



UNIVERSIDAD
SAN SEBASTIAN

vm vinculación
con el medio

NOVOUSS

DIRECCIÓN GENERAL DE
EMPLEABILIDAD
Y EGRESADOS

 **Santander**

MÓDULO 3



DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

INTRODUCCIÓN

El curso se enfoca en entregar métodos, modelos y estrategias para crear valor en las fases de ideación, desarrollo y posicionamiento, que es lo requerido para tener éxito en la creación o mejoras de productos y servicios funcionales, que puedan ser promovidos en el mercado con alto valor desde una perspectiva centrada en el usuario.

Abordaremos herramientas conceptuales para la ideación de soluciones, haciendo uso del design thinking y el método de Lean Start Up.



ETAPAS DEL DESARROLLO DE PRODUCTO

1. Investigación y conceptualización

- Problemas y oportunidades
- Necesidades de usuarios
- Análisis de mercado
- Ideación
- Selección

2. Diseño y prototipado

- Conceptos
- MPV
- Grupos focales
- Beta-testing
- Entrevistas
- Pruebas con usuarios

3. Desarrollo y pruebas

- Modelo de negocios
- Planes de producción
- Estrategia de desarrollo
- Pruebas con usuarios

4. Lanzamiento y comercialización

- Branding
- Marketing
- Pruebas con usuarios
- Optimización

INVESTIGACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN

Antes de lanzarte a construir el producto, en cada una de sus fases e iteraciones, debes pensar: **¿Qué quiero lograr? Esa será tu visión.** Necesitas una visión para alinear a colaboradores, socios y clientes.

Tal como lo indica su nombre, se trata de una plantilla con nueve cuadrículas en las que aparecen los aspectos básicos que todo negocio debe analizar para darles forma a las ideas y convertirlas en un buen método para generar ingresos.

Comienza con el objetivo en mente

La empresa, llamada «FoodExpress», comienza realizando una **investigación exhaustiva del mercado de entrega de alimentos a domicilio.**

Recopila datos demográficos, tendencias de consumo, preferencias de comida y competidores existentes en el área geográfica objetivo.

Después de analizar los datos, FoodExpress identifica una demanda creciente de comidas saludables y convenientes para **personas ocupadas y profesionales que no tienen tiempo para cocinar.** Observa que existe una brecha en el mercado en términos de opciones de alimentos saludables y entrega rápida.

»Punto de vista»

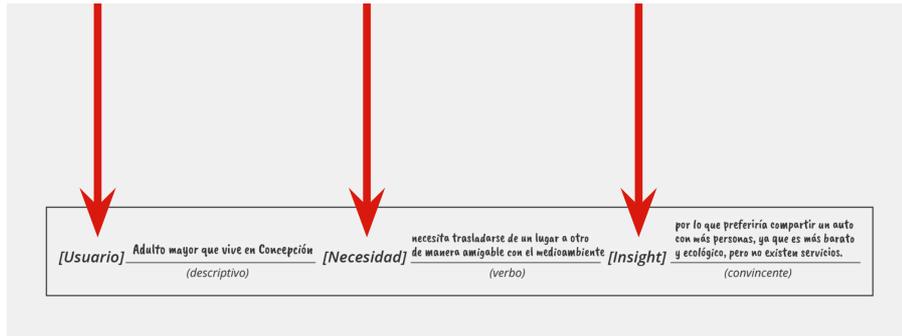
El Point Of View (POV), o Punto de Vista, es una forma llena de sentido para definir un problema orientado a la acción, que te permitirá pasar al proceso de ideación de forma orientada a objetivos. El POV requiere enmarcar el desafío de diseño como un planteamiento de problema. Se formula de la siguiente forma:

Punto de Vista: Visión única elaborada en base a evidencia recopilada

USUARIO	NECESIDADES	INSIGHTS
Adulto mayor (+60) que vive en la ciudad de Concepción.	Necesita transportarse entre diferentes puntos, principalmente desde su casa hacia otro lugar, entre 1 y 4 veces por semana. Estos traslados/viajes tienen una duración entre 10 y 60 minutos. Si bien tiene la posibilidad de movilizarse en transporte público, prefiere evitarlo ya que se siente inseguro.	<ul style="list-style-type: none"> El usuario no quiere tener su propio auto, ya que es muy caro en comparación con sus necesidades. Le gustaría compartir un auto con otras personas que tienen necesidades similares, sin embargo, no existen soluciones fáciles y asequibles para él. <p>Es importante de formar res ambiente, y de lo que res</p>
[Usuario] Adulto mayor que vive en Concepción (descriptiva)	[Necesidad] necesita trasladarse de un lugar a otro de manera asequible con el medioambiente (verbo)	[Insight] por lo que preferiría compartir un auto con más personas, ya que es más barato y ecológico, pero no existen servicios. (convicente)

<https://innovakit.uss.cl/>

Sergio Majul Jadue



La conceptualización implica desarrollar una propuesta de valor única. Para eso, debemos generar múltiples posibilidades, y luego aplicar un proceso de selección.

