



Profundiza más

Recurso de Profundización

1. Aplicación de JTBD

El estudiante puede aplicar las siguientes herramientas para desarrollar un análisis JTBD y de Fuerzas del Cliente.

(Crear un .pdf con los detalles que se presentan a continuación).

1.1 JTBD Statement

Objetivo: Entender cuál es el trabajo que quiere realizar nuestro cliente en un contexto particular, y cómo vamos a medir el éxito de la solución que plantearemos.

Pasos:

- Describir a nuestro cliente
- Describir sus motivaciones
- Describir el contexto de su trabajo
- Definir estrategia de solución
- Describir los resultados esperados

Resultado Final

Ayúdame a mí,	Type anything, @mention anyone	a	Type anything, @mention anyone	cuando	Type anything, @mention anyone
Para mí, un	Type anything, @mention anyone	es exitoso cuando puede	Type anything, @mention anyone		

Figura 6. Plantilla Jobs Statement + Outcome Statement. Autoría contenidista Juan Carlos Piñuela.



Profundiza más

1.2 Analizar las fuerzas del progreso:

Objetivo: investigar los deseos, catalizadores, restricciones y conjunto de soluciones que atraviesa nuestro cliente a la hora de tener que hacer el trabajo a realizar (JTBD).

Pasos:

- Formular hipótesis para las “Job Stories”. Definiremos el trabajo en base a nuestra experiencia y a los datos de clientes
- Redactar un guión de entrevistas
- Realizar entrevistas observando y recolectando información
- Consolidación de la información

1.2.1 Formular hipótesis.



Profundiza más

Ejercicio (30 min)

SITUACIÓN		MOTIVACIÓN		RESULTADO DESEADO	
CUANDO		QUERO		PARA PODER	
Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone
Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone

🕒 Tomémonos 5 minutos para votar las ideas
Cada persona tiene 5 votos. Se puede poner más de un voto por opción.

👑 Más votadas

SITUACIÓN	MOTIVACIÓN	RESULTADO DESEADO
CUANDO	QUERO	PARA PODER
Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone
Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone
Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone	Type anything, @mention anyone

Figura 7. Hipótesis. Autoría contenidista Juan Carlos Piñuela.



Profundiza más

1.2.2 *Guion de Entrevista*

a. **Bienvenida (3 min)**

- Explicar el objetivo de la conversación.
- Generar un ambiente relajado y abierto.
- Asegurar al entrevistado que no hay respuestas correctas o incorrectas.

b. **Evento Desencadenante y Resultado Deseado (15 min)**

- ¿Cuándo te diste cuenta de que tenías este problema/necesidad?
- ¿Qué te llevó a considerar una nueva solución?
- ¿Qué esperabas lograr con el cambio?
- ¿Dónde estabas en ese momento? ¿En qué contexto sucedió?
- ¿Qué solución usabas antes y por qué dejó de servirte?

c. **Evaluación de Alternativas y Contratación (15 min)**

- ¿Cómo buscaste una nueva solución?
- ¿Cuáles fueron las opciones que consideraste?
- ¿Cuáles fueron los criterios clave para elegir una solución?
- ¿Consultaste con alguien antes de decidir?
- ¿Tuviste dudas o preocupaciones sobre alguna alternativa? (Miedos, costos, aprendizaje, etc.)
- ¿Cuál terminaste contratando y por qué?
- ¿Por qué descartaste las otras opciones?

d. **Evaluación de la Solución Contratada (10 min)**

- ¿La solución cumplió con tus expectativas?
- ¿Pudiste alcanzar el resultado deseado?



Profundiza más

- ¿En qué situaciones la utilizas más?
- ¿En qué momentos sientes que no te funciona?
- ¿Qué aspectos mejorarías en la solución actual?

Niveles de Satisfacción con la solución actual:

(1) Frustrado – (2) Insatisfecho – (3) Neutral – (4) Satisfecho – (5) Encantado

Nivel de Importancia del Resultado Deseado:

(1) Nada importante – (2) Poco importante – (3) Moderado – (4) Muy importante – (5) Crucial

e. Cierre (2 min)

- ¿Te gustaría recibir actualizaciones sobre nuestro proyecto?
- ¿Podrías referirnos a otros contactos que podrían estar en una situación similar?

Realizar al menos 10 entrevistas e integrar la información, considere:

- Deseos: experiencias futuras en las que el usuario está pensando, pero a las que aún no puede acceder
- Catalizadores: eventos que influenciaron la aparición de los deseos
- Restricciones: obstáculos para la realización de los deseos
- Set de soluciones: opciones por las cuales resuelve JTBD hoy

Si bien cada persona nos contará su historia, al finalizar las entrevistas generaremos un informe con las conclusiones generales de las respuestas extraídas. Nos preguntaremos qué insights nuevos tenemos y si nuestras hipótesis iniciales se validan

1.3 JTBD Timeline

Objetivo: Analizar e interpretar la información de la investigación para poder priorizar los esfuerzos de la mejor manera posible.

Pasos:



Profundiza más

- Definir las fuerzas del progreso
- Definir JTBD Timeline
- Definir Job Stories
- Definir tipos de competidores

1.3.1 Fuerzas de progreso



Figura 8. Fuerzas de Progreso. Autoría contenidista Juan Carlos Piñuela.

1.3.2 El timeline

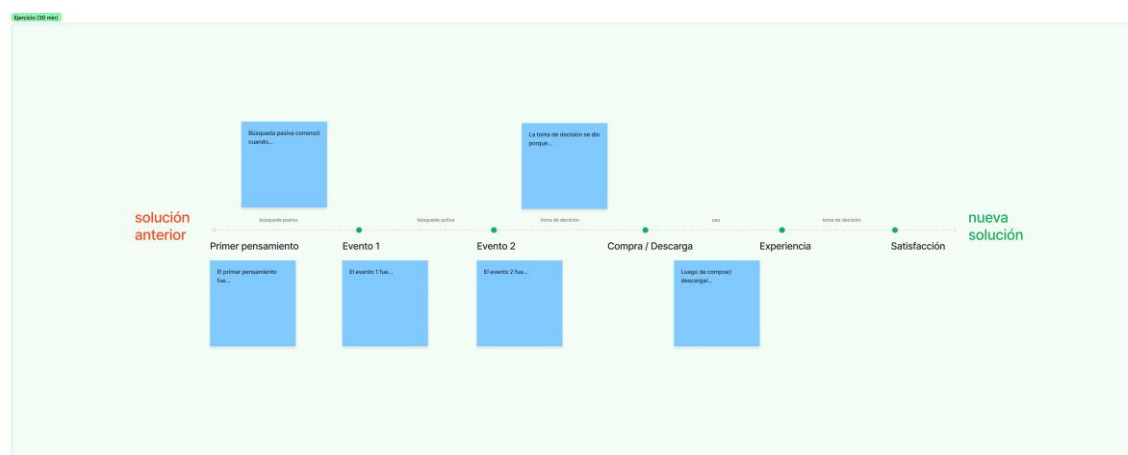


Figura 9. Fuerzas de Progreso. Autoría contenidista Juan Carlos Piñuela.



Profundiza más

1.3.3 *Job Storie*

Luego de realizar las entrevistas y analizar toda la información, podemos formular las “Job Stories”.

