

TEAMLABS!

Look again/Think again/
Do again/

AVISO IMPORTANTE

Este documento, su texto y gráficos e imágenes, puede ser utilizado bajo una licencia **Creative Commons** de tipo **Atribución, No-Comercial**. En caso de utilizarse este material o de la creación de un derivado, la atribución se debe respetar citando la fuente como "Actívate, Google España" y expresamente, si es posible, mediante un enlace activo a <http://google.es/activate>.



Cátedra UNESCO-ICDE
Movimiento Educativo
Abierto para América Latina



Tecnológico
de Monterrey

Conocer al usuario

¡Conoce a tu usuario!

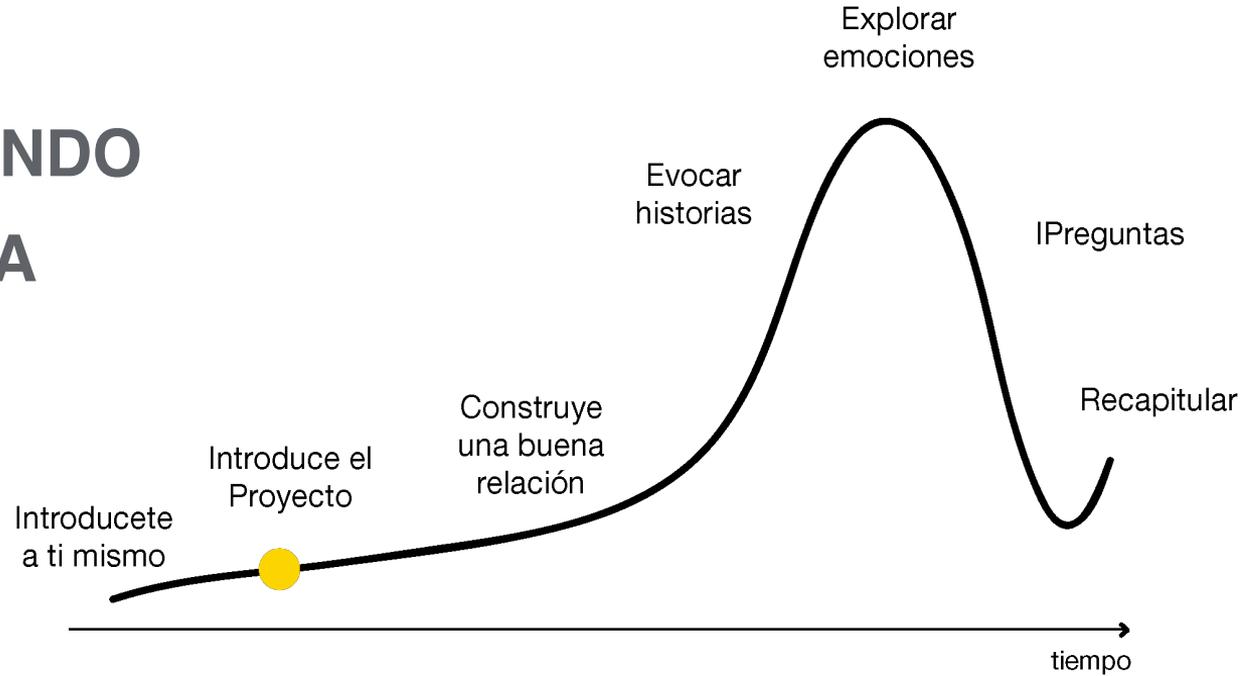
USUARIO Y CLIENTE



Fuente de imagen: TEAMLABS

¡Conoce a tu usuario!

ENTREVISTANDO CON EMPATÍA



¡Conoce a tu usuario!

CLAVES PARA ENTREVISTAR

- Preguntar “¿Por qué?”
- No decir “normalmente” a la hora de preguntar.
- Fomentar historias.
- Buscar incoherencias.
- No tener miedo del silencio.
- No sugerir respuestas a vuestras preguntas.
- Hacer preguntas neutrales.
- No hacer preguntas binarias.
- Solamente 10 palabras por pregunta.
- Solo hacer una pregunta a la vez, a una persona a la vez.
- Asegúrate de que estás preparado para capturar todo.

