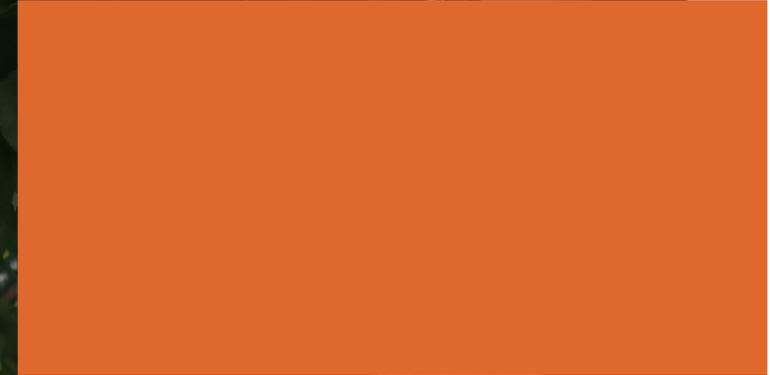


# Parte 2

## IDEACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN



# Indice

UX Strategy Guide

UX Strategy Blueprint

Business Model Canvas

Problem Statement

User Personas

User Map

Empathy map

Value Proposition canvas

User Story

Jobs to be done

Customer Journey

Realizado por:



**Javier Venero**

# Receopilarmos

## Insights



# Insights

**Necesitan Un lugar  
donde puedan acudir  
para estar informados de  
los eventos que ocurren.  
Con fechas y horarios.  
También les gustaría  
saber si en ellos hay  
actividades o cosas  
extra.**



# Insights

Aunque estas culturas tengas diversos trasfondos, en la actualidad la imagen y la interacción es algo muy importante. Quieren tener un sitio donde acudir para saber donde comprar o sitios de reunión, sobre todo si viajan.



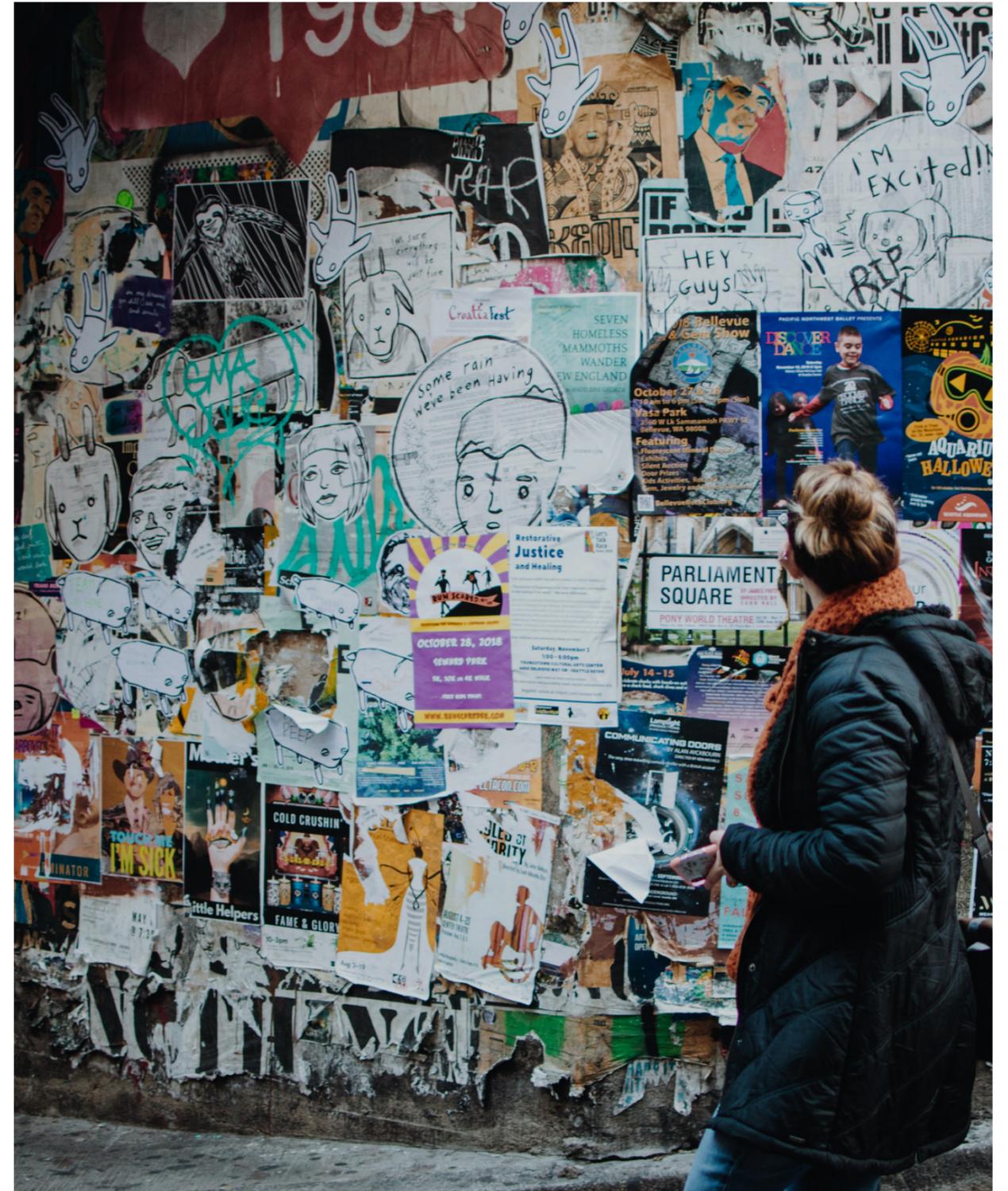
# Insights

No todos viven en grandes ciudades donde puedan expresarse 24/7 como son, muchos buscan una comunidad donde poder no sentirse solos y sentirse libres de ser ellos mismos. Aunque sea a través de un dispositivo móvil.



