Product Discovery

Construyendo mejores productos
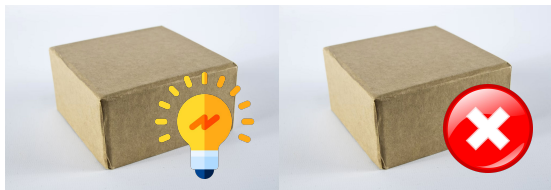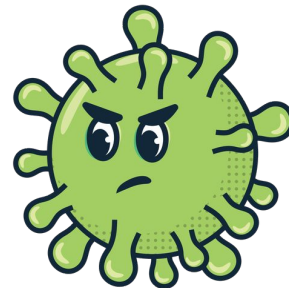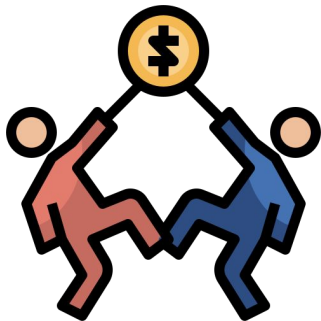
@pabli.tux

@pablitux

@pablotortorella
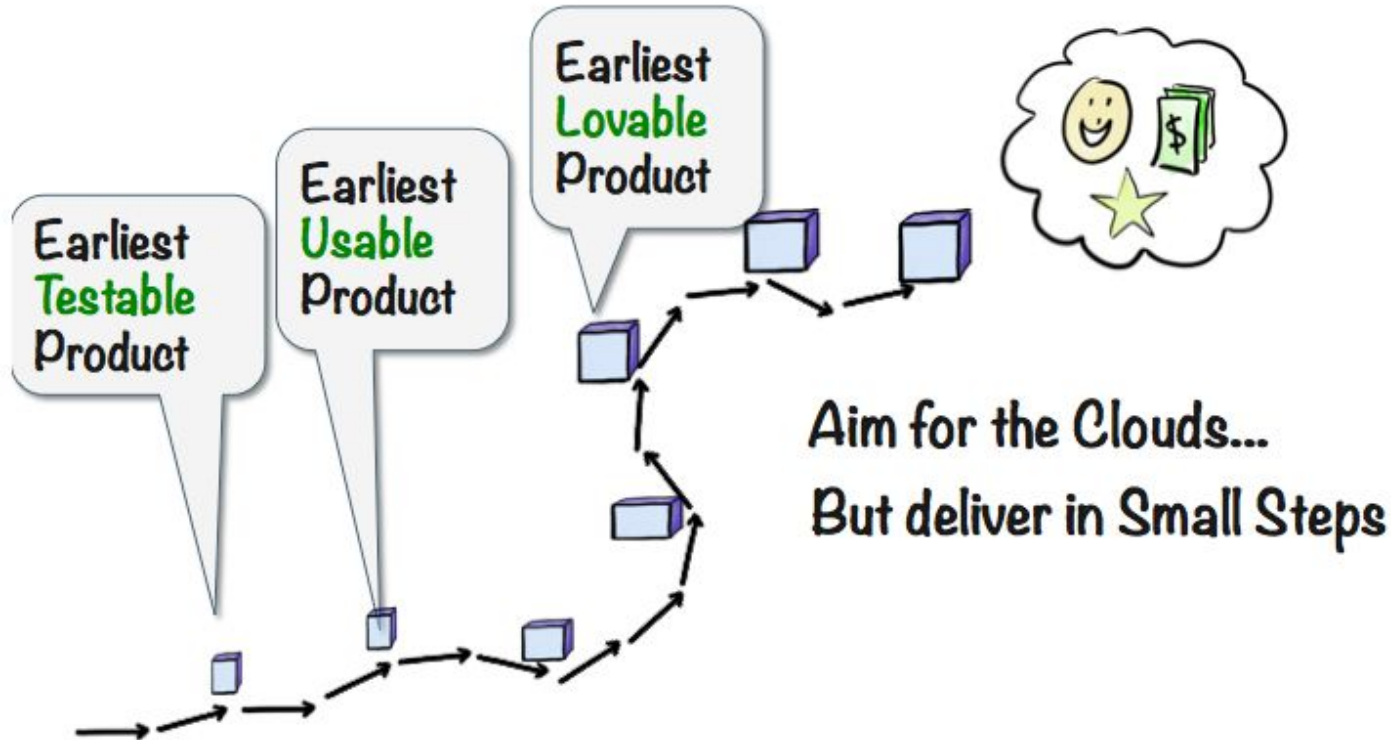
powered by kleer

¿Qué es product Discovery?