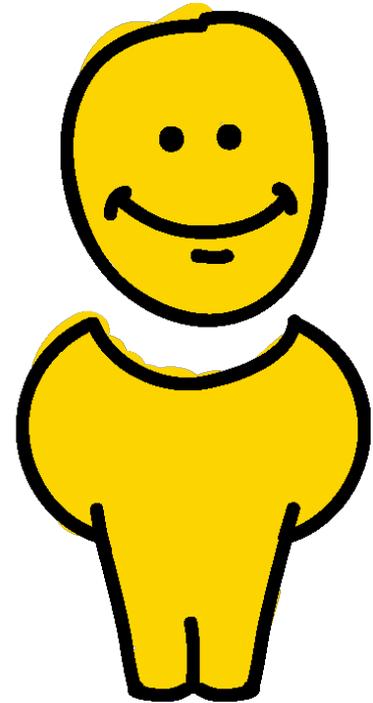
3

Crear perfiles de personas

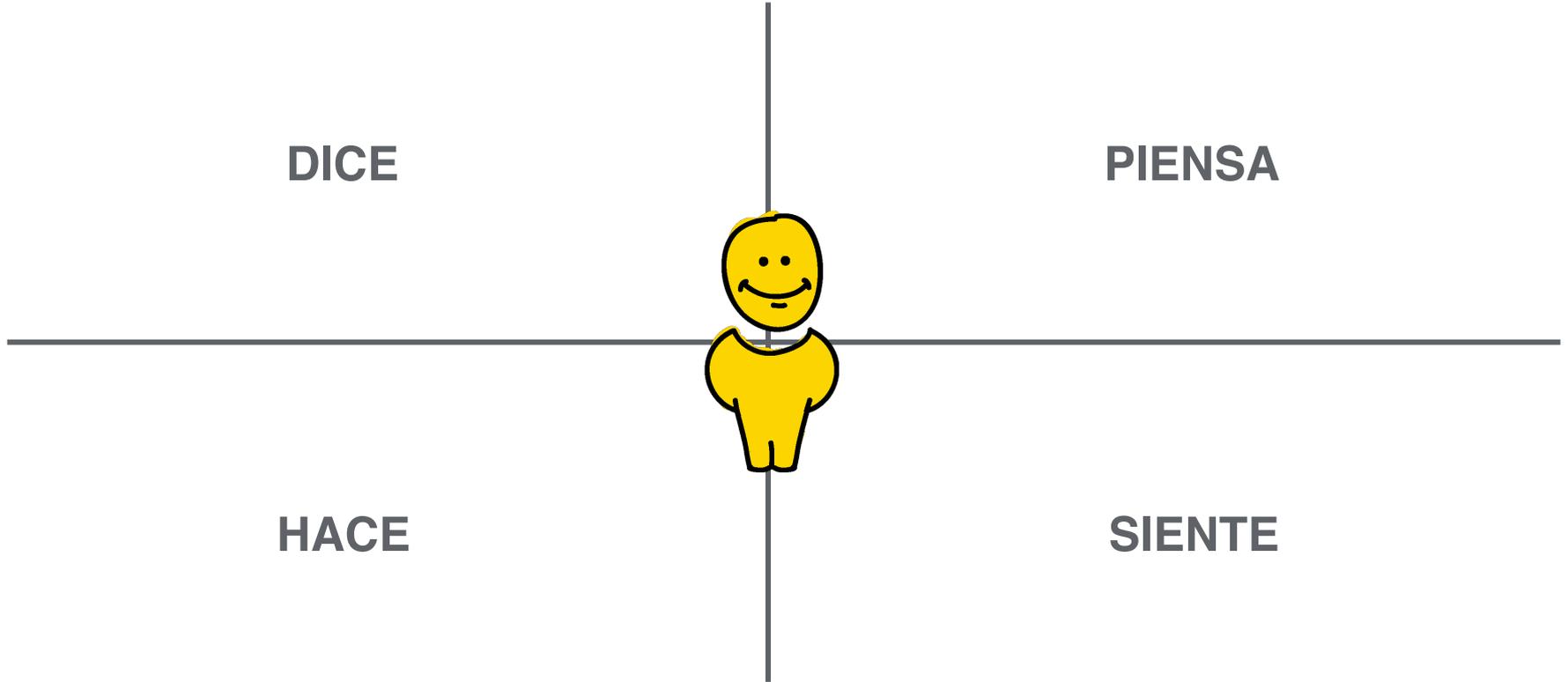
Crear perfiles de personas

PERSONAS

- Nombre
- Edad
- Género
- Estado civil
- Niños
- Hobbies
- Dibuja su cara
- Trabajo/estudio
- Le gusta/no le gusta
- Actitud en cuanto al reto
- Frases
- Rasgos de personalidad
- Objetivos



Mapa de empatía





Aprendizajes de la entrevista

Aprendizajes de la entrevista



¿Qué es lo que más les ha sorprendido de los usuarios?



