

Construcción de entregables

Jorge L.
Maza-Cordova



Objetivo

Comprender la importancia de la construcción de Personas como técnica de investigación de usuarios.

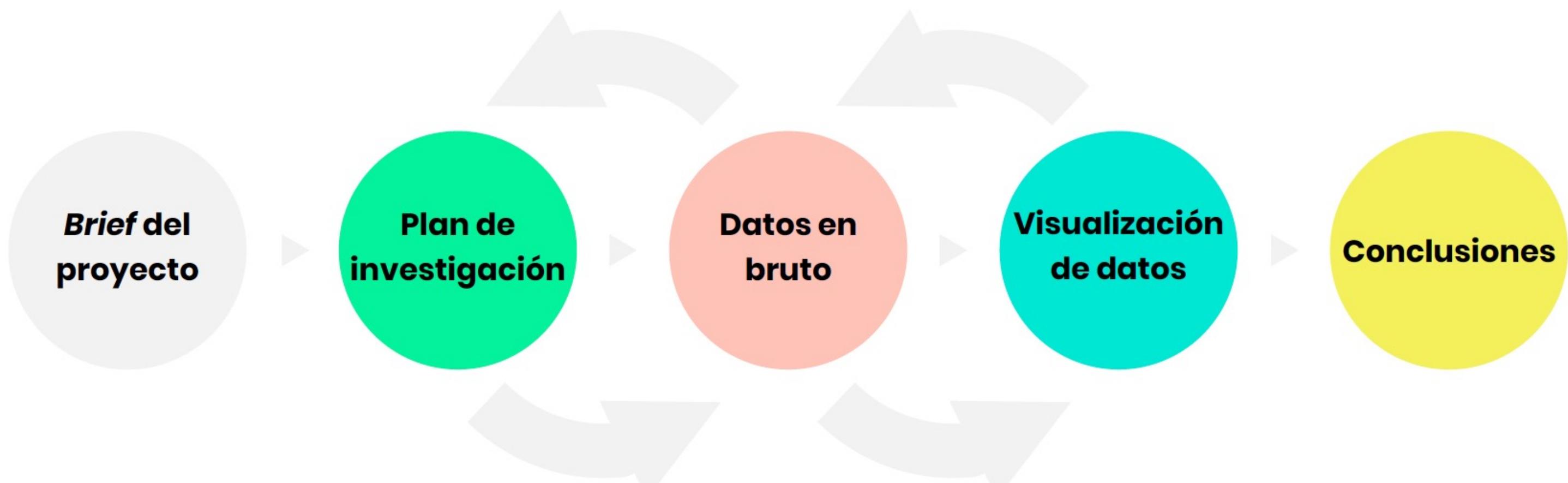
Reglas básicas

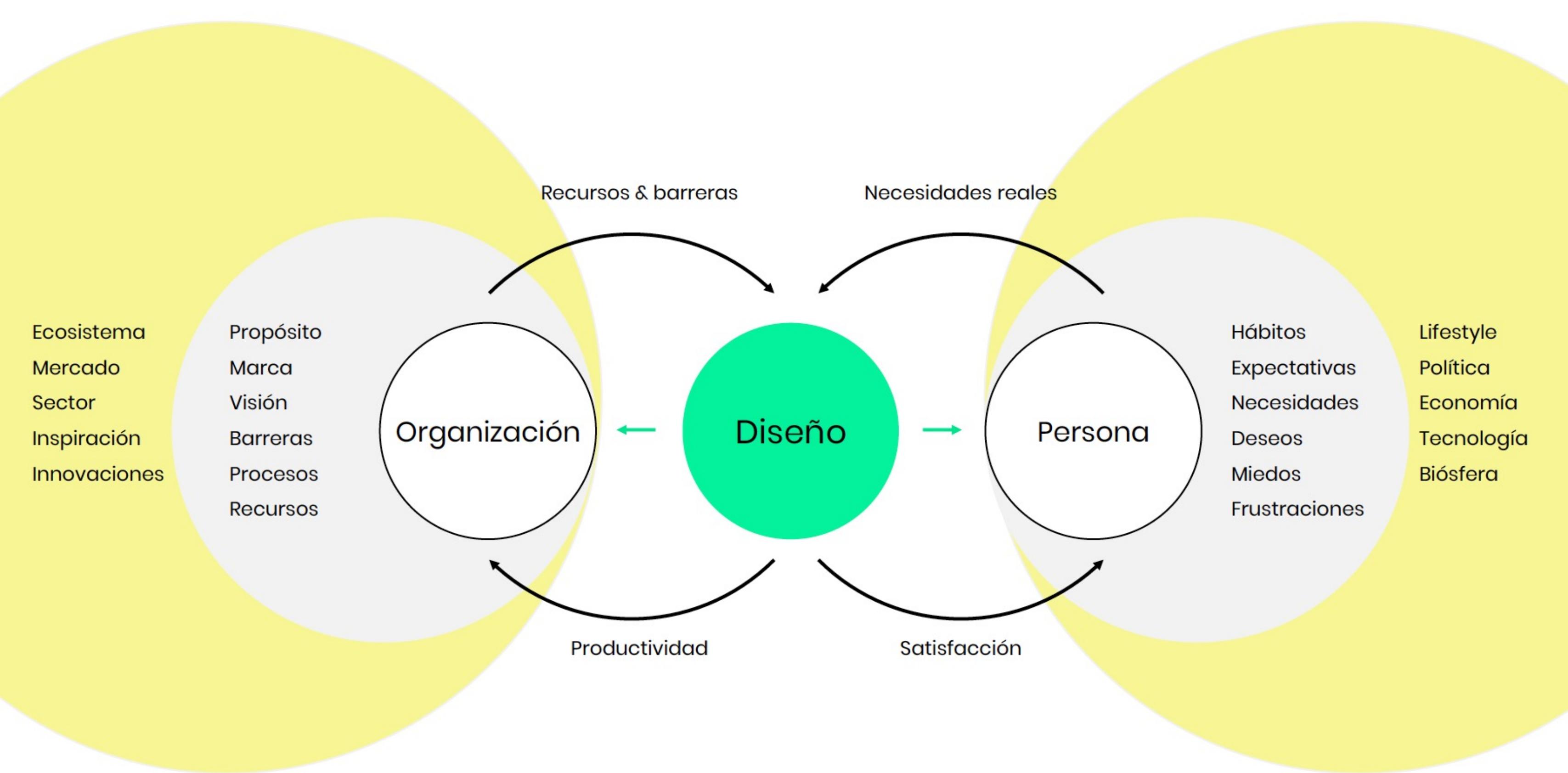
- 1** Estar presentes y con la mente abierta.
- 2** Participar activamente.
- 3** No juzgar, no hay ideas incorrectas.



Actividad

Proceso de investigación





*¿Para qué nos sirve la
visualización de datos?*

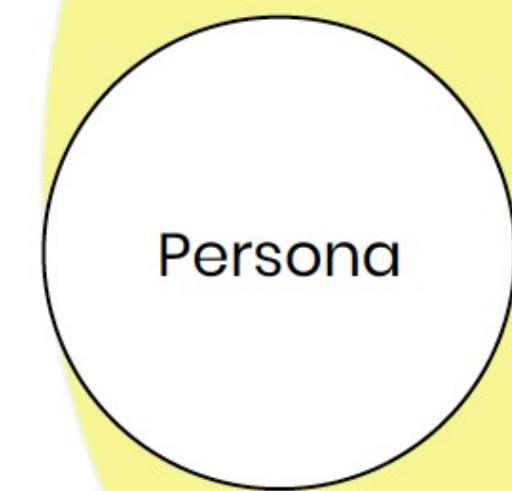
Tipos de entregables más comunes

Benchmark

Best Practices

DAFO

Stakeholder Map



Empathy Map

Insights

Personas

Journey Map



Food Heroes Competitive Analysis

Focus: Usefulness

How are other companies, services, or tools responding to user needs?
How well are they satisfying those needs? Which users are under-served
and why? This data offers insight into those questions.

