

ABR 2024

User Persona

UX Specialist

Josué Cañizalez



CONGRESO
FUTURO

Index del contenido

1. Contexto del estudio
2. Investigación inicial
3. Segmentación demográfica
4. Patrones de comportamiento
 - a. ¿Qué problemas enfrentan?
 - b. ¿Qué los motiva?
 - c. ¿Qué soluciones están buscando?
5. Creación de perfiles
6. Insights
7. Próximos pasos

Contexto del Estudio

Este estudio tiene como objetivo analizar, comprender y procesar la información disponible para entender en base a datos los potenciales usuarios de Congreso Futuro.

La información recopilada nos ayudará a estructurar:

1. Datos y métricas
2. Comportamientos
3. User personas

Investigación Inicial

Investigación Inicial

Recopilación de información

Sobre tu audiencia objetivo mediante investigaciones de mercado, encuestas, análisis de datos demográficos y cualquier otra fuente relevante. Identificar tendencias, necesidades, deseos y comportamientos comunes. Este estudio será basado en la información disponible entre los años 2021 al 2024

Datos a usar

- Redes sociales
- Encuestas a usuarios

Segmentación demográfica

Segmentación demográfica

Divide tu audiencia

En grupos demográficos relevantes, como edad, género, ubicación geográfica, nivel educativo, preferencias, etc. Esto te ayudará a tener una visión general de quiénes son tus potenciales usuarios.

Este estudio será basado en la información disponible entre los años 2021 al 2024

Segmentación demográfica

Género

Los géneros con mayor porcentaje de presencia son:

1. Mujer (53%)
2. Hombre (45%)
3. Otros (2%)

Segmentación demográfica

Edad - Evento

Los rangos con mayor porcentaje de presencia son:

1. 61 años o más (41%)
2. 46 - 60 años (31%)
3. 31 - 45 años (19%)
4. 18 - 30 (8%)
5. 1 - 17 (1%)

Segmentación demográfica

Edad - Actividades paralelas

Los rangos con mayor porcentaje de presencia son:

1. 18 - 30 (68%)
2. 31 - 45 años (12%)
3. 46 - 60 años (11%)
4. 1 - 17 (6%)
5. 61 años o más (3%)

Segmentación demográfica

País

Los rangos con mayor porcentaje de presencia son:

1. Chile (92%)
2. Argentina (2%)
3. Colombia (1%)
4. Venezuela (1%)
5. Ecuador (0.5%)
6. Otros (3,5%)

Segmentación demográfica

Nivel educacional

Los rangos de con mayor porcentaje de presencia son:

1. Post-grado completo (43%)
2. Universitaria completa (34%)
3. Universitaria incompleta (10%)
4. Post-grado incompleto (6%)
5. Enseñanza media completa (4%)
6. Enseñanza media incompleta (2%)
7. Enseñanza básica completa (0,5%)
8. Enseñanza básica incompleta (0,5%)

Segmentación demográfica

Situación laboral

Los rangos de con mayor porcentaje de presencia son:

- | | | |
|----|--------------------------|-------|
| 1. | Trabajador dependiente | (44%) |
| 2. | Trabajador independiente | (25%) |
| 3. | Jubilado | (20%) |
| 4. | Estudiante | (5%) |
| 5. | Cesante | (4%) |
| 6. | Dueña(o) de casa | (2%) |

Segmentación demográfica

Medios de comunicación

Los rangos de con mayor porcentaje de presencia son:

1. RRSS (32%)
2. Comunicado de prensa (29%)
3. Web (21%)
4. Email marketing (12%)
5. Boca a boca (5%)
6. Otros (1%)

Segmentación demográfica

Tipo de trabajo u oficio

Los rangos de con mayor porcentaje de presencia son:

1. Administrativo (33%)
2. Ejecutivo (31%)
3. Director (20%)
4. Freelance (11%)
5. Emprendedor (5%)

Segmentación demográfica

Dispositivo

Los rangos de con mayor porcentaje de presencia son:

1. Laptop (38%)
2. Smartphone (36%)
3. Pc (23%)
4. Tablet (3%)

Segmentación demográfica

Preferencia en modalidad

Los rangos de con mayor porcentaje de presencia son:

1. Online (75%)
2. Presencial (25%)

Segmentación demográfica

Contenido de interés

Según los datos obtenidos los usuarios están en constante búsqueda de información diaria entre 2 a 4 veces por día en temas relacionado con:

- Entrevistas
- Avances tecnológicos
- Contenido profesional en LinkedIn
- Astronomía
- Robótica
- Seminarios
- Podcast
- Temas de interés social

Patrones de Comportamiento

Patrones de comportamiento

¿Qué problemas enfrentan?

