

Diseñando el reto

Jorge L.
Maza-Cordova

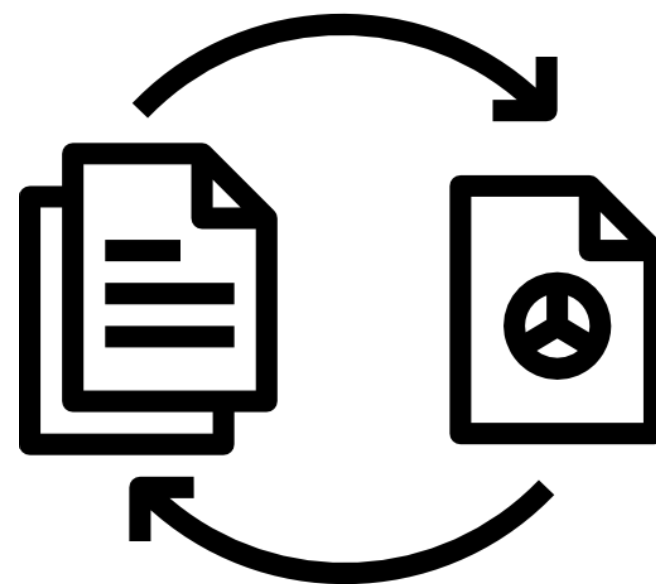


Objetivo

Comprender las implicaciones del proceso de diseño para el desarrollo de un producto.

Reglas básicas

- 1 Estar presentes y con la mente abierta.
- 2 Participar activamente.
- 3 No juzgar, no hay ideas incorrectas.



Vamos a recordar

Ver tablero



El incremento exponencial de la cantidad de sitios Web, el surgimiento de Google y la aparición de las redes sociales marcaron el crecimiento de Internet y su paso de la “adolescencia” a la “adultez”.

Pero una serie de hechos provocaron este salto cualitativo a la juventud.



Sofisticación de los usuarios

Jakob Nielsen (2000) acuñó una frase muy acertada para describir este proceso

“Los usuarios aprenden a navegar en otros sitios, no el de uno”.



Construir experiencias de calidad implica diseñar cuidadosamente cada interacción con el producto. **Estudiar las sensaciones que experimenta el usuario** permite influir de forma concreta sobre su conducta y lograr el éxito del producto.

En 1999, Joseph Pine II y James H. Gilmore en su libro llamado "The Experience Economy" describen **4 etapas** donde el valor se concentro progresivamente en:

1. Commodities: el valor se concentraba en la extracción de productos de la naturaleza y su comercialización.

2. Bienes: el valor se encuentra en la capacidad de transformar los productos de la naturaleza en bienes de consumo. La revolución industrial marcó el punto más alto de esta etapa.

3. Servicios: el valor se ubica ahora en la provisión de servicios complementarios a la producción y el consumo de bienes.

4. Experiencias: el valor se encuentra en la capacidad de los productos y servicios de brindar experiencias positivas, únicas y memorables.

La experiencia de usuario, como campo de conocimiento, **se ocupa de diseñar las experiencias que tienen las personas cuando usan un producto o servicio.** Una buena experiencia se manifiesta cuando un **usuario percibe sensaciones y emociones positivas.**



Aarron Walter realiza una traslación de la pirámide de Maslow al desarrollo de productos digitales.

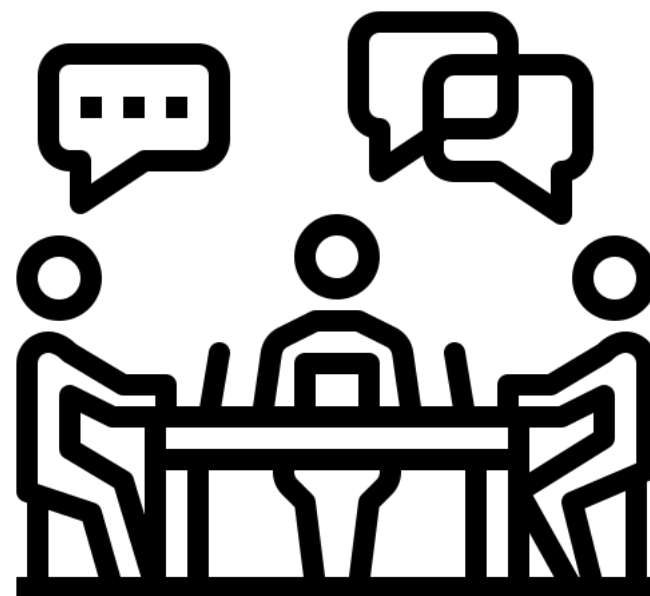
De acuerdo con esta teoría, un producto debe, ante todo, ser funcional, confiable y usable (en ese orden) antes de llegar a ser placentero.