Redefinición del reto

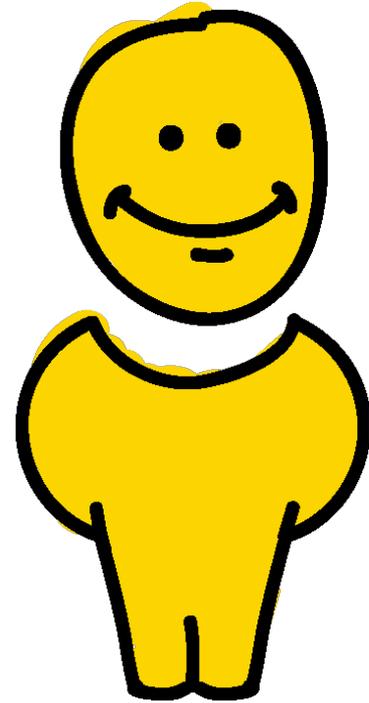
Redefinición del reto

*nombre/descripción del usuario.

necesita una manera de

porque (o “pero”... o “asombrosamente...”)

*insight, nuevo aprendizaje



Postmoto

Qué ha ido bien

Qué podría mejorar

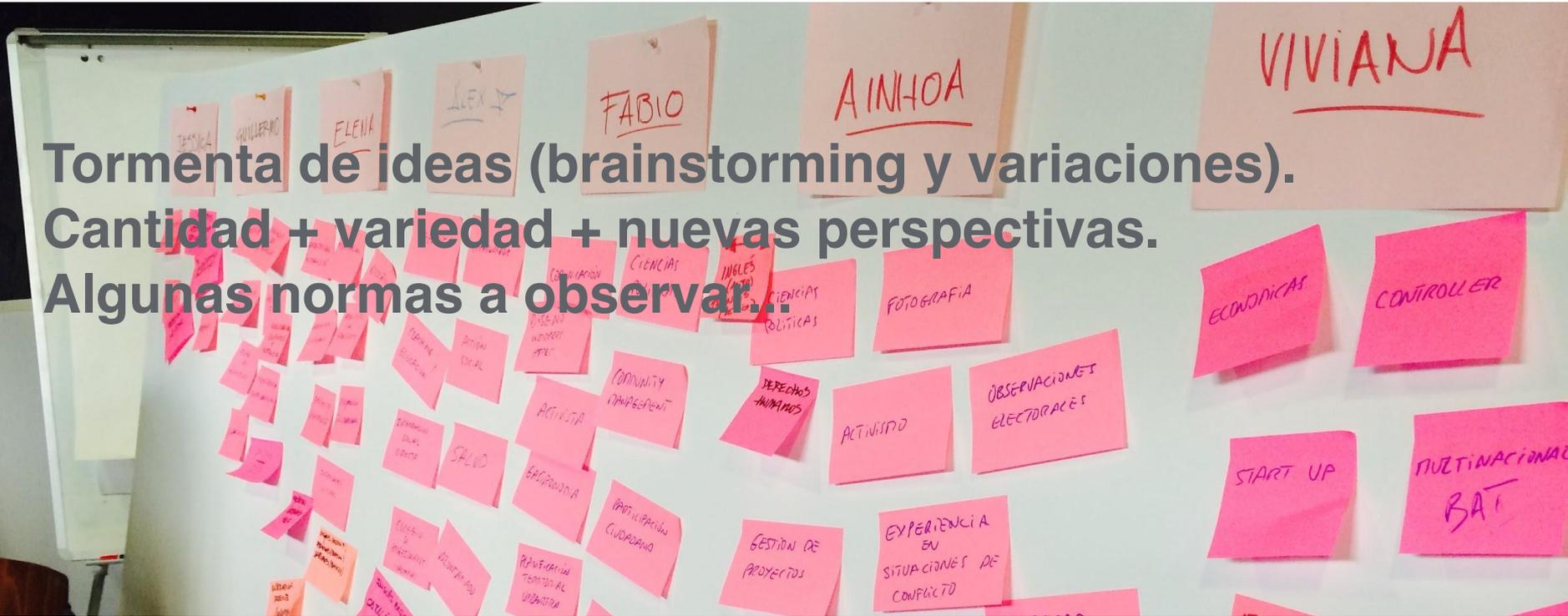
Qué he aprendido

Qué haría la próxima vez

¡Generamos ideas!
Cantidad de ideas de calidad

Generación de ideas

**Tormenta de ideas (brainstorming y variaciones).
Cantidad + variedad + nuevas perspectivas.
Algunas normas a observar.**



