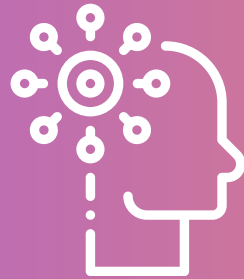


# actionlab



## Herramientas de Design Thinking

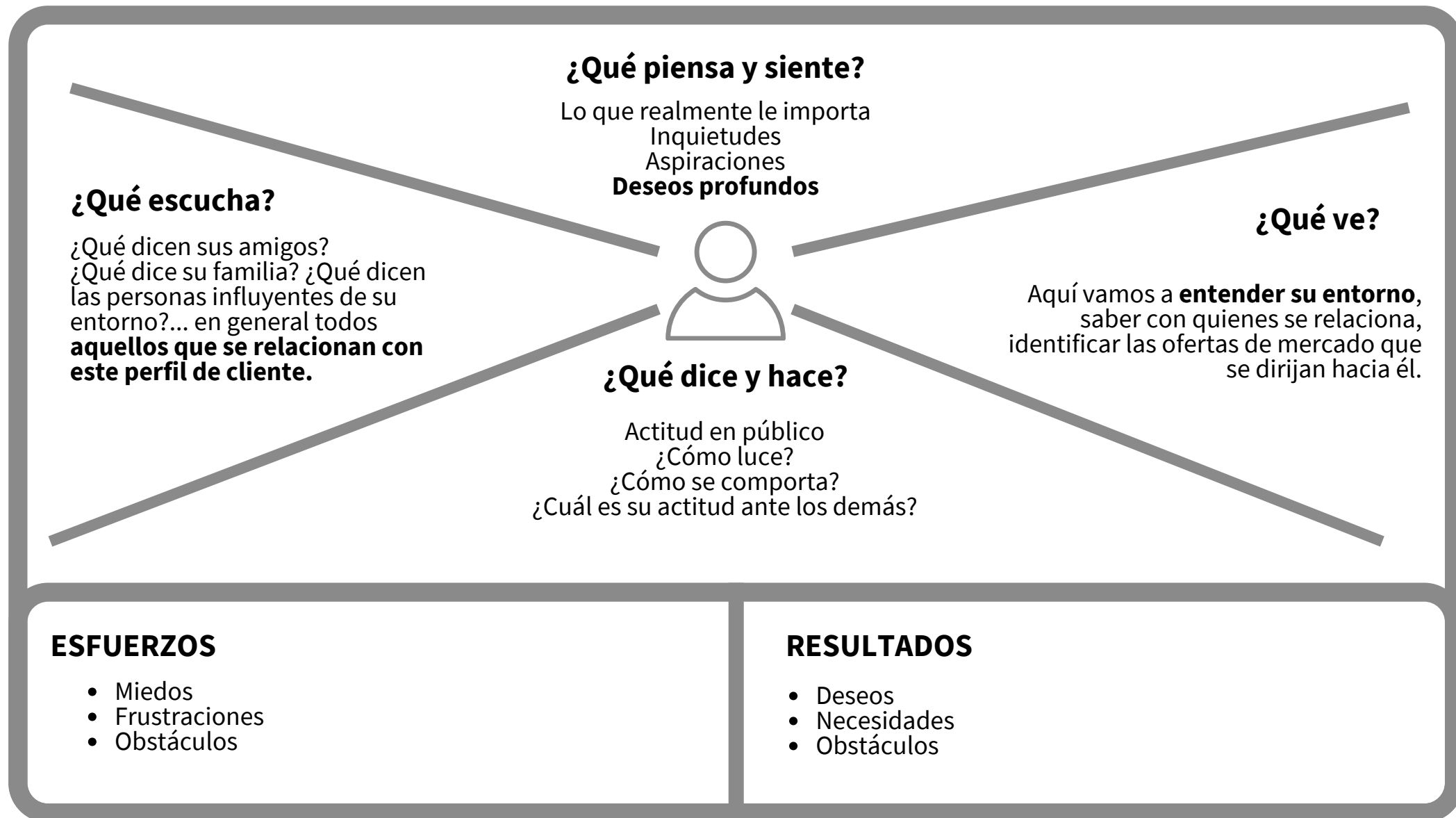


# Mapa de Empatía

Este mapa es una creación de XPLANE, adaptada por actionlab

# Mapa de Empatía

Este mapa es una creación de XPLANE, adaptada por actionlab



# Mapa de Empatía



Este mapa es una creación de XPLANE, adaptada por actionlab

<div><p><b>¿Qué piensa y siente?</b></p><p><b>¿Qué escucha?</b></p><p><b>¿Qué ve?</b></p><p><b>¿Qué dice y hace?</b></p></div>	
<b>ESFUERZOS</b>	<b>RESULTADOS</b>



# Customer Journey Map

Ideado por Ron Zemke y Chip Bell, adaptado por actionlab

# Customer Journey Map

Ideado por Ron Zemke y Chip Bell, adaptado por actionlab

Define las fases por las que pasa tu cliente ↓

	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4	FASE 5
Acciones del Cliente	¿Qué acciones realiza el cliente?				
Puntos de Contacto	¿Con quién, en dónde o con quién tiene contacto el cliente?				
Experiencia del consumidor					
Puntos de dolor	¿Cuáles son los puntos de dolor del cliente en cada fase?				