Discovery, una actividad clave

La teoría

Mature, stable

Proof of concept

Maturity

Idea

Time

Maturity

Mature, stable

Proof of concept

Idea

Time

La práctica
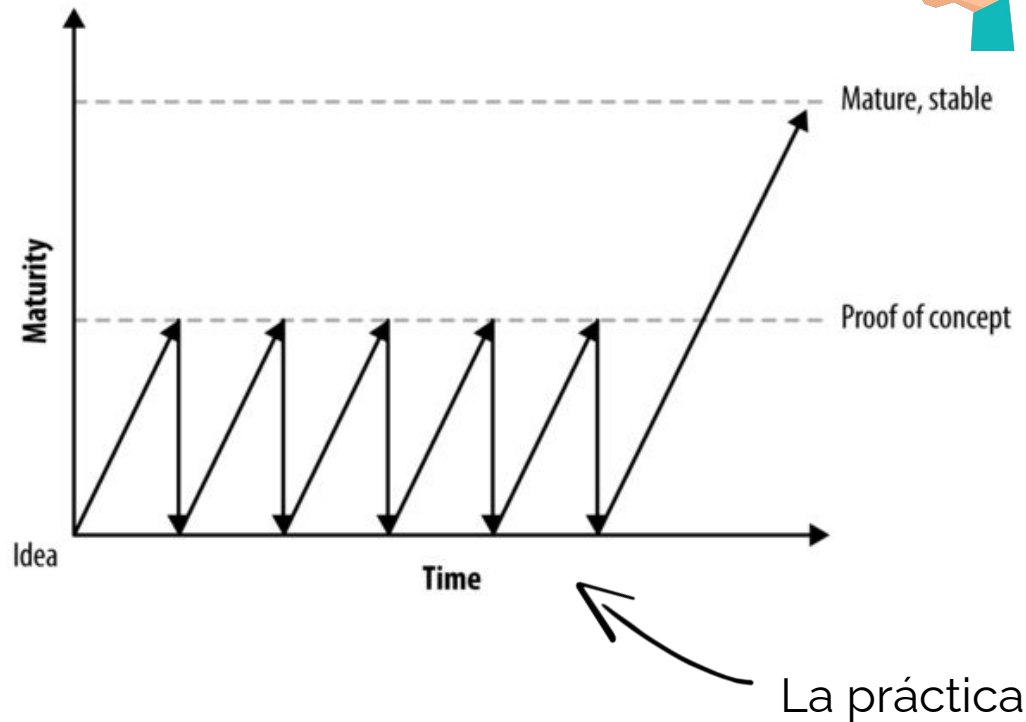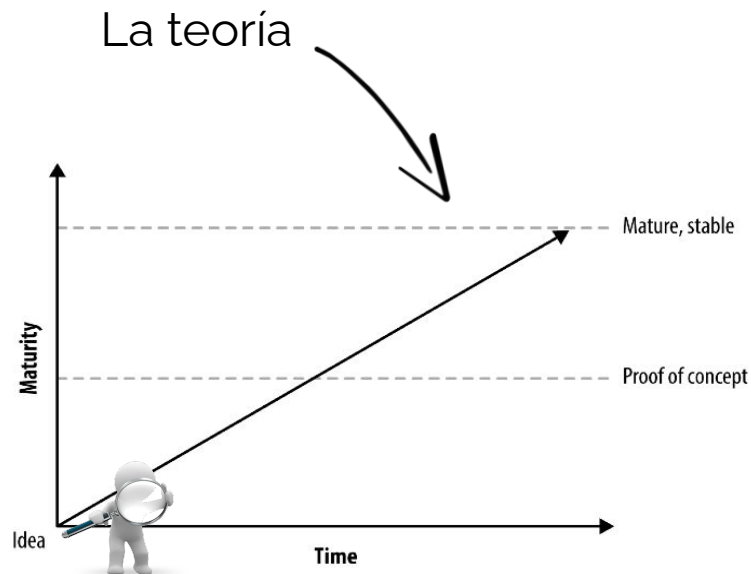
