

# Técnicas enfocadas en el porqué

# Índice

**01**    [¿Por qué estoy acá?](#)

**02**    [Elevator pitch](#)

**03**    [Vision Box](#)

**04**    [Qué sí, qué no](#)

**05**    [La comunidad](#)



01

¿Por qué estoy acá?

# ¿Por qué estoy acá?

Esta primera técnica tiene como objetivo descubrir los motivos principales de nuestro proyecto. Nos otorga el **contexto** en el que nos encontramos.

Hay diversas maneras de realizarla, se puede crear un *Impact mapping* o la dinámica de *World Café*, que tiene como fin generar conversaciones significativas entre los participantes.



Esta primera técnica tiene como objetivo descubrir los motivos principales de nuestro proyecto. Nos otorga el **contexto** en el que nos encontramos.

Hay diversas maneras de realizarla, se puede crear un *Impact mapping* o la dinámica de *World Café*, que tiene como fin generar conversaciones significativas entre los participantes.

1. Se elige un **espacio** en donde se realizará.
2. Se define una **pregunta significativa**, que sea importante para los participantes y sobre la que se requiera explorar distintas perspectivas.
3. Se establecen 3 ó 4 **rondas de conversación** progresivas de 20 a 30 minutos, sobre temas de interés común.
4. Las personas **cambian de mesa** (o salas virtuales) durante las rondas.
5. Trabajo común del **grupo completo** para rescatar lo que surgió de sus rondas de café y sientan que tuvo más significado para ellos.

