



INNOVANDO PARA EL USUARIO

Design Thinking Workshop

Presentaciones

Quien nos acompaña hoy?

¿Qué Haremos?

Conocer los métodos del diseño centrado en el usuario a través de una experiencia colaborativa

¿Que aprenderemos?

Los métodos de Design Thinking

Comprender > Inventar > Evaluar

Descubrir a través de la observación

Construir ideas tangibles

Recibir retroalimentación constante

Código de Conducta

Colaboración Extrema

Ideas sin Ataduras

Actos no palabras

Totalmente enfocados

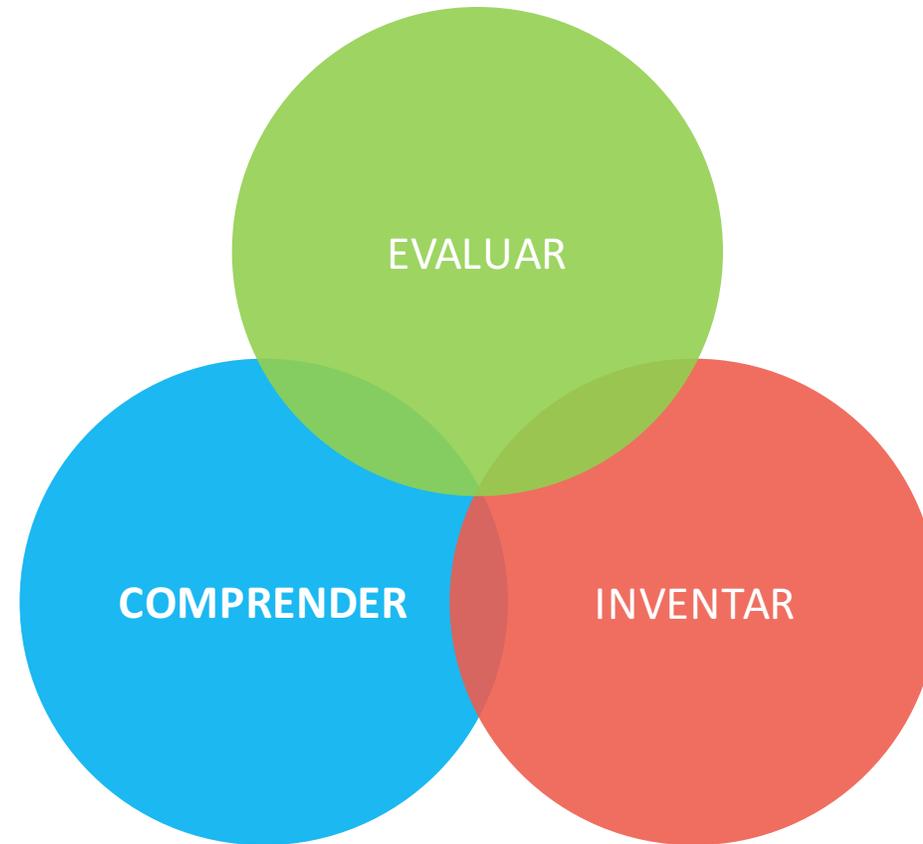
Comprometidos con el equipo

Minimizar distracciones (cel / laptop)

Design Thinking

Resolver problemas creativamente mediante la empatía, la ideación en equipo e iteraciones constantes.

Ciclo de Diseño



A trabajar!



Que Aprendimos ?

Design Thinking

Resolver problemas creativamente mediante la empatía, la ideación en equipo e iteraciones constantes.

Agenda

¿Quien es Diseñador?

Diseñar es planear acciones enfocadas en transformar situaciones existentes a situaciones deseadas.

Herbert Simon

**¿Cual es la visión de
nuestros clientes ?**

A photograph of a computer lab or office environment. Several people in business attire (white shirts and ties) are seated at desks, working on computers. The scene is brightly lit with overhead fluorescent lights. A prominent red rectangular banner is overlaid in the center of the image, containing the text '¿Esta?' in white. The background is slightly blurred, emphasizing the workers in the foreground.