Un producto nunca está "listo", está en constante evolución, siempre apuntando a entregar más valor a los clientes.
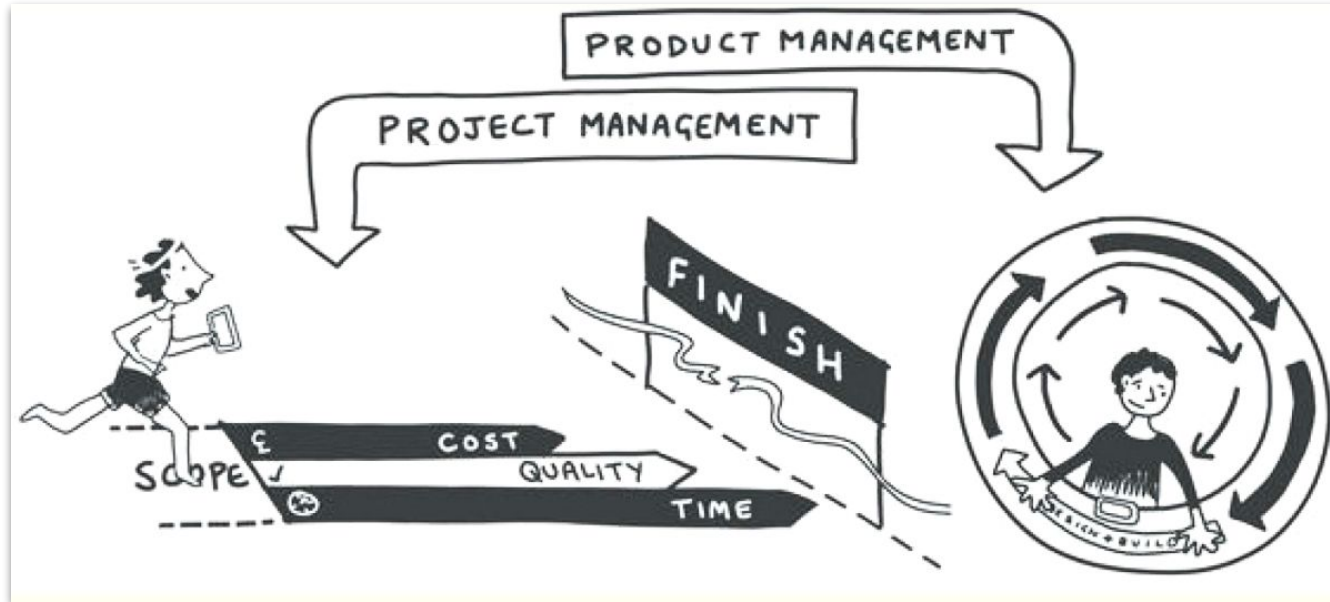
My Product Management Toolkit, Marc Abraham

