

MAPAS DE EMPATÍA

¿QUÉ PIENSA
EL USUARIO?

¿QUÉ COMPORTAMIENTO
TIENE HACIA LOS DEMÁS?

¿CUÁLES SON SUS PRINCIPALES
PREOCUPACIONES?

¿QUÉ OBSTÁCULOS LE FRENAN PARA
QUE COMPRE TUS PRODUCTOS?

MAPAS DE EMPATÍA

CONOCER Y ENTENDER
A LOS USUARIOS

¿CÓMO SE
CONSTRUYE?

EL USUARIO
ES EL CENTRO

4
PREGUNTAS
CLAVE

1. ¿QUÉ VE?
2. ¿QUÉ DICE Y HACE?
3. ¿QUÉ OYE?
4. ¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

1. ¿QUÉ VE?

EL ENTORNO SOCIAL EN EL
QUE SE MUEVE EL USUARIO
Amigos, contactos, ofertas del mercado

1. ¿QUÉ VE?

¿Cuál es su entorno?

¿Qué aspecto tiene?

¿Qué lo rodea?

¿Quiénes son sus amigos?

De ellos, ¿Quiénes son las personas clave?

¿A qué tipo de ofertas está expuesto?

¿Con qué problemas se enfrenta?

2. ¿QUÉ DICE Y HACE?

EL USUARIO EN SI MISMO, SIN
ESTÍMULOS EXTERIORES

La forma de comportarse y actuar

2. ¿QUÉ DICE Y HACE?

- ¿Cómo se comporta habitualmente en público?
- ¿Qué dice que le importa?
- ¿Con quién habla?
- ¿Qué podría estar contándoles?
- ¿Influencia a alguien?
- ¿Existen diferencias entre lo que dice y lo que piensa?
- ¿Hay contradicciones en su manera de actuar?

3. ¿QUÉ OYE?

LO QUE RODEA AL USUARIO
Y SUS AGENTES
INFLUENCIADORES

Amigos, jefes, familia y entorno general

3. ¿QUÉ OYE?

- ¿Qué escucha en su entorno profesional?
- ¿Qué dicen sus amigos y familia?
- ¿Cómo le afecta su entorno?
- ¿Cuáles son sus principales influenciadores?
- ¿Cómo le influyen?
- ¿A través de qué canales le influncian?

4.
¿QUÉ PIENSA Y
SIENTE?

SUS INQUIETUDES
INDEPENDIENTE DEL
ENTORNO QUE LO RODEA
Lo que realmente le importa, sus
emociones

4. ¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

- ¿Qué pasa en su mente?
- ¿Qué es lo que le mueve?
- ¿Qué le importa de verdad?
- ¿Cuáles son sus principales preocupaciones?
- ¿Qué le quita el sueño?
- ¿A qué aspira?
- ¿Cuáles son sus sueños y expectativas?
- ¿Qué le conmueve?

BONUS
TRACK

5.
¿QUÉ
ESFUERZOS
HACE?

LAS BARRERAS QUE EL
USUARIO DEBE SUPERAR
Miedos, frustraciones y obstáculos

5. ¿QUÉ ESFUERZOS HACE?

- ¿Cuáles son sus mayores frustraciones?
- ¿Qué se interpone entre el usuario y sus deseos?
- ¿Qué miedos muestra?
- ¿Qué riesgos teme asumir?

6.
¿QUÉ
RESULTADOS
OBTIENE?

LOS DESEOS Y NECESIDADES
CON LOS QUE SE
ENCUENTRA EL USUARIO

Las aspiraciones, metas y logros a conseguir

6. ¿QUÉ RESULTADOS OBTIENE?

- ¿Qué esfuerzos hace?
- ¿Qué desea o necesita conseguir en realidad?
- ¿Cómo mide el éxito?
- ¿Qué es lo que de verdad le gustaría conseguir?
- ¿Cuál es su definición de éxito?
- ¿Cómo intenta alcanzarlo?

Aunque no deja de ser un método preductivo y basado en suposiciones, el mapa de empatía es una forma bastante aproximada de conocer cómo es y qué motiva a tu potencial usuario.

Se trata de una vía por la que es posible acercarse al tipo de usuario que tienes, saber sus aspiraciones, motivaciones, intereses y objetivos.

