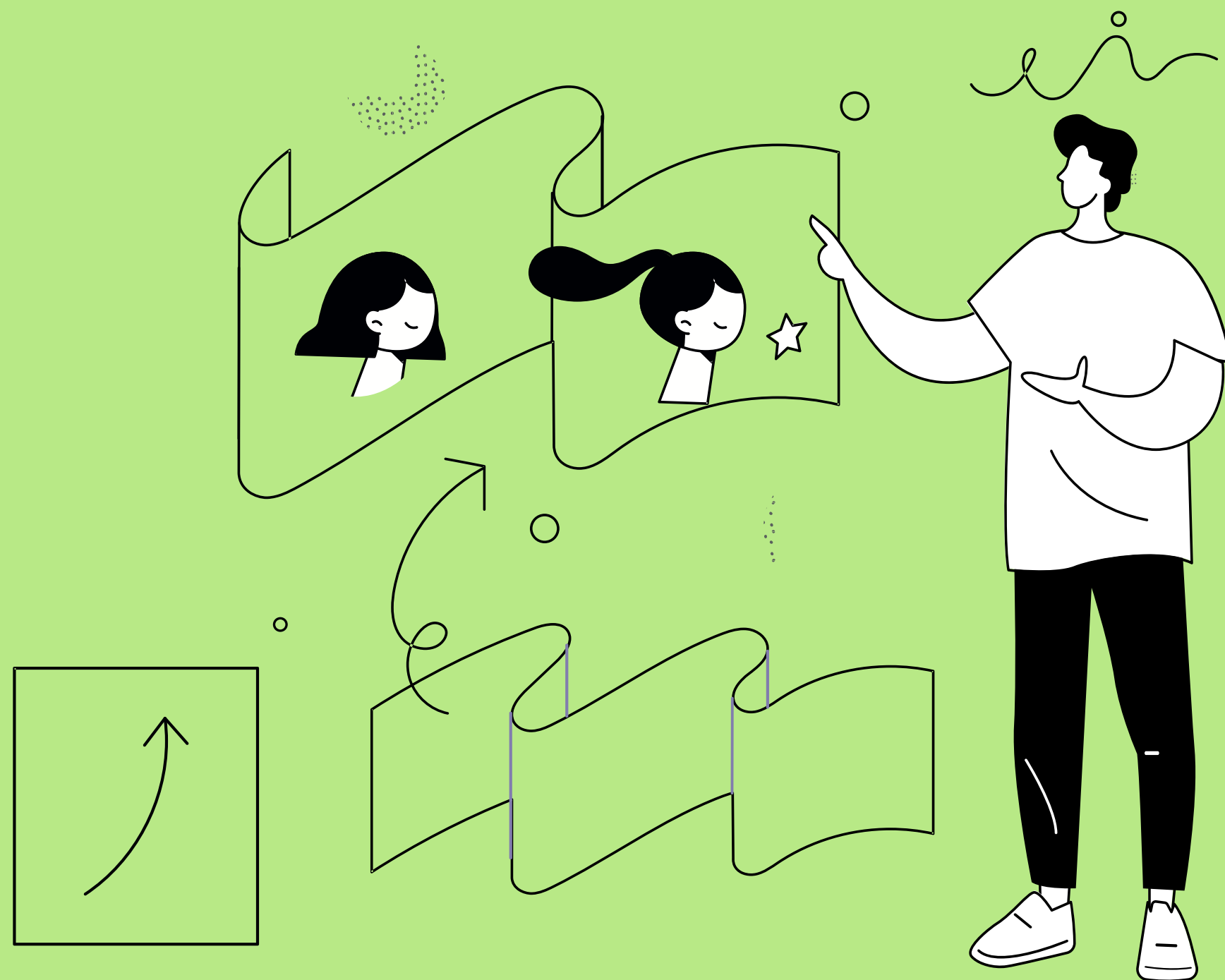


Empatizar y sintetizar

Journey



Customer journey



Foto

Descripción de nuestro usuario

Nombre, edad, estudios, profesión ...

Objetivos del usuario Tareas que realiza el usuario cronológicamente durante el paso por nuestra marca

Puntos de contacto Google, redes sociales, blogs, revistas ... donde el usuario entra en contacto en nuestra marca

Emociones del usuario Clasifica las emociones que siente en cada uno de los momentos

.....

.....

.....

.....

.....

.....


Problemas para ejecutar las tareas Describe las tareas que realiza el usuario y sus principales puntos de dolor

Hallazgos Cita aquellos descubrimientos y posibles soluciones.

Empatizar y sintetizar

Journey

El journey se debe realizar sobre el perfil que queremos trabajar, es una herramienta que ayuda a comprender el paso del usuario por nuestra marca; qué siente, qué problemas tiene, puntos de contacto, elementos que le parecen atractivos o le gustan de nuestro producto o servicio.

 40 - 60 min


CONTINUAR CON ESTAS ACTIVIDADES:

Entrevista 1:1

Mapa de empatía

CONSEJO

Hay que tener muy claro sobre que perfil vamos a enfocar el ejercicio.

 Foto Descripción de nuestro usuario Nombre, edad, estudios, profesión ...	Objetivos del usuario Tareas que realiza el usuario cronológicamente durante el paso por nuestra marca Buscar en internet las diferentes ofertas de viajes organizados
	Puntos de contacto Google, redes sociales, blogs, revistas ... donde el usuario entra en contacto en nuestra marca Google
	Emociones del usuario Clasifica las emociones que siente en cada uno de los momentos Se siente abrumado todas las páginas le parecen igual
	Problemas para ejecutar las tareas Describe las tareas que realiza el usuario y sus principales puntos de dolor Nuestra página no está bien posicionada
	Hallazgos Cita aquellos descubrimientos y posibles soluciones. Deberíamos hacer campañas SEM y mejora nuestro SEO

(*) Ejemplo de un sitio web que ofrece paquetes de viajes