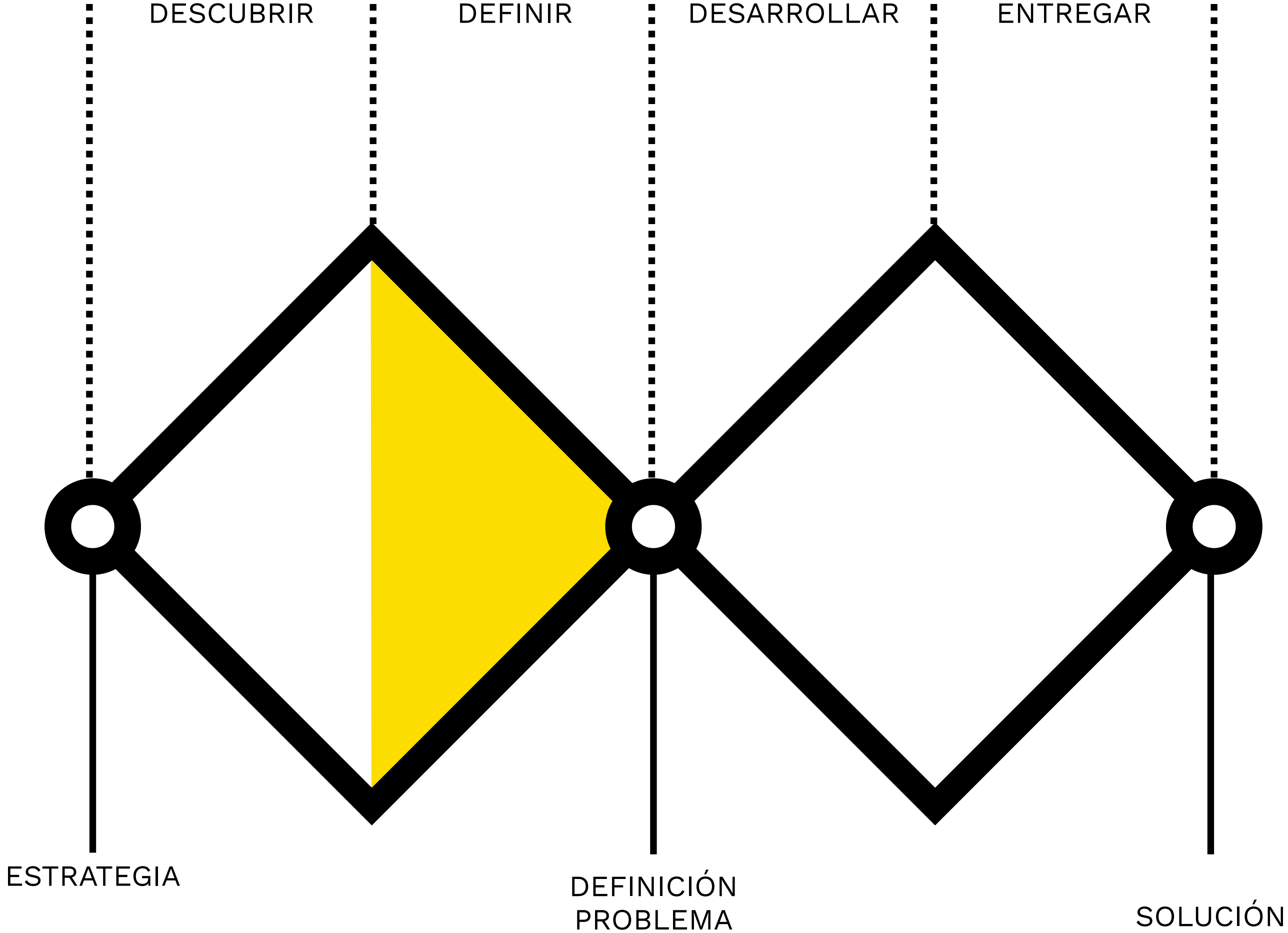


Modelando la experiencia

Clase 4

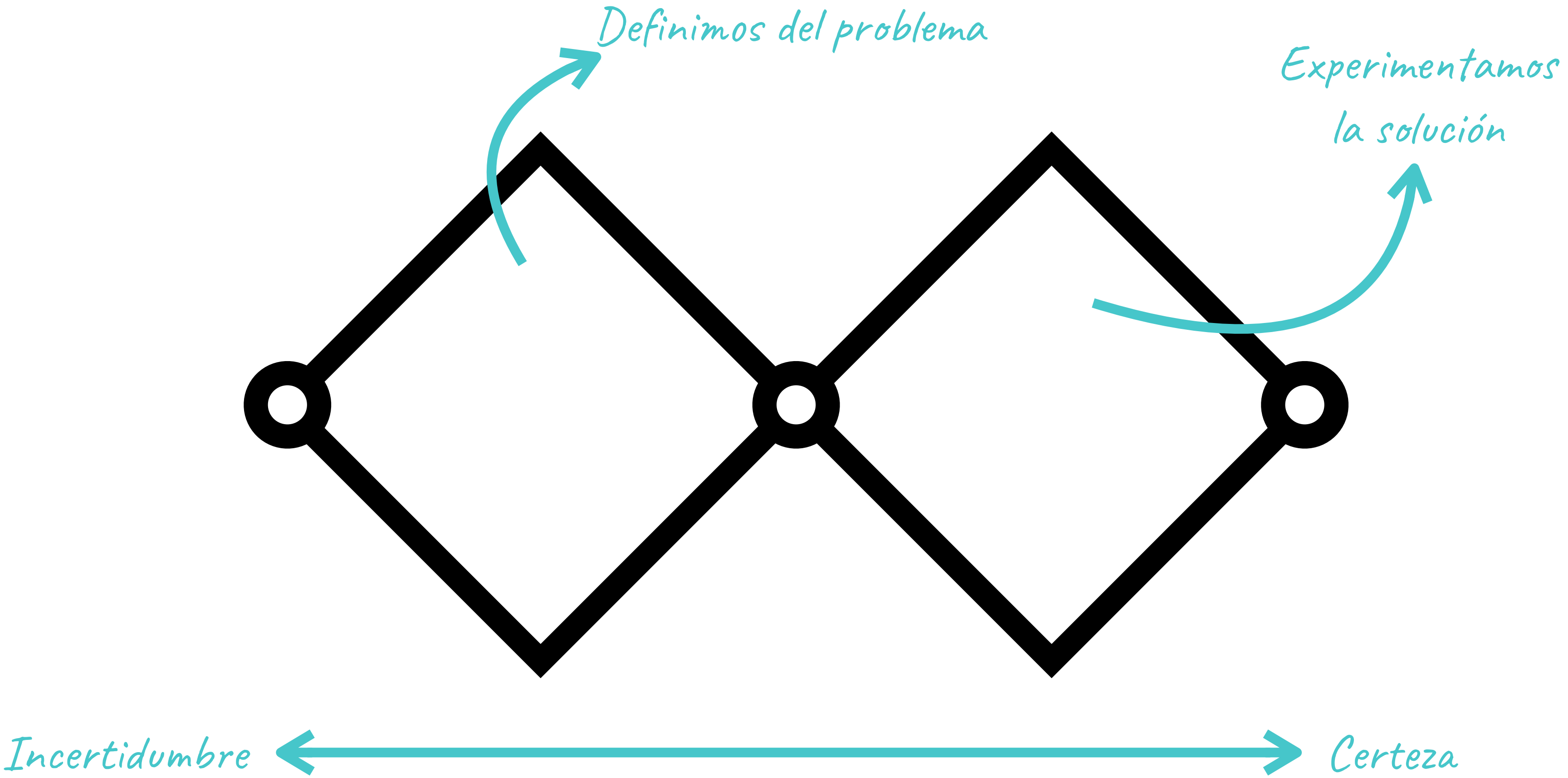
CONTEXTO

Modelo de diseño Doble Diamante



CONTEXTO

Modelo de diseño Doble Diamante



¿Cómo modelar un servicio?

