



Digital  
Dreams Co

empowering ideas since 2010

**web:** [www.digitaldreams.co](http://www.digitaldreams.co) **mail:** [hola@digitaldreams.co](mailto:hola@digitaldreams.co)

# Agenda de la sesión

## Parte 1:

Diagnóstico de empresas  
Customer Discovery

## Parte 2:

Jobs to be done  
Insatisfacciones y resultados esperados

“ **Todo debe servir a una necesidad y segmento específico.**

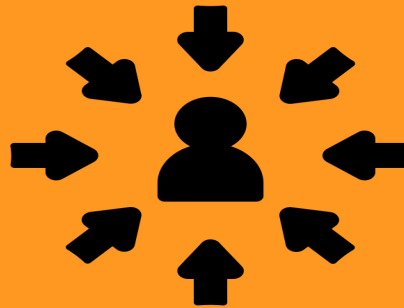
**Si no, no funciona”**

# Descargar:

<http://bit.ly/toolboxcolprod2020>

# Descubrimiento del cliente

Segmentación inicial



# Agenda de la sesión

## Parte 1:

### Segmentación de high level

Diferencias de conceptos de segmentación de mercado, de cliente y descubrimiento de clientes.

## Parte 2:

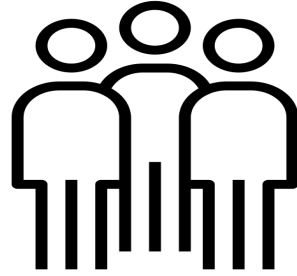
### Proceso

Segmentación de mercado

Segmentación de clientes

Priorización de segmentos de clientes

Descubrimiento de segmentos de clientes



# Segmentaciones de **mercado** y de **clientes**

# Mercados

Segmentos de clientes

## Perfiles de clientes





# Proceso

# 1

RO:

## Segmentación del mercado



Quienes son:

Geográficamente  
Demográficamente  
Psicograficamente



# Segmentación del mercado

## Perfiles Geográfico, demográfico, psicológico, psicográfico

- Perfil Geográfico(Región,ciudad, tamaño)
- Perfil Demográfico(Edad, sexo, etc...)
- Perfil Psicológico(Necesidades, motivación, etc...)
- Perfil psicográfico( Motivos de compra, intereses,etc... )

Esto es **lo hace todo el mundo, pero no es suficiente** porque no entienden que dentro de un mercado, hay segmentos de clientes, y dentro de los segmentos hay perfiles de clientes que podemos segmentar a partir de los outcomes que buscan.

# 2

DO:

## **Segmentación de clientes**

Distinguir los distintos tipos de clientes dentro del mercado

# Segmentación de clientes

En un mismo mercado, existen distintos tipos de clientes

Un segmento de clientes existe cuando podemos identificar:

- Necesidades comunes y particulares entre un mismo grupo de clientes
- Comportamientos y hábitos de consumo similares
- Variables de decisión comunes

# 3

RO:


## **Priorización de segmentos de clientes**

Priorizar los segmentos de clientes a partir de la matriz SPA

## Priorización de **segmentos de clientes.**

Size	Pay	Access

+ Variables de


Di

## + Variables de Decisión

**Siguiente sesión:**  
**Análisis de Jobs to be Done**  
(Descubrimiento de necesidades)



# Jobs to be done

Descubrimiento de necesidades



Digital  
Dreams Co  
empowering ideas since 2010

# NUESTRO OBJETIVO

Realizar un análisis de las necesidades (**Jobs**) de los clientes para una línea de negocio específica, con el fin de identificar resultados esperados importantes e insatisfechos, que **representen oportunidades para la compañía.**

¿ Qué es un **Job to be Done** ?





Las personas  
“contratan” un  
**producto/servicio**  
para que resuelva  
un trabajo(Job) o  
necesidad que  
tienen.

# Chocolate Milkshake

## Chocolate Milkshake

Delicious thick dairy shakes.