¿Esta?

¿0 es esta?



OMG MOMENTS

El producto no es la experiencia

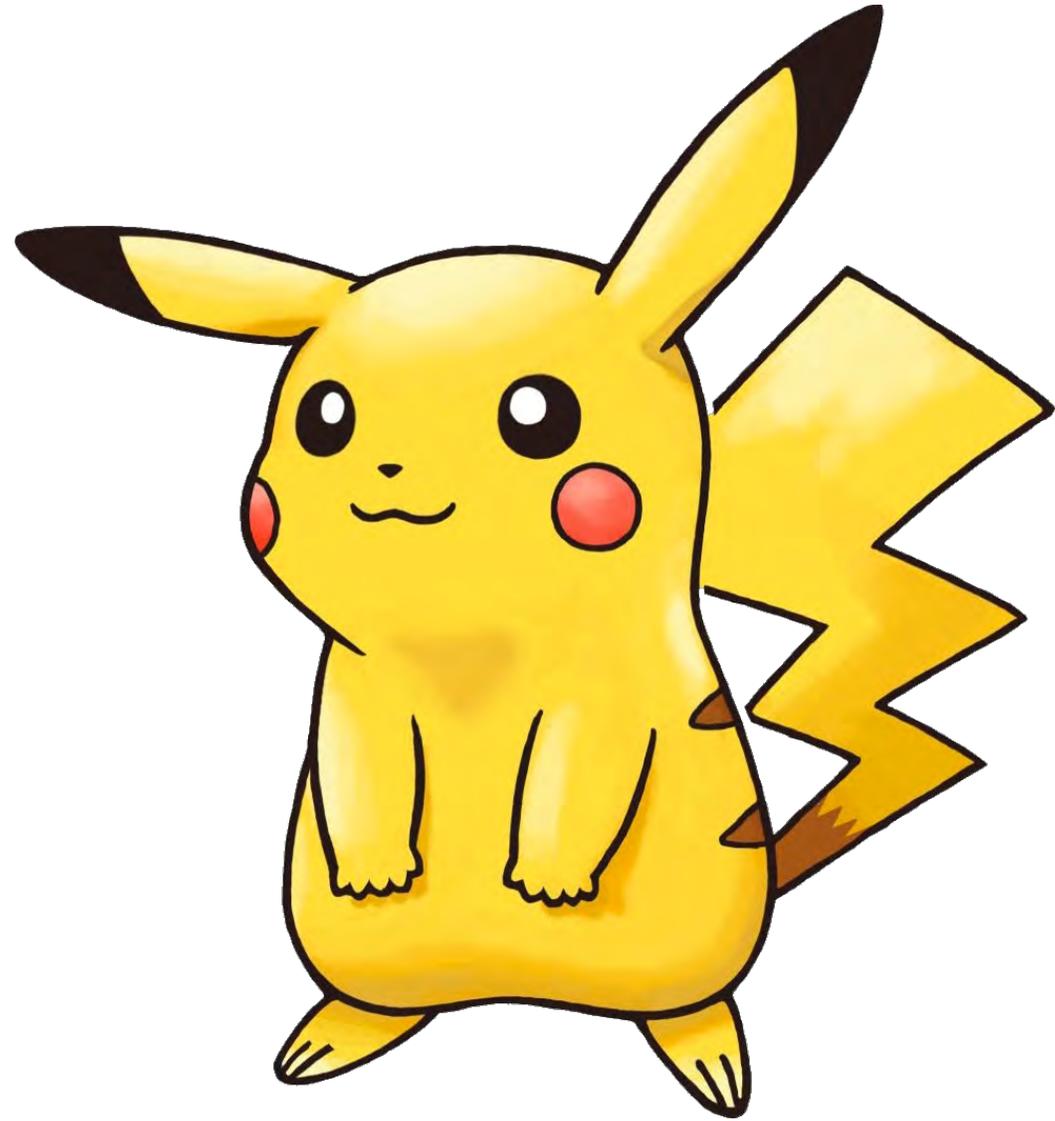


El producto hace posible la experiencia



**¿Proveemos productos
o experiencias?**





Disenando GTI

Presente

Technology-Centered Innovation

- Pragmatic Products, Technological Solutionism
- Performance Focused
- Rigid Development
- Narrow View of Customer
- Product Specific Design



Futuro

Human-Centered Innovation

- Empathetic Solutions
- Experience Focused
- Iterative Development
- Broader View Of Personas
- Brand Design Language
- Connected

¿Que es una Experiencia End-to-End (E2E)?