Discovery, no sólo al inicio (Dual Track)
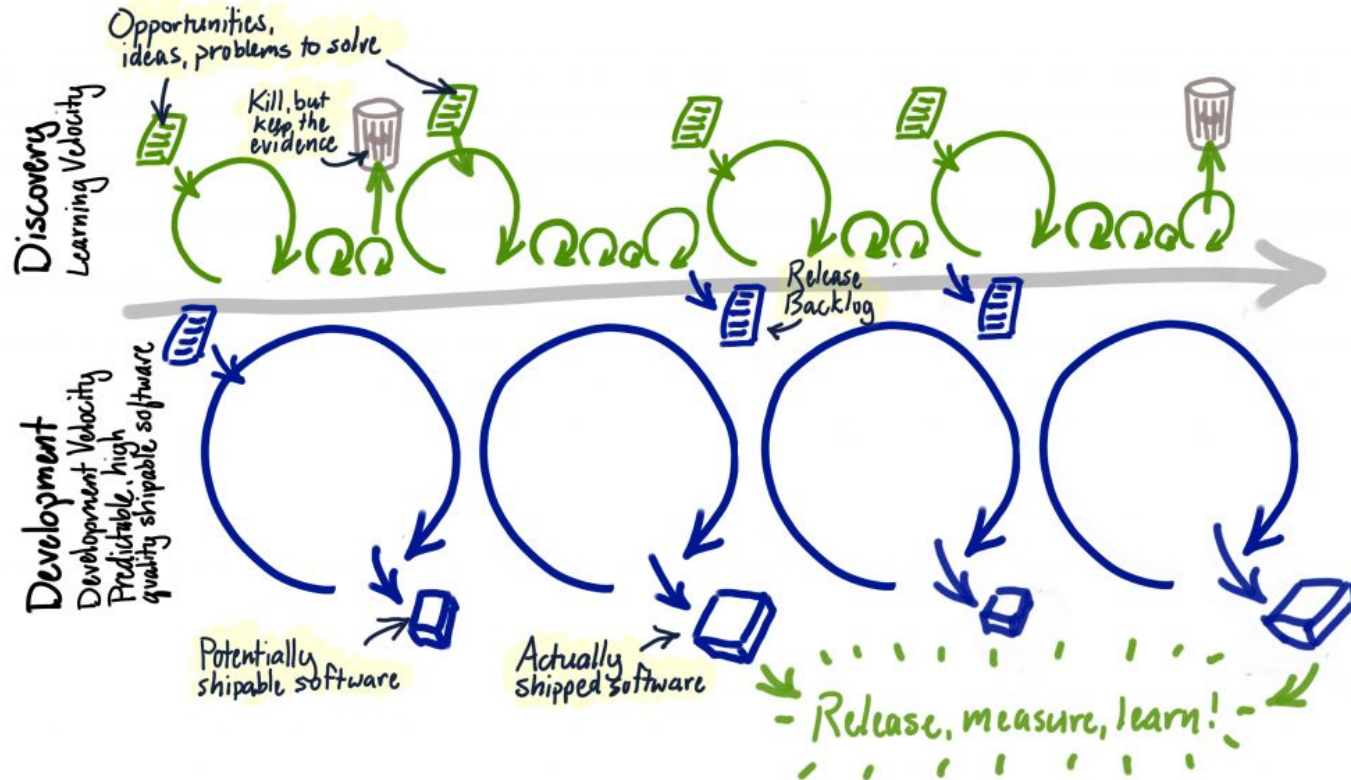
Mentalidad de Product Discovery

1 COLABORACIÓN y APRENDIZAJE en el EQUIPO de PRODUCTO

2 USER CENTERED DESIGN

EXPERIENCIAS!

3 HUMILDAD INTELECTUAL

INCERTIDUMBRE

LS

BUILD

MEDIR

CANVAS de EXPERIMENTOS

ENTORNO SEGURO PARA ERRORES!
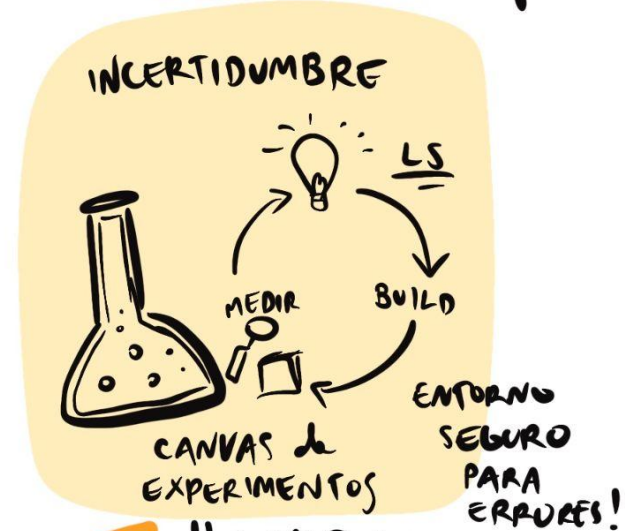
Product Discovery Mindset

