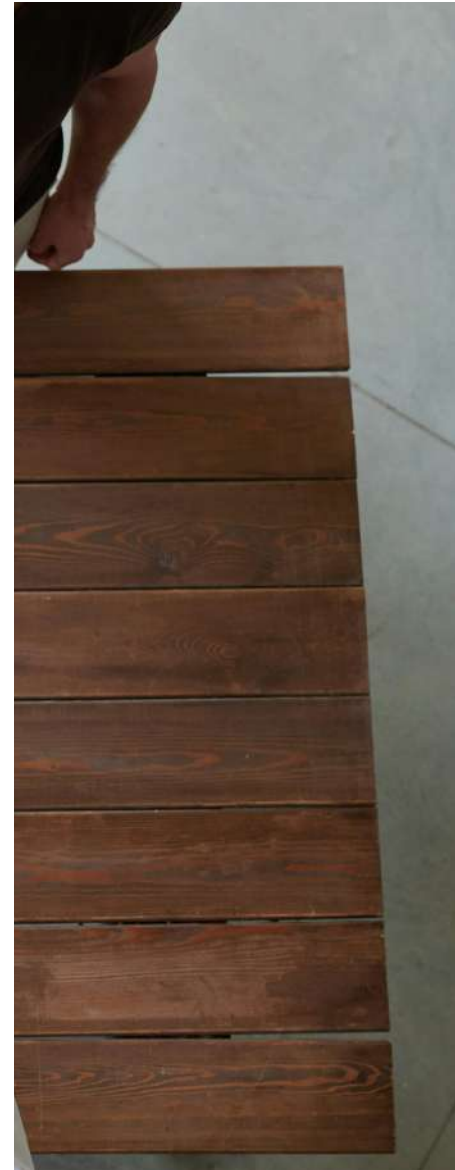
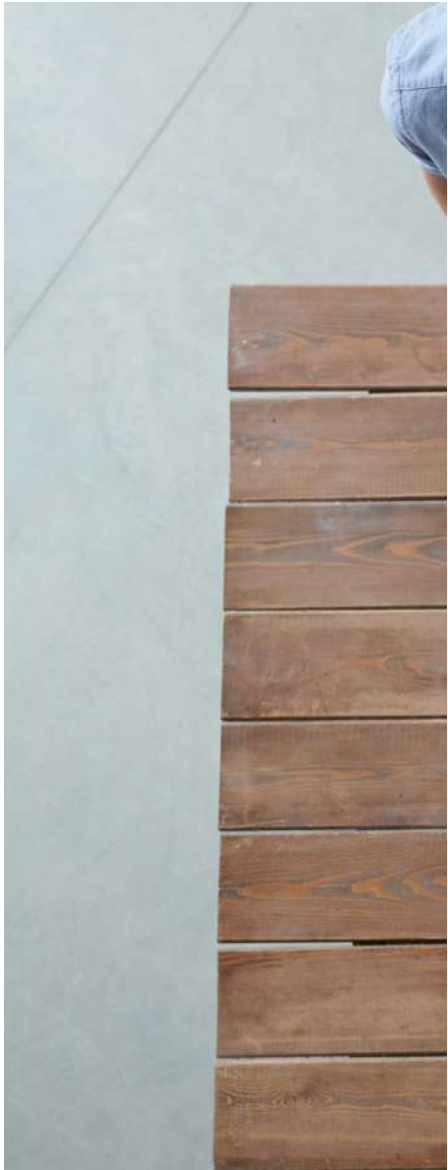


DISEÑO DE SERVICIOS

WORKBOOK de aprendizaje





“LOS CLIENTES LEALES NO SÓLO REGRESAN,
NO SÓLO TE RECOMIENDAN, INSISTEN EN
QUE SUS AMIGOS HAGAN NEGOCIOS
CONTIGO”

- CHIP BELL

CONTENIDO

04

**UN BREVE VIAJE
POR EL CURSO**

05

APRENDE APLICANDO
EJERCICIOS Y ACTIVIDADES PARA
EL DISEÑO DE SERVICIOS

13

**RINCÓN
DEL CONOCIMIENTO**
LIBROS Y ARTÍCULOS
RECOMENDADOS

14

LUCES, CÁMARA, ACCIÓN
RECOMENDACIONES EXCLUSIVAS
DE CONTENIDO AUDIOVISUAL

UN VIAJE BREVE POR EL CURSO

Cuando tienes que desplazarte de tu casa al trabajo, **¿cómo lo haces?** ¿En un vehículo propio?, o ¿En transporte público? Es decir, **¿usas un producto o contratas un servicio?**

