

# Proyecto Nueva Web de Amable

# I. Propósitos y públicos meta (Taller con stakeholders)

CONTEXTO: Se hizo un taller remoto en el que participaron stakeholders de las tres oficinas de amable (Perú, Ecuador y Chile). Su propósito fue identificar y consensuar propósitos y públicos meta de la web

# Propósitos

(Chile) Transmitir confianza, seguridad  
(Chile) Declarar la experiencia (somos los primeros)

(Diego) Transmitir experiencia

(Francisco) Mostrar amable como un líder en Latam en nuestro negocio

(Diego) Transmitir propuesta de valor claramente  
(chile) transmitir imagen acorde a tendencias actuales

(Jorge) Vender sin vender  
"amable está muy ocupado haciendo cosas interesantes"

(Chile) No somos agencia, somos consultora y estamos alineados con negocio

(Jorge) Mostrarnos tal cual somos  
(Chile) Transmitir que tenemos resultados rápidos

(Jorge) Cautivar.  
Que lo que el cliente vea en la web le de ganas de trabajar con nosotros

Vendemos bien ideas fuerza 7

Prioridad 1

(Francisco) Clarificar a nuestro públicos todo lo que hacemos

(Francisco) Prestar servicios por medio del canal web  
(Diego) Posicionamiento claro

(Chile) Comprender servicios de amable

(Jorge) Que la web permita personalización por país (hay posibles servicios distintos en cada país)

Información eficaz servicios amable 6

Prioridad 2

Diego, Mauricio y Jorge = Stakeholders amable Perú  
Francisco = Stakeholder amable Ecuador  
Chile = Stakeholders amable Chile

