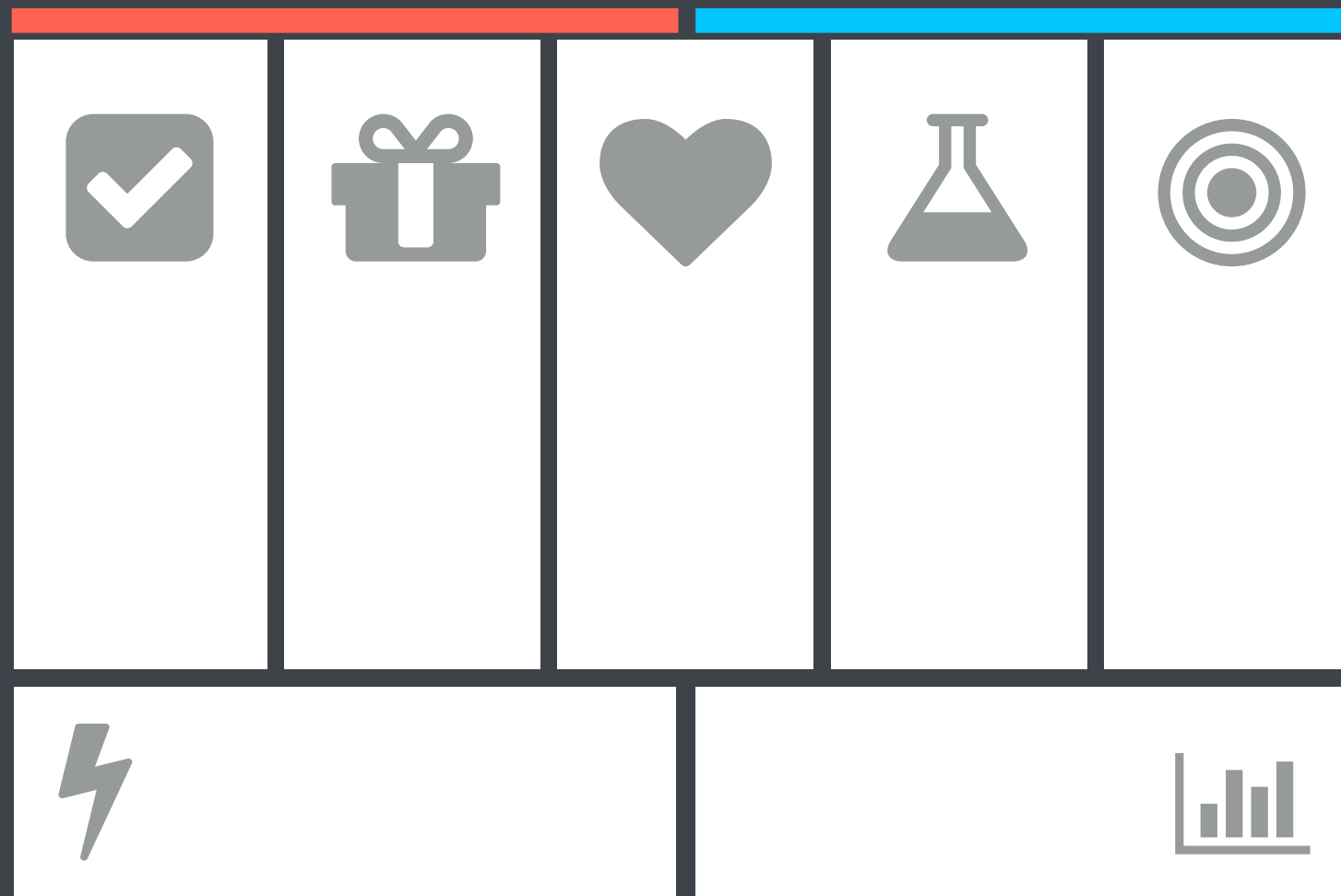


SCOPE CANVAS

El punto de partida de Lean UX



continuum



Sergio Nouvel

@shesho



continuum

GET ON BOARD



“Amaba hacer las cosas bien. Se preocupaba incluso del aspecto de las partes que no podías ver”

— Steve Jobs, acerca de su padre

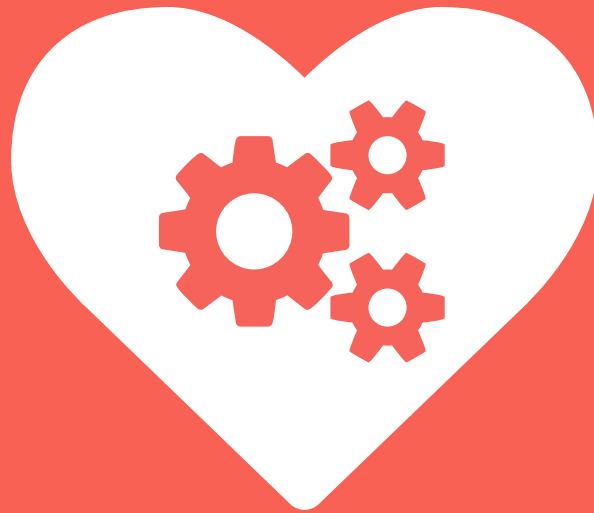
de alguna manera...

LA DEDICACIÓN SE NOTA.

**LA OBSESIÓN POR LOS
DETALLES SE NOTA.**

EL CARIÑO SE NOTA.

**LA PREOCUPACIÓN POR LOS
USUARIOS SE NOTA.**



ES IMPOSIBLE SEPARAR
LA EXPERIENCIA DE
USUARIO DEL CORAZÓN
DE UN NEGOCIO.



