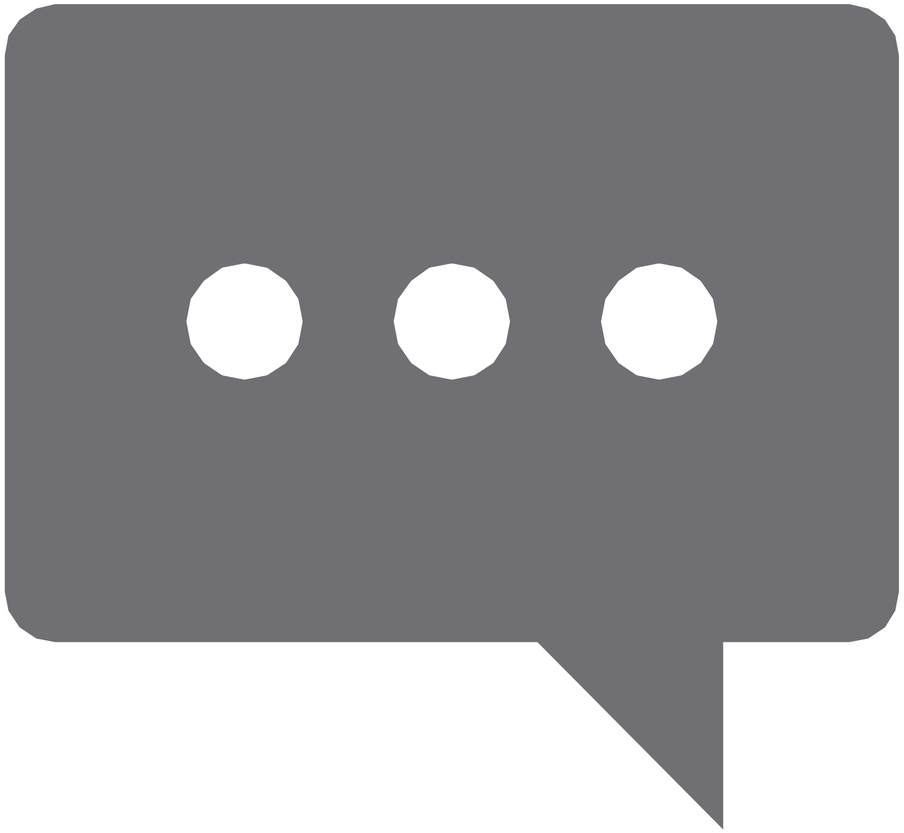
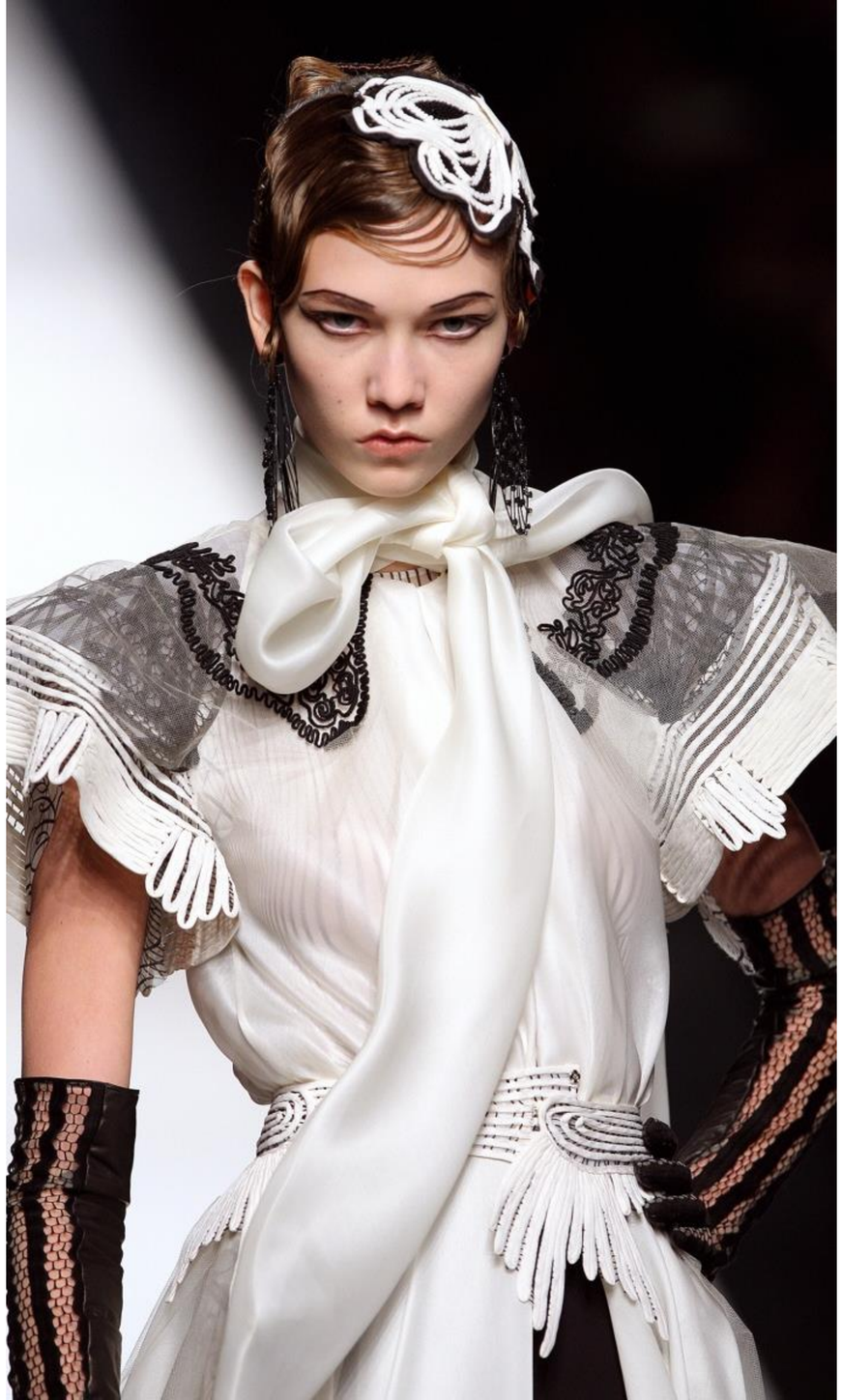
Design Thinking



¿Que es el diseño?

Diet
Coke



“Los diseñadores… no intentan buscar una solución hasta que primero hayan determinado cual es el problema real, y aun así, en vez de resolver ese problema, paran a considerar una amplia gama de soluciones. Sólo entonces finalmente convergen en su propuesta. Este proceso se llama ‘design thinking.’”

— Don Norman

“Buen diseño se trata de reconocer que la persona al otro extremo tiene mucho menos paciencia que tú.”

— Jason Fried, Basecamp

de·sign |dəzīn|

adj.
el propósito, la planificación o la intención que existe detrás de una acción, hecho u objeto material

El diseño es la intención detrás de un resultado.

Dediquemos un momento para hablar sobre la experiencia de usuario (UX).

La investigación
aumenta el valor del negocio
/ producto

Doug Dietz

Diseñador Principal,
Sistemas de Proyección de Imágenes Médicas de la GE

Our photos

TOSHIBA

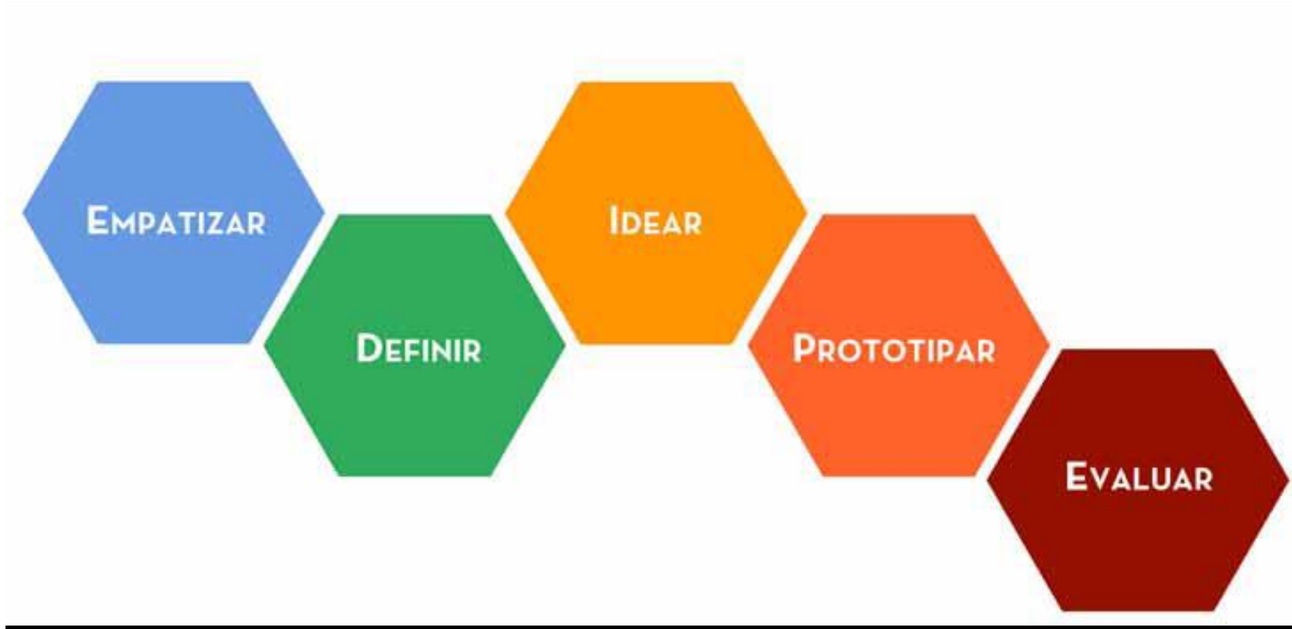
¿Cuáles oportunidades se presentan al comprender a nuestros usuarios?

“[El buen diseño] debe tomar en cuenta a los seres humanos, ya sean nuestros empleados o nuestros clientes que utilizan nuestros productos. Nuestras máquinas deben ser nada más que herramientas para extender el poder de los seres humanos que las usan…”

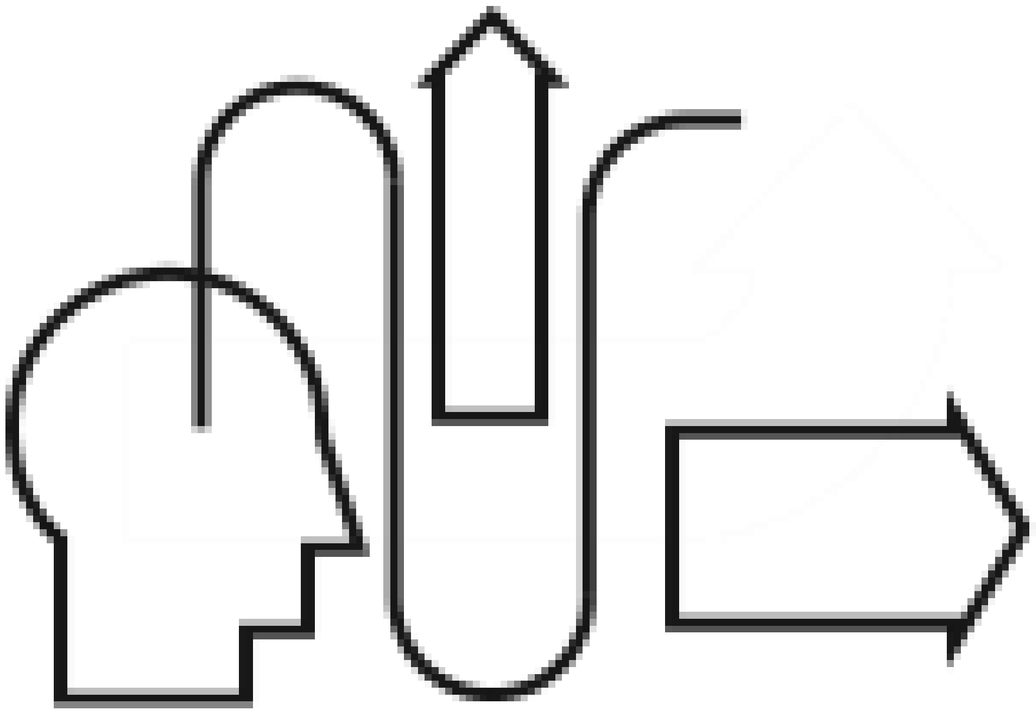
Thomas Watson Jr.

Los conceptos básicos de Design Thinking.

- Proliferado por organizaciones como IDEO, frog design, d.school at Stanford, etc.
- Ofrece una nueva forma de pensar sobre los problemas y sus soluciones.
- Basado en la empatía, prototipos y colaboración radical



“Design Thinking” es una manera de resolver problemas que es especialmente útil para crear experiencias de productos y servicios.



Empatía es… entender las necesidades de las personas.

Observar **Reflexionar** **Crear**

El Loop nos ayuda a *explorar*.

