



Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey

*Evidencia 2: Reflexión de proceso de ideación y de la
solución propuesta*

Materia: Ideación y Prototipado

Docente: José Macías Barba

Alumno: Alán Tapia Parada

A00227840

31 de agosto del 2022

Instrucciones:

Reflexiona sobre el proceso de ideación realizado en clase, así como en la idea final que generaste.

1. Explica como la Matriz blue ocean / Lotus Blossom te ayudaron a generar ideas creativas y cuál fue el proceso de ideación que seguiste.

Que te preparen para llegar al lugar.	Mencionar que se deben de seguir los carteles para llegar	Mencionar que la zona no está muy habitada	Empezar la charla en un ambiente con elementos relajantes: un lugar en silencio con trastos, mobiliario cómodo, y diseño minimalista	Preguntar al cliente si siente alguna clase de temores sobre la situación.	Insistir en generar una plática con el cliente	Dar tips inmobiliarios	Mencionar beneficios de compra contra renta	Que los asesores estén disponibles a la hora que dicen
Poner mejor la ubicación en google maps y waze	Llegada	Un cartel que diferencia las oficinas de una casa	Dedicar los 15 minutos iniciales a formar una charla con el cliente y así conocerse	Bienvenida	Ofrecer consejos inmobiliarios a pesar de que no sean pedidos	Evitar silencios incómodos	Confianza	Que el/a asesor@ se vea interesado@ en la cita
Poner carteles más visibles	Que el guardia nos diga por donde llegar a las oficinas	Recibir al cliente en un punto, para llevarlo a las oficinas.	Intentar establecer contacto con el cliente más rápido y mantenerlo al tanto.	Que presenten sus diferenciadores de la competencia	Que hagan charla amigable,	Conocer más al cliente personalmente (especialmente en modalidad virtual)	Proponer reunión virtual para indagar necesidades del cliente y adaptarse a ellas (humanizar)	Hacer algún tipo de chiste o nos cuente algo de sí/ella para generar confianza
Investigar al cliente e investigar sobre si enfocarse más a los pains o a los gains	Investigar si opciones de personalización son posibles, sea quitar o agregar servicios incluyendo en los costos	Hacer sentir cómodo al cliente por situación económica	Llegada	Bienvenida	Confianza	Limpiar el coto(Excremento de caballo en el césped)	No enfocó las opciones que nos presentó como una solución a nuestras necesidades	Ser un poco más insistente con la compra de la casa (se perdió el interés muy rápido)
realizar un formulario que se llene en vista presencial o virtual, donde se identifique necesidades del cliente, se conozca más de motivos de compra, expectativas, perfil del cliente (registro de perfil)	Perfilamiento	Preguntar por presupuesto con confianza	Perfilamiento	Mejorar la experiencia del cliente para Tierra y Armonía	Presentación	Cuidar el olor del coto (huele a excremento de caballo) para mejorar las primeras impresiones	Presentación	Dar un folleto/flyer con amenidades incluidas en la compra (por ej. Casa club, piscina y reseñas cercanas, historia de la marca)
Test psicológico para ver que tipo de asesor conectaras más	Preguntarles sobre su vida ideal	Implementar folletos, guías o videos con explicaciones sobre conceptos importantes y básicos para la compra de una vivienda	Posibilidades	Cierre	Seguimiento	Ver las dudas/sobre la compra del producto) del cliente e intentar resolverlas en el momento	No se nos intentó vender una casa	Al preguntar por un tipo de casa en específico que ya habían vendido no se nos intentó presentar una solución
Preguntar inquietudes de los clientes e intentar calmarlas.	Presentar una opción diferente por si la casa que quieres comprar no está en tu presupuesto	Usar lenguaje informal entendible para cualquiera (guía 4 dummies)	Asesor de ventas enfocado a estudiantes, jóvenes o personas con escaso conocimiento en créditos, que actúe como "maestro" explicando todo.	Que se introduzca la pregunta de si les convencerá el lugar de una manera casual y no tan invasiva para que no se sientan presionados por ella.	No mostrar intensidad para poder realizar la venta	Dar referencias de usuarios con una situación parecida al cliente.	Darle a conocer mas opciones de compra	Dar al cliente un folleto o un regalo pequeño para tenerlos en mente
Si es posible, que la compañía se ponga en contacto con el banco de elección del cliente	Posibilidades	Convencer al cliente que la compra de una casa es una buena inversión y que la plusvalía de la zona va en aumento	Explicar métodos de compra con recursos más visuales	Cierre	Asegurar que el cliente se ve satisfecho con la información dada	Ponerse de acuerdo con el cliente sobre cuándo y por qué medio mantener seguimiento para evitar hostigamiento y falta de comunicación	Seguimiento	Ofrecer ofertas y descuentos
Ofrecer y explicar ventajas sobre comprar y rentar	Explicar como funciona el crédito y de que manera se le pudiera sacar mejor provecho	Presentar mejor todos los métodos de compra, sus beneficios y al final dar una recomendación	Pedir una respuesta del cliente (si o no) al interés de la compra	Indagar motivos si no se lleva a cabo la compra, como retroalimentación	Comunicación con el cliente, aclarar cuando le gustaría llamada de parte de la empresa, y si quiere que se le manden promociones futuras	Contactar al cliente después para preguntar sobre sus dudas y si quisiera otra visita	Pedir una decisión sin llegar a insistir de más y llegar a incomodar al cliente	Recomendar alguna casa en específico