*UX implica convertir a tus usuarios en
seres humanos, con historias,
limitaciones, sueños y necesidades.*



UX



CRAFT

Detalles

Performance

Coherencia

Obsesión

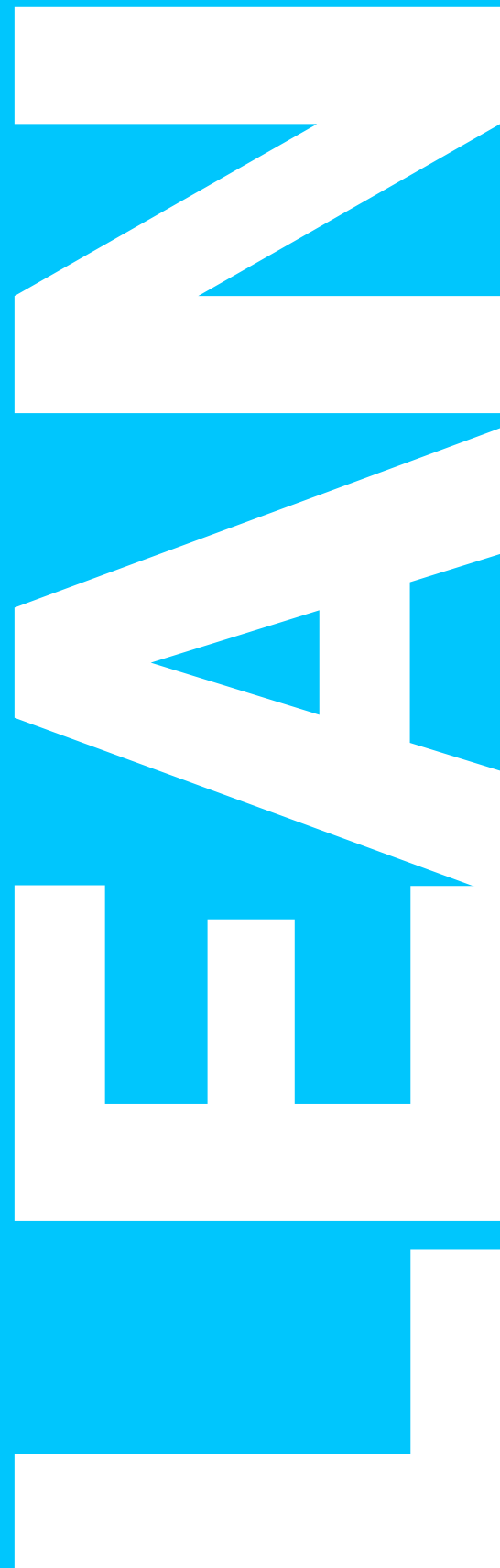
HUMANO

Necesidades

Contextos

Realidades

Empatía



MAXIMIZAR APRENDIZAJE
APRENDER RÁPIDO
APRENDER BARATO



EMPEZAR



VALIDAR



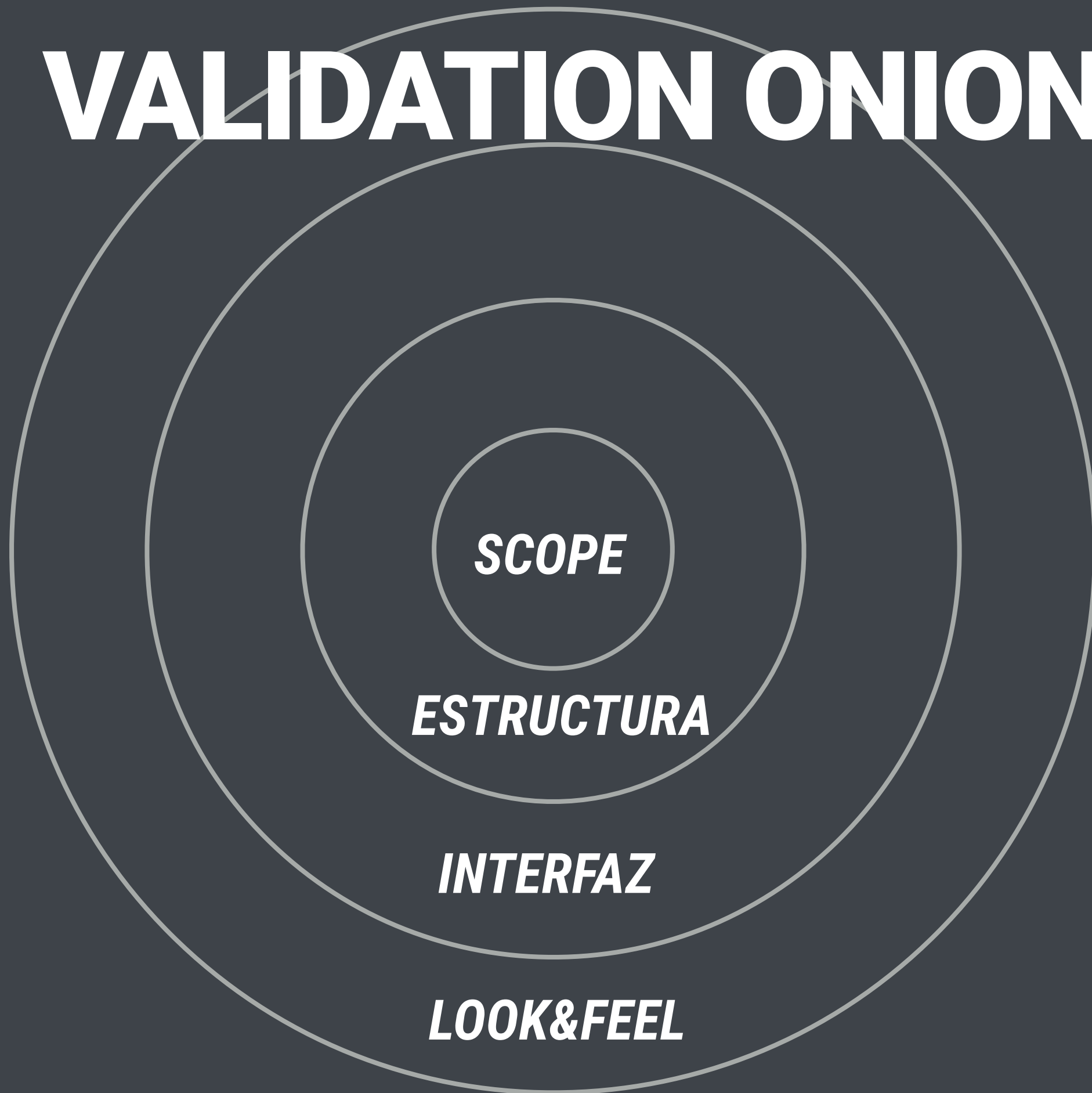
ITERAR

LEAN+UX

*Aprender lo antes posible **las lecciones** que nos permitirán crear una **experiencia de usuario** óptima.*

CREAMOS
VALIDATION ONION
PARA VISUALIZAR LAS
ETAPAS Y LOS HITOS DE
VALIDACIÓN EN
*PROYECTOS **UX**.*

VALIDATION ONION





SCOPE: *AGREGA VALOR*

ESTRUCTURA: *SE ENTIENDE*

INTERFAZ: *ES FÁCIL DE USAR*

LOOK&FEEL: *ENAMORA*

CREAMOS

SCOPE CANVAS

PARA UNIR OBJETIVOS

DE NEGOCIO CON

NECESIDADES DE

USUARIO.

USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



OBJETIVOS



COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS



¿Por qué usar Scope Canvas?



Es colaborativo.

Todos toman parte en definir el corazón del proyecto UX, reflejando los distintos puntos de vista involucrados.



Es visible.

Las necesidades, objetivos y principios clave están visibles para todos y sirven como un recordatorio constante.



Es liviano.

El tiempo usado en documentar es mínimo. Es fácil de modificar, replicar y reconstruir.

Canvas Hipotético — Al principio del proyecto UX.

PROYECTO:

Lean UX usando Validation Onion

USUARIOS

NEGOCIO

✓ NECESIDADES LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	🎁 MOTIVADORES LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	♥ PROPÓSITO LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	🧪 HIPÓTESIS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	🎯 OBJETIVOS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.
⚡ COMPORTAMIENTOS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.		📊 MÉTRICAS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.		

Canvas Validado — Al final del proyecto UX.

PROYECTO:

Lean UX usando Validation Onion

USUARIOS		NEGOCIO		
✓ NECESIDADES LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	📁 MOTIVADORES LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	♥ PROPÓSITO LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	🧪 HIPÓTESIS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.	🎯 OBJETIVOS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.
⚡ COMPORTAMIENTOS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.		📊 MÉTRICAS LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.		

