

# Design Toolkit

## Métodos

### **Experience map**



## Hechos

-  **Duración**  
Corta
-  **Dificultad**  
Baja
-  **Experiencia**  
Básica
-  **Participantes**  
Pocos

## Clasificación

Cuantitativo	✗
Cualitativo	✓
Con usuarios	✗
Experto	✓
Exploratorio	✓
Síntesis	✗
Generativo	✗
Evaluación	✗

## ¿Qué es?

Un *experience map* representa visualmente una experiencia completa (de inicio a fin). Describe las etapas y los pasos que un usuario lleva a cabo para lograr un objetivo, además de expresar qué piensa y siente a lo largo de este recorrido. Se utiliza para comprender cuáles son los pensamientos, las emociones y el comportamiento de un usuario genérico frente a una experiencia global.

Se trata de un método aparentemente similar al *user journey*. No obstante, mientras que el *experience map* tiene como foco la experiencia en conjunto, el *user journey* se centra en el análisis o diseño de cómo se relaciona un perfil determinado de usuario con un servicio o producto concreto, para resolver un objetivo específico.

## Materiales

Hojas de papel y material de escritura. También existen herramientas en línea para generar *user journeys* que, si se adaptan, pueden utilizarse para crear *experience maps*, como, por ejemplo, <https://userjourneymapping.smaply.com> o <https://custellence.com/>.

También resultan útiles las herramientas para dibujar diagramas, como <https://uxpressia.com/> o <https://www.lucidchart.com>.

## ¿Cuándo?

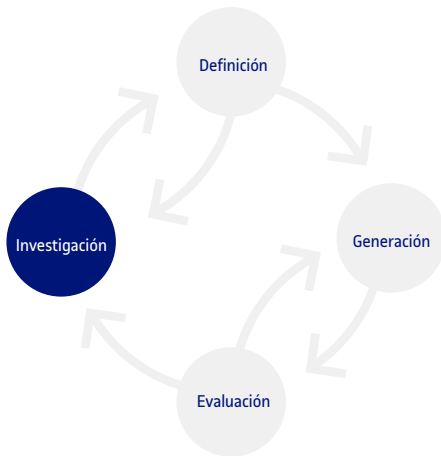
Es un método que se puede utilizar para describir cuál es el proceso que sigue un usuario genérico para alcanzar un objetivo, teniendo en cuenta todos los productos, sistemas y otros componentes implicados en la experiencia.

Se suele emplear durante la fase de análisis. Es una buena herramienta para sentar las bases sobre las que después se construirá el *user journey*, ya que ofrece un análisis del escenario global durante el cual se desarrollará una experiencia.

## ¿Cómo?

El *experience map* debe reflejar las fases que normalmente sigue un usuario para lograr un objetivo, teniendo en cuenta los componentes genéricos (productos, servicios, personas, etc.) que intervienen durante la experiencia.

## Etapa



Además, cada fase está compuesta por diferentes acciones.

Por ejemplo, si se realiza un *experience map* del proceso de compra semanal de una familia, probablemente las fases serían:

1. Generación de la lista de la compra
2. Desplazamiento hasta el mercado
3. Proceso de compra en el mercado
4. Desplazamiento de vuelta a casa
5. Almacenamiento de los productos adquiridos

Cada una de estas fases contiene varias acciones. Por ejemplo, para la fase «1. Generación de la lista de la compra», las acciones podrían ser:

1. Revisar el frigorífico.
2. Anotar los productos que faltan.
3. Revisar la despensa.
4. Anotar los productos que faltan.
5. Hacer una lista final con los productos clasificados por puntos de venta.

Para cada acción se debe identificar qué piensa el usuario y cuáles son sus emociones.

La descripción detallada de una experiencia teniendo en cuenta lo que piensa y siente el usuario en cada punto permite identificar oportunidades para la innovación, la creación y la mejora de productos o servicios.

## Ejemplo

TRIMESTER	1ST	2ND	3RD
ANXIETY LEVELS + COMMON TESTS	Positive Pregnancy Tests Urine analysis Maternal Serum Chorionic Villus Sampling	Fetal Development and Gender Determination Fetal Heartbeat Monitoring Alpha-fetoprotein screening, hCG, estriol, inhibin Glucose Tolerance Tests	3D Ultrasound Fetal Non-Stress Tests
SHARING	Partner Close Friends/Family	Other Friends/Work	Obvious in Public
PLANNING	Name Generation	Maternity Leave Plans Nursery and Supplies Prep	Birthing Classes Baby Shower + Hospital Bag
PHYSICAL EXPERIENCE	Energy ..... Weight ——— Discomfort - - - -		

NNGROUP.COM NN/g

*Experience map* de un embarazo (creado por NNGroup).

Fuente: <https://media.nngroup.com/media/editor/2017/11/07/screenshot-2017-11-07-at-74057-am.png>

La figura anterior muestra un *experience map* de la vivencia de una mujer durante un embarazo. Las columnas corresponden a las fases (cada fase es un trimestre). En las filas aparecen las acciones que la usuaria realiza y lo

que siente en cada fase.

---

## Ventajas

1. El desarrollo del *experience map* implica una reflexión profunda que contribuye a crear un modelo mental consolidado.
2. Se puede utilizar dentro de un equipo de trabajo, pero también sirve para comunicar lo que corresponda a la organización en conjunto para compartir la comprensión del usuario ante una experiencia.
3. El *experience map* puede convertirse en la base para la toma de decisiones a medida que el proyecto avanza, en las etapas previas a la creación de los *user journeys*.

---

## Inconvenientes

Puede ser difícil mantener una visión global, sin tener en cuenta un perfil específico de usuario ni unos productos o servicios identificables.

Requiere tener en cuenta los objetivos y el comportamiento de un grupo diverso de usuarios, para que el escenario descrito sea lo más genérico posible.

---

## Referencias

**Adaptive Path** (2013). «Adaptive Path's Guide To Experience Mapping».

**Gronier, G.** (2016). «Experience Map. Créer le parcours utilisateur». <[http://www.guillaumegronier.com/2016-ihm-nancy/resources/ExperienceMap\\_v1.pdf](http://www.guillaumegronier.com/2016-ihm-nancy/resources/ExperienceMap_v1.pdf)>

**Nielsen Norman Group** (2017). «UX Mapping Methods Compared: A Cheat Sheet». <<https://www.nngroup.com/articles/ux-mapping-cheat-sheet/>>