Para poder diseñar servicios **es necesario conocer cuál es la diferencia entre producto y servicio:** el producto es tangible, **mientras que el servicio es intangible**, el producto se consume de forma recurrente, **mientras que el servicio se consume solo cuando se está usando.** Los productos son uniformes, **mientras que los servicios son completamente variables.** Con los productos el usuario es el propietario, **mientras que en los servicios el usuario paga por el acceso al servicio sin ser el propietario.** Transversal a estos dos conceptos se encuentra la experiencia, que **es lo que experimenta una persona cuando usa un producto o servicio.**

Para entender mejor el diseño de servicios vamos a diseccionar este concepto, comenzando por **qué es el diseño:** es el proceso intencional que usa la creatividad para idear, planear e implementar soluciones a retos. El servicio lo podemos definir como: **interacción entre usuario y entidad proveedora y que se da a través de canales, artefactos y actores, que se inscribe en el tiempo y genera valor.** Esto significa que debemos diseñar la manera en que se van a relacionar entre los usuarios y la entidad proveedora. También **debemos definir cuáles serán esos canales y artefactos que apoyarán nuestro servicio.** Un buen diseño debe asegurar que las dos partes queden satisfechas, todos los elementos que forman parte del servicio deben ser realizados de forma intencional. ¿Por qué el diseño de servicios es importante? **Porque nos ayuda a crear ofertas útiles para ayudar a los usuarios y relevantes para la entidad proveedora.**

El diseño de servicios pasa por 4 etapas: **Entendimiento, Análisis, Conceptualización y Prototipado.** El Entendimiento es la fase en la que **se busca entender cómo todos los implicados viven la experiencia en la que nos estamos enfocando,** y en donde recolectamos todas las percepciones de mejoras, cambios o recomendaciones para mejorar el servicio. En el aná-

lisis **recolectaremos toda la información que hayamos captado en la etapa anterior para comenzar a extraer nuestros aprendizajes.** En esta etapa es importante retomar el principio articulador del diseño, que nos dice que **"El diseño debe tener la capacidad de poner a todos los involucrados en la misma página con el mismo nivel de comprensión."** El análisis nos ayuda a tener una visión integral de como interactúa nuestro usuario con el servicio. **Herramientas como el Customer Journey Map nos ayudan a representar de forma visual la experiencia del usuario con el servicio.**

Luego de estas dos etapas pasamos al momento de la conceptualización y prototipado. Primero, **diseñamos una sesión e ideación, donde es fundamental involucrar a los usuarios que utilizan activamente nuestro servicio,** para con ellos comenzar a desarrollar posibles soluciones que puedan enriquecer nuestro servicio. **La sesión de ideación dará como resultado diferentes conceptos que le van a dar forma al diseño de servicios.** Entendamos el concepto de servicios como **una herramienta que nos permite recoger los temas más relevantes de nuestra propuesta: foco, atributos, canales, actores.** ¿Cómo seleccionamos los mejores conceptos para nuestros servicios? Primero, **es importante que esté alienado con los objetivos,** segundo, **que la propuesta sea atractiva tanto para la organización como para los usuarios,** y por último, que sea diferencial y sea una verdadera solución a una necesidad de nuestros usuarios. Luego de seleccionar los conceptos, pasaremos al desarrollo de prototipos en los que simulamos el servicio.

Por último, para implementar nuestros servicios, **es muy importante haber afinado todos los detalles de nuestro servicio previamente.**

APRENDE APLICANDO

EJERCICIOS Y
ACTIVIDADES PARA EL
DISEÑO DE SERVICIOS

ACTIVIDAD #1: TRANSFORMACIÓN

TRANSFORMA UN PRODUCTO EN UN SERVICIO

1 ESCOGE UNO DE LOS
SIGUIENTES PRODUCTOS



2

IMAGINA QUE NO SE PUEDEN COMPRAR, ¿CÓMO
CREARÍAS UN SERVICIO EN TORNO A ÉL? PIENSA
EN CÓMO ALGUIEN PODRÍA DISFRUTAR DE SUS
SERVICIOS SIN SER SU PROPIETARIO.