Reglas del juego

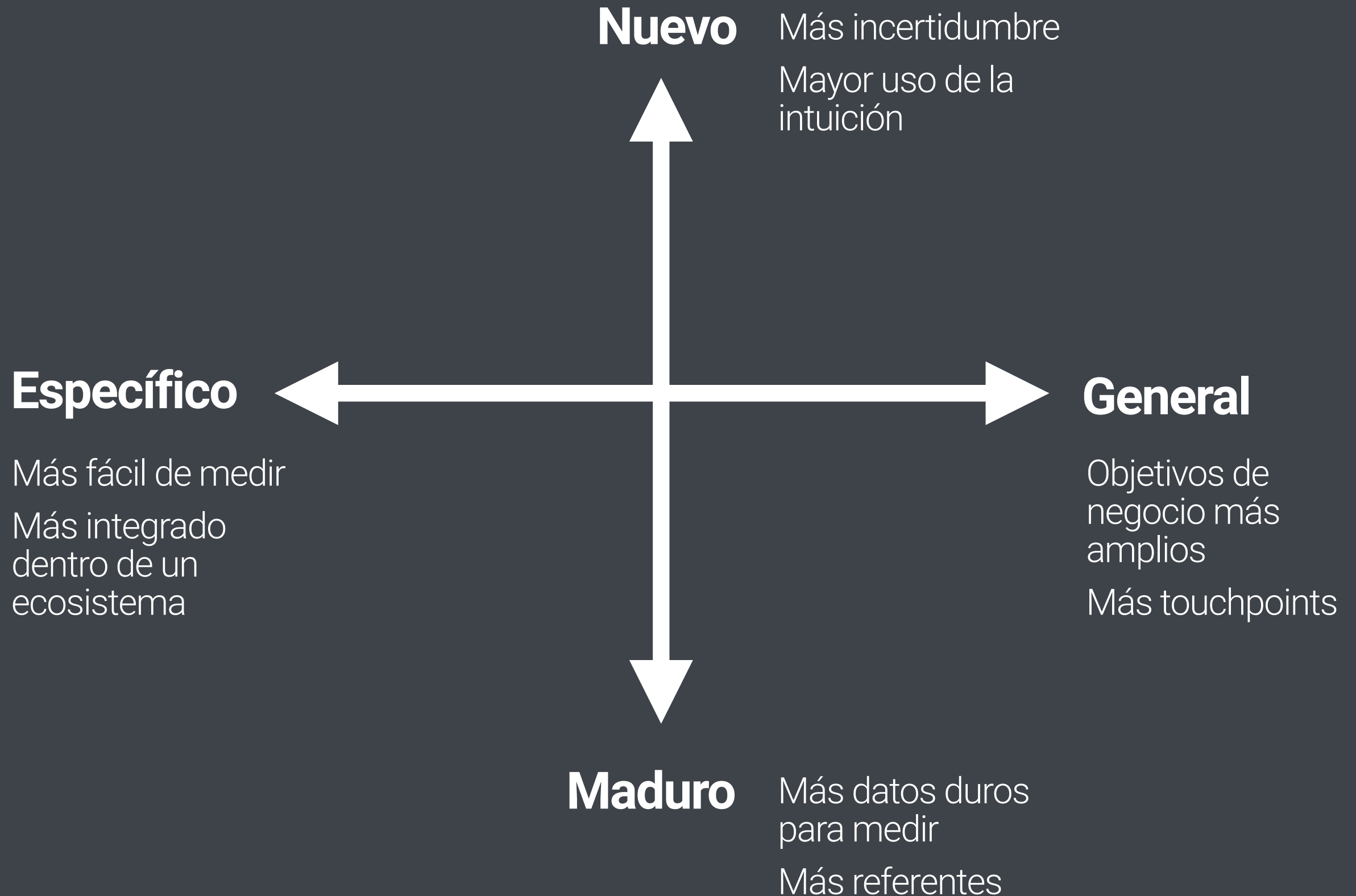
USA POST-ITS Y LÁPICES GRANDES

SÉ SIMPLE Y BREVE

DEBATE, NO JUZGUES

TOLERA EL CAOS

MAPEANDO EL PROYECTO



USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



OBJETIVOS



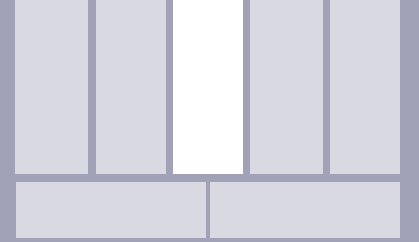
COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS





Propósito

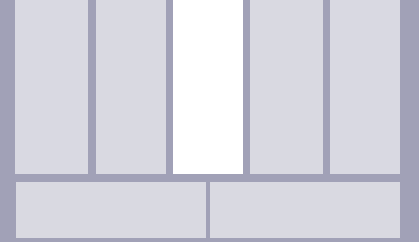


¿Qué hace que esto valga la pena? ¿Por qué hacemos esto? ¿Qué nos mueve?

***NOS MUEVE HACER
ESTO PORQUE:***



Propósito

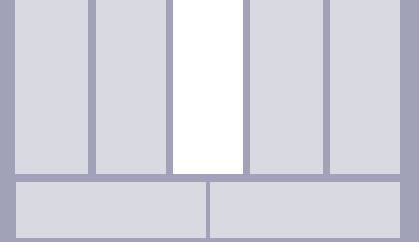


**El propósito sirve a la
organización y a sus
usuarios por igual.**

No es egoísta ni abnegada. Es un equilibrio.



Propósito



- ✓ Queremos que las personas tengan más tiempo para lo que realmente les importa.
- ✗ Queremos posicionarnos como líderes en el mundo digital.
- ✓ Nos mueve que el ahorro energético esté al alcance de cualquier persona.
- ✗ Queremos ser parte del fenómeno start-up.

USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



OBJETIVOS



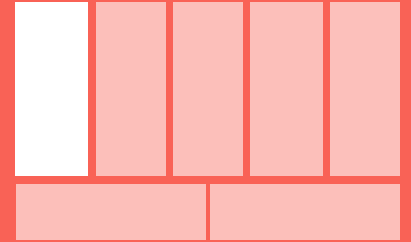
COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS





Necesidades de Usuarios

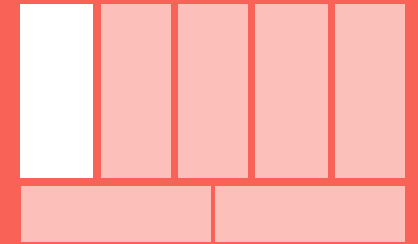


¿Qué problemas y/u oportunidades insatisfechas tenemos el potencial de atender?

