



WORKSHOP:

CONOCE LA HERRAMIENTA BIK
QUE MÁS SE ADAPTA A CADA
TIPO DE EMPRENDEDOR

BIK  IDEA BIK  STARTUP

 RAFELBUNYOL

 18 DE JULIO

 9:00 H

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

IVACE
INICIATIVA VALENCIANA DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

COORDINA:



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

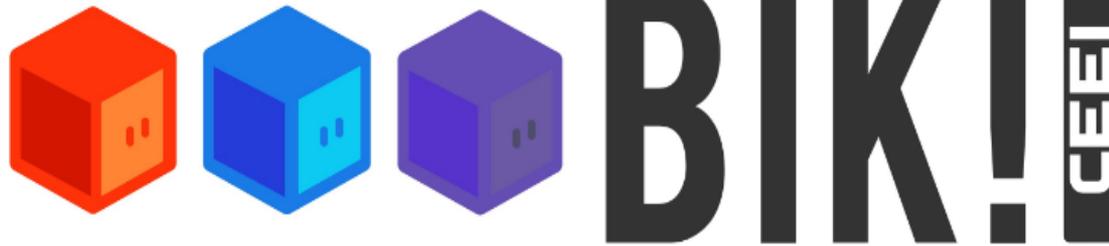
DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

- BIK CEEI , qué es?
- BIK idea, BIK startup, BIK scale, BIK exo
- BIK idea: Manuales, herramientas, videos
- Innovar en:
 - Producto
 - Experiencia de Cliente
 - Modelo de Negocio
- Design Thinking
- Itinerarios y herramientas
- Herramientas **(centradas en conocer al cliente)** :
 - Entrevista cualitativa
 - Persona
 - Mapa de empatía
 - Cliente misterioso
 - Matriz de feedback
 - Test de usuario

Bikceei EmprenemJunts

bikceei.emprenemjunts.es

BIKCEEI es un programa coordinado por los CEEIs de la Comunitat Valenciana para proporcionar al ecosistema emprendedor valenciano metodologías y herramientas de innovación.

GENERALITAT
VALENCIANATOTS
A UNA
VEUIVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVIA EMPRESARIALLESION EUROPEA
Fons Europeu de
Desenvolupament Regional
L'única manera de fer-ho béCEEI
COMUNITAT VALENCIANA
CENTRE D'INICIATIVES
D'IMPRESA I INNOVACIÓ

IDEA STARTUP SCALE Actualidad Agenda

BIKCEEI es un programa coordinado por los **CEEIs** de la Comunitat Valenciana para proporcionar al **ecosistema emprendedor valenciano** metodologías y herramientas de innovación.

Se trata de una iniciativa promovida y financiada por la **Generalitat Valenciana**, a través del **Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE)**, dentro de su política de apoyo al emprendimiento y la pyme, y cuenta con la cofinanciación de los fondos FEDER de la Unión Europea, dentro del programa operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020.

El objetivo principal de **BIKCEEI** es proveer a los emprendedores de un sistema de in que les permite mejoras en sus futuras estrategias así como generar valor.

Hola, soy Ana ¿puedo ayudarte en algo?



Tienes una idea nueva Validar si la idea es viable Escalar tu negocio Transformar tu organización



Generación de ideas
e identificación de
usuario

COMENZAR



Validación de la idea y
de la necesidad en el
mercado

COMENZAR



Innovación aplicada al
escalado del modelo de
negocio

COMENZAR



Transformación
continua
en las organizaciones

COMENZAR

de cliente o modelo de negocio.



 Innovar en producto

 Innovar en cliente

 Innovar en modelo de negocio



Manuales



Herramientas



Vídeos

Hola, soy Ana ¿puedo ayudarte



INNOVAR EN PRODUCTO ▼

INNOVAR EN CLIENTE ▼

INNOVAR EN MODELO DE NEGOCIO ▼

Manuales

Herramientas ▼

Vídeos

Innovación al servicio de la empresa

Itinerarios básicos de generación de nuevas soluciones.



Copyright © 2017. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Thinkers01

→ ver mas

Creación de producto.

Itinerario 1



Copyright © 2017. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Thinkers01

Creación de modelos de negocio.

Itinerario 3



Copyright © 2017. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Thinkers01

Creación Experiencia de Cliente CX.

Itinerario 2



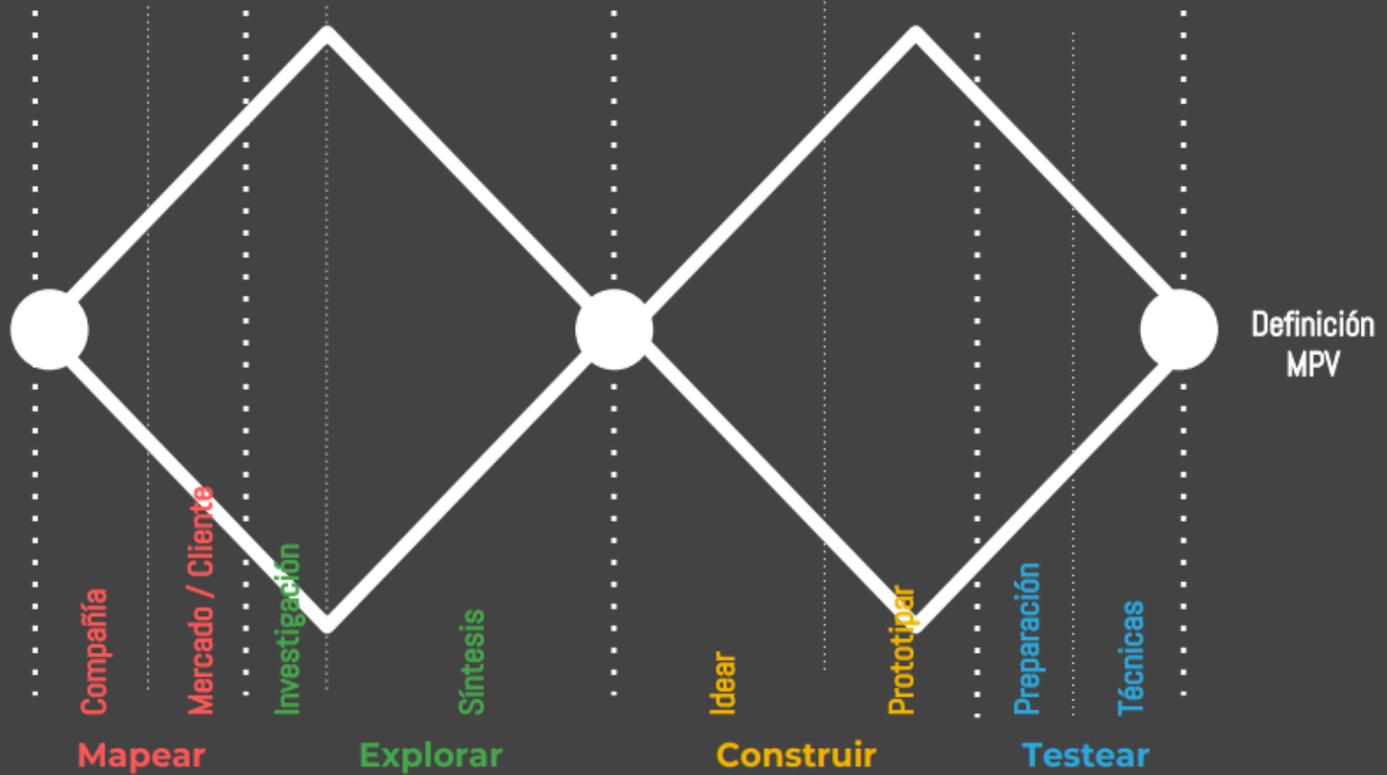
Copyright © 2017. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Thinkers01

