



¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ? ✕

Definir el marco de diseño concretando usuarios, necesidad a resolver y los descubrimientos (insight) de la exploración que justifican la problemática identificada en ese target concreto.

A TENER EN CUENTA ✕

Tenemos que buscar concreción en la definición del Design Scope, alejándonos de ambigüedades y generalidades. Es tan sencillo (y complejo a la vez) como describir el problema respondiendo: Quién, qué y por qué.

¿EN QUÉ CONSISTE? ✕

Consiste en desarrollar una única frase por cada uno de los retos concretando el target y sus necesidades, incluyendo los descubrimientos (insights) que justifican la oportunidad identificada.

Generar una frase que recoge la fase de investigación y define nuestro marco de diseño de cara a los siguientes pasos es clave.

PASOS >>>

1

Partir de los 3 retos seleccionados.

2

Utilizar la plantilla para construir el marco de diseño de cada uno de los retos.

3

Definir el target, la necesidad identificada y los insights basados en el análisis previo. Tratar de ser concretos y claros en la descripción del Design Scope.

4

Para concretar “quién” debemos basarnos en todo el análisis de usuario realizado previamente: ¿Quién se enfrenta a este reto que hemos identificado?. Podemos recurrir a la descripción de nuestras Personas (ver herramienta Personas).

5

Se debe justificar el reto con descubrimientos claros, tratando de combinar datos cuantitativos y cualitativos.

6

Hacer lo mismo con cada uno de los retos.



_____ needs a way to

(WHO)

_____ because,

(USER NEED)

(INSIGHTS + REFERENCES)

(INSIGHTS + REFERENCES)



SCAMPER



THE
FUTURE
GAME

¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ? ✕

Técnica creativa que se usa para darle la vuelta, o ir más allá, con una idea o concepto de un producto o servicio que no nos acaba de convencer.

A TENER EN CUENTA ✕

Es posible que no todas las secciones nos ayuden a obtener ideas innovadoras.

¿EN QUÉ CONSISTE? ✕

Aborda un problema y obliga a la mente a pensar desde diferentes ángulos. Se trata de hacer preguntas que giran en torno a 7 conceptos, los cuales conforman las siglas de SCAMPER.

- > Sustituir
- > Combinar
- > Adaptar
- > Modificar
- > Poner otros usos
- > Eliminar
- > Reordenar

PASOS >>>

1

Tomar la plantilla de apoyo y las preguntas de referencia ubicadas en el margen izquierdo que corresponden a cada uno de los puntos (Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar...).

2

El/la facilitadora puede pensar en nuevas preguntas de ideación dentro de cada uno de los 7 conceptos asegurándose que sean útiles para la construcción de nuevas ideas según el reto de partida.

3

Podemos colocar la plantilla impresa en grande en la pared y comenzar el ejercicio en grupo.

4

Individualmente vamos anotando ideas e incluyendo cada una bajo los conceptos y compartiendo con el resto del grupo.

5

Se hace una puesta en común de todas las ideas generadas y valoran las más originales.



SUSTITUIR

¿Podemos simplificar el producto o servicio?, ¿podemos usar la idea en otro país?, ¿qué parte del proceso podemos reemplazar con mejores alternativas?

COMBINAR

¿Qué pasaría si combinamos este servicio con este producto?, ¿podemos combinar nuestro servicio con el de otra empresa para aportar valor?, ¿con qué podemos combinarlo para optimizar el uso?

ADAPTAR

¿Cómo podemos adaptar el producto para que cumpla esta otra función?, ¿cómo podemos adaptar nuestro servicio para que llegue a más personas?, ¿hay otro sector o contexto en el que podamos posicionar nuestro producto o servicio?

MODIFICAR

¿Podemos aplicar algún cambio al aspecto del producto para mejorarlo?, ¿si el mercado fuera diferente, ¿cómo sería el producto o servicio?