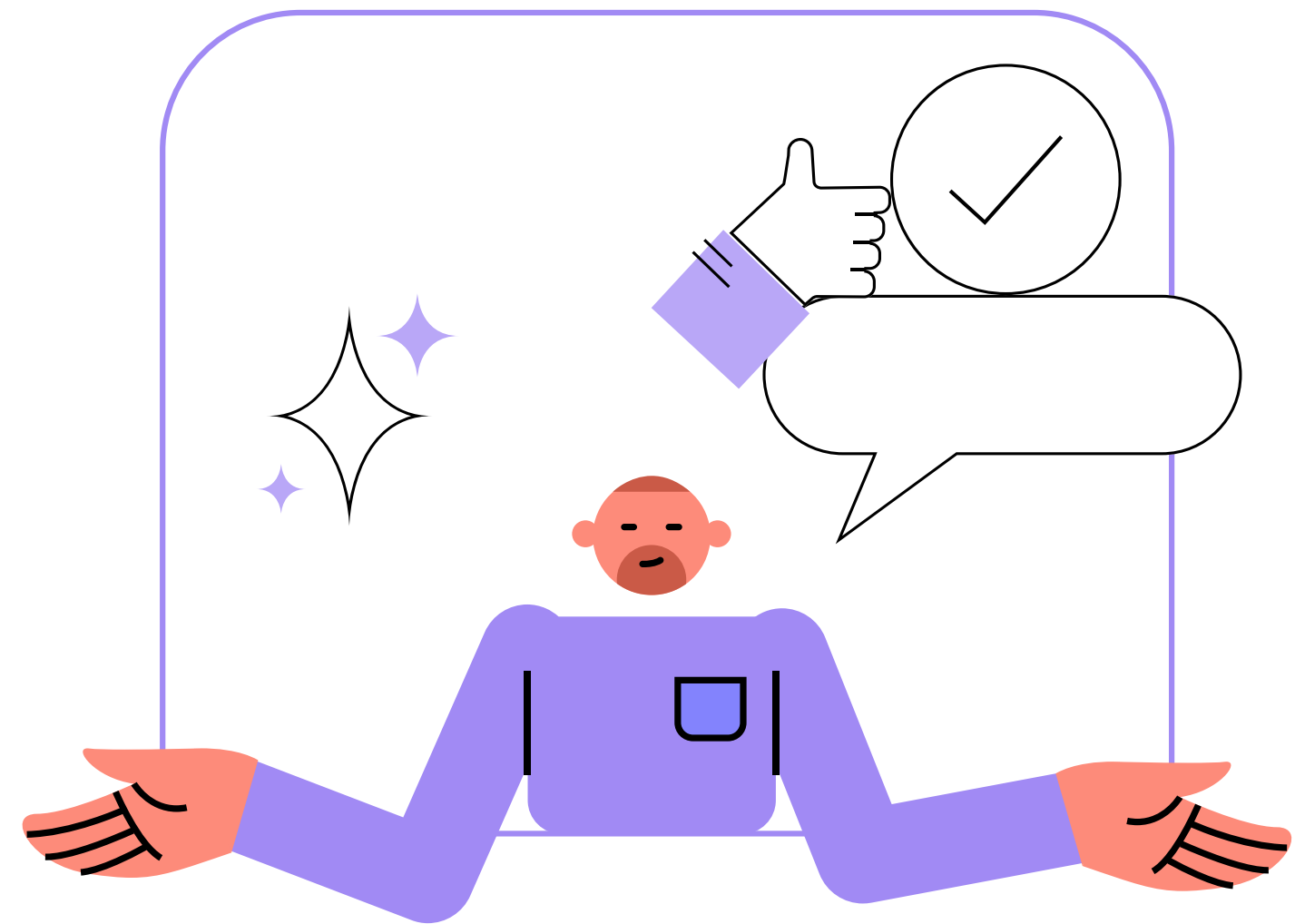


02

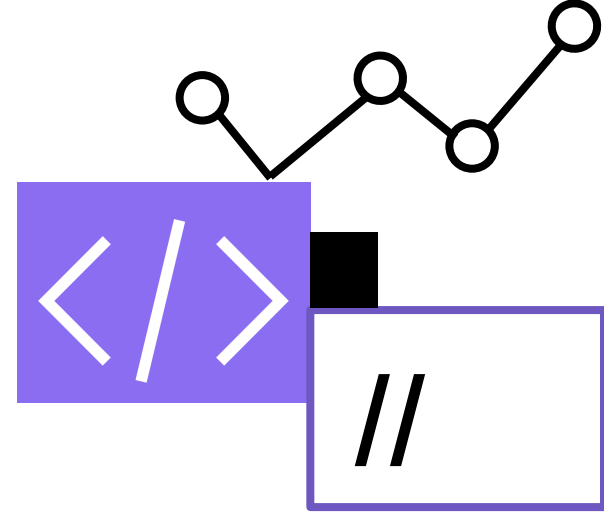
# Elevator pitch

# Elevator pitch

Si todos los participantes concuerdan con la misma idea de producto, tienen que ser capaces de crear un **breve resumen para vendérselo a otras personas**. Por eso, esta técnica propone armar un discurso que no dure más que un viaje en ascensor (30 segundos) y así, lograr una venta. Es un buen momento para utilizar la creatividad y asertividad para anticiparse a posibles preguntas.



# Pasos para desarrollar un elevator pitch



- **Iniciar conversación.** Definir cuál es nuestra idea de producto.
- **Identificar a la competencia.** Diferenciar qué se está ofreciendo.
- **Desarrollar un mensaje claro y conciso.** Enfatizar lo que se quiera resaltar.
- **Explicar los beneficios de adquirir el producto.**
- **Plantear la solución y dar cierre.**