Generación de ideas

1 Cuantas más ideas, mejor.



Generación de ideas

2 No juzgar



Generación de ideas

3 Fomentar ideas locas



Generación de ideas

4 Construir sobre las ideas de los demás



Generación de ideas

5 Foco en el tema



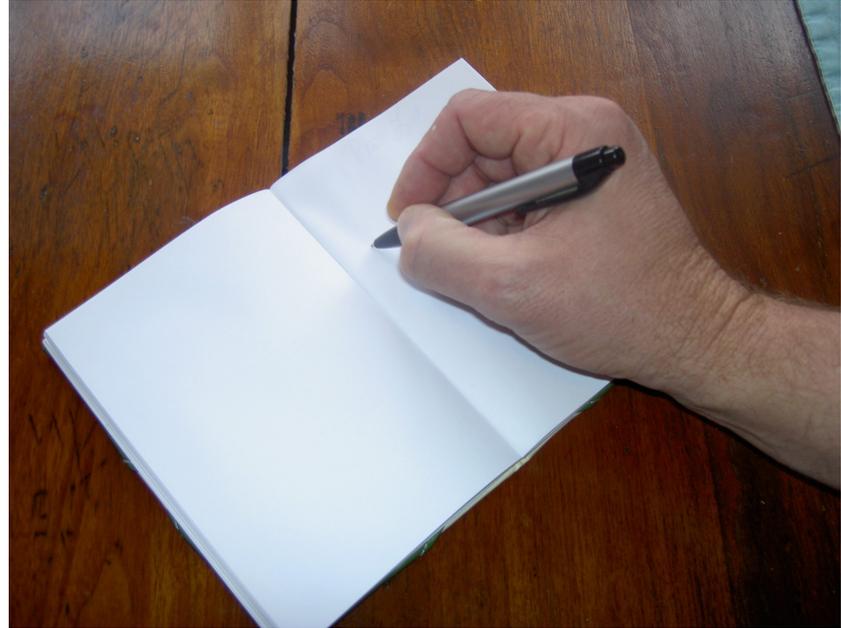
Generación de ideas

6 No hablar a la vez



Generación de ideas

7 Dibujar las ideas



Generación de ideas

- 1 **No pero...**
- 2 **Sí, pero...**
- 3 **Sí y además...**

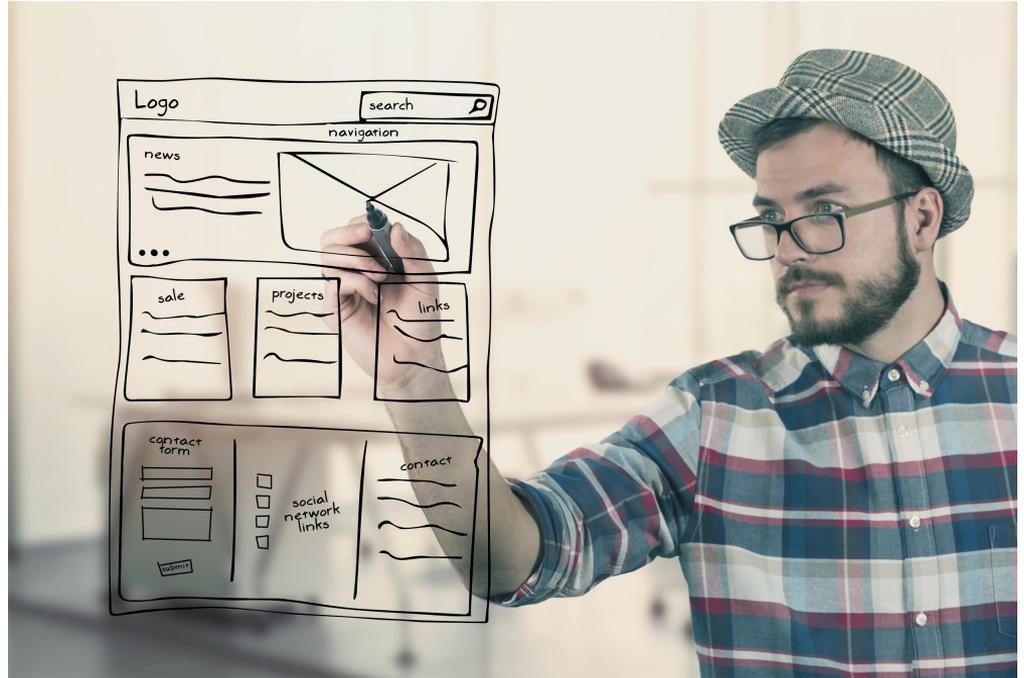
3

¡Eureka!

¡Haz de tu idea una realidad!
Trabajo del prototipo