PONER OTROS USOS

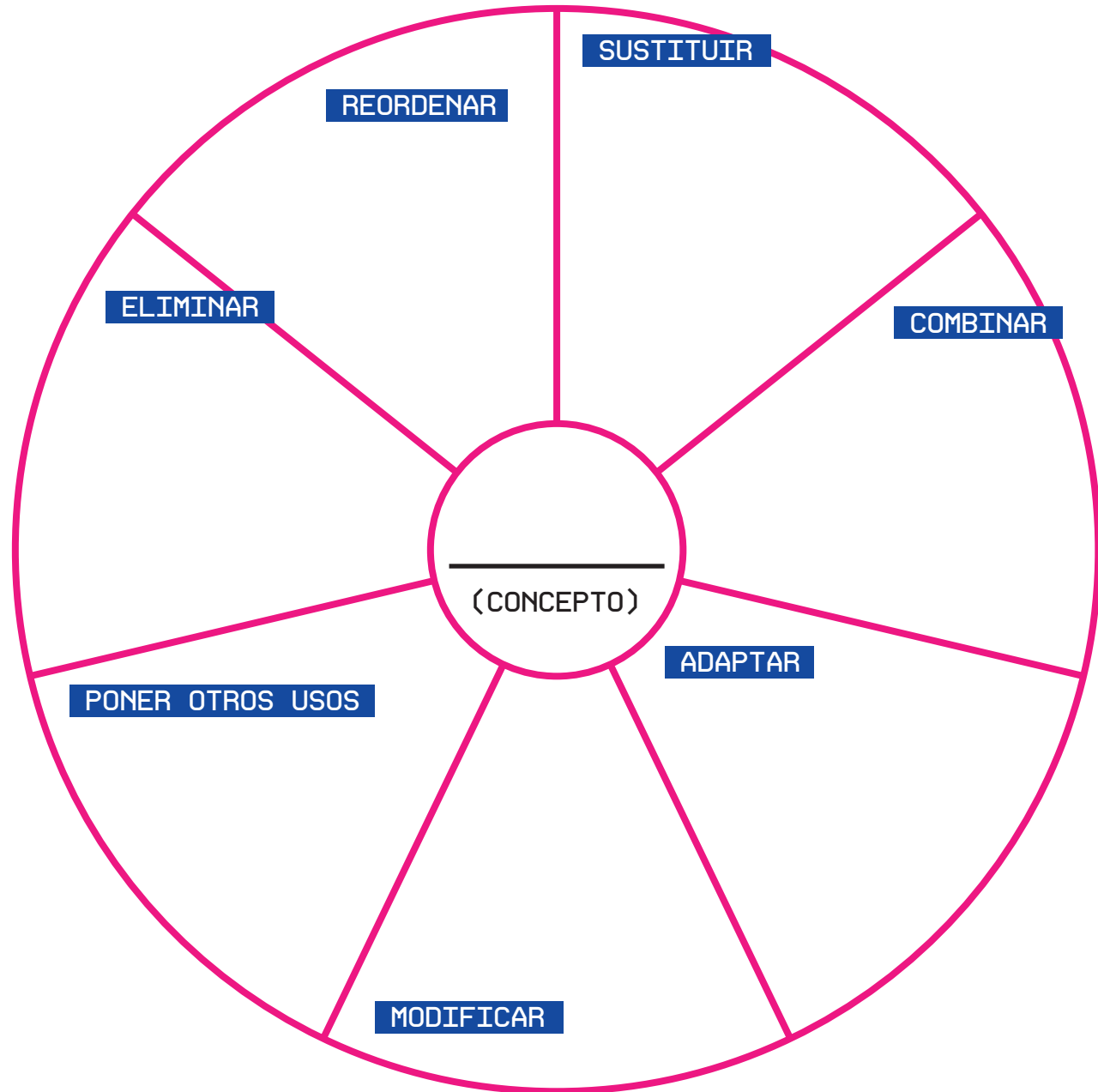
¿Qué pasa si nos dirigimos a otra segmentación de mercado diferente?, ¿qué otro uso podría tener el producto o servicio?