# Propósitos

Prioridad 3

Permitir contacto 3

(Chile)  
Conversión:  
contacto

(Diego) Permitir  
contacto a  
clientes  
potenciales

(Francisco)  
Abrir  
posibilidad de  
nuevas líneas  
de negocio

líneas de negocio 1

Prioridad 4

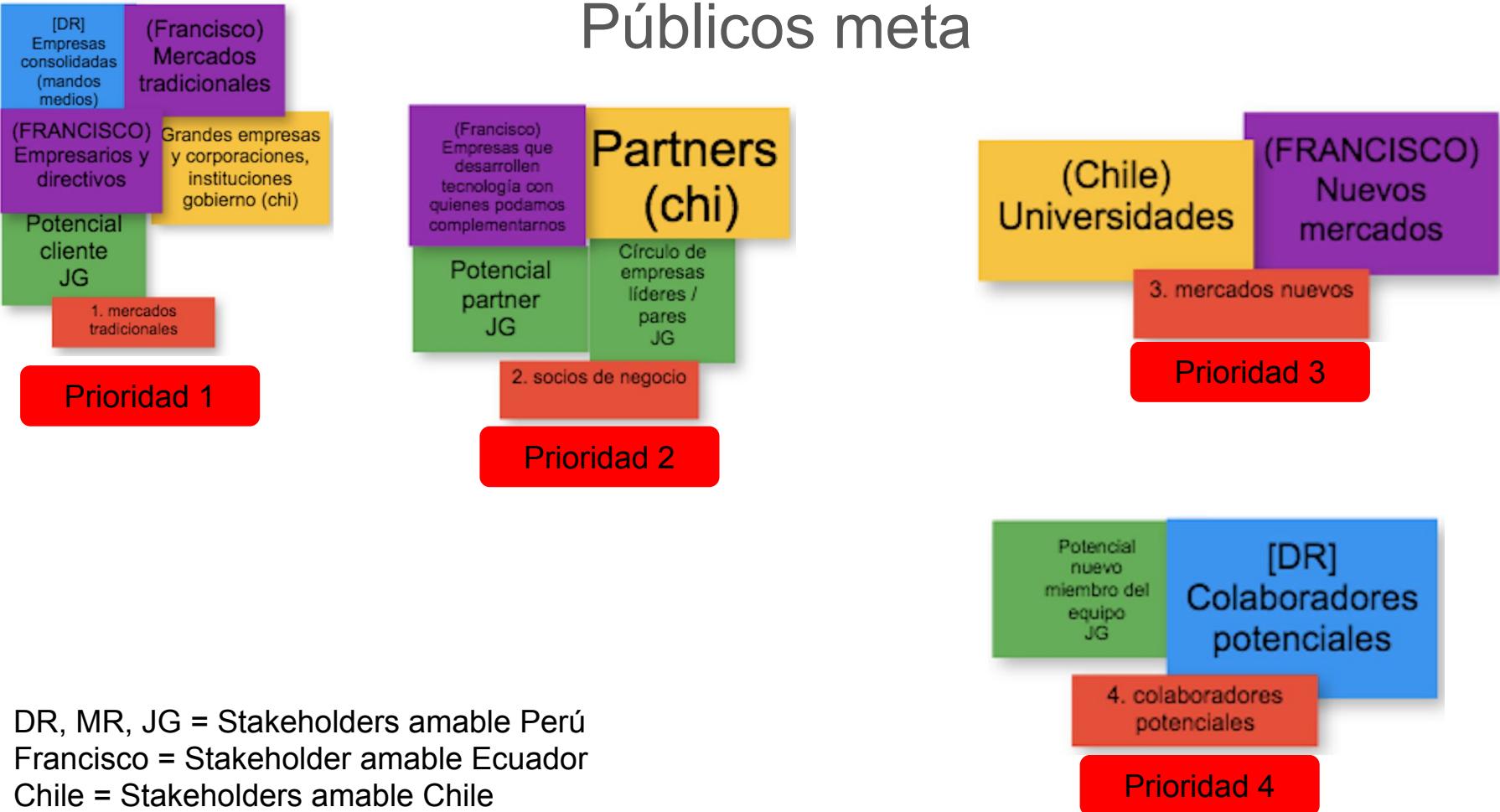
(Mauricio)  
Atracción  
talento

Atracción talento 1

Prioridad 4

Diego, Mauricio y Jorge = Stakeholders amable Perú  
Francisco = Stakeholder amable Ecuador  
Chile = Stakeholders amable Chile

# Públicos meta



## II. Entrevistas a usuarios potenciales de la web (públicos meta)

CONTEXTO: Se ejecutaron 15 entrevistas a personas representativas de los públicos meta de la web de amable. La facilitación de las entrevistas fue distribuida entre todo el equipo de amable Perú.

# Pauta

## Entrevista

### DISCLAIMERS INICIALES (uso interno)

Están puestas las preguntas base. Adicionalmente a ellas, pueden hacer cualquier otra de las preguntas que registramos en la sesión del viernes.

-Están pensadas para el público meta de empresa que podría contratar los servicios de amable. Si el(la) entrevistado(a) corresponde a otro perfil (ej: universidad o empresa de la competencia), adecuar las preguntas a su respectivo escenario.

-En todos los casos en los que está sugerido hacer un ejercicio de nombrar y luego priorizar, se recomienda hacerlo con postits. Si ven que el usuario no quiere o se incomoda por tener que escribir o está siendo entrevistado telefónicamente, pueden anotarlo en una hoja ustedes y luego pedirle que ponga número para priorizar.

-Trataremos de no hablar de UX explicitamente, sino que usaremos "diseño digital e innovación".

### INTRO

Estamos haciendo una investigación para entender cómo se contratan los servicios de diseño digital e innovación y queremos conocer diversos puntos de vista.

Lo que nos puedas decir es muy valioso:

### CUESTIONARIO BASE

1.Escribe en postits qué atributos o cualidades debe tener una empresa proveedora de diseño digital e innovación para ser considerada competente y elegirla.

1.1. Ahora priorízalos (ordena los atributos del más relevante al menos relevante)

2.¿Recuerdas a la última empresa proveedora de servicios de diseño digital e innovación que contrataste o que contrató el área en la que trabajas? (Si la respuesta es sí): ¿Qué te llamó la atención de esa empresa como para contratarla?

(Si la respuesta es no): pasar a la siguiente pregunta

3.¿En qué cosas específicas podría ayudarte a ti una empresa que provea servicios en el ámbito del diseño digital e innovación?

4.Vamos a suponer que estás en la tarea de buscar por Internet a un proveedor de servicios de diseño digital e innovación. (Darle acceso a una computadora): hazlo en esta computadora. Búscalas, como si estuvieras realmente en esa tarea ahora. Por favor "piensa en voz alta"; es decir, describe todo lo que vas haciendo y cuéntame por qué lo vas haciendo, a medida que navegas.