1) Colaboración y aprendizaje en el Equipo de Producto

- Todo el Equipo de Producto conoce y **aprende** del Product Discovery, participando en las decisiones sobre la funcionalidad a crear
- Evitando guerras de opiniones y corazonadas
- Desarrollando y manteniendo un **entendimiento compartido**
- Con artefactos de **visualización**

Product Discovery Mindset

2) User Centered Design

- El Equipo de Producto trabaja en **comunicación directa** con usuarios y clientes
- No sólo validando problemas y soluciones sino además ***co-creando*** junto a ellos
- Diseñar ***experiencias***

3) Humildad intelectual

- Tolerancia a la **incertidumbre**: no hay certezas sino hipótesis a validar
- **Experimentos**: tolerancia al error y a cambiar de parecer
- Construir un ambiente **seguro e inclusivo** de respeto a las opiniones de todo el equipo
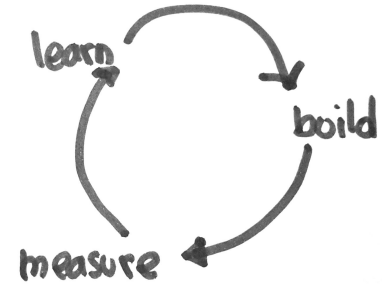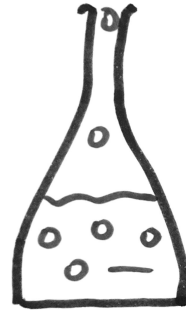
Problema vs Solución
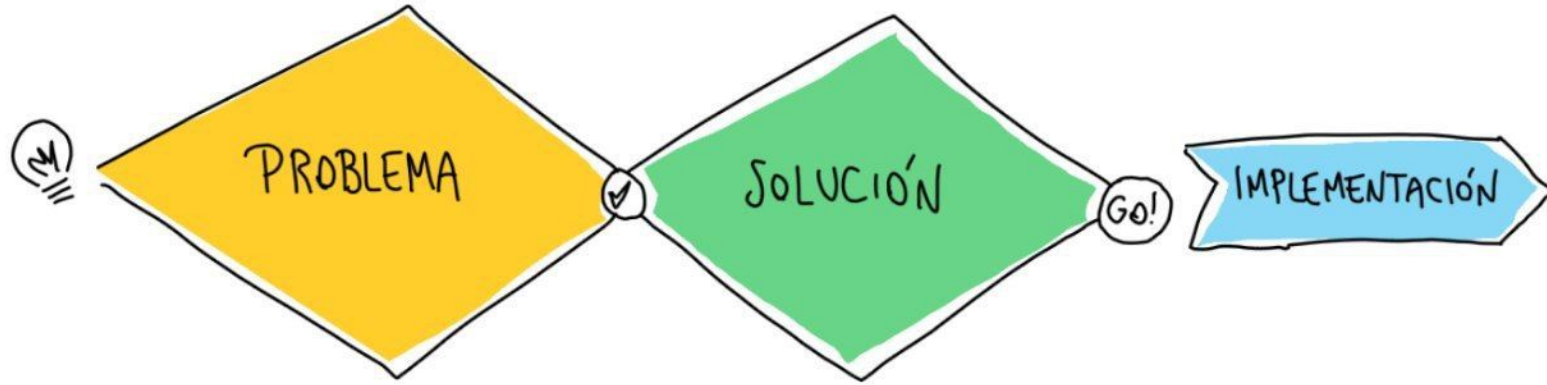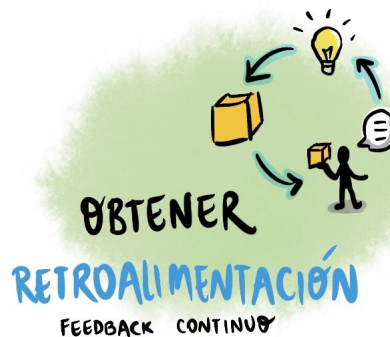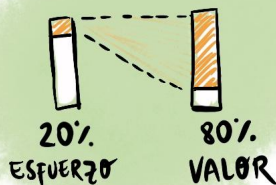
Concepto

¿Quiénes son mis usuarios/clientes?

