

Sesión 11:

Acciones



continuum

Usuarios

Negocio



Necesidades



Motivadores



Propósito



Impacto



Objetivos



Acciones

Métricas



Usuarios

Negocio



Necesidades



Motivadores



Propósito



Impacto



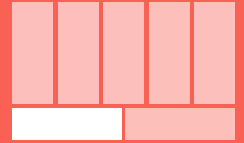
Objetivos



Acciones

Métricas

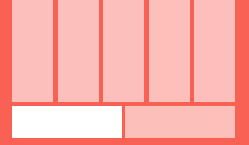




¿Qué acciones específicas de los usuarios implican conversión? ¿Cómo sabremos si estamos entregando **los motivadores correctos**?

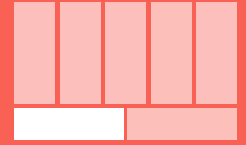
ESPERAMOS QUE
LOS USUARIOS

_____ .



Ejemplos

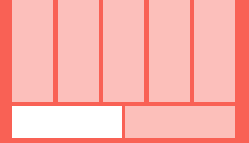
- ✓ **Comprar**
- ✓ **Transportarse en bicicleta en lugar de en auto**
- ✓ **Hacer pedidos en una app móvil en vez de por teléfono**
- ✓ **Aumentar el carrito con compras de último minuto**
- ✓ **Registrarse**
- ✓ **Etiquetar a amigos en las publicaciones**



Las acciones pueden ser funnels o grupos de otras acciones.

La acción de “Comprar” en una tienda online implica:

- Visitar el sitio
- Escoger un producto
- Agregar al carrito
- Ingresar datos de pago



Las acciones deben ser las cruciales para que el proyecto logre tracción.

ADOPT



Acciones

¿Qué esperamos que hagan los usuarios?

DUEÑOS

Crear perfil
para mascota

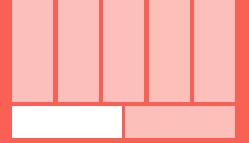
Reportar
mascotas
perdidas

QUIEN
ENCUENTRA

Reportar
mascotas
encontradas

ADOPTADORES

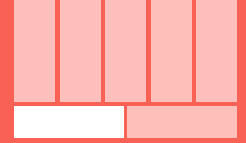
Solicitar
adopción de
mascotas no
reclamadas



Acciones no-clave

- ✗ Dar like en Facebook
- ✗ Descargar la app
- ✗ Guardar la página en favoritos

Otras acciones podrían ser relevantes o no dependiendo de los Objetivos y los Motivadores.



Acciones imposibles de observar

- ✗ Mejorar su gestión de ventas
- ✗ Ser más responsables con el medio ambiente
- ✗ Cuidar su salud
- ✗ Comprender mejor la importancia de cuidar el agua
- ✗ Que la aplicación sea parte de su día a día