Mapa de empatía

¿Qué piensa y siente?

Lo que realmente importa: Quieren contribuir positivamente al mundo comprando productos sostenibles y significativos.
Principales preocupaciones: Calidad y autenticidad de los productos. Quieren estar seguros de que su compra realmente hace una diferencia.
Inquietudes y aspiraciones: Aspiran a un estilo de vida sostenible y desean encontrar productos que se integren perfectamente con sus valores y creencias.

¿Qué oye?

Lo que dicen los amigos: Recomendaciones sobre marcas sostenibles y experiencias de compra.
Lo que dice el jefe: Posiblemente nada relevante para su decisión de compra.
Lo que dicen las personas influyentes: Opiniones y Reseñas de influencers sobre productos sostenibles y marcas éticas.

¿Qué ve?

Entorno: Observan el creciente interés en la sostenibilidad y la moda consciente en su comunidad.
Amigos: Ven a personas cercanas adoptando estilos de vida más sostenibles.
La oferta del mercado: Ven una variedad de marcas sostenibles y productos eco-friendly.
.

¿Qué dice y hace?

Actitud en público: Muestran orgullo al usar productos sostenibles y cuentan la historia detrás de sus compras.
Aspecto: Se esfuerzan por lucir a la moda y auténticos, prefieren productos que se adapten a su estilo.
Comportamiento hacia los demás: Comparten sus experiencias de compra con amigos y familiares, fomentando la conciencia sobre la moda sostenible.

¿Qué le duele?

Miedos: Temen ser engañados por marcas que no son realmente sostenibles.
Frustraciones: Se frustran cuando las marcas sostenibles no ofrecen opciones modernas y asequibles.
Obstáculos: Pueden encontrar obstáculos financieros para comprar productos de alta calidad y sostenibles.

¿A qué aspira?

Deseos/necesidades: Desean productos de calidad, auténticos, y asequibles que se alineen con sus valores.
Medida del éxito: El éxito radica en sentirse bien consigo mismos al contribuir positivamente al medio ambiente y a la comunidad.