¿Qué ocurre cuando las expectativas más básicas acerca de lo que un producto puede ofrecernos ya están cumplidas? ¿Alcanza eso para procurar experiencias “memorables”? ¿Qué hace que ciertos productos logren una adopción incondicional por parte de su público a lo largo de los años?

Intentaremos pensar las respuestas a estos interrogantes a partir de una categorización de emociones, tanto positivas (orden ascendente) como negativas (orden descendente):

Pirámide emocional





Profundizando en el proceso de diseño

¡Feliz Cumpleaños!



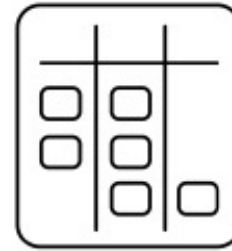
Diseñando el reto



Definir el reto



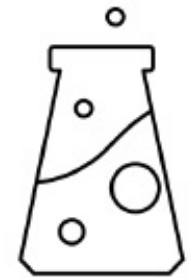
Empatizar



Sintetizar



Idear



Probar



[Ver video](#)



1

Aprender

2

**Profundiza
y mapea**

3

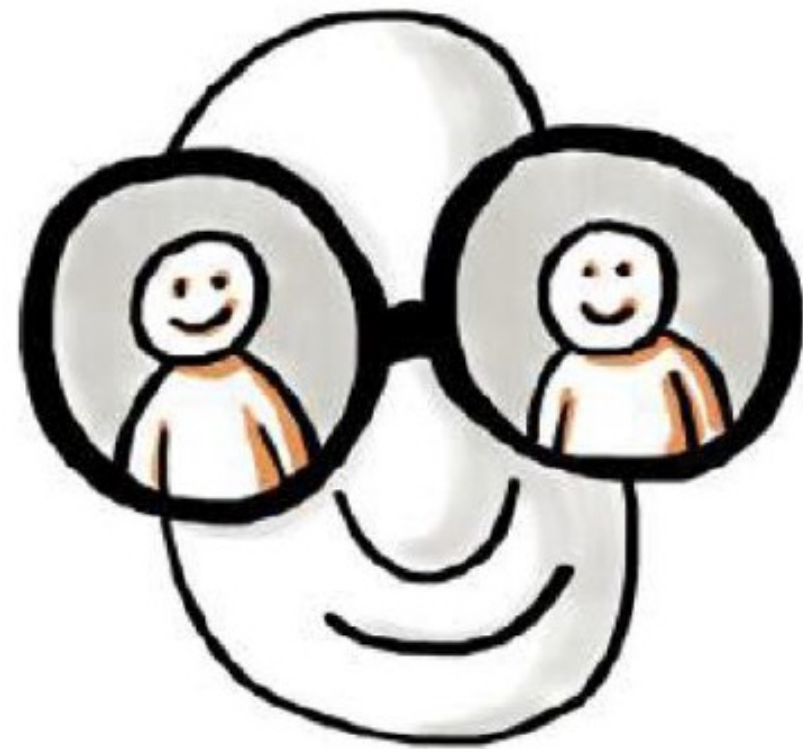
**Regresa
a la
fuente**

El brief

Postgrado UTMACH

Ahora...

¿Cuáles son las preguntas
que debemos hacer?



Seeing the world
through
the eyes of the
customer

vs.