Personas (UX Personas)

→ Hacer **foco en segmentos específicos.**

→ Técnica para comprender las diferentes necesidades de los principales **tipos de clientes** de un producto.

→ También sirve para generar conversaciones valiosas al momento de definir y priorizar las oportunidades.

Datos	Problemas
<nombre> *<edad>* *<Profesión>* *< ... >*	
Comportamiento	**Necesidades y objetivos**

User Personas: Ejemplos

John Snyder
Primary Persona

Spotify

Bio
Daniel has remained close with the same several friends since childhood and into adulthood. As avids music listeners, they like to collaborate with each other on playlists and talk about music, but they often each listen alone. Daniel likes to listen to music whenever he can, whether he's traveling, working, exercising, or just hanging out. He likes discovering new music in authentic ways by going to concerts of newly discovered artists, listening to streaming radio, or checking out friends' recommendations.

28 Years Old • Male
Los Angeles • Financial Analyst
Spotify Premium Subscriber
Favorite Artist: Gorillaz

Goals
- Discover new music
- Personalize playlists
- Get music recommendations based on what he's currently listening to
- Find quality yet inexpensive music events

Needs
- More accurate streaming radio stations
- Good organization of music
- Musical inspiration from various sources
- Others' opinions on songs

Behaviors
- Loyal to his close friends and family
- Tries to hold a strong focus
- Enthusiastic about trying new things
- Likes to be organized

Frustrations
- Hearing the same song within different recommended playlists
- Inaccuracy of "related songs" played on select radio stations
- Difficulty finding and sharing playlists

Summer Lee
Primary Persona

Spotify

Bio
Summer loves to listen to music whenever possible. Whether she listens on her commute to work, to focus while she's designing, or at one of her many parties, **music is a huge part of her life**. She comes from a large family where music was always playing in the house, so it's no surprise why she likes it so much. To that point, **Summer also likes being social**. She enjoys skateboarding with friends, **cooking for dinner parties**, and **sharing music with others**.

27 Years Old • Female
New York • Graphic Designer
Spotify Premium Subscriber
Favorite Artist: Too many to choose

Goals
- Share music with friends and family
- Make connections through music
- Throw great social events
- Make her partygoers feel comfortable

Needs
- Continuous stream of songs
- Good organization of music
- Musical inspiration from others
- Seamless way for others to contribute to what is playing

Behaviors
- Socially active
- Works hard, Parties harder
- Cares about what others think
- Self-aware
- Likes to be organized

Frustrations
- Hearing the same song over and over again
- Not knowing if others like her music choices
- Difficulty finding and sharing playlists
- Not being able to socialize at her parties because she needs to be the "DJ" all night

Mapa de Empatía

1. **¿Con QUIÉN estamos empatizando?**
¿Quién es la persona que queremos entender?
¿Cuál es la situación en la que se encuentran?
¿Cuál es su papel en la situación?

OBJETIVO

2. **¿Qué necesitan HACER?**
¿Qué necesitan hacer de manera diferente?
¿Qué trabajo(s) quieren o necesitan hacer?
¿Qué decisiones deben tomar?
¿Cómo sabremos que tuvieron éxito?

3. **¿Qué es lo que VEN?**
¿Qué ven en el mercado?
¿Qué ven en su entorno inmediato?
¿Qué ven a los demás diciendo y haciendo?
¿Qué están viendo y leyendo?

7. **¿Qué PIENSAN y SIENTEN?**

DOLORES
¿Cuáles son sus temores, frustraciones y ansiedades?

