



Red Universitaria Virtual Internacional

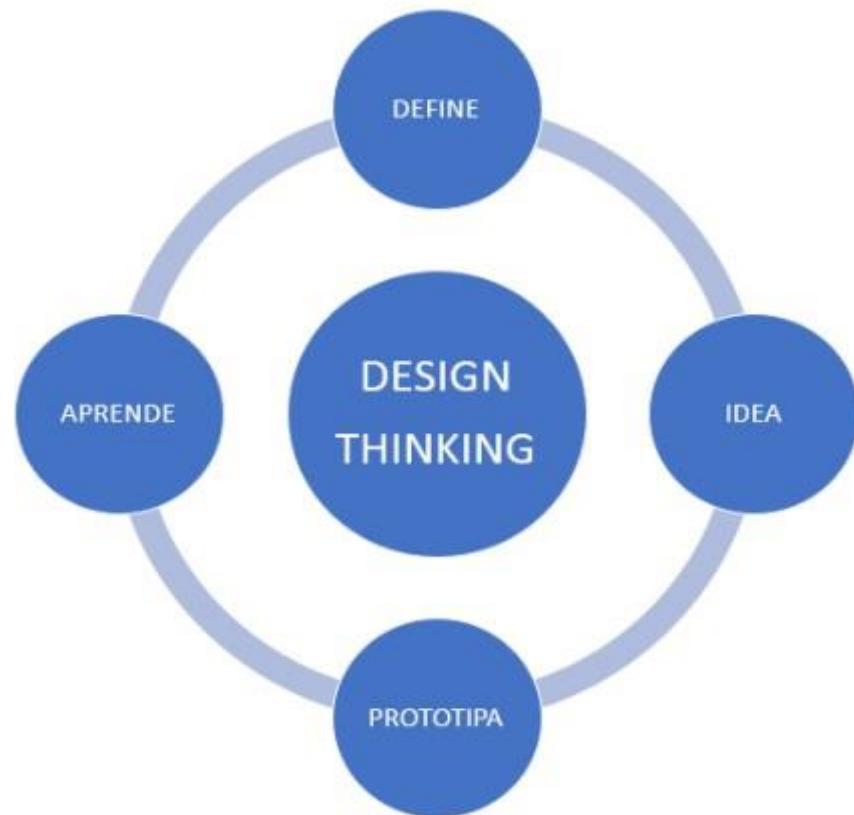
Aprende

Índice

1	Introducción.....	3
2	Objetivos de la Fase de APRENDE.....	4
3	Errores Típicos al Recopilar Feedback.....	5
4	Técnicas para Recopilar Feedback.....	6
5	Aspectos Clave de la Fase APRENDE.....	7
6	Conclusiones.....	9
7	Bibliografía.....	9

1 Introducción

Como indicamos en los capítulos anteriores, Design Thinking es un conjunto simple de cuatro pasos.



El objetivo de la fase DEFINE es obtener una definición accionable del problema o problemas de nuestros clientes a los cuales como design thinkers queremos dar solución.

Comentamos en el capítulo anterior que una herramienta que nos permite iniciar la transición de la fase DEFINE a la fase de ideación, favoreciendo el pensamiento creativo y la formulación de ideas y alternativas de solución, es la técnica del How might we?, que fue creada por la consultora IDEO.

En la fase de IDEA fue el momento de dejar que saliera toda la creatividad y permitir así generar la mayor cantidad posible de ideas, incluso buscando los extremos, generando ideas radicales o disparatadas, siendo disruptivos y abrir al máximo la generación de ideas para después filtrar e ir quedándonos con las ideas que el equipo, de forma colaborativa, identifica como las que mejor resolvían el problema de los usuarios definido en la fase de DEFINE

Al final de la fase de IDEA obtuvimos una matriz que nos permite ver las ideas en las dimensiones de viabilidad e impacto, de manera que podamos orientar los esfuerzos de esta próxima de PROTOTIPA hacia las ideas más viables y de mayor impacto.

La fase de PROTOTIPAR era el momento de aterrizar las ideas de mayor impacto y viabilidad y generar un modelo tangible a partir de las mismas.

En la fase de APRENDE tendremos que testear y probar nuestro prototipo con los usuarios de manera que podamos:

- saber si el prototipo está funcionando, es decir, poder medir si se constata la hipótesis de negocio asociada al prototipo,
- aprender en contacto con los usuarios del prototipo,
- identificar mejoras significativas,
- identificar fallos o carencias.

Durante la fase de APRENDE estaremos principalmente probando si nuestro prototipo demuestra la hipótesis de negocio formulada.

2 Objetivos de la Fase de APRENDE

Imaginemos el prototipo de nuestro caso práctico y la hipótesis asociada:

Creemos que con este prototipo conseguiremos en tres meses una media de 10 citas al día online, lo cual representa un 10% de las citas diarias.