Well executed.

Sets the bar for how to satisfy this user need.

Possible.

Goal is achievable, but requires the user to "muddle through."

Fails.

Does not or cannot satisfy this user need.

pg 1 (of 4)

			usefulness criteria by user group									
Product/service		Type	Usefulness score average	donors			charities			volunteers		
K.A.F - GivePulse	web app	60.4%										
GoCopia	web app	54.9%										
Food Not Bombs	online network	47.9%										
WeFeed	native app	47.9%										
FamineToFeast	native app	31.8%										
Ample Harvest	web app	28.9%										
Yellow Crate	native app	25.8%										
Craigslist	web listings marketplace	25%										
GotFood	native app	21.9%										

Ejemplo de Benchmark



Duolingo es una comunidad global de estudiantes de otros idiomas.

- Atractiva y fácil de usar
- Micro-learning
- Co-creado con la comunidad
- Gamificación

Eventos organizados por la comunidad

Foro de debate

Posdcast para aprender

Invita a amigos

Compete

Ejemplo de Best Practices

Jorge L.
Maza-Cordova

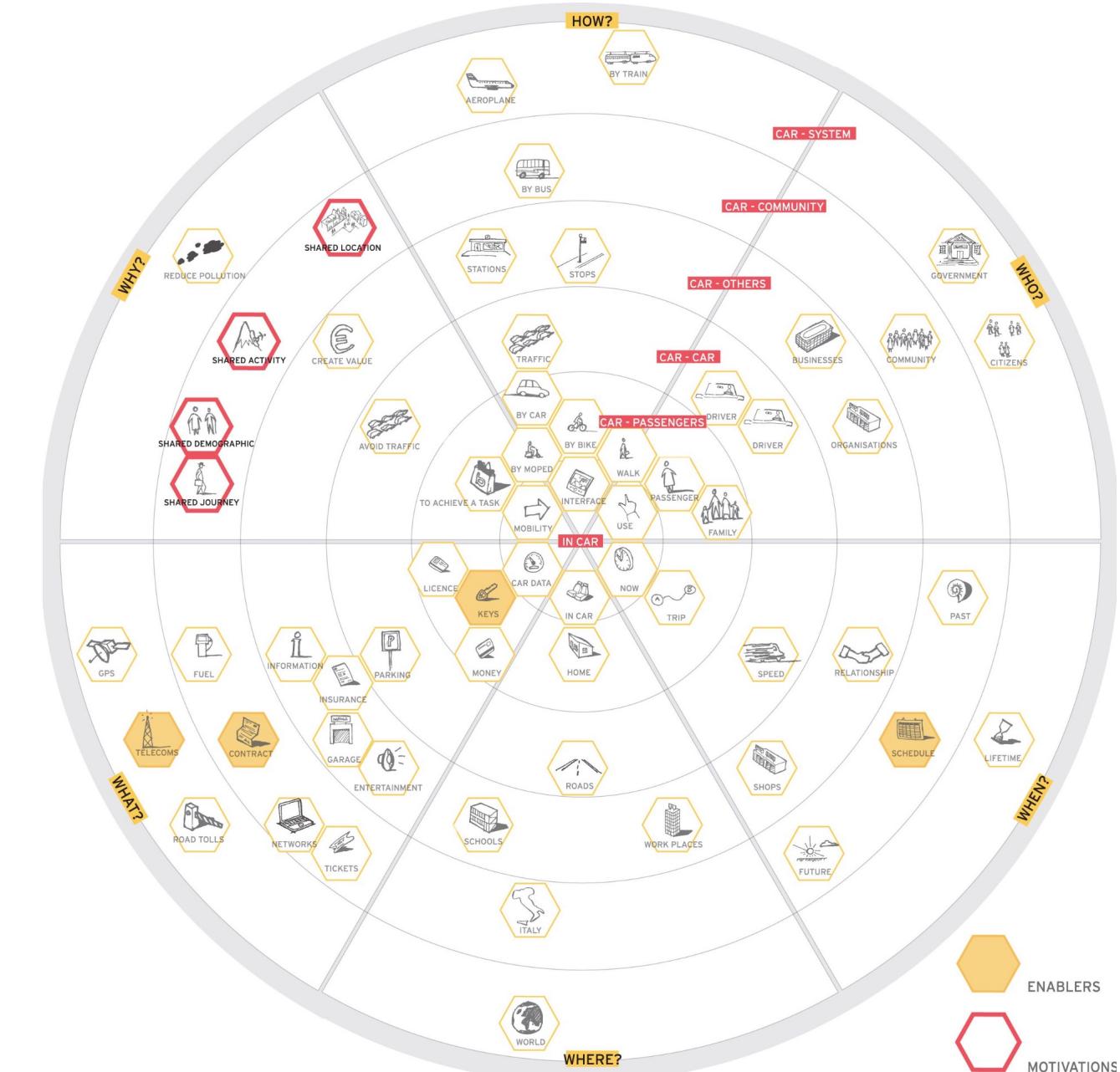
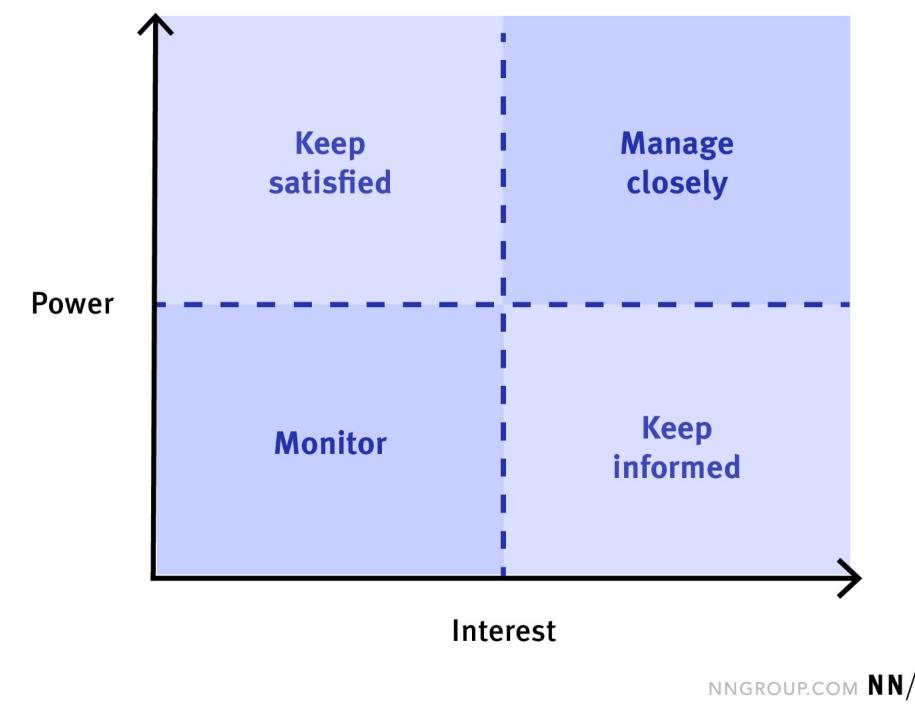