BENEFICIOS
¿Cuáles son sus deseos, necesidades, esperanzas y sueños?

6. **¿Qué es lo que OYEN?**
¿Qué están escuchando a los demás?
¿Qué están escuchando de sus amigos?
¿Qué escuchan de sus colegas?

4. **¿Qué DICEN?**
¿Qué les hemos oído decir?
¿Qué podemos imaginarles diciendo?

5. **¿Qué HACEN?**
¿Qué hacen hoy en día?
¿Qué comportamiento hemos observado?
¿Qué podemos imaginarles haciendo?

- Tablero para conocer **quién es tu cliente**
- Qué **problemas** y **necesidades** tiene
- Y qué **propuesta de valor** le ofreceremos

Ejemplo Mapa de Empatía

SANDRA
Mapa de empatía

Siente que las academias no le ayudan a sacarse un título

El speaking me cuesta porque me cuesta exteriorizar lo que pienso

Tengo la sensación de estar estancada en un nivel en el cual no soy capaz de avanzar más

La mejor forma de aprender el inglés es yéndote al extranjero

El trato personal y el contacto humano son muy importantes

Su oído es malísimo para el inglés

Ve películas con subtítulos en inglés

PIENSA Y SIENTE

No escucha a gente hablando en inglés en su día a día

ESCUCHA

VE

Las ofertas de trabajo requieren de un buen nivel de inglés

No se ve hablando con "una maquinita" para aprender inglés

Escucha podcast en inglés

DICE Y HACE

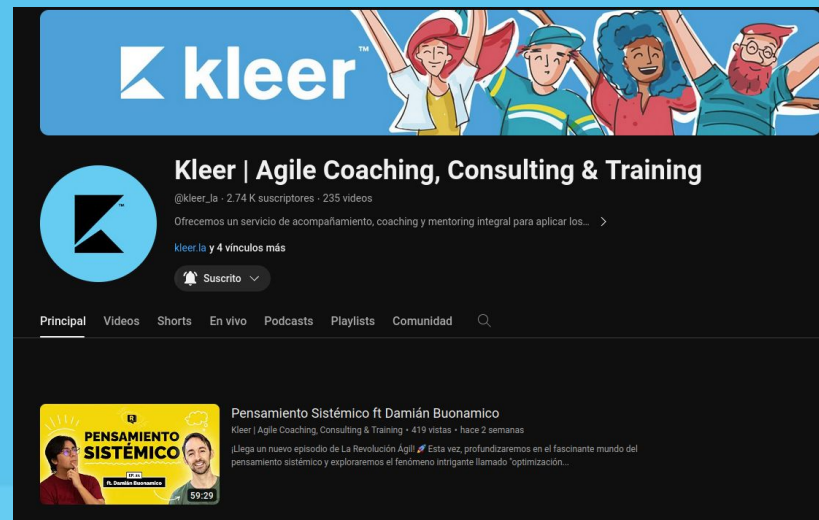Ve que las Apps para aprender inglés son muy caras

Se ha apuntado a muchas academias, cursos y experiencias en el extranjero

Se mueve en transporte público y tarda una hora en llegar al trabajo

Se bloquea en las entrevistas por no saber si tiene el nivel adecuado

Busca contenidos personalizados a sus gustos. Podcast o Series

FRUSTRACIONES

Considera que los test de inglés le dejan por debajo de su nivel real

Le frustra no poder intervenir en conversaciones reales por falta de rapidez y agilidad

Desconoce su nivel real y en las entrevistas se bloquea pero no sabe si por nivel o vocab. técnico

Estar estancada en un nivel desde hace mucho tiempo

MOTIVACIONES

Lo ideal sería una aplicación donde pudiera personalizar temas (Personales y profesionales)

Le gustaría poder preparar los exámenes de escuela oficial

Que alguien pudiera corregir sus textos o sus conversaciones

Poder ver que está mejorando su nivel

kleer ™

¡Practiquemos!

www.kleer.la / hola@kleer.la

kleer™

Academia Kleer Online_

¡Aprende Agilidad con cursos online a tu propio ritmo!

Súmate