

# 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**

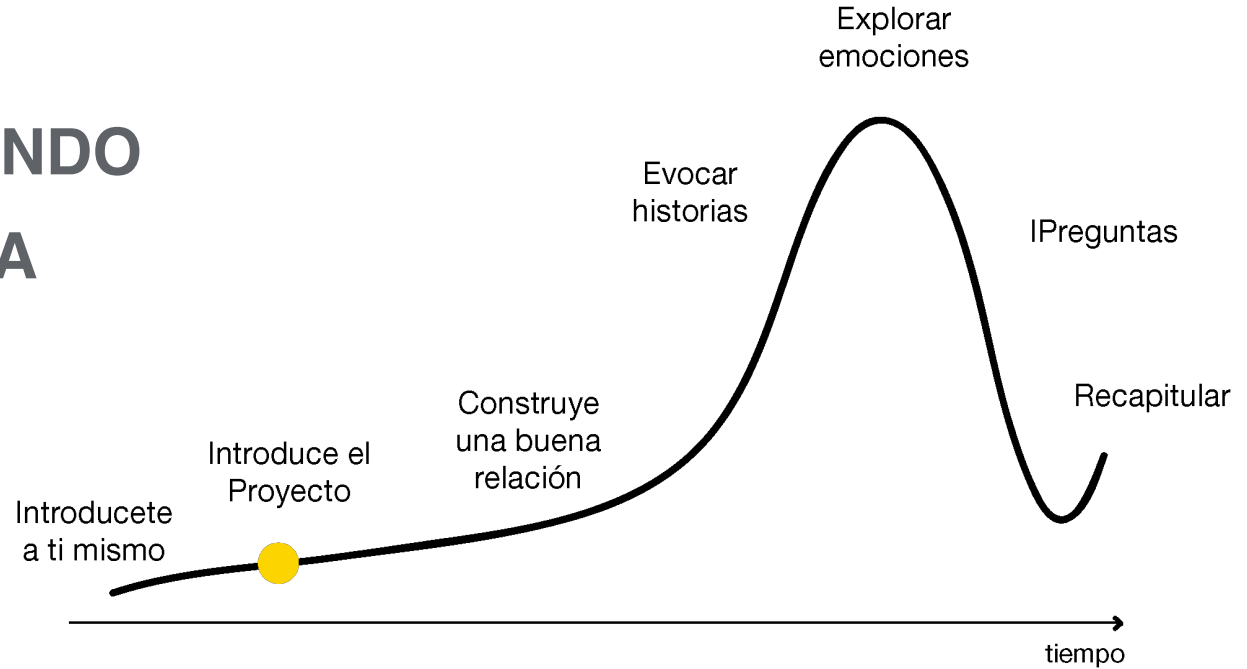
# ¡Conoce a tu usuario!

