

Sesión 10:

Motivadores



continuum

Usuarios

Negocio



Necesidades



Motivadores



Propósito



Impacto



Objetivos



Acciones

Métricas



Usuarios

Negocio



Necesidades



Motivadores



Propósito



Impacto



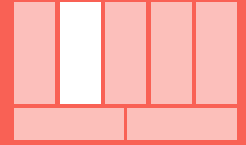
Objetivos



Acciones

Métricas

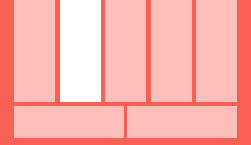




¿Qué **mejora** entregamos a los usuarios para satisfacer sus necesidades?

LOS USUARIOS ADOPTARÁN
EL PRODUCTO SI LES
ENTREGAMOS

_____ .



Ejemplos

Ahorro de tiempo

Ahorro de dinero

Conveniencia

Seguridad

Prestigio

Movilidad

Mejores decisiones

Nuevas posibilidades

Acceso

Mejor servicio

Contenido de valor

Personalización

Mejores relaciones

etc.

Usuarios



Necesidades

¿Qué necesitan o desean los usuarios?



Motivadores

¿Qué mejora les entregaremos?



Propósito

¿Qué hace que...

DUEÑOS

Encontrar a su mascota perdida



Más efectividad

Más personas buscando

QUIEN ENCUENTRA
ADOPTADORES

Devolver una mascota a sus dueños



Posibilidad de recompensa

Seguridad de poder devolverla

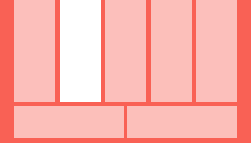
Adoptar una mascota



Más posibilidades de adoptar

Qu
ha
perrit
ho

Todas las mascotas tendrán cas

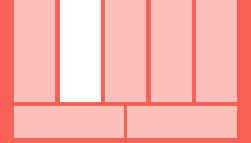


Las personas ya están intentando satisfacer sus necesidades.

Antes de definir los motivadores, debemos investigar **cuáles son las maneras actuales** de satisfacer dichas necesidades, y de qué forma nuestra idea es mejor.

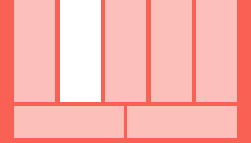
¿Qué hace hoy la gente
cuando se pierde su
mascota?

¿Qué hace hoy la gente
cuando encuentra un
perrito perdido?



La innovación debe reflejarse en los motivadores.

Las únicas innovaciones que importan son las que ofrecen una mejor manera de satisfacer necesidades existentes.



Validaremos los motivadores a través de las Acciones.

Si estamos ofreciendo el motivador correcto, eso hará que nuestros usuarios adopten nuestro producto o servicio.