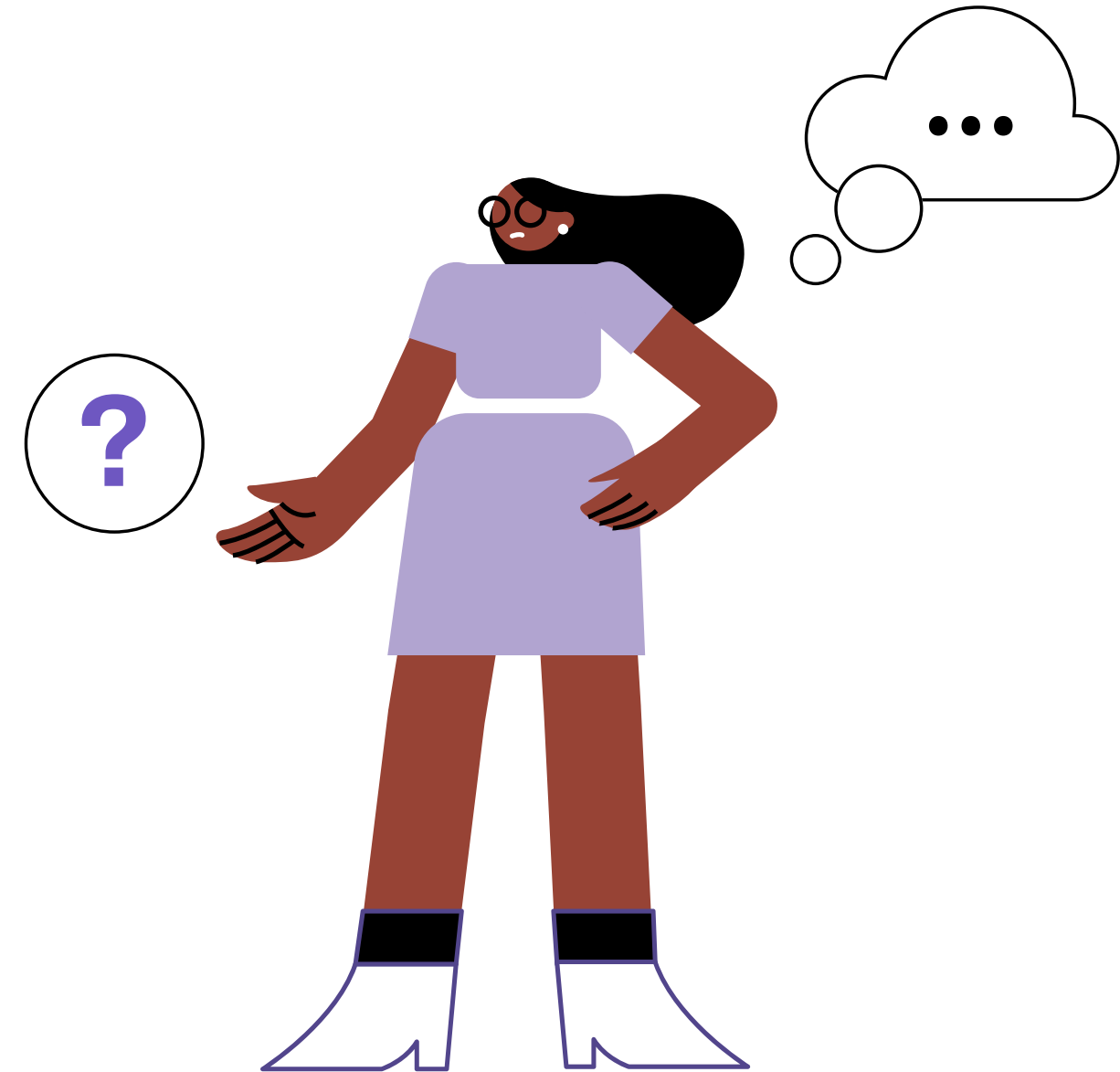


03

# Vision Box

# Vision Box

El objetivo es construir una caja de producto como si la fuéramos a promocionar en una revista. Por lo tanto, la técnica nos invita a imaginar los beneficios y características de nuestro producto.