## USUARIO Y CLIENTE



# ¡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.

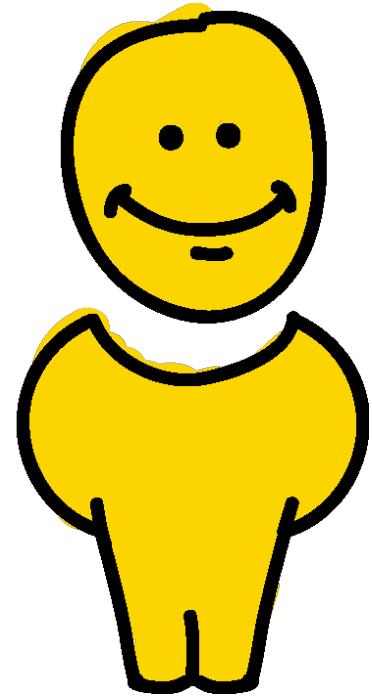
**3**

## **Crear perfiles de personas**

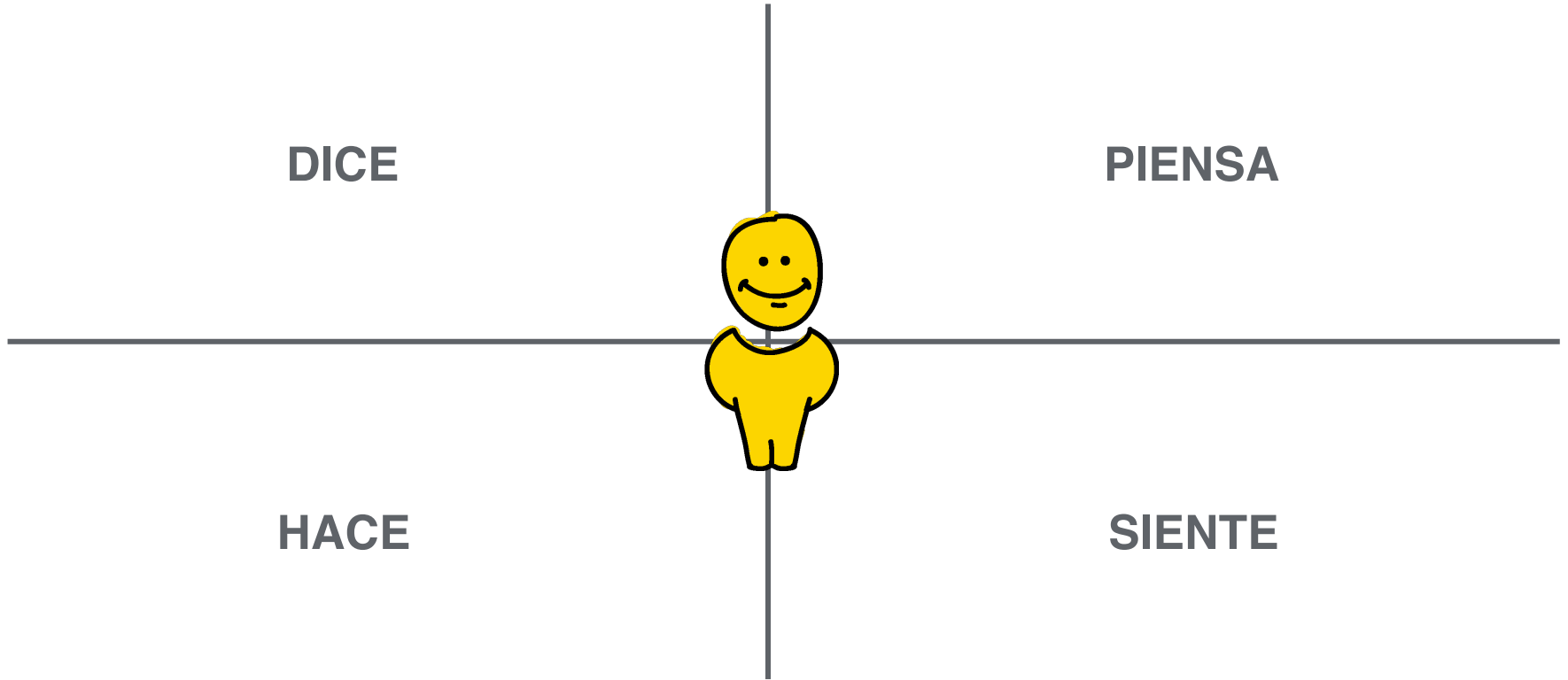
# Crear perfiles de personas

## 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**

---

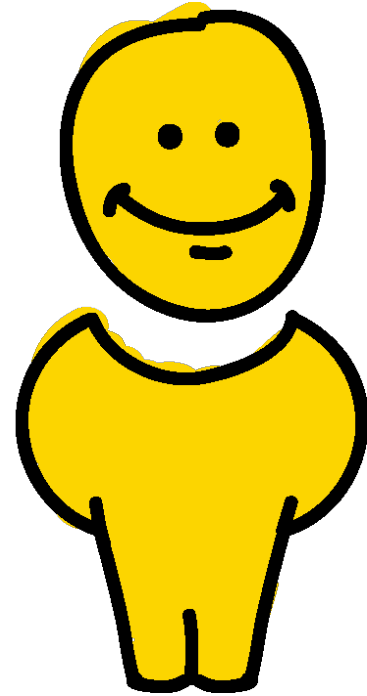
**porque (o “pero”... o “asombrosamente...”)**