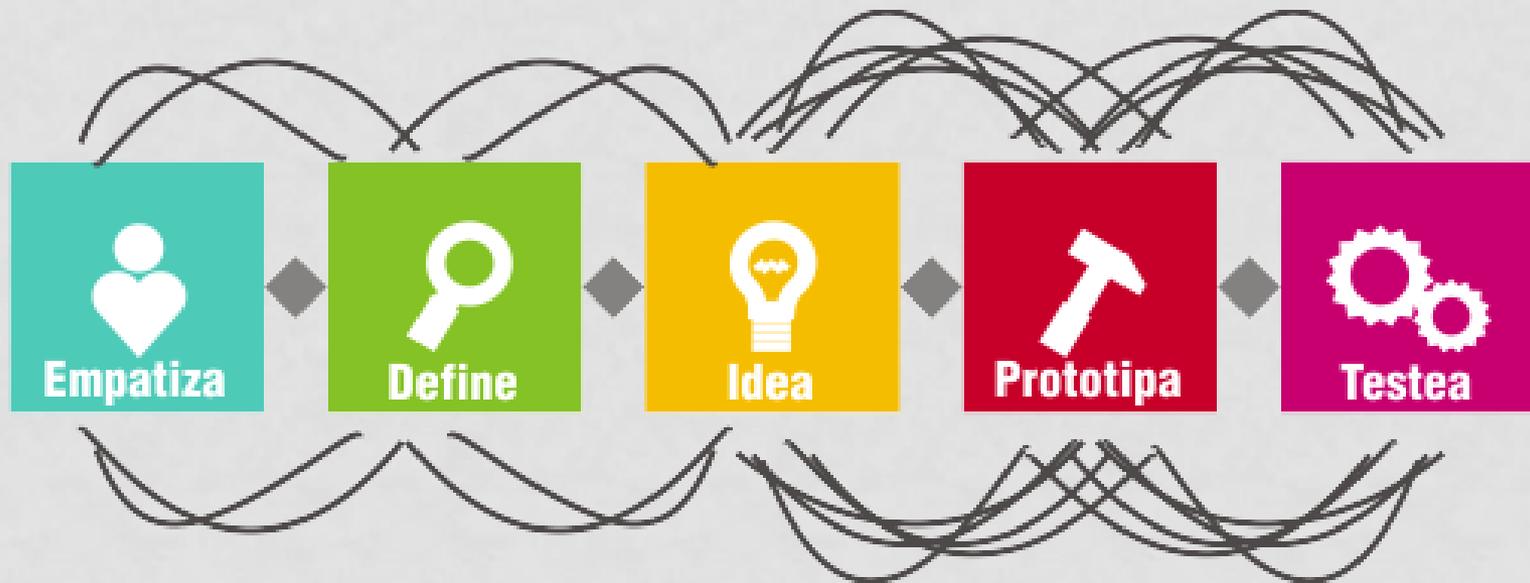
Visitas recibidas: hoy 4, mes: 71, total: 3.303



¿Cómo
hacer un
nuevo
producto
para...?



DESIGN THINKING



PROCESO ITERATIVO DE CREACIÓN- VALIDACIÓN CONSTANTE



DESIGN THINKING + LEAN STARTUP

1. Creación de Producto

MAPEAR

COMPAÑÍA

*Diagnóstico de la industria **

CLIENTE /MERCADO

- 1.Stakeholders Maps
- 2.Persona

FOCO Y COMPRENSIÓN
PREVIA

EXPLORAR

INVESTIGACIÓN

- 3.Entrevista Cualitativa
- 4.Foto/Vídeo Etnografía

SÍNTESIS

- 5.Persona
- 6.Mapa de empatía
- 7.POV

COMPRENSIÓN REALIDAD

CONSTRUIR

IDEAR

- 8.Brainstorming

HERRAMIENTAS

- 9.Concept Sketch
 - 10Storyboard
- Maqueta Cartón **
*Mockups **

MEJORA Y TANGIBILIDAD

TESTEAR

PREPARACIÓN

*Matriz de feedback **

TÉCNICAS

- 11.Entrevista cualitativa
- Test de usuario **

RECOGER FEEDBACK

* Herramientas para hacer más fuerte tu proceso

2. Creación de Experiencia de Cliente (CX)

MAPEAR

COMPAÑÍA

*Análogos / Antílogos**

CLIENTE /MERCADO

*Stakeholders Maps**

1. Persona
2. Customer Journey Map

FOCO Y COMPRENSIÓN PREVIA
+
CLARIFICAR VISIÓN

EXPLORAR

INVESTIGACIÓN

3. Entrevista Cualitativa
4. Cliente misterioso

SÍNTESIS

5. Mapa de empatía
 6. Customer Journey Map
- Reto diseño**

COMPRENSIÓN REALIDAD Y
FIJAR AÚN MÁS EL FOCO

CONSTRUIR

IDEAR

7. Brainstorming

HERRAMIENTAS

8. Storyboard
 9. Customer Journey Map
- Prototipo empatizar**

MATERIALIZAR IDEAS

TESTEAR

PREPARACIÓN

*Matriz de feedback**

TÉCNICAS

10. Entrevista cualitativa
- Test de usuario**

PEQUEÑA PRUEBA

*** Herramientas para hacer más fuerte tu proceso**

3. Creación de Modelo de Negocio

MAPEAR

COMPAÑÍA

- 1. Cinco porqués
- Dafo **

CLIENTE /MERCADO

- 2. Stakeholders Maps
- Persona **

DETERMINACIÓN CAMINO A SEGUIR CON CRITERIO Y MEJORAR LA PREPARACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

EXPLORAR

INVESTIGACIÓN

- 3. BenchMarking
- 4. Entrevista Cualitativa

SÍNTESIS

- 5. Persona
- 6. Mapa de empatía

COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN FOCO TRABAJO

CONSTRUIR

IDEAR

- 7. Brainstorming

HERRAMIENTAS

- 8. Modelo de Negocio
- 9. Storyboard
- Mockups**
- Maqueta Cartón **

IDEACIÓN Y COMUNICACIÓN MATERIALIZACIÓN

TESTEAR

PREPARACIÓN

- Matriz de feedback **

TÉCNICAS

- 10. Entrevista cualitativa

RECOGER FEEDBACK DE FORMA ORDENADA

*** Herramientas para hacer más fuerte tu proceso**

Herramientas

BIKCEEI

   97 items

INNOVAR EN PRODUCTO ▾

INNOVAR EN CLIENTE ▾

INNOVAR EN MODELO DE NEGOCIO ▾

Manuales

Herramientas ▾

Fichas Explicativas

Fichas de Ejemplo

Fichas en Blanco

Videos

MATERIAL EXTRA

TEST DE USUARIO.

MATRIZ DE FEEDBACK.

MODELO DE NEGOCIO.

Test de usuario

Matriz de Feedback

Modelo de negocio

MOCKUP.

MAQUETA CARTÓN.

STORYBOARD.



Fichas EXPLICATIVAS 1

PERSONA.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
¿cuál es su trabajo?
¿cuál es su nivel cultural?
¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

PERSONA

Nombre
¿nuestro usuario es el típico..?

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?
MOMENTO / ESCENARIO

¿Qué es?

Consiste en la creación de un arquetipo de nuestro usuario target para tener una visualización más personal y profunda acerca de *quién es*.

Modo uso

Sobre este canvas volcamos sus motivaciones, contexto en el que vive, ocupación, preocupaciones y/o preferencias sobre la temática a tratar.

Objetivo

Definimos así un personaje de síntesis que nos ayuda a caracterizar y entender mejor a nuestro usuario.



GENERALITAT
VALENCIANA

IVACE
INICIATIVA
VALENCIANA

COMISSIÓ INTER-DEPARTAMENTAL
D'INICIATIVES D'INNOVACIÓ I
D'IMPULSIÓ D'EMPRESES

CEEI
CENTRE D'ESTUDIS
D'ENTREPRENEUS I
D'INNOVACIÓ

*Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunidad Valenciana 2014-2020

| Copyright © 2017 Pensadores de Ideas S.L. y / o sus afiliados. Todos los derechos reservados

ThinkersO®

PERSONA. Uso.

Fichas EXPLICATIVAS 2

PERSONA. Uso.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad?¿cómo es su familia?
¿cuál es su trabajo?
¿cuál es su nivel cultural?
¿con quién tiene más confianza?¿quién es la persona en la que se apoya?

2

NECESIDADES /MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

4

PERSONA

Nombre
¿nuestro usuario es el típico...?

1

1. Piensa en la primera persona que creas es tu usuario y colócale un nombre. **Importante: coloca la "tipología usuario"**. Esto nos ayudará a visualizarlo rápidamente.