Mapeando

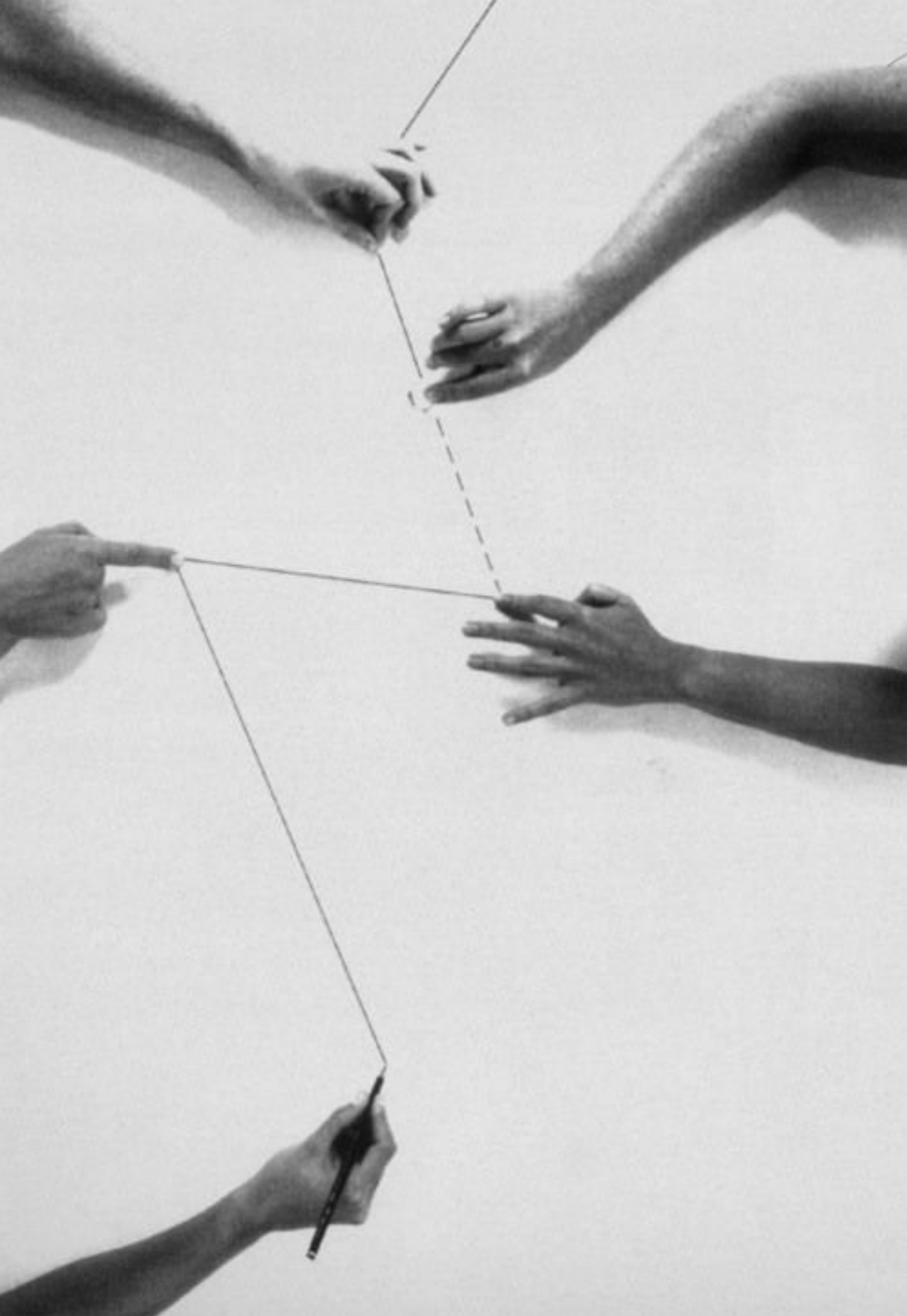
Levanto información a través de la observación o investigación de personas