ELIMINAR

¿Qué se puede eliminar para simplificar el producto/servicio?, ¿hay alguna parte que no sea esencial?

REORDENAR

¿Qué pasa si ofrecemos estos servicios en distinto orden?, ¿qué pasa si empezamos por otra parte?, ¿podemos intercambiar componentes?



WHAT IF?



THE
FUTURE
GAME

¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ?



Cuando para generar nuevas ideas necesitamos imaginarnos nuevos escenarios posibles y salir de los marcos habituales de ideación.

A TENER EN CUENTA



La eficacia de esta herramienta reside en gran parte en la tipología de los “What ifs...?” pensados por el facilitador.

¿EN QUÉ CONSISTE?



Se trata de idear conjuntamente partiendo de una serie de preguntas que mantienen la estructura del “¿Y si...?” o “¿Cómo podríamos...?”. Estas declaraciones de “¿Y si...” o “¿Cómo podríamos...” ubican al equipo en una dirección orientada a la solución, optimista y colaborativa. La idea es poner al equipo en distintas situaciones posibles en relación a las soluciones que buscamos. Por ejemplo, en el caso de estar pensando en el lanzamiento de un nuevo producto podríamos plantear las siguientes cuestiones: ¿Y si... el producto fuese una experiencia online? ¿Y si... el producto tuviera múltiples usos?

También podría ser útil:

> En el momento de idear las características concretas de un producto o servicio, y profundizar en la experiencia del usuario, imaginando distintas posibilidades a partir de diferentes “¿Y si...?”

> A la hora de reflexionar sobre el modelo de negocio podemos plantear preguntas que nos ayuden a imaginar posibles escenarios. Por ejemplo: ¿Y si... se tratara de un servicio de suscripción mensual? ¿Y si... cambiáramos los canales de distribución?

PASOS >>>

1

El/la dinamizador/a de la ideación piensa en cuáles son los 6 what ifs para este caso concreto. Elige y piensa en ellos basándose en el reto a abordar y en el potencial del mismo. Podrá utilizar “¿Y si...?” “¿Cómo podríamos...?” o “¿Qué pasaría si...?”

2

Se recuerda el Design Scope y explica la dinámica. Según el tamaño del equipo se podrá trabajar conjuntamente o en grupos más pequeños de 3/4 personas.

3

Se muestra el primer “What If...?” y se comienza con la dinámica. Contaremos con 2 minutos por cada pregunta.

4

Todos los participantes escriben en 2 minutos todas las ideas que les vengan a la mente partiendo de ese what if.

5

Cada 2 minutos se va cambiando de escenario “What If...?” Todas las personas siguen construyendo ideas hasta finalizar con la dinámica.

6

Se comparten y socializan las ideas que han ido surgiendo en el ejercicio.

SCAMPER



THE
FUTURE
GAME

¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ?



Técnica creativa que se usa para darle la vuelta, o ir más allá, con una idea o concepto de un producto o servicio que no nos acaba de convencer.

A TENER EN CUENTA



Es posible que no todas las secciones nos ayuden a obtener ideas innovadoras.

¿EN QUÉ CONSISTE?



Aborda un problema y obliga a la mente a pensar desde diferentes ángulos. Se trata de hacer preguntas que giran en torno a 7 conceptos, los cuales conforman las siglas de SCAMPER.

- > Sustituir
- > Combinar
- > Adaptar
- > Modificar
- > Poner otros usos
- > Eliminar
- > Reordenar

PASOS >>>

1

Tomar la plantilla de apoyo y las preguntas de referencia ubicadas en el margen izquierdo que corresponden a cada uno de los puntos (Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar...).