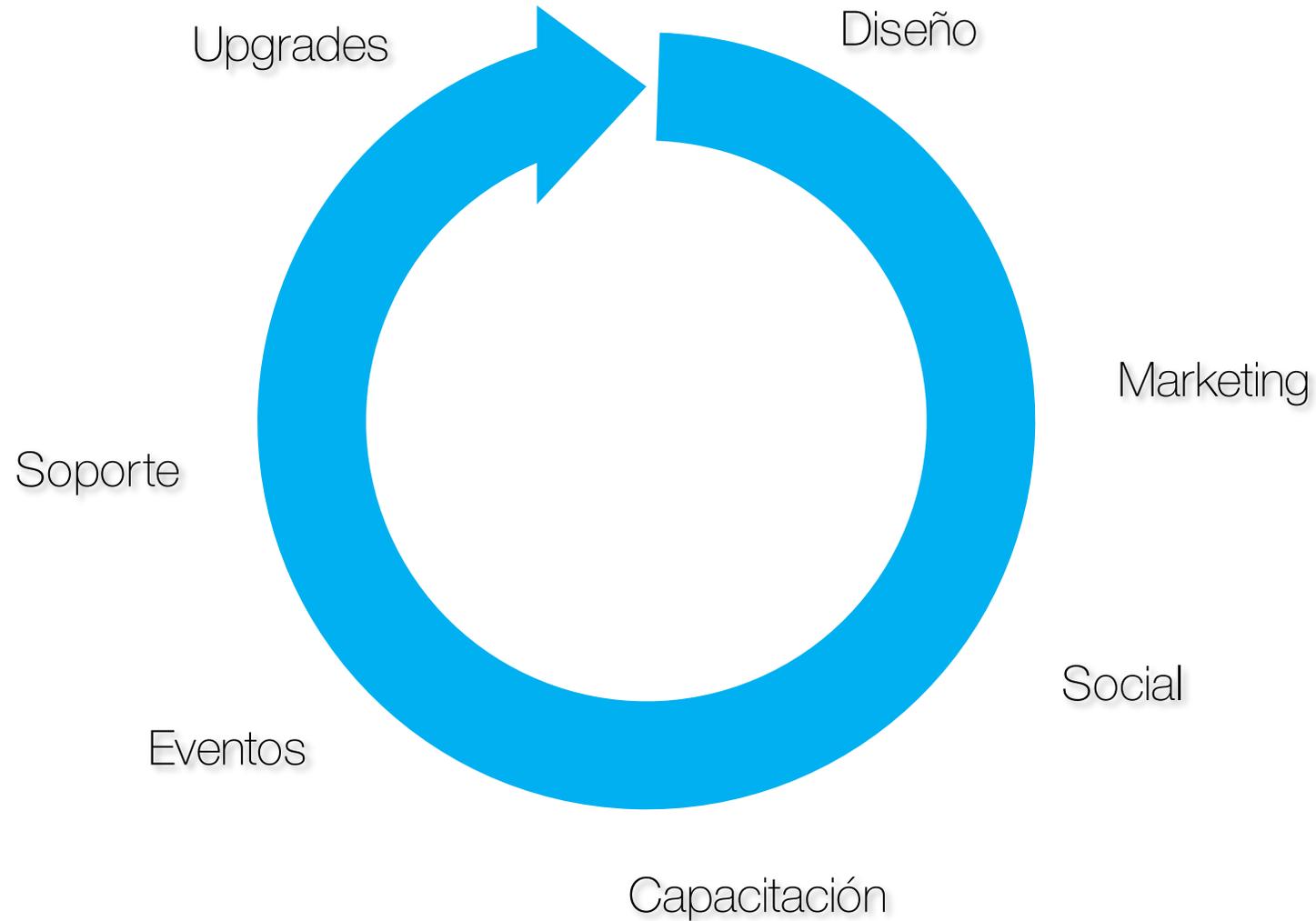
50 billion app downloads.
One really big thank you.

