

## Lección 5. Investigación: descubrir.

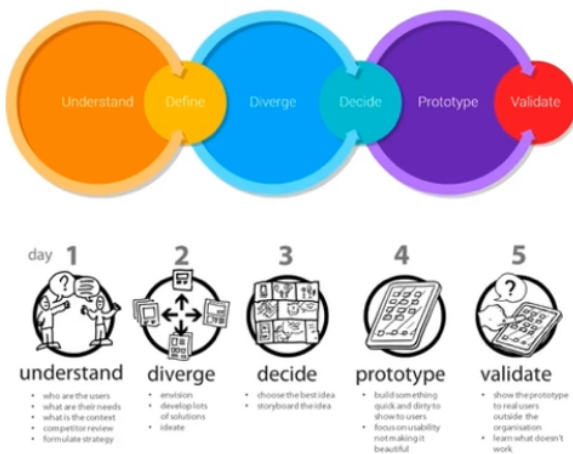
En esta lección vamos a trabajar qué debemos hacer a partir de que ya hemos acordado con el cliente el proyecto. Vamos a investigar qué es lo que usuario necesita poniendo al usuario en el centro.

### Metodologías:

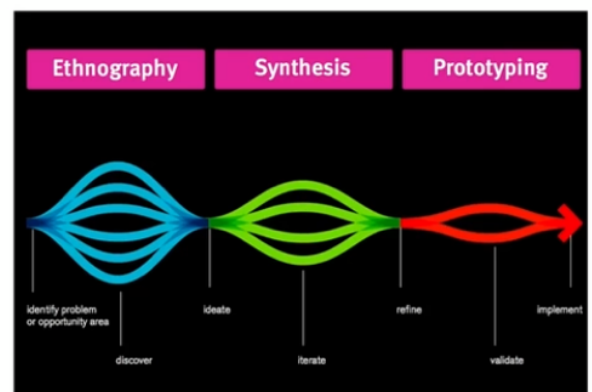
- Empatizan con el usuario.
- Todos los stakeholders trabajan en equipo.
- Se intenta fallar de manera efectiva (rápido y barato).

