


Teatralizamos mediante un STORYTELLING todos los hallazgos descubiertos en el público objetivo

<https://red.conclase.org/fa23x>

EQUIPO

<p><b>1. PERFILES: "buyer persona" +segmentación</b> 5.1 Identificar 2 perfiles de usuario: nombre-foto a) Datos demográficos: edad, género, familia b) Datos económicos: formación, profesión c) Datos psicográficos: personalidad, valores d) Estilo de vida: actividades, grupo social (p * CASA:</p>			
<p><b>2. EMPATÍA: "empathy map"</b> 5.2 Listar motivaciones/reticencias de cada uno a) ¿Qué piensa y siente? Lo que le importa b) ¿Qué escucha y ve? Información que capta c) ¿Qué dice y hace? Lo que muestra al resto d) ¿Qué esfuerzos sufre y resultados busca? * CASA:</p>			
<p><b>3. EXPERIENCIA: "customer journey"</b> 5.2 Analizar cada paso del proceso de utilización a) Nombre de las etapas y descripción b) Fuentes de satisfacción c) Fuentes de insatisfacción d) Funcionalidades prioritarias: útil+rentable * CASA:</p>			
<p><b>4. GUIÓN: "storytelling"</b> 9.2 Reflejar una historia real con ambos perfiles a) Presentación: protagonistas y personajes b) Conflicto: necesidad y satisfactores c) Insatisfacción: etapas de uso e inconven. d) Planteamiento de nuevas funcionalidades * CASA:</p>			
<p><b>5. EXPO Y CRÍTICA:</b> 9.2-9.5 5) protagonistas y ambientación / tiempo 4' 1) necesidad principal y etapas del uso 2) insatisfacciones y funcionalidades 3) formulario de recogida de opiniones 4) análisis de la información recopilada * CASA: ensayar individual y colectivamente</p>			