1- Acceso a información relevante y confiable

Con la vasta cantidad de información disponible en línea, puede ser difícil para estas personas discernir qué información es confiable y relevante para sus intereses.

2- Falta de tiempo para mantenerse al día

Mantenerse al día con los avances en investigación, educación y ciencia puede ser abrumador y consumir mucho tiempo, especialmente para aquellos con agendas ocupadas.

3- Falta de comunidad y redes de apoyo

Aunque pueden estar interesados en estos temas, pueden carecer de una comunidad o red de personas con ideas afines con quienes puedan conectarse y discutir.

4- Limitaciones en el acceso a recursos educativos y eventos

Algunas personas pueden enfrentar barreras financieras o geográficas que limitan su acceso a recursos educativos y eventos en persona o en línea.

Patrones de comportamiento

¿Qué los motiva?

1- Curiosidad intelectual

Muchas de estas personas están motivadas por el deseo de aprender y comprender el mundo que les rodea en un nivel más profundo.

2- Impacto y contribución

Les motiva la posibilidad de contribuir al avance del conocimiento y hacer una diferencia en sus comunidades o en el mundo en general.

3- Desarrollo personal y profesional

Buscan oportunidades para mejorar sus habilidades y conocimientos, ya sea por razones personales o profesionales.

4- Conexión y comunidad

Les motiva la oportunidad de conectarse con otras personas que comparten sus intereses y pasiones, y de participar en discusiones significativas sobre temas relevantes.

Patrones de comportamiento

¿Qué soluciones están buscando?

1- Plataformas de contenido

Herramientas que les ayuden a filtrar y acceder a información relevante y confiable en sus áreas de interés.

2- Eventos y comunidades en línea

Plataformas que faciliten la conexión con otras personas con ideas afines y la participación en eventos y discusiones virtuales.

3- Recursos educativos accesibles

Acceso a recursos educativos de alta calidad y asequibles, como cursos en línea, conferencias y materiales de lectura.

Creación de perfiles

User persona 1

María Pérez

Características demográficas

61 años

Estado civil: Casada

Profesión: Ingeniero Comercial

Vive en Santiago, Chile.

Está buscando nuevas maneras de potenciar su aprendizaje y mantenerse informada de los avances tecnológicos, ya que entiende y siente un gran pasión por el conocimiento.

Comportamiento Le gusta invertir bien su tiempo profesionalmente, también leer libros, ver películas y series en inglés en su tiempo libre.



Necesidades y objetivos

- Tener todo siempre bajo control.
- Invertir su tiempo productivamente.
- Mantenerse siempre informada.

Motivaciones

- Aprender en su tiempo libre sobre distintos temas.
- Mantenerse actualizada le garantiza una mejor comprensión de su entorno laboral.
- Prepararse para su retiro.

Frustraciones

- Falta de tiempo.
- No sabe como conseguir la información.
- No tiene un red de apoyo.

User persona 2

Juan Gonzalez

Características demográficas

38 años

Estado civil: Soltero

Profesión: Informático

Vive en Santiago, Chile.

Persigue constantemente nuevas formas de profundizar su conocimiento en el ámbito informático y se mantiene al tanto de las últimas tendencias tecnológicas, alimentando así su pasión por la excelencia y el crecimiento profesional.

Comportamiento Tiene un trabajo modalidad remota y trata de desarrollar todas sus actividades dentro de ese entorno.



Necesidades y objetivos

- Busca constantemente desafíos.
- Equilibrio entre vida laboral y personal.
- Busca nuevas ofertas de empleo en LinkedIn

Motivaciones

- Contribuir con proyectos innovadores.
- Reconocimiento y prestigio profesional.
- Quiere seguir estudiando desde casa.

Frustraciones

- Siente que sus habilidades se vuelven obsoletas.
- Presión y estrés laboral.
- Falta de oportunidades de crecimiento.

User persona 3

Manuel Serrano

Características demográficas

24 años

Estado civil: Soltero

Profesión: Estudiante

Vive en Valparaiso, Chile.

Se encuentra en constante búsqueda de recursos innovadores y oportunidades de aprendizaje que le permitan expandir sus horizontes.

Comportamiento Tiene un trabajo de medio tiempo y estudia en horario nocturno para poder cumplir con sus actividades personales.