Construyendo

Modelo el servicio desde una perspectiva crítica a través de artefactos

Reflexionando

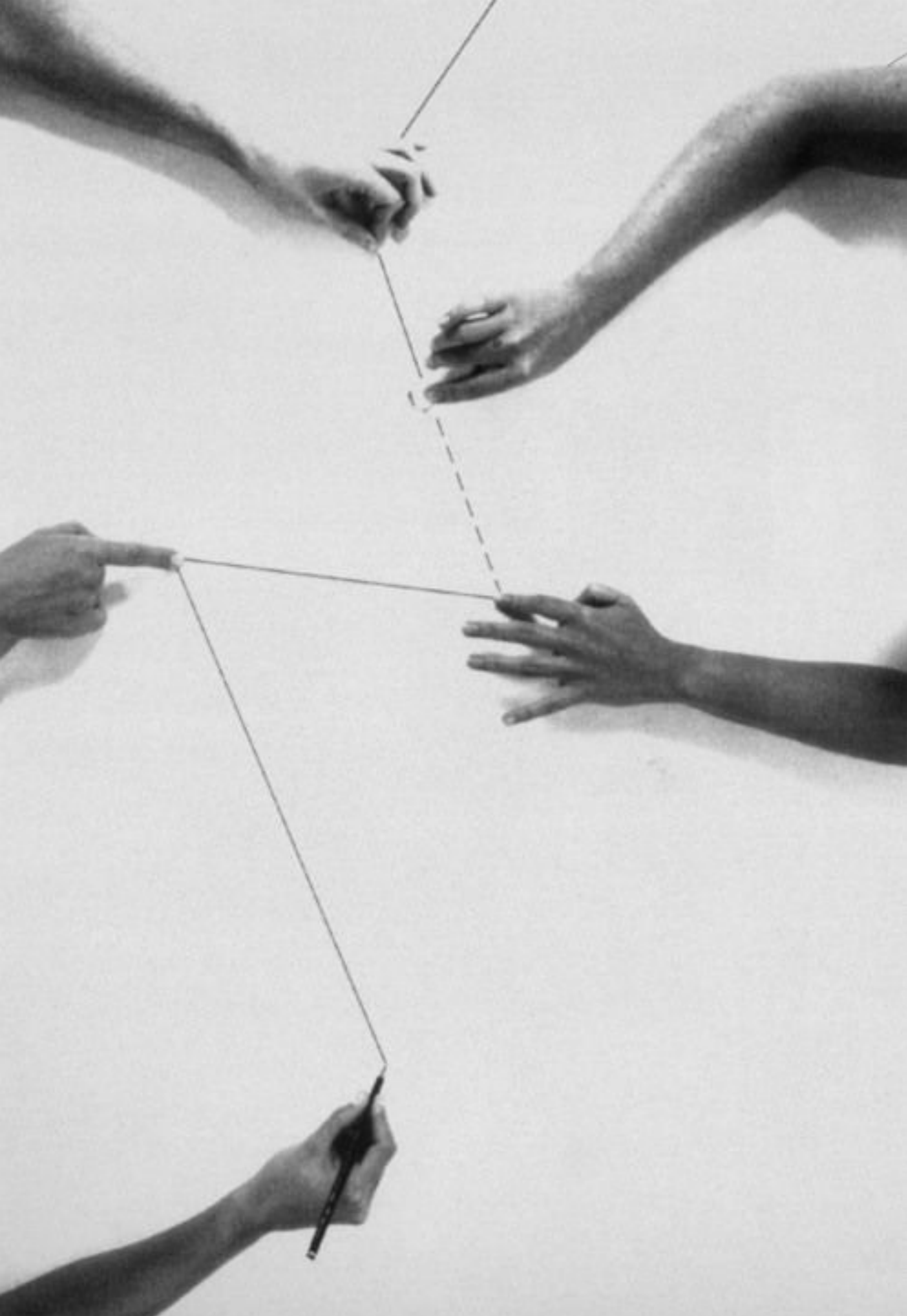
Analizo las oportunidades y desafíos para accionar mejoras o definir soluciones



Qué es modelar

Los modelos se usan para **representar fenómenos complejos** en una abstracción útil.

Decantar en una **forma** los hallazgos de la investigación



Modelar la experiencia

Al hacer un modelo, debemos mostrar siempre la respuesta a estas 4 preguntas:

1. ¿Cuándo el usuario necesita resolver un problema?

2. ¿Dónde están experimentando esos quiebres de experiencia?

3. ¿Qué hace el usuario cuando enfrenta esas situaciones?

4. ¿Cómo es el estado mental/emocional del usuario en esas situaciones?

