

Lienzo de experiencias

1. Hipótesis (10 min.)

La diferencia que, según el equipo, el proyecto supondrá para los clientes. Creemos que... tendrá el siguiente efecto...

Ejemplo sobre una aerolínea: "Creemos que un producto de viajes aéreos de bajo coste satisfará las necesidades de desplazamiento de nuestros clientes e incrementará los ingresos de nuestra aerolínea".

2. Problema (10 min.)

Qué ha generado la hipótesis. Enumera claramente sus retos, problemas y causas fundamentales.

Ejemplo sobre una aerolínea: "Muchos viajeros prefieren el tren al avión debido a su precio".

7. Ideas (10 min.)

Que resuelven los problemas de los perfiles de cliente y satisfacen las necesidades de las partes interesadas.

Ejemplo sobre una aerolínea: "Aviones renovados sin servicio de facturación de equipaje ni servicio de comidas y bebidas".

8. Experiencia mínima viable (5 min.)

La versión más breve, sencilla y rápida de tu idea para poder probar la hipótesis de forma segura.

Ejemplo sobre una aerolínea: "Ofrecer vuelos a un destino turístico popular durante las vacaciones universitarias".

6. Valor (10 min.)

Cuáles son los posibles beneficios para el usuario y para el negocio:

- beneficios esperados para el usuario
- beneficios económicos para el negocio
- beneficios técnicos

Enumera solo los que puedan medirse y califícalos con tu equipo en términos del valor percibido por el cliente.

Ejemplo sobre una aerolínea: "Velocidad del viaje en avión (no el servicio) al precio de los billetes de tren".

4. Partes interesadas (10 min.)

¿Quién apoya este esfuerzo? ¿Quién podría bloquear este proyecto? ¿Quién tiene requisitos, también?

Ejemplo sobre una aerolínea: "Directores ejecutivos, pilotos, agentes de viajes, reguladores aéreos".

5. Equipo (10 min.)

Qué experiencia y habilidades se requieren para conseguir que esta experiencia sea un éxito.

Ejemplo sobre una aerolínea: "gestor de marketing, director de operaciones, departamento financiero, equipo de desarrollo de TI".

3. Perfiles de cliente (10 min.)

¿Quién tiene este problema? ¿Qué les motiva? ¿Qué están tratando de lograr?

Ejemplo sobre una aerolínea: "John es un estudiante universitario que quiere viajar durante las vacaciones semestrales sin gastar una fortuna".

8. Demostración de extremo a extremo (5 min.)

Cuenta una historia de extremo a extremo desde el punto de vista del cliente que se centre en los problemas resueltos, en la solución aplicada y en el valor alcanzado. Enumera los escenarios principales mediante juegos de representación de roles, borradores o esquemas de baja fidelidad que más adelante podrán modelarse como prototipos de viajes de alta fidelidad (píxel perfecto).

Gracias a las vistas previas de extremo a extremo sobre la experiencia del usuario, el equipo contará con un objetivo final deseado por el cual trabajar.

Ejemplo sobre una aerolínea: "Análisis del proceso de reserva de un vuelo de bajo coste; experiencia de extremo a extremo desde la facturación hasta el desembarque; contacto con el servicio de asistencia para hacer reclamaciones, etc."

9. Métricas (10 min.)

Define las métricas de éxito directamente relacionadas con los valores deseados para esta experiencia, las cuales se utilizarán para probar o refutar la hipótesis.

A menudo, estas métricas se pasan por alto o no se ejecutan. Determina con antelación quién las medirá y cuándo y cómo lo hará.

Además, no solo quieren obtenerse métricas para el objetivo final, sino también para los hitos a medio camino que permitirán alcanzar el éxito con antelación o proporcionarán indicadores de advertencia.

Ejemplo sobre una aerolínea: "Un sitio web con ofertas de viajes de bajo coste generará al menos 10 000 clientes potenciales y 1 500 reservas durante el primer mes".