Lluvia de ideas

La Lluvia de Ideas -o Brainstorming- tiene como objetivo generar un gran número de ideas en un tiempo acotado de tiempo, priorizando la cantidad por sobre la calidad de estas.

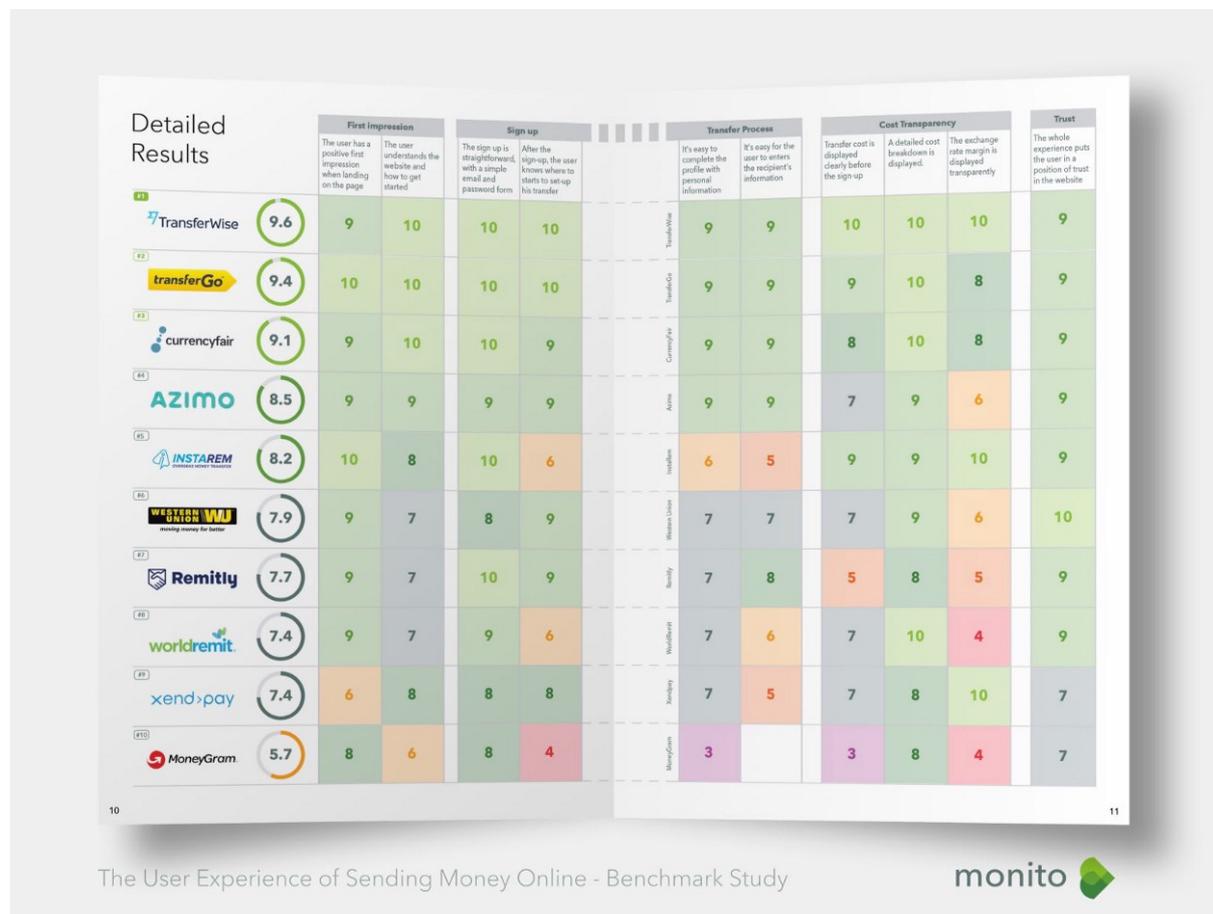


FoodExpress decide enfocarse en dos ejes: **Proporcionar variedad de comidas** preparadas con ingredientes frescos y saludables, y opciones para diferentes preferencias dietéticas (vegetarianas, veganas, sin gluten, etc.)

Ofrecer el servicio a través de una **App** con interfaz de usuario intuitiva y un proceso de pedido rápido.

Benchmark

Una herramienta para vigilar y compararnos con la competencia. Permite detectar oportunidades y amenazas, identificar puntos de comparación, y sugerir atributos que podríamos haber pasado por alto.