En esta fase APRENDE podremos a averiguar si:

- ¿Hemos acertado en la definición del problema de nuestros usuarios o el problema al que trata de dar solución el prototipo en realidad no es prioritario o no aporta valor a los usuarios?
- El problema está correctamente definido, pero ¿La idea que hemos tenido es la que mejor solucionaría el problema del usuario? ¿O podríamos haber explorado

otras ideas? ¿El usuario del prototipo podría darnos alguna idea que aún no he explorado? Es la frase del "¿Y porque no habéis probado a ...?"

- El problema está correctamente definido y las ideas son potentes, pero ¿el prototipo las tangibiliza adecuadamente o es defectuoso?
- El problema está correctamente definido, las ideas son potentes, el prototipo es correcto, pero ¿se constata la hipótesis de negocio?

Si el usuario experimenta dificultades para usar el prototipo o si le supone más coste del valor que le proporciona no lo usará. Por ejemplo, si le hacemos dedicar más tiempo o esfuerzo del que dedicaba debido al problema que tenía, desde su punto de vista no le habremos ayudado.

La fase APRENDE se basa en el feedback que recabamos de nuestros usuarios y es en esta fase donde iteraremos el método de DESIGN THINKING, ya que después de esta fase tendremos mucho más entendimiento del problema del usuario y es posible que incluso haya que redefinirlo o hayan surgido problemas nuevos.

Siempre que puedas realiza esta fase de testeo y aprendizaje haciendo un piloto con usuarios reales, capture su feedback y analiza los resultados obtenidos para extraer una información a partir de la cual poder evolucionar tu producto.

En realidad, esta fase de APRENDE nos permitirá empatizar más y comprender mejor los problemas de los usuarios y, por tanto, aportará insight valiosos a la fase de DEFINE.

También nos permitirá explorar nuevas ideas tras el piloto con los usuarios reales.

Por último, nos permitirá evolucionar nuestro prototipo inicial hasta llegar a la solución que mejor se adapte a las necesidades de los usuarios y habiendo incorporado todo su feedback.

Esta es una de las fases más importante del proceso de Design Thinking.

De nuestra capacidad de recopilar feedback de los usuarios de forma continua y temprana dependerá que seamos capaces de dar solución rápida a las necesidades cambiantes de nuestros usuarios y de hacerlo maximizando el ratio coste/valor.

3 Errores Típicos al Recopilar Feedback

Recopilar el feedback de nuestros usuarios es clave para poder saber de forma temprana si hemos entendido bien sus necesidades o si hemos de adaptar nuestro producto.

A continuación, veremos lo que nunca debemos hacer, los errores más importantes cuando recopilamos feedback de los usuarios.

Errores clásicos al recopilar feedback:

1. BIAS

El BIAS es un sesgo. Incurrimos en este error cuando o bien nos orientamos solo al feedback de un reducido grupo de usuarios, no representativo del colectivo final al que se orienta nuestro producto, o bien filtramos o descartamos las respuestas de nuestros usuarios quedándonos sólo con algunas y descartando otras.

2. Condicionamiento

Si quieras recabar un feedback útil has de estar preparado para el resultado y no temerlo. Si temes el resultado intentarás condicionar a tu audiencia para alterar su respuesta y de esta forma no estarás obteniendo un feedback honesto y útil.

3. Equivocar el objetivo

El objetivo no es constatar que lo has hecho bien, sino descubrir si lo puedes hacer mejor, por tanto, muestra una actitud auténtica hacia el aprendizaje.

4 Técnicas para Recopilar Feedback

A continuación, veremos algunas técnicas que nos pueden ayudar en la tarea de recopilar un feedback honesto sobre el que poder basar nuestro aprendizaje y mejorar nuestro producto en cada iteración del mismo.

Piloto

Lanza tu producto a una muestra representativa de usuarios y captura su feedback.

Cuestionarios

Tras el piloto los usuarios pueden cumplimentar un cuestionario, procura preguntar sólo información útil y no hacerles perder el tiempo con un tedioso e interminable formulario y siempre deja espacio para que no sólo valoren sino también puedan aportar ideas.

Sesión de cocreación

Tras el piloto organiza una sesión informal de cocreación con tus usuarios y captura su feedback de forma visual. No te olvides de capturar también sus ideas.