En qué consiste el prototipado

**DAR FORMA A ALGO
QUE AÚN NO EXISTE**



En qué consiste el prototipado

“El prototipado consiste en **resolver problemas**. Es una cultura y un lenguaje. Puedes prototipar prácticamente cualquier cosa: un nuevo producto, servicio o una promoción especial.

Lo que importa es hacer avanzar la pelota, dar un paso más hacia tu meta. Sin perder el tiempo.”

Tom Kelley

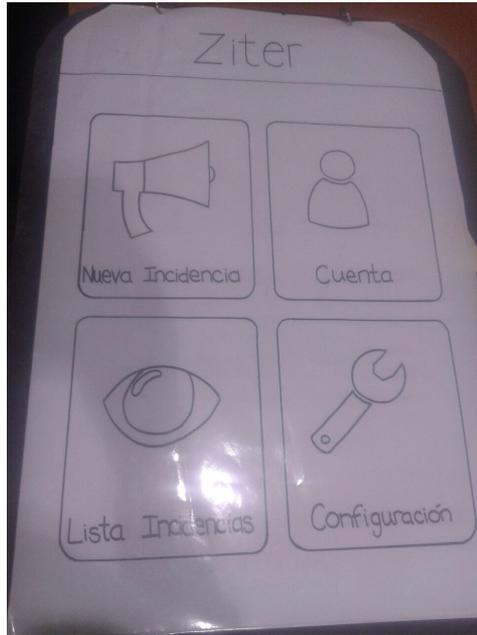
(socio fundador de [IDEO](#))

En qué consiste el prototipado

Design thinking:
prototipar constantemente.