### Google Design Sprint y Austin Center for Design

#### Google Design Sprint



#### Austin Center for Design

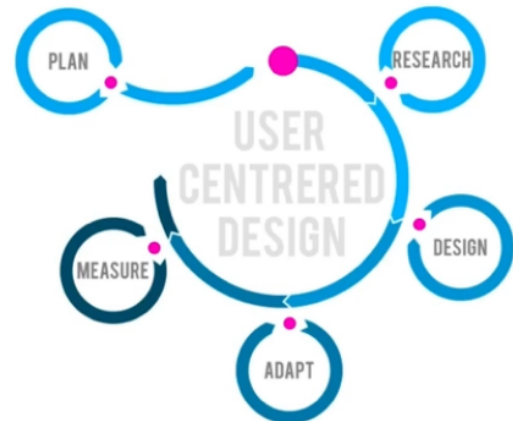


### Deep DT, Design Educator Mary Cantwell y SAP

Deep DT, Design Educator Mary  
Cantwell



SAP



Design Council y Design for America

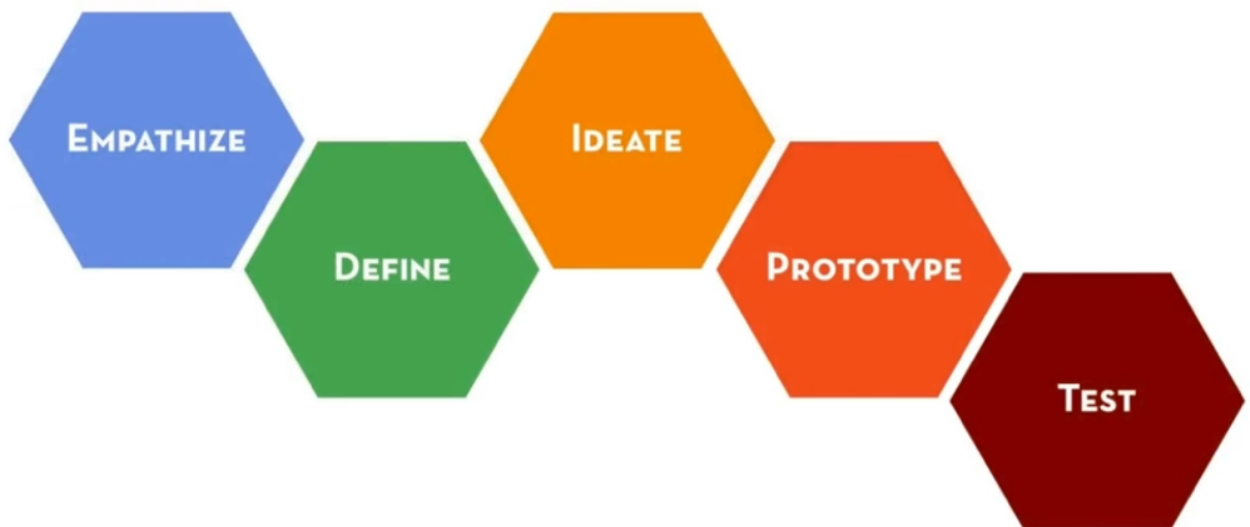
Design Council



Design for America



## Stanford



### Entendimiento

- Análisis info.
- Entrevistas
- Encuestas
- Focus group
- Shadowing
- Benchmarking
- Heurístico
- Test
- Analytics

### Diagnóstico

- Análisis
- Hallazgos
- Conclusiones
- Recomendac.
- Matriz prioridades
- Matriz tendencias

### Definición

- Protojourney
- Customer Journey
- Mapa de empatía
- Persona
- Business Model C
- DAFO
- Cinco Porqués
- Lean UX Canvas
- U+N+I
- What if
- Cómo Podemos
- Insight cluster
- Stakeholder Map
- Blueprint
- Roleplay
- Storyboards

### Tangibles

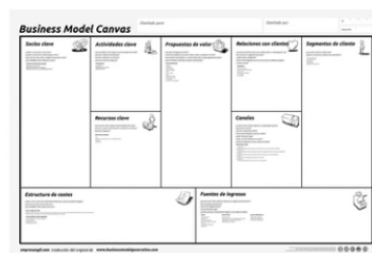
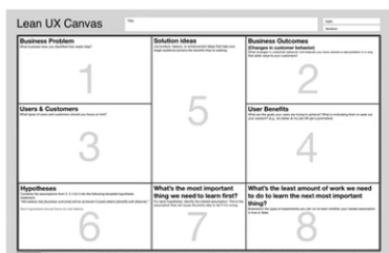
- User flows
- AI
- Sketching
- Wireframing
- Moodboard
- Mockup
- Sistema visual
- Prototipo

### Prueba

- Test A/B
- Test multivariante

## Qué son los Canvas

Son lienzos que recogen toda la información relevante sobre un tema en un solo lugar para guiar el proceso de desarrollo de un servicio o producto.



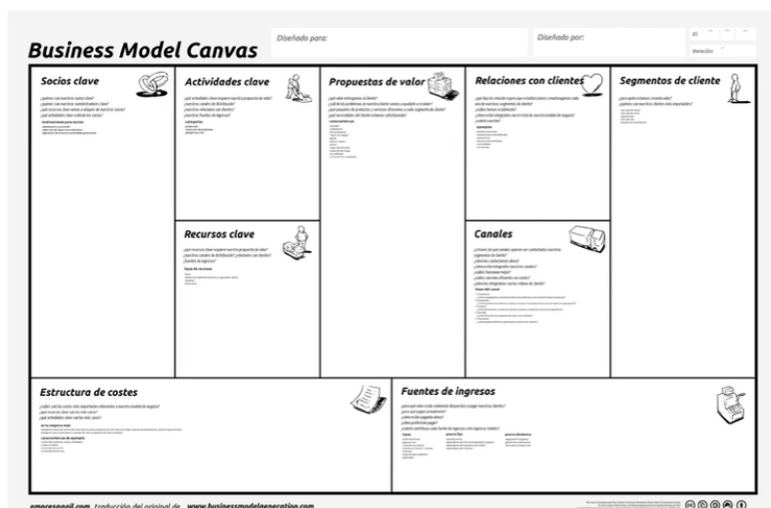
## Business Model Canvas

### Business Model Canvas

Es un lienzo que facilita comprender y trabajar con el modelo de negocio desde un punto de vista integrado que entiende a la empresa como un todo.

Se trata de una herramienta diseñada por Alex Osterwalder con la ayuda de Yves Pigneur y que fue presentada públicamente en el libro "Business Model Generation".

El BMC se compone de nueve espacios que representan las áreas clave de una empresa.