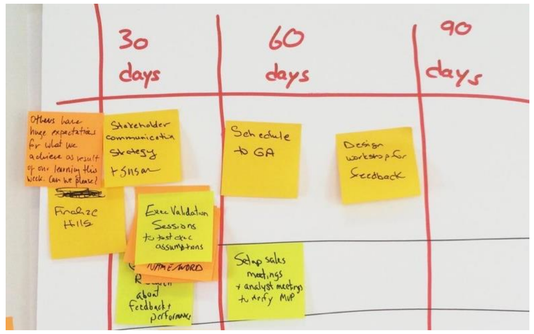
El Loop nos permite conocer a los usuarios, explorar posibles formas para satisfacer sus necesidades y visualizar la experiencia futura.

Romper la barrera de la empatía.

La empatía sólo te puede llevar hasta cierto punto. Si no eres un piloto, nunca sabrás lo que se siente aterrizar un avión.

Los Usuarios Patrocinadores son usuarios quienes aportan su experiencia vivida y conocimiento al equipo.

IBM Design Thinking se desarrolla a través de actividades y artefactos compartidos



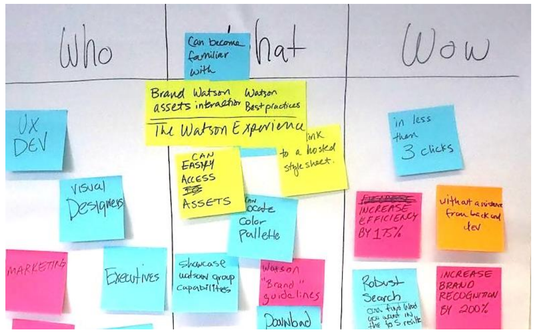
To-Do’s

Mapa de Empatía

Mapa de Escenario

Storyboard

Prototipo de Papel



Borradores de Las Colinas

Cuadrícula de Recomendaciones

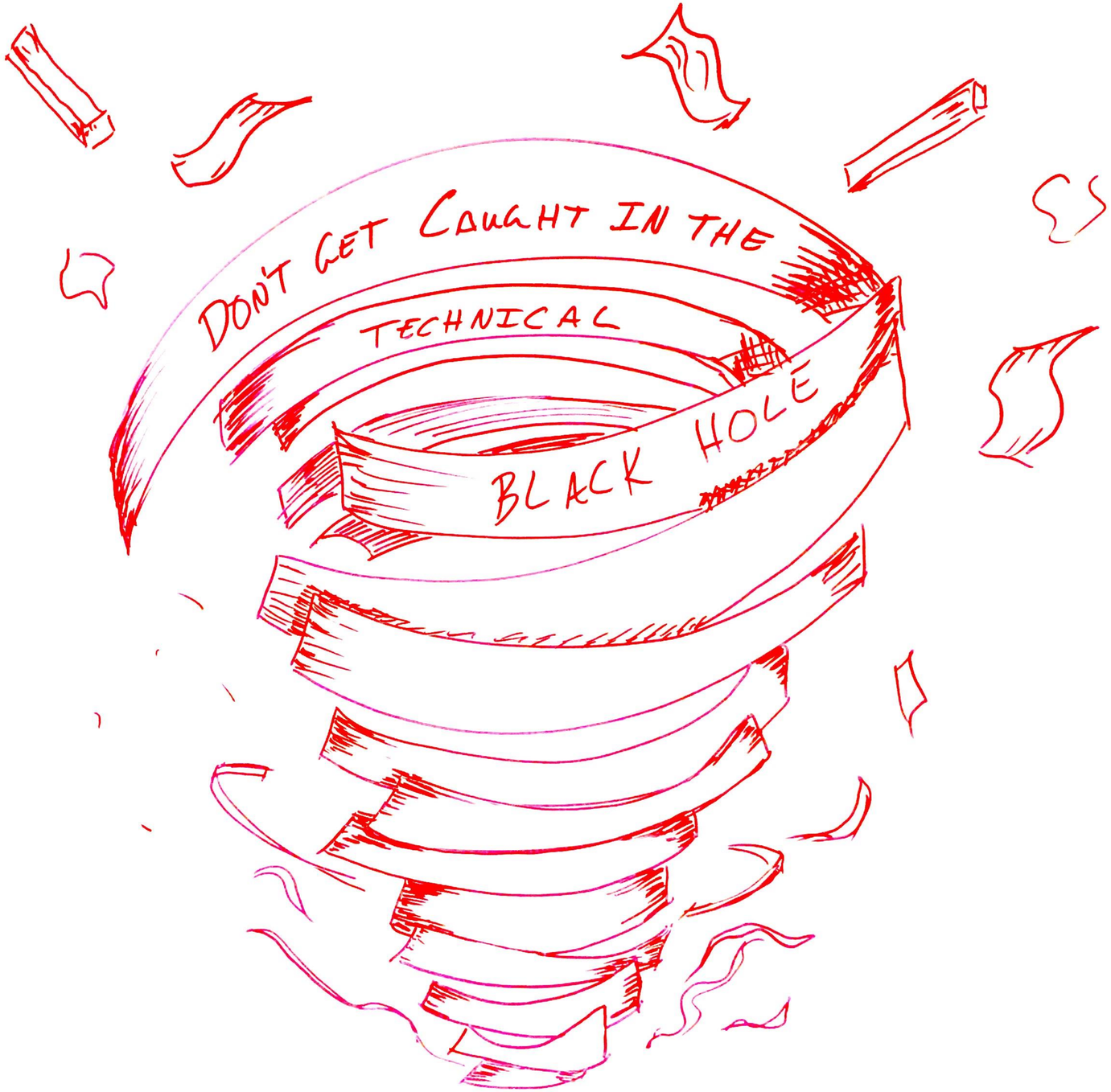
Cuadrícula de Priorización

OK, VAMOS!

REGLAS DEL TALLER

R ELAJESE.

Ustedes todos ya son design thinkers.

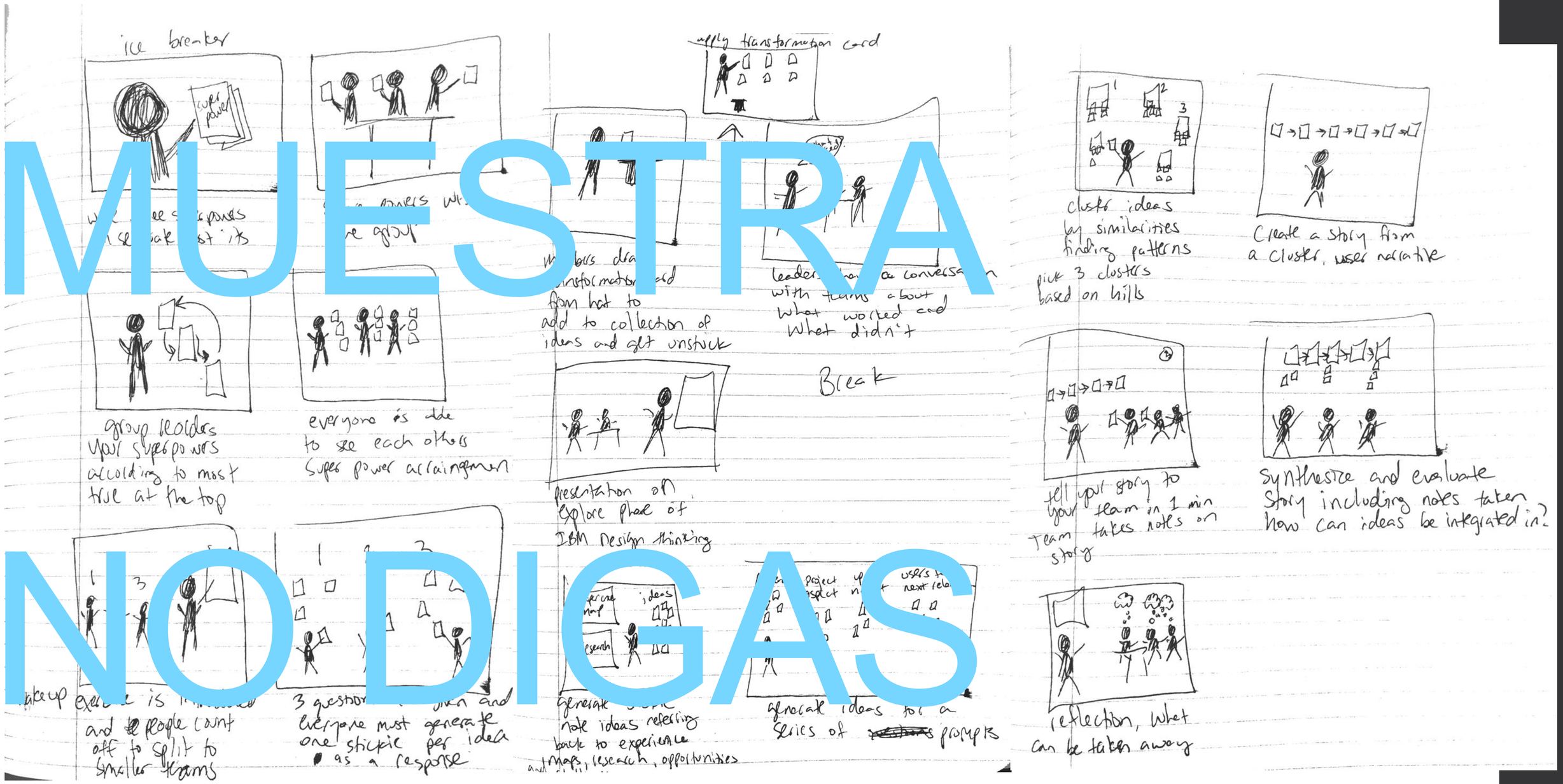

DON'T GET CAUGHT IN THE
TECHNICAL
BLACK HOLE

LAPTOP

MOVIL

OBSERVADOR

CANTIDAD
CALIDAD



MUESTRA
NO DIGAS

LO DESCONOCIDO

EMPECEMOS!

Tomen 2 minutos para diseñar un florero.

Tomen 2 minutos para diseñar una mejor manera para que las personas disfruten de las flores en su casa.

Tomen 2 minutos para diseñar un florero.

Tomen 2 minutos para diseñar una mejor manera para que las personas disfruten de las flores en su casa.

Lo que aprendimos:

1. Centrarse en los problemas humanos en vez de las soluciones técnicas.
2. Explorar una amplia gama de opciones conduce a mejores resultados.
3. Está bien cometer errores. De hecho, hacerlo temprano ahorra tiempo y dinero.

Deseos y Temores

DESEOS & TEMORES

¿Qué quieres lograr hoy?
¿Que piensas sobre el trabajo delante de tí?
¿Cómo nos preparamos para comenzar?

Deseos & Temores

Sería ideal si…

Estoy muy emocionado de…

Este taller tiene mucho potencial porque…

Esta nueva forma de trabajar me emociona porque…

DESEOS

Me preocupa que…

Este proyecto sería genial excepto que…

Este taller es una buena idea pero realmente no toma en cuenta que…

Desafortunadament, la manera en que trabajamos (como empresa)…

TEMORES

Cuando tengan varias notas en la pared…

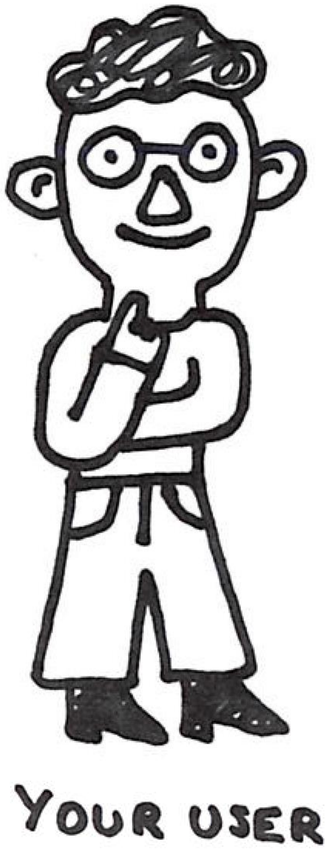
- Agrupar, discutir, and sintetizar. ¿Qué temas surgen?
- Cada grupo debe elegir un representante para los Deseos y un representante para las Inquietudes.

Conocer al Usuario

“Conocer”

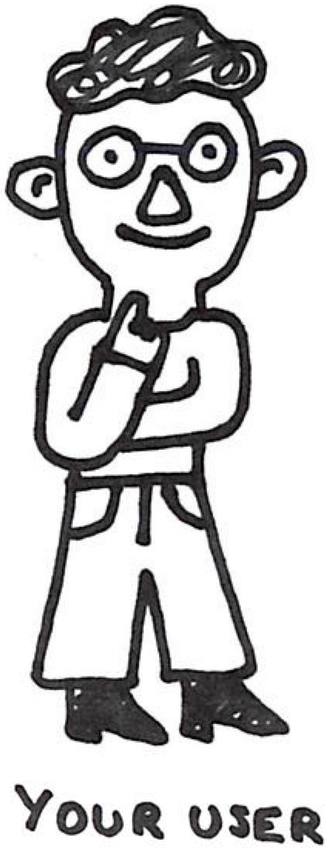
¿Cuáles oportunidades se presentan cuando comprendemos a nuestros usuarios, quiénes son, y qué les motiva?

¿Por qué hacer investigación?



Design Thinking se centra en los usuarios.

¿Por qué hacer investigación?