2. Describe cómo es este usuario y explica un poco cómo es su vida.

3. Coloca donde quieres situarlo. ¡Importante!
MOMENTO es el contexto. Ej. "La Alimentación"
ESCENARIO es el lugar físico. Ej. "Restaurante"

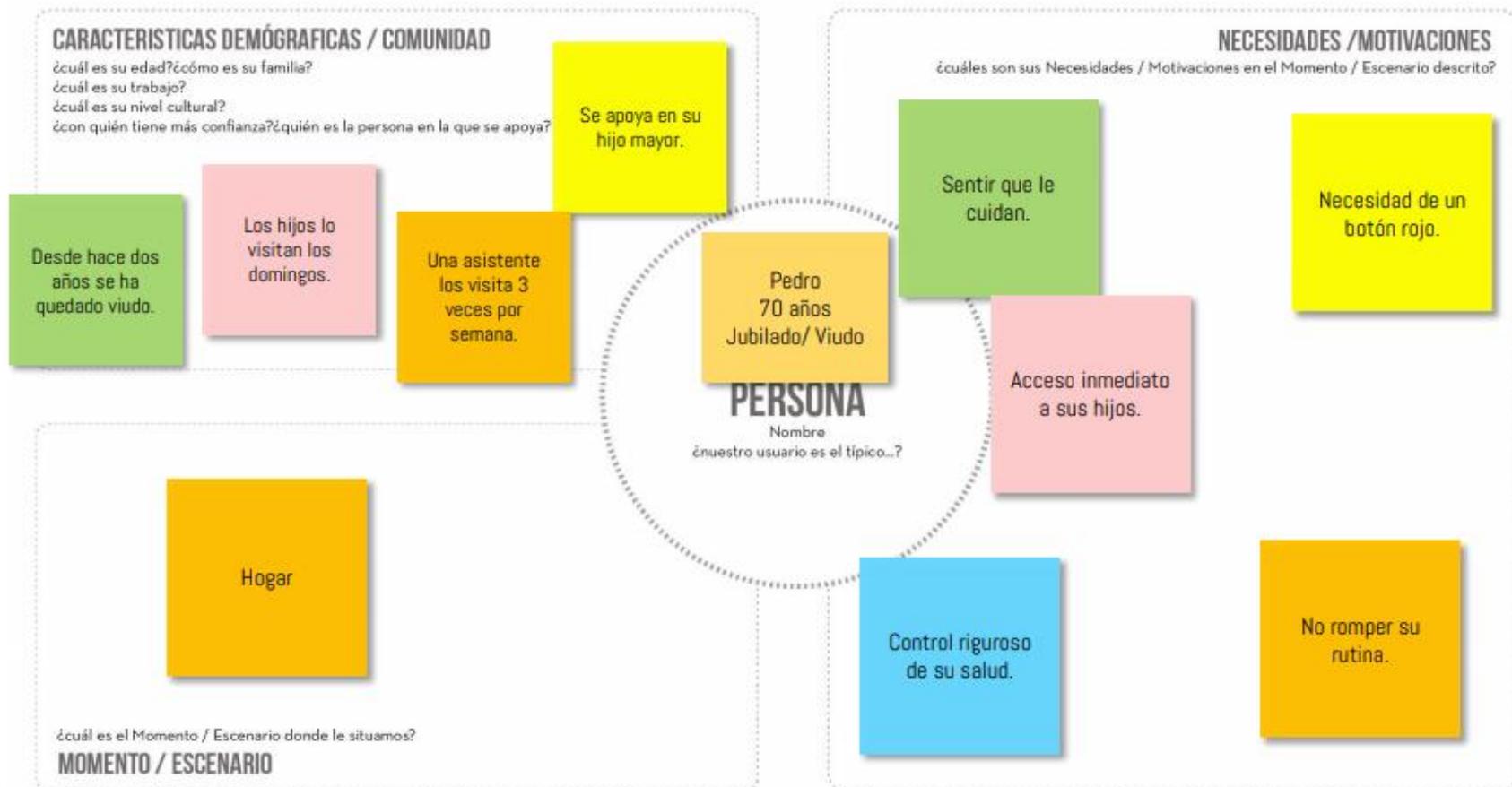
4. En base a la persona que has seleccionado y al Momento/Escenario, coloca las Necesidades que tiene y cuáles crees que son sus Motivaciones.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO

Fichas EJEMPLO 2

PERSONA. Ejemplo.



Fichas en blanco

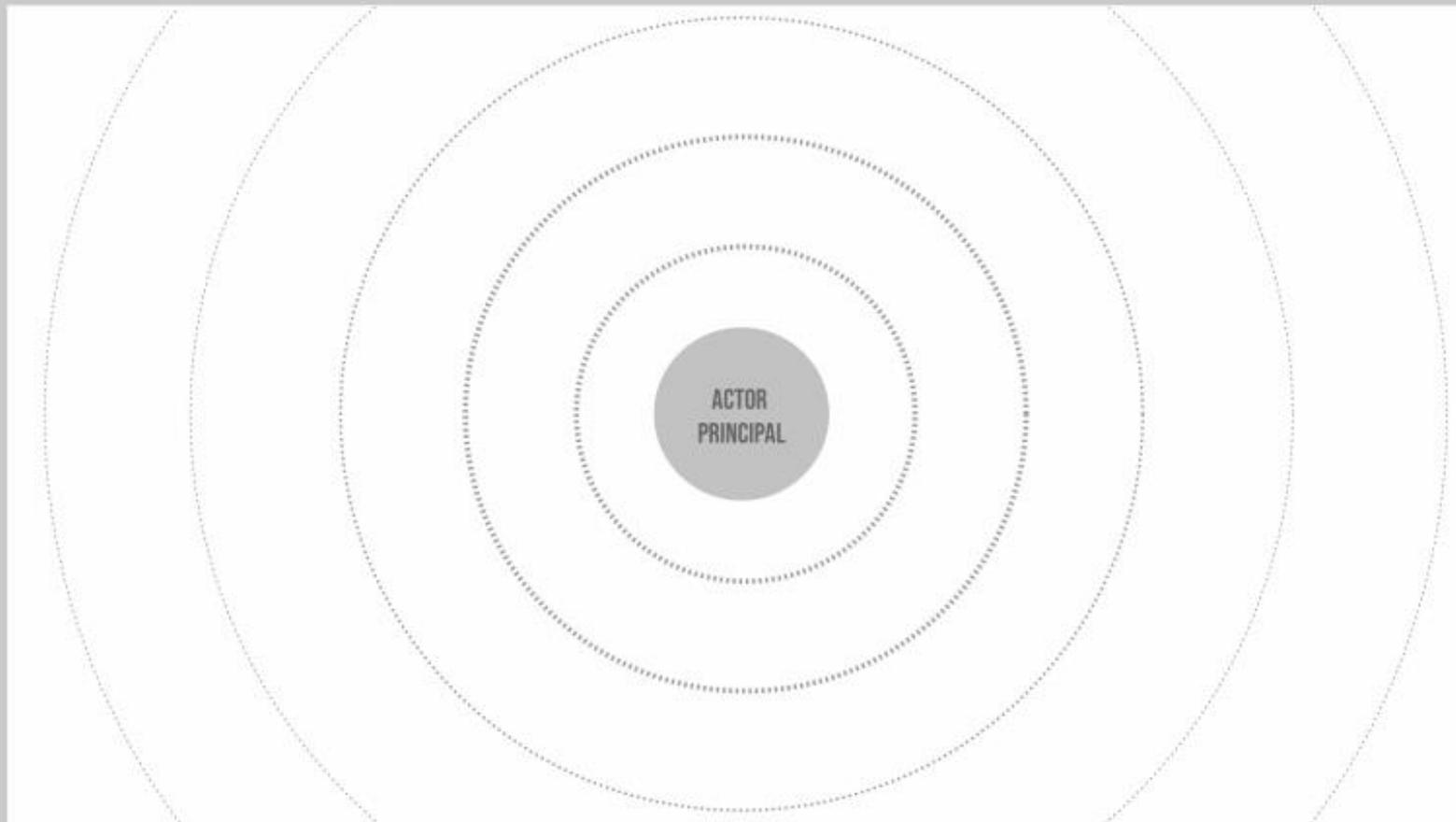
STAKEHOLDERS MAPS.MAPEAR/CLIENTE

PROYECTO

FECHA

DISEÑADO POR

VERSIÓN



Diseñado por: Thinkers Co e

"Democratizando la innovación para estar todo su potencial"
(Copyright © 2018 Innovación de Ideas S.L. / y o sus afilias. Todos los derechos reservados.)



GENERALITAT
VALENCIANA



INICIATIVA
COMUNITARIA



EUROPEAN UNION
ERDF



Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER dentro del Programa Operativo FEDER 2014-2020 de la Comunidad Valenciana 2014-2020



5 porqués
(Mapear)
TEMPLATE



Análogos-
análogos (Mapear)
TEMPLATE



Concept Sketch
(Construir)
TEMPLATE



Brainstorming
(Construir)
TEMPLATE



Customer Journey
Map (Construir)
TEMPLATE



Maqueta de
Cartón (Construir)
TEMPLATE



BIK IDEA

INICIO

INNOVAR EN PRODUCTO

INNOVAR EN CLIENTE

INNOVAR EN MODELO DE NEGOCIO

Manuales

Herramientas

Videos

MATERIAL EXTRA

▶ Videos

Lista de contenidos ·

Videos BIKCEEI

BIKCEEI

16 items



BIKCEEI
Introducción



BIKCEEI Creacion
de un nuevo
producto



Hola, soy Ana ¿puedo ayudarte en algo?



BIK IDEA

MODELO DE NEGOCIO

Ejemplo INNOVACION EN MODELO DE NEGOCIO:

D.Contexto del Ejemplo

Queremos crear un nuevo modelo de negocio para el sector de la Artesanía y más concretamente el de la Alfarería.



4. ENTREVISTA CUALITATIVA. Ejemplo.

ENTREVISTA

- 1) Objetivos y límites del proyecto.
- 2) Descripción del tema a tratar.
- 3) Preguntas a realizar.