***NUESTROS USUARIOS
NECESITAN / DESEAN:***



Necesidades de Usuarios



3 PASOS PARA DETECTAR NECESIDADES DE USUARIOS

1

INVESTIGAR

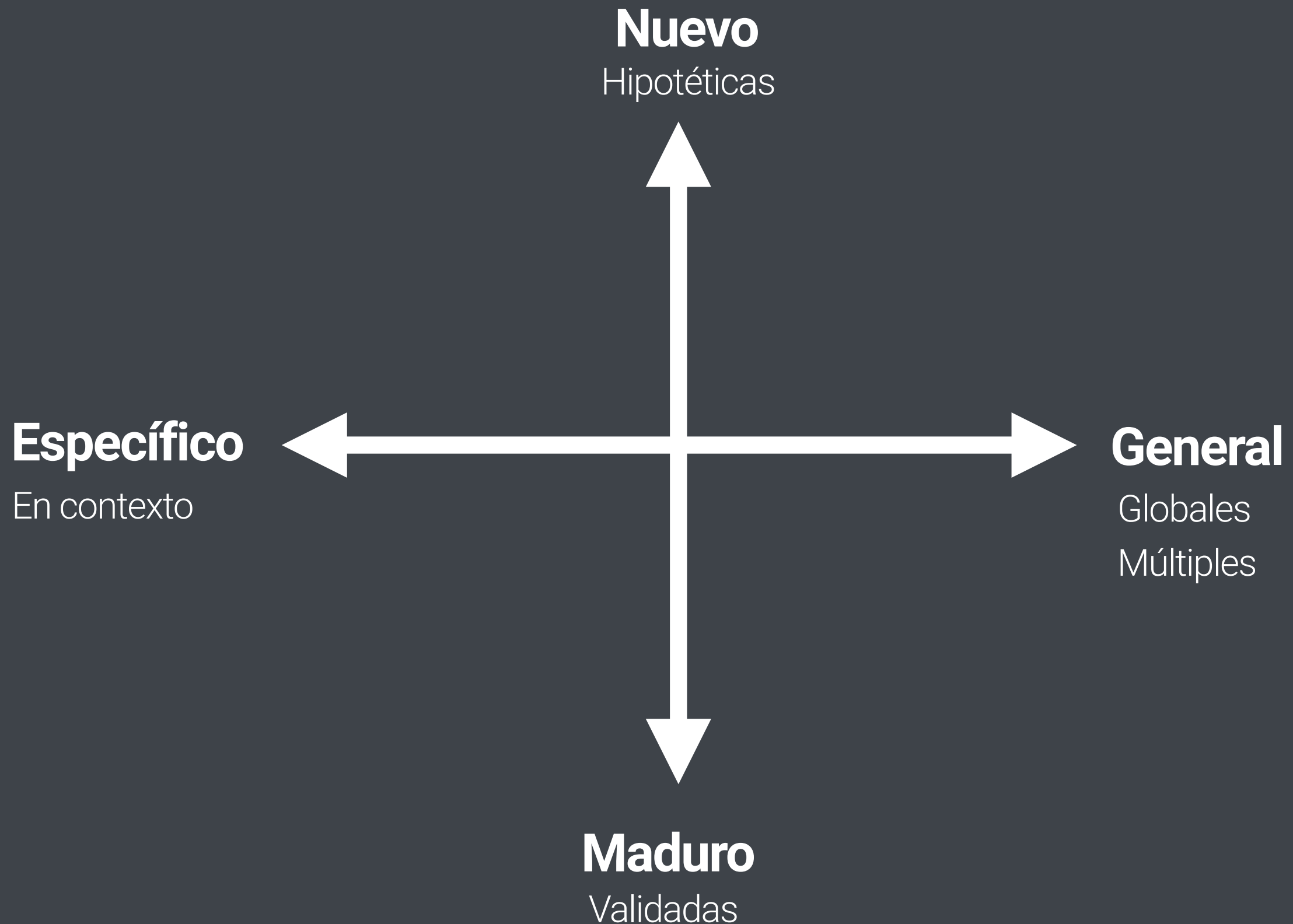
2

*CREAR
HISTORIAS*

3

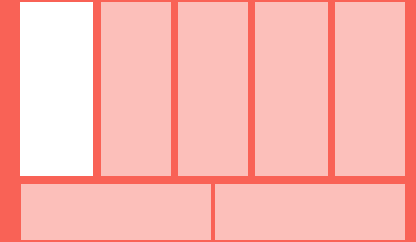
SINTETIZAR

Necesidades según posición del proyecto





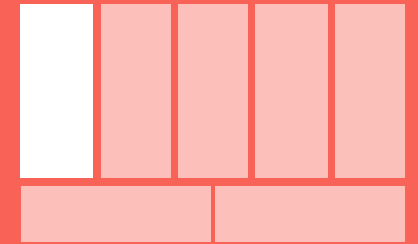
Necesidades de Usuarios



- ✓ Los usuarios necesitan ahorrar tiempo pagando cuentas.
- ✗ Los usuarios necesitan una app móvil para pagar sus cuentas.
- ✓ A los usuarios les gustaría ahorrar energía de manera entretenida.
- ✗ Los usuarios necesitan ahorrar energía en un juego.



Necesidades de Usuarios

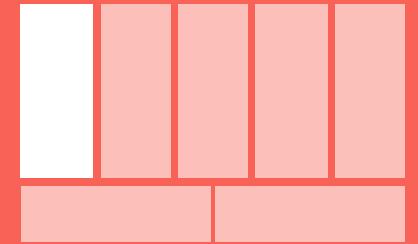


Detecta oportunidades.

Las oportunidades son valor agregado para los usuarios que ellos aún no imaginan posible.

Si le hubiera preguntado a la gente qué querían ellos, me habrían dicho que “un caballo más rápido”.

— Henry Ford



¿Multi-sided?

Define una necesidad por cada segmento de usuarios o clientes que atienda el producto.

Caso de portal de empleos:

- * **Empresas:** Necesitan encontrar talentos rápidamente.
- * **Profesionales:** Necesitan encontrar trabajo en un buen lugar.

USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



OBJETIVOS



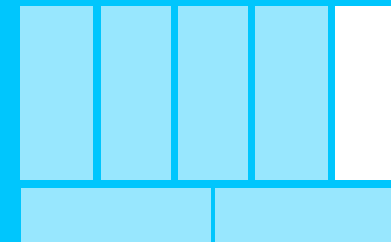
COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS



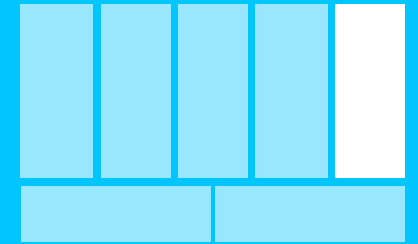


Objetivos de negocio



¿Cuáles son los objetivos del proyecto, tanto económicos como de otro tipo? ¿Cuál es la prioridad?

***LO QUE QUEREMOS
CONSEGUIR ES:***



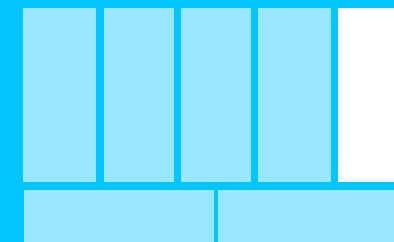
Los objetivos pueden ser monetarios o funcionales.

Satisfacen una necesidad para la organización.

Son medibles: sabes cuándo no se están cumpliendo.