Ejemplo de DAFO





The Power-Interest Matrix



Ejemplo de Stakholder map

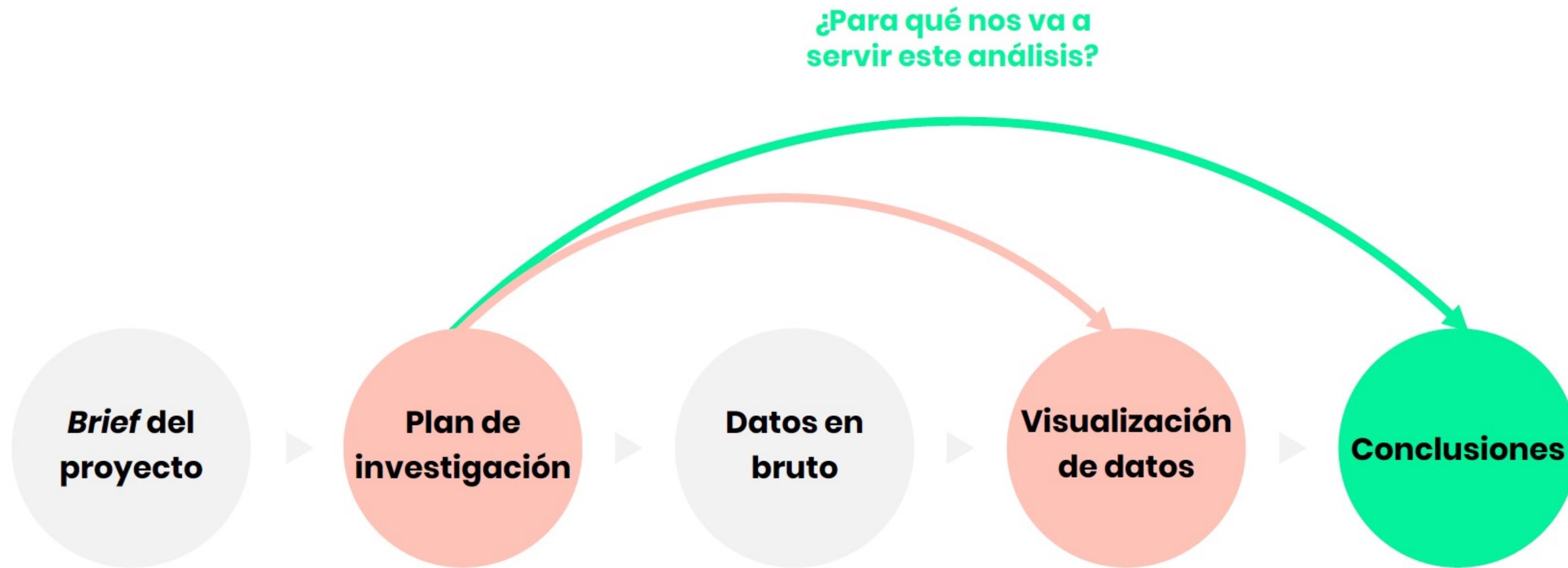


Ejemplo de Empathy map





Visión holística del proyecto





1

**Los entregables deben
tener un propósito**

**¿Qué vamos a entregarle
al cliente?**

**Nunca perder la
perspectiva del proyecto**

Personas

De la segmentación a la personificación

Nacido en 1948

Creció en Gran Bretaña

Casado con hijos

Exitoso, adinerado, celebridad

Le gustan los perros y los Alpes



≠



La “persona” (término usado así en inglés), llamada también personaje o arquetipo, es una forma de modelar el target de un producto, de resumir las características de ese target. Es un descripción que representa a un **grupo de personas**, pueden ser usuarios, segmentos de mercado, empleados u otro *stakeholder*.



¿Para que sirven?