3

INTENTALO DE NUEVO HASTA
HACERLO CON TODOS LOS
PRODUCTOS.

ACTIVIDAD #2: CONOCE TUS CLIENTES

TRANSFORMA UN PRODUCTO EN UN SERVICIO

1

BUSCA UN PROBLEMA DE TU DÍA A DÍA O DE TU TRABAJO, QUE QUIERAS RESOLVER, APLICANDO MÉTODOS DE DISEÑO DE SERVICIOS. TRATA DE QUE SEA ALGO FAMILIAR PARA TI, ESO FACILITARÁ MUCHO LAS COSAS.

POR EJEMPLO: ¿CÓMO PODRÍA REDUCIR MI CONSUMO DE CAFÉ A LO LARGO DEL DÍA?, ¿CÓMO PODRÍAMOS HACER MÁS FÁCIL LA INCORPORACIÓN DE NUEVOS EMPLEADOS AL EQUIPO?

2

ENTREVISTAR A LOS USUARIOS DEL RETO QUE SELECCIONASTE EN LA ACTIVIDAD 2. ESTO TE PERMITIRÁ ENTENDER EL RETO EN PROFUNDIDAD Y CONOCER A TUS USUARIOS Y SUS NECESIDADES.



PASO A PASO

1. Identifica a tus usuarios. ¿quiénes son los principales afectados por el problema?

2. Arma tu guía de entrevista. Prepara unas preguntas para guiar la conversación, que te permitan entender las sensaciones actuales, las expectativas y deseos de tus usuarios

- Comienza con preguntas para conocer a la persona y romper el hielo. P. ej.: ¿Cómo te llamas?, ¿a qué te dedicas?, ¿qué te gusta hacer en tu tiempo libre?
- Continúa con preguntas enfocadas a entender la relación de la persona con el problema que estás tratando. P. ej.: ¿Cómo es tu experiencia actual? Cuéntame de una vez que utilizaste este servicio / viviste esta experiencia. Indaga: lugares, canales, objetos y actores implicados. ¿Qué quieres conseguir cuando haces esto/usas esto? ¿Qué te gusta de la experiencia actual?, ¿qué no? ¿Cómo sería una experiencia ideal?
- Termina abriendo un espacio para que la persona pueda añadir todo lo que considere relevante. P. ej.: ¿Hay algo más que quieras añadir?

3. Cita espacios con los usuarios para realizar las entrevistas

4. Realiza las entrevistas. Recuerda:

- Pide permiso a las personas y toma notas y / o graba la entrevista, para poder revisarla más tarde.
- No tienes que seguir la guía al pie de la letra, pero es importante que pases por todos los puntos relevantes para tu investigación.
- Deja tiempo para que las personas contesten, no temas el silencio.
- Evita preguntas cerradas (que se respondan con si / no).
- Pregunta siempre "¿por qué?", hasta que entiendas bien lo que te está contando la persona. Lo más importante son las razones que hay detrás de los testimonios.

ACTIVIDAD #3: MAPA DE ECOSISTEMA DE SERVICIO

MAPEA LAS INTERACCIONES DE TU SERVICIO

LA ACTIVIDAD CONSISTE EN MAPEAR EL ECOSISTEMA DE TU SERVICIO. TE PERMITIRÁ ENTENDER EL CONTEXTO EN EL QUE SE ENMARCA TU SERVICIO Y SUS COMPONENTES.

PARA ESTA ACTIVIDAD NECESITARÁS UN TABLERO O PAPEL PARA DIBUJAR O IMPRIMIR EL FORMATO QUE ENCONTRARÁS EN LA SIGUIENTE PÁGINA. ES IMPORTANTE QUE EL ESPACIO NO LIMITE TU MAPEO, PARA HACER ESTE EJERCICIO PUEDES UTILIZAR UN FORMATO GRANDE.

PARA COMPLETAR TU MAPA, UTILIZA LA INFORMACIÓN RECOGIDA A TRAVÉS DE TUS ENTREVISTAS. SI TE FALTA INFORMACIÓN, INVESTIGA MÁS: HAZ OBSERVACIONES, PREGUNTA A MÁS PERSONAS.

