

# Diseñando para Servicios

Creando una ventaja en la experiencia



## 1. Autores

### 1.1. Hugh Dubberly

Es un planificador y profesor de diseño, se formó como diseñador gráfico en la Universidad de Rhode Island, su talento lo llevó a trabajar en Apple Computers dirigiendo grupos creativos de trabajo en la década del 80. Fue Director de Diseño de Interfaces en Times Mirror, lo que le abrió las puertas para trabajar como Vice presidente de Diseño en Netscape, siendo responsable del diseño, ingeniería y producción del portal web.

### 1.2. Shelley Evenson

Fue la jefa de investigación de diseño y experiencia de usuario de Facebook, lo que la llevó a trabajar como diseñadora principal de experiencia de usuario en Microsoft. También realizó labores como profesora en la Escuela de Diseño de la Universidad de Carnegie Mellon. Es directora en jefe de la Evolución Organizacional de Fjord, y co-fundadora de la Red Internacional de Diseño de Servicios.

## 2. Diseño

Las personas tienden a entender el diseño como decoración, como la fabricación de la fachada de algo, pero en realidad todo lo que no está creado por la naturaleza ha sido diseñado. Janet Murray se refiere al diseño como *“algo nuevo que calza con lo que ya existe, o lo cambia de una manera positiva”* y Marty Neumeier sugiere el año 2009 que *“diseño es cambio”*, de aquí los autores afirman que el cambio puede ser cambiado, o sea que el diseño puede ser cambiado, es decir que el diseño puede ser diseñado.

## 3. Servicio

Los servicios son vistos como actuaciones: interacciones coordinadas y manufacturadas a tal punto de entregar una forma, un proceso, con un valor coproducido, utilidad, satisfacción, y deleite en respuesta ante las necesidades humanas.

Jean Gadrey ilustra el servicio como un triángulo con tres elementos principales: el proveedor de servicios, el cliente o usuario y la transformación de la realidad, ilustrando como estos se relacionan.

El diseño de servicios se plantea como una meta actividad, ya que concibe, planea y construye un sistema de servicios que coreografía una experiencia que otros diseñan.

## 4. La experiencia importa

Nuestras vidas se construyen a partir de experiencias, con el paso de los años las expectativas de los clientes han aumentado, demandando experiencias excepcionales. Para lograr proveer con este tipo de experiencias, el diseño de servicios debe proveer los recursos necesarios para que el usuario diseñe su propia experiencia.

### 4.1. Investigación centrada en las personas

Es necesario conocer las actividades de interacción social, ya que el trabajo de servicios, es el trabajo de personas. Mediante una **investigación centrada en las personas**, se da paso a la innovación:

- a. **Investigación explorativa** (descubrir y entender necesidades)
- b. **Investigación generativa** (determinar qué es importante)
- c. **Investigación evaluativa** (pasar de conceptos a recomendaciones)

## 4.2. Un proceso de Diseño de Servicios Integrado

El texto habla de las cinco etapas principales de un método de proceso de diseño en cuanto al Diseño de Servicios. La observación, la reflexión, el hacer, sociabilizar, e implementar.

Para lograr que los recursos del sistema de servicios sean accesibles para los usuarios apropiados, se mencionan tres métodos:

- Ecología de servicios: mapas de las entidades afectadas por el servicio y la relación entre ellos.
- Prototipar la experiencia: trae a presencia la experiencia del servicio, se actúa, para entenderla mejor a nivel de contexto.
- Service Blueprint: para explorar los problemas inherentes a la creación o manejo del servicio.

## 4.3. Lenguaje de Diseño de Servicios

Se utiliza para visualizar, expresar, y coordinar los recursos de la experiencia de servicio. A través de el:

- Diseñadores construyen significado y crean coherencia en la interfaz de servicios.
- La interfaz de servicio se expresa a sí misma y su significado a las personas.
- Las personas aprenden a entender y usar el servicio.
- Las compañías establecen estándares de calidad y satisfacción al cliente.