1 Ayuda a entender a grupos de personas con necesidades, objetivos y patrones de comportamiento similares.

2 Ayuda a compartir los resultados de la investigación y los *insights* en equipos como herramienta de storytelling.

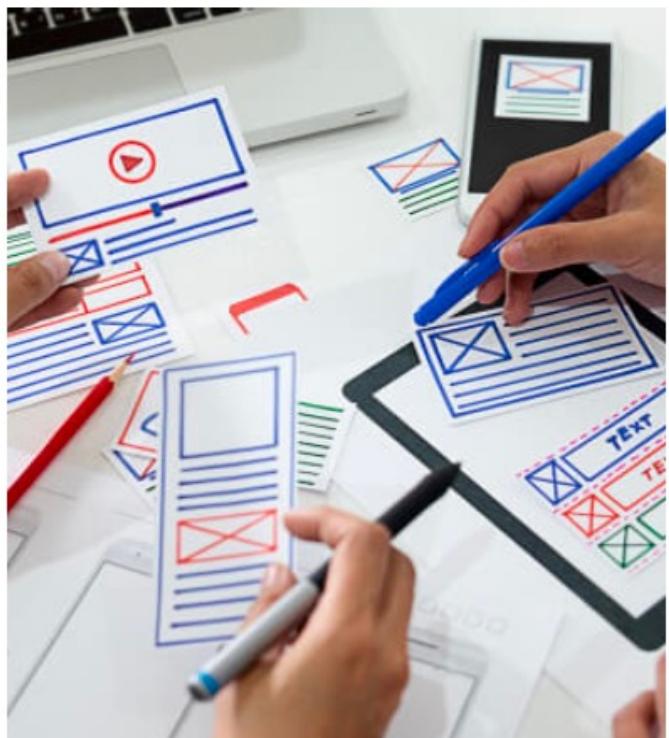
3 Nos ayudan a involucrar y alinear a equipos multidisciplinares, desarrollando la empatía.
¿Para quién estamos diseñando?

4 Nos ayudan a tomar decisiones de diseño
Nos plantea preguntas:
¿Qué diría o haría esta persona?

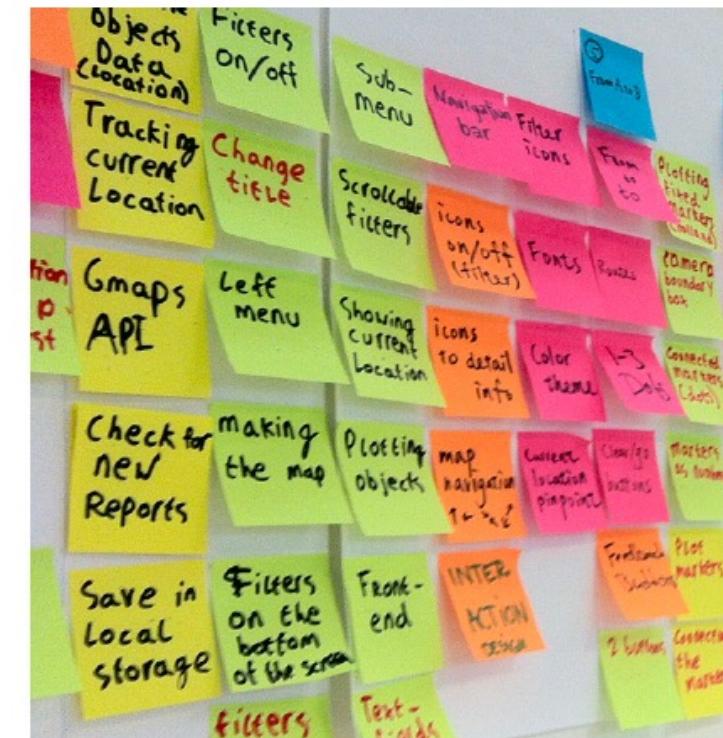


¿Cómo se crean?

Investigación



Análisis y
búsqueda de
patrones



Creación de
personas





- Suelen hacerse de **1 a 8 personajes ficticios** para representar a los grupos de usuarios.
- No se crean de la nada, surgen de **datos reales** obtenidos durante la investigación.
- Se buscan **diferencias y similitudes** entre los usuarios entrevistados.
- También pueden surgir de una **hipótesis**, siempre habrá que validarla.
- Documento de 1 o 2 págs máx.
- **Ser concisos:** incluye contenido relevante para el proyecto.
- Las personas suelen , y deben, ir **iterando**.



Contenido

Retrato visual

Una foto o imagen representativa que nos ayude rápidamente a reconocer a la persona. Es aconsejable usar fotos reales o lo más reales posibles para incrementar la autenticidad del contenido.

Nombre

El nombre nos puede ayudar a reflejar una cultura heredada. Podemos usarlo para dirigirnos al arquetipo de personas.