En qué consiste el prototipado



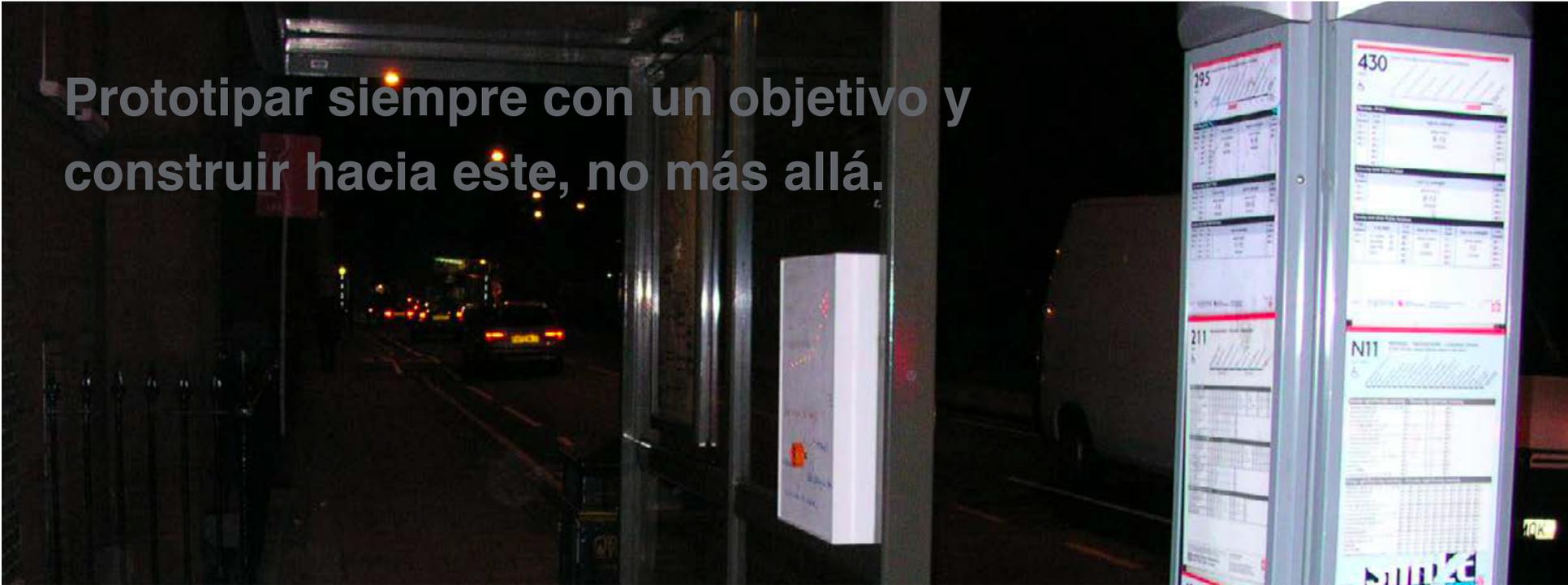
En qué consiste el prototipado

PROTOTIPAR

- Unifica las distintas versiones de una idea.
- Descubre nuevos aspectos de la misma.
- Ayuda a definir problemas.
- Permite tener feedback temprano y continuo.
- Permite fallar rápido, y mucho.
- Evita el apego prematuro a las ideas.

En qué consiste el prototipado

Prototipar siempre con un objetivo y construir hacia este, no más allá.



En qué consiste el prototipado

PROTOTIPAR PARA:

- Experimentar
- Explorar
- Validar
- Demostrar
- Comunicar
- Persuadir



2

Herramientas

Herramientas

TITULARES DEL FUTURO

PROPÓSITO

Contrastar mensaje.

Impacto deseado.

Propuesta básica de valor.



Herramientas

ANUNCIOS FALSOS

PROPÓSITO

Contrastar mensaje.
Impacto deseado.
Propuesta básica de valor.

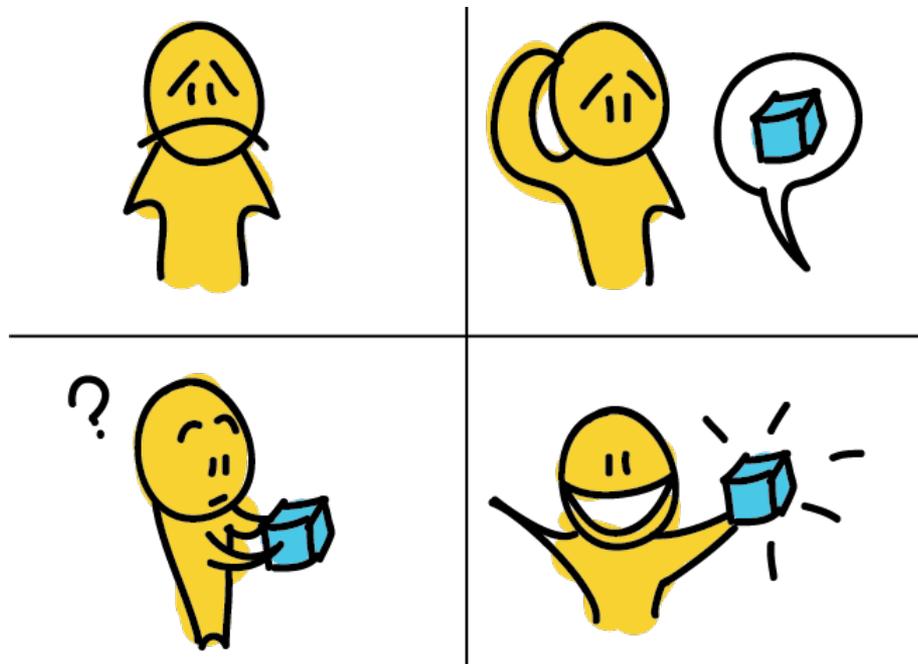


Herramientas

STORYBOARDING

PROPÓSITO

Detallar la experiencia de la persona usuaria desde su perspectiva.