User Personas



esther aarts

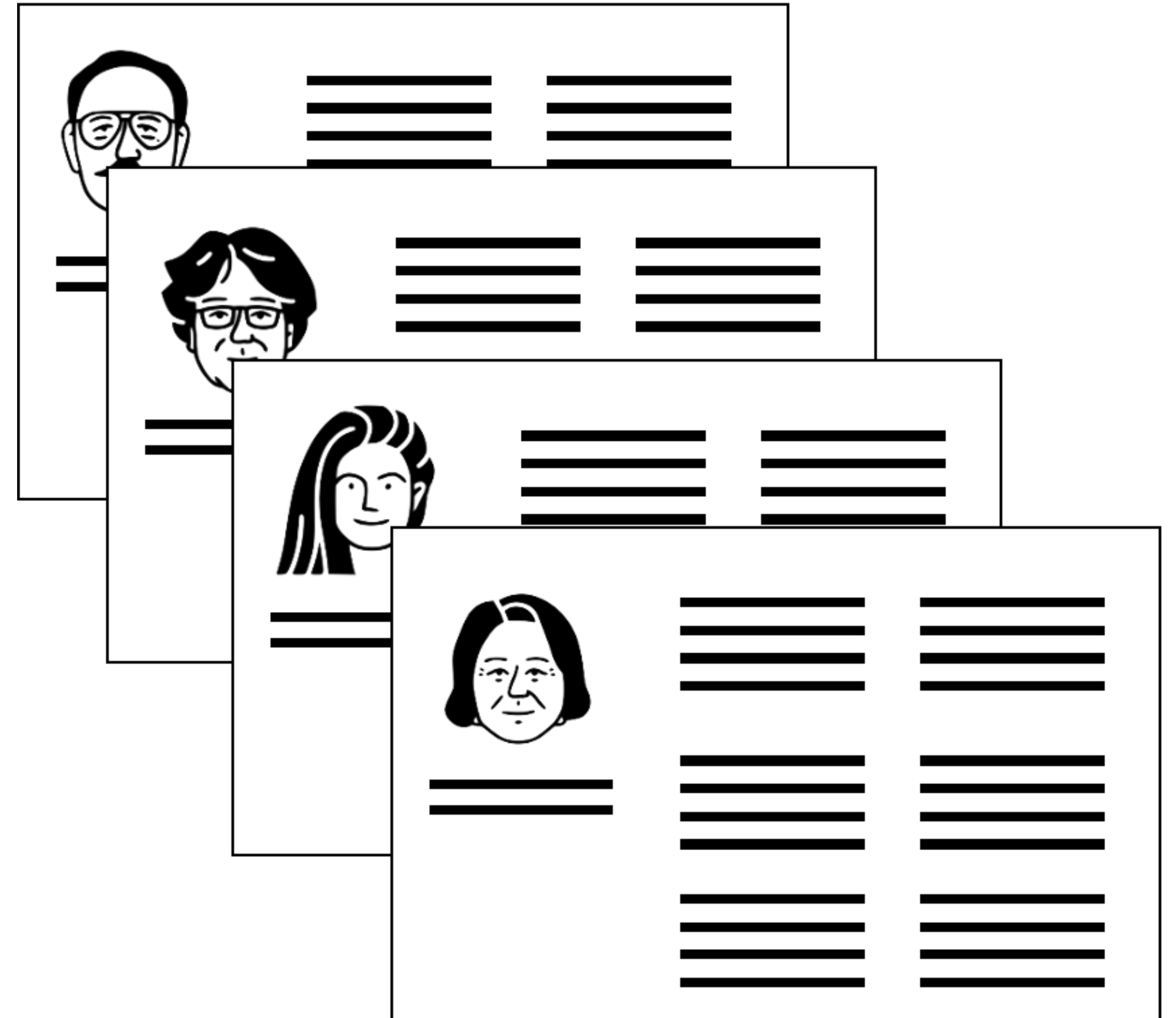
User Personas

Quiere decir modelo de persona o también Arquetipos.

PERSONAS es una **herramienta o artefacto** accionable que usamos los diseñadores de experiencia para definir y comunicar de forma simple el comportamiento, necesidades, motivaciones y frenos de un **grupo de usuarios**.

En este contexto las PERSONAS no son personas reales, son personajes ficticios, contruidos **reuniendo características comunes** de varias personas. Es una representación de varios usuarios.

Estas características son **recolectadas siempre desde la investigación y observación de usuarios reales**.



Imaginemos...

HOMBRE

ADINERADO

NACIDO EN 1948

CON AL MENOS 2 HIJOS

CRIADO EN GRAN BRETAÑA

AMA LOS ALPES

CASADO

AMA LOS PERROS

Fuente: " This is Service Design Thinking", Stickdorn y Scheinder.



Foto: express.co.uk



Foto: caras.com.mx

Juan

Analista Precavido



*“Prefiero asegurarme
contra los imprevistos
antes de lanzarme a la
aventura”*

30 años
Soltero
Trabaja tiempo completo
Vive en la ciudad
Vive con amigos

Personalidad: Lógico, imaginativo, es un pensador estratégico, con un plan para todo

Objetivos:

Conseguir un lugar donde él pueda planificar todos los detalles del viaje.

Obtener flexibilidad para cambiar en algún momento los planes.

Contar con suficientes facilidades para compartir la experiencia con sus amigos y seguidores

Motivadores

- Tener el control
- Información especializada y técnica.
- Testimonios de especialistas reales.

Frenos

- La rigidez, no poder tomar decisiones con flexibilidad.
- Información simple o superficial.
- Precios que no considere justos.

Canales

- Prefiere la web para buscar información
- Chat con ejecutivos para resolver problemas
- APP para navegar en viaje
- Módulos de auto-atención solo para chequearse.

Nombre de pila	Características de su personalidad
Nombre del arquetipo	
Imagen representativa	Objetivos
	Motivadores Frenos
Cita característica	Preferencias de canales
Información demográfica	

Crear ejes
comportamiento o
necesidades enfrentadas.