2

El/la facilitadora puede pensar en nuevas preguntas de ideación dentro de cada uno de los 7 conceptos asegurándose que sean útiles para la construcción de nuevas ideas según el reto de partida.

3

Podemos colocar la plantilla impresa en grande en la pared y comenzar el ejercicio en grupo.

4

Individualmente vamos anotando ideas e incluyendo cada una bajo los conceptos y compartiendo con el resto del grupo.

5

Se hace una puesta en común de todas las ideas generadas y valoran las más originales.



SUSTITUIR

¿Podemos simplificar el producto o servicio?, ¿podemos usar la idea en otro país?, ¿qué parte del proceso podemos reemplazar con mejores alternativas?

COMBINAR

¿Qué pasaría si combinamos este servicio con este producto?, ¿podemos combinar nuestro servicio con el de otra empresa para aportar valor?, ¿con qué podemos combinarlo para optimizar el uso?

ADAPTAR

¿Cómo podemos adaptar el producto para que cumpla esta otra función?, ¿cómo podemos adaptar nuestro servicio para que llegue a más personas?, ¿hay otro sector o contexto en el que podamos posicionar nuestro producto o servicio?

MODIFICAR

¿Podemos aplicar algún cambio al aspecto del producto para mejorarlo?, ¿si el mercado fuera diferente, ¿cómo sería el producto o servicio?

PONER OTROS USOS

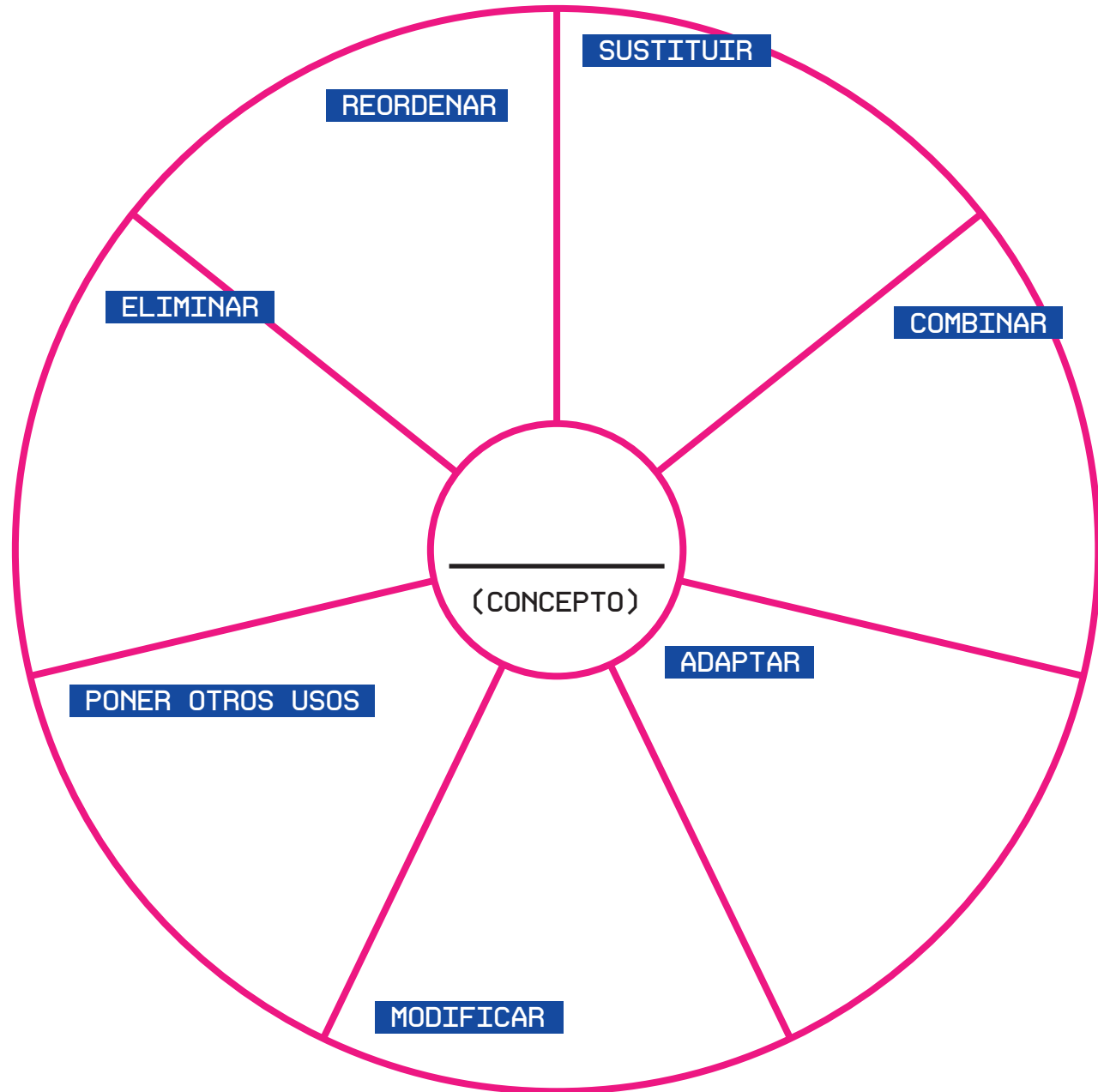
¿Qué pasa si nos dirigimos a otra segmentación de mercado diferente?, ¿qué otro uso podría tener el producto o servicio?