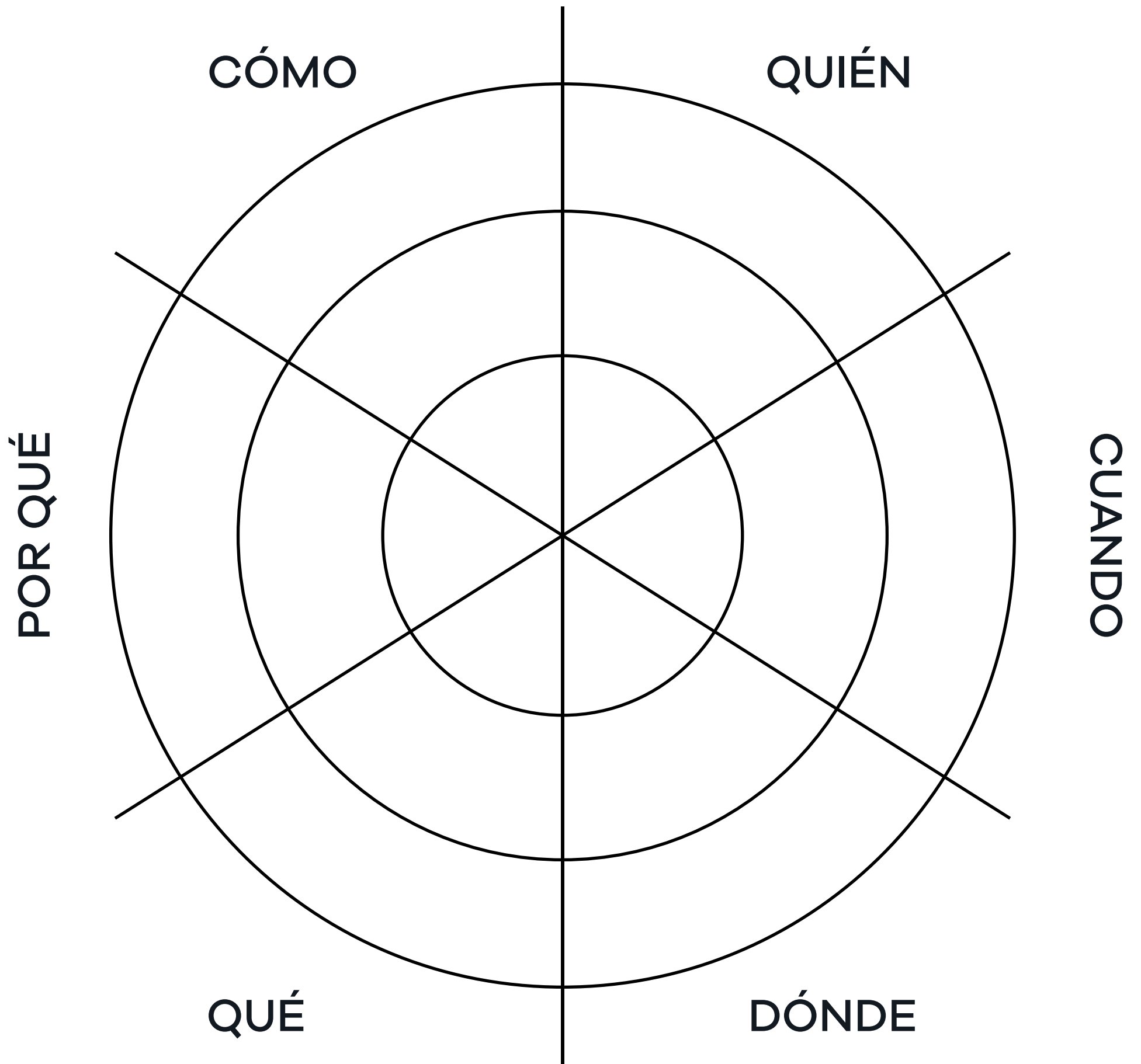
PASO A PASO

1. Define el alcance de tu ecosistema. Para ello, comienza completando el área 'Cuándo' del formato. Coloca los momentos principales de la experiencia actual, uno en cada sector, desde dentro, hacia afuera. Llamamos momento a cada paso de la experiencia. Por ejemplo: buscar un restaurante, hacer una reserva, acudir al restaurante...

