

Customer scenario tool



Subetapa:
Empatía



Tiempo:
180 min



Dinámica recomendada:
Individual o equipo de innovadores



Materiales aplicación físico:

- Formato impreso (carta o póster)
- Plumones de punto fino



Materiales aplicación digital:

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet



Enlace de descarga:
tooltec.mx



Notas al instructor:
Esta herramienta depende de trabajar previamente en un “customer iceberg models” para cada situación.

Customer scenario tool

BuOp • 17



Es una herramienta que permite identificar distintos escenarios donde el cliente utiliza un producto y/o servicio. Ayuda a identificar las motivaciones que impulsan al cliente en cada uno de los escenarios, lo que es muy útil para diseñar productos, servicios, campañas de mercadotecnia, marcas, etc.

Esta herramienta resume y compara lo realizado anteriormente con la herramienta “customer iceberg models”, donde se identifican 5 niveles de entendimiento sobre las actividades de un cliente.

Autor:
Alex Bruton

Bibliografía:
Dr. Alex Bruton. (27 de octubre de 2022). The Innographer.
<https://www.theinnographer.com/>

Referencias adicionales:
<https://www.facebook.com/theinnographer/about/>
alex@theinnographer.com

Los niveles son:

- **Nivel 1.** Es lo que el investigador puede observar con facilidad. Son **acciones o declaraciones que el cliente hace o dice que podría hacer.** En este nivel, el investigador debe responder preguntas relacionadas con el cómo hace las acciones y cuando las realiza. Este nivel básico solamente identifica algo que el cliente hace o dice que hace sin entrar en detalles de profundidad.
- **Nivel 2.** En este segundo nivel el investigador tiene la tarea de identificar qué está tratando de hacer el cliente ya sea por motivación interna o porque alguien le solicitó hacerlo. En este nivel se identifican **reglas, estructuras, procesos, trabajos que el cliente sigue.** Por ejemplo, un cliente puede comprar un refrigerio todos los días a las 11:30 am y gasta menos de 50 pesos por día. Este tipo de reglas son las que se deben identificar en este nivel.
- **Nivel 3.** En este nivel se busca ir más profundo, identificando los **problemas o necesidades que el cliente está tratando de resolver.** Se responde a las preguntas: ¿Por qué el cliente está tratando de hacerlo?, ¿Qué están haciendo los clientes?, ¿Por qué?, buscando la razón de la actividad que se observó en el nivel 1.

N1

N2

N3

N4

N5


- **Nivel 4.** Este nivel va todavía más allá, siendo reiterativo en preguntar el porqué de un hecho. Se busca identificar la **motivación, conductor (driver) o fuente del problema que se quiere resolver.** Se buscan las necesidades o deseos que el cliente está tratando de resolver. Por ejemplo, un cliente puede ser observado comprando comida, sin embargo, la motivación no siempre es hambre, sino que puede estar simplemente comprando para desestresarse del trabajo del día.
- **Nivel 5.** En el nivel máximo de profundidad donde el **investigador busca en lo que no es observable o entendible.** Este nivel es interno en las personas y solamente preguntándole, el investigador podrá entender cuáles son los valores, vulnerabilidades, formas de pensar, modelos de pensamiento, características personales de los clientes observadas anteriormente. En este nivel se responde no solamente ¿Quién es? Sino que se busca encontrar **quien realmente es.**


La herramienta “customer scenario tool” ayuda a identificar las diferentes situaciones donde un producto/servicio es utilizado tanto por un mismo cliente como por diversos clientes. En cada situación se identifican las reglas, razones, motivadores internos y valores (todos los niveles) con la finalidad de comparar las diferencias y poder generar estrategias para cada una.


Customer scenario tool


BuOp · 17




 **Paso 1.**
Identificar todas las situaciones donde el producto/servicio es utilizado.

 **Paso 2.**
Desarrollar los “Iceberg Tool” [BuOp · 19] para cada situación.

 **Paso 3.**
En el formato del “customer scenario tool” vaciar por columna cada una de las situaciones identificadas.

 **Paso 4.**
Vaciar cada situación en una columna.

 **Paso 5.**
Comparar las reglas, razones, motivaciones y valores de cada situación.





Diseño original:
Dr. Alex Bruton. (27 de octubre de 2022). The Innographer. <https://www.theinnographer.com/>


Adaptación:
ToolTec


NOMBRE DEL EQUIPO O EMPRESA:


NOMBRE DEL ACTOR EN ESTE ESCENARIO:


**Situaciones donde el producto/ servicio es utilizado:**

**Acciones o declaraciones que el cliente hace o dice que podría hacer**

**Reglas, estructuras, procesos, trabajos que el cliente sigue**

**Problemas o necesidades que el cliente está tratando de resolver**

**Motivación, conductor (driver) o fuente del problema**

**Quien realmente es**

© 2022 ToolTec.