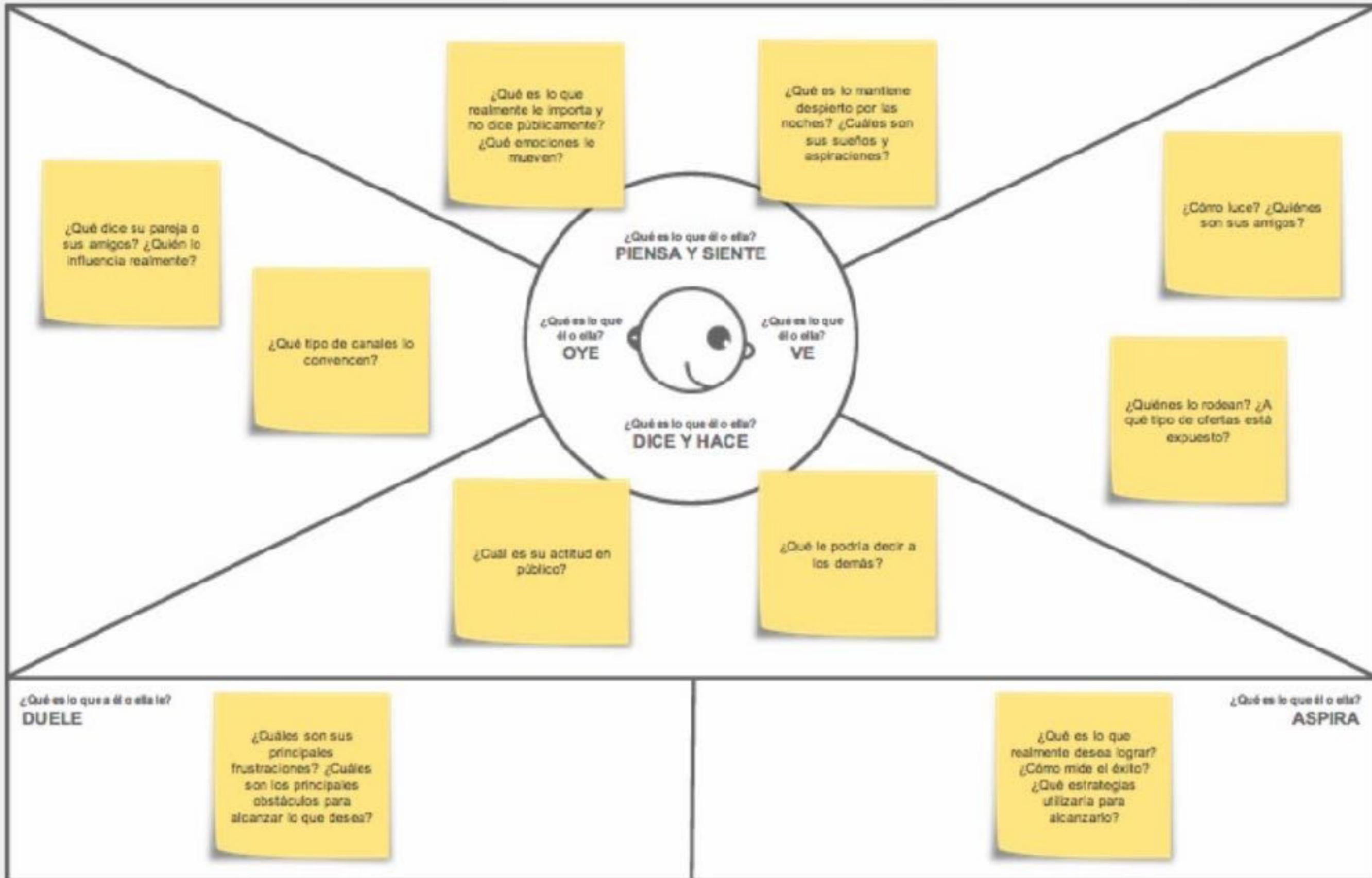
Empathy Map

Nombre del Usuario / Cliente:

Diseñado para:

En: dd/mm/aaaa

Por:



¿DUDAS?

¡GRACIAS!

Presentación disponible en www.nicolasespinoza.cl