5.¿Puedes dibujar un diagrama de cómo es normalmente en tu empresa/área el flujo de selección de una empresa proveedora de servicios de diseño digital e innovación? Hazlo como tú quieras, con dibujos, texto, flechas, recuadros, como quieras.

6.¿Qué esperas de un equipo que trabaje contigo? Nombra y prioriza.

7.En tu empresa/área ¿en qué te fijas para evaluar el buen resultado de un proyecto? Nombra 5 conceptos. Priorízalos.

8.¿Cómo es normalmente un proyecto digital en tu empresa/área? Por favor dibuja un esquema / resumen de las etapas y acciones más importantes. (luego que lo haya dibujado y explicado): ¿En qué partes crees que necesitas más apoyo?

# III. Descarga colectiva de insights de entrevistas

CONTEXTO: Una vez realizadas todas las entrevistas, se hizo un ejercicio de descarga colectiva de las mismas, con foco en compartir visiones y luego converger hacia aquellos elementos consistentes entre los diferentes entrevistados.

# Las personas que participaron

Cada perfil incluye:

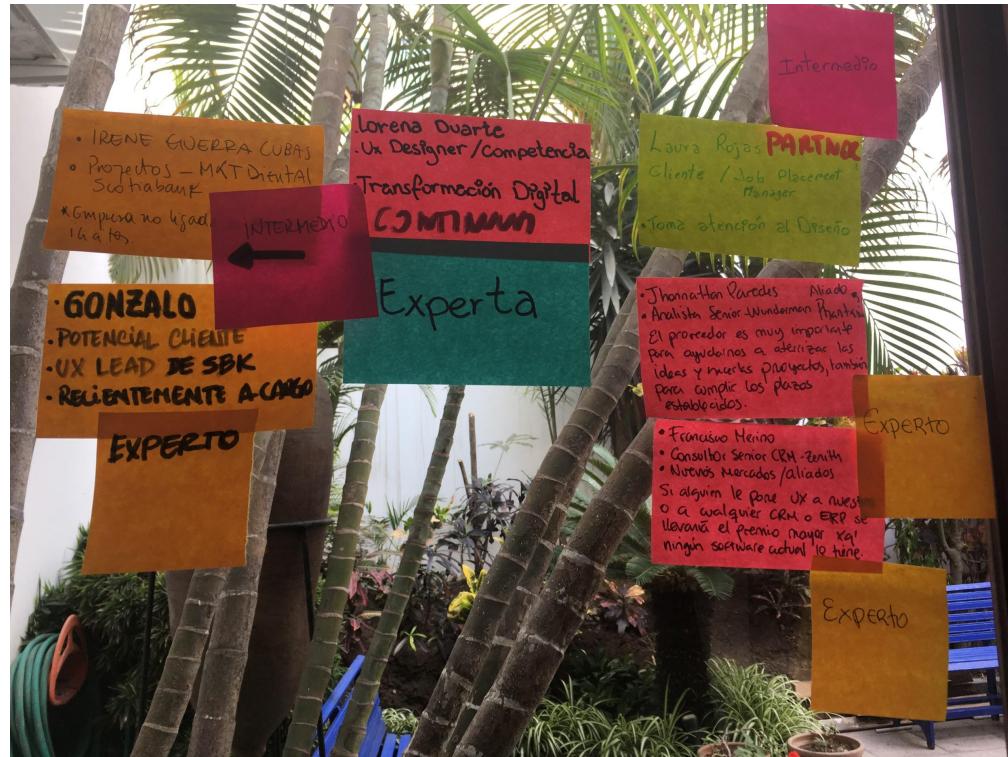
- Nombre
- Perfil + cargo
- Algún dato interesante (o anecdótico) sobre la persona



# Las personas que participaron

Cada perfil incluye:

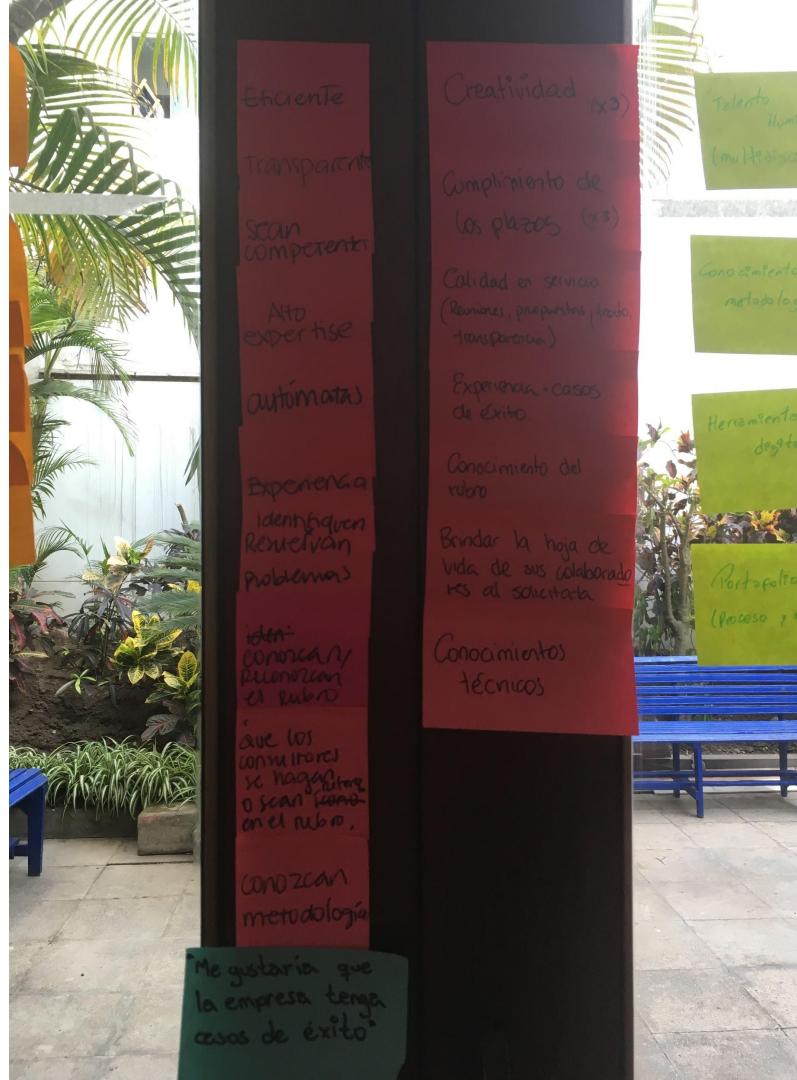
- Nombre
- Perfil + cargo
- Algún dato interesante (o anecdótico) sobre la persona



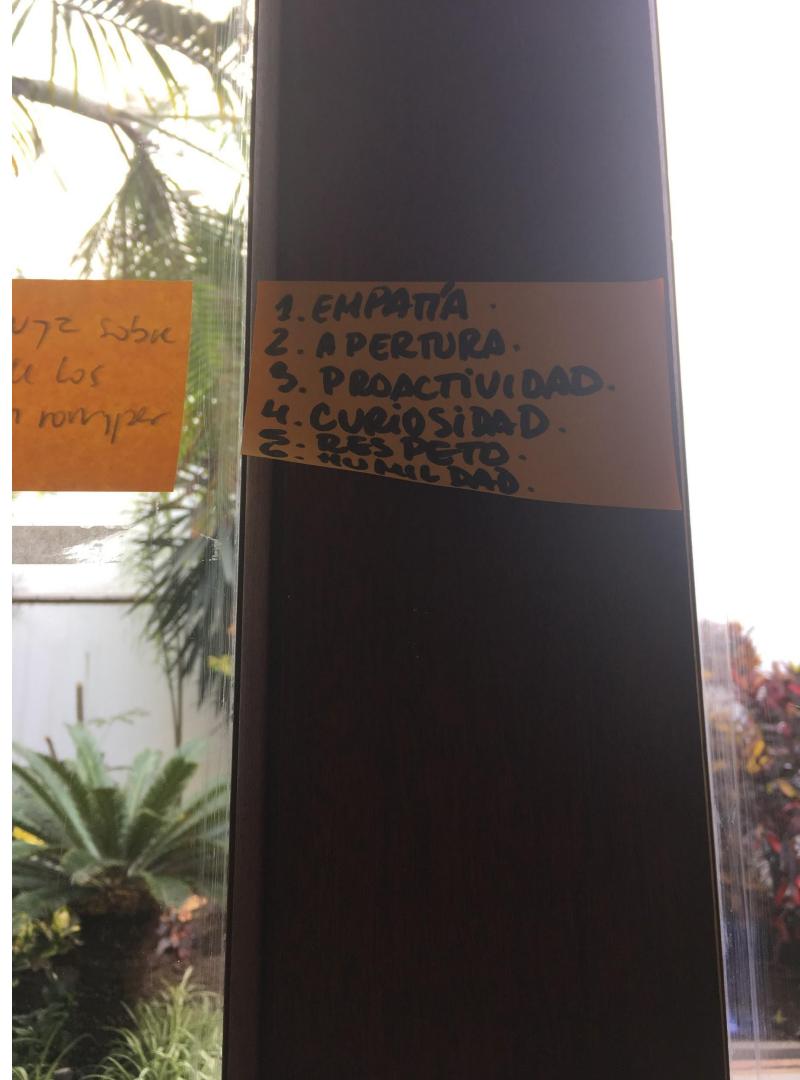
Atributos que  
debe tener una  
empresa  
proveedora de  
diseño digital e  
innovación para  
ser considerada  
competente