Seeing the world
through
the perspective
of the company

Principios

Accionabilidad

Se invierte para diseñar

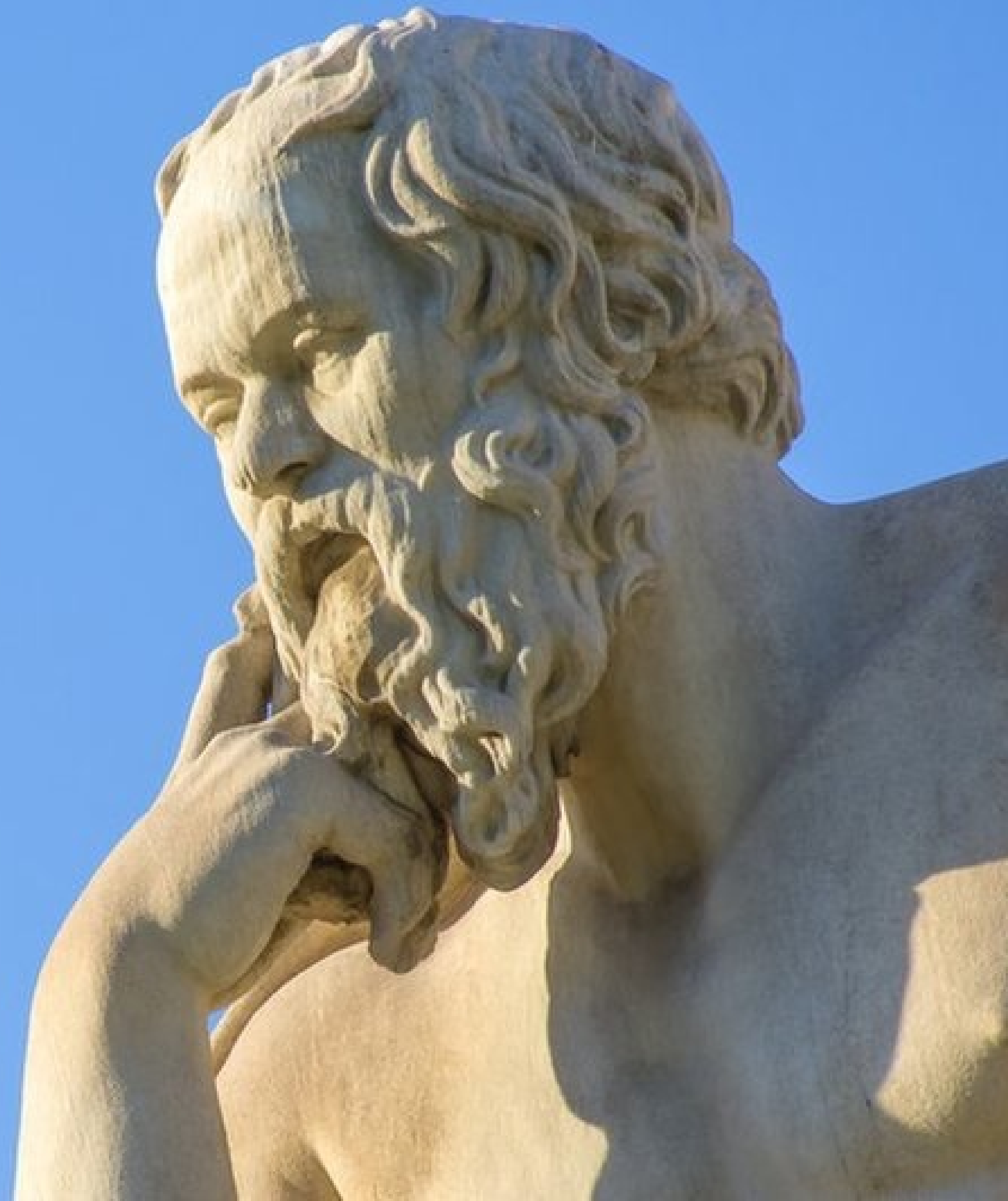
Cobertura

No solo se investiga el target

Agilidad

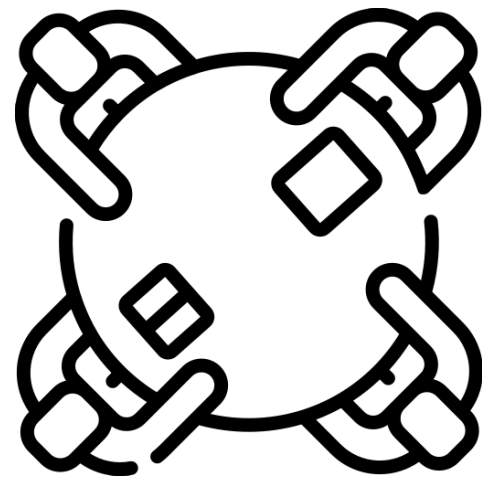
Siempre se puede hacer algo de investigación.

EMPATÍA
EXTRAÑAMIENTO
OBSERVACIÓN
ESCUCHA ACTIVA
ANÁLISIS
SÍNTESIS





DISEÑANDO EL RETO



Definir el reto

- ☑ Inmersión del negocio.
- ☑ Mapeo de *Steakholders*.
- ☑ Definición del reto de diseño.



Inmersión del negocio

No podemos diseñar lo que no conocemos. El primer paso de investigación comienzan en buscar espacios de entendimiento del Producto/Servicio/Negocio

¿Dónde conseguimos esa
información?





Debemos **conocer a nuestro cliente**, su negocio y cómo funciona, cuál es el contexto en el que se desenvuelve y hacia dónde quiere llegar.



¿Qué temas debemos mapear?

- ☑ Entendimiento del producto/Servicio
- ☑ Iniciativas anteriores.
- ☑ Propósito y expectativas del proyecto.
- ☑ Tiempo disponible.
- ☑ Áreas involucradas



Mapeo de Stakeholders

Debemos ver todo como un sistema, que áreas están relacionadas con el proyecto.

Jorge L.
Maza-Cordova





¡Gracias!

🌐 jorgemaza.com

📷 [@jorgemazac](https://www.instagram.com/jorgemazac)

📺 [@jorgemaza85](https://www.youtube.com/channel/UCjorgemaza85)

🔍 <https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Maza-Cordova>