50,000,000,000

The grand prize winner will be announced soon. Stay tuned.



Enfocarnos mas allá del producto



Objetivos Centrados en el Negocio



Apple Newton



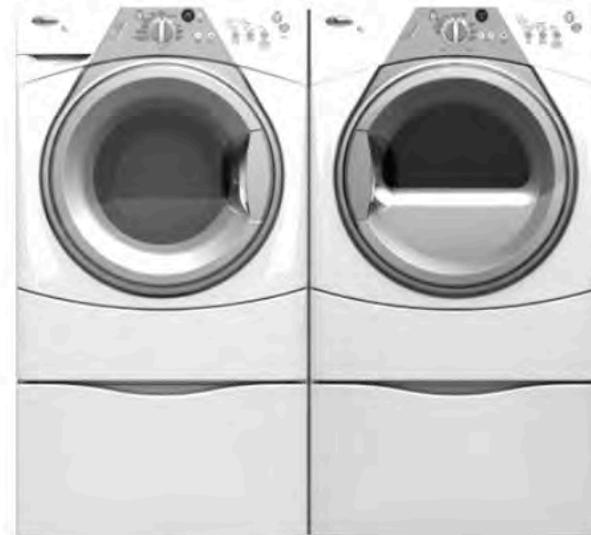
Apple PowerMac G4 Cube



Objetivos Centrados en el Usuario



Apple iPod



Whirpool Duet

Nuestras mejores ideas, los hallazgos mas importantes vienen directamente de nuestros clientes.

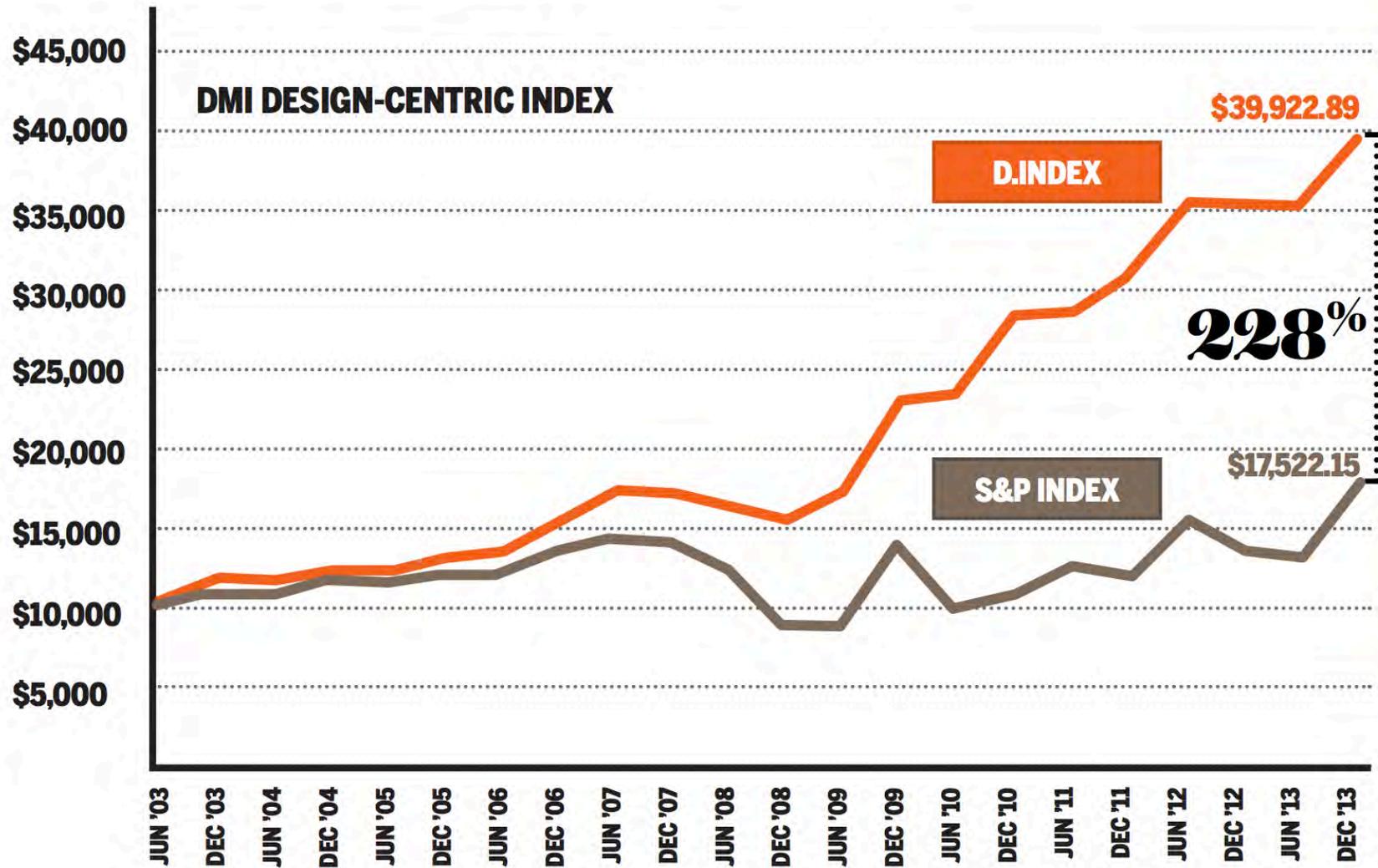
El reto es el identificarlos y traducirlos en diferenciadores del producto