2. Completa tu ecosistema. Continúa mapeando, para cada momento, "quién", "que", "dónde", "cómo" y "por qué".

3. Observa tu mapa y busca Información valiosa. El área "quién" mostrará los distintos actores implicados, ¿cómo se relacionan?; el área "qué", evidenciará los habilitadores de la experiencia, aquello que la hace posible; en el área "dónde" encontrarás espacios (¿cómo afectan a la experiencia?, ¿cómo la experiencia les impacta?) y en "cómo" encontrarás canales y artefactos (¿qué papel cumple cada uno?, ¿son los ideales para el usuario?, ¿son verdaderamente necesarios?); por último, el área "por qué", te ayudará a entender las motivaciones de los usuarios. ¿Qué podría mejorar?

PLANTILLA MAPA DE ECOSISTEMA DE SERVICIO



ACTIVIDAD #4: JOURNEY MAP

CAMBIA TU PERSPECTIVA

LA ACTIVIDAD CONSISTE EN REALIZAR EL JOURNEY ACTUAL DE LA EXPERIENCIA. TE PERMITIRÁ ENTENDER EN DETALLE LA EXPERIENCIA ACTUAL DE LOS USUARIOS E IDENTIFICAR ASPECTOS EN LOS QUE TE PUEDES ENFOCAR PARA MEJORAR EL SERVICIO.

PARA COMPLETAR TU JOURNEY, ANALIZA LO QUE TE CONTARON TUS USUARIOS EN LAS ENTREVISTAS: TOMA SUS TESTIMONIOS Y ÚSALOS PARA RECONSTRUIR EL RECORRIDO DE SU EXPERIENCIA.

PASO A PASO

1. Imagina un usuario concreto. No tiene que ser una persona real, más bien un usuario imaginario que represente las necesidades más significativas del público al que te diriges

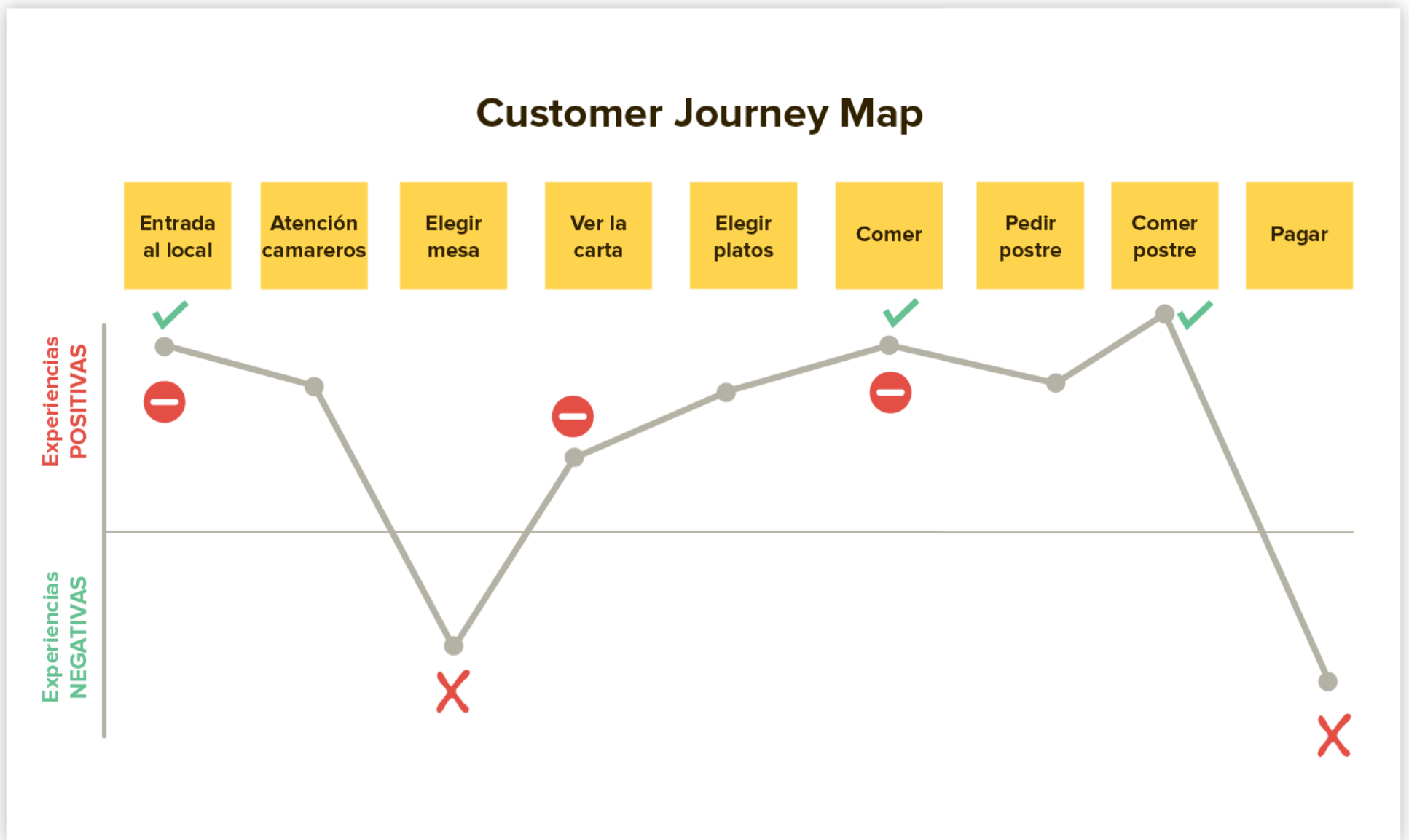
2. Completa la capa de momentos del formato:

- Coloca los momentos, en su capa, como una secuencia (uno al lado del otro, de izquierda a derecha).
- Narra la experiencia de tu usuario, paso a paso, describiendo solo una acción en cada momento.
- Enfatiza sentimientos y emociones (según lo que percibiste en las entrevistas), esto te ayudará a entender puntos de dolor y aspectos positivos de la experiencia. P. ej.: "María llama para hacer una reserva" "María espera varios minutos en línea, se siente frustrada..
- Ten en cuenta el antes, el durante y el después de la experiencia

3. Completa la capa de canales. Debajo de cada momento, pon a través de qué canal tiene lugar. P.ej.: Llamada telefónica.

4. Completa la capa de artefactos. Debajo de cada momento, pon qué artefactos físicos y digitales están implicados en el mismo. P. ej.: teléfono (objeto); melodía de espera pregrabada. Habrá momentos sin artefacto, ¡no te preocupes!

EJEMPLO Y PLANTILLA



Customer Journey Map

gluo_

Usuario específico + Escenario + Metas		
Fase 1	Fase 2	Fase 3
1. 2. 	3. 4. 5. 	6. 7. 8.
Oportunidades		Área interna

ACTIVIDAD #5: CONCEPTO DE SERVICIO

IDEACIÓN PARA TU SERVICIO

PARA ESTA ACTIVIDAD NECESITARÁS:

- IDEALMENTE POST-ITS, PARA LA IDEACIÓN (EN SU DEFECTO, UNA HOJA DE PAPEL O UN TABLERO DONDE ESCRIBIR)
 - CELULAR PARA TEMPORIZAR TU IDEACIÓN.
- UN TABLERO O PAPEL PARA DIBUJAR O IMPRIMIR EL FORMATO QUE ENCONTRARÁS EN LA SIGUIENTE PÁGINA. SIRVE UNA HOJA CARTA.

PASO A PASO

Comienza con la ideación. Tu objetivo es producir el mayor número de ideas posibles para resolver tu reto. Da igual si no son buenas o si se parecen entre si, lo importante es dejar la imaginación volar.

- 1. Inspírate.** Repasa tu investigación y busca referencias de buenos servicios.
- 2. Prepárate.** Toma tus postits y un sharpie y pon un temporizador de 1 a 3 minutos. Fuéstrate a ser muy rápido.
- 3. Apunta ideas,** sin pensar, lo que se te venga a la cabeza, tan rápido como puedas. Apunta solo una idea por post-it (si usas papel normal, puedes hacer una lista).
- 4. Busca relaciones.** Al finalizar tu ideación, busca relaciones entre las ideas que tuviste: tal vez varios se puedan unir para crear algo más robusto. Identifícalas Y agrúpalas.
- 5. Selecciona las mejores ideas.** Básate en sus beneficios, en el impacto que pueden generar, en el valor que pueden entregar a los usuarios y a los Proveedores...