Si tenemos muchas Job Stories distintas, debemos podemos segmentarlas y trabajar con los usuarios para entender qué podemos mejorarle al producto

Hay dos formas de segmentarlos:

- Por su contexto: personas que tienen situaciones similares, problemas similares, pueden tener igualmente diferentes deseos
- Por sus acciones: las personas pueden tener diferentes contextos y problemas, pero tener los mismos deseos

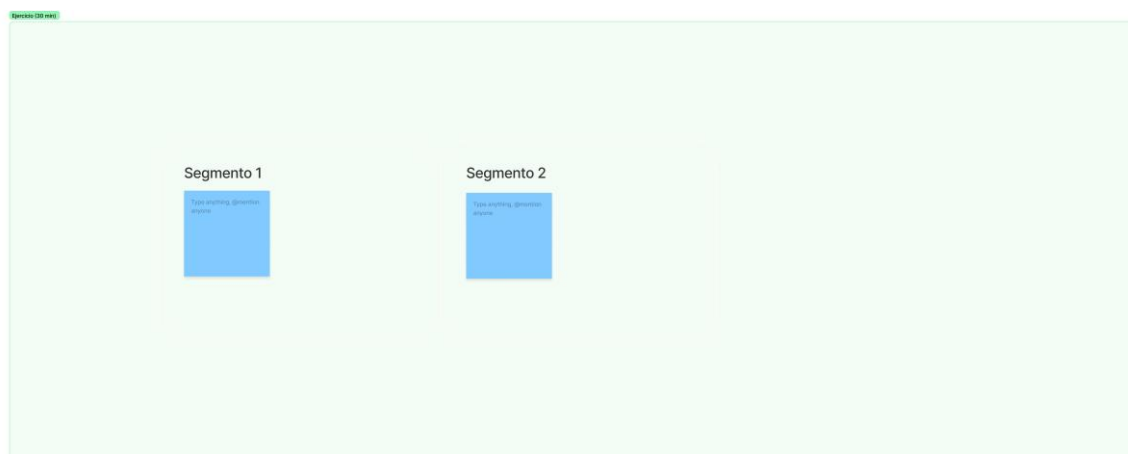


Figura 10. Jobs Stories. Autoría contenidista Juan Carlos Piñuela.

1.3.4 *Tipos de competidores*



Profundiza más

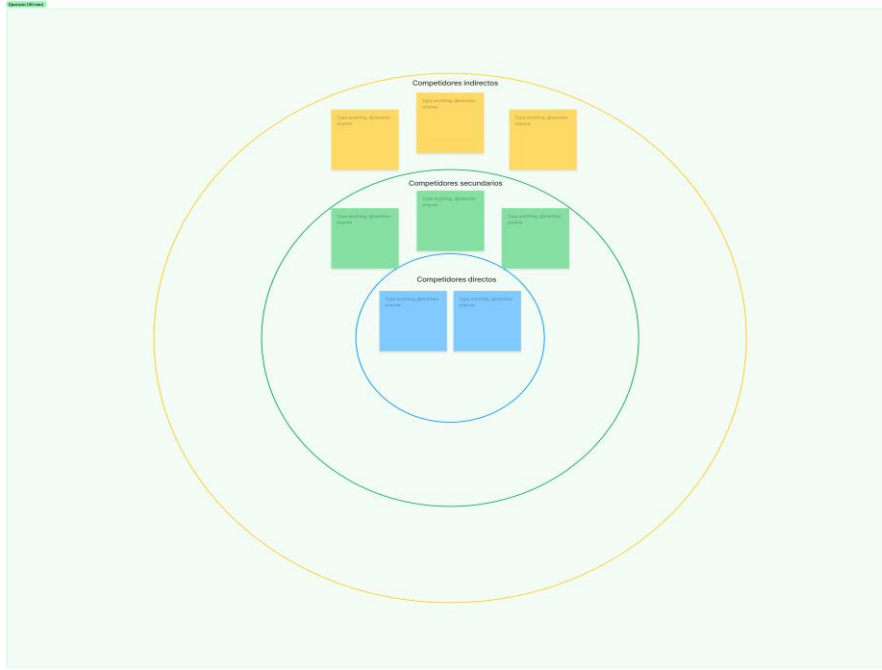


Figura 11. Jobs Stories. Autoría contenidista Juan Carlos Piñuela.