≠

Tú
Gerente de Producto
Ingeniero
Diseñador Principal
Gerente
Ejecutivo
Comprador
Persona que implementa

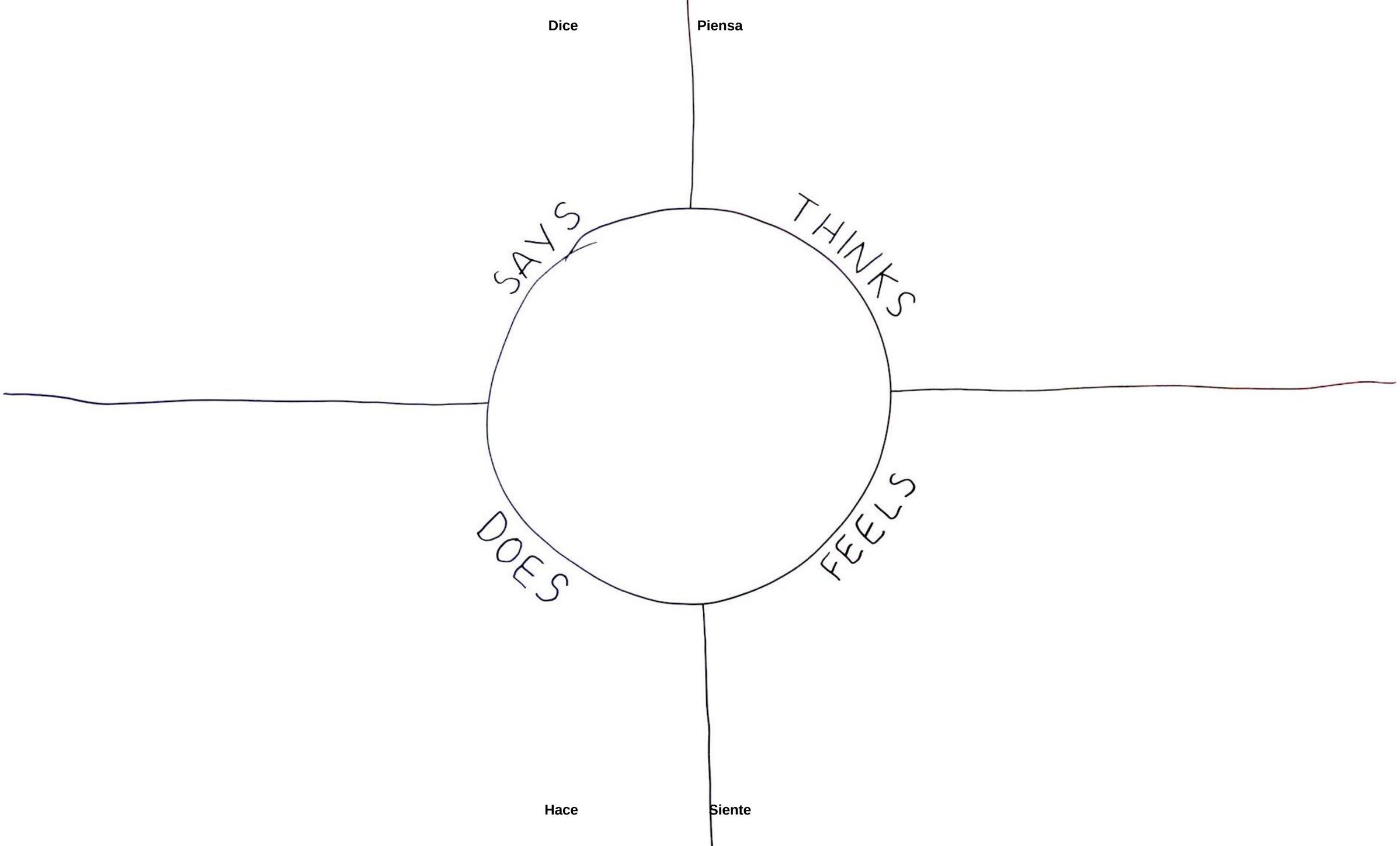
Todos en el equipo conocen algo sobre sus usuarios.

MAPA DE EMPATÍA

¿Cuáles son las oportunidades que se presentan cuando comprendemos a nuestros usuarios, quiénes son, y qué les motiva?

Explorar las múltiples dimensiones de los usuarios

Una forma rápida de obtener una visión integral del usuario que nos obliga a pensar más allá de su rol.

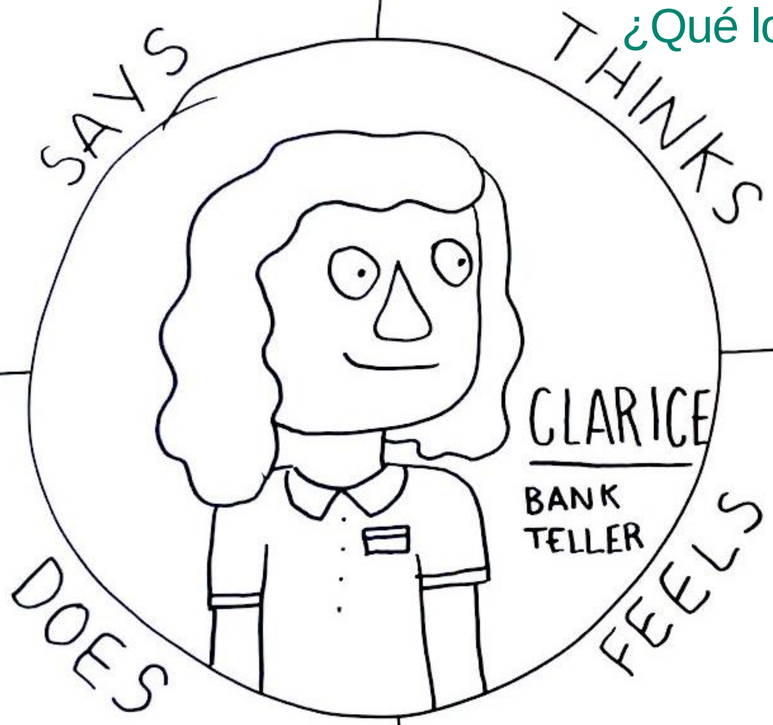

Dice
Piensa
SAYS
THINKS
DOES
FEELS
Hace
Siente

¿Qué dice o necesita decir a los demás?
¿De qué manera se expresa?
¿Cómo expresa sus puntos de vista?

Citas

¿Qué piensa de su situación?
¿Cuál es su punto de vista del mundo a su alrededor?
¿Qué lo mantiene despierto en las noches?

Expectativas & Reacciones



¿Qué hacen para sobrevivir?
¿Cómo realiza su vida?

Acciones

¿Cómo se siente esta persona con respecto a finanzas y el futuro?
¿Cúales son sus deseos, sueños, y aspiraciones?

Valores

OOTB solutions

were going into the software dev business."

Look at all the things we could do

it in a way that people can find?

there is a desire to find something OOTB with as little customizati-ion as possible

Is the information secure?

SAYS

THINKS

CLARICE

BANK TELLER

DOES

FEELS

Everyone writes their own instructions

Talks to Brett

Distrust in vendor products- If its free can it be as good as something we can build ourselves?

Works internally within Chase. Deal w/ LOB ~~wh~~ that has their own LOB

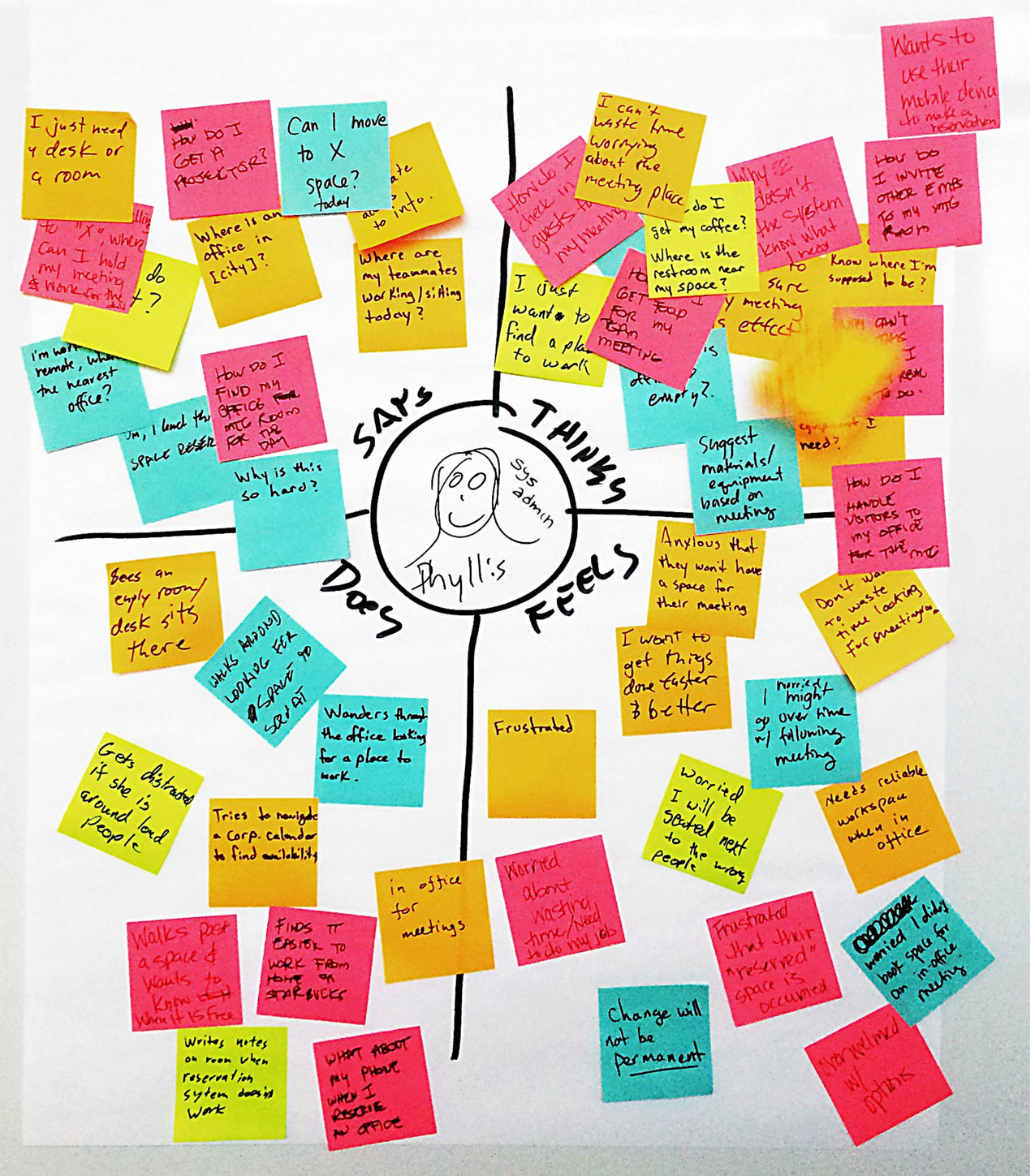
Uses Workplace XT

We've tried vendor products in the past, they never work out

Mapa de Empatía
¿Quién es la persona para la cual estamos diseñando?

Desarrollar una visión integral del usuario

- Dibujar este esquema en una hoja de papel.
- Nombra a tu usuario y dibujarlo(la) en el centro del circulo con su nombre/título.
- Diverjan. Cada miembro del equipo debe escribir una observación por nota adhesiva y aplicarla a la sección correspondiente del mapa.
- Una idea por cada nota adhesiva.


SAYS
THINKS
DOES
FEELS
Phyllis
Sys admin
I just need a desk or a room
How do I GET A PROJECTOR?
Can I move to X space? today
Where is an office in [city]?
Where are my teammates working/sitting today?
I'm not remote, where the nearest office?
How do I FIND MY OFFICE OR MEETING ROOM FOR THE DAY
Why is this so hard?
I just want to find a place to work
How do I check in guests to my meeting
I can't waste time worrying about the meeting place
do I get my coffee?
Where is the restroom near my space?
Why doesn't the system know what I need
How do I INVITE OTHER EMPS TO MY MTG ROOM
Wants to use their mobile device to make a reservation
Know where I'm supposed to be?
Suggest materials/equipment based on meeting
HOW DO I HANDLE VISITORS TO MY OFFICE OR THE MTG
Sees an empty room/desk sits there
WALKS AROUND LOOKING FOR A SPACE TO SIT AT
Wanders through the office looking for a place to work.
Gets distracted if she is around loud people
Tries to navigate a Corp. calendar to find availability
Walks past a space & wants to know if it is free
FINDS IT EASIER TO WORK FROM HOME OR STARBUCKS
Writes notes on room when reservation system doesn't work
WHAT ABOUT MY PHONE WHEN I RESERVE AN OFFICE
Frustrated
in office for meetings
Worried about wasting time/need to do my job
Anxious that they won't have a space for their meeting
I want to get things done faster & better
I might go over time w/ following meeting
Worried I will be seated next to the wrong people
Needs reliable workspace when in office
Frustrated that their "reserved" space is occupied
worried I didn't book space for in-office meeting
Change will not be permanent
Worked w/ options

SAYS
THINKS
DOES
FEELS
SIMON
OPS OFFICER
"Getting the Savings is dependent on your embracing the change"
He has a great team but not able to improve outcomes
I KNOW WHAT OUTSOURCING CAN + CANNOT DO.
INTERNAL CAPABILITIES STRONGLY.
I CAN'T DO THIS ALL BY MYSELF
I HAVE A PLAN TO REDUCE COSTS
How can we gain buy in from the org to the changes required?
He could do more for his customers but has no time
HE WISHES HE COULD JUST ORDER EVERYONE TO COOPERATE
I'd rather painting
How do I structure my team to finish by 5pm?
MY MAIN TO LOOK YOUNGER
There has to be an easier way
WILL I HAVE A JOB IF I OUTSOURCE?
If can get units to agree, I can be successful
Am I RESPECTED IN MY JOB?!
HE NEEDS HELP!
Reads a lot about cool stuff to automate but doesn't know when to start
Puts in roadblocks to outsourcer's agenda
BRAINSTORM
Too much to accommodate for every circumstance
BUILDS CONSENSUS
LEADS THE TEAM WITH PASSION
RESEARCHES BEST PRACTICE + APPLIES
Actively communicates with the key unit decision makers
RECRUITS ALLIES
FOCUS ON SOLVING TACTICAL OPERATIONAL TASKS
MANAGES COST TAKEOUT INITIATIVES
Checks Facebook group for painters + art shows
OBSERVE
INFER
FEAR
Frustrated with personalities
Too old for this
THREATENED
Stretched
Trying to manage and control everything
FRUSTRATED TO GET ALL IN SUPPORT OF SSC
I DON'T GET RECOGNIZED FOR ALL THE SAVINGS I DRIVE
HE NEEDS MORE PERSONAL TIME
He could be happier with more time for coffee w/ colleagues
HE WISHES HE COULD SELL HIS PAINTINGS
Concerned about losing his job to outsourcing
I'M NOT ALLOWED TO BE CREATIVE, JUST WORKING TASKS

Discusión

1. ¿Cuáles son los puntos de conflicto de tu usuario?
2. ¿Qué valora tu usuario?
3. ¿Qué motiva a tu usuario?
4. ¿Qué es lo que todavía no conoces de tu usuario?

