a la página principal y era un poco tedioso volver ya que tenías que pulsar muchas veces la tecla de retroceso



## Empathy Map: case study TOURIST GUIDE

### SAY
quotes and key words

the users say.

"¿Cómo puedo cancelar mi reserva desde la página?"

"¿Por qué tengo que volver a elegir el tour que ya había seleccionado para reservalo?"

"¿Dónde puedo ver mis tours rerservados?"

"¿Cómo puedo registrarme para recibir más información?"

"¿Cómo puedo cambiar la hora de mi reserva?"

"¿Cómo puedo volver a la página principal?"

¿Dónde está el correo de confirmación?

### THINK
what the users might be thinking?
motivations, their goals, their needs, their desires?

"La página está muy bien ordenada"

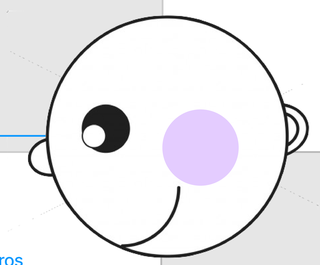
"La imágenes me ayudan a saber lo que voy a visitar"

"Los botones principales están claros"

"¿Por qué tengo que bajar tanto para ver el itinerario?"

"Tengo que pinchar muchas veces hasta que consigo hacer la reserva"

"El mapa que proporcionan no funciona muy fluido"



### DO
the actions the users takes

Compara las fechas que le han dicho sus compañeros que pueden y las que están disponibles en la página

Pinchando en todos los tours y viendo las fechas en el calendario

Mira su correo y en la página principal no lo encuentra pero luego sus compañeros le dicen que mire en spam y lo ve

Iniciar Sesión en su correo electrónico y mirar su bandeja de entrada para ver si le han enviado la confirmación y ve que no le llega nada

Investigando la página principal y viendo donde se encuentra cada cosa

No sabe si ha reservado el tour, como poder cancelarlo y no le ha parecido usable la página

### FEEL
emotions your users be feeling

Confundido: Porque no sabe como reservar el tour

Enfadado: Porque tiene que pulsar muchas veces para poder reservar el tour

Sastisfecho: Porque ha podido reservar el tour que lleva tanto tiempo esperando

Cansado: Por tener que dar muchas veces a la tecla de retroceso para ir a la página principal

Agobiado: Por no saber si ha reservado con éxito el tour

### USER NEEDS
What he really need?

Teo Yu Siang and Interaction Design Foundation.

Rapidez para reservar

Facilidad para moverse a través de la página

Visión general de la disponibilidad de todos los tours

Tener muy claro si ha reservado o no

Que lo más relevante de los tours (itinerario / reseñas) se encuentre al principio de la página

Mejor visibilidad de las fechas disponibles

### INSIGHTS
How can I help the user?

- Guardar los datos del usuario para futuras gestiones (reservar otra vez, cancelar...)
- Poner más botones de movilidad (como botón para volver a la página principal)
- Mostrar en la página principal todos los tours junto con lo más relevante de cada uno
- Al reservar mandar un SMS, un correo prioritario o ambos (que el usuario pueda elegir y así sabrá donde tiene que mirarlo)
- Poner buscador por fechas donde muestre todos los tours disponlibles