Chuck Jones

Lider de Diseño y Desarrollo, Whirpool

Diseño > Innovación > Performance

A \$10,000 investment in our design index of diverse design-centric companies would have yielded returns 228% higher than the same investment in the S&P over the same amount of time.



DESIGN CONSCIOUS COMPANIES:
APPLE
COCA-COLA
FORD
HERMAN-MILLER
IBM
INTUIT
NEWELL-RUBBERMAID
NIKE
PROCTER & GAMBLE
STARBUCKS
STARWOOD
STEELCASE
TARGET
WALT DISNEY
WHIRLPOOL

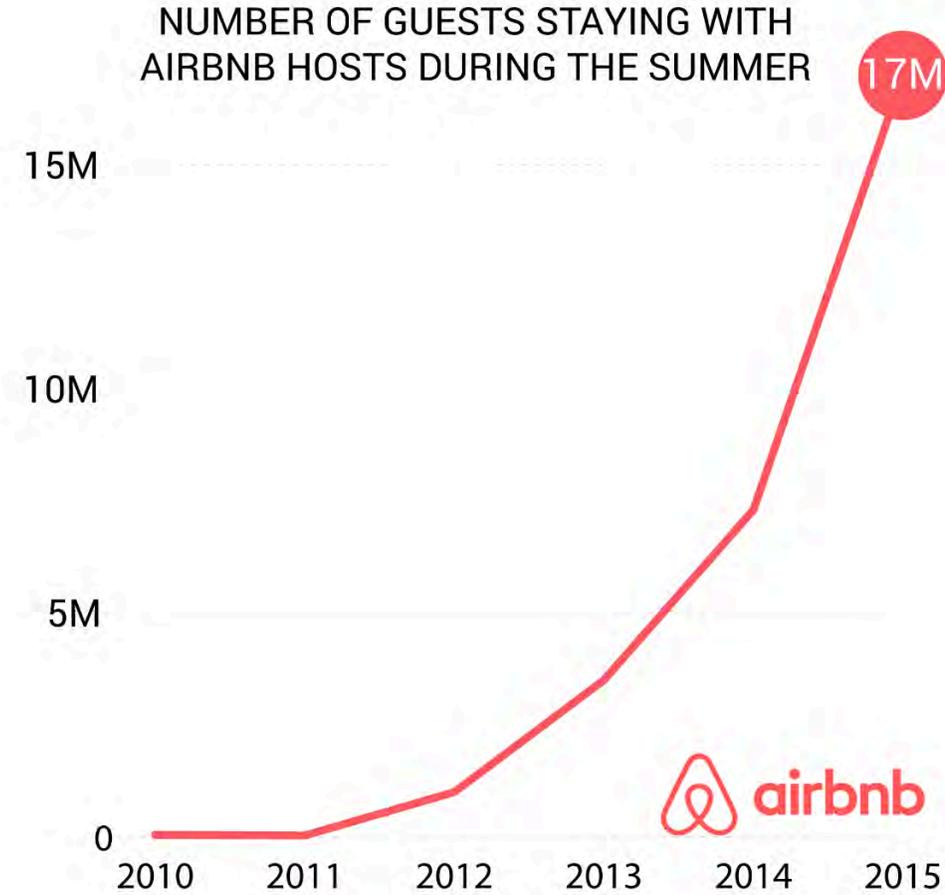
Software



Software + Offline



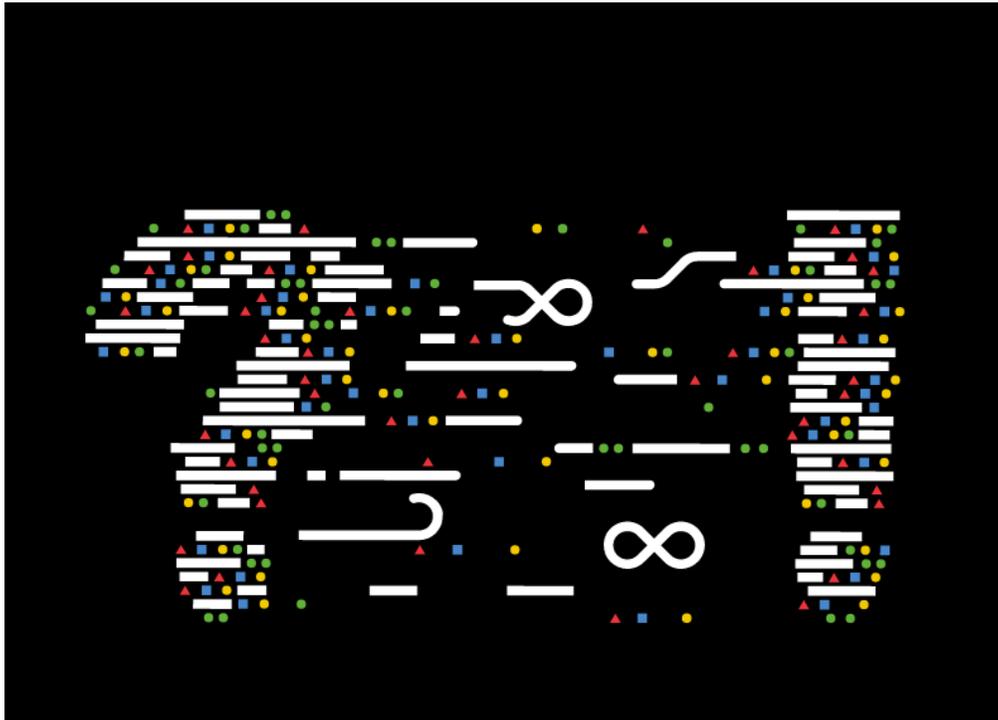
Crecimiento X 355



Software + Servicios TI



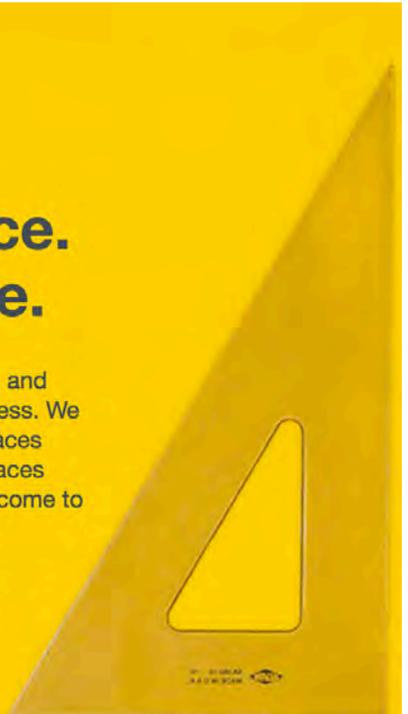
IBM DESIGN THINKING



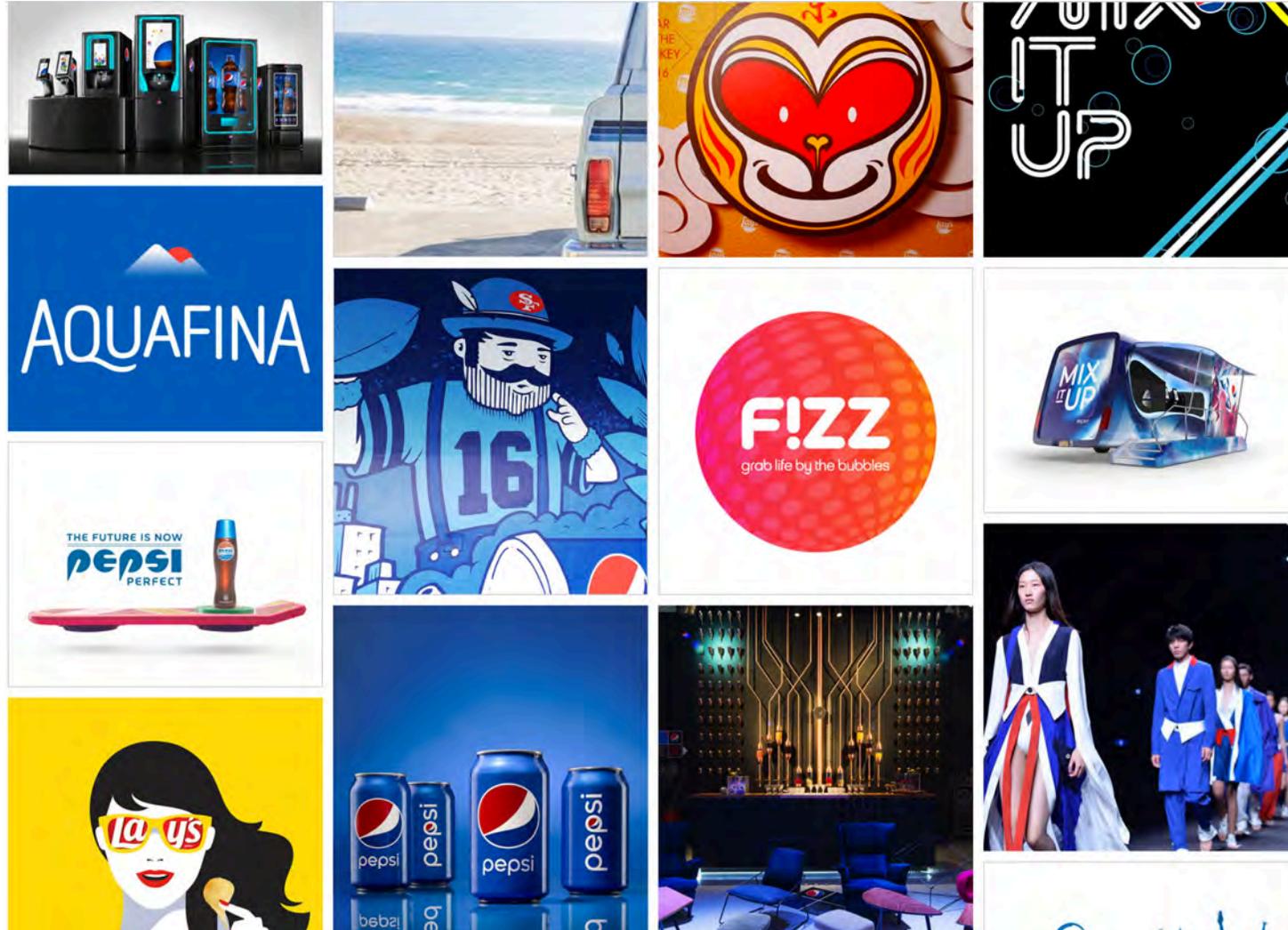
**Not making space.
Reshaping space.**