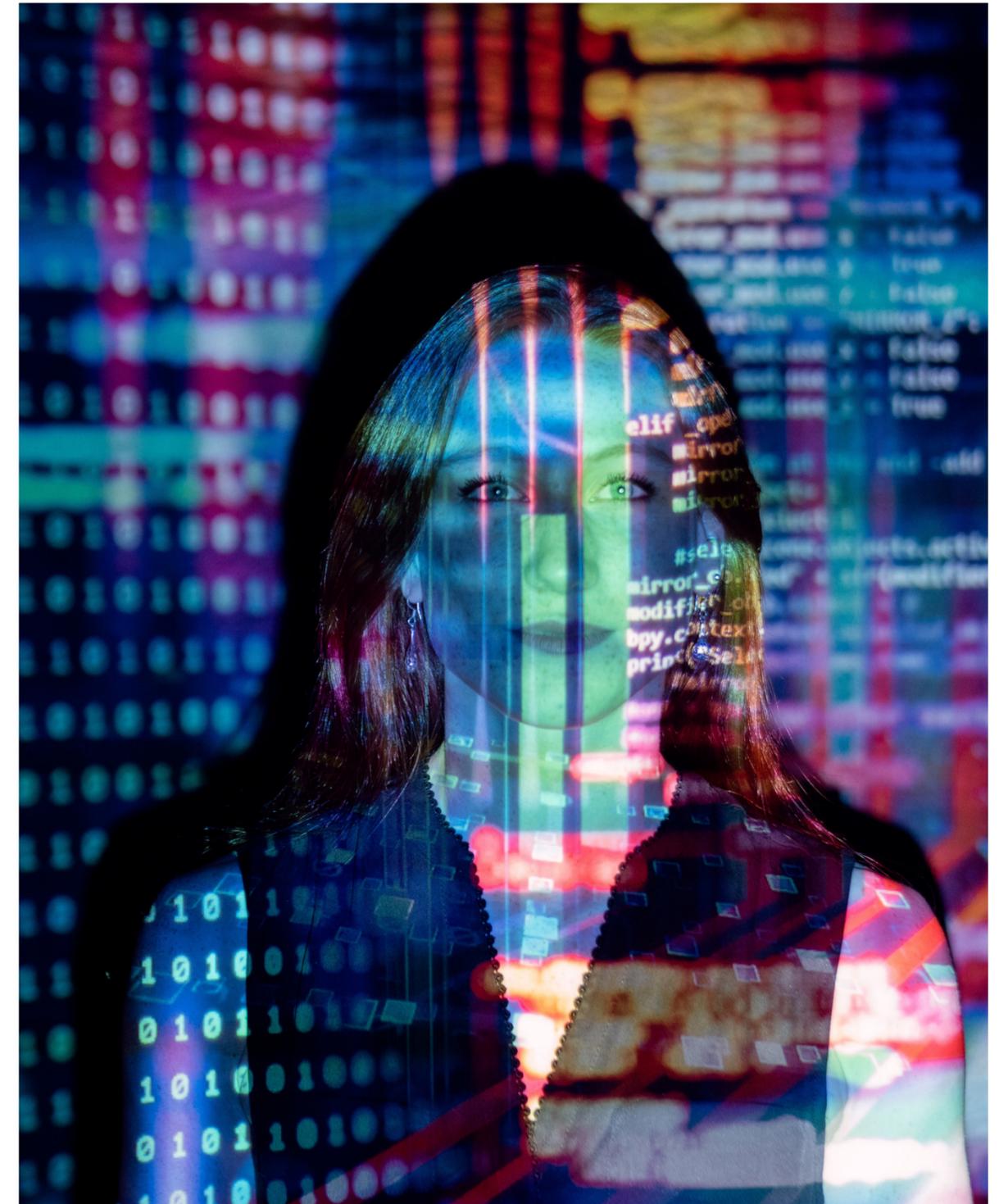
# Insights

Los comercios utilizan el boca a boca de los clientes como metodo de publicidad y buscan nuevos medios con los que llegar a más gente

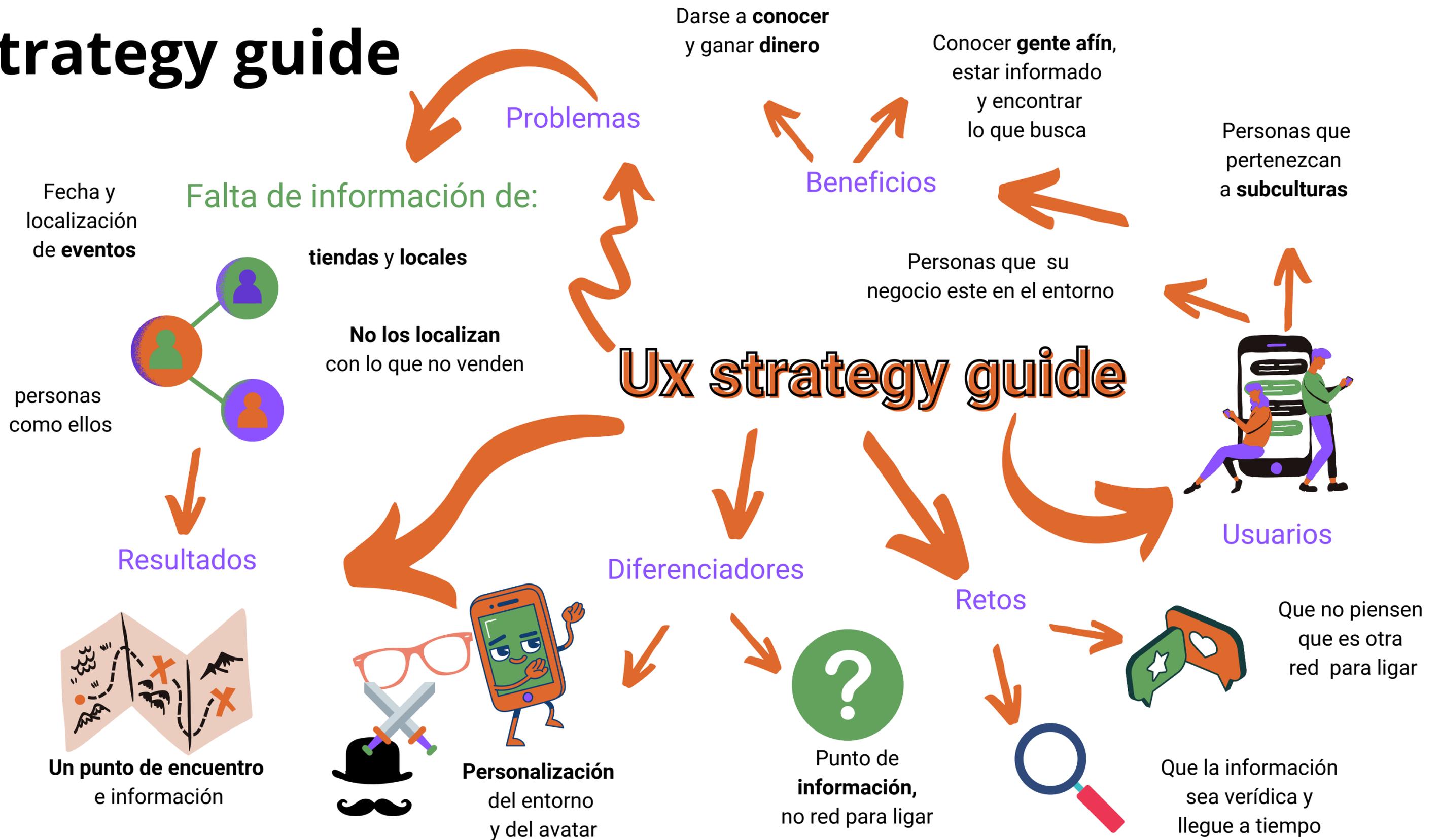


# Insights

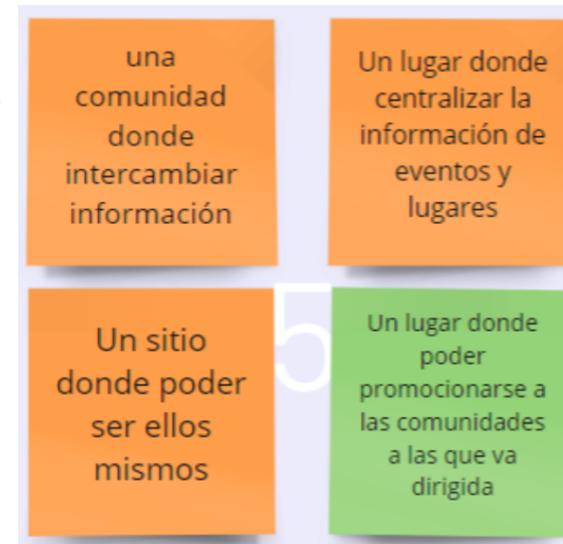
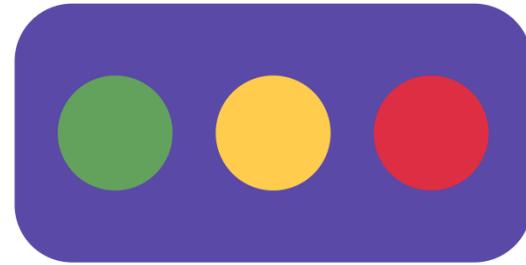
Los que organizan eventos solo utilizan su propia web y redes para anunciar fechas de proximos eventos con lo que solo llegan al público que los conocían previamente.



