

1. Segmentos de Clientes (¿Quién es tu cliente?)

Grandes y medianas empresas: Organizaciones con un volumen considerable de empleados que requieren elecciones periódicas.

Departamentos de Recursos Humanos: Los responsables internos de organizar y asegurar la validez de las elecciones sindicales.

Sindicatos y Comités de Empresa: Entidades que necesitan un proceso transparente y accesible para sus representantes.

BUYER PERSONA

David Martínez Perez



Información personal

- Edad: 30 - 45 años
- Sexo: Hombre
- Estudios: Licenciatura o Ingeniería.
- Profesión: Gerente de Ventas Regional.
- Nivel de ingresos: Medio-Alto.

Deseos y necesidades

- Comodidad y Flexibilidad: Necesita una forma de votar que se adapte a sus necesidades.
- Rapidez: Necesita un proceso que le lleve solo 5 minutos y que no implique gestiones adicionales.
- Participación Garantizada: Desea ejercer su derecho y que su voz cuente, sin importar su ubicación.
- Confidencialidad: Confiar en que su voto sea secreto y que el sistema sea seguro.

Obstáculos

- Pérdida de Tiempo y Dinero por Desplazamiento: Su mayor frustración es tener que viajar grandes distancias o modificar su itinerario de trabajo solo para depositar un voto presencial en la sede central de la empresa.
- Burocracia : Odia los formularios en papel y la lentitud de los procesos manuales.
- Riesgo Laboral: Temor a que su voto no se reciba a tiempo

Metas

- Meta: Avanzar en su carrera profesional y ser un miembro activo en las decisiones de la empresa.
- Motivación: Mantener su alta productividad y no sacrificar tiempo de trabajo o personal.
- Objetivo: Lograr una participación plena y fácil en todos los procesos de la empresa

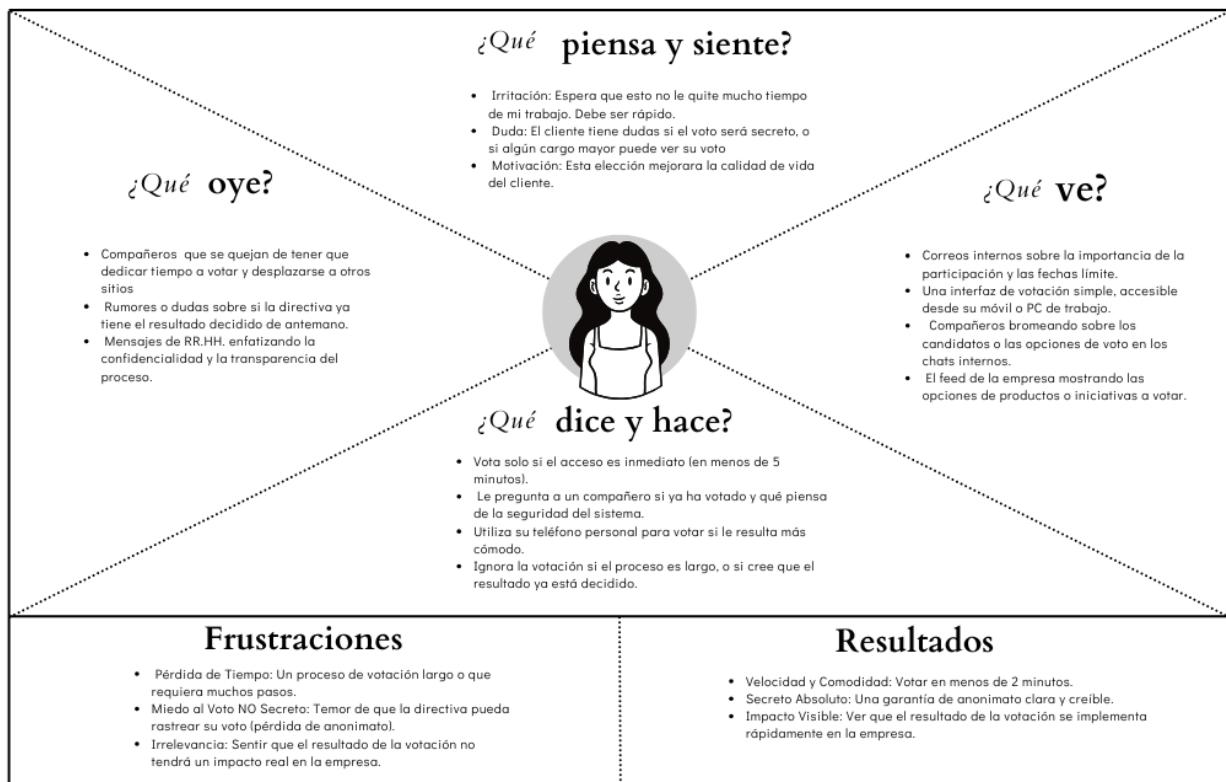
Estilo de vida

- Estilo de vida: Muy dinámico y flexible. Trabaja a menudo a distancia, en aeropuertos, hoteles o sedes regionales. Utiliza intensivamente la tecnología para su trabajo.
- Aficiones/Ocio/Tiempo libre: Podcasts de negocios, deporte. Valora mucho el tiempo libre y odia perderlo en gestiones innecesarias.

Solución

- El servicio de voto electrónico resuelve el problema de la distancia, el tiempo y la logística personal que impone la votación tradicional.

MAPA EMPATÍA



INSIGHTS

El anonimato es clave para el voto sincero: Su principal temor es el rastreo del voto por parte de la empresa. Para que el voto electrónico sea creíble, la garantía de que su jefe no sabrá su elección es fundamental, solo se encargará de la revisión de resultados nuestra empresa.

El Incentivo es el Impacto: Si el cliente no ve un cambio en el sistema derivado de la votación, su participación en el futuro disminuirá. Necesita ver que su voto realmente tiene consecuencias en el trabajo o en el producto y que se tendrá en cuenta.

El uso de datos y tiempo: Se espera que al finalizar las votaciones haya una resolución rápida de la elección.

NECESIDADES ENCONTRADAS

Necesidad de un proceso rápido: El acceso al sistema debe ser inmediato y accesible desde cualquier dispositivo, sin necesidad de instalar un software o programa adicional o recordar contraseñas complejas. Se necesita un sistema de autenticación rápida y fiable.

Necesidad de Garantía Técnica de Anonimato: La empresa debe comunicar no solo que el voto es secreto, sino cómo la tecnología garantiza ese anonimato. Esto debe ser presentado de forma simple y clara para que todos los trabajadores estén correctamente informados.

Necesidad de un feedback después de la votación: Una vez finalizada la votación, el cliente necesita ver qué ha pasado con su voto. Un informe rápido que muestre el resultado y un plan de acción para implementar la decisión aumenta la sensación de relevancia y fomenta la participación futura.