Entender qué opina la gente joven sobre la Artesanía.

Artesanía como regalo especial.

- ¿Qué es Artesanía para tí?
- ¿Has comprado alguna vez artesanía?
- ¿por qué? ¿Cómo fue la experiencia?
- ¿qué es un regalo especial para tí?
- ¿regalarías Artesanía? ¿por qué?

USUARIO/CLIENTE

- 1) Nombre/edad/profesión
- 2) Nivel cultural.
- 3) ¿cuál es su relación con el tema a tratar?

Freeland

Es graduado universitario, tiene alto nivel cultural.

Nivel ingresos: medio.

OBSERVACIONES

¿qué has descubierto que no supieras?

Valora mucho entender el proceso, el producto en sí no.

Especial es algo hecho por el usuario no algo caro.

Cuanto más personal, más especial.

¿qué te ha impactado?

Que, aunque valora mucho la artesanía, nunca ha regalado nada.

Para él, la Artesanía es lo más. Pero la desconoce totalmente.

¿qué crees que te faltó por descubrir?

Entender el valor de único.

Entender el valor de lujo para ellos.

Después de la Entrevista, ¿dónde te gustaría profundizar? ¿qué dudas te han quedado?

¿Cómo le gustaría relacionarse con la Artesanía?

6.PERSONA. Uso.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad?¿cómo es su familia?

¿cuál es su trabajo?

¿cuál es su nivel cultural?

¿con quién tiene más confianza?¿quién es la persona en la que se apoya?

Freeland

Nivel
ingresos:
medio.

Es graduado
universitario,
tiene alto nivel
cultural

Tiene pareja
estable desde
hace 8 años.

Raúl
35 años

Regalo
especial.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO

NECESIDADES /MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Regalar algo a su
pareja para
sorprenderle.

Regalar algo con
un componente
fuerte de
emocionalidad.

Le motiva hacer
algo para que su
pareja vea que
piensa mucho en
ella.

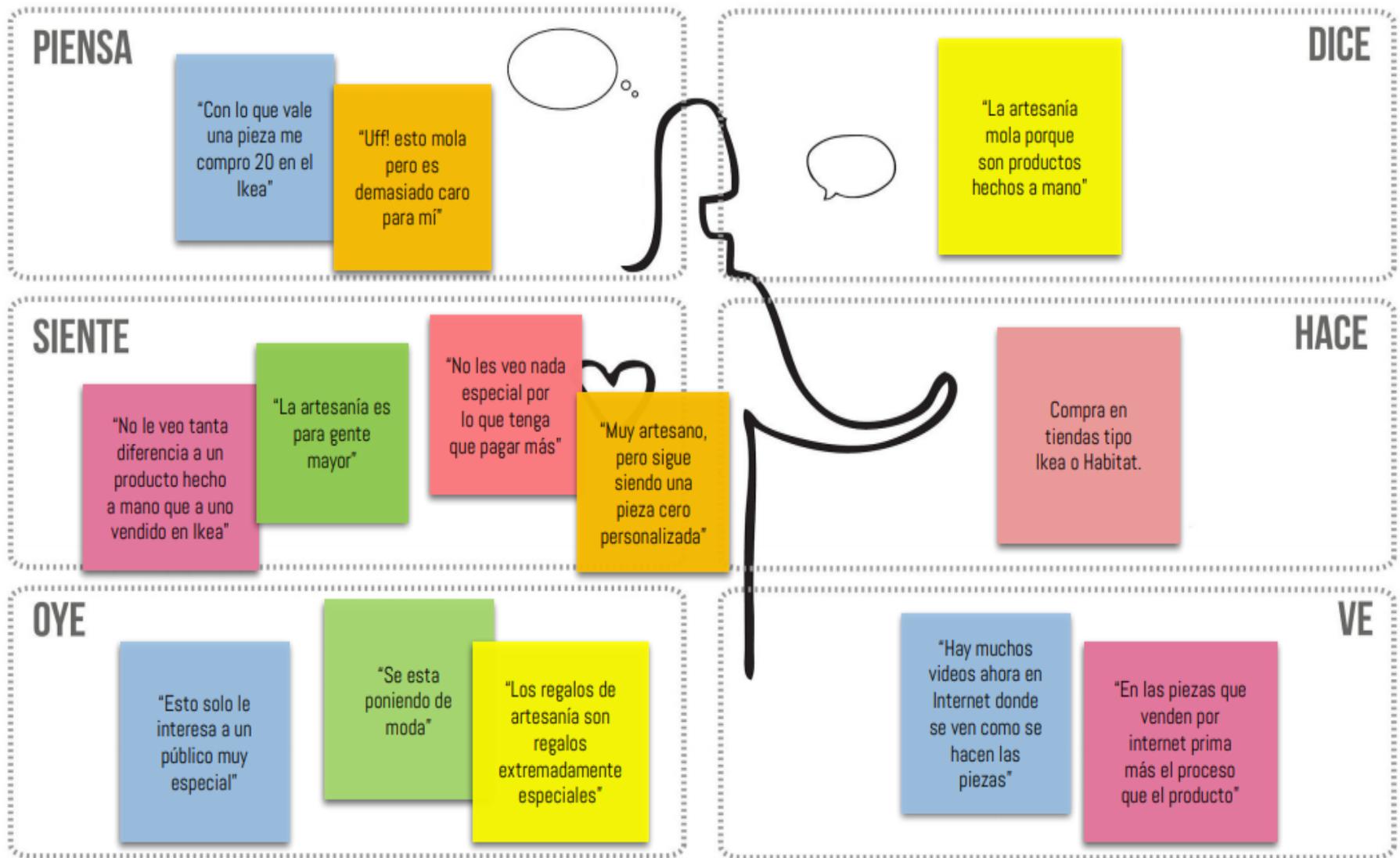
Poder emocionar a
su pareja con algo
que nadie no le
haya regalado
nunca

Poder
demostrar que
lo ha hecho él.

Regalar algo
único e
irrepetible pero
sin que caiga en
lujo.

Algo que haya
sido casi
creado por él.

7.MAPA DE EMPATÍA. Ejemplo.



PERSONA. Ejemplo.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?

¿cuál es su trabajo?

¿cuál es su nivel cultural?

¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Freeland

Nivel
ingresos:
medio.

Es graduado
universitario,
tiene alto nivel
cultural.

Tiene pareja
estable desde
hace 8 años.

Raúl
35 años

Regalo
especial.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO

NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

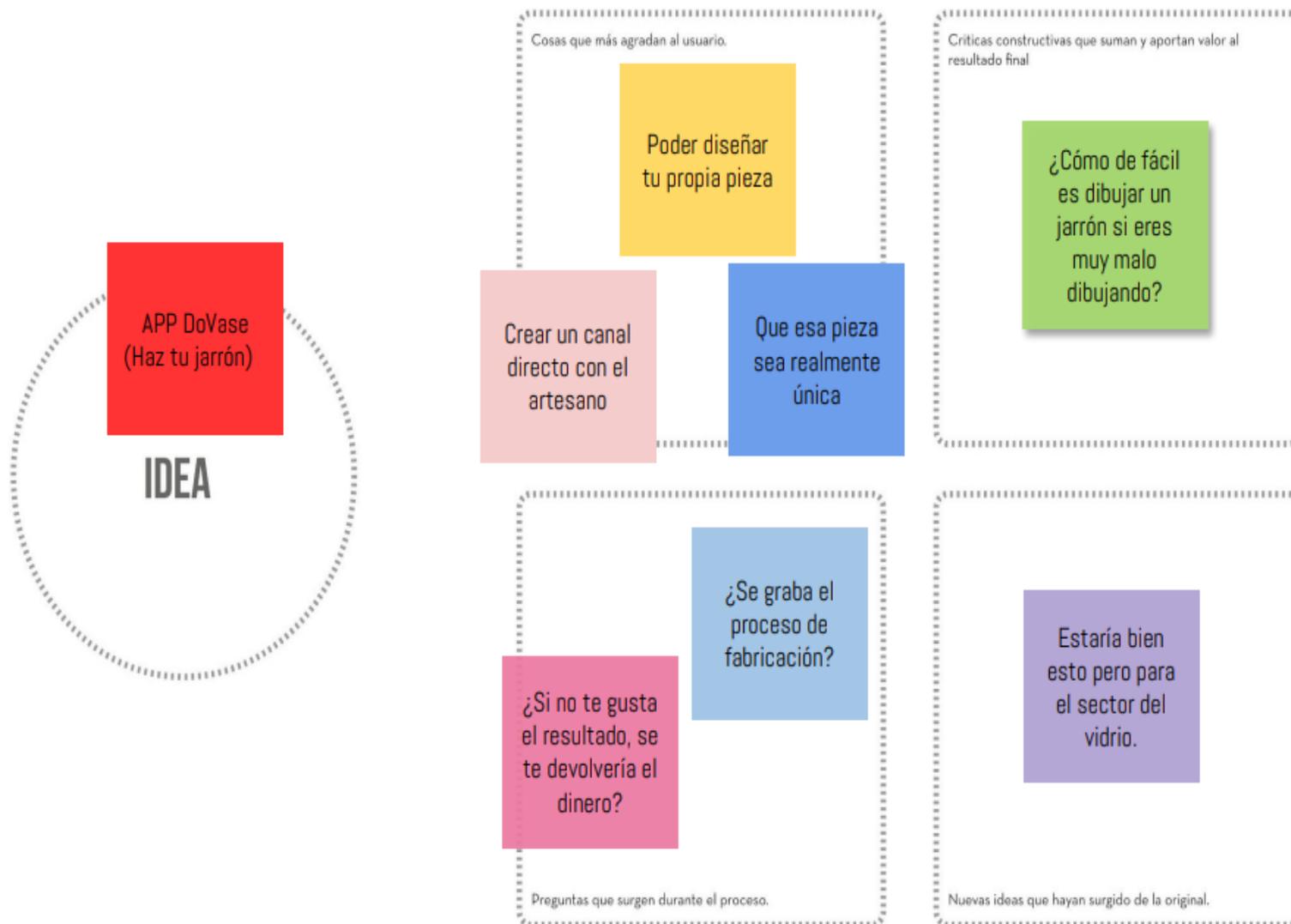
Regalar algo a
su pareja para
sorprenderle.