Deben ser conceptos
relevantes y atingentes al
servicio.

Feels comfortable with and uses often digital technologies |-----| Reluctant to use digital technologies

Uses technology, and digital tools for communicating and manage his portfolio |-----| Relies mainly on interaction with a person

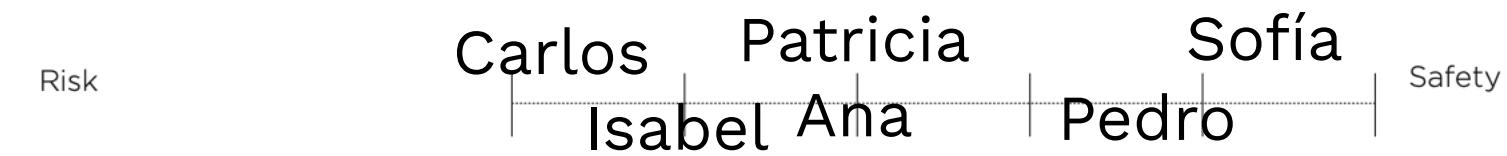
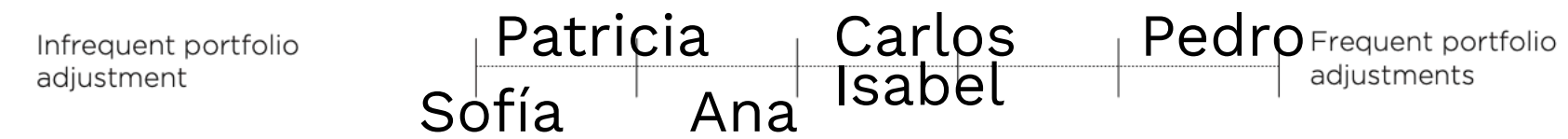
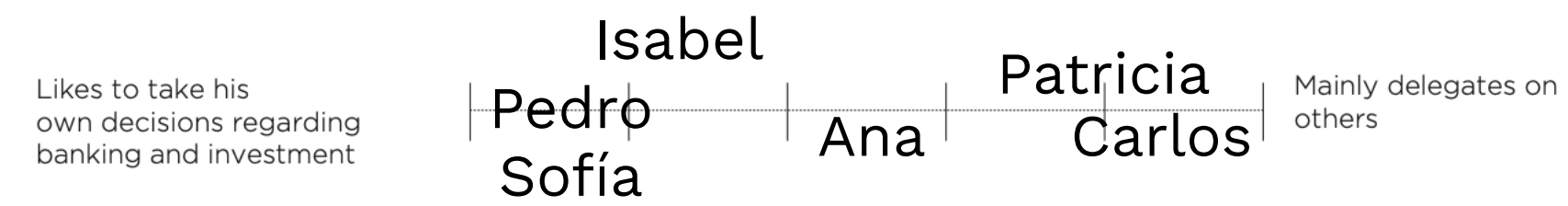
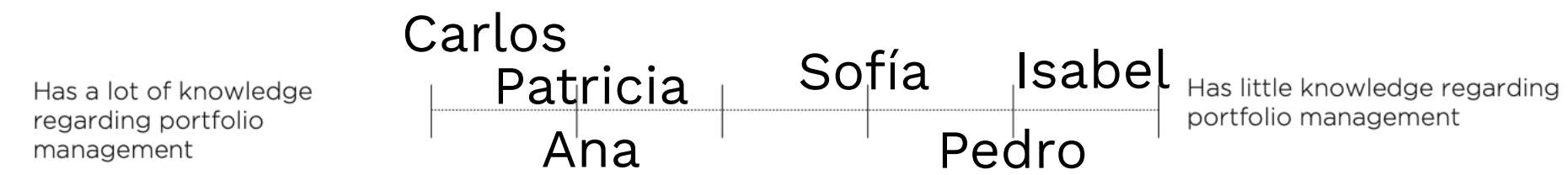
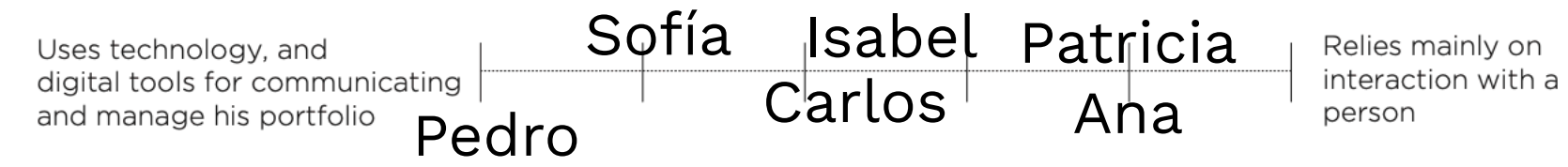
Has a lot of knowledge regarding portfolio management |-----| Has little knowledge regarding portfolio management