Demográficos

Datos como la edad, el género o la geografía, nos dan contexto e inmediatamente nos ayudan a crearnos una imagen del arquetipo. No son tan imperantes como puede parecer.

 Riesgo de caer en estereotipos

Cita

Frase que refleje la actitud de la persona en relación al proyecto. Ayuda a empatizar rápidamente.

Imágenes contextuales

Fotos o dibujos que enriquecen con contexto a las persona y dan un apoyo visual al contenido escrito. Pueden ilustrar su entorno, sus hábitos, hobbies, etc.

Datos cuantitativos

Podemos enriquecer las personas con datos cuantitativos, o partir de estos para crear las personas en un primer momento, retando los segmentos de partida.



Contenido específico

Historia personal
#hashtags
Habilidades
Personalidad
Actitud
Hábitos
Expectativas
Esperanzas
Deseos

Necesidades
Barreras / miedos
Hobbies
Frustraciones
Relación con la tecn.
Valores
Hábitos sostenibles
Marcas que apoya
...



Juan Jose Abad



"Necesito los mejores ingredientes para realizar mis mejores productos de panadería y repostería"

EDAD 45

OCCUPACIÓN Panadero

ESTADO Casado

LOCALIZACIÓN Zaragoza

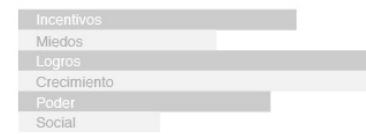
NIVEL DE USO Alto

ARQUETIPO Director de orquesta

Atento Dedicado Trabajador



MOTIVACIONES



PERSONALIDAD



OBJETIVOS

- Conseguir los productos de mejor calidad
- Realizar grandes pedidos a buen precio
- Conocer el catálogo de productos e información técnica

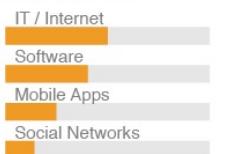
FUSTRACIONES

- Que la calidad no se corresponda con la indicada
- Productos anunciados no disponibles
- No conocer los tiempos de entrega

BIOGRAFÍA

Juan Jose lleva trabajando como panadero toda la vida, su padre fundó la panadería Abad en 1940. No le falta experiencia y sabe que con ella, la manera de realizar productos excelentes se basa en la calidad de los ingredientes. Madruga todo los días para tener el pan listo a la mañana en su panadería. Mientras que por las tardes, se encarga de la gestión de los productos que utilizan, e internet es una herramienta que le ahorra tiempo a la hora de consultar y encontrar productos.

TECNOLOGÍA



NOKIA

Microsoft Windows XP



Sarah Richmond
Adult for a Pediatric Patient

“Sarah uses mobile technology for information, most shopping needs and for contact with her ‘network’ of other Moms. ”

Adult for a Pediatric Patient

Profile: Sarah Richmond

Sarah is a 35-year old lawyer who lives on the Upper West side. She is married to Steve, a senior executive in an advertising firm. They have one child, a six-year old boy named Philip. Sarah is pregnant, expecting her second child.

TECHNOLOGY / WEB SAVVY

Both Sarah and Steve have elderly parents. Sarah's Mom and Dad have been hospitalized for a heart condition and an orthopaedic condition, respectively, within the past two years. While she trusts her parents' primary care physician as an important source for information and referrals, both Sarah and Steve do a tremendous amount of research online to make sure that their parents are receiving the best possible choice in care. They are savvy people, studying outcomes and researching doctor profiles. They are attuned to hospital rankings from independent sources. They expect web information to be easily organized and just a click or two from the information they need. There is little patience for inefficiency as time is their most precious resource.

EXPERIENCE IN HOSPITAL SYSTEMS

Both Sarah and Steve have elderly parents. Sarah's Mom and Dad have been hospitalized for a heart condition and an orthopaedic condition, respectively, within the past two years. While she trusts her parents' primary care physician as an important source for information and referrals, both Sarah and Steve do a tremendous amount of research online to make sure that their parents are receiving the best possible choice in care. They are savvy people, studying outcomes and researching doctor profiles. They are attuned to hospital rankings from independent sources. They expect web information to be easily organized and just a click or two from the information they need. There is little patience for inefficiency as time is their most precious resource.

