

## **EMPATIZAR**

En esta etapa de Design Thinking se realizó un estudio sobre los problemas que causan nuestro producto al cliente con el fin de recolectar información que nos servirá para progresar como grupo. Para nosotros, como organización y grupo, la empatía va más allá. Es sentir como si fueras esa otra persona, esté es un sentimiento más profundo, en lo que al cliente y nosotros nos conocemos. Lo interesante es que se puede desarrollar a través del tiempo así mejorando nuestro producto dependiendo al gusto del cliente.

### **TÉCNICAS DE EMPATÍA**

#### **TECNICA DEL ¿QUÉ?, ¿PORQUÉ? Y ¿CÓMO?**

En esta parte de dicha técnica nosotros realizamos ciertas encuestas como lo siguiente:

##### **¿Qué?**

- ¿Qué sugiere usted para que nuestro producto sea mejor?
- ¿Qué sugiere para no incrementar la inseguridad en las calles?
- ¿Qué compraría para mantener seguro su comunidad o su hogar?
- ¿Qué problema tiene con el medio de la inseguridad?
- ¿Qué le gustaría que nuestro producto sea agradable para usted?

##### **¿Cómo?**

- ¿Cómo le gustaría que se usara?
- ¿Cómo lo armaría o necesitaría ayuda de nosotros?
- ¿Cómo lo utilizaría nuestro producto de manera confiable o desconfiable?

##### **¿Por qué?**

- ¿Por qué lo usaría nuestro producto?
- ¿Por qué lo compraría si en el mercado se encuentra parecidos?
- ¿Por qué lo recomendaría?

### **TÉCNICA DE LA ENTREVISTA**

#### **BRAINSTORMING**

Para esta siguiente técnica es necesario involucrarnos con el cliente realizando dicha encuesta, que se mostrará en el video, incentivar con historias, prestar atención a los gestos y tener un correcto lenguaje corporal, realizar preguntas y no sugerir respuesta, tener su confianza necesaria para poder concientizar con el cliente claro está con el consentimiento de la persona, preparando un sitio

#### **TÉCNICA DE LA ENCUESTA CON EL CLIENTE.**

Realizar los siguientes pasos:

Establecimiento de los objetivos de la encuesta: evaluar la factibilidad de lanzar un nuevo producto al mercado, consumidores, el gasto promedio que realizan al comprar productos similares, lo usarían, etc.

Determinar la población de Arequipa: Todo el mundo puede participar en la encuesta puesto que todos usan una silla para sentarse.

Identificación de la información a recolectar: Cumplir con los objetivos de la encuesta; intenciones de compra de los consumidores, el gasto promedio que realizan al comprar productos similares, lo usarían, etc.

#### **TÉCNICA BENCHMARKING**

Es una técnica para buscar las mejores prácticas que se pueden encontrar fuera o a veces dentro de la empresa, en relación con los métodos, procesos de cualquier tipo, productos o servicios, siempre encaminada a la mejora continua y orientada fundamentalmente a los clientes