Crear un mapa del Escenario Presente

Planear los pasos que su usuario debe tomar para completar una tarea.

MAPA DEL ESCENARIO PRESENTE

¿Cuáles son las oportunidades en la experiencia actual?

Pasos

STEPS

PREPARE

PLAN

TRAVEL

DESTINATION

Haciendo

DOING

READ REVIEWS

FIND PASSPORT

LEARN *some* FRENCH

ASK FOR TIME OFF

BOOK A BABYSITTER

BOOK FLIGHT

RESERVE HOTEL ROOM

PACK SUITCAS(ES)

TAXI to the AIRPORT

GO THROUGH SECURITY

FLY!

CHECK into HOTEL

GET DIRECTIONS to EIFFEL TOWER

WAIT in LINE for TICKETS

RIDE to TOP of the TOWER

KISS

Pensando

THINKING

WHAT is my BUDGET?

HOW WILL I SURPRISE HIM?

THERE ARE TOO MANY CHOICES!

AM I FORGETTING ANYTHING?

GOOD THING I SAVED THAT VACATION TIME

THIS IS MORE COMPLICATED THAN I REMEMBER

I WISH I CHECKED my CARRY-ON

HE SEEMS EXCITED !!!

IT'S EVEN MORE BEAUTIFUL THAN THE PICTURES

I SHOULD TAKE MORE PHOTOS

HE LOVES IT!

Sintiendo

FEELING

ADVENTUROUS

OVERWHELMED

EXCITED

ANXIOUS

NOT PREPARED

FORGETFUL

NERVOUS

TIRED

RELIEVED

JOYFUL

CAREFREE

CALM

Actividad:

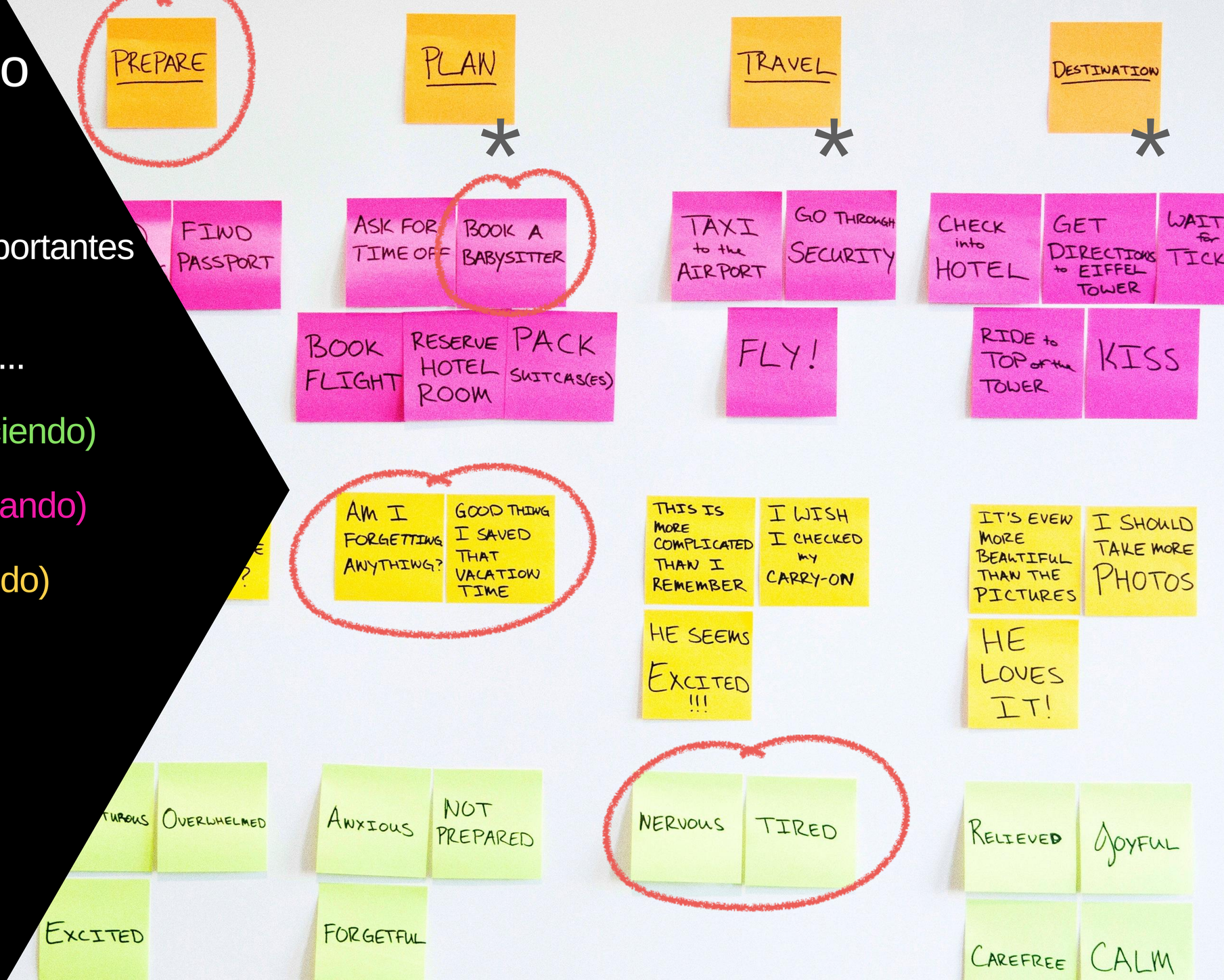
Crear un mapa del Escenario Presente (15 min.)

Mapa del Escenario Presente

Identificar las áreas más importantes para mejorar:

Algunos buenos candidatos...

- puntos de ineficiencia (haciendo)
- puntos de confusión (pensando)
- puntos de conflicto (sintiendo)
- “extra” pasos



STEPS / "PHASES"

Scope definition

Explore options

Plan timeline

Determine selection criteria

Evaluate choices

Present recommendations to Stakeholders

Choose solution

DOING

Talk to Advisors

DISCOVERY OF THE NEED

Talk to key stakeholders

Compare vendors

Prioritize

Market Research

Reach out to the network

IDENTIFY ADDITIONAL STAKEHOLDERS

Define requirements

Industry Benchmarks

Build a plan → Based on what?

Budget → affordability

Review + AGREE PLAN

Assemble Selection Team

Release RFP

Risk Assessment

Site Visits

Define Selection CRITERIA

Capabilities

Scope Validation

chasing innovation

Down Selection

Business Case Validation

Review Vendor Selection with Stakeholders

Contract Schedule

Negotiating

THINKING

SCOPE??

IS THIS BOLD ENOUGH

I GOT THIS!

WHAT DOES ANNE THINK

WHO DO I CALL FOR HELP?

If I build SSC vs BPO I lead a bigger organization

can we outsource to keep in house

TOO SLOW

Is this good enough

We are too slow

Too much clutter to evaluate

SHIT I DON'T HAVE TIME

We can do this Better Alone + This for less $$$?

WHY CAN'T THE VENDORS FILL OUT THE TEMPLATE

Vendors are proposing different solutions – how to choose?

WHO/WHAT WILL I KEEP? GET RID OF?

Must TRUST VENDOR

Give me the money – I would do it

Selecting the best partner

I WILL GO WITH PEOPLE I TRUST

IS IT ENOUGH?

FEELING

Ambitious

Excited

Overwhelmed

Stressed

LOVES ADRENALINE RUSH

Impatient

Too Risky

Budget Jumps Really!

Afraid

HESITANT

I MADE THE RIGHT CHOICE??

Disempowered

Empowered

Excited

Nervous

time :: 05 minutes to vote

Explorar

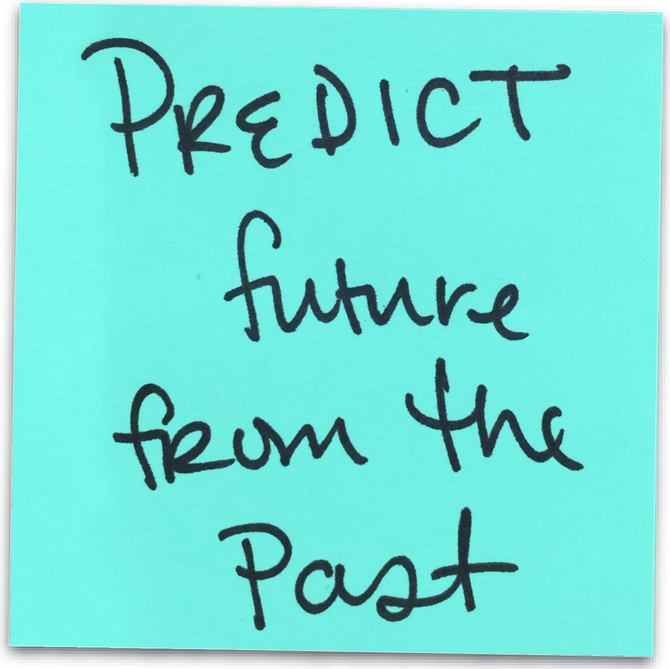
Ideación: Diverger, Explorar, Converger.

PIXAR

“Al principio, todas nuestras películas apestaban.”

—Ed Catmull, founder of Pixar

Ideación



Gráficos con líneas que muestran la predicción

Característica.

Predecir el futuro basado en el pasado

Gran Idea

Las grandes ideas son amplias y conceptuales y centradas en las necesidades del usuario .

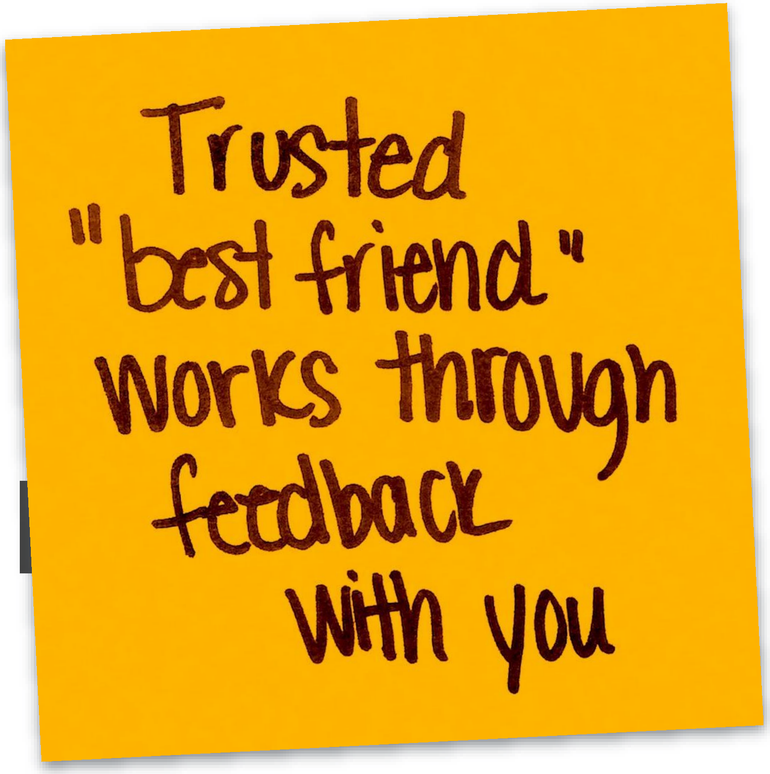
ideación

Las características son discretas y tácticas, centradas en la máquina.