Concepto de servicio

Tu concepto en una frase

Descripción

Usuarios

Beneficios

Canales

Actores



"SI NO CUIDAS DE TU CLIENTE, TU
COMPETIDOR LO HARÁ"

- BOB HOOEY

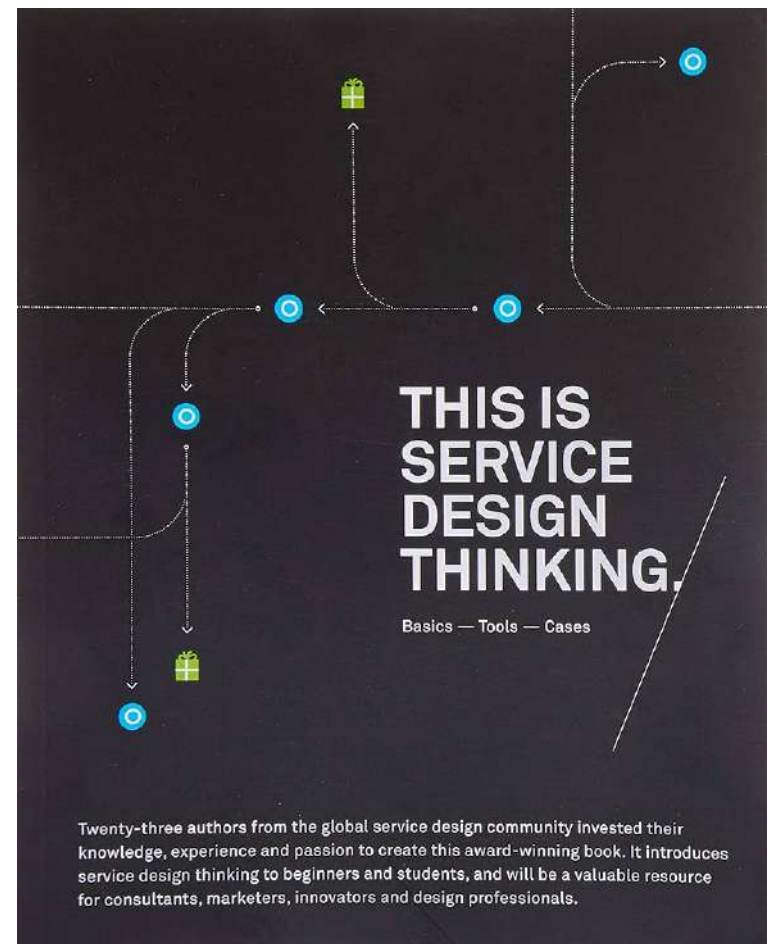
RINCÓN DEL CONOCIMIENTO

LIBROS Y ARTÍCULOS RECOMENDADOS PARA EXPLORAR

THIS IS SERVICE DESIGN THINKING: BASICS, TOOLS, CASE

MARC STICKDORN, JAKOB SCHNEIDER

El pensamiento de diseño de servicios consiste en diseñar y comercializar servicios que mejoren la experiencia del cliente y las interacciones entre los proveedores de servicios y los clientes. Si hay dos cafeterías contiguas que venden exactamente el mismo café al mismo precio, el diseño del servicio es lo que hace que entre en una y no en otra. Puede que en una pongan música y en la otra no. Puede que uno acepte tarjetas de crédito y el otro sólo acepte efectivo. Puede que te guste más la distribución de uno que la del otro, o que uno tenga asientos más cómodos.



SERVICE DESIGN: FROM INSIGHT TO IMPLEMENTATION

ANDY POLAINE, LAVRANS LØVLIE, BEN REASON

Service Design es una guía eminentemente práctica para diseñar servicios que funcionen para las personas. Ofrece ideas, métodos y estudios de casos para ayudarle a diseñar, implementar y medir experiencias de servicio multicanal con mayor impacto para los clientes, las empresas y la sociedad.



SERVICE DESIGN

From Insight to Implementation

by ANDY POLAINE, LAVRANS LØVLIE,

and BEN REASON foreword by John Thackara

Rosenfeld

LUCES, CÁMARA, ACCIÓN

RECOMENDACIONES
EXCLUSIVAS DE
CONTENIDO
AUDIOVISUAL



**JOOST HOLTHUIS - "SERVICE
DESIGN"**
TEDx Talks

CLICK AQUÍ PARA VERLO



**SO YOU WANT TO BE A SERVICE
DESIGNER - JAMIN HEGEMAN**
Productized

CLICK AQUÍ PARA VERLO

CONTINÚA TU PROCESO DE
APRENDIZAJE

CON:

