

DESAFÍO: UN EXPERIMENTO PARA EMPATIZAR

Diseña un experimento para empatizar con el cliente y conocer sus problemas

En este documento encontrarás una breve descripción de 3 pasos a seguir para diseñar el experimento que te ayudará a escuchar y empatizar con los posibles clientes tu área de negocio, e iniciar el proceso de conocer sus problemas, inquietudes y preocupaciones. Es importante además, que leas el material sugerido denominado: EMPATIZAR: Conectar con el contexto del área de negocio. Este material didáctico es utilizado en el diplomado: “Diseñando la innovación en los negocios”.

Diseñar y ejecutar experimentos es una manera rápida y de baja inversión para validar o descartar hipótesis; aprender lo que funciona y no funciona sobre lo que se pone a prueba; y hacer propuestas de valor diferentes –únicas- a las existentes que consigan la satisfacción de los clientes.

Un experimento debe ayudar a descubrir lo que no sabemos; así como aquello que no ha sido resuelto por ninguna oferta en el mercado, por lo tanto, será necesario que estés dispuesto a escuchar hasta lo que no quieras de las ofertas existentes, ya sean las propias o de otros.

Es una invitación a convertir en hipótesis lo que juzgas como certezas, es decir estar abiertos a poner en duda lo que crees hasta el momento, pues el gran objetivo es descubrir paso a paso nuevas ideas y desarrollarlas para agregar valor a los clientes.

Un experimento permite reducir la incertidumbre sobre lo que se desconoce, arrojando como resultado el aprendizaje.

Entonces, cada vez que emprendes una acción de interacción con clientes, o potenciales clientes reales para validar o comprobar alguna hipótesis, le llamaremos experimento.

Para empatizar, se propone realizar una entrevista como experimento, a través de la cual se procura fortalecer la escucha en el proceso de diseño, una de las competencias fundamentales para conocer y empatizar con los posibles entrevistados y lograr descubrir nuevas oportunidades para agregar valor al cliente.

En este primer espacio de diseño del equipo les proponemos diseñar un experimento siguiendo estos tres pasos:



A continuación se describe cada uno:

1. Elaborar la entrevista

Ésta será una guía de la conversación que tendrás con los clientes seleccionados. Una conversación que busca indagar sobre el mundo del cliente en el área de negocio de interés, es decir: sus emociones, insatisfacciones, inconformidades (frustra); así como sus problemas, preocupaciones e inquietudes.

Dicho instrumento se conforma de preguntas abiertas que favorezcan conocer a profundidad a los clientes, aquello que no es evidente, pues no se está validando lo que se conoce, se quiere ir más allá, es descubrir sus preocupaciones, sus problemas, aquellas cosas que no imaginan que los clientes sienten, lo que les falta, lo que no les deja ejecutar sus tareas de forma eficiente y oportuna en el área de negocio; aquello que ni siquiera el cliente sabe porque no tiene plena conciencia de lo que le está ocurriendo, y sólo ustedes como equipo de diseño lo van a descubrir.

Recuerda no incluir preguntas cerradas, que sesgan las respuestas. Ejemplos de preguntas abiertas serían: ¿Cuáles son las mayores insatisfacciones que siente respecto a las ofertas existentes en el área de negocio? ¿Cuáles son aquellas cosas que le dificultan realizar sus acciones de compra en el área de negocio?

Hay que generar espacio para que los posibles entrevistados cuenten acerca de sus experiencias en el área de negocio.

Esto ocurrirá haciendo las preguntas adecuadas, por lo tanto no se trata de muchas preguntas, serán las que detonen la conversación, de tal manera que en la conversación se puedan incorporar nuevas preguntas o reformular las que se tienen anotadas.

En este punto es importante recordar la importancia de ubicarse como exploradores, curiosos, con deseos de transformar la vida del cliente, por lo tanto, no te conformes con cualquier pregunta, escoge aquellas que te permitan indagar más. Tampoco te conformes con cualquier respuesta,

repregunta para profundizar.

2. Seleccionar a los posibles clientes

En esta ocasión, define algunos criterios para seleccionar a los clientes que vas a entrevistar. Esto les permitirá descartar o incorporar personas a la lista que debes elaborar.

Recuerda elegir clientes críticos, es decir, que les gusta probar cosas nuevas, que no se conforman fácilmente, que cuestionan lo que hay en el mercado disponible en el área de negocio.

Los que alaban los productos y servicios no siempre son los que ayudan en el proceso de encontrar información valiosa.

3. Apuntar los pasos del experimento

Aquí se les sugiere hacer una lista de aquellos aspectos que te permitan concretar la conversación con los entrevistados de forma efectiva y lograr descubrir sobre las inquietudes, preocupaciones y problemas del cliente en el área de negocio.

En este paso te invitamos a indicar aspectos a cubrir antes, durante y posterior a realizar la entrevista, por ejemplo:

- ✓ Preparar el discurso previo para conectar con el cliente
- ✓ Establecer un cronograma de entrevistas con fechas, horas, lugares de encuentro o modo a utilizar para la conversación
- ✓ Hacer el registro de la indagación realizada
- ✓ Registro de los aprendizajes

Una vez realices la entrevista, comparte en el FORO lo que descubres de tus clientes a través de este ejercicio de empatizar.

¡Éxito en este espacio creativo!