Poder emocionar a
su pareja con algo
que nadie le haya
regalado nunca.

Le motiva hacer
algo para que su
pareja vea que
piensa mucho en
ella.

Algo que
haya sido
casi creado
por él.

MATRIZ DE FEEDBACK. Ejemplo.



10. ENTREVISTA CUALITATIVA. Ejemplo.

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Preguntas a realizar.

Entender si cambia su percepción en relación a la Artesanía

Entender si le aportaría valor esto como regalo especial

Ver cómo utiliza nuestra idea

USUARIO/CLIENTE

- 1)Nombre/edad/profesión
- 2)Nivel cultural.
- 3)¿cuál es su relación con el tema a tratar?

Nivel ingresos: medio

Freeland

Es graduado universitario, tiene alto nivel cultural

OBSERVACIONES

¿qué has descubierto que no supieras?

La gente está dispuesta a tirarse bastante tiempo diseñando sus propias piezas

No le interesaba tanto el tema de Artesanía, sino el hazlo tu mismo

¿qué crees que te faltó por descubrir?

"¿Si grabáramos el proceso de creación del Jarrón (Artesano) tendría más valor?"

¿qué te ha impactado?

"El Lujo es tener algo que nadie tiene ni podrá tener"

Al principio no lo ha visto muy claro eso de dibujar, pero después ha gustado mucho

El proceso le ha interesado casi más que el producto final

Después de la Entrevista, ¿dónde te gustaría profundizar? ¿qué dudas te han quedado?

"Si valoran el proceso y no la pieza, ¿qué clase de experiencias les gustaría vivir con Dovase?"

"Qué valor emocional puede haber más allá que el de crear tu propio producto"

BIK IDEA

DESARROLLO DE PRODUCTO

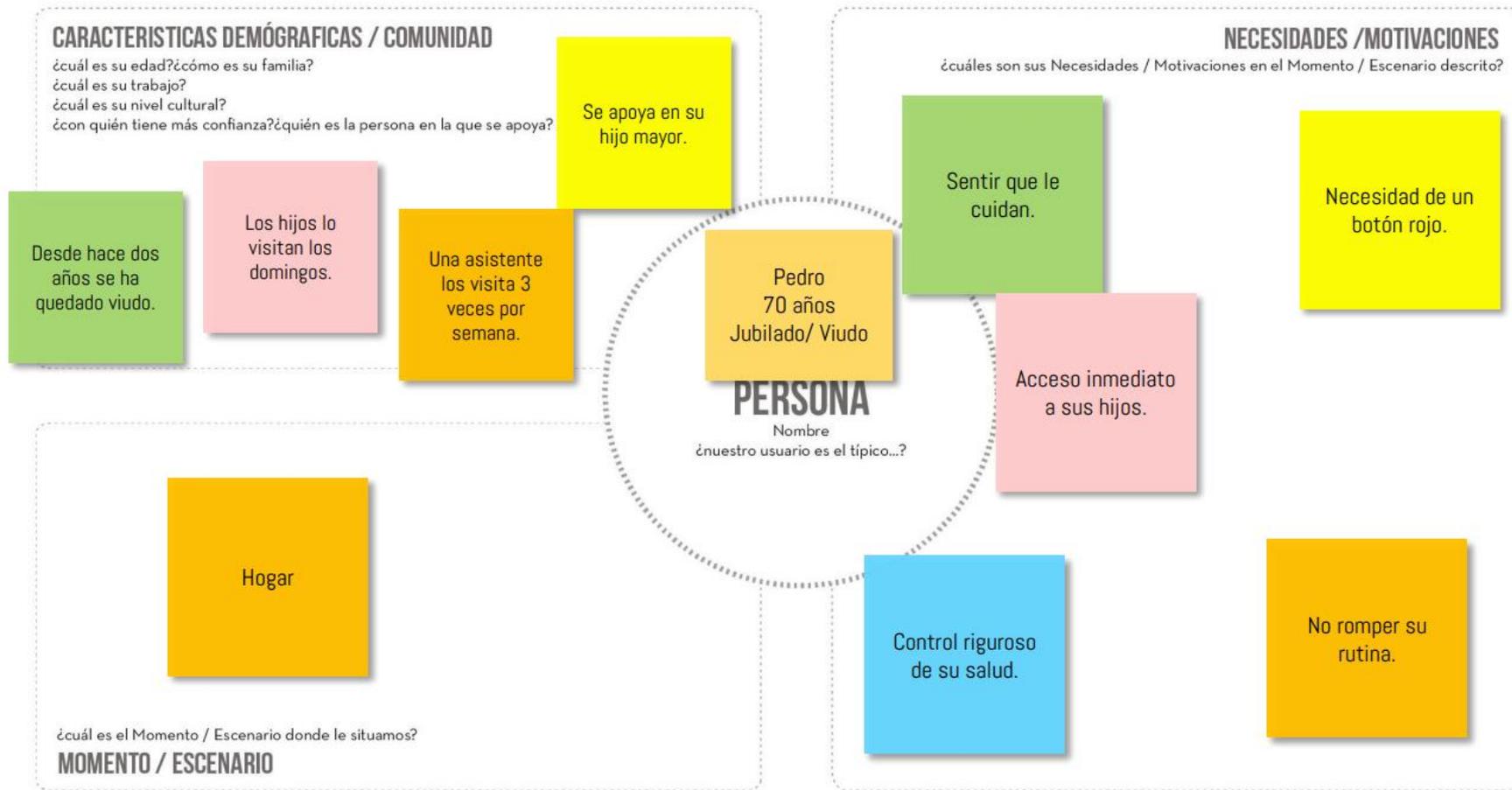
Contexto del Ejemplo

Somos una empresa dedicada al desarrollo de software relacionado con los serious games (también llamados "juegos formativos", son juegos diseñados para un propósito principal distinto del de la pura diversión) y nos hemos dado cuenta que podría ser interesante desarrollar un nuevo producto o servicio aplicando nuestro conocimiento al mundo de la 3a edad.