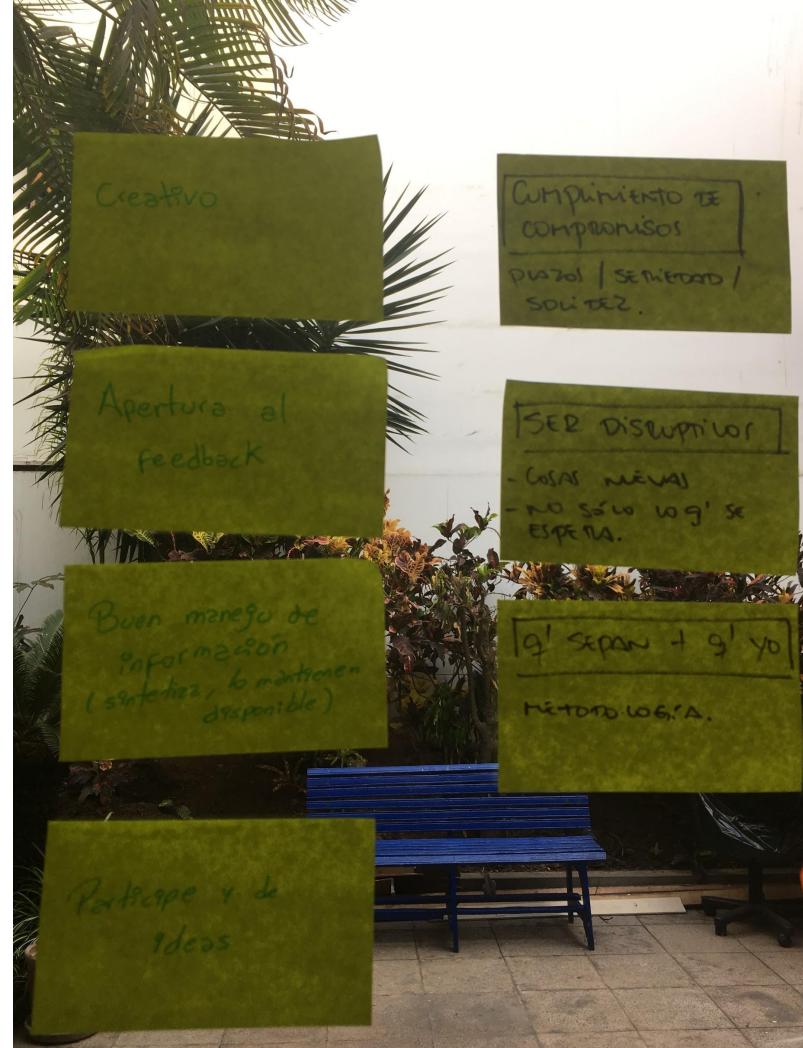
# ¿Qué esperas de un equipo que trabaje contigo?



¿Qué esperas de un equipo que trabaje contigo?



¿Qué esperas de un equipo que trabaje contigo?





Consolidación de los atributos más relevantes (considerando los dos ejercicios anteriores)

**Consolidación (en limpio) de los atributos más relevantes  
(considerando los dos ejercicios anteriores)**

Creatividad

Experiencia /  
Portafolio

Capital  
humano

Cumplimiento

Expertise

“Que sean  
partners”

Ruta seguida por el entrevistado 1 en el ejercicio de secuencia de búsqueda por Internet de un proveedor en diseño digital e innovación.