---

---

---

\*insight, nuevo aprendizaje





# Postmoto

**Qué ha ido bien**

**Qué podría mejorar**

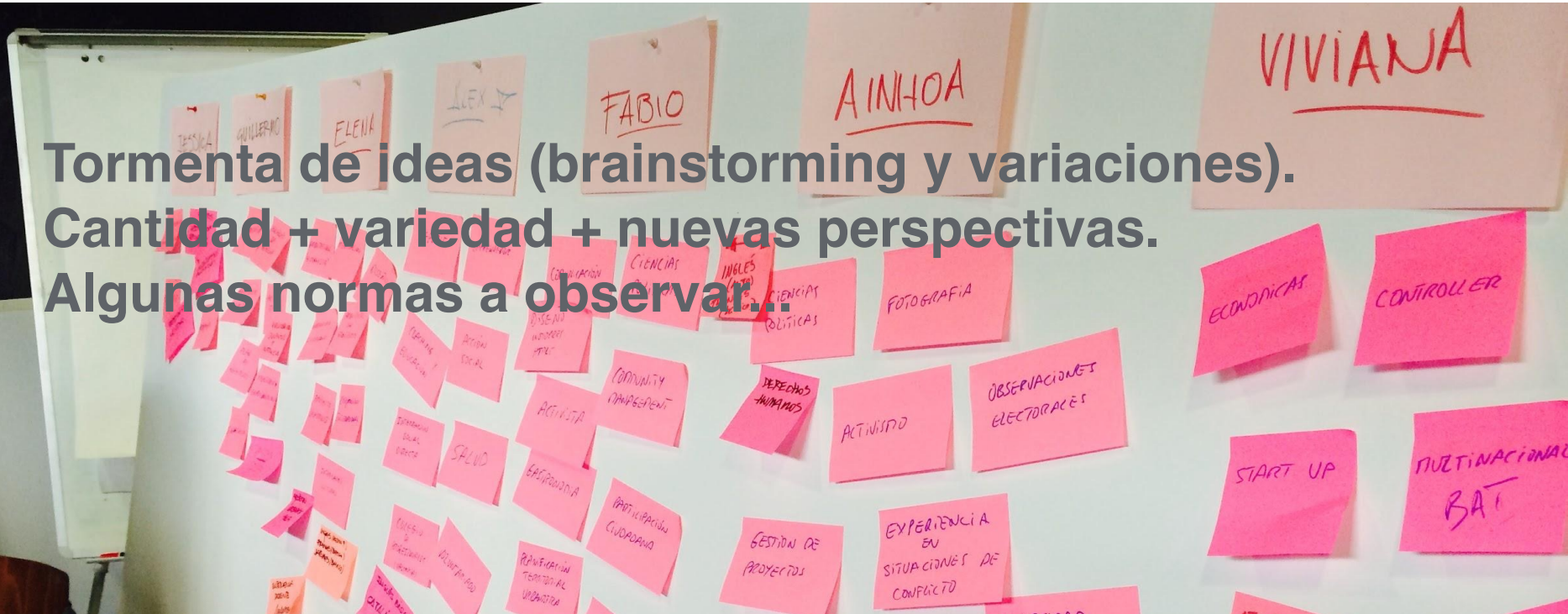
**Qué he aprendido**

**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





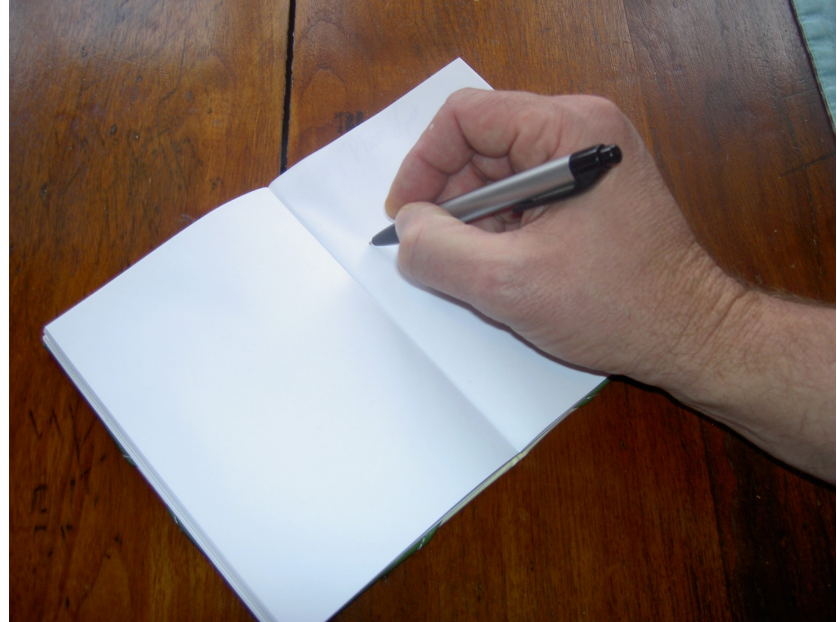
# Generación de ideas

## 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](#))

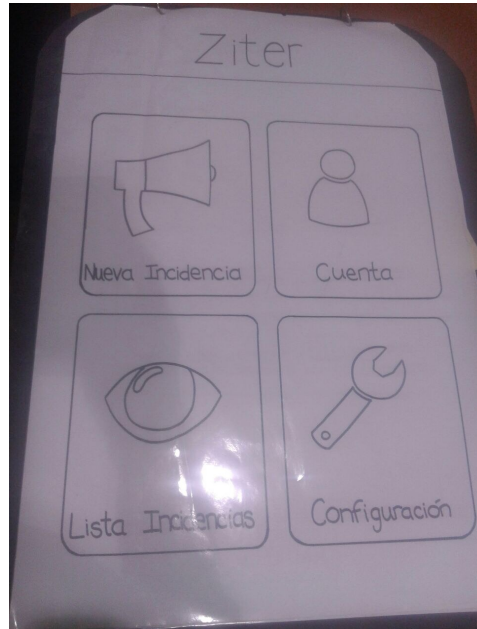