[Add To Nutrition Calculator](#)



# EJEMPLOS

**de jobs to be done**



El **Job** no es  
refrigerar, es:

“

**Mantener la  
comida fresca  
en casa**

”



El **Job** de escuchar **música en movimiento**.



Cual **Job** resuelve **ésta**s soluciones.





**Qué hacen los clientes?**

**Por qué o para qué lo hacen?**

**(JOB)**

Calentar agua  
Limpiar la suciedad del inodoro  
Ver televisión en familia



Preparar una bebida caliente  
Reducir el riesgo de  
enfermedades en casa  
Entretener a la familia en casa

# Principios de los JTBD



# PROCESO

# A. Delimitar el Job

## Formato de un **JTBD**:

(Verbo)



(Objeto del verbo)

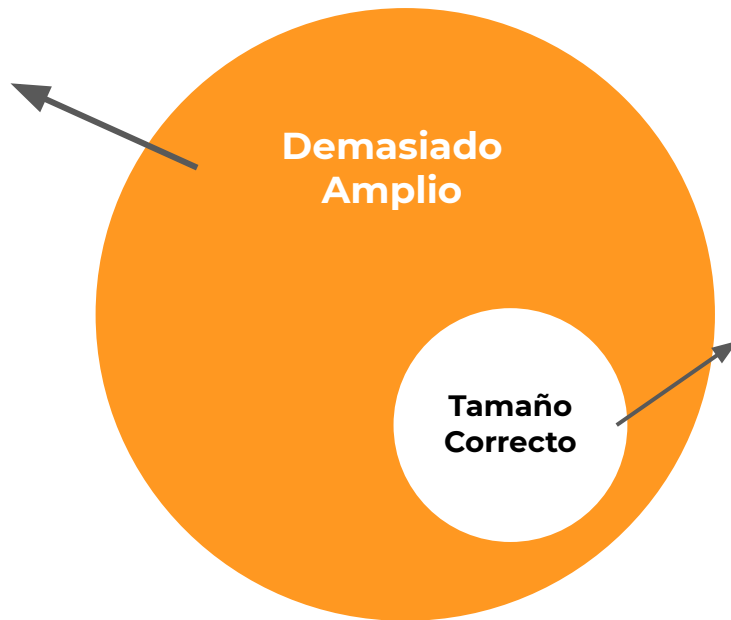


(Contexto)

# Delimitación y alcance del **Job:**

Ej: Industria de Seguros

Proteger a la familia



**Congruente con capacidades de la Empresa.**

Proteger a la familia ante accidentes.



# Consejos para definir el **JOB**:

1. Plantear el **job** desde la perspectiva del **cliente**.
2. Un **job** simple y claro  
(¿Se entiende el job?)
3. Dejar las emociones y sentimientos **afuera**  
( Sólo el job funcional, no:  
"Rápidamente, de manera segura, etc...")

# B. Mapear el Job

“

**TODOS LOS  
JOBS SON  
PROCESOS**

## ¿Qué es un mapa de **JOB**?

El **job map**, es un mapa de lo que el cliente está queriendo lograr en diferentes puntos de ejecución del **JOB**.

(Antes - Durante - Después)

1

ANTES

Etapa  
proceso  
1

Etapa  
proceso  
2

Etapa  
proceso  
3

2

DURANTE

Etapa  
proceso  
4

Etapa  
proceso  
5

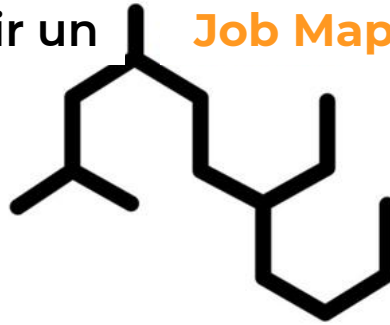
3

DESPUÉS

Etapa  
proceso  
6

Etapa  
proceso  
7

¿Cómo construir un **Job Map**?



1.


