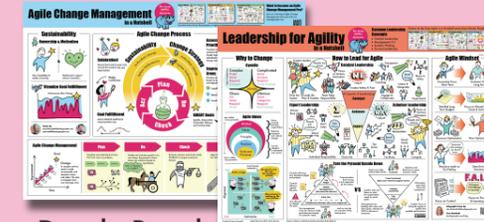
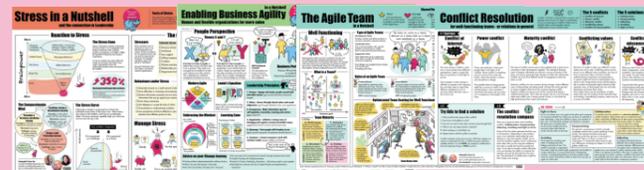


# Experiencia de Usuario

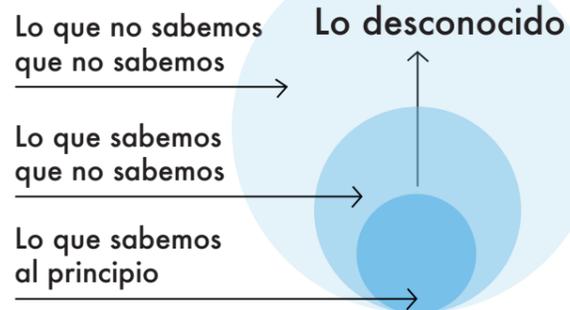
Ágil y en pocas palabras con un toque de Lean UX



Descarga gratis más posters de la serie creada por Dandy People

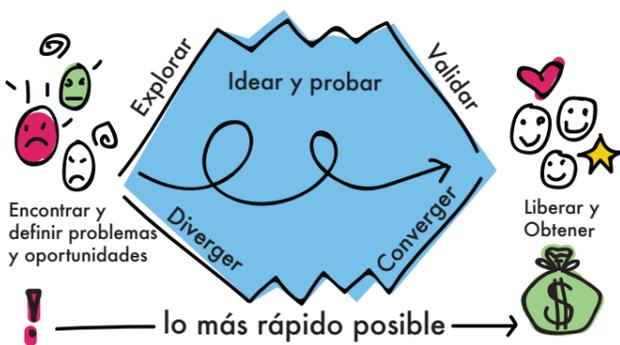
Versión 2.0

## Descubrimiento del Producto



**50%** del conocimiento se pierde en los traspasos

**Proceso Creativo como Actividad del Equipo** con un equipo Agile Lean sin traspasos.



## El Equipo Agile Lean



Personas con forma de "T"

Equipo Funcional X, que resuelven juntos de forma efectiva los problemas reales del usuario basándose en los datos.



## Formas de Trabajar

Definir el Problema

Encontrar Soluciones

Construir la Solución

Descubrir y entregar en...

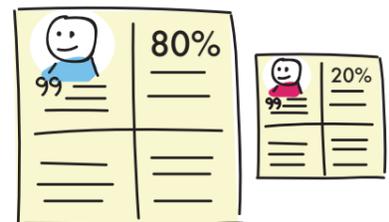
...iteraciones e incrementos.

Iterar y experimentar para encontrar el ajuste correcto..

Anticipadamente minimizar los riesgos de negocio, técnicos y de usuario.



## Persona con Prioridad



Crear un Prototipo de Persona para lograr un entendimiento común respecto de para quién es la solución y qué comportamientos apoyan, validarlo con pruebas. Priorizar para Enfocarse.

## Agile Moderno



## Soluciones Colaborativas & Hipotetizar para Innovar

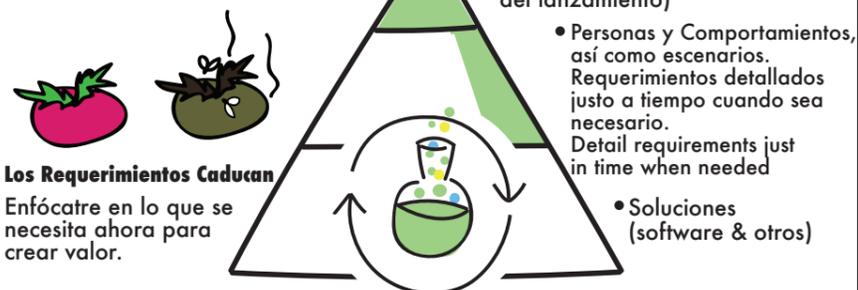


Constantemente idea con el Equipo Funcional X usando Design Studio u otro método de ideación, mientras más diverso es el grupo