Empathy Map Canvas

Designed for: Pannenkoekhuis 't Mussennest (GEBRUIKER)

Designed by: Ivan Boer

Date: 09-09

Version:

GOAL

1 WHO are we empathizing with?

Who is the person we want to understand?
What is the situation they are in?
What is their role in the situation?

Klanten en potentiële bezoekers van Pannenkoekhuis 't Mussennest, die op zoek zijn naar informatie over het restaurant, zoals het menu, openingstijden en locatie.

2 What do they need to DO?

What do they need to do differently?
What job(s) do they want or need to get done?
What decision(s) do they need to make?
How will we know they were successful?

Ze willen snel en eenvoudig toegang hebben tot actuele en nauwkeurige informatie over het restaurant, zoals het menu, prijzen, en openingstijden. Ze willen dit op hun mobiel of desktop kunnen doen zonder navigatieproblemen of verouderde content tegen te komen.

3 What do they SEE?

What do they see in the marketplace?
What do they see in their immediate environment?
What do they see others saying and doing?
What are they watching and reading?

Verouderde prijzen, menu-items en oude coronamaatregelen.

Geen duidelijke zoekresultaten in Google, wat het moeilijk maakt om de website te vinden.

Mobiele gebruikers: Zien een slecht werkende mobiele website met kleine knoppen en onleesbare tekst.

Desktopgebruikers: Zien een rommelige lay-out met verouderde informatie en traag ladende pagina's.

4 What do they SAY?

What have we heard them say?
What can we imagine them saying?

"De site is verouderd en laadt traag."

"De tekst is moeilijk te lezen door de achtergrondafbeelding "

"De informatie is verouderd"

"De website is niet goed bruikbaar op mobiel"

5 What do they DO?

What do they do today?
What behavior have we observed?
What can we imagine them doing?

Desktopgebruikers: Gebruiken de site om informatie over het restaurant te vinden, maar ervaren problemen met traagheid en navigatie.

Mobiele gebruikers: Bezoeken de site onderweg, maar moeten meerdere keren klikken en worstelen met slechte leesbaarheid en trage laadtijden.

6 What do they HEAR?

What are they hearing others say?
What are they hearing from friends?
What are they hearing from colleagues?
What are they hearing second-hand?

Aanbevelingen van anderen om het restaurant te bezoeken, maar met twijfels over de website.

Berichten van anderen die zeggen dat de informatie op de website niet klopt of verouderd is.

Mobiele gebruikers: Horen dat de site slecht geoptimaliseerd is voor mobiel en dat de informatie verouderd is.

Desktopgebruikers: Horen van anderen dat de site moeilijk te gebruiken is en verouderd aanvoelt.

7 What do they THINK and FEEL?

PAINS

What are their fears, frustrations, and anxieties?

Moeite om snel toegang te krijgen tot juiste informatie.

Verouderde informatie creëert verwarring en wantrouwen.

Mobiele navigatie en gebruikerservaring zijn slecht.

Verlaat de website als het te lang duurt of als informatie ontbreekt.

Beoordeelt de geloofwaardigheid van het restaurant op basis van de website-informatie.

GAINS

What are their wants, needs, hopes and dreams?

Een up-to-date website met betrouwbare en actuele informatie over het restaurant.

Een modern en visueel aantrekkelijk ontwerp dat vertrouwen wekt.

Een website die goed werkt op mobiel, met snelle laadtijden en eenvoudige navigatie.

What other thoughts and feelings might motivate their behavior?

© 2017 Dave Gray, xplane.com