# Ux strategy guide

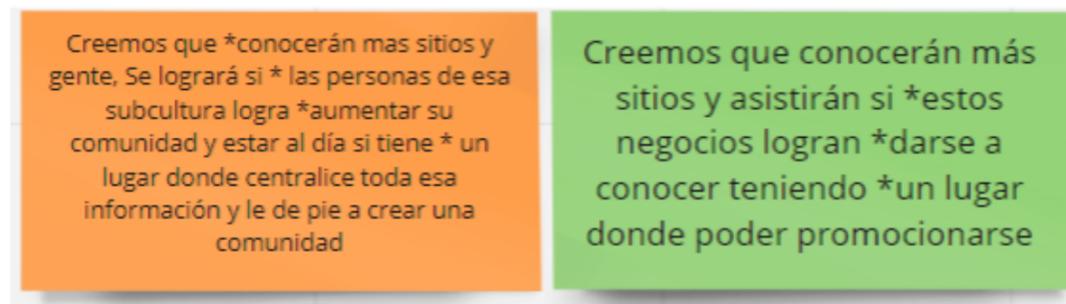


# Ux strategy guide

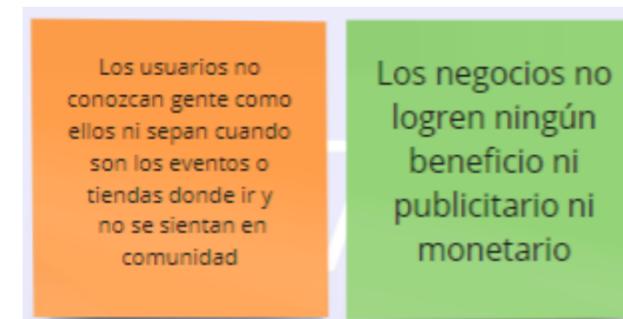


## Ux strategy guide

### Hipótesis



### Riesgos



### Experimentos para riesgos

- User testing de las plantillas de diseño.
- Realizar encuestas a los diversos grupos,
- Entrevistas a personas de las subculturas y de los negocios relacionados

- Personas pertenecientes a las subculturas.
- Negocios en el entorno de las subculturas

# Ux strategy blueprint



## Challenge

La falta de información y el acercamiento dentro de las subculturas

- La recopilación de la información base
- La aceptación por las subculturas



## Aspirations

La visibilización y facilidad de encontrar información dentro de las subculturas

- Facilitar información dentro de las subculturas
- Facilitar la toma de contacto entre ellos
- Crear un sentimiento de comunidad

## Focus area



- Las personas que pertenecen a las subculturas
- Los negocios que se mueven dentro del entorno de ellas

- Facilitar dicha información en un solo punto.
- Crear un lugar donde estén cómodos para preguntar e informar a gente de su comunidad



## Measurement

- Ver la fiabilidad de los comentarios por puntuación
- Puntuar a los negocios y usuarios

- Medir la cantidad de veces que los perfiles buscan información
- Medir la satisfacción de estos tras buscarla



## Guiding principles

- Igualdad
- Transparencia
- Respeto
- Fiabilidad
- Información

- Dando la posibilidad de que se informen entre ellos.
- No llegando a ser una RRSS a lo sumo sino una red de información



## Activities

- Encontrar esa información fácilmente
- Poder compartir información
- Poder conocer gente
- Que puedan ser ellos mismos

# Business Model Canvas

## Socios clave



¿quiénes son nuestros socios clave?  
 ¿quiénes son nuestros suministradores clave?  
 ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?  
 ¿qué actividades clave realizan los socios?

**Motivaciones para socios:**  
 - Apoyos técnicos y económicos  
 - Referencia de prestigio y credibilidad  
 - Apoyo en la distribución y promoción del producto

- Las personas que pertenecen a las subculturas

- Los locales y realizadores de eventos

- Información  
 - Publicidad  
 - Monetario

- Información  
 - Monetario

- Buscar eventos y lugares donde comprar  
 - Informar de ello a la comunidad

- Publicitarse  
 - Ganancia monetaria

## Actividades clave



¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?  
 ¿nuestros canales de distribución?  
 ¿nuestras relaciones con clientes?  
 ¿nuestras fuentes de ingresos?

**Categorías**

- Dar información  
 - Dar publicidad  
 - Crear una comunidad

- App store  
 - Play Store

Intermediarios

- La venta de la App a un bajo coste.  
 - La publicidad de los locales/eventos  
 - Los socios con la compra de personalizaciones

## Recursos clave



¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?  
 ¿nuestras relaciones con clientes?

**Monetarios:**  
 - Inversor inicial  
 - Publicidad de los locales/eventos  
 - Compra de personalizaciones  
 - Precio de la App

**Intelectuales:**  
 - Patentes de marca...

**Humanos:**  
 - Programador  
 - UX/UI Designer  
 - Relaciones públicas /Marketing  
 - Personal en Datos

**Físico:**  
 - Una dirección fiscal  
 - Alquiler interminente de un coworking

## Propuestas de valor



¿qué valor entregamos al cliente?  
 ¿qué de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver?  
 ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?  
 ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

**Características**

Eficiencia al encontrar todo en un punto

Encontrar una comunidad donde se identifique

Ganancia monetaria a los locales/eventos

Visibilidad a los locales y eventos

Felicidad al no sentirse solo

Diversión al poder asistir a eventos

Satisfacción al encontrar cosas con las que se identifican

## Relaciones con clientes



¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?  
 ¿cuáles hemos establecido?  
 ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?  
 ¿cuánto cuestan?

Un correo de información

relación de co-creación al informar y valorar

Creación de comunidades

## Canales



- Mostrando la necesidad en base a los datos recopilados

- Publicitamos en las redes/APP que más usan

- Vender la APP en las tiendas de ello

- Mediante un correo de contacto para información/incidencias

## Segmentos de cliente



¿para quién estamos creando valor?  
 ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?  
 ¿cómo vamos a crear valor?  
 ¿cómo vamos a entregarlo?  
 ¿cómo vamos a canalizarlo?

Micronichos de las subculturas

- Las personas de esas subculturas

- Los negocios de esos entornos

## Estructura de costes

¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?  
 ¿qué recursos clave son los más caros?  
 ¿qué actividades clave son las más caras?

**es tu negocio más:**

- Rentable  
 - Escalable  
 - Sostenible  
 - Flexible  
 - Adaptable  
 - Innovador  
 - Diferenciador  
 - Único  
 - Rentable  
 - Escalable  
 - Sostenible  
 - Flexible  
 - Adaptable  
 - Innovador  
 - Diferenciador  
 - Único

**Características de ejemplo:**

- Costes fijos  
 - Costes variables  
 - Costes fijos  
 - Costes variables

Pago de patentes y registros

Pago de sueldos y costes derivados



Coste del alquiler del coworking

Coste de la idea en caso de ser comprada

## Fuentes de ingresos

¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?  
 ¿para qué pagan actualmente?  
 ¿cómo están pagando ahora?  
 ¿cómo prefieren pagar?  
 ¿cuánto cobramos cada fuente de ingresos e ingresos totales?

