

Creative matrix



Subetapa:
Ideación



Tiempo:
45 min



Dinámica recomendada:
Individual o equipo de innovadores



Materiales aplicación físico:

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



Materiales aplicación digital:

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet



Enlace de descarga:
tooltec.mx



Notas al instructor:

Se recomienda que se impulse a los participantes a usar dibujos en vez de palabras.

Se recomienda que todos los campos de la matriz sean llenados.

Creative matrix

SoCr · 8

Es una herramienta que permite que un concepto o idea se pueda expandir a nuevos conceptos e ideas más innovadoras o aplicables.

Esta herramienta fue creada por design better business, que a través de simples pasos permite identificar nuevas ideas o conceptos que generen mayor valor a un segmento de mercado a través de soluciones innovadoras.

Esta **matriz consta de dos partes** fundamentales:

1. El **eje de las “x”** se refiere a segmentos de **mercado**, lo que permite identificar las variantes que tiene una idea cuando se aplica a diferentes mercados meta, cuyas necesidades son diferentes y que por tanto requieren de propuesta de valor diferenciadas.
2. El **eje de las “y”** se refiere a diferentes **categorías** en las que puede una idea acotarse, por ejemplo, la resolución de una necesidad en específico o una tecnología o una propuesta de valor que se quiere ofrecer.



Paso 1.

Identificar y explicar el concepto o idea de donde se va a partir. Escribirla en el encabezado del formato.



Paso 2.

Identificar segmentos de mercado relevantes para la idea, los cuales es recomendable vayan desde los más tradicionales a los más nuevos y emergentes. Se determinan 5 segmentos.



Paso 3.

Identificar las 5 categorías más relevantes alrededor de la idea o concepto con el que se está trabajando, por ejemplo, nuevas tecnologías o necesidades insatisfechas. En el caso de una nueva app de seguimiento de salud, una nueva tecnología podría ser los wearables (dispositivos portátiles) que se utilizan para medir la salud de las personas en tiempo real.

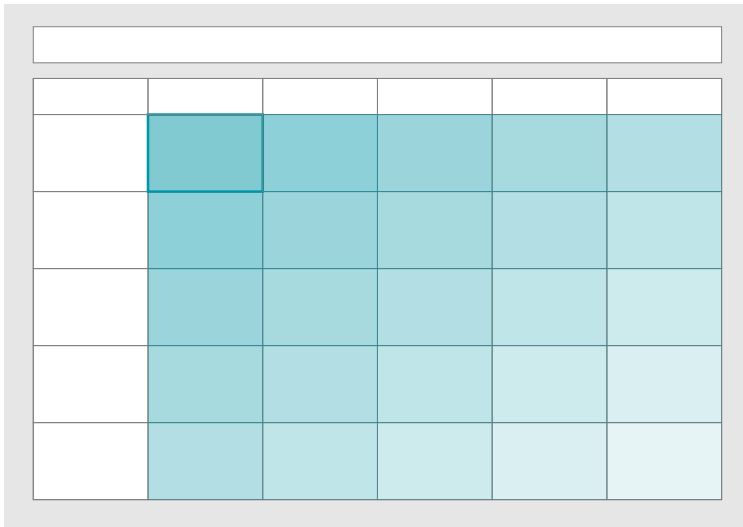
Autor:
Design a better business

Bibliografía:
DesignABetterBusiness.tools | Creative Matrix. (n.d.).
<https://www.designabetterbusiness.tools/tools/creative-matrix>

Referencias adicionales:
NA

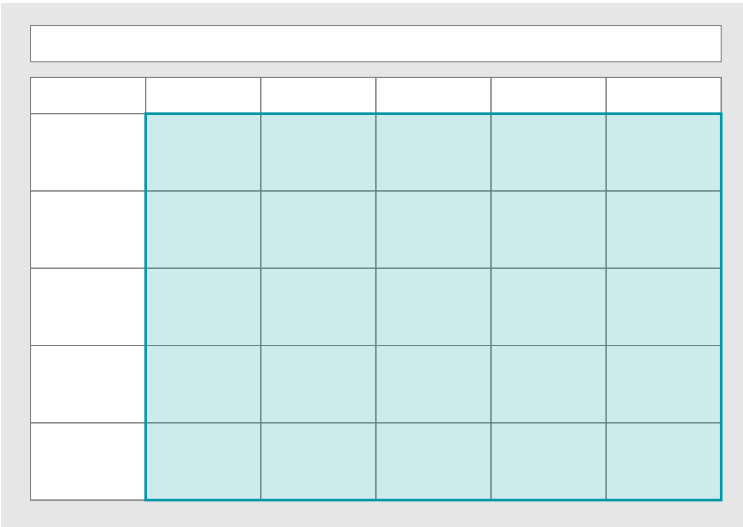
Creative matrix

SoCr · 8



Paso 4.

En cada uno de los cruces entre segmento y categoría generar una idea nueva.



Paso 5.


Para concluir, generar una idea final que combine varias de las nuevas ideas y que por tanto sea más robusta en la generación de valor significativo.

Creative matrix



Diseño original:
DesignABetterBusiness.tools / Creative Matrix.
(n.d.). <https://www.designabetterbusiness.tools/tools/creative-matrix>

Adaptación:
ToolTec

 **CONCEPTO/IDEA:**

| | SEGMENTO DE MERCADO 1 | SEGMENTO DE MERCADO 2 | SEGMENTO DE MERCADO 3 | SEGMENTO DE MERCADO 4 | SEGMENTO DE MERCADO 5 |
|-------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| CATEGORÍA 1 | | | | | |
| CATEGORÍA 2 | | | | | |
| CATEGORÍA 3 | | | | | |
| CATEGORÍA 4 | | | | | |
| CATEGORÍA 5 | | | | | |