Ideación

Página web con datos e información

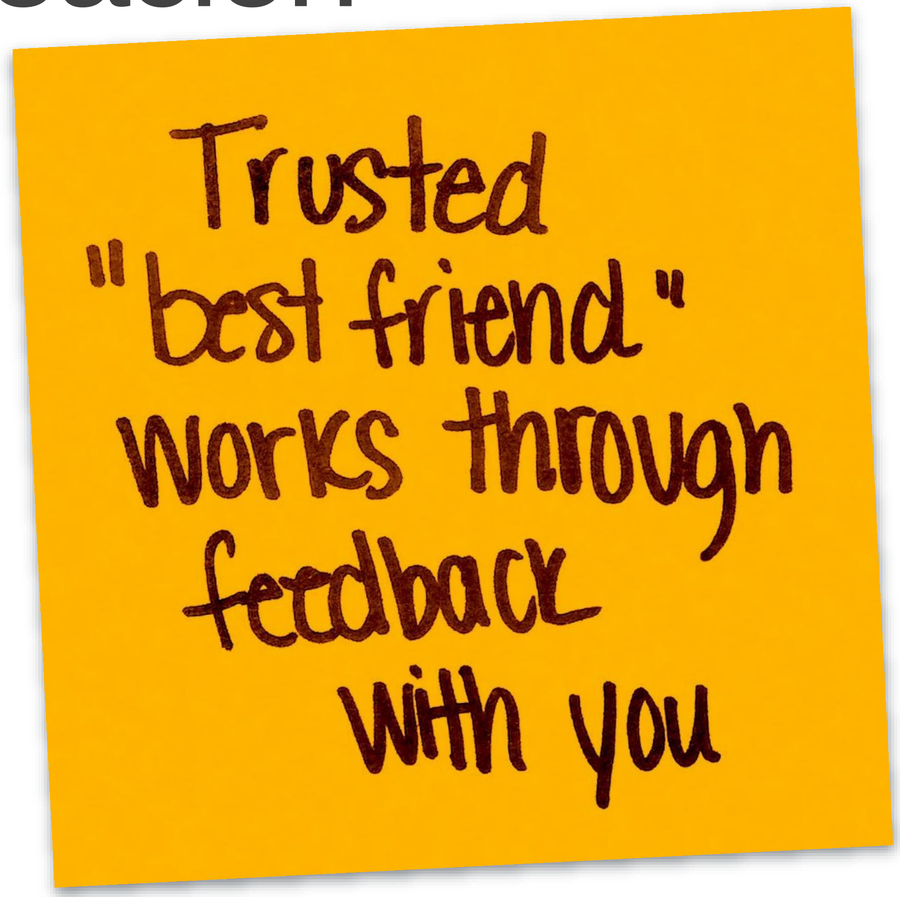
Esto es una **característica.**



“Mejor amigo” de confianza para ayudar a revisar comentarios

Esto es una **gran idea.**

Ideación



“Mejor amigo” de confianza para ayudar a revisar comentarios

“Si, y!”

Ideación

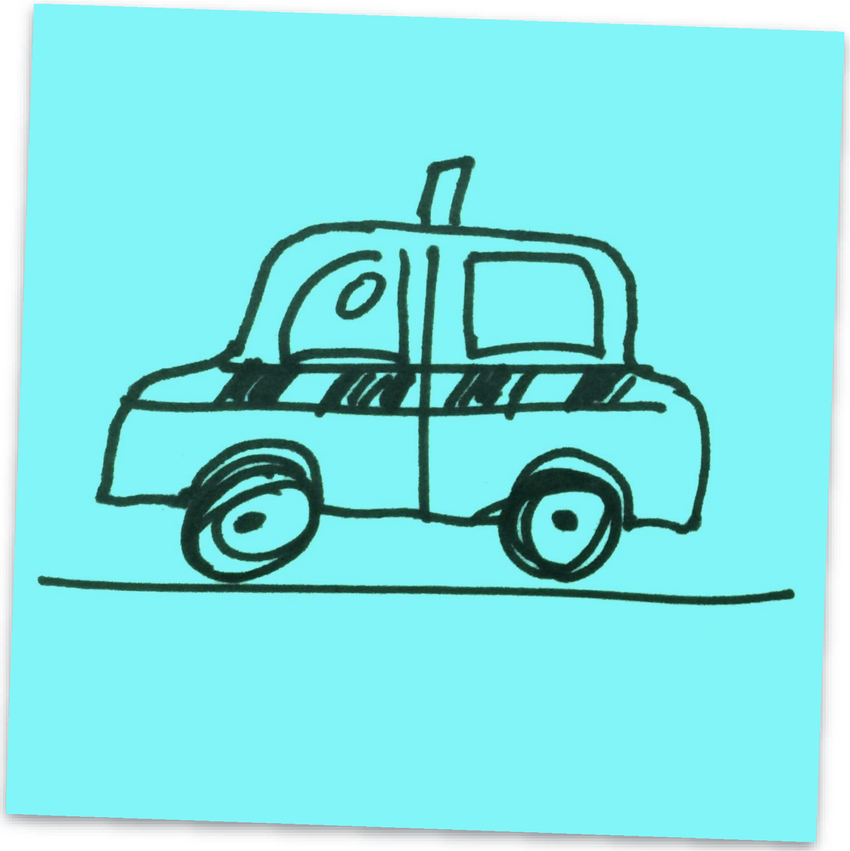
“Es casi como…”

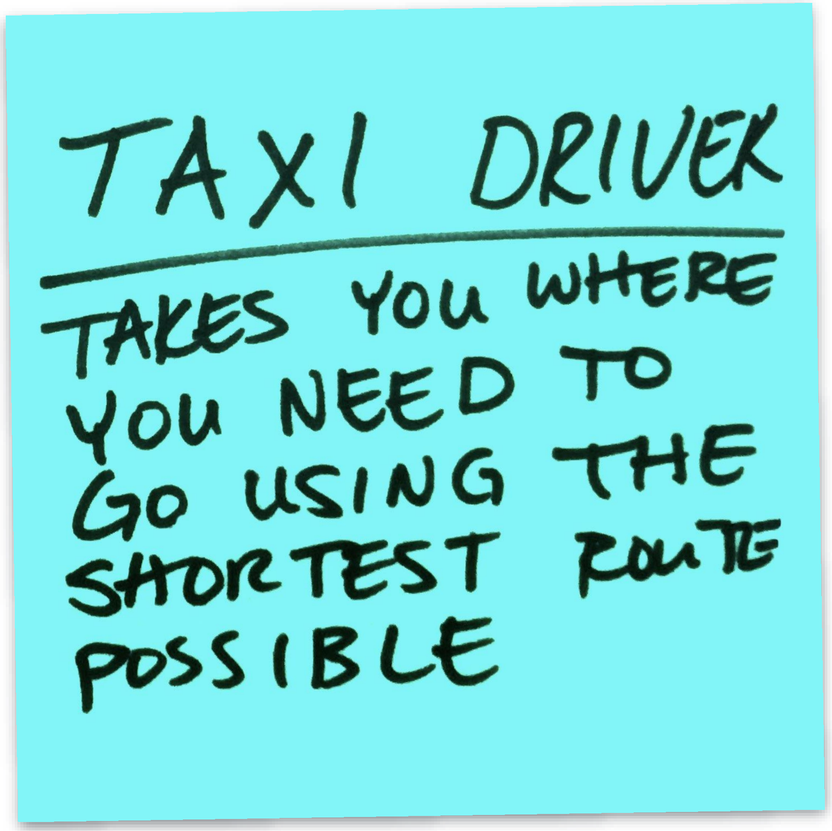
Es casi como…

Asistente de Residentes del Dormitorio Universitario

Darte la bienvenida, ayudarte con preparaciones, conectarte con las cosas y las personas que necesitas y continuaría ayudándote cuando lo necesites

Es casi como…





Conductor de Taxi

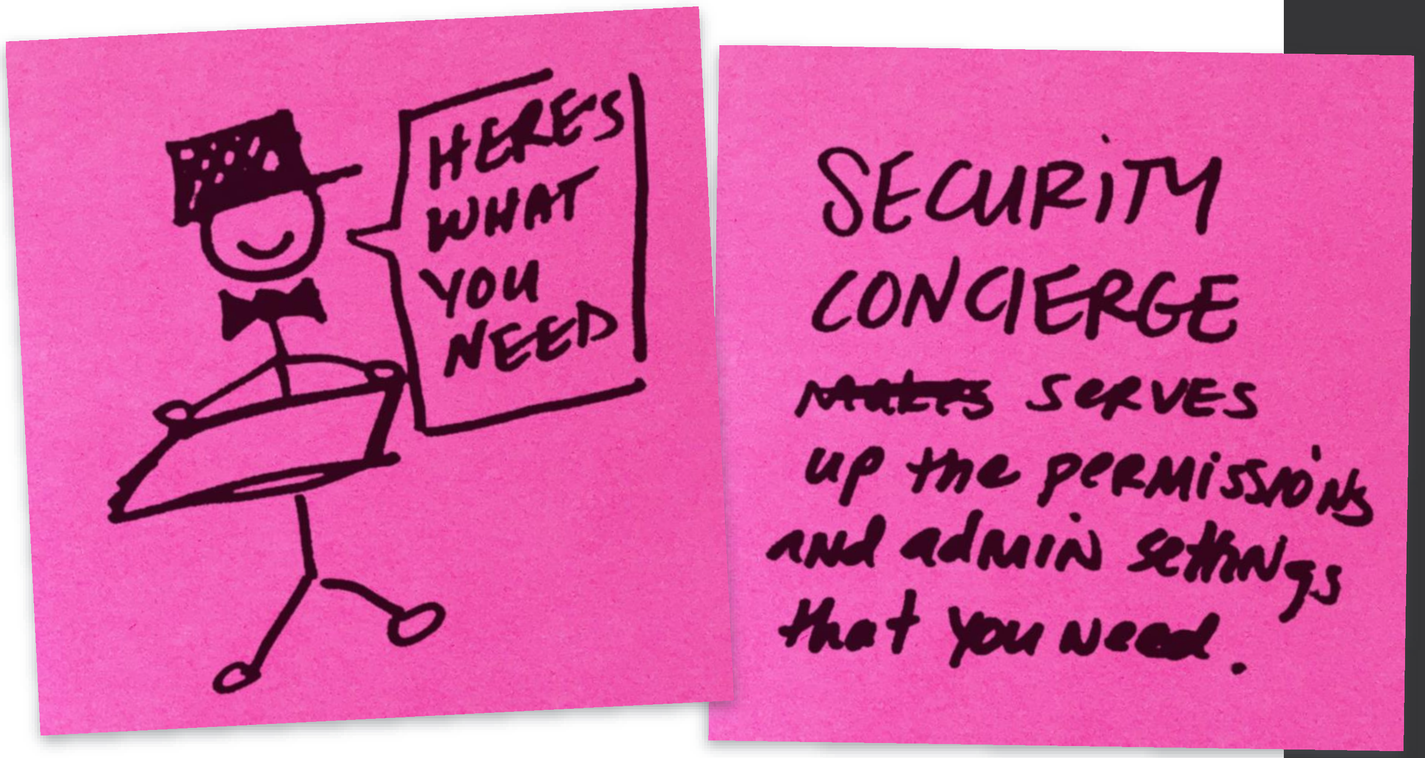
Te lleva a tu destino final usando la ruta mas corta

DIBUJOS DE LAS GRANDES IDEAS

¿Cómo puede nuestro equipo rápidamente colaborar para identificar una gama de posibilidades para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios?

Actividad: Dibujos de las Grandes Ideas

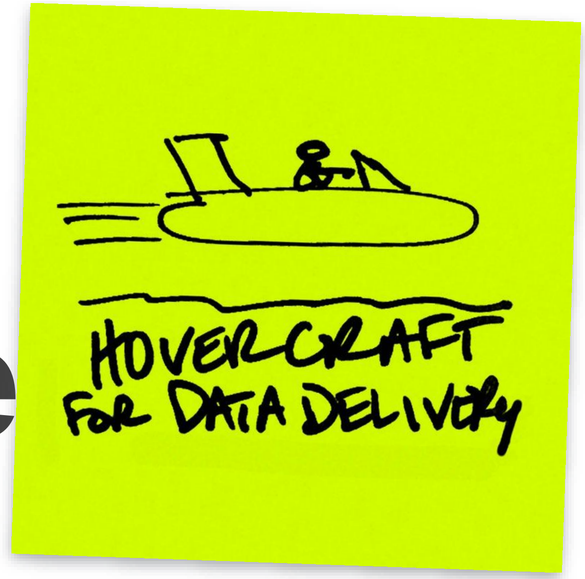
- Cada miembro del equipo crea dibujos de sus 3 Grandes Ideas.
- Enfóquense el los puntos de conflicto de sus usuarios.
- Mantenerse alejado de las características y funciones.
- No mucho detalle!
- Obedecer las leyes físicas.
- *Es casi como…*