5 Aspectos Clave de la Fase APRENDE

Cuando se realiza un test con usuarios del prototipo es importante tener en cuenta una serie de aspectos que serán clave para maximizar el aprendizaje:

1. Entorno: Será esencial hacer el test del prototipo en un entorno lo más natural posible, es decir, aprender de las pruebas que realizan nuestros usuarios siendo observadores de dichas pruebas, pero sin afectar al entorno. El poder observar las pruebas de los usuarios y extraer aprendizaje de la forma en que nuestros usuarios emplean el prototipo se conoce como la técnica del Safari.
2. Feedback: Durante y después del Test recopila el feedback de los usuarios. Puedes emplear el método "Me gusta, Deseo, Que tal si?" para aprender que elementos del prototipo les gustan a los usuarios, cuáles son sus otros deseos (nice to have) y otros aspectos que les hubiera gustado fueran de otra forma (¿Qué tal si esto fuera...?).
3. Muestra: Para poder tener un aprendizaje potente es importante que seleccionemos bien la muestra de usuarios con los que vamos a realizar la prueba. Será esencial cubrir todo el espectro posible de usuarios y seleccionar usuarios extremos a los que, sepamos, es complicado agradar con una propuesta. No busquemos aprender solo de usuarios que suelen aceptar bien las propuestas (regular users).
4. Haz las preguntas correctas: Es sencillo, si quieres aprender haz las preguntas correctas. No podemos lanzar a los usuarios una batería inacabable de preguntas...a partir de la quinta pregunta sus respuestas serán las de alguien que quiere terminar cuanto antes el cuestionario. Selecciona bien lo que les quieras preguntar para aprender si el prototipo realmente consigue el valor esperado y da respuesta a sus necesidades. Ordena bien las preguntas, las más importantes al principio. No hagas preguntas que no sean relevantes para medir el éxito del prototipo y, muy importante, siempre deja respuestas abiertas en caso de que las respuestas sean negativas para poder capturar el feedback y aprender de la experiencia de los clientes. Es más importante entender por qué que capturar simplemente un sí o no a una pregunta.
5. Sé neutral: No conduzcas o dirijas la respuesta. Si el usuario percibe que intentas conducir la respuesta es muy probable que no sea objetivo. No hay nada peor que pedir opinión cuando se muestra que realmente no hay deseo de obtener un feedback objetivo.

6. Innova en el método: No solo emplees una encuesta. En muchos casos una sesión con los usuarios para capturar su feedback es mucho más potente que cientos de encuestas. En tu sesión puedes emplear una matriz con cuatro cuadrantes para capturar lo que le gustó al usuario, aquello que no le gustó, preguntas o funcionalidades que no entendió y una sección de ideas... Reparte post-its a los usuarios y déjales que lo rellenen y lo peguen en cada cuadrante. Despues revisalo entre todo, saldrán muchas lecciones aprendidas en solo 2-3 horas de sesión.
7. Comparte los resultados de tu aprendizaje con los usuarios. Los usuarios han de ser conscientes de que les has entendido, de que has capturado lo que te querían decir y conviene les traslades que aspectos de los aprendidos se incorporarán en las próximas versiones del producto.

El resultado de la fase aprende es un conjunto de funcionalidades a "matar" o descontinuar en el producto actual, funcionalidades a optimizar o mejorar porque no consiguen aportar plenamente todo el valor a los usuarios y otras nuevas funcionalidades no consideradas inicialmente.

Aprender implica ser capaz de:

- Capturar datos relevantes de la forma en que nuestros usuarios usan el prototipo y del feedback que nos aportan.
- Transformar los datos en información una vez hayamos entendido el contexto de quién, en qué momento, dónde y qué nos está diciendo.
- Accionar la información en conocimiento que nos permita saber cómo podríamos responder a lo que nos dice el usuario.
- Extraer la sabiduría una vez que sepamos el porqué de manera que podamos tomar las decisiones más adecuadas para iterar y evolucionar nuestro producto.

Por tanto, aprender es un viaje desde los datos hasta la sabiduría una vez analizado el quién, cuándo, dónde, cómo y porqué.

Esta fase de aprendizaje será la entrada a un nuevo ciclo de DEFINE-IDEA-PROTOTIPA-APRENDE que nos guiará por la construcción iterativa de un producto guiado por el usuario que tiene las necesidades del usuario en su centro y que en todo momento está buscando dar respuesta a lo que realmente es valioso para el usuario, reduciendo el consumo de recursos en un entorno de incertidumbre y riesgo en el que dar respuesta pronto a las necesidades de los usuarios y poder decidir y ajustar lo que hacer y por qué hacerlo es la clave del éxito.

6 Conclusiones

- Durante la fase de APRENDE estaremos principalmente probando si nuestro prototipo demuestra la hipótesis de negocio formulada.
- La fase APRENDE se basa en el feedback que recabamos de nuestros usuarios y es en esta fase donde iteraremos el método de DESIGN THINKING ya que después de esta fase tendremos mucho más entendimiento del problema del usuario y es posible que incluso haya que redefinirlo o hayan surgido problemas nuevos.
- El resultado de la fase aprende es un conjunto de funcionalidades a "matar" o descontinuar en el producto actual, funcionalidades a optimizar o mejorar porque no consiguen aportar plenamente todo el valor a los usuarios y otras nuevas funcionalidades no consideradas inicialmente.

7 Bibliografía

- Change by Design, Tim Brown.
- Design Thinking, Nigel Cross.
- The Designful Company, Marty Neumeier.
- The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage, Roger Martin.