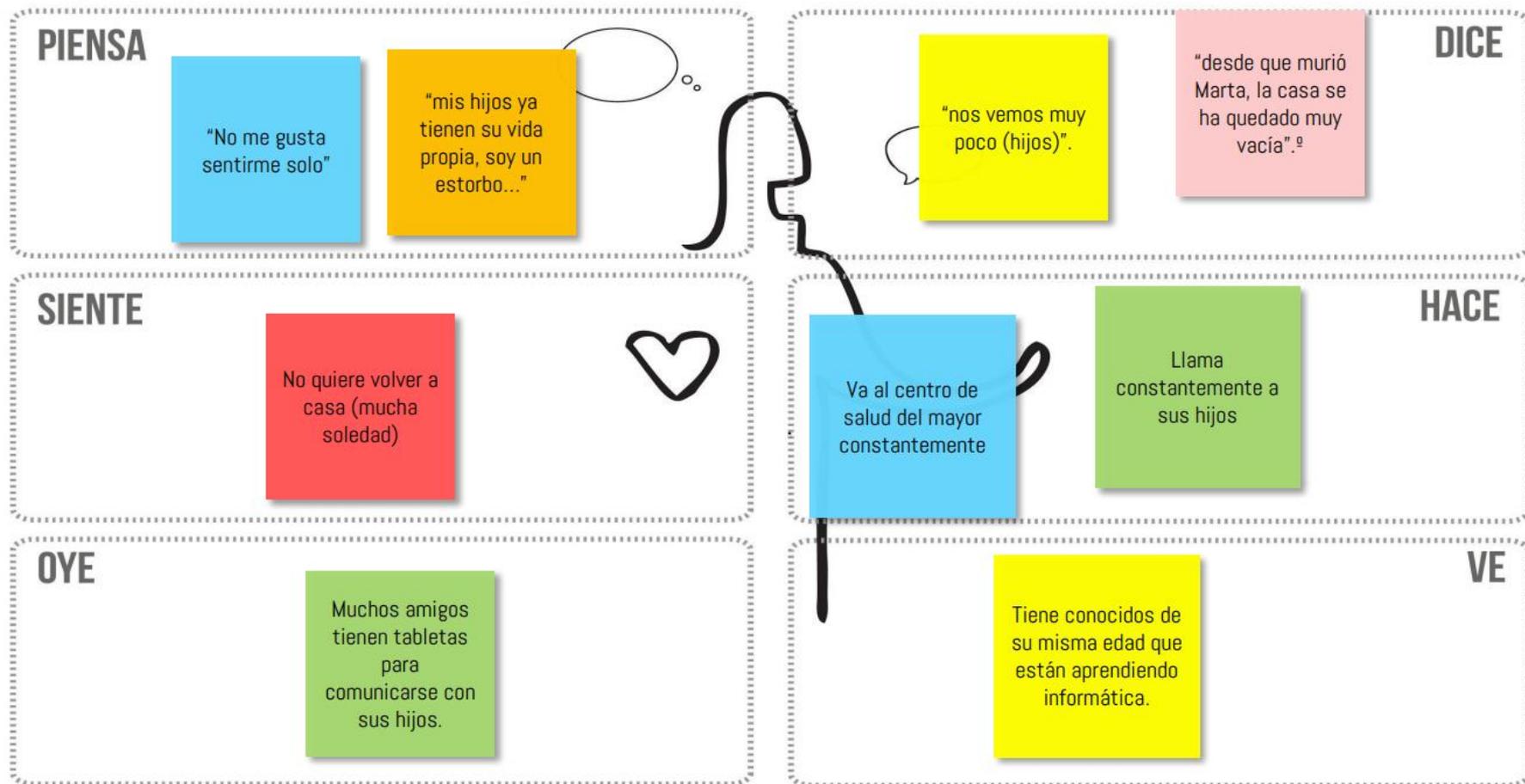
Podemos observar como la tendencia es cada vez más tener una población envejecida y que va teniendo poco a poco mayor capacidad de uso tecnológico. ¿Cómo podemos saber qué desarrollar que tenga sentido en este entorno?



PERSONA. Ejemplo.



MAPA DE EMPATÍA. Ejemplo.



PERSONA. Ejemplo.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS / COMUNIDAD

¿cuál es su edad? ¿cómo es su familia?
¿cuál es su trabajo?
¿cuál es su nivel cultural?
¿con quién tiene más confianza? ¿quién es la persona en la que se apoya?

Desde hace dos años se ha quedado viudo.

Los hijos lo visitan los domingos.

Una asistente lo visita 3 veces por semana.

Se apoya en su hijo mayor.

Pedro
70 años
Jubilado/ Viudo

PERSONA

Nombre
¿nuestro usuario es el típico...?

NECESIDADES / MOTIVACIONES

¿cuáles son sus Necesidades / Motivaciones en el Momento / Escenario descrito?

Sentir que le cuidan.

Estar acompañado / Evitar soledad.

Mantenerse ocupado para no pensar.

Acceso inmediato a sus hijos.

Necesidad de un botón rojo.

Hogar

Control riguroso de su salud.

No preocuparse por si le pasa algo.

No romper su rutina.

¿cuál es el Momento / Escenario donde le situamos?

MOMENTO / ESCENARIO



GENERALITAT
VALENCIANA

I+D+i
INICIATIVA
COMUNITAT VALENCIANA

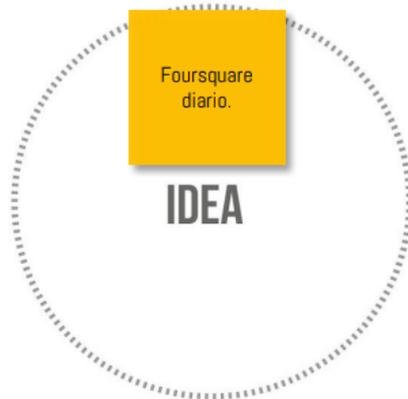
COMUNITAT VALENCIANA
INICIATIVA

CEEI
COMUNITAT VALENCIANA

| Copyright © 2017 Pensadores de Ideas S.L. y / o sus afiliados. Todos los derechos reservados

ThinkersC®

MATRIZ DE FEEDBACK. Ejemplo.



Cosas que más agradan al usuario.

Tema de retos

"Lo de obligarte a salir de casa me gusta, sino te quedas todo el día viendo la TV"

Que su familia esté pendiente de él

Criticas constructivas que suman y aportan valor al resultado final

"Muchos retos no, que yo tampoco estoy todo el día para jugar"

"Puede que una App sea muy complicado para mi. Yo con el whasap ya voy bien"

Preguntas que surgen durante el proceso.

"esto me gusta, pero solo es por el móvil"

"Los retos ¿son de hechos por mi familia?"

Nuevas ideas que hayan surgido de la original.

"Me gustaria algo mas de Retos con mis nietos, no tanto yo solo"



GENERALITAT VALENCIANA

IVACE

INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

CEEI

ENTREVISTA CUALITATIVA. Ejemplo.

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Preguntas a realizar.

Entender cómo usaría nuestra APP el usuario

Comprender si la solución le aporta valor

- ¿Cómo utilizarías esta solución en tu día a día?
- ¿Cómo ves el tema de retos geolocalizados?
- ¿y lo de conectarte con la familia?
- ¿te sería fácil usarla?
- ¿qué crees que le falta?

USUARIO/CLIENTE

- 1)Nombre/edad/profesión
- 2)Nivel cultural.
- 3)¿cuál es su relación con el tema a tratar?

Pedro
70 años
Jubilado/
Viudo

OBSERVACIONES

¿qué has descubierto que no supieras?

Le gusta el tema de retos geolocalizados, pero más importante, tener geolocalizados a sus familiares

"no quiero chats con mi familia, yo los llamo y punto"

"¿Ofertas geolocalizadas para la tercera edad?"

¿qué crees que te falto por descubrir?

Como querría conectarse con gente en su misma situación (mayores)

¿qué te ha impactado?

Se desenvuelve bien con la solución

Temas de puntos por hacerlo bien no le interesaba

Más que puntos, ¿que impactó en su salud tenía hacer esos retos?

¿qué preguntas te gustaria hacer si hubiera una próxima vez?

¿Qué tipo de Ocio te gustaría tener en la APP?



GENERALITAT
VALENCIANA



TEST DE USUARIO. Ejemplo.

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Definición de tareas.

APP de juego / retos geolocalizados

Testeo y Feedback de las funciones principales

USUARIO/CLIENTE

- 1)Nombre/ edad /profesión.
- 2)Familia.
- 3)¿cuál es su nivel cultural?
- 4)¿qué es lo que le relaciona con la temática que vamos a abordar?

Pedro
70 años
Jubilado/ Viudo

Posible usuario de la App

¿Cumplio la tarea correctamente?Si/No.

¿qué le ha gustado?

¿qué NO le ha gustado?

¿qué le ha sorprendido?

¿qué le ha extrañado?

Tarea 1

¿Sabrías registrarte?

Si

"muy sencillo, solo poniendo el núm. de teléfono"

"no se si de primeras pondría mi móvil"

"la facilidad de registro"

Pedir solo el móvil

Tarea 2

¿Sabrías poner tu punto de hogar?

No

"Esta bien que todo gire entorno a tu casa"

"¿qué es punto de hogar?"

Que todo girara alrededor de su zona

"La palabra punto de hogar"

Tarea 3

¿Cómo accederías a un reto?

Si

"Los retos por cercanía estan genial"

"Creo que hay demasiados retos"

"Que solo dentro de su casa hubieran tanto retos"

"Algunos retos externos no los entendí"

Tarea 4

¿Cómo resolverías los retos?

Si

"los retos son sencillos, vas y los haces"

"creo que le mentirían mucho a la APP"

"Que la familia pueda ver si cumples lo retos o no"

"Hasta que no cumples el reto tu familia no te ve"

Tarea 5

¿Dónde verías el chat con tu familia?

