

Briefing

DigitalHouse >
Coding School



**Certified Tech
Developer**
The Ultimate Degree



El proceso de ideación es **colaborativo** e **interdisciplinario**.

Sin un **punto de partida común a todos** los participantes es realmente difícil pensar ideas y tomar decisiones de diseño comunes al equipo.

Por eso, antes de comenzar con el esfuerzo de idear, es sumamente importante que **todos en el equipo estemos de acuerdo en cuál es exactamente el problema a resolver.**

Existen múltiples manera de diseñar, redactar y armar un *brief*.



Veamos primero un esquema de **4 columnas** que se ordenan en el siguiente formato:

Situación actual

Esta es una **descripción de la situación/producto antes de cualquier solución**. No es necesario describir los problemas acá, ya va a haber tiempo para eso.

Situación actual

Esta es una **descripción de la situación/producto antes de cualquier solución**. No es necesario describir los problemas acá, ya va a haber tiempo para eso.

Motivaciones

Aquí se encuentran los **principales gatillos (puntos de dolor) que hacen de esto un problema**.

Situación actual

Esta es una **descripción de la situación/producto antes de cualquier solución**. No es necesario describir los problemas acá, ya va a haber tiempo para eso.

Motivaciones

Aquí se encuentran los **principales gatillos (puntos de dolor) que hacen de esto un problema**.

Criterios

Aquí explicaremos **cómo mediremos el éxito de estas nuevas ideas**: ¿qué queremos mejorar?

Situación actual

Esta es una **descripción de la situación/producto antes de cualquier solución**. No es necesario describir los problemas acá, ya va a haber tiempo para eso.

Motivaciones

Aquí se encuentran los **principales gatillos (puntos de dolor) que hacen de esto un problema**.

Criterios

Aquí explicaremos **cómo mediremos el éxito de estas nuevas ideas**: ¿qué queremos mejorar?

Límites

Esta es una descripción de los **límites de la relación que contendrá la exploración de soluciones**.

Situación actual

Esta es una

**Desk Research +
Datos
Cuantitativos
(PRESENTE)**

de la
ducto
quier
S
ribir
s acá, ya
va a haber tiempo
para eso.

Ejemplo:

"Millones de personas concurren a diferentes centros médicos a realizarse controles y estudios que impactan sobre un historial clínico personal".

Motivaciones

Aquí se encuentran los
principales gatillos
(puntos de vista)
que motivan a
hacer
problemas

**User Research
Personas
Puntos de Vista
(PRESENTE)**

Ejemplo:

"Los pacientes se frustran al no tener acceso ni control alguno de su historial clínico, que está bajo el dominio exclusivo de los centros de salud."

"Los médicos sienten que no pueden tratar correctamente a sus pacientes por no conocer cada historial completo".

Criterios

Aquí explicaremos **cómo mediremos el éxito de estas nuevas ideas**: qué queremos

Ejemplo:

"Queremos que los pacientes puedan acceder a su historial clínico y a sus datos de salud de manera segura y controlada."

**Expectativas y
desafíos
proyectados
(FUTURO)**

"Queremos que cada médico pueda acceder al historial clínico completo de sus pacientes".

Límites

Esta es una descripción de los **límites de la relación que contendrá la exploración de soluciones**

Ejemplo:

"Impediremos la integración de los datos de los pacientes con los sistemas de los hospitales y la burocracia de los seguros médicos. Queremos que los datos estén disponibles en un tiempo máximo de 9 meses de desarrollo y con un presupuesto de 450 mil pesos."

**Actores,
competidores,
benchmark y
contexto
(PRESENTE)**

DigitalHouse>
Coding School