Dibujo + Titular + Leyenda

Actividad: Dibujos de las Gran Ideas

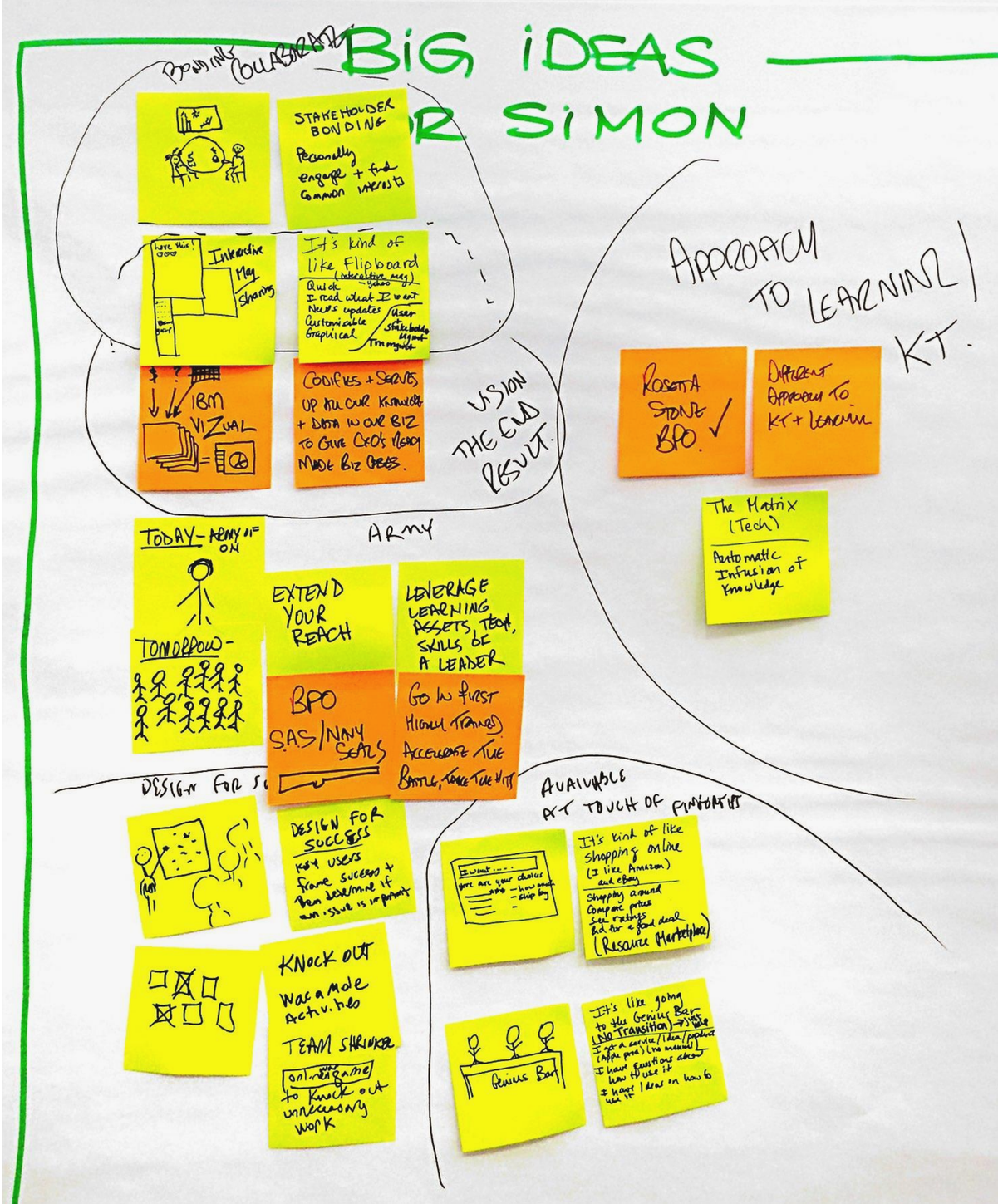
- Cada miembro del equipo debe generar por lo menos una idea que sea **completamente absurda!**



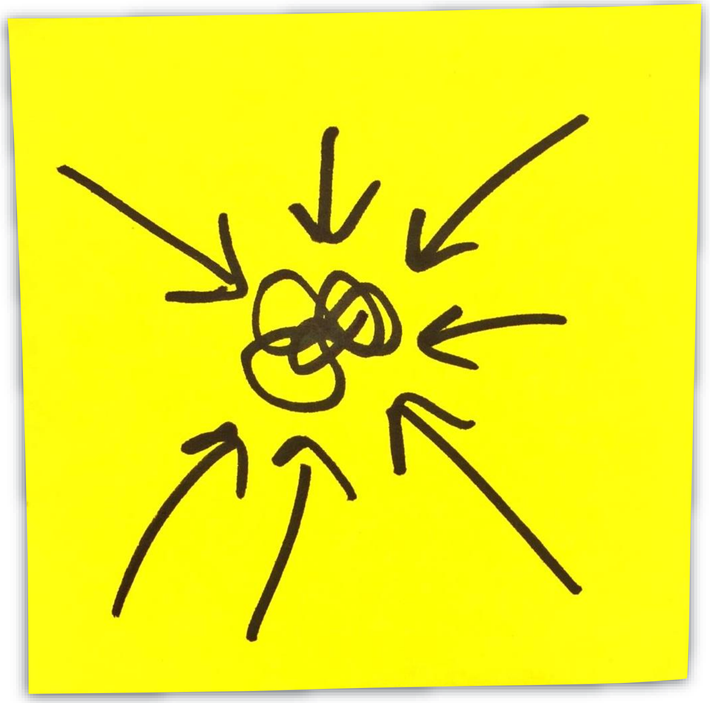
Dibujo + Titular + Leyenda

Actividad: Dibujos de las Grandes Ideas

- Cada miembro del equipo muestra sus ideas a su grupo.
- Hacer esto rápido y sin muchos detalles. (15 segundos por dibujo)
- No hablen sobre implementación o viabilidad todavía!
- **Agrupen ideas similares /relacionada**
  - ★ **Traten de nombrar los grupos.**



Priorización



Es casi imposible que nuestros cerebros pueda **evaluar** y **crea** al mismo tiempo.

CUADRICULA DE PRIORIZACIÓN

¿Cuáles de estas ideas son más importantes y viables [dentro de nuestro lanzamiento determinado o período de planificación]?

Actividad: Cuadrícula de Priorización

1

Vote

2

Coloque

Actividad: Cuadrícula de Priorización

1

Vote

2

Coloque

Actividad: Cuadrícula de Priorización

- Cada persona obtiene el mismo número de votos.
- Evaluar cada "gran idea" rápidamente y por su cuenta.
- El voto debe ser basado en el impacto y viabilidad.

Impacto para el usuario

MUCHOS PUNTOS ROJOS = ALTO IMPACTO

- ¿Convierte un punto de dificultad a un punto agradable?
- ¿Crea más valor par el usuario?
- ¿Distingue el producto?

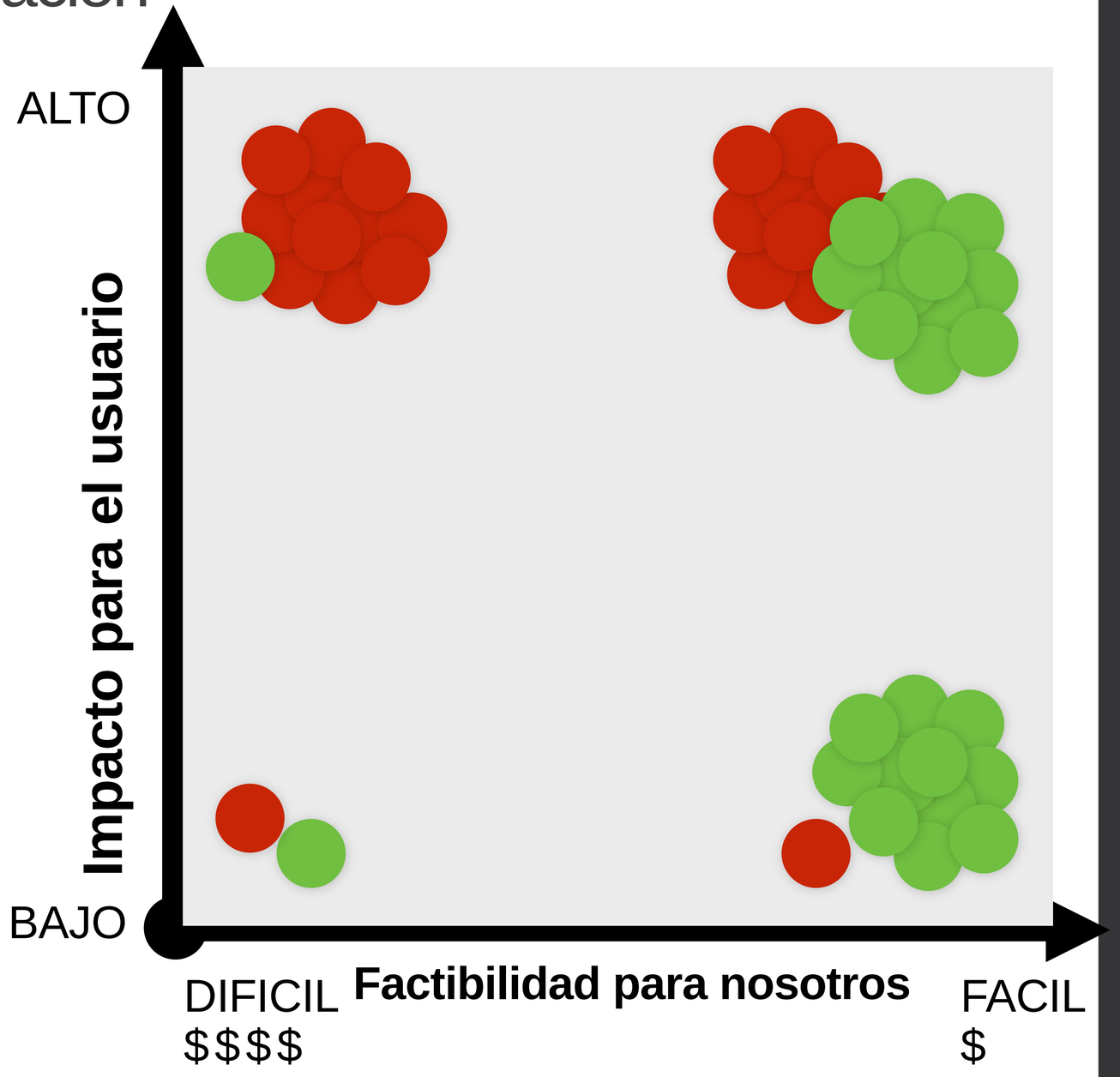
Factibilidad para nosotros

MUCHOS PUNTOS VERDES = FACIL DE IMPLEMENTAR

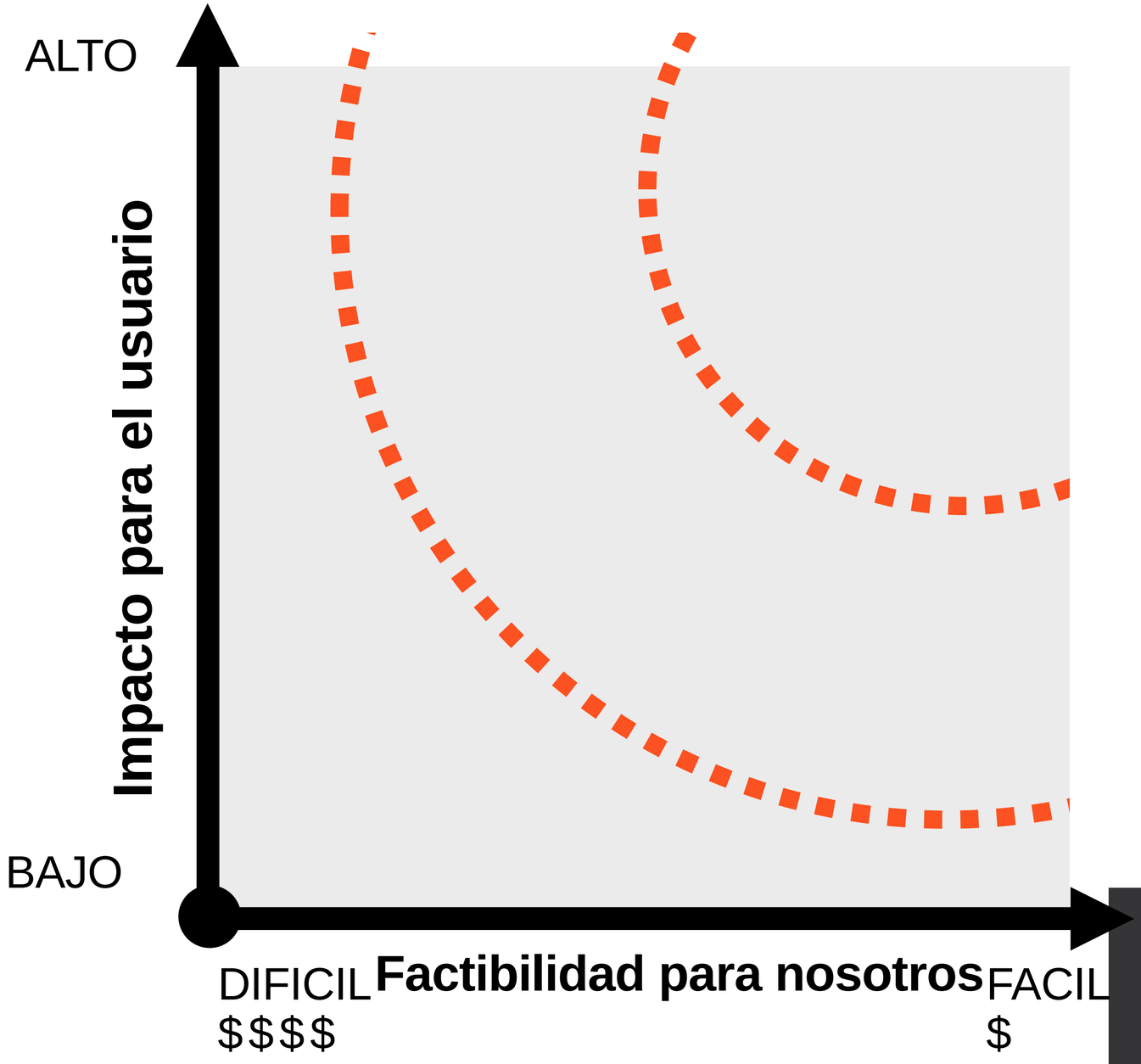
- ¿Puede nuestra organización hacer esto?
- ¿Podemos llevar esto al mercado?
- ¿Es esto técnicamente factible?