**tipos**

- Venta de producto  
 - Servicios  
 - Licencias  
 - Suscripciones  
 - Alquiler  
 - Comisiones  
 - Donaciones  
 - Publicidad

**precio fijo**

- Precio de venta  
 - Precio de alquiler  
 - Precio de suscripción  
 - Precio de licencia  
 - Precio de donación  
 - Precio de publicidad

**precio dinámico**

- Negociación (negociar)  
 - Comisión (comisión)  
 - Precio de licencia (licencia)  
 - Precio de publicidad (publicidad)

Inversión inicial

Pago de la APP



Pago de publicidad de los locales /eventos

Pago de los clientes por personalizar el perfil

- Personas pertenecientes a las subculturas.
- Negocios en el entorno de las subculturas

# Business Model Canvas

## Costes:

Pago de patentes y registros  
Sueldos, alquileres y costes derivados  
Coste de la idea si es comprada

## Ingresos:

Inversión inicial  
Pagos dentro de la App:  
-publicidad de los locales/eventos,  
tanto publicidad puntual como packs  
y ofertas.  
-Personalización del perfil de usuario



# Problem Statement

## Alguien

Jorge, gótico de Soria

Antonia, dueña de una tienda de disfraces

Sofi, Gamer y youtuber

Sonia, Cosplayer

Peter, vocal de la asociación de Steampunk de Segovia,

Jose, Furry recién iniciado

María, relaciones públicas de eventos comic

Adriana, rolera medieval

Alfonso, costurero freelance

Javi, fotógrafo

## Necesita

que le indiquen donde hay tiendas de su estética en Barcelona

que la publiciten en entornos de eventos

estar informada de los eventos en las capitales

saber si en el evento al que va a madrid tiene un corner de arreglos

avisar que asiste a los eventos

conocer gente como él

que su evento aparezca el primero en las listas

conocer gente y saber donde hay eventos que le gusten

publicitarse

saber cuándo y dónde hay eventos

## Porque

se va de viaje y no conoce nada allí

su tienda física se ubica en una calle secundaria.

le gusta ir y hacer streamer desde ellos

no sabe si su cosplay aguantará todo el evento

en ellos es donde consiguen más socios

se siente solo donde vive porque no hay nadie como él

en los últimos años la competencia es mayor

se ha mudado a una ciudad nueva y no conoce a nadie

se dedicaba a realizar ropa de teatro y con la pandemia tiene que abrir el sector

es una manera fácil de agrandar y portfolio el conseguir trabajos

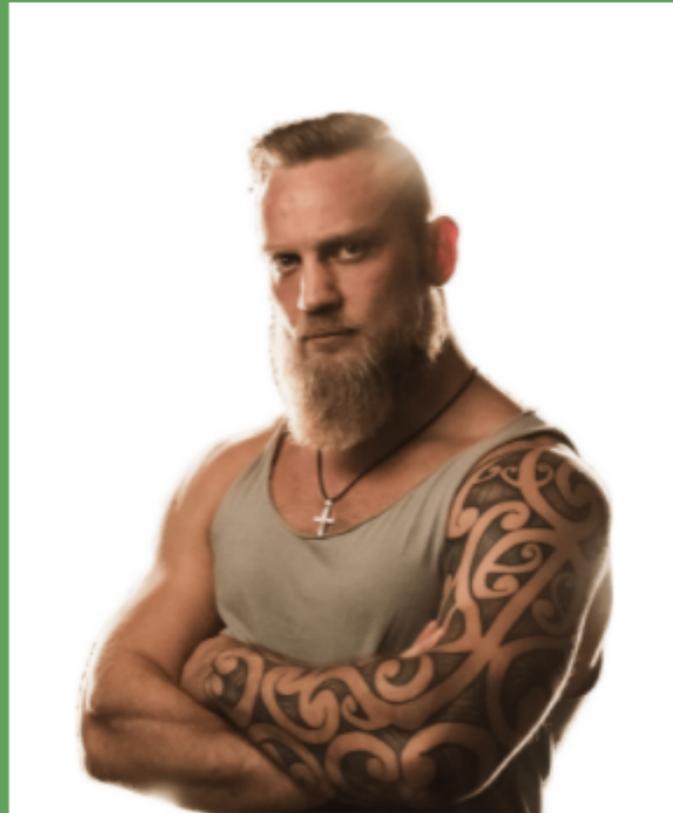
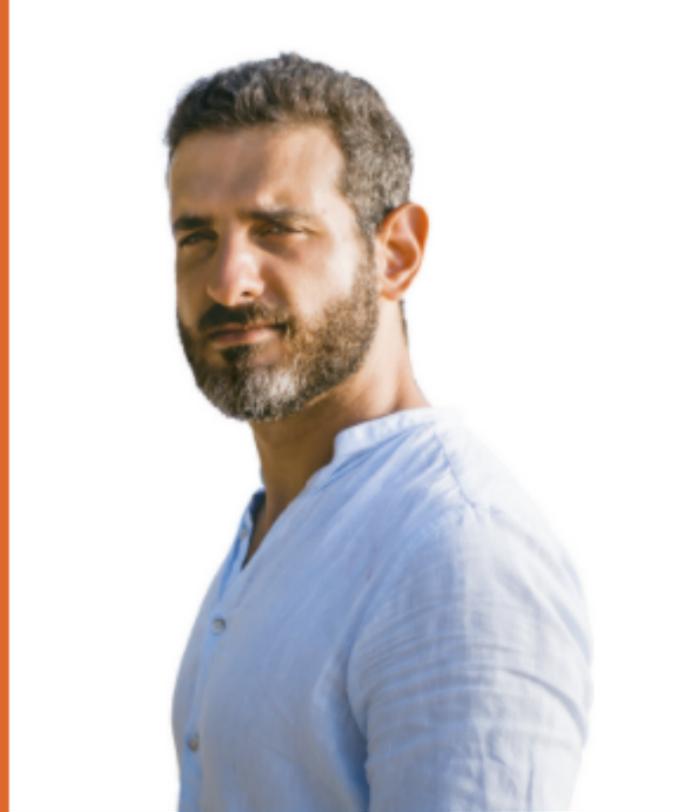
# Problem Statement

Sofi, Gamer y youtuber **necesita** estar informada de los eventos en las capitales **para** le gusta ir y hacer streamer desde ellos

María, relaciones públicas de eventos comic **necesita** que su evento aparezca el primero en las listas **para** en los últimos años la competencia es mayor



# User person



## Datos personales

😊 25      ❤️ H Soltero  
👜 Negocio propio      💰 1200€  
🏠 Hipoteca      🎓 Bachillerato

## Perfil tecnológico



# Antonio Castillo

*"El Luchador"*

"si pudiera estaría en el centro, pero no hay dinero"

Persistente

Alegre

## Biografía

Antonio es un hombre hecho a sí mismo que **vive en un barrio de Madrid**. Ya estudiando en el bachillerato trabajaba media jornada en una tienda de telas y al acabar de estudiar montó una pequeña tiendita en una calle apartada con sus ahorros y poco a poco acabo cambiando a una mayor y se especializó en telas extranjeras pero con la crisis la cosa no le va muy bien.

Quiere digitalizar su negocio para llegar a un mayor público.  
Es un clásico romántico y sigue esperando encontrar su príncipe pero mientras utiliza las rrs para no quedarse oxidado.

## Motivaciones y frustraciones

**No tener que cerrar su negocio.**  
**Encontrar su media pera.**  
**No poder trasladar la tienda más céntrica.**  
**Evolucionar tecnológicamente.**

## Tendencias y marcas

Hand Made  
2ª Mano  
Apple  
Disney

**WORK**



### Datos personales

😊 47      ❤️ H Casado  
👜 Negocio propio      💰 2300€  
🏠 Hipoteca      🎓 Economista

### Perfil tecnológico



# Sergio Manzano

"El ejecutivo"

"hice de mi pasión mi profesión y ahora"

Determinado

Organizado

### Biografía

Sergio era un fanático de los comic que mientras estudiaba economía montaba reuniones donde debatir sobre los comic y fue donde vio que había un hueco en el mercado. Primero fue un segundo trabajo y acabó siendo una gran empresa que monta eventos Otakus y de Cultura Pop. Se casó con una chica que conoció en uno de los eventos que había montado. Ya tiene dos hijos y **vive en una casa a las afueras de Madrid.**

Quiere expandir su negocio a más ciudades y que las nuevas generaciones no sean una competencia sino unos aliados en su andanza.

### Motivaciones y frustraciones

**Que el negocio siga creciendo y poder hacer el siguiente viaje.**  
**Cada vez hay mas competencia joven y cuesta estar al día de todo.**

### Tendencias y marcas

Marvel  
Scalpers  
Apple  
Timberland

**WORK!**



## Datos personales

- 😊 17
- ❤️ M Soltera
- 🎒 Estudiante
- 💰 700€
- 🏠 Casa familiar
- 🎓 Bachillerato

## Perfil tecnológico



# Marta Martínez

*"La Inquieta"*

"Ganar en un streaming en directo es lo más!!"

Competitiva

Despreocupada

## Biografía

Marta, **de un pueblo a las afueras de Vigo**, conocida en redes como PinkyCat. Jugaba a la consola desde pequeña con su primo y siempre pedía videojuegos. Acaba de terminar el bachillerato y quiere darse un año para invertir en su perfil gamer para intentar dedicarse a ello y sino comenzar los estudios de arte digital ya que sus padres le dan la oportunidad de tener ese "año sabático".

Que su canal de Twitch triunfe y ganar el próximo Fun&Serious Game Festival que se celebra en Bilbao y podría ser el punto de partida para vivir de ello..

## Motivaciones y frustraciones

**.Poder dedicarse a lo que más le gusta que son los videojuegos.**  
**La falta de tiempo personal y el pasarme casi todo el día sentada.**

## Tendencias y marcas

Funko  
Disney  
Stradivarious  
Primor



## Datos personales

😊 33      ❤️ H Soltero  
👜 Soldador      💰 1800€  
🏠 Casa propia      🎓 FP1

## Perfil tecnológico



# Jose Miguel Rota

*"El dos caras"*

"Me flipa vivir aqui, pero más me gustaría ser yo"

Introvertido

Rudo

## Biografía

Jose Miguel conocido en el pueblo como Yosemite. **Vive en un pueblo de Asturias y su casa esta en la ladera de la montaña en mitad de un pequeño bosque** . Trabaja como soldador en la empresa siderúrgica donde trabajo su padre y su abuelo. A él le encantan los juegos de rol en vivo y la cultura Furry. Le encanta vestirse de caballo, pasear por el bosque y sentirse libre.

Quiere ahorrar lo suficiente para dejar el trabajo y poder dedicarse a vivir en la naturaleza y encontrar alguien que le trate como el PoniBoy que se siente

## Motivaciones y frustraciones

**Ir a currar todos los días para poder llegar a tener unos ahorros.**  
**Que su familia se entere de como se siente él realmente.**

## Tendencias y marcas

Timberland  
Vida Rural  
Los baños forestales  
Fittnes



### Datos personales

- 😊 15
- ❤️ M Con pareja
- 🎒 Estudiante
- 💰 500€
- 🏠 casa familiar
- 🎓 E.S.O.

### Perfil tecnológico



# Soraya Rosales

*"La teatrera"*

*"Me encanta meterme en cada personaje"*

Divertida

Alocada

### Biografía

Soraya es una jovencita, **de un barrio de Barcelona**, divertida que le encantan las rrs, estar con sus amigas y que su novio tenga coche. Los estudios los lleva como puede sin suspender nada pero, su gran pasión es que cuando llega alguna convención se trasforma en sus personajes preferidos y ha convencido al novio para que la acompañe varias veces. No cree en un amor único y cree que eso es algo que fluye según el momento.

Poder vivir de ser cosplayer pero lo ve complicado y esta mirando una FP de maquillaje y peluquería para cuando acabe bachillerato ya que se quiere dedicar a la imagen.

### Motivaciones y frustraciones

**Que vuelvan los eventos presenciales con más normalidad.**  
**No tener dinero para su próximo cosplay.**

### Tendencias y marcas

Cultura Pop  
Primark  
Primor  
AliExpress



## Datos personales

😊 23      ❤️ M Con pareja  
👜 Estudiante      💰 900€  
🏠 compartida      🎓 Medicina

## Perfil tecnológico



# Sofía Pestañas

*"La multitarea"*

"Yo nunca me aburro, tengo siempre mil cosas"

Inquieta

Ansiosa

## Biografía

Sofía, **sevillana**, estudiante de medicina y fotógrafa pasional. Le encanta asistir a eventos comic por la cantidad de personas diversas que encuentra, por eso siempre que se va de viaje intenta que sea a zonas culturales dispares. Ha ido de mochilera con la cámara por varios países y le encanta ayudar a comunidades desfavorables con lo que acaba dedicando más tiempo a los demás que a ella.

Quiere acabar medicina para poder irse de médica voluntaria a un par de países antes de meterse en la vida laboral. No quiere dejar de Hacer fotos nunca.

## Motivaciones y frustraciones

**Poder hacer un voluntariado cuando acabe la carrera y acudir a una comicon. La falta de tiempo para dedicarlo a todos sus hobbies y su pareja.**

## Tendencias y marcas

Nikon  
2ª Mano  
Voluntariado  
Amazon



# User Map

Trabajo cercano  
al sector



Sergio Manzano



Antonio Castillo



Marta Martinez



Sofía Pestañas



Jose Miguel Rota



Soraya Rosales

Lejano a  
una gran urbe

Cercano a  
una gran urbe

Trabajo alejado  
del sector

# User Map

Introverso



Jose Miguel Rota



Soraya Rosales

Lejano a una gran urbe

Cercano a una gran urbe



Marta Martinez



Sofía Pestañas



Antonio Castillo

Extroverso



Sergio Manzano

# Empathy map



Antonio Castillo

Nos evoca		Conseguir	Escucha	Piensa		Mira	Habla	Hace
responsable y emprendedor	Que expanda su negocio		Que necesita hacerse publicidad	Se siente apoyado por su entorno	Que su esfuerzo no merece la pena	Que las ventas no llegan donde deberían	"Que todo mejorará en cuanto conozcan lo que ofrezco"	Se esfuerza mucho y a veces los resultados no son acordes
Luchador de sus propósitos	Que tenga más beneficios		Sus clientes dicen que "podría llegar a más"	Que sus clientes son casi una familia	Que por mucho que haga no mejore	Que los clientes siempre vuelven	Que se le agota el tiempo	Que no para de buscar ideas para evolucionar
Joven para lo que ha logrado	Ayudarle a lograr algunas de sus metas		Que está mal ubicado	Que llegará su tienda a ser muy conocida	Que no consiga llegar a todo el público	Que su entorno le apoya	Le falta dinero para darse a conocer	Que es super organizado y metódico

# Empathy map



**Sergio Manzano**



**Nos evoca**

Organizado

Mucha experiencia

Hecho a sí mismo



**Conseguir**

Que se mantenga "en la ola"

Que las nuevas generaciones cuenten con él

Que gane algo de tiempo personal



**Escucha**

"Es un dinosaurio"

Que si esta él , el evento será de calidad

Que su agenda vale oro



**Piensa**

Le encanta que su hobby sea su trabajo

Su familia le apoya

Lo mucho que ha aprendido con el tiempo

Que se hace mayor

Que los eventos son cada vez más pesados

Que tendrá que dar el relevo y no quiere



**Mira**

Que la competición cada vez es mayor

Que no vale solo con que te conozcan

Que los asistentes cada vez piden más calidad y variedad



**Habla**

"La edad es metal"

Suelo estar por detrás de los eventos de calidad

"siempre intento estar al tanto de lo último"



**Hace**

Intenta estar a la última en lo referente a sus eventos

Darle valor a la calidad y a las personas

Dedica unas horas mínimas al día a su familia

# Empathy map



Marta  
Martinez



Nos evoca

Que es un poco infantil todavía

Que se pone metas un poco altas para el nivel que esta

Que sabe lo que quiere



Conseguir

Que se de a conocer

Que entable relaciones con gente del sector

Que encuentre lo que busca cuando viaja

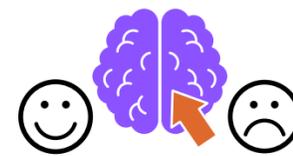


Escucha

Que esta loca si cree que llegará a algo en eso

Que su futuro no son los videojuegos, que sea realista

"persigue tus sueños" Su novio



Piensa

Que si no lo intenta nunca lo sabrá

Que con esfuerzo y empeño todo se puede conseguir

Cuándo lo consiga podrá conocer mundo

Que por mucho que se esfuerza no llega a la meta

Que no tiene tanta paciencia

Que no conoce suficiente gente del mundillo



Mira

Que hay pocas chicas en ese mundo

Que es complicado que no la sexualicen

Que muchas veces cuenta más quién te conoce que cómo lo haces



Habla

Que le faltan contactos

Que siendo chica es más complicado que la tomen en serio

"Soy igual de buena que cualquier chico"



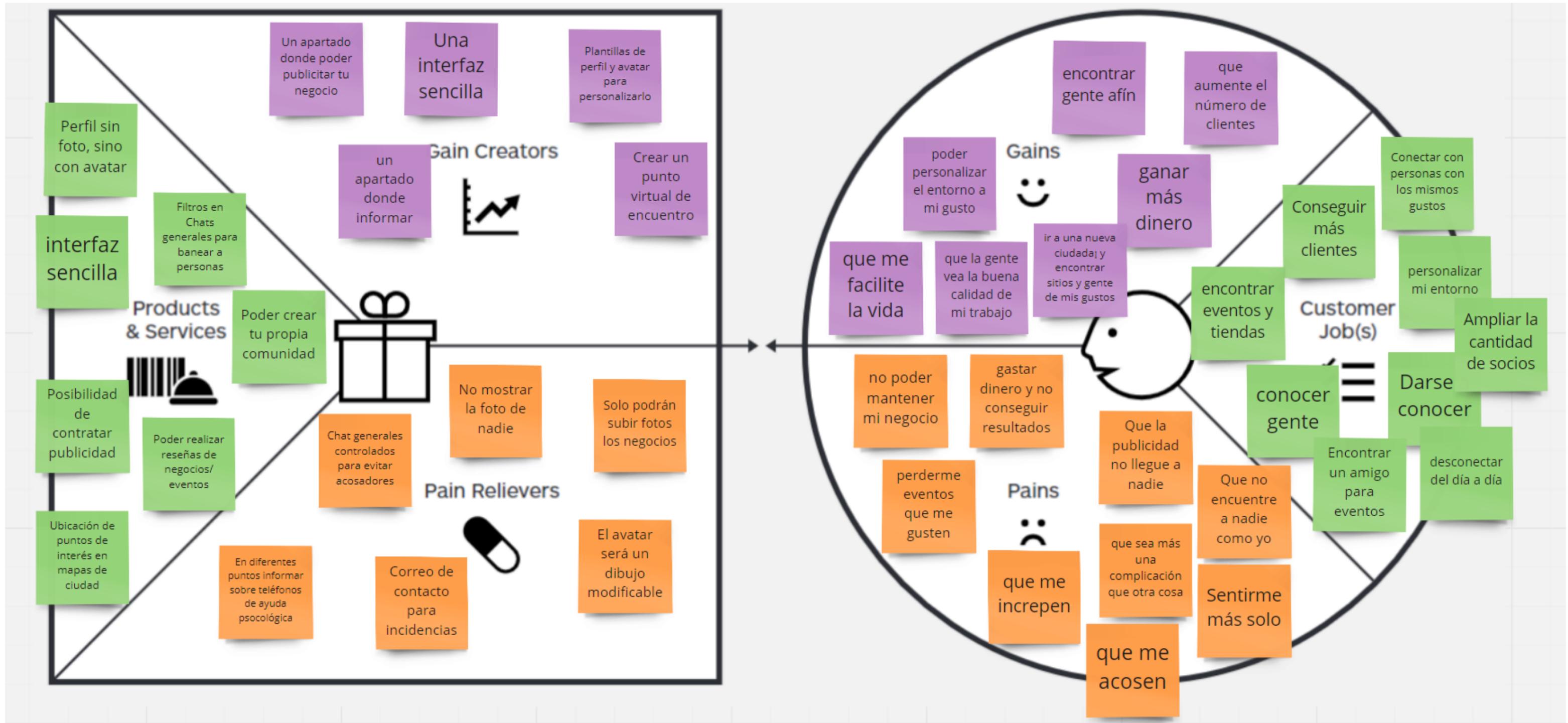
Hace

Pasa muchas horas sentada jugando en competiciones

Intenta no cambiar su forma de ser por mucho que le digan en comentarios

Intenta dedicarle suficiente tiempo a su familia y novio

# Value Proposition canvas



# Value Proposition canvas

interfaz  
sencilla

Posibilidad  
de  
contratar  
publicidad

Perfil sin  
foto, sino  
con avatar

Filtros en  
Chats  
generales para  
banear a  
personas

Poder realizar  
reseñas de  
negocios/  
eventos

Ubicación de  
puntos de  
interés en  
mapas de  
ciudad

Poder crear  
tu propia  
comunidad

# User Story

## Tipo de usuario

Como gótico que vive en una ciudad pequeña

Como dueño de un local de disfraces

Como joven Gamer y youtuber

Como cosplayer profesional

Como vocal de la asociación Steampunk

Como furry "en pañales"

Como relaciones públicas de eventos comic

Como rolera medieval

Como costurero por cuenta propia

Como fotógrafo

## Objetivo

Quiero que me conecten con gente de mi rollo

Quiero un lugar donde publicitarme

Quiero estar informada de los eventos

Quiero saber si en el evento al que voy tiene un corner de arreglos

Quiero avisar de los eventos que asistimos

Quiero conocer gente como yo

Quiero que mi evento aparezca el primero

Quiero estar al tanto de ese entorno

Quiero publicitarme en un sitio que abarque muchos mercados

Quiero saber cuándo y dónde hay eventos

## Motivo

porque donde vivo me siento solo hablando de ciertos temas

ya que mi tienda no esta en una calle principal.

y así poder crear más contenido y que me conozcan.

porque siempre alguna cosa falla en el último momento y así no estoy tan nerviosa.

porque en ellos es donde se consiguen más socios.

porque me siento incomprendido en mi entorno.

Porque cada año la competencia es mayor.

porque me he mudado y no conozco a nadie aquí.

porque el público que tenía que era el teatro ahora esta de capa caía.

porque es una manera fácil de agrandar el portfolio y conseguir trabajos.

# User Story

Como joven Gamer y youtuber **Quiero** estar informada de los eventos y así poder crear más contenido y que me conozcan.

Como relaciones públicas de eventos comic **Quiero** que mi evento aparezca el primero Porque cada año la competencia es mayor.



# Jobs to be done

## Situación

Al vivir en una zona donde no hay gente con mis mismos gustos

Al tener mi tienda fuera de una zona comercial

Al tener que crear contenido nuevo constantemente

Al presentarme a concursos cosplay me pongo tan nerviosa

Al ser complicado encontrar socios por la asociación

Al sentirme incomprendido en mi entorno por furry

Como cada año hay más competencia en los eventos

Como este año me he mudado no conozco a nadie y

Como mi público, que era el teatro, esta de capa caía

Al intentar vivir solo de la fotografía

## Motivación

me gustaría encontrar una red donde conectar con ellos

me gustaría publicitarme de forma barata

me gustaría estar informado de todos los eventos

que me gustaría saber si en el evento al que voy tiene un corner de arreglos

Me gustaría un sitio que informe de dónde asistimos

me gustaría encontrar un sitio con gente como yo

necesito que mi evento aparezca el primero en listas

me gustaría encontrar un sitio donde conocer gente

me gustaría poder publicitarme en un sitio que abarque muchos mercados

me gustaría saber cuándo y dónde hay eventos

## Solución

para no sentirme solo en ciertas conversaciones.

porque no tengo medios para trasladarla.

para poder despreocuparme de esa búsqueda.

para poder ir más tranquila a los eventos.

para tener un mayor alcance y conseguir más socios

para no sentirme mal y aumentar mis amistades.

para poder seguir montando más eventos

para poder practicar rol en vivo y así desconectar.

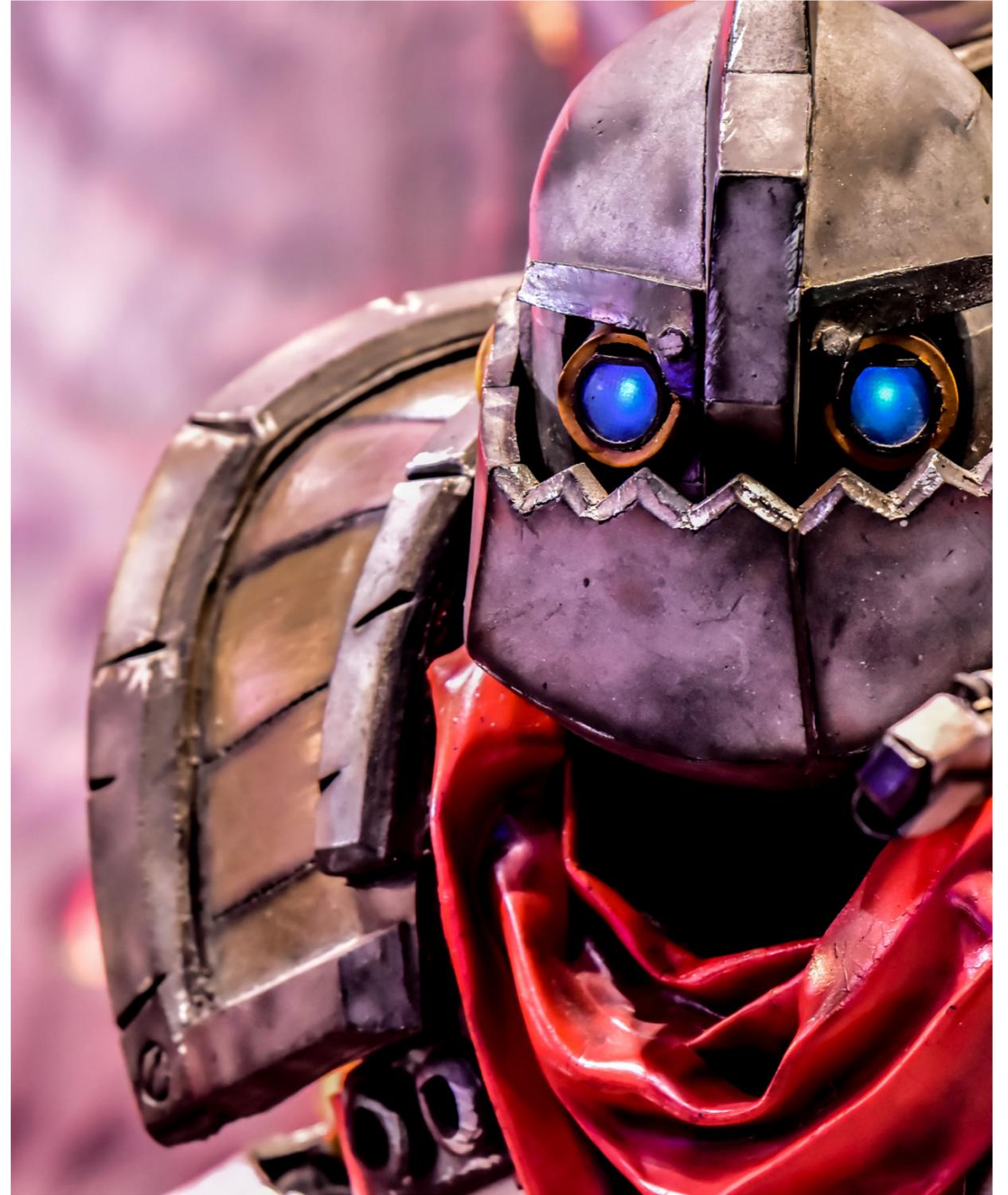
para poder seguir manteniendo mi negocio a flote

para así agrandar el portfolio y que me vean trabajar y conseguir encargos.

# Jobs to be done

Al tener que **crear contenido** nuevo constantemente me gustaría **estar informado** de todos los eventos para **poder despreocuparme** de esa búsqueda.

Como cada año **hay más competencia** en los eventos necesito que **mi evento** **aparezca el primero** en listas para **poder seguir** montando más eventos



# Customer Journey



**Antonio Castillo**

Necesita un lugar donde publicitarse de manera barata y llegar a un público mayor. De esta manera poder seguir creciendo.



**Sergio Manzano**

Necesita estar informado a la última de toda la información sobre otros eventos y subculturas.



**Marta Martinez**

Necesita un lugar donde darse a conocer y estar informada con tiempo de los eventos para poder planificarse y asistir a ellos.



# Antonio Castillo

Es un hombre de 25 años hecho a sí mismo. A esa corta edad tiene su propio negocio solo que no esta en la mejor ubicación y con los tiempos que corren necesita llegar a más clientes, porque aunque tiene grandes clientes fieles no es lo suficiente para mantenerse sin estar sufriendo a final de mes, ni ver que no puede expandirse por falta de recursos.

**WORK**

Necesita un lugar donde publicitarse de manera barata y llegar a un público mayor. De esta manera poder seguir creciendo.

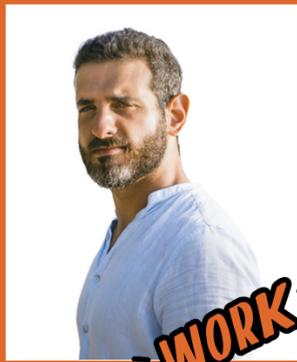


Hablando con un cliente al cerrar la tienda éste le habla de la app.	Camino a casa se descarga la versión gratis de la app para cotillearla.	Nada más abrirla le da la opción de usuario o empresa y elige empresa aunque le gustaría ver la otra parte	Aparece un onboarding de varias pantallas que le explica como sacar partido a la app como empresa	Crea un perfil de la tienda y sube un par de fotos. Ve que puede personalizarlo y le gusta.	Al acabar su perfil le salta la posibilidad de subir de nivel a uno de pago y de poner un anuncio. Opta por seguir sin hacerlo	Cierra la app y entra en casa para acabar su día	Al día siguiente se despierta y tiene un par de alertas en la app de emails de contacto preguntando por telas de la tienda.	Los contesta y se va a la tienda para abrirla.	Ahora tiene el tlf con sonido en la tienda y de vez en cuando le llegan email para hacer pedidos.
--	---	--	---	---	--	--	---	--	---



No le gusta que haya una versión de pago.		Piensa que si hay versión de pago es que se esta perdiendo posibilidades.	Piensa si merecerá la pena usar la versión de pago.	Le da vueltas a si merecería la versión de pago al ver los resultados.
---	--	---	---	--

Publicitar de manera no agresiva	Un onboarding sencillo y claro	Enseñar diferencias	recordar de vez en cuando la versión de pago
----------------------------------	--------------------------------	---------------------	--



# Sergio Manzano

Es un hombre de 47 años con mucha experiencia en el mundo de los eventos pero que empieza a ver como las nuevas generaciones le pisan el terreno. Estas generaciones le tienen como referente pero cada vez le cuesta más estar en la cresta de la ola y empieza a cansarse.

Necesita estar informado a la última de toda la información sobre otros eventos y subculturas.



## PRE-USO

Primer uso

Uno de sus ayudantes le habla de una app sobre eventos.

Le dice que la descargue y la investigue. El ayudante lo hace.

El ayudante le explica como funciona y las posibilidades tanto como empresa como usuario.

Le aburre la idea de otra app más

Crear una imagen que impacte

## DURANTE SU USO

Le dice que cree un perfil de cada y que coja la versión de pago para poder sacarle todo su potencial.

Crea alertas sobre todo lo nuevo que aparezca y genera anuncios para ver que impacto tienen.

Coje la versión de pago para sopesar si merece la pena.

mostrar las diferencias de los perfiles.

## POST-USO

Un par de días de uso

Al cabo de unos días ve como la información es bastante completa y que esta recibiendo más email de preguntas y reservas.

Crea un perfil de empresa para cada uno de sus eventos anuales cya que ve que llega a un mayor público.

Es complicado gestionar muchos perfiles.

Ver si se pueden crear varios perfiles con uno.

Un par de meses después

En el perfil de usuario lo aprovecha para ver que hay nichos nuevos en los que poder basar otros eventos.

Se a puesto en contacto con la empresa para ver si pueden colaborar de algún modo

Llegan a un acuerdo de sponsorización.

Ve una posible colaboración y ganancia de dinero.

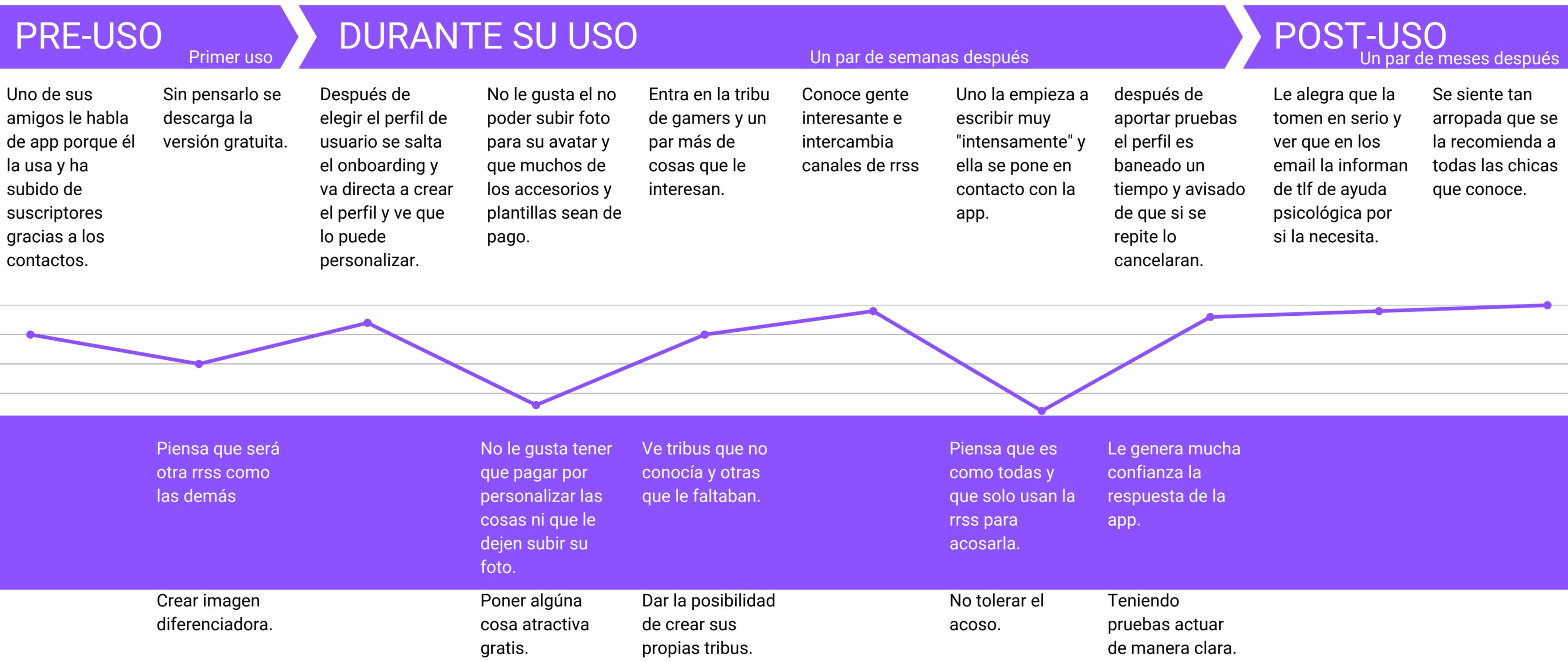
Facilitar formas de contacto a los empresarios.



# Marta Martinez

Cica de 17 años de un pueblo cercano a Vigo. En su entorno no conoce chicas gamer y sus amigos en la mayoría son chicos. Intenta hacerse un hueco en un mundo que esta dominado por hombres y desde un sitio que tampoco es de fácil acceso a reuniones o eventos físicos.

**Necesita un lugar donde darse a conocer y estar informada con tiempo de los eventos para poder planificarse y asistir a ellos.**



# GRACIAS