AFFECTED PEOPLE

Sarah
Steve
Their children, Philip and the new baby

SCENARIOS

a. Sarah had a 20-week ultrasound at her OB/GYN. The doctor noticed an ‘unusual’ fetal development in the heart. Sarah is very concerned and looking for a place to get an opinion with experts specializing in this field. She wants to find a place where they will take care of her in the complete sense - knowing she has doctors and a team of specialists where both Mom and baby can successfully and uneventfully make it through this pregnancy.

b. Sarah and Steve's eldest boy just fractured his ankle playing soccer in an after school club. They have heard about Hospital for Special Surgery (who has it?) but wonder if it's the best place to take a child. They are not sure what to do and begin to look online.

FUNCTIONAL MODULE GROUPS (ATOMS)

- EMERGENCY
- UTILITIES
- SITE NAVIGATION
- PHYSICAL WAYFINDING
- FINDING DOCTORS
- TRANSACTIONAL SERVICES
- PUBLISHED CONTENT
- SUBSCRIPTIONS
- AFFILIATION & REPUTATION
- MULTIMEDIA
- PROMOTIONAL
- FEEDBACK
- EXTERNAL WEB PROPERTIES

EMERGENCY

- Emergency Information

UTILITIES

- Search
- Tools
- Bookmark, Email, Print, RSS
- Social Media Links

SITE NAVIGATION

- Navigation

TRANSACTIONAL SERVICES

- myNYP.org
- Online Bill Payment
- View My Chart
- Refill a Prescription
- Make a Gift

PHYSICAL WAYFINDING

- Service Locations
- User Location
- Maps
- Directions
- Contact Information
- Call Center

SUBSCRIPTIONS

- E-Newsletter Sign-up
- Clinical trials recruitment

MOST RELEVANT MODULES

- 1-877-NYP-WELL
- Find a Doctor
- Request an Appointment
- Get a Referral
- Find a Specialist
- Health Library
- Patient Guides
- Emergency Information
- Clinical Trials Information
- Service Locations
- User Location

Hugo

DISPOSITIVOS QUE USA

+ 34 años
+ estudios condujeron en medicina
+ empleado

+ vive en Buenos Aires
+ amigable / positivo / adaptable y proactivo

LE GUSTARÍA Y LE DESAGRADA

CARACTERÍSTICAS DESEADAS

Característica	Valor
INTERFAZ AMIGABLE	Alto
FÁCIL DE LEER CONTENIDO	Alto
CONTENIDO MULTIMEDIA	Alto
MOBILE	Alto
TAREAS NAVEGABLES	Alto
ESTÉTICA DEL PRODUCTO	Alto

ATRACCIÓN POR LA TECNOLOGÍA

BACKGROUND

Hace 5 años que forma parte del staff de la Clínica "Sagrada Familia", está consciente de la importancia de la era de la digitalización de las historias clínicas de los pacientes. Para ello es importante la practicidad del sistema.

Considera que el sistema electrónico es una herramienta de trabajo que le ayuda a mejorar su flujo laboral, rendimiento, y optimización del tiempo.

Le agrada mucho cuando algunos pacientes llegan a su consultorio con regalos espontáneos lo traduce como buena reputación.

Le desagrada

- + Los pacientes lo molestan horas pasadas o durante vacaciones
- + Invita mucho tiempo aprendiendo a usar el sistema actual.
- + La agenda diaria es muy explosiva
- + La carga de información del paciente es muy engorrosa y exhaustiva.

"Estoy abierto a los cambios que generen mejoras"

SITIOS DE INTERÉS

Sitio	Valor
SALUD	Alto
REDES SOCIALES	Alto
BUSCADORES	Alto

Ejercicio



¡Gracias!

🌐 jorgemaza.com

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

► [@jorgemaza85](https://www.youtube.com/@jorgemaza85)

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