Este recurso, el Lotus Blossom, de ideación me permitió a mi y a mi equipo demostrar de una manera ordenada las ideas de mejora que teníamos sobre los ocho pasos de Tierra y Armonía. Para llegar a las ideas decidimos hacer un brainstorm grupal en el que todos íbamos diciendo nuestras ideas y en que paso está enfocada la idea y si a la mayoría del equipo le parecía una buena idea la poníamos. El proceso de brainstorm nos permitió generar ideas que nunca se me hubieran ocurrido si me hubiera sentado a pensarlas un tiempo, sin embargo, esto es el beneficio del brainstorm, poder representar las ideas rápidas que llegan a tu cabeza y que pueden llegar a ser muy buenas, como algunas de las ideas a las que se pudieron llegar.

2. Explica la idea final del equipo y porque consideras que es creativa y valiosa.

El equipo terminó decidiéndose por tres ideas principales que atacan los pasos de perfilamiento, seguimiento y oportunidades. Considero que estas ideas son buenas y generan valor para la agencia porque al hacer la actividad del Mystery Shopper pudimos identificar que estos tres pasos eran los que tenían la mayor área de oportunidad para mejora. Al analizar los puntos débiles del proceso de compra de la inmobiliaria pudimos llegar a las ideas de un formulario de perfilamiento, un video de “Compra una casa for dummies” y un simulador de casa de TyA. La primera idea consiste en una encuesta que se le hace llegar al usuario por medio de la página de Tierra y Armonía o al primer contacto con el posible cliente; de esta manera se va a poder recopilar información del cliente relevante para poder mejorar la experiencia de compra con el socio formador. Este punto se decidió porque al vivir la experiencia vimos que no había un interés por conocer nuestras necesidades, posibilidades ni gustos, el asesor se vio poco interesado. La segunda idea consiste en realizar un video en el que se demuestre de manera sencilla el proceso de compra de una casa y puntos importantes como los créditos, plazos, hipotecas, etcétera. Este punto se decidió al ver que el asesor no fue capaz de explicarnos el proceso de una manera simple y que pudiéramos entender. Por último, la tercera idea consiste en un simulador al estilo sims en el que podrás decorar tu casa de Tierra y Armonía como gustes. Este punto se decidió al ver la falta de seguimiento al posible cliente después del primer contacto, consideramos que esta es una manera de mantener interesado al cliente de una manera divertida e inclusive emocionarlo un poco de como pudiera llegar a ser su casa si sigue con la compra.

3. Justifica los siguientes puntos:

Nuestras propuestas incorporan tecnologías emergentes al usar encuestas dinámicas en el perfilamiento, simuladores realistas de casas para la decoración y animaciones modernas para poder hacer el video de una manera atractiva para el usuario.

Las nuevas generaciones no les gusta lo tradicional y “aburrido”, por lo que traer estas herramientas dinámicas, animaciones y cosas que pueden parecer juegos permiten captar la atención de estos posibles clientes que en un futuro cercano estarán comprando casas.

La iniciativa que se presenta se enfoca principalmente en lo social y la tecnología, que creemos que es lo que va a lograr generar el valor más grande por las tendencias que se están viendo actualmente.

Estas ideas están enfocados principalmente a la gente joven al usar procesos menos serios y más dinámicos y que logran captar la atención de estas generaciones al mostrarles algo que no esperarían ver en una agencia inmobiliaria.

Al presentarles el video a los posibles clientes podrán hacer una decisión más inteligente al conocer el proceso y las opciones y poder elegir la mejor opción en su caso.