# En qué consiste el prototipado

**Design thinking:**  
prototipar constantemente.





# En qué consiste el prototipado



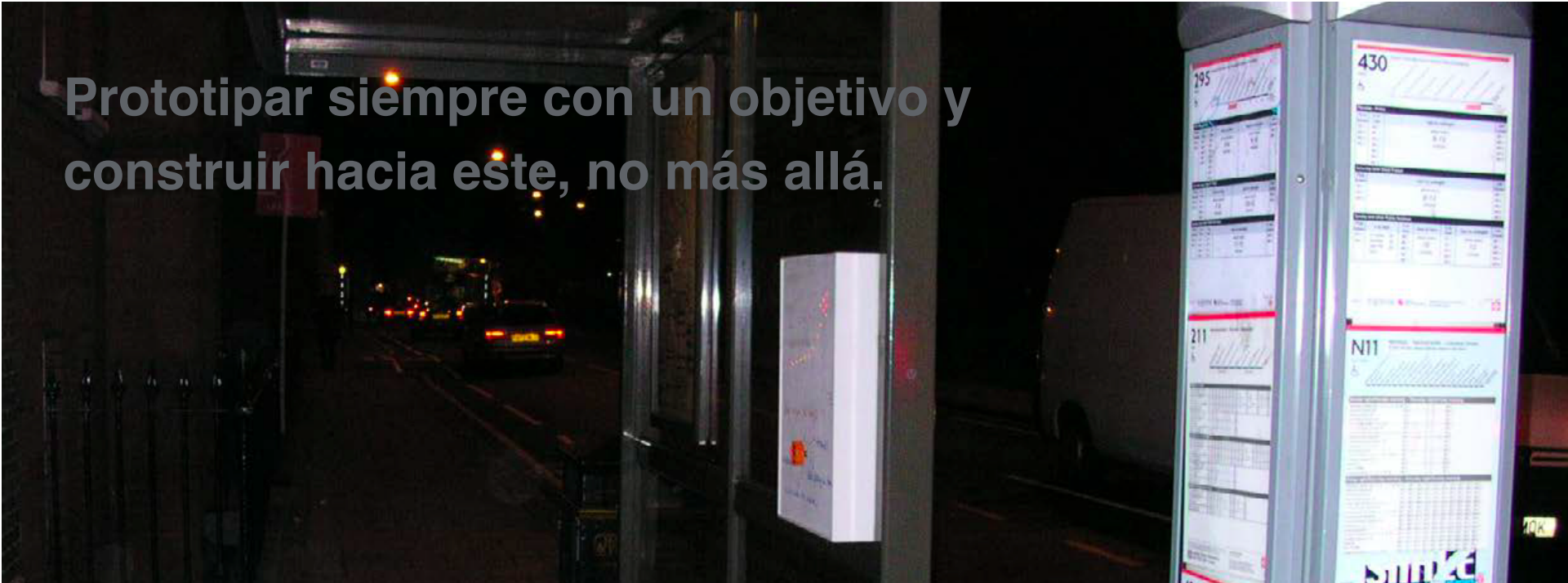
# En qué consiste el prototipado

## 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.

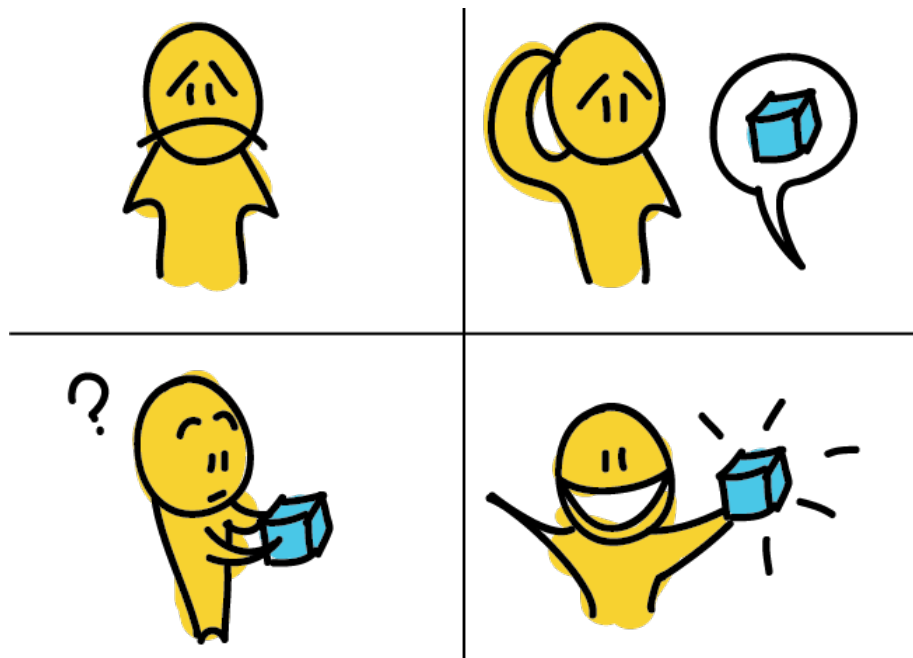