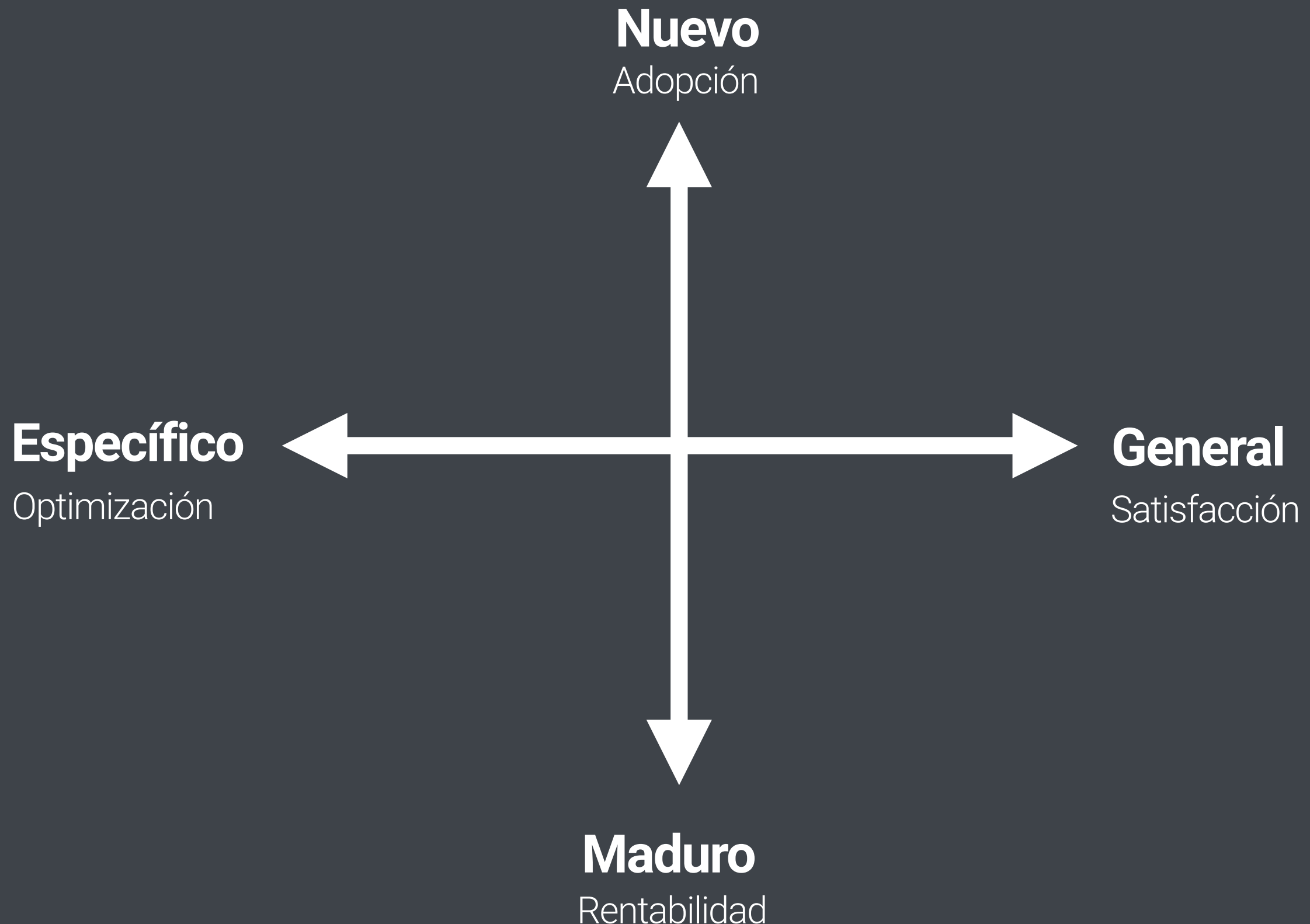


Objetivos de negocio



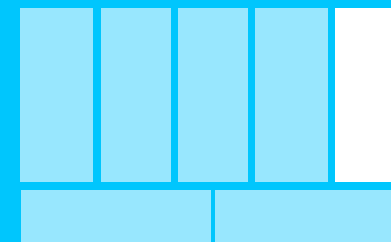
- ✓ Buscamos reducir el tiempo promedio para hacer una compra al menos en un 50%.
- ✗ Buscamos aumentar el engagement.
- ✓ Buscamos tener 10.000 usuarios activos y recurrentes en el plazo de un año.
- ✗ Buscamos que la gente respete más el medioambiente.

Objetivos según posición del proyecto





Objetivos de negocio



AQUÍ TAMBIÉN

Detecta oportunidades.

La organización puede beneficiarse en formas que ni ellos mismos visualizan aún; el experto de UX es capaz de intuir estas oportunidades y agregarlas a la germinación del producto.

USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



OBJETIVOS



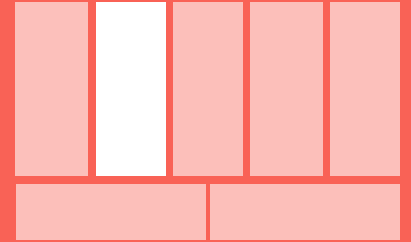
COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS





Motivadores Clave



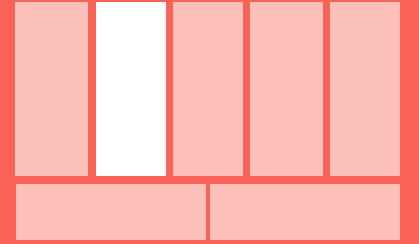
¿Qué entrega nuestro producto o sistema para satisfacer cada necesidad u oportunidad?

***LOS USUARIOS ADOPTARÁN
EL PRODUCTO SI LES
ENTREGAMOS***

_____.



Motivadores Clave

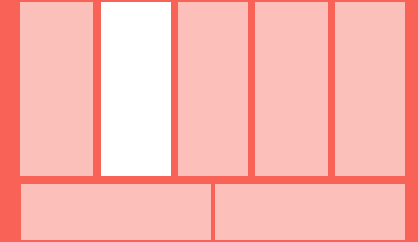


**Los motivadores
satisfacen directamente
necesidades de usuarios.**

**No son lo que a nosotros más nos gusta
del producto.**



Motivadores Clave



EXPRÉSALOS COMO BENEFICIOS DIRECTOS

Ahorro de tiempo

Ahorro de dinero

Más rentabilidad

Seguridad

Prestigio

Menos fricción

Mejores decisiones

Nuevas posibilidades

Acceso

Mejor servicio

Contenido de valor

Personalización

Mejores relaciones

etc.

USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



OBJETIVOS



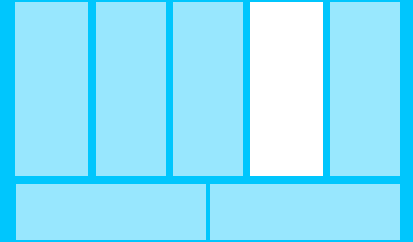
COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS





Impacto Esperado

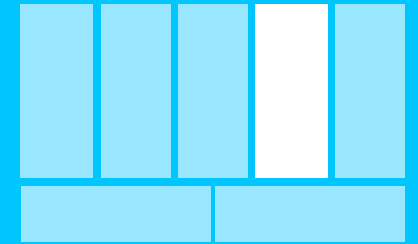


¿Qué esperamos que ocurra si los objetivos de negocio se cumplen?

***ESPERAMOS
CONVERTIRNOS EN:***



Impacto Esperado

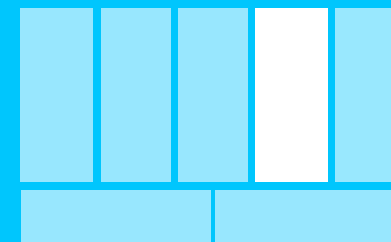


El impacto refleja uso y engagement.

Un impacto bien planteado refleja lo que se espera que el producto o servicio logre en el usuario y en el mercado, en relación a una necesidad y a un nivel masivo.



Impacto Esperado

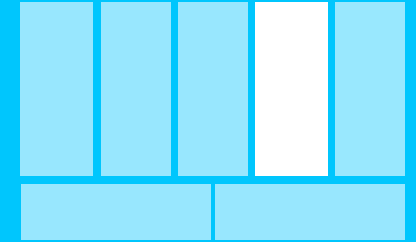


No mezcles impacto con objetivos.

Lo que quieres lograr en los usuarios individualmente está en los Comportamientos Clave. El impacto debe reflejar el éxito masivo del proyecto.



Impacto Esperado



- ✓ Seremos el marketplace líder en venta e intercambio de moda online.
- ✓ La app se convertirá en el canal principal a través del cual los usuarios realizarán pedidos.
- ✗ A los usuarios les encantará Ejemplo.com.
- ✗ Ejemplo.com venderá 1000 suscripciones en un año.

USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



OBJETIVOS



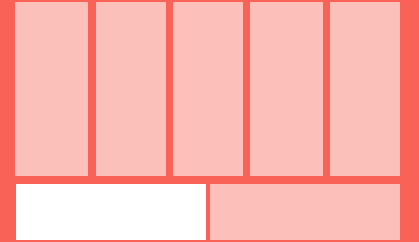
COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS





Comportamientos Clave



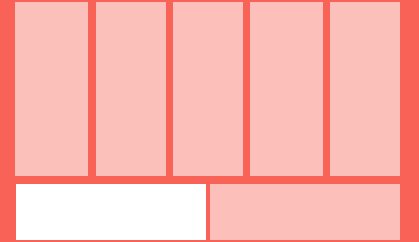
¿Qué acciones específicas de los usuarios implican conversión?

***ESPERAMOS QUE
LOS USUARIOS***

_____.



Comportamientos Clave

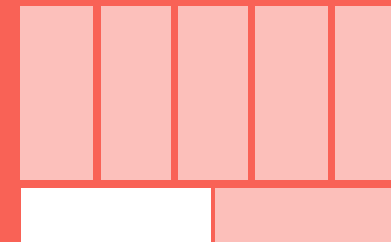


Los comportamientos son objetivamente medibles.

Hay una relación 1:1:1 entre el comportamiento, un motivador asociado y un objetivo de negocio.



Comportamientos Clave



- ✓ Solicitar pedidos a través de la aplicación.
- ✗ Mejorar su gestión de pedidos.
- ✓ Usar el simulador para calcular su ahorro energético.
- ✗ Ser más responsables con el consumo de energía.
- ✓ Comprar.

USUARIOS

NEGOCIO



NECESIDADES



MOTIVADORES



PROPÓSITO



IMPACTO



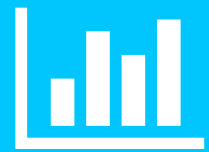
OBJETIVOS



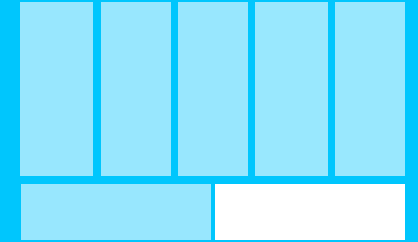
COMPORTAMIENTOS

MÉTRICAS



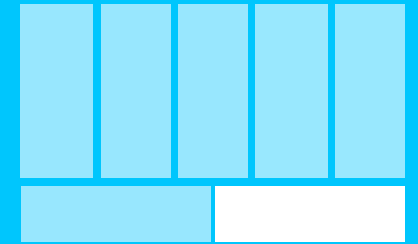
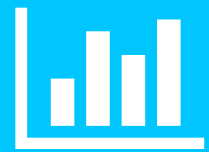


Métricas / KPI's



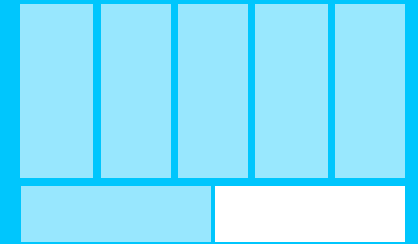
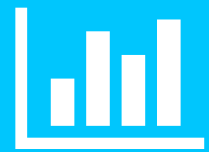
¿Cómo sabemos que los objetivos se están cumpliendo? ¿Dónde medimos? ¿Cómo medimos?