Actividad: Cuadrícula de Priorización

- Utilizando los puntos de votación como guía, coloque cada idea en la cuadrícula en el área aproximada.
- Discutir y mover las notas de acuerdo.
- ¿Encuentran que algunas ideas parecen más impactantes que otras?
- ¿Encuentran que algunas ideas parecen más factibles que otras?

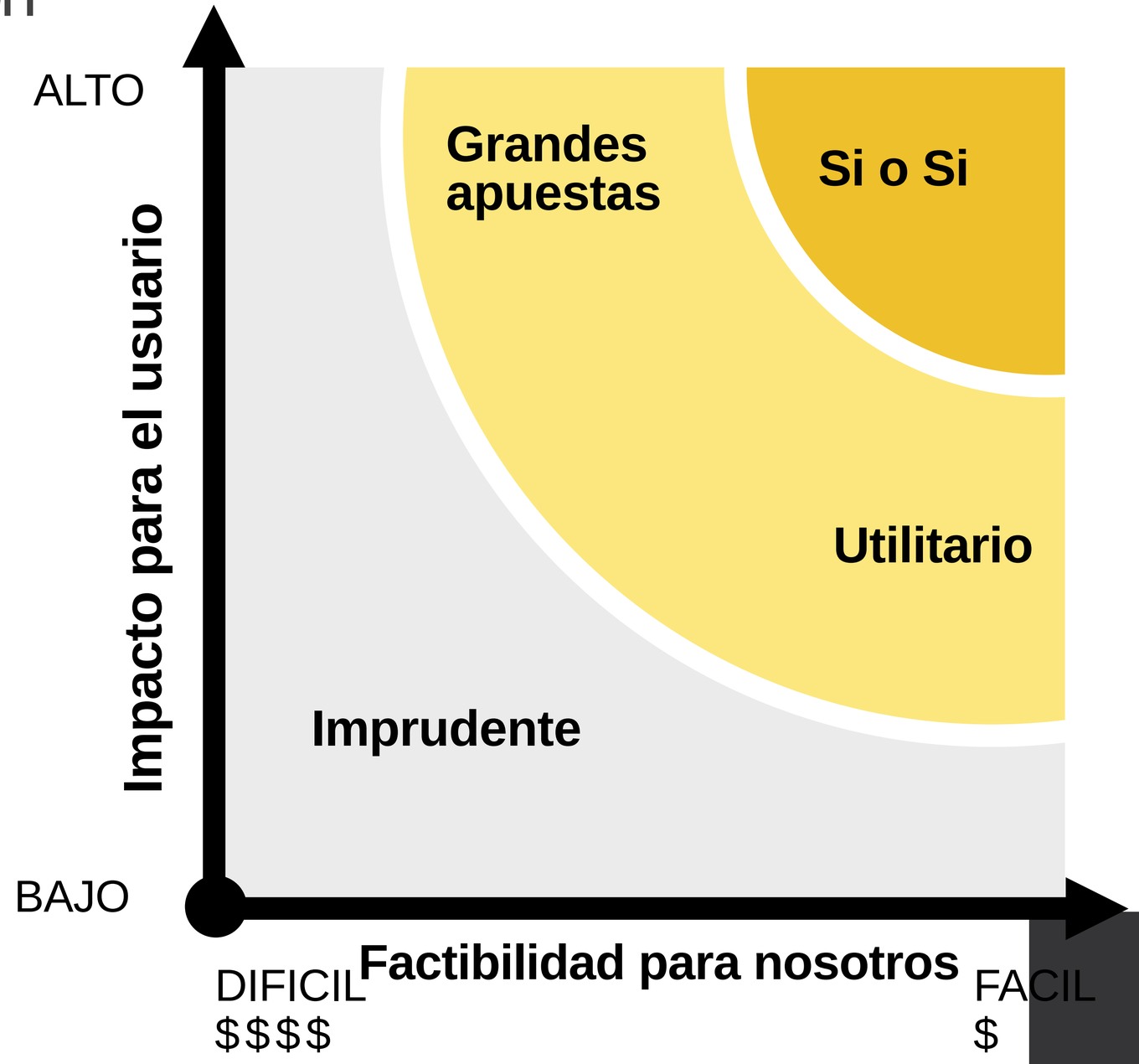


Actividad: Cuadrícula de Priorización

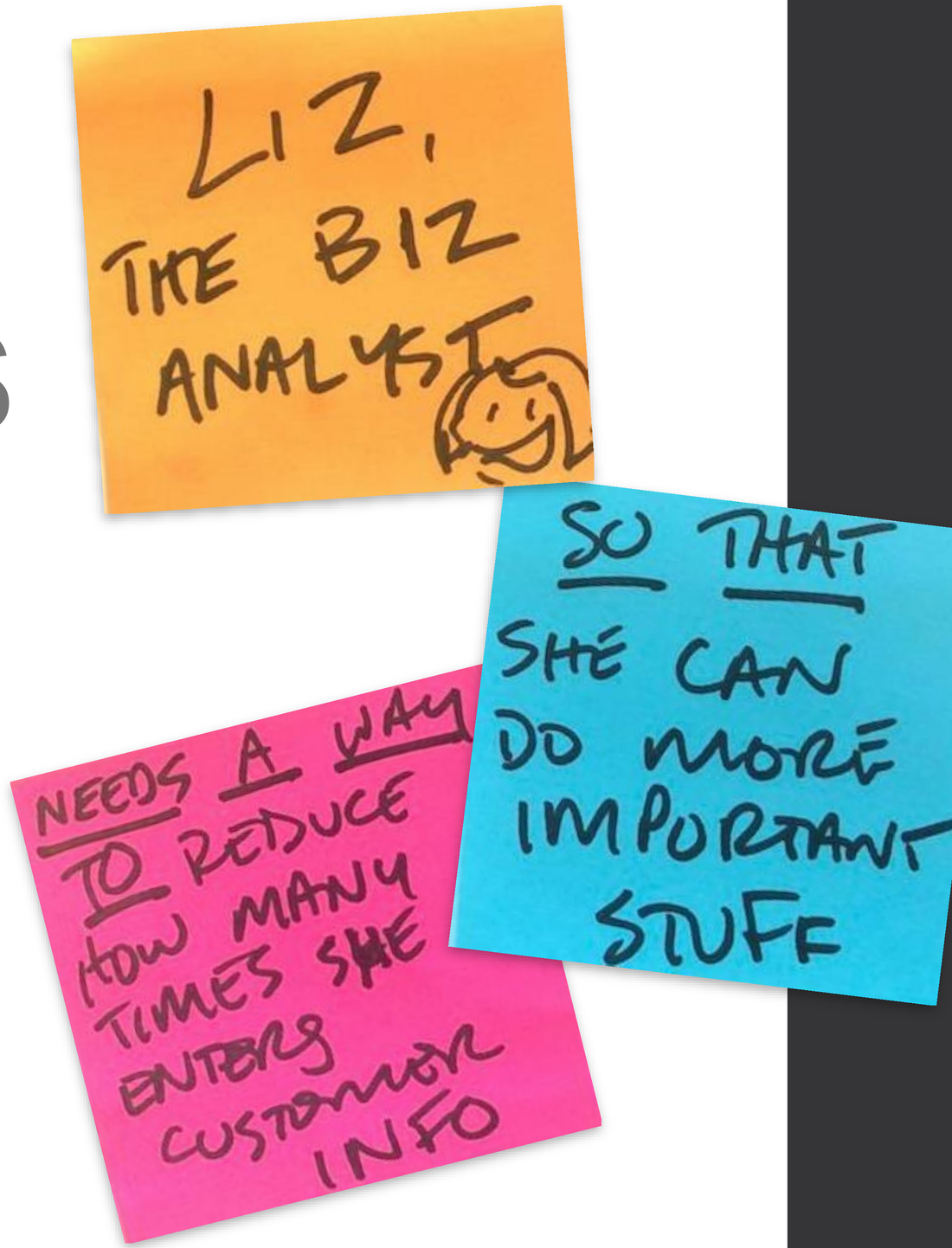


Actividad: Cuadrícula de Priorización

- Si o Si presentan la posibilidad de una ventaja táctica
- Grandes apuestas pueden ofrecer una estrategia par distinguirse
- Utilitario puede representar lo mínimo necesario
- No pierdan tiempo y energía discutiendo sobre ideas Imprudente



Declaraciones de Necesidades



Actividad: Declaraciones de Necesidades

El Usuario _____ necesita una forma de hacer algo que responde a su necesidad _____ para (que) el usuario se beneficie directamente . _____

Actividad: Declaraciones de Necesidades

Liz, la Analista de Negocios

necesita una forma de

Ver un tablero con todos su datos más recientes

para (que)

tener todos sus datos en un sólo lugar

Actividad: Declaraciones de Necesidades

Liz, la Analista de Negocios necesita una forma de Reducir la cantidad de veces que somete los datos de sus clientes para (que) poder hacer cosas más importantes

DECLARACIONES DE NECESIDADES

¿Por qué pensamos que estas ideas son tan importantes e impactantes para nuestro usuario? ¿Qué es lo que realmente busca nuestro usuario?

En las Declaraciones de Necesidades se alza la tarjeta amarilla

“Mejor...”

“Fácil de usar…”

En las Declaraciones de Necesidades se alza la tarjeta amarilla

“Mejor...”

“Fácil de usar…”

“intuitivamente...”

“Próxima generación...”

“Mejor en su clase...”

En las Declaraciones de Necesidades se alza la tarjeta amarilla

“Mejor...”

“Fácil de usar…”

“intuitivamente...”

“Proxima generación...”

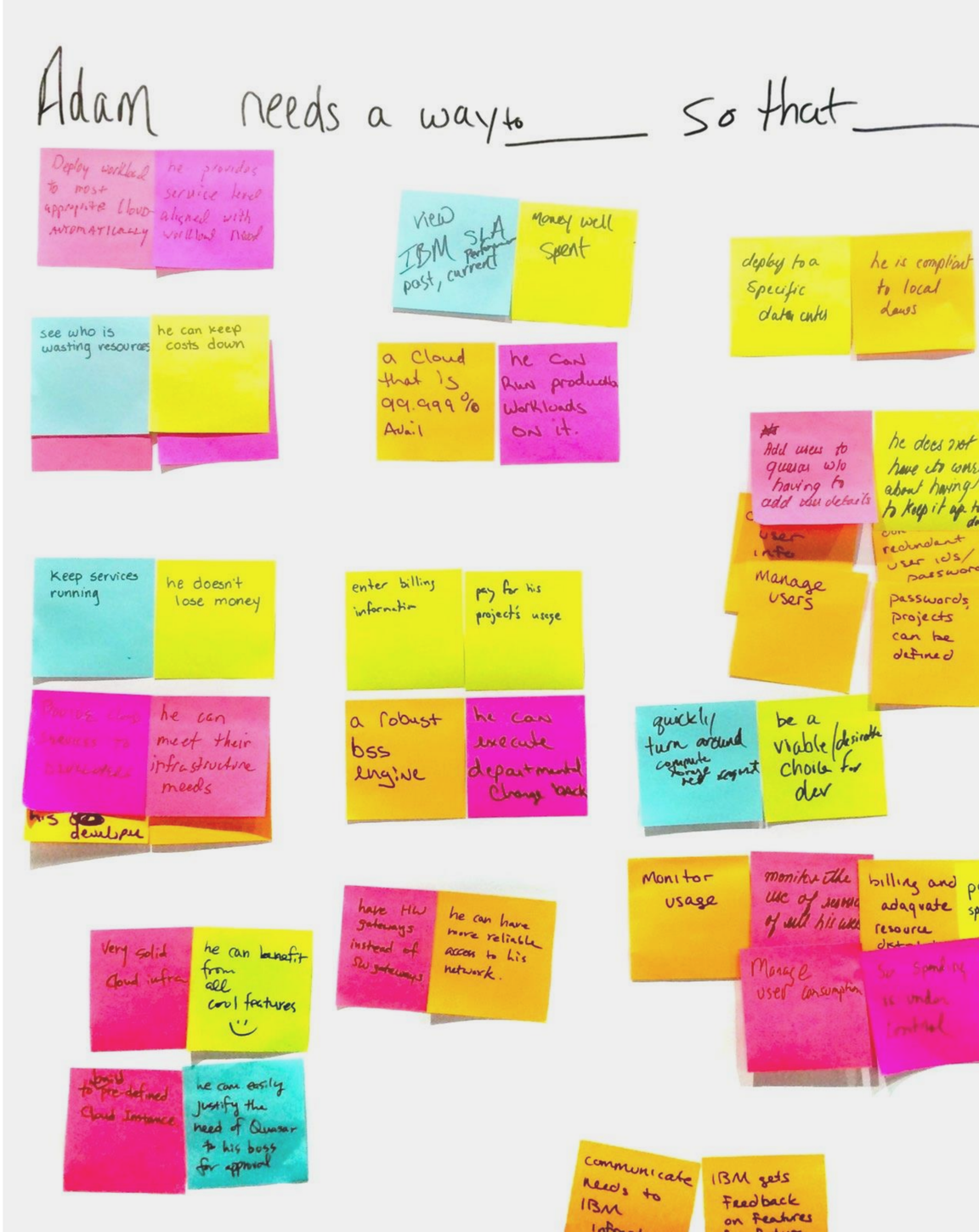
“Mejor en su clase...”