# Customer Journey Map



Ideado por Ron Zemke y Chip Bell, adaptado por actionlab

**Define las fases por las que pasa tu cliente ↓**

Acciones del Cliente

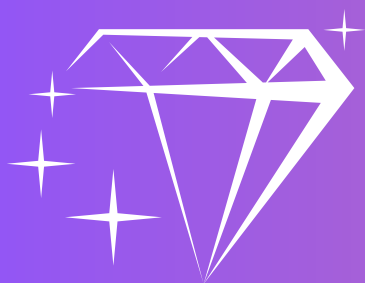
Puntos de Contacto

Experiencia del  
consumidor

Positivo

Negativo

Puntos de dolor



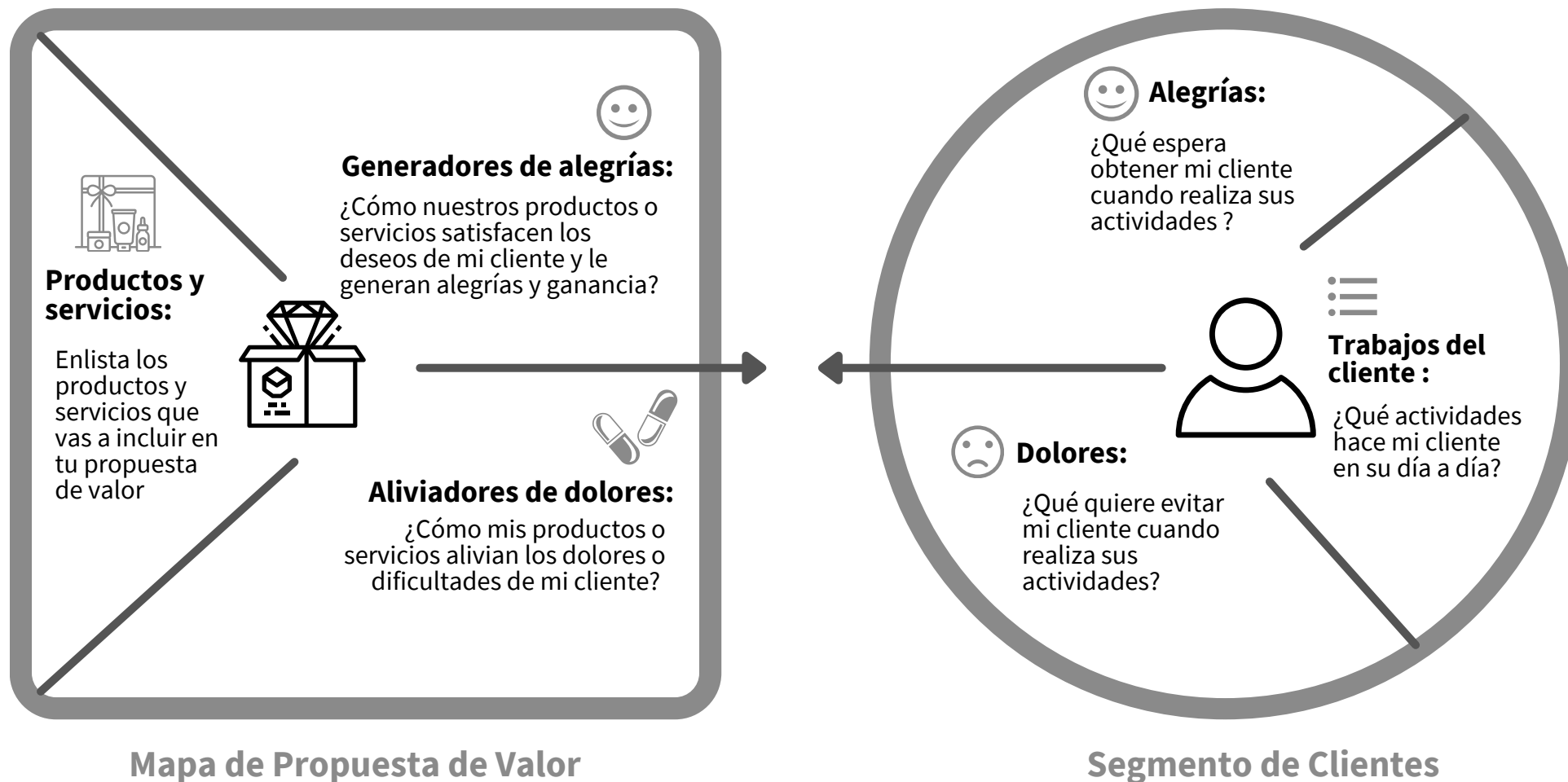
# **Lienzo de Propuesta de Valor**

Este lienzo es una creación de Alex Ostelwalder, adaptada por actionlab



# Lienzo de Propuesta de Valor

Este lienzo es una creación de Alex Osterwalder, adaptada por actionlab

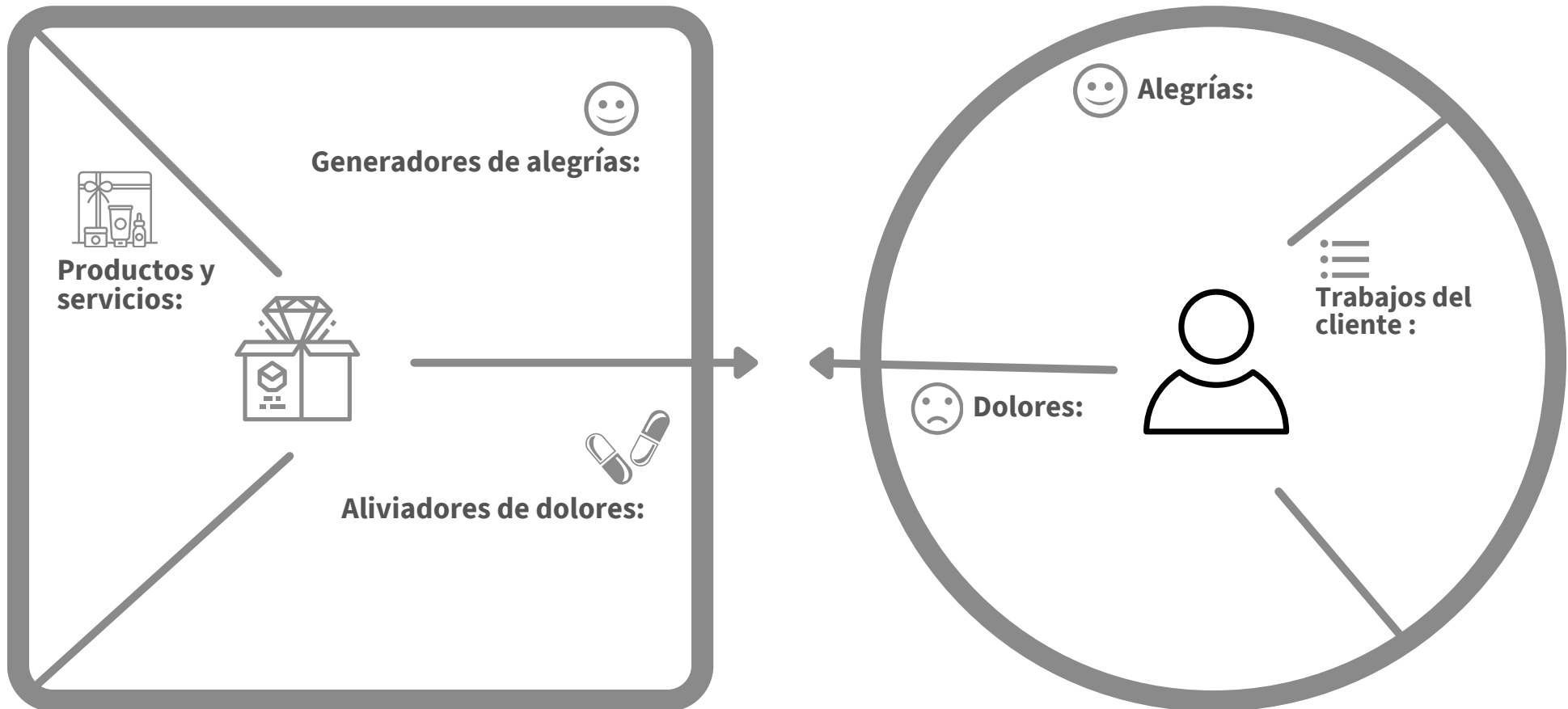


Empieza por **segmento de clientes**, los productos o servicios se elaboran en base a las **necesidades y