

Business Model - The Empathy Map

Designed for:

Designed by:

Date:

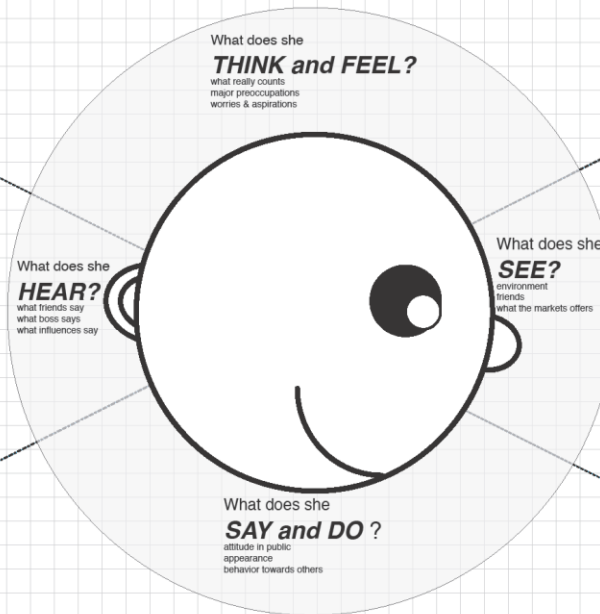
Iteration:

Customer Perspective:

JOANA 2.0

“Se o design fosse mais moderno e arrojado, eu comprava” | “Quero ter peças únicas e estar à frente das tendências” | “Quero criar tendências e ser reconhecida” | “Quero proporcionar aos meus amigos uma experiência única” | “Eu sou única, assim como a minha personalidade e as escolhas que faço”

- Ouve que a Vista Alegre tem tradição e qualidade
- É influenciada por colegas (próximos e chefia), amigos, tendências.
- “Vê” na net (redes sociais, blogs, sites), em revistas, experiências em casa de outros.



- Vista Alegre como antiquada, com linhas conservadoras
- Concorrência com menos qualidade e menos valor artístico
- São as pessoas mais velhas que compram VA

- Diz que Vista Alegre não é moderna o suficiente para ela.
- Não compra, não vai à loja, não diz que gosta.
- VISTA ALEGRE e JOANA defendem valores diferentes.

PAIN

fears, frustrations, obstacles

Ter Vista Alegre não é estar a par das tendências porque as peças até podem ter qualidade mas são antiquadas.

GAIN

"wants"/needs, measures of success, obstacles

Design com qualidade, novidade, reconhecimento, status.