The User Experience of Sending Money Online - Benchmark Study



En esta etapa, FoodExpress ha realizado una investigación exhaustiva, identificado una oportunidad de mercado y ha desarrollado una propuesta de valor única para su servicio de entrega de alimentos preparados a domicilio.

Ahora está lista para pasar a la etapa de diseño y prototipado, donde se elaborarán los detalles del servicio y se construirán prototipos para su validación.

No nos equivoquemos

Falta de investigación de mercado

No realizar una investigación exhaustiva del mercado y comprender las necesidades de los usuarios. Esto puede llevar a desarrollar un producto que no se alinea con las demandas del mercado o no resuelve un problema real.

No involucrar a los usuarios desde el principio

No buscar la retroalimentación de los usuarios durante las etapas iniciales del desarrollo del producto. Esto puede resultar en un producto que no cumple con las expectativas o necesidades de los usuarios.

No priorizar características

Intentar incluir todas las características posibles en el producto sin tener una visión clara de las necesidades principales de los usuarios. Esto puede llevar a un producto sobrecargado y confuso, en lugar de uno que se enfoque en las características clave y ofrezca una experiencia de usuario más intuitiva.

Ignorar la competencia

No analizar y comprender a la competencia en el mercado. Esto puede resultar en una falta de diferenciación y en la incapacidad de ofrecer un valor único a los usuarios.

DISEÑO Y PROTOTIPADO

FoodExpress reúne a un equipo multidisciplinario que incluye diseñadores de experiencia de usuario (UX), diseñadores de interfaz de usuario (UI), chefs y expertos en logística de entrega. El equipo trabaja en conjunto para crear un diseño detallado del servicio de entrega de alimentos preparados.

Sprint

Design Sprint una metodología creada por Jake Knapp en 2010 y que se actualizó en 2018 mientras trabajaba en Google. Este tipo de metodología ayuda a que los equipos trabajen conjuntamente en la resolución de un problema concreto y proporcionar soluciones que serán probadas con usuarios. Design Sprint permite acelerar y simplificar el proceso de diseño de un producto a través de talleres de co-creación de prototipos y su plan de validación.



Prototiparán una App. Desarrolla la arquitectura de información y el flujo de usuario para el sitio web y la aplicación móvil de FoodExpress. Los diseñadores UX se centran en la facilidad de uso, la navegación intuitiva y la experiencia fluida para los clientes al realizar pedidos.

Luego, los diseñadores UI crean la interfaz visual, eligiendo una combinación de colores atractiva y seleccionando elementos gráficos que representen la identidad de la marca de FoodExpress. Simultáneamente, los chefs trabajan en la creación de un menú variado y saludable que se adapte a diferentes preferencias dietéticas. Se prueban y ajustan las recetas para garantizar la calidad y el sabor de los platos.

Lean Startup

Realizan iteraciones en el diseño y prototipo en función de los resultados de las pruebas de usabilidad. Se hacen ajustes y mejoras en las porciones y sabores. Al final de la etapa de diseño y prototipado, FoodExpress tiene una interfaz de usuario bien diseñada, un menú diverso y atractivo, y prototipos validados que reflejan el servicio de entrega de alimentos preparados.



No nos equivoquemos

Falta de enfoque en la experiencia del usuario

No tener en cuenta la experiencia del usuario en el diseño y desarrollo del producto. Esto puede resultar en una interfaz confusa, una navegación complicada y una falta de usabilidad que afecta la adopción y satisfacción del usuario.

No realizar pruebas de usabilidad

No llevar a cabo pruebas de usabilidad con usuarios reales para identificar problemas y oportunidades de mejora. Esto puede llevar a lanzar un producto con errores y deficiencias que podrían haberse abordado antes del lanzamiento.