No

"Posibilidad de interactuar con la familia"

"Para esto ya tengo el wasap y no quiero ser pesado"

"Para que esto"

"Quitaría esta función"



GENERALITAT VALENCIANA



I+D+i



Conselleria d'Innovació, Recerca i Turisme



CEEL

BIK IDEA

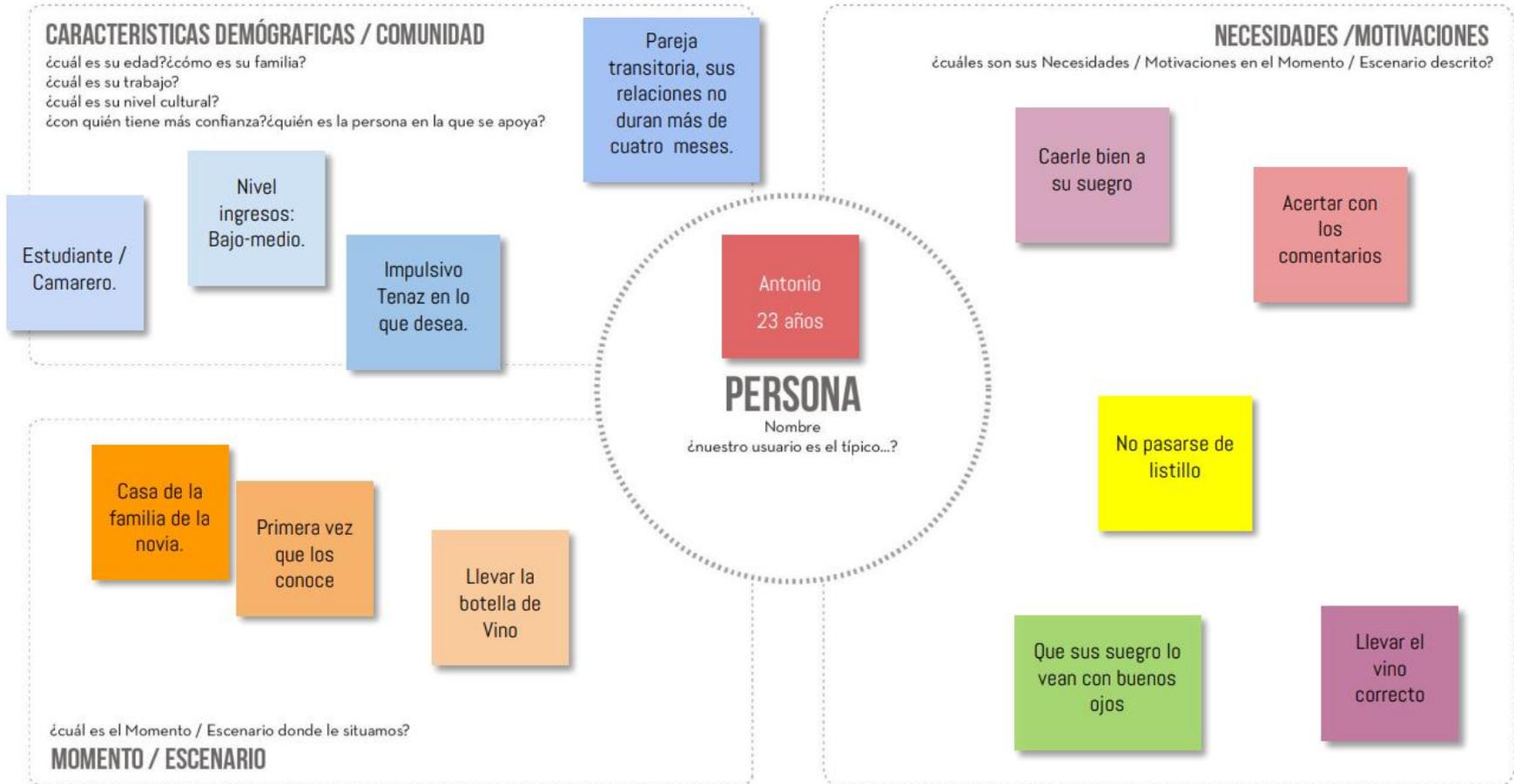
EXPERIENCIA DE CLIENTE

D. Contexto del Ejemplo

Somos una compañía de vinos y queremos acercarnos a un público más joven, a gente que se está iniciando en el mundo del vino o que nunca ha entrado. Para ello, quiero generar una experiencia ya que el vino (mi producto) no puedo cambiarlo.



PERSONA. Ejemplo.



ENTREVISTA CUALITATIVA. Ejemplo.

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Preguntas a realizar.

Entender los motivos por los que compra vino un joven.

Experiencia de compra en el sector del vino.

Situaciones que se producen alrededor del ritual del vino.

- ¿Qué es para ti cultura del vino?
- ¿Cuándo lo sueles consumirlo? ¿Por qué esos momentos?
- ¿Por qué vino y no otra bebida?
- ¿Te asesora alguien en la compra? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo que más te llama la atención, aparte del precio en un vino? ¿Por qué?
- ¿Cuándo fue la última ocasión que compraste? ¿Por qué motivo?
- ¿Tu botella perfecta sería...? ¿En qué situación?

USUARIO/CLIENTE

- 1)Nombre/edad/profesión
- 2)Nivel cultural.
- 3)¿cuál es su relación con el tema a tratar?

Ramón.
30 años.
Comercial Seguros

Comprador casual.

Estudios Universitarios

OBSERVACIONES

¿qué has descubierto que no supieras?

No sabe de gustos, se mueve más por "la situación"

Se basa en vinos recomendados, aunque muchas veces sus amigos no tienen ni idea.

Solo conoce tinto o rosado, pero distingue ciertos vinos para distintos momentos.

Quiere saber de Vinos, pero lo mínimo.

¿qué crees que te falto por descubrir?

Cuáles son los packaging que a él más le llaman la atención.

Entender si el precio era un decisor.

¿qué te ha impactado?

Trata de buscar en la etiqueta composiciones para luego explicar el porqué de la compra de ese vino.

Nunca habla del vino, sino sobre el momento en el que lo tomó.

El contenido para él es lo de menos, no aprecia sabores.

Solo compra vino para momentos muy puntuales, no a diario.

Después de la Entrevista, ¿dónde te gustaría profundizar? ¿qué dudas te han quedado?

¿Por qué para saber más no acude a una Vinoteca?

¿Por qué busca vinos por Internet pero luego no compra?

MAPA DE EMPATÍA. Ejemplo.

PIENSA

"Llevar un Vino caro es entrar con clase ¿o no?"

"No tengo ni idea de vinos, digo Rioja porque es que más me suena".

"Como me equivoque con el vino entramos con mal pie".

DICE

"Yo algo sé, los Riojas son los más conocidos".

"Dar con el vino en la primera vez es clave".

SIENTE

Frustrado

Cogió el más caro y no sabe porqué.

Incertidumbre

"Vamos a ver qué pasa con este vino."

Hay muchas webs y App, pero yo no quiero aprender, quiero salir del paso

HACE

Va al supermercado y busca los vinos más caros.

Lee las etiquetas pero solo pone literatura de vino que solo los enólogos entienden.

Se descarga APP de Vinos con recomendaciones

OYE

"En algunas familias el Vino es sagrado."

Según con el vino que te presentes, ya te han catalogado.

VE

"Nadie de mi círculo de amigos tiene ni idea de vinos"

"La gente que sabe de vino parece más madura"



GENERALITAT VALENCIANA



CLIENTE MISTERIOSO. Ejemplo.

TU PERSONAJE

¿quién eres? ¿define tu personaje?

Ramón.
30 años.

No sabe
nada de
vinos.

Quiere
escoger uno
porque tiene
una cita
importante.

¿qué esperabas que pasara y no ha pasado?

Esperaba que
estando en la zona
gourmet estuviera
alguien experto en
vinos

Creí que habría
más indicaciones
o
recomendaciones
sobre el producto.

LA ESCENA/SITUACIÓN

¿dónde ocurre la acción?

Sección
gourmet
supermercado.

¿qué has descubierto que no sabías?

Gourmet a
veces no
significa ser
más caro.

Había una especie
de recomendación
de los vinos más
vendidos.

En estos sitios
gourmets no hay
expertos pero si
gente que te puede
aconsejar.

OBJETIVO

¿qué quieres comprender? ¿qué quieres aprender?

Ver si saldría
de allí
sabiendo un
poco más de
vinos.

Entender cómo
es la
experiencia de
compra.

¿cómo te has sentido? ¿por qué?