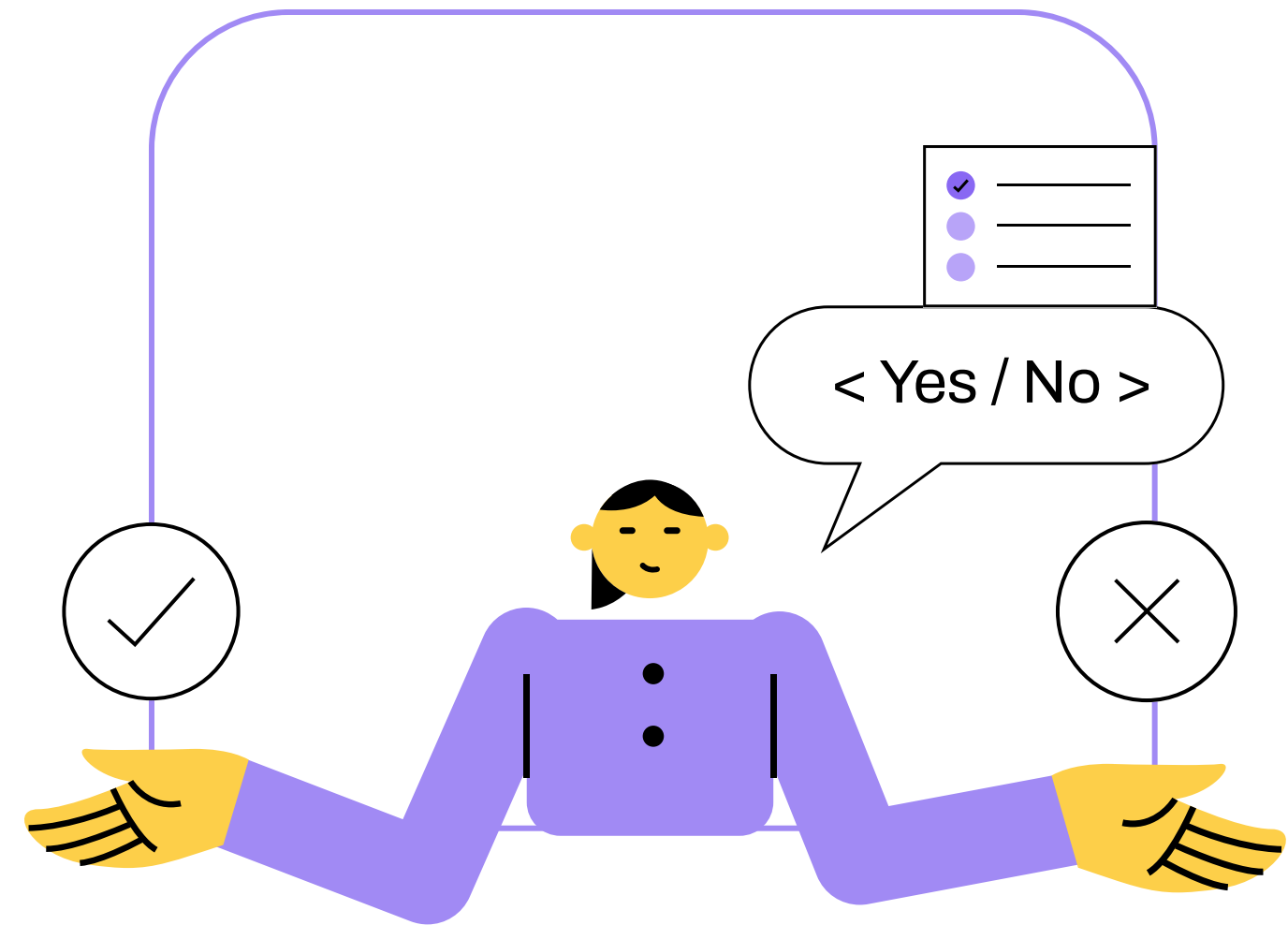


04

# Qué sí, qué no

# Qué sí, qué no

Al momento de definir un producto, además de determinar **qué es**, se pueden establecer las fronteras del producto indicando **qué no es**. Esto ayuda mucho a determinar el alcance de nuestro proyecto.



05

# La comunidad

# La comunidad

Esta técnica nos invita a preguntarnos: **¿quiénes son nuestros vecinos?** De ese modo, conoceremos a todas las partes interesadas que rodean el desarrollo del producto y no solo el área a la que uno pertenece.



Gracias