ELIMINAR

¿Qué se puede eliminar para simplificar el producto/servicio?, ¿hay alguna parte que no sea esencial?

REORDENAR

¿Qué pasa si ofrecemos estos servicios en distinto orden?, ¿qué pasa si empezamos por otra parte?, ¿podemos intercambiar componentes?





¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ?



Cuando necesitamos clasificar las distintas fichas de idea según su factibilidad y posible oportunidad.

A TENER EN CUENTA



Nos ayuda a visibilizar de una manera rápida las ideas más diferenciales, aunque estas deberán someterse posteriormente a una evaluación más intensiva.

¿EN QUÉ CONSISTE?



Esta herramienta nos facilita la clasificación y selección de ideas con un mayor margen de oportunidad aparente, basándonos en la originalidad de las mismas y la complejidad de su ejecución. Ordenándolas en una sencilla cuadrícula diferenciaremos aquellas ideas fáciles pero poco originales, aquellas muy originales y novedosas pero cuya factibilidad es baja, y las ideas innovadoras y factibles, las cuales muestran una clara oportunidad.

También podría ser útil:

> Orientado a la toma de decisiones y selección de ideas, se podrían adaptar los criterios de ambas matrices (horizontal y vertical) y clasificar las ideas en base a los nuevos criterios.

PASOS >>>

1

Partimos de la herramienta anterior en la que cada participante ha compartido su idea y pasamos a la plantilla de clasificación de ideas.