“Rápido…”

“En <#> Clicks…”

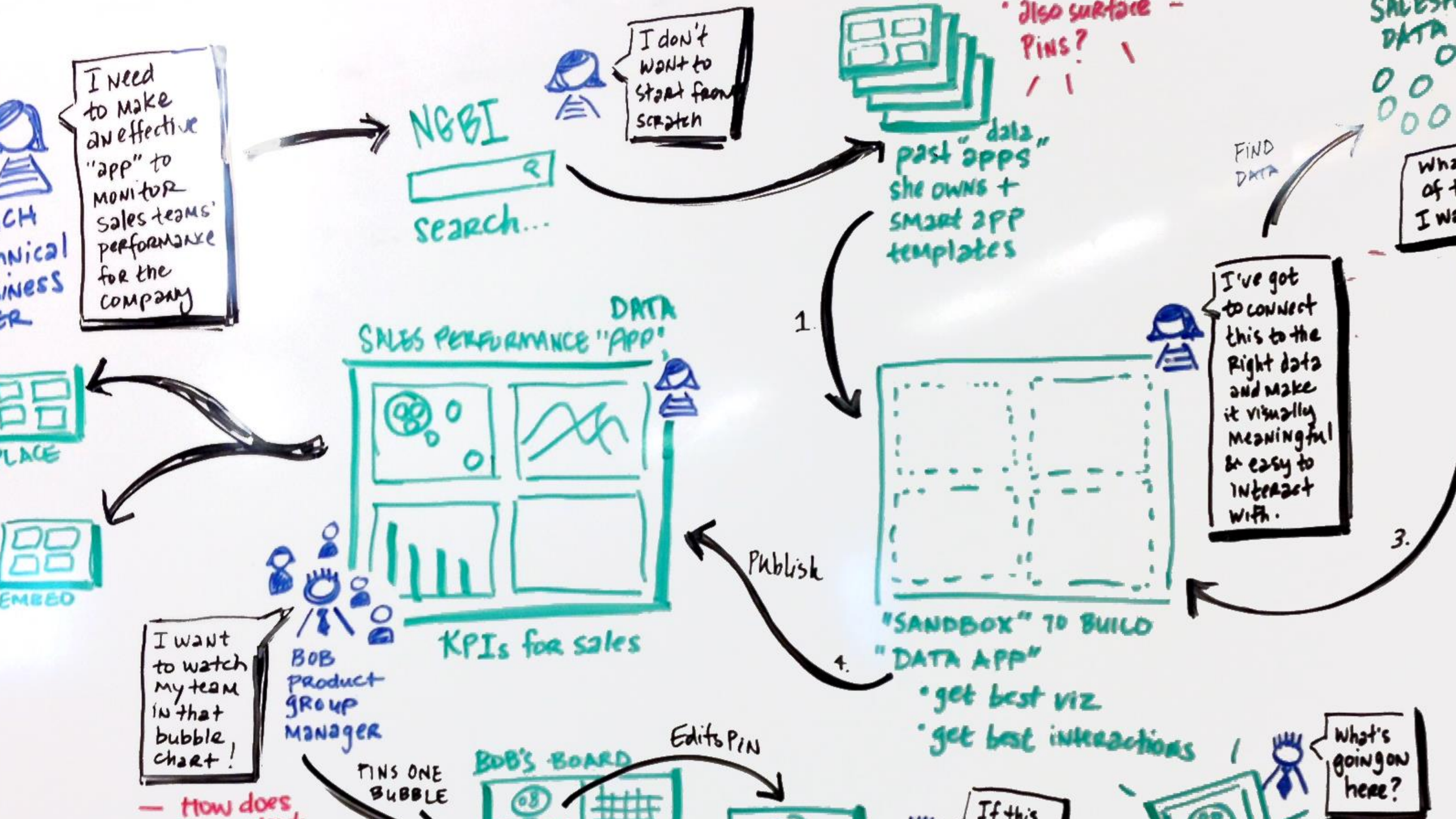
Actividad: Declaraciones de Necesidades

- **Escriban la frase (plantilla) de Declaraciones de Necesidades en la parte superior de tu hoja.**
- Usen los otros artefactos como referencia. Como la Cuadrícula de Priorización, el Mapa del Escenario Presente, y el Mapa de Empatía.
- Coloquen las Declaraciones de Necesidades en pares.



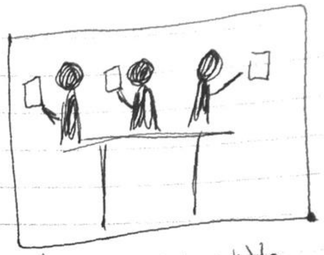
STORYBOARDING

¿Cómo podemos iterar y comunicar nuestras ideas visualmente para la alineación del equipo y a la vez mantenernos centrados en el usuario?

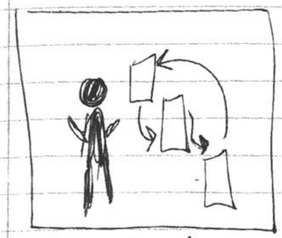

I need to make an effective "app" to monitor sales teams' performance for the company
NGBI
search...
I don't want to start from scratch
• also surface pins?
past "apps" she owns + smart app templates
data
SALES DATA
FIND DATA
What of t I wa
1.
I've got to connect this to the right data and make it visually meaningful & easy to interact with.
3.
"SANDBOX" TO BUILD "DATA APP"
• get best viz
• get best interactions
4.
Publish
SALES PERFORMANCE "APP"
DATA
KPIs for sales
BOB product group manager
I want to watch my team in that bubble chart!
— How does
PINS ONE BUBBLE
BOB'S BOARD
Edits PIN
What's going on here?
If this

ice breaker

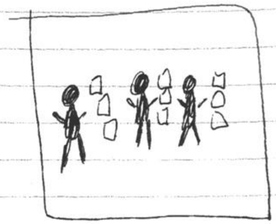
write three superpowers on seperate post its



Share powers with the group

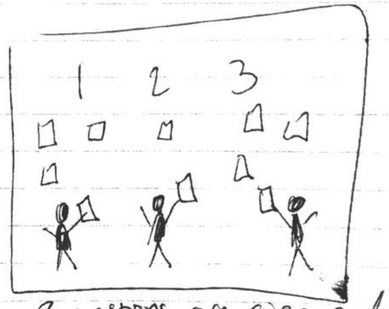


group leaders your superpowers according to most true at the top



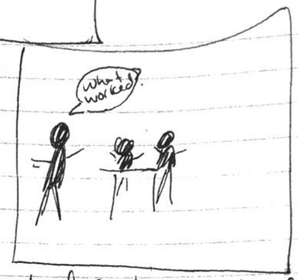
everyone is able to see each others super power arrangement

wake up exercise is introduced and people count off to split to smaller teams



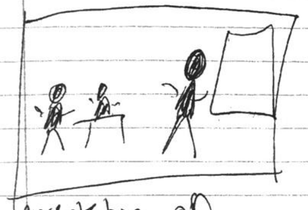
3 questions are given and everyone must generate one stickie per idea as a response

members draw transformation card from hat to add to collection of ideas and get unstuck

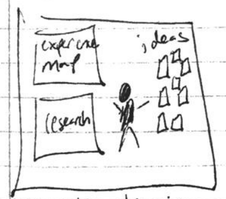


leaders have a conversation with teams about what worked and what didn't

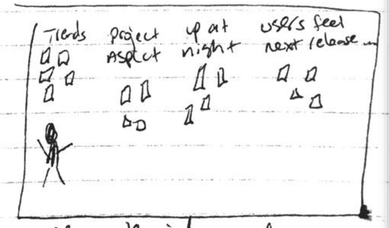
Break



presentation on explore phase of IBM Design thinking



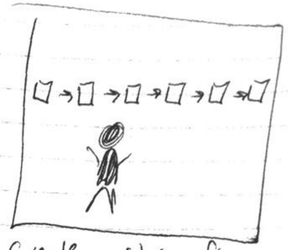
generate stickie note ideas referring back to experience maps, research, opportunities and



generate ideas for a series of ~~questions~~ prompts

cluster ideas by similarities finding patterns

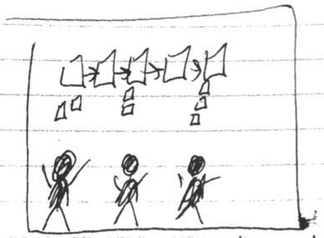
pick 3 clusters based on hills



Create a story from a cluster, user narrative

tell your story to your team in 1 min

Team takes notes on story



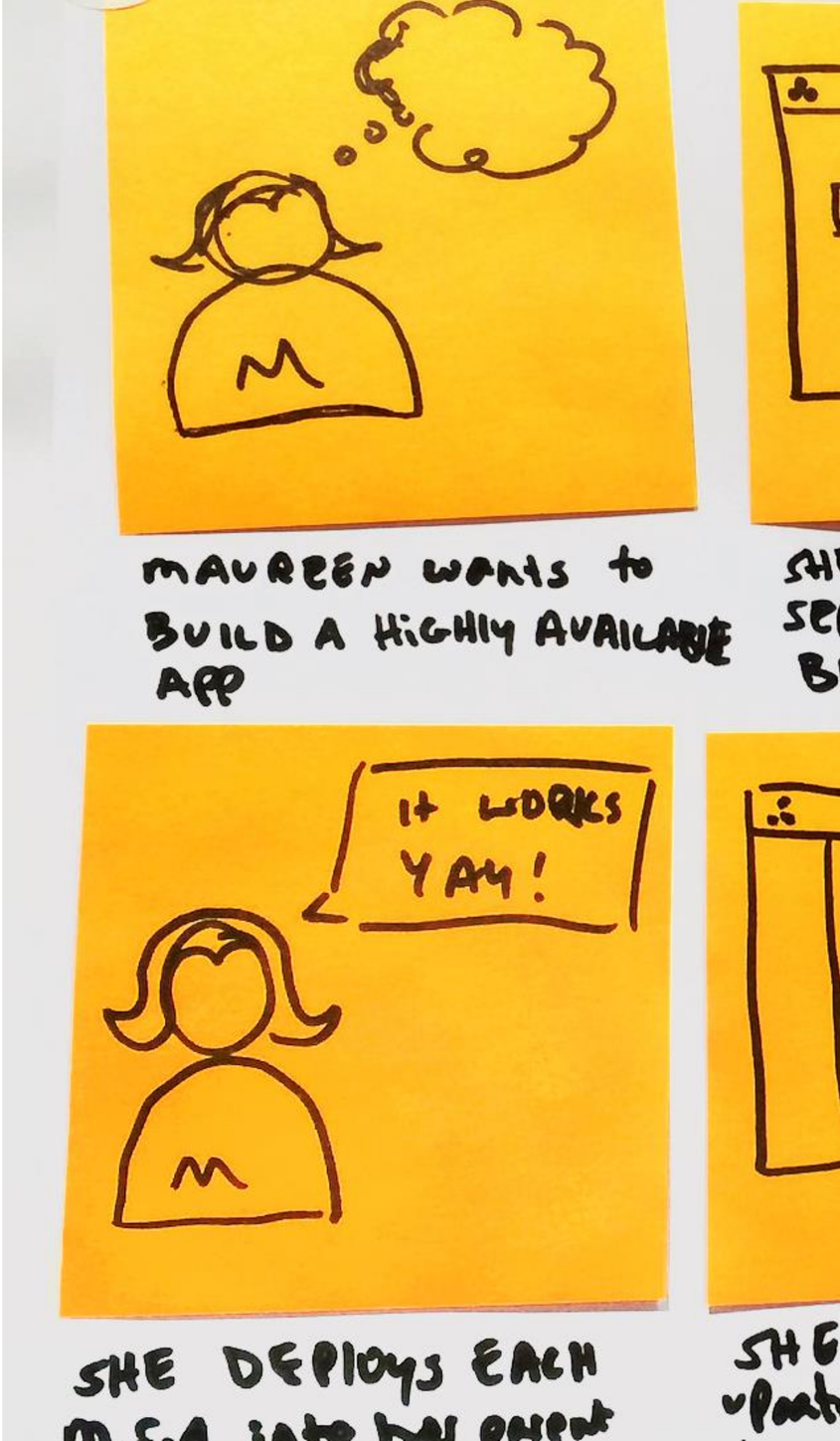
synthesize and evaluate story including notes taken how can ideas be integrated in?

reflection, what can be taken away

Storyboard

¿Cómo sería la nueva experiencia de tu usuario?

- Cada equipo debe hacer su propio storyboard.
- Centrarse en el Escenario Futuro de su usuario.
- Contar una historia con principio, medio y final. Imagina tu historia con personajes, trama, conflicto y resolución.
- Mantenerse centrados en lo humano—enfoque en el usuario en lugar de como debe lucir la pantalla.
- Piensen en el estilo "cómic book". Utilizar burbujas de discurso y pensamiento, ráfagas de acción, leyendas y narración.



Gracias.

¿Más preguntas?