Profundiza más

2. Mapa de las Fuerzas del Cliente

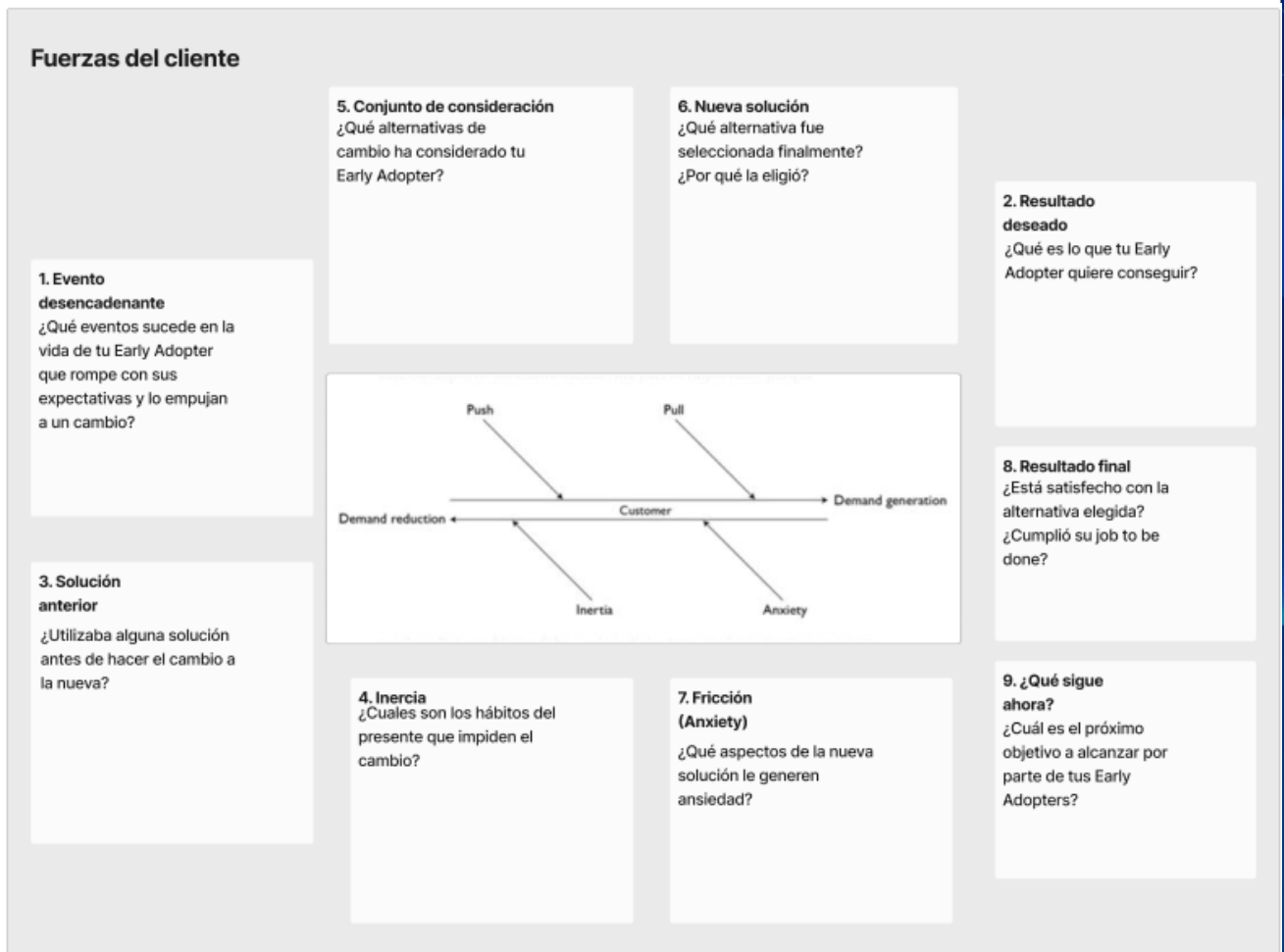


Figura 12. Mapa de Fuerzas del Cliente. Autoría contenidista Juan Carlos Piñuela.