Postmoto

Qué ha ido bien

Qué podría mejorar

Qué he aprendido

Qué haría la próxima vez

Cómo comunicar tu proyecto

Construye mensajes adecuados



Story-telling:
El arte de contar historias

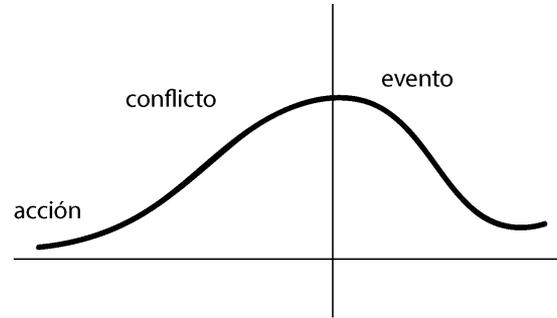
Construye mensajes adecuados

...al contar vuestro proyecto, no olvidéis:

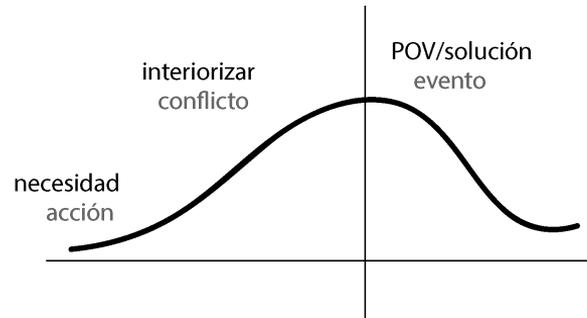
- 1 Expresar una necesidad.
- 2 Describir una idea.
- 3 Proponer una solución.
- 4 Mostrar el impacto que producirá en el futuro.

Construye mensajes adecuados

1



2



Construye mensajes adecuados

Storytelling: consejos

- Personalizado: céntrate en el personaje. Voz en primera persona.
- Auténtico: sé honesto.
- Dramático: mantén la tensión y no respondas a todas las preguntas.
- Rápido: simplifica. Menciona los detalles justos y necesarios.
- Directo: ten claros los mensajes principales. ¡Ve al grano!
- Innovador: describe lo obvio de manera distinta.
- Concreto: usa ejemplos, detalles y escenarios.

Preparación de un buen pitch

Opción I

10 claves de Guy Kawasaki

1

El problema

2

Vuestra solución

3

Modelo de negocio

4

Underlying magic / tech

5

Marketing y ventas

6

Competencia

7

Equipo

8

Proyecciones e hitos

9

Estatus y cronograma

10

Resumen y llamada a la acción

Preparación de un buen pitch

Opción II

- EL POR QUÉ (El problema)
- EL QUÉ (Vuestra solución)
- FUNCIONA (Ejecución: Tracción + Prueba Social)
- ¿Qué necesitas? ¿Qué buscas? - 2 minutos
-

Preparación de un buen pitch

Opción III

ES TU MOMENTO
¡HAZLO A TU MANERA!

Elevator pitch

Claves para construir un Elevator Pitch

Sorpresa. Los inversores ya están acostumbrados a escuchar muchos discursos, sorprendeles.

Presentar el problema. Enseña que existe un problema en el mercado y razona por qué es necesario resolverlo.

La solución única. Nuestra idea es la única solución a sus problemas y tenemos que presentarla como algo innovador.

El equipo detrás. Ejemplifica lo que tú y tu equipo sois capaces de hacer. Además seréis rápidos y eficientes.

Atracción. Muestra lo atractivo que es tu producto para el mercado y que con él vais a poder enganchar al máximo número de personas posibles.

Cierre. Finaliza con alguna frase ingeniosa y que el inversor sea capaz de memorizar.

Pitch Slam

Premios:

- Más Innovador
- Mejor Presentación
- Mejor Proyecto

Postmoto

Qué ha ido bien

Qué podría mejorar

Qué he aprendido

Qué haría la próxima vez



TEAMLABS!

**Look again/Think again/
Do again/**