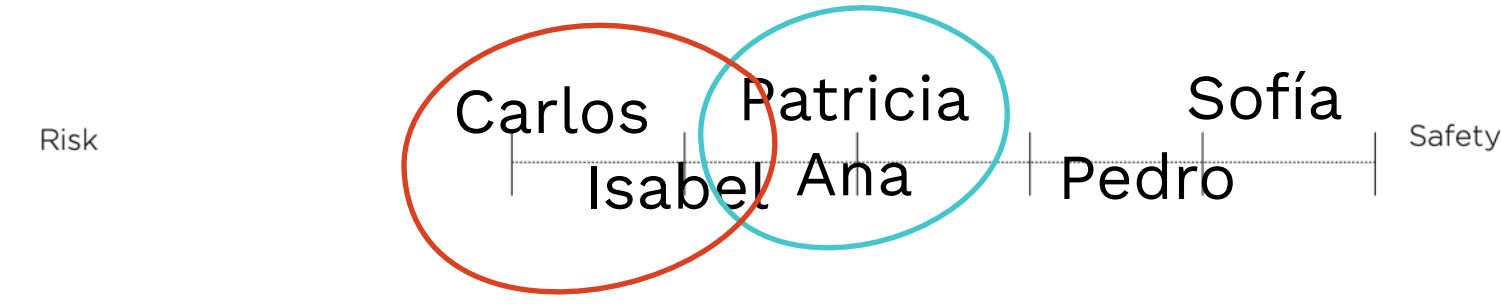
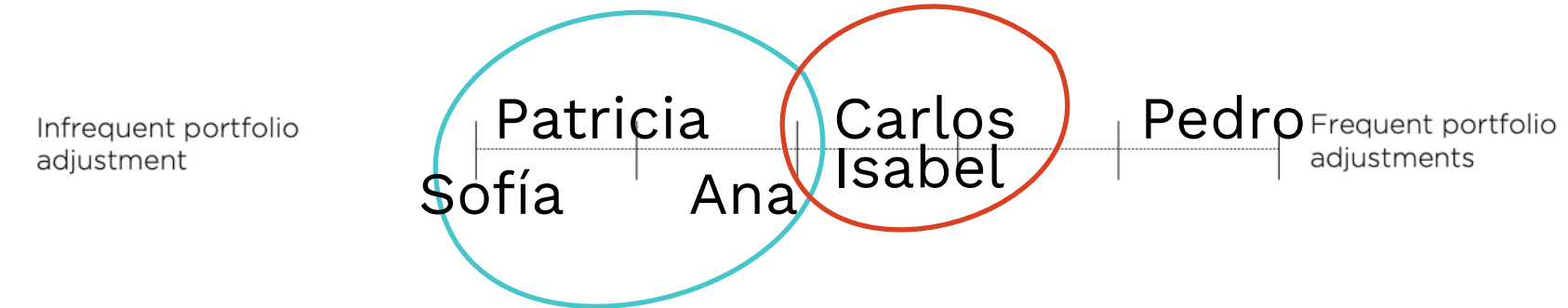
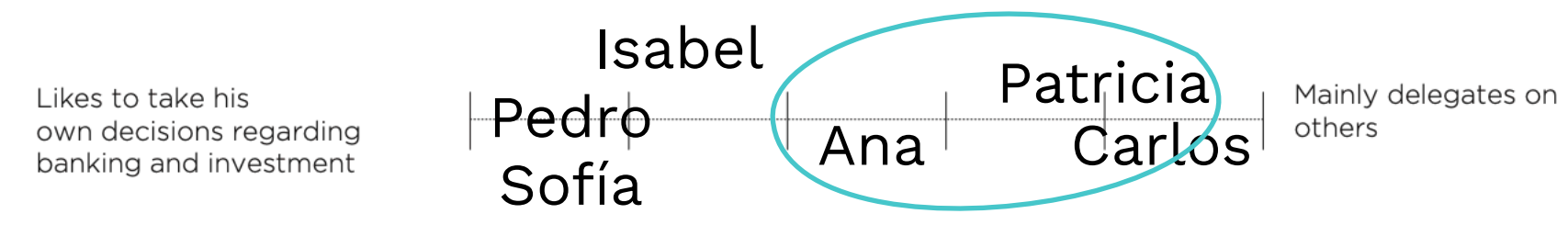
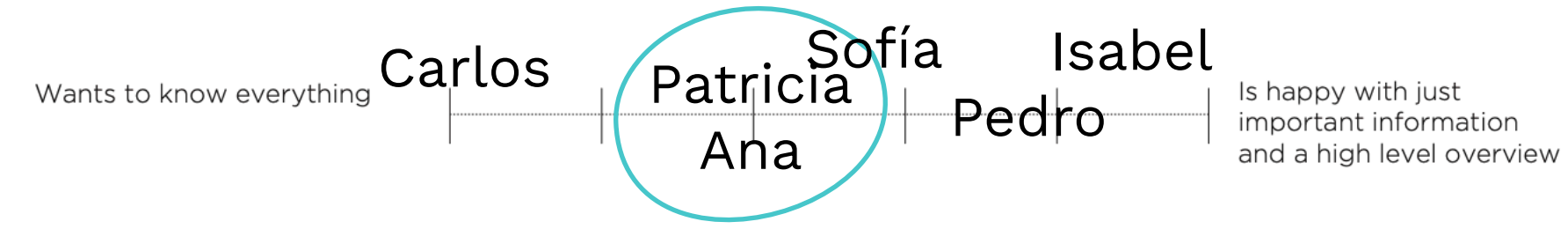
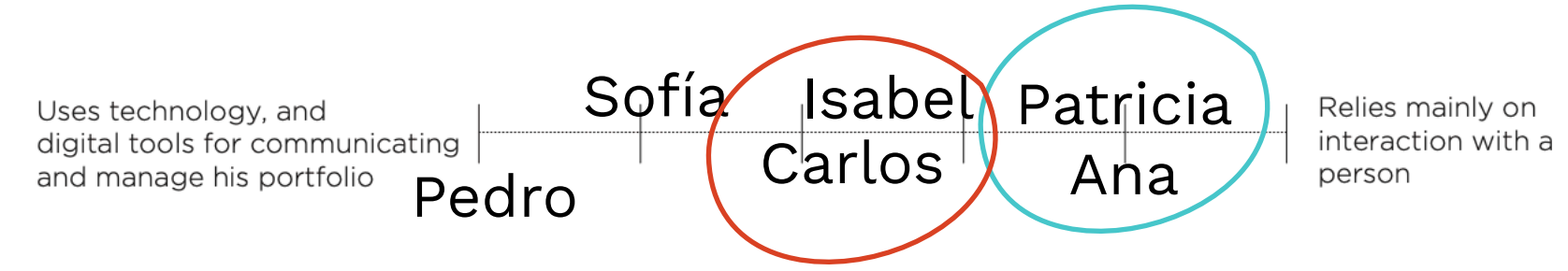
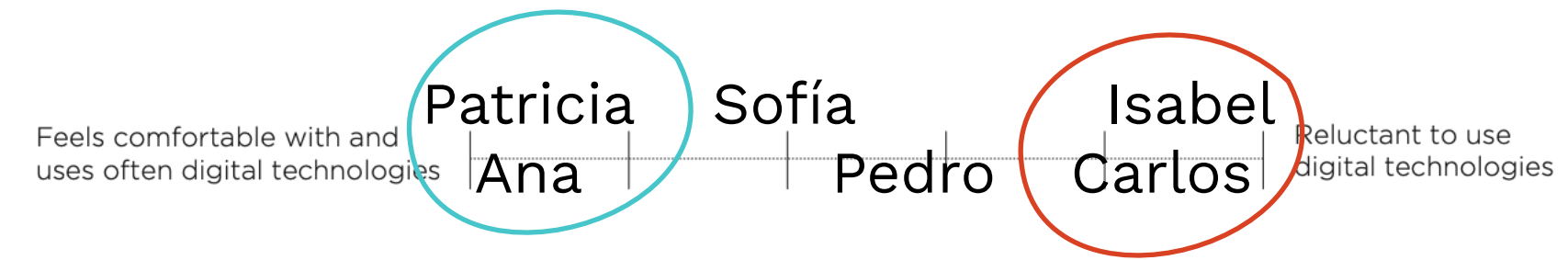
Wants to know everything |-----| Is happy with just important information and a high level overview

Likes to take his own decisions regarding banking and investment |-----| Mainly delegates on others

Infrequent portfolio adjustment |-----| Frequent portfolio adjustments

Risk |-----| Safety





Actividad

Cada grupo crea las User personas de su servicio

Nos vemos

jgonzalez@ead.cl