Necesidades y objetivos

- Acceso a materiales de estudio.
- Oportunidades para participar en actividades extracurriculares.
- Pasantías y programas de voluntariados.

Motivaciones

- Alcanzar el éxito académico.
- Adquirir nuevas habilidades.
- Enfrentar desafíos que fomenten su crecimiento.

Frustraciones

- Sentirse abrumado por la carga de trabajo académico.
- Dificultad financieras para costo de matrícula y cursos.
- Estrés, ansiedad y agotamiento.

User persona 4

Ana Avendaño

Características demográficas

17 años

Estado civil: Soltera

Profesión: N/A

Vive en Santiago, Chile.

Se encuentra en la búsqueda de una profesión que le genere interés.

Comportamiento Se reúne frecuentemente con sus amistades para intercambiar experiencias relacionadas con sus hobbies.



Necesidades y objetivos

- Necesita orientación para descubrir sus intereses.
- Requiere un espacio seguro y comprensivo donde pueda ser entendida.
- Identificar sus áreas de interés y pasión.

Motivaciones

- Autodescubrimiento.
- Lograr la independencia financiera.
- Modelos a seguir, mentores, familiares o amigos.

Frustraciones

- Incapacidad para tomar decisiones sobre su futuro.
- Presión de familiares, amigos o la sociedad .
- Falta de apoyo emocional y orientación de personas importantes en su vida.

Insights

Descubrimientos

Dentro del proceso de análisis se detectaron puntos importantes que puede ayudar a mejorar la experiencia del usuario:

- El 75% de los usuarios quieren una modalidad online, sin embargo esto no se traduce a que directamente la modalidad presencial no sea una opción para ellos pero si es un indicador de refuerzo para la plataforma digital y la accesibilidad a la información para garantizar que todos puedan acceder a ella.
- Comunicación que refuercen la participación digital. Si el objetivo es crear una comunidad es importante mantener a los usuarios donde todos pueden estar, en este caso la web.
- Usar horarios específicos para la publicaciones de contenidos en redes sociales que coincidan con el horario de los usuarios para garantizar que la información sea recibida por el público objetivo.
- LinkedIn es la plataforma con más relevancia para informarse de eventos relacionados con comunicación y educación profesional. Este pudo se debe potenciar ya que el 77% de los usuarios son profesionales que siempre se encuentran en constante búsqueda de información profesional.

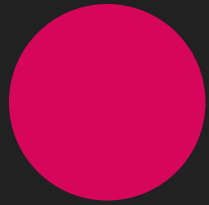
Descubrimientos

- Exploración de intereses: Se puede alentar a la persona a participar en cursos en línea o eventos presenciales que abordan una variedad de temas y áreas de interés. Esta exploración amplia le permitirá descubrir campos que le resulten atractivos y motivadores, ayudándole a definir sus preferencias y orientarse hacia opciones educativas que se alineen con sus intereses.
- Flexibilidad y adaptabilidad: Es importante destacar las ventajas de la educación en línea, como la flexibilidad de horarios y la posibilidad de aprender a su propio ritmo. Esto puede ser especialmente beneficioso para alguien que aún no está seguro de qué quiere estudiar, ya que le brinda la oportunidad de experimentar con diferentes cursos y programas sin comprometerse con un plan de estudios rígido.
- Networking y apoyo: Tanto en la educación en línea como en los eventos presenciales, se pueden establecer conexiones valiosas con profesores, mentores y compañeros de estudio que pueden brindar orientación, apoyo y oportunidades de crecimiento personal y profesional. Fomentar la participación en comunidades educativas y grupos de interés afines puede ayudar a esta persona a sentirse parte de una red de apoyo mientras explora sus opciones educativas.

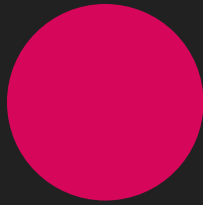
Próximos Pasos

Próximos pasos

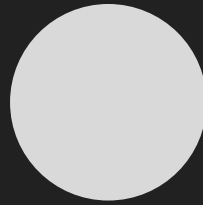
Gantt



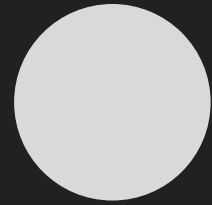
Benchmark



User Persona



Canales



Discovery



CONGRESO
FUTURO

Muchas gracias

UX Specialist

Josué Cañizalez