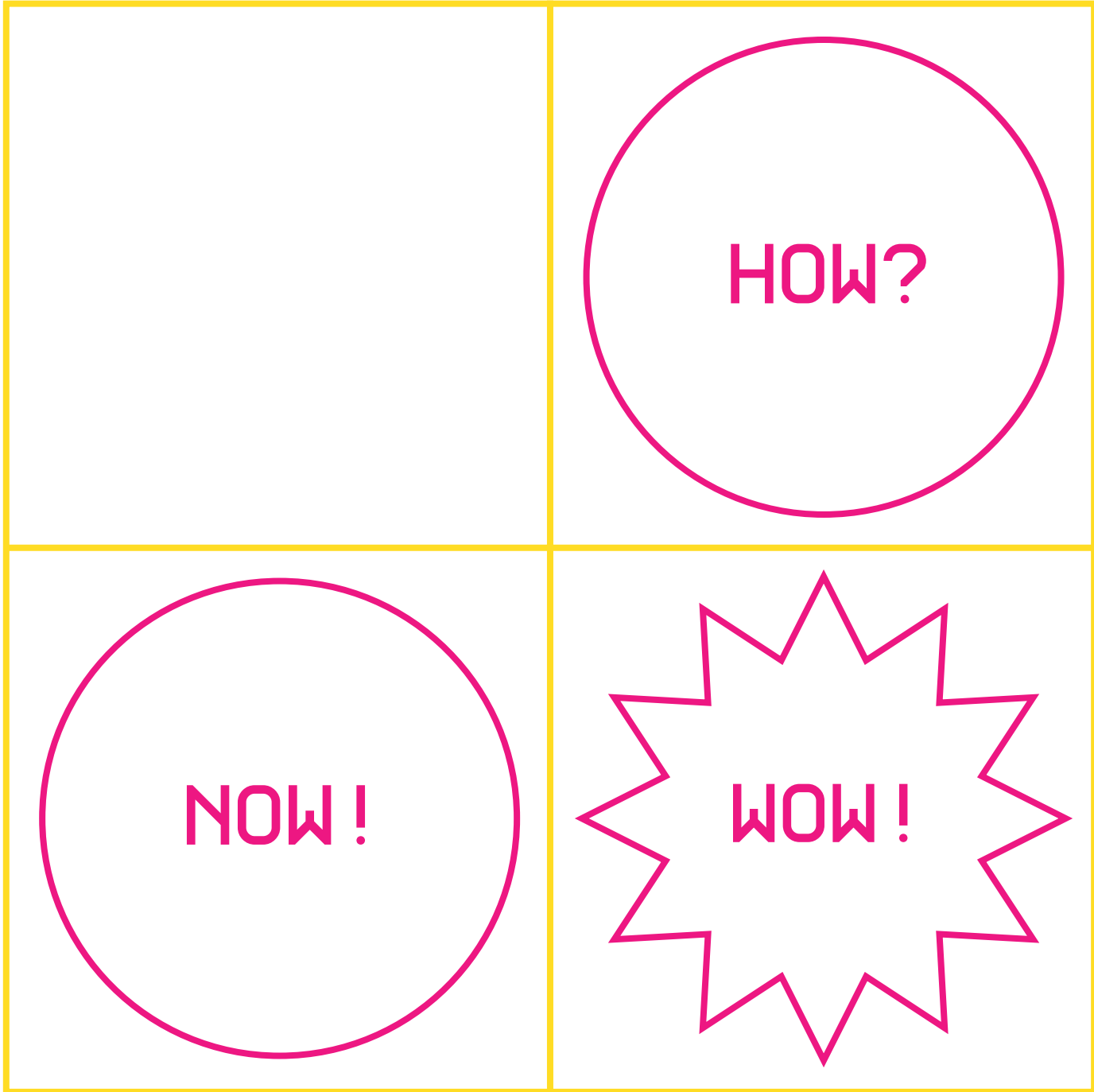
2

Conjuntamente se dialoga sobre las ideas y se posiciona cada una de ellas en uno de los cuadrantes: NOW, HOW y WOW.

> NOW: ideas que son comunes y factibles
> HOW: ideas que son originales y no (todavía) factibles
> WOW: ideas que son originales y factibles

3

Cuando hemos realizado este proceso con todas las ideas nos paramos en aquellas ubicadas en el cuadrante de WOW, serán estas las que presentan un mayor potencial.



#compleja

#factible

#común

#original

HOW? 

- > Ideas a futuro
- > Reto de implementación
- > No factibles en el presente

NOW! 

- > Fácil implementación
- > Poco riesgo
- > Poca innovación/novedad

WOW! 

- > Ideas innovadoras
- > Factible sin implementación
- > De impacto y sorprendente