Design is a constant exploration of creation and destruction; of cacophony and utter loneliness. We need space. We need spaces. We need spaces where we argue, spaces where we play, spaces where we rest, spaces where we think. Welcome to our space: the IBM Design Studios.

[Take a peek](#)



Retail



Experiencial



¿Como Innovar?



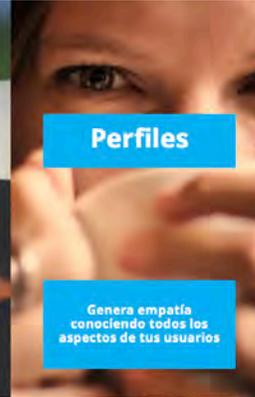
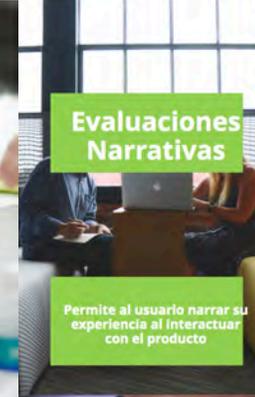
¿Por donde Comenzar?



NUUESTRO FRAMEWORK



● COMPRENDER ● INVENTAR ● EVALUAR

 <p>Entrevistas</p> <p>La mejor manera de comprender al usuario a través del dialogo directo</p>	 <p>Observación</p> <p>Un enfoque efectivo al interactuar con el usuario en su ambiente.</p>	 <p>Mapeo de Involucrados</p> <p>Una forma de visualizar la red de personas que actúan en un sistema</p>	 <p>Perfiles</p> <p>Genera empatía