deseos del cliente**, dado que buscamos **aportarles valor** mediante soluciones dentro de **nuestro giro de negocio**.

# Lienzo de Propuesta de Valor



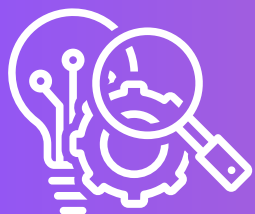
Este lienzo es una creación de Alex Osterwalder, adaptada por actionlab



Mapa de Propuesta de Valor

Segmento de Clientes

Empieza por **segmento de clientes**, los productos o servicios se elaboran en base a las **necesidades y deseos del cliente**, dado que buscamos **aportarles valor** mediante soluciones dentro de **nuestro giro de negocio**.



# **Tablero de experimentación**

Adaptado de Tablero de Experimentación Javelin por actionlab

# Tablero de experimentación



Adaptado de Tablero de Experimentación Javelin por actionlab

## SUPUESTO MÁS RIESGOSO

¿Cuál es la hipótesis más riesgosa que vas a testear?, es decir, eso que puede hacer que se caiga todo el modelo de negocio

## RESULTADOS

Anota los resultados del testeo

## APRENDIZAJES

¿Qué aprendizajes se obtienen de esta prueba?

## CRITERIO DE ACEPTACIÓN

¿Cuál es el porcentaje mínimo que se requiere para que se apruebe?

## SE APRUEBA

SI

☐

NO

☐

# Tablero de experimentación

Adaptado de Tablero de Experimentación Javelin por actionlab

**SUPUESTO MÁS RIESGOSO**

**RESULTADOS**

**APRENDIZAJES**

**CRITERIO DE ACEPTACIÓN**

**SE APRUEBA**

**SI**

☐

**NO**

☐

**actionlab**

Recursos gráficos tomados de Canva