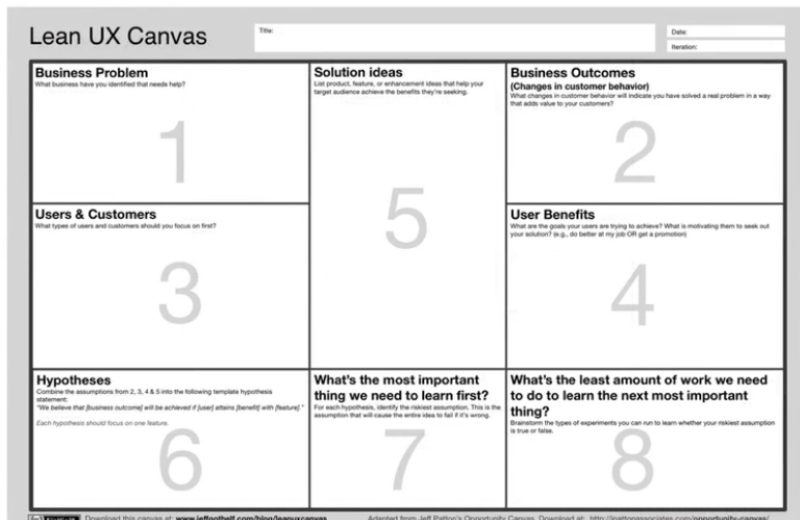


## Lean UX Canvas

### Lean UX Canvas

Este lienzo codifica el proceso que se presenta por primera vez en el libro "Lean UX" de Jeff Gothelf, una herramienta para ayudar a los equipos a enmarcar su trabajo como un problema de negocio a resolver, en lugar de una solución para implementar.

Ayuda a diseccionar un reto comercial en sus suposiciones centrales, a convertir esas suposiciones en hipótesis y, finalmente, prepara el escenario ideal para probar nuestras hipótesis.



**Lean UX Canvas**

Title: \_\_\_\_\_ Date: \_\_\_\_\_

Revision: \_\_\_\_\_

<b>Business Problem</b> What business have you identified that needs help? 1	<b>Solution ideas</b> List product, feature, or enhancement ideas that help your target audience address the benefits they're seeking. 5	<b>Business Outcomes</b> (Changes in customer behavior) What changes in customer behavior will indicate you have solved a real problem in a way that adds value to your customers? 2
<b>Users &amp; Customers</b> What types of users and customers should you focus on first? 3		<b>User Benefits</b> What are the gains your users are trying to achieve? What is motivating them to seek out your solution? (e.g., do better at my job OR get a promotion) 4
<b>Hypotheses</b> Combine the assumptions from 2, 3, 4 & 5 into the following template hypothesis statement: "We believe that [business outcomes] will be achieved if [user] attains [benefit] with [feature]." Each hypothesis should focus on one feature. 6	<b>What's the most important thing we need to learn first?</b> For each hypothesis, identify the riskiest assumption. This is the assumption that will cause the entire idea to fail if it's wrong. 7	<b>What's the least amount of work we need to do to learn the next most important thing?</b> Brainstorm the types of experiments you can run to learn whether your riskiest assumption is true or false. 8

Download this canvas at: [www.jeffgothelf.com/blog/leanuxcanvas](http://www.jeffgothelf.com/blog/leanuxcanvas) Adapted from Jeff Patton's Opportunity Canvas. Download at: <http://jeffpattonassociates.com/opportunity-canvas/>

## UX Strategy Blueprint Canvas

### UX Strategy Blueprint Canvas

Es un lienzo simple que nos ayuda a definir una estrategia de experiencia de usuario.

Representa un conjunto de opciones entrelazadas que alinea la actividad y muestra la causalidad: "Haremos esto, esperando tener estos resultados".

Podemos usar la plantilla libremente siempre que no cambiemos la estructura pero tengamos en cuenta que la estrategia es jerárquica. Cae en cascada de arriba hacia abajo. El uso de este esquema nos permite no solo articular una estrategia UX de manera consistente, sino también asignarla a estrategias superiores.

### UX Strategy Blueprint



<b>Challenges</b> What problems are you trying to solve? What obstacles must you overcome? Examples: Lack of consensus Migration of customers Determining image Internal constraints ...			
<b>Aspirations</b> What are the desired outcomes? What do you want to achieve? Examples: Introduction of experience Accelerated adoption Market recognition Transformational impact on users ...	<b>Focus Areas</b> What is the scope of the strategy? What will you focus on for the most impact? Notes: Areas and personas Regions, languages, cultures Business and products New users and returning Areas of UX (e.g., UI, usability) ...	<b>Guiding Principles</b> How will you overcome the challenges? What specific practices will guide teams? Examples: Parallel execution of activities Approach to personnel Distribution of responsibilities Differentiation policy ...	<b>Activities</b> What types of activities solve the problems? What responsibilities achieve your aspirations? Notes: Research methods Information architecture Design activities Prototyping and testing User profiles and personas User development ...
		<b>Measurements</b> What types of measurements will you employ? What metrics will be used to gauge success? Examples: Increase in user satisfaction (e.g., NPS) Return visit recognition Higher frequency of use Increased word of mouth ...	