Logotipo

Descripción generada automáticamente**MAPA DE EMPATÍA**

Imagen que contiene Diagrama

Descripción generada automáticamente

**¿Qué es?**

**Herramienta para conocer en detalle al cliente objetivo, las personas que van a querer utilizar y/o pagar por tu producto/solución.**

Cumplimentándolo puedes averiguar y entender los deseos, necesidades, intereses incluso frustraciones de tus clientes/usuarios potenciales a través de una serie de preguntas. Se trata de entrar en su mente para poder pensar como él/ella, empatizar y ofrecerle las soluciones que realmente necesita, por el canal y de la forma que quiera y siempre teniendo en cuenta la condición base de que deben estar dispuestos a pagar por ello.

**¿Cuál es el propósito final?**

**A través del mapa de empatía, conocerás\* mejor a tu clientes y usuario, de forma que:**

* **Será más sencillo mejorar los productos/servicios ofrecidos.**
* **Podrás adecuar e incluso optimizar la experiencia de compra ofrecida.**
* **Lograrás crear estrategias y acciones de comunicación y venta muy dirigidas.**

*\*Se trata una herramienta basada en suposiciones y se aconseja complementar esta técnica con otras herramientas como el estudio de mercado, encuestas, entrevistas, etc.*

**¿Qué pasos debo seguir?**

1. **Identificar cuál es tu objetivo o meta a la hora de realizar el mapa de empatía.**
2. **Tener clara la persona en la que vamos a pensar para poder entenderla mejor.**

**En caso de que tu comprador y usuario final sea diferente, se recomienda realizar dos mapas. Es crítico conocer en profundidad quién te consume y quién te compra.**

1. **Definir el momento o escenario en el que lo ubicamos.**
2. **Pre-definir las características de la persona y momento de compra en base a los datos de los que disponemos: edad, género, geografía, horario de compra, número de compras al año, …**
3. **Completar las dudas planteadas en el mapa de empatía inferior y analizar los resultados. Procura llega al fondo de la persona y sé específico.**

Logotipo

Descripción generada automáticamente **MAPA DE EMPATÍA (Guión)**

**¿Qué le influye? ¿Cómo piensa y siente?**

* ¿Qué le preocupa?
* ¿Cuáles son sus sueños y objetivos? ¿a qué aspira?
* ¿Qué le motiva?
* ¿Qué le hace feliz? ¿Cuál es su propósito de vida?
* ¿Qué valores le representan?
* ¿Qué le dice su familia?
* ¿Qué dicen sus amigos?
* ¿Qué dice su entorno laboral?
* ¿Qué dicen aquellas personas que admira o sigue?
* ¿Qué canales de comunicación consume y cómo es su mensaje?
* ¿Cómo es el entorno en el que vive la persona?
* ¿Cómo entiende su cotidianeidad?
* ¿Cómo ve a su entorno y amigos?
* ¿Qué ve en el mercado? ¿Qué ofertas recibe a menudo?
* ¿Qué está mirando y leyendo?

**¿Qué escucha y qué quiere oír?**

**¿Qué ve y cómo lo percibe?**

**¿Nombre? ¿Edad? ¿Datos demográficos? ¿nivel educacional/laboral?**

* ¿De qué temas le gusta hablar? ¿cómo lo verbaliza?
* ¿Sus acciones son coherentes con sus palabras?
* ¿Cuál es su actitud y comportamiento en público? ¿es igual en su intimidad?

**¿Qué dice y hace?¿En qué entornos?**

**Resultados / Éxito**

* ¿Qué entiende como éxito?
* ¿Qué necesidad o deseo real ve posible satisfacer y cómo?
* ¿Qué acabaría con sus problemas?
* ¿Qué otros pensamientos y sentimientos pueden motivar e influir en sus comportamientos?

**Esfuerzos y/o obstáculos en el camino**

* ¿Cuáles son sus miedos?
* ¿Cuáles son sus frustraciones? ¿y ansiedades?
* ¿Qué obstáculos debe saltar para conseguir lo que desea?
* ¿Cuáles son sus líneas rojas?

**MAPA DE EMPATÍA PROYECTO XXXXXXXXXXXXXXXX**

**Nombre persona promotora: E-mail: Teléfono: Fecha:**

**¿Qué le influye? ¿Cómo piensa y siente?**

**¿Qué ve y cómo lo percibe?**

**¿Qué escucha y qué quiere oír?**

**¿Qué dice y hace?¿En qué entornos?**

XXX

XXX

XXX

XXX

XXX

**Resultados**

**Esfuerzos**

XXX

XXX

***Este documento es solo una guía orientativa que contiene recomendaciones y consejos generales para la cumplimentación de un mapa de empatía. Los consejos contenidos en esta guía se basan en la experiencia propia de Fundación HAZI Fundazioa, en las prácticas habituales del sector, en opiniones de expertos en la materia y en otra serie de fuentes y estudios externos, que no necesariamente tienen una base científica o demostrada.***

***Por tanto, esta guía debe tomarse como un documento meramente orientativo y de índole general, que deberá utilizarse o ajustarse según las necesidades de cada caso. Fundación HAZI Fundazioa declina cualquier clase de responsabilidad respecto del uso que pueda darse a los consejos contenidos en esta guía.***

Logotipo

Descripción generada automáticamente