**MEDIREMOS _____
PARA SABER SI LO
LOGRAMOS.**



Las métricas son comportamientos expresados en datos.

Una métrica bien planteada vuelve tangible lo intangible, y puede combinar varias fuentes de origen.



ENCUENTRA TU MÉTRICA

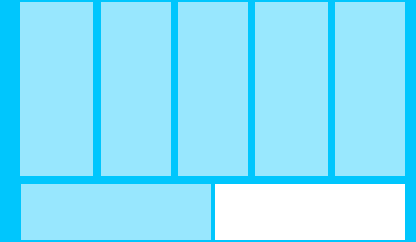
KPI = Key Performance Indicator.

¿Cómo medimos el éxito?

¿Qué buscamos optimizar o mejorar?

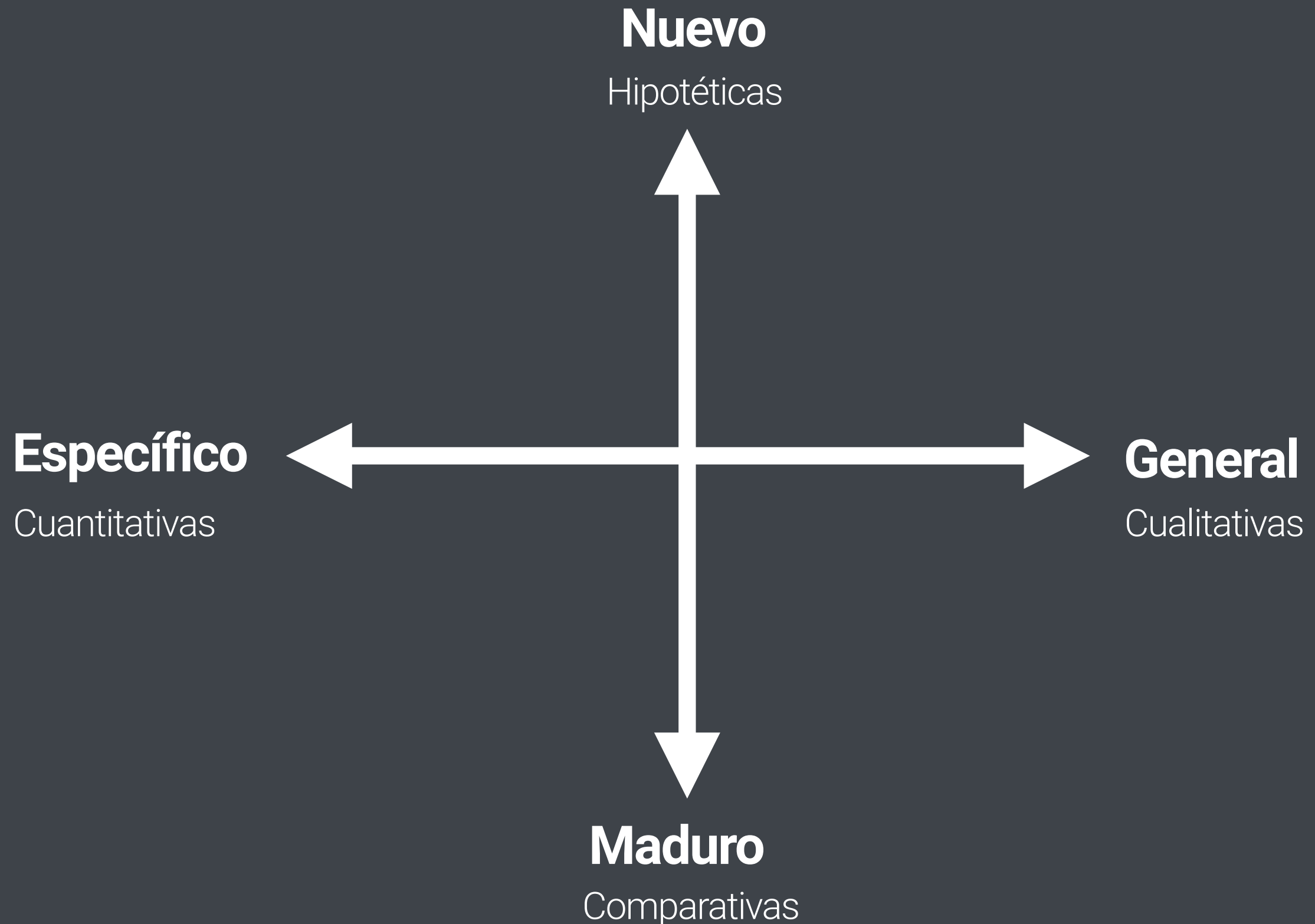


Métricas / KPI's



- ✓ Recurrencia de uso
- ✓ Tiempo para completar una tarea
- ✓ Funnel completado
- ✓ Número de peticiones de soporte
- ✓ SUS (System Usability Scale)
- ✓ NPS (Net Promoter Score)
- ✗ Pageviews
- ✗ Visitas
- ✗ Followers

Métricas según posición del proyecto



...NO

ADIA
ONECOS
A LAS
LUBES

Popul
De la sub
sala

estas felices
entre amigos

ROMPER
AL
MUNDO
USAR
CINCO
SIGUOS

Con un
asunto a largo
contribuye a
nuestro

...a la
...a la
...a la

SEER A
LA GENTE
DE LA CASA
ROUTINA

Responde
De la sala
Nuestro
no

...a la persona
...a la persona

HIPÓTESIS

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

OBJETIVOS

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

...a la persona
...a la persona

CONTINUO

SCOPE CANVAS

ICAS

The background of the image features a series of concentric circles in a light gray color, centered on a dark gray background. The circles vary in size, creating a subtle, geometric pattern.

Gracias.

@continuumhq