conociendo todos los aspectos de tus usuarios</p>	 <p>Tiro al Blanco</p> <p>Priorizando los aspectos mas importantes de una forma visual</p>	 <p>Evaluaciones Narrativas</p> <p>Permite al usuario narrar su experiencia al interactuar con el producto</p>	 <p>Cuestionarios</p> <p>Una pequeña encuesta para cuantificar la retroalimentación</p>	 <p>Foros de Evaluación</p> <p>Un foro abierto para dar y recibir retroalimentación</p>	 <p>Ciclo de Reflexión</p> <p>Definiendo un ciclo de reflexión para alinearse a los objetivos</p>
 <p>Sube y Baja</p> <p>Una forma de reconsiderar los retos recalibrando enfoques</p>	 <p>Storyboards</p> <p>Un enfoque efectivo al interactuar con el usuario en su ambiente.</p>	 <p>Matriz Creativa</p> <p>Un formato para generar nuevas ideas y conectar diferentes categorías</p>	 <p>Concepto Visual</p> <p>Un formato de presentación ilustrada de los puntos clave de la idea</p>	 <p>Matriz de Oportunidad</p> <p>Reinventando soluciones basado en los hallazgos del usuario</p>	 <p>Reseña Heurística</p> <p>Las 10 reglas del buen diseño</p>	 <p>Ideación Aleatoria</p> <p>Generación masiva de ideas para impulsar la innovación</p>	 <p>Trayecto del Usuario</p> <p>La suma de todas las experiencias del usuario con una organización</p>	 <p>Prototipos</p> <p>Reinventando soluciones basado en los hallazgos del usuario</p>

El diseño no es una vacuna. Es un programa de fitness de innovación que pone "en forma" a las organizaciones.

No es un evento, es una manera de pensar, de comunicar y de hacer diario.

HEATHER FRASER

Rotman School of Business
University of Toronto