LinkedIn

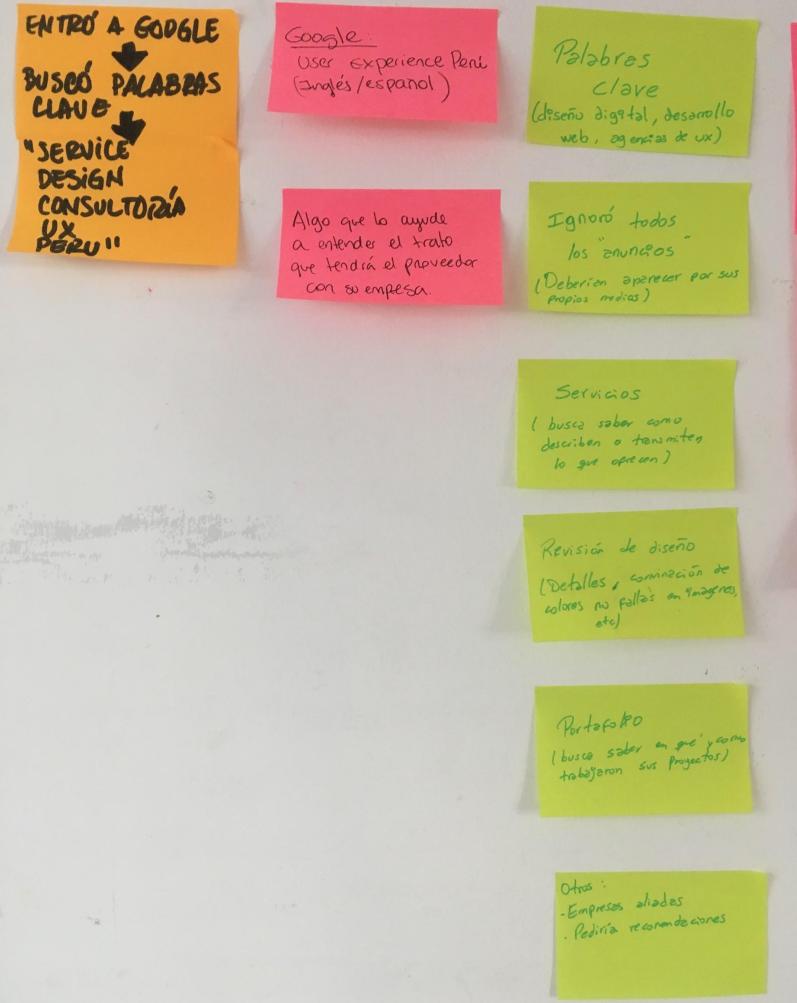
Buscador  
Google

No encontro

Consultora  
UX

encontro a  
amable y no  
a continuum

Ruta seguida por los entrevistados 2, 3 y 4 en el ejercicio de secuencia de búsqueda por Internet de un proveedor en diseño digital e innovación.



Descripción de secuencia seguida para buscar un proveedor (no a través de testeo, sino relato descriptivo hecho por el entrevistado sin navegar)

Empresas de diseño digital

Anuncios de cursos de Mkt. digital.

5<sup>o</sup> posición  
Nanya.pe

• Página educativa  
• Clientes segmentados

Mucha info.  
Peticionar un  
link de contacto

no le gusto  
tanto  
marcas

GOOGLE | LINKEDIN

- Diseño de servicios
- Informes
- Experiencia de usuario

... EN EL SITIO...

- Equipo
- Creadores
- Contenidos

"DESCONFÍO SI  
LA PÁGINA  
ES PENCA"

# IV. Dinámica de User Personas y Journey Map (enfocado en potenciales clientes)

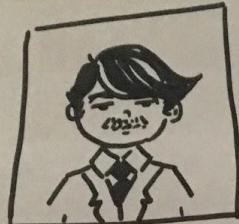
CONTEXTO: Con las conclusiones extraídas colectivamente de las entrevistas, se hizo un nuevo ejercicio grupal que consistió en crear dos Personas representativas de los públicos meta y sus respectivos journeys para resolver la tarea de encontrar a un proveedor de diseño digital e innovación (no se habla explícitamente de UX porque no es un concepto que todos los potenciales clientes dominen)

# Instrucciones del ejercicio

Generar al menos una **PERSONA** representativa del target o público meta prioritario de la web de amable.

