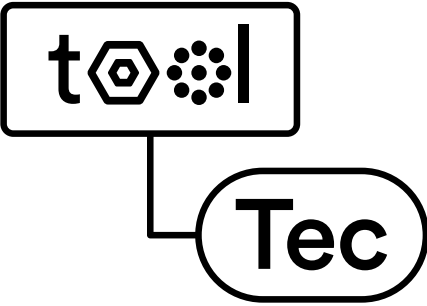




Diseño original:
Baskinger, M., & Bardel, W. (2013). *Drawing ideas: a hand-drawn approach for better design*. Watson-Guption.

Adaptación:
ToolTec



A

ACTIVITIES - ACTIVIDADES.

Son las acciones observables en los clientes para completar algo que desea hacer o para adquirir/usar un producto/servicio. Responde a preguntas como ¿Cuánto tiempo gasta en hacerlo? ¿Quién lo acompaña? ¿Quién lo auxilia?

Impresiones generales/Observaciones

Elementos, características y notas especiales

Sketch de resumen de actividades

E

ENVIRONMENTS - AMBIENTE.

Se refiere al espacio donde se desarrollan las actividades, y que incluye la atmósfera y el contexto.

Impresiones generales del tema, estilo, materiales y atmósfera

Elementos, características y notas especiales

Floorplan (layout)

Escenas



Diseño original:
Baskinger, M., & Bardel, W. (2013). *Drawing ideas: a hand-drawn approach for better design*. Watson-Guption.

Adaptación:
ToolTec

INTERACTIONS - INTERACCIONES.

Se refiere a las interacciones entre las personas y entre las personas y objetos. Se deben mapear las interacciones más importantes en donde se involucra el cliente, por ejemplo, pedir su comida, recibir su comida, tirar los restos de su comida, etc.

Impresiones generales/Observaciones

Elementos, características y notas especiales

Sketch de escenas de las interacciones más importantes

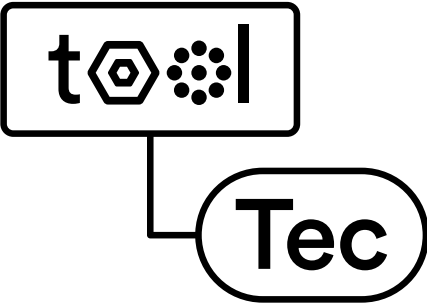


OBJECTS - OBJETOS.

Son todos los elementos clave que forman parte del contexto y que tienen un significado o interacción directa o indirecta con el cliente. Se deben lista los objetos y los efectos que tienen sobre el cliente.

Impresiones generales del tema, estilo, materiales y ambiente

Sketch del inventario de objetos relevantes





Diseño original:
Baskinger, M., & Bardel, W. (2013). *Drawing ideas: a hand-drawn approach for better design*. Watson-Guption.

Adaptación:
ToolTec

U

USERS - USUARIOS.

Son las personas (clientes, consumidores, beneficiarios) que están siendo observados. Se busca identificar sus roles y relaciones, e incluso identificar sus valores y prejuicios. Un mismo producto/servicio puede tener muchos diferentes tipos de clientes.

Impresiones generales de los usuarios en contexto

Sketch inventario de usuarios representativos

Sketch de escenas de los usuarios en contexto