Desanimado

La experiencia ha
sido parecida a la
de un super pero
más caro

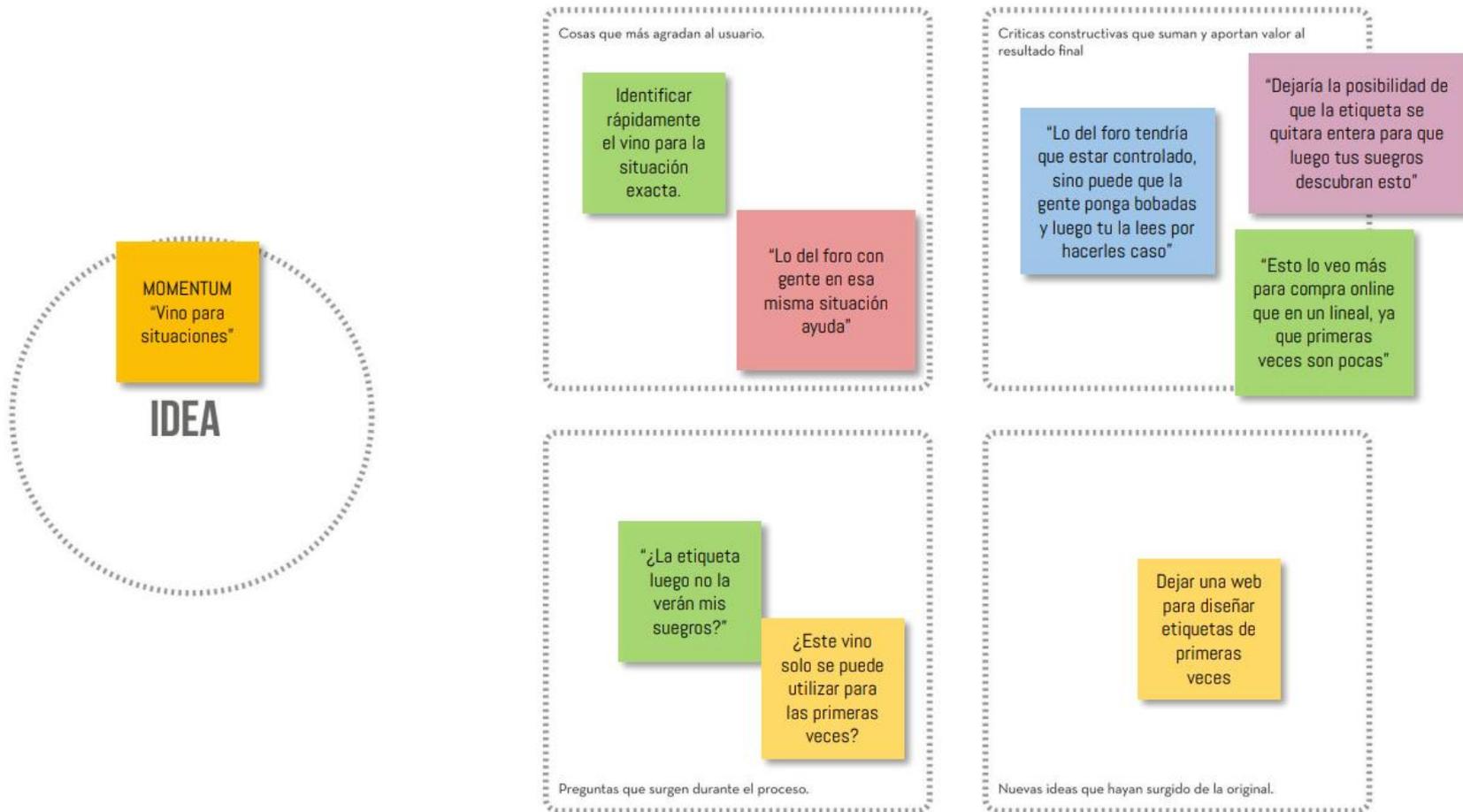
Abrumado

Aquí hay mucho
más variedad por
lo que he salido
más confundido.

Frustrado

Al final escogí el
Vino más caro y
no se porqué.

MATRIZ DE FEEDBACK. Ejemplo.



TEST DE USUARIO. Ejemplo.

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Definición de tareas.

Entender si la etiqueta y la información es útil para el cliente.

Testeo y Feedback de las funciones principales.

USUARIO/CLIENTE

- 1)Nombre/ edad /profesión.
- 2)Familia.
- 3)¿cuál es su nivel cultural?
- 4)¿qué es lo que le relaciona con la temática que vamos a abordar?

Ramón.
30 años.

No sabe nada de vinos.

Quiere escoger uno porque tiene una cita importante.

¿Cumplio la tarea correctamente?Si/No.

¿qué le ha gustado?

¿qué NO le ha gustado?

¿qué le ha sorprendido?

¿qué le ha extrañado?

Tarea 1

De este lineal busca un Vino para tu situación.

Si

"Lo vi muy rápidamente,lo que lleva en la etiqueta destaca mucho"

"..."

"la etiqueta"

Este tipo de vino en el lineal.

Tarea 2

¿Sabrías acceder a la info?

Si

"Muy fácil, escanear el código y ya está"

"El QR"

..

"¿Lo del QR no se si la gente lo escanearia?"

Tarea 3

¿Has entendido la info que pone en la web?

Si

"Me gusta porque no es literatura de vinos"

"Creo que demasiada info para leer aquí parado en el lineal"

"Que habían consejos de otros"

"¿Quién son estas personas?"

Tarea 4

Tarea 5

ENTREVISTA CUALITATIVA. Ejemplo.

ENTREVISTA

- 1)Objetivos y límites del proyecto.
- 2)Descripción del tema a tratar.
- 3)Preguntas a realizar.

Entender cómo usarían **MOMENTUM WINE**

Comprender si la solución le aporta valor.

- ¿Crees que te ayudará en tu problema?
- ¿Cómo utilizarías esta solución la hora de seleccionar el Vino?
- ¿Cómo ves el tema los Momentos?
- ¿qué crees que le falta?

USUARIO/CLIENTE

- 1)Nombre/edad/profesión
- 2)Nivel cultural.
- 3)¿cuál es su relación con el tema a tratar?

Raúl.
25 años.

No sabe nada de vinos.

Quiere escoger uno porque tiene una cita importante.

Estudiante

OBSERVACIONES

¿qué has descubierto que no supieras?

"Me gusta lo de identificar el Vino por Momentos ¿pero solo sería para un solo uso?"

Le daba un poco de preocupación que este Vino ya lo conociera a quien se lo lleva.

¿qué te ha impactado?

De vinos ni idea pero la situación lo tenía muy claro.

No ve este vino para dejarlo en un Lineal.

Lo primero que ha preguntado es si este vino lo puede encontrar por Internet

¿qué crees que te falto por descubrir?

Qué querría de información adicional en la etiqueta.

Foros (qué tipo) Consejos...

¿qué preguntas te gustaria hacer si hubiera una próxima vez?

¿Qué otros Momentos son importantes para él?

<https://www.tracker-software.com/product/pdf-xchange-viewer>



Home » Products » PDF-XChange Viewer

PDF-XChange Viewer

The smallest, fastest, most feature-rich PDF reader/viewer available.

- View, modify, and annotate PDF files.
- Free OCR included.
- Please note that this product has been updated and replaced by [PDF-XChange Editor](#).

Current version: 2.5.322.10

Supported Operating Systems: Windows XP or later



Help

Support for this product

Search...

[Previous builds archive >](#)

[Builds history >](#)

[Online Manual >](#)

[Knowledge Base - FAQ's >](#)

PDF-XChange Viewer has been discontinued and replaced by [PDF-XChange Editor](#) - which is now available and includes all the features of the Viewer and much, much more...

The No.1 rated BEST PDF Reader - as voted by Life Hacker Readers by a 2-1 margin for the second year in a row!

Those wishing to view/modify or perform simple editing and even OCR image-based PDF files on their Windows PCs now have a FREE PDF-reader alternative to the Adobe Reader! PDF-XChange Viewer is smaller, faster and more feature-rich than any other free PDF reader/viewer/editor available. This free PDF viewer download also allows users to try the extended functionality offered by PDF-XChange Viewer 'PRO' in evaluation mode - for free. No PDF reader/viewer offers more features than PDF-XChange without compromising on performance and quality. Please see the feature list below and save \$100s in unnecessary expenditure on your PDF software today. Also included are the very powerful [PDF-XChange Shell Extensions and iFilter](#) features.

The licensed PDF-XChange Viewer 'PRO', is a PDF-creator in its own right that enables users to create PDF files directly from scanners, image files .txt and/or .rtf files, as well as create new PDF documents.

The OCR functionality supports a base language set of English, French, German and Spanish. Additional language extension packages are available [here](#).

PDF-XChange Viewer may be used without limitation for private, commercial, government and all other uses, provided it is not incorporated or distributed for profit/commercial gain with other software or media distribution of any type - without first gaining permission from **Tracker Software Products**.

A Software Developer's [Viewer SDK](#) is available that can be licensed for third-party software applications that require the functionality of a PDF reader or the ability to edit

Need help?
Our staff are ready to help!



Enlace de interés:

www.emprenemjunts.com (Recursos/Manuales de gestión):

- Estudios de mercado
- MVP (Producto Mínimo Viable)
- Metodología Lean Startup
- Metodología SCRUM

Isidro Campo

Isidro.campo@ceei.net / [@iscampobe](https://www.instagram.com/iscampobe)

*“El emprendedor siempre **busca el cambio,**
responde a él,
y lo utiliza como oportunidad”
Peter Drucker.*