Pensar en una necesidad de esa persona...

Generar un **CUSTOMER JOURNEY MAP** en el cual tenga sentido un contacto (touchpoint) con amable, a través de su sitio web.



PEDRO  
RAMÓN  
40 AÑOS

• JEFE CANALES DIGITALES

40 AÑOS  
JEFE CANALES  
DIGITALES  
EMPRESA  
PAQUEDA.

INGENIERO  
MÉDICO  
INDUSTRIAL  
INGENIERO.

MAS DE 10 AÑOS  
EN LA EMPRESA  
APRENDIZAJE  
UX

TIENE EQUIPO  
UX

EQUIPO TI  
APRENDESTE.

- PRESUPUESTO  
- EXPERIENCIA

TIEMPO  
- PLAZO  
- CUMPLIMIENTO  
- PRECIO

CAYETANA  
32 AÑOS

• LEAD UX / INNOVACIÓN

2 AÑOS  
EN EL PUESTO  
SABE UX

MKT  
+  
Optimización  
+++

- EQUIPO  
- TEMA  
TECNICOS.

TIEMPO  
- CUMPLIMIENTO  
- PLAZO.  
- PRECIO  
- FLEXIBILIDAD.

# CUSTOMER JOURNEY →



REQUERIMIENTO DE NEGOCIO

El jefe de Canales asigna la tarea al Equipo de UX

EL EQUIPO UX NECESITA APoyo EXTERNO (YA QUE NO SE DAN A BASTO)

LA LEAD UX BUSCA REF. INTERNAS Y EXTERNAS

SIGUE SU BUSQUEDA CON GOOGLE

EN LAS BUSQUEDAS DE GOOGLE ENCUENTRA A ANABLE

ENCUENTRA ANABLE BUSCO EN ANABLE Y QUIENES HAN TRABAJADO

SERVICIOS, TESTIMONIOS Y CASOS DE ÉXITO.

ELLA COMPARA C/ OTRAS EMPRESAS (RAMÓN)

DA YETANA Y PEDRO RAMÓN SE PONEN DE ACUERDO

# V. Insights

CONTEXTO: Resumen de insights tras el análisis de todo el material anterior.

Hay un concepto difuso sobre  
qué son los servicios de  
Innovación



# Hay un concepto difuso sobre qué son los servicios de Innovación

Cuando se habla de servicios de Innovación los potenciales clientes piensan en muchos y diversos conceptos, como los siguientes:

- agencias digitales
- diseño digital
- investigación de mercado

Asimismo, estos conceptos se relacionan con palabras claves como: experiencia, transformación, service design, empatía, diseño de servicios, innovación, experiencia de usuario, diseño digital, marketing digital.



Hay una necesidad de conocimiento de expertos en innovación y de compartir esto con otras áreas dentro de las empresas

# Necesidad de expertos y de compartir el conocimiento dentro de las empresas

Hay una necesidad de trabajar con personas expertas en innovación y compartir este conocimiento con otras áreas dentro de las empresas. Específicamente hay un interés en compartir lo siguiente relacionado a la innovación:

- el mindset
- el know how
- los best practices

Algunos ven las metodologías de innovación de manera holística, mientras que otros hacen hincapié en distintas partes específicas del proceso, por ejemplo, en investigación e insights.

# Necesidad de expertos y de compartir el conocimiento dentro de las empresas

“También considero que sería interesante empezar hacer trabajo de innovación en otras áreas que están fuera de la nuestra. Es decir que sean nuestros partners en fomentar el diseño centrado en las personas, la innovación centrada en las personas fuera del área en la que nosotros estamos dado que nosotros a veces no estamos en la capacidad de podemos hacerlo.”