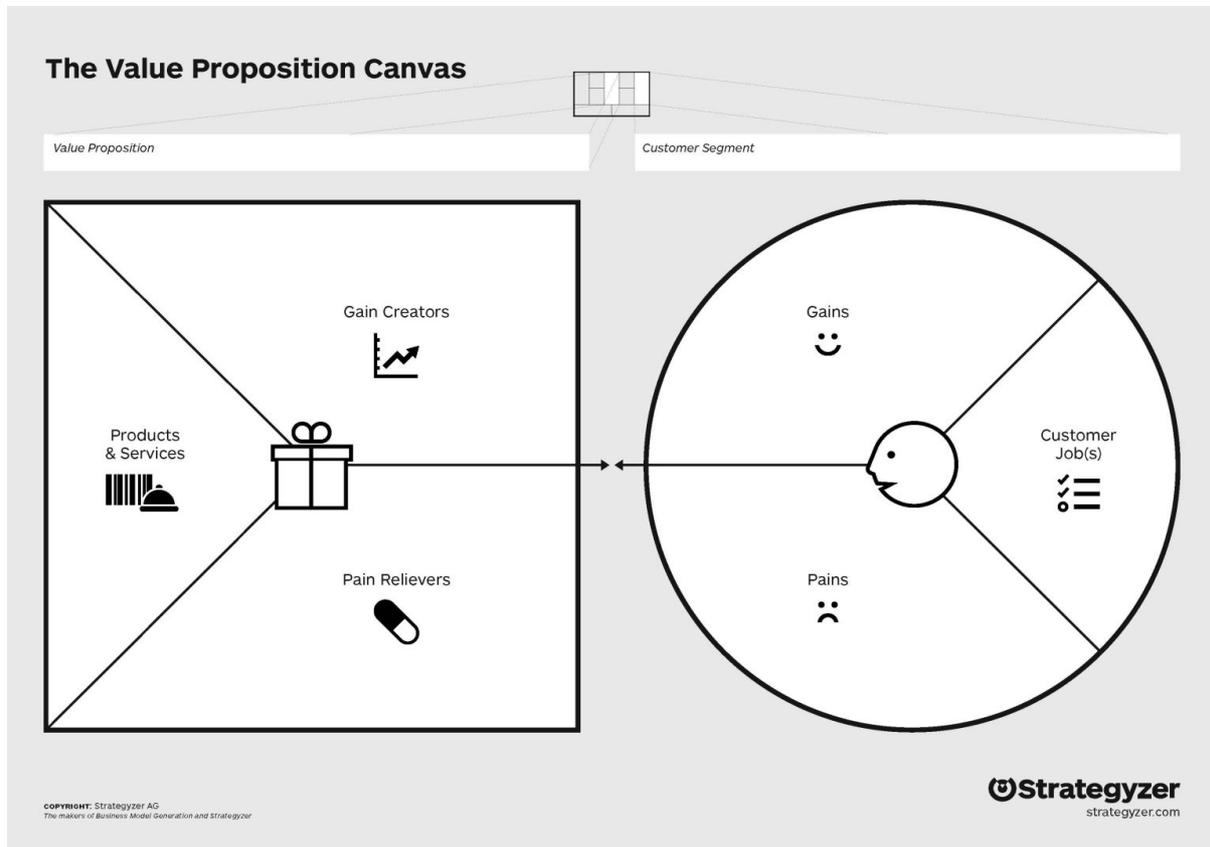
No priorizar características

Intentar incluir todas las características posibles en el producto sin tener una visión clara de las necesidades principales de los usuarios. Esto puede llevar a un producto sobrecargado y confuso, en lugar de uno que se enfoque en las características clave y ofrezca una experiencia de usuario más intuitiva.

LANZAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN

Una vez que el servicio de entrega de alimentos preparados de FoodExpress está listo, es momento de lanzarlo al mercado y promocionarlo para atraer a los clientes. Esta etapa implica la implementación de estrategias de marketing, el establecimiento de alianzas estratégicas y la gestión de las operaciones de lanzamiento. Para construir su estrategia de marketing, FoodExpress identifica su público objetivo y define su propuesta de valor única. Luego selecciona los canales de marketing adecuados, como publicidad en línea, redes sociales, colaboraciones con influenciadores y relaciones públicas. Crea contenido atractivo y relevante para atraer a los clientes y generar interés en el servicio.

Lienzo de propuesta de valor



FoodExpress busca asociaciones con restaurantes populares o locales que compartan los mismos valores de calidad y servicio. Establece acuerdos de colaboración para ampliar su oferta de alimentos y diversificar su menú. Aprovecha las redes de distribución existentes de los socios para aumentar la cobertura y la velocidad de entrega.

Usuarios y clientes

- ¿Quiénes son?
- ¿Qué tan bien los conocemos?
- ¿Dónde están cuando enfrentan el problema?
- ¿Cuándo?

FoodExpress prepara su infraestructura operativa para el lanzamiento, asegurándose de tener suficiente personal, vehículos y equipos de entrega.

Establece un sistema de gestión de pedidos y logística eficiente para garantizar la puntualidad y la calidad de los servicios.

Realiza pruebas piloto para validar la eficacia de las operaciones antes de su lanzamiento completo.

FoodExpress **monitorea las métricas clave de rendimiento**, como el número de pedidos, el promedio de calificaciones de los clientes y el crecimiento de la base de usuarios. Realiza ajustes y mejoras continuas según los comentarios de los clientes y las tendencias del mercado.

FoodExpress se enfoca en establecer su presencia en el mercado, atraer clientes y generar demanda para su servicio de entrega de alimentos preparados.

EXPANDE USS 2023