Preguntar, entrevistar (observar) a los clientes:

**¿Qué hacen antes, durante y después del **job**?**

Mapa preliminar del proceso y acciones  
actuales (NO DEL JOB)

# ¿Quienes nos interesan?

Los ejecutores del **Job**.



**El  
Usuario  
Final**

**El que  
toma  
decisiones  
de compra**

**Equipo de  
soporte del  
ciclo de vida  
del producto**

## **Nota:**

La dificultad de definición del cliente varía. En algunos jobs es claro cómo los clientes del job de desinfectar heridas en operaciones (los médicos y enfermeras). y los otros casos existen más de un segmento alternativo, como por ejemplo los clientes de preparar una bebida caliente.

En el segundo caso usamos la matriz SPA para priorizar segmentos.



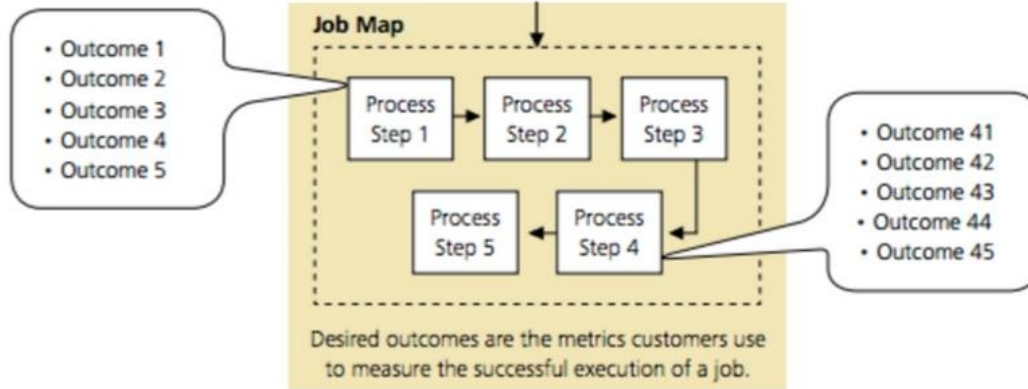
**Digital  
Dreams Co**  
empowering ideas since 2010



# C. Descubrir los resultados esperados



## Resultados esperados



# Existen **3** tipos de resultados esperados

- 1. Funcional:**  
Requerimientos prácticos y objetivos.
- 2. Emocional:**  
Percepción y sentimientos del cliente
- 3. Emocional/Social:**  
Cómo el cliente es percibido por otros  
mientras usa la solución.



**preguntar,  
a los clientes :**

Respecto a cada etapa del **job**  
(antes,durante,después):

**¿Qué desearían que sucediera,  
qué desearían que no sucediera ?**



**EN TÉRMINOS DE:**

Tiempo

Costo

Errores potenciales

Dependencia

Disponibilidad

Facilidad de uso

Mantenimiento

Etc...



# 1.

**Preguntar a los clientes:** Respecto a cada etapa del job (antes, durante y después):

**¿Qué desearían que  
suciediera, que desearían que  
NO sucediera?**

**En términos de:**

Tiempo - Costo - Errores potenciales -  
Dependencia - Disponibilidad - Facilidad  
de Uso - Mantenimiento, Etc..

<b>FUNCIONAL</b>	<b>EMOCIONAL PERSONAL</b>	<b>EMOCIONAL SOCIAL</b>
Garantizar el caudal de agua para cualquier clima	Quitarme la ansiedad que empieza cuando viene el verano	Sentirme como un buen gerente por normalizar la producción
Controlar el costo del agua	Solucionar algo que parecía imposible resolver	
Solucionar el problema con una sola intervención		
Tener sólo un proveedor		



Digital  
Dreams Co

empowering ideas since 2010

**Conversemos...**

**Tel/Wa:** +57 3154597534

**Web:** [www.digitaldreams.co](http://www.digitaldreams.co)

**Mail:** [hola@digitaldreams.co](mailto:hola@digitaldreams.co)