Gonzalo Loayza (Cliente DF - Scotiabank)

“Necesito más apoyo en Diseño, testeos e implementación”

Julio Argomedo (Jefe canal web AFP Capital)

# Necesidad de expertos y de compartir el conocimiento dentro de las empresas

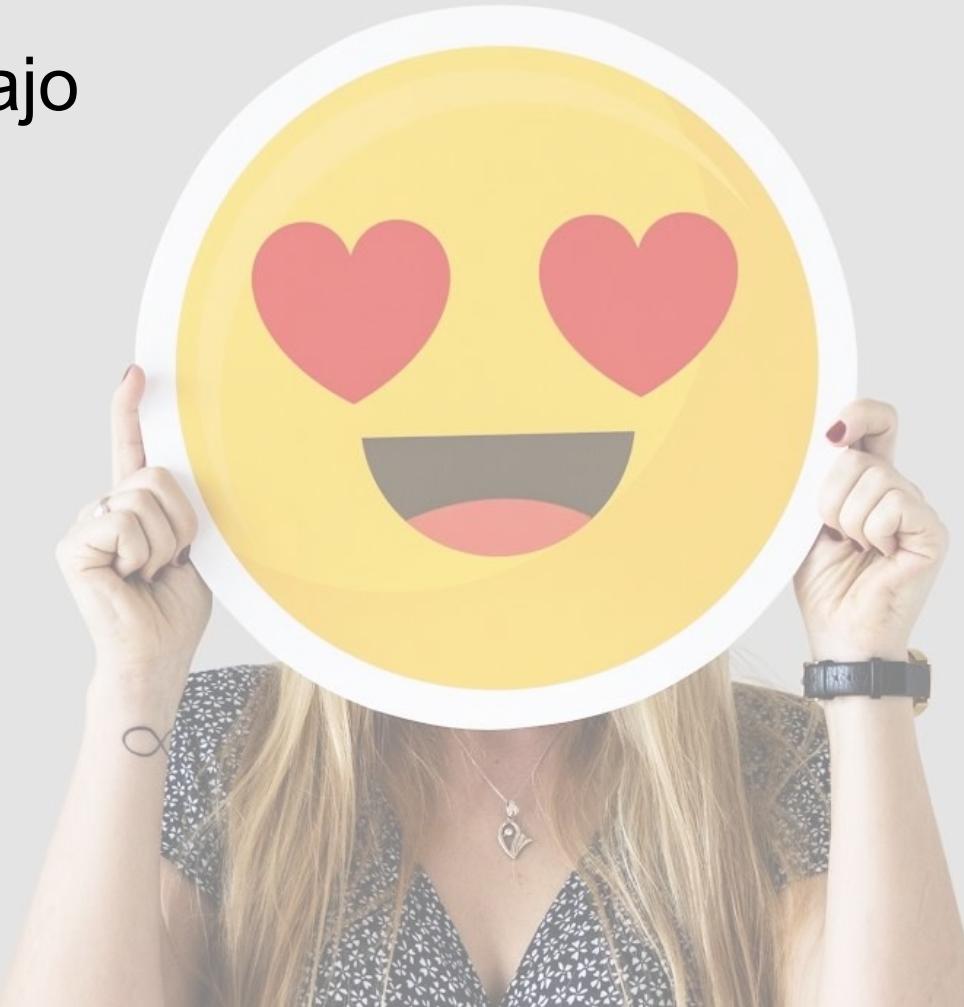
“Una empresa que provea servicios en el ámbito del diseño digital e innovación podría ayudarme en la necesidad que tenemos de conocimiento experto, estamos flacos. Estamos en deuda con eso. Con la nueva administración vamos a incorporarlo. Por igual research como prototipado y diseño.”

Cliente Gobierno - Daniel Iturriaga

Una empresa que provea servicios en el ámbito del diseño digital e innovación podría ayudarme en investigación y en descubrir insights.

Lenin Tarrillo (Cliente innovación)

El equipo de trabajo  
y clientes con los  
que trabaja el  
proveedor son un  
dealbreaker



# El equipo de trabajo y clientes con los que trabaja el proveedor son un dealbreaker

El expertise de cada persona del equipo es un factor determinante muy importante a la hora de elegir. Las referencias sirven para validar la imagen que ya se tiene del proveedor.

El atributo más relevante son los credenciales individuales, más que como empresa.

Cliente Gobierno - Daniel Iturriaga - Felipe

Espero que el equipo que trabaje conmigo sepa más que yo.

Cliente Gobierno - Daniel Iturriaga - Felipe

El atributo más importante que debe tener un proveedor de diseño

# El Know How se pierde

En algún momento del proceso de Design Thinking (entre la etapa de investigación y la de iteración del prototipo) el know how sobre lo que es importante para el usuario se pierde.