# Herramientas

## 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**

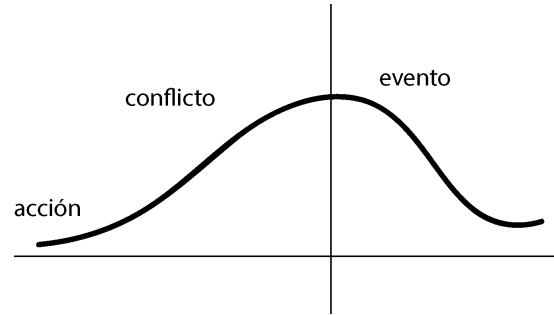
# Construye mensajes adecuados

...al contar vuestro proyecto, no olvidéis:

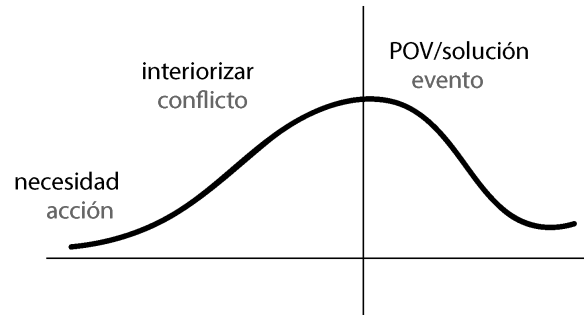
- 1 Expresar una necesidad.
- 2 Describir una idea.
- 3 Proponer una solución.
- 4 Mostrar el impacto que producirá en el futuro.

# 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/**