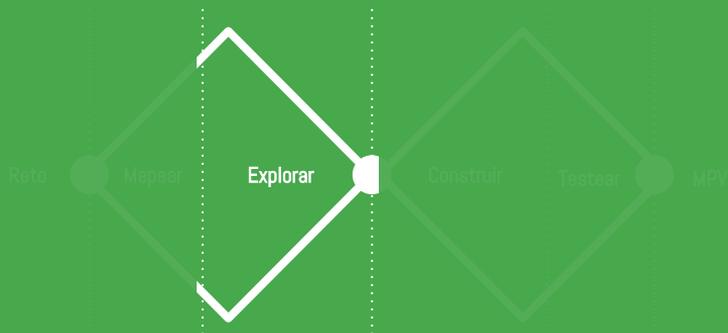
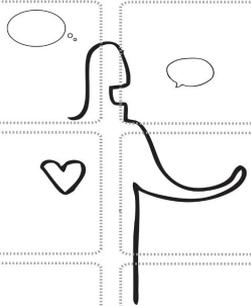


MAPA DE EMPATÍA.

Itinerario Creación de Experiencia de Cliente.
Fase Explorar.
Ejemplo.



PIENSA		DICE
SIENTE		HACE
OYE		VE

Con la información de las entrevistas y tras acudir a los sitios donde él resolvería su problema para elegir un buen vino para la ocasión, ya estamos listos para rellenar esta herramienta.

Esta técnica nos ayudó a empatizar con él de una manera más profunda para comprender, por ejemplo, las contradicciones que tenía. "Ej: Parecía que comprando el vino más caro ya estaba todo resuelto, pero lejos de ahí, esto le frustraba más ya que realmente no sabía si era el vino acertado y, encima, se había gastado el poco dinero que tenía"

MAPA DE EMPATÍA. Ejemplo.

PIENSA

"Llevar un Vino caro es entrar con clase ¿o no?"

"No tengo ni idea de vinos, digo Rioja porque es que más me suena".

"Como me equivoque con el vino entramos con mal pie".

"Yo algo sé, los Riojas son los más conocidos".

"Dar con el vino en la primera vez es clave".

DICE

SIENTE

Frustrado

Cogió el más caro y no sabe porqué.

Incertidumbre

"Vamos a ver qué pasa con este vino."

Hay muchas webs y App, pero yo no quiero aprender, quiero salir del paso

Va al supermercado y busca los vinos más caros.

Lee las etiquetas pero solo pone literatura de vino que solo los enólogos entienden.

Se descarga APP de Vinos con recomendaciones

HACE

OYE

"En algunas familias el Vino es sagrado."

Según con el vino que te presentes, ya te han catalogado.

VE

"Nadie de mi círculo de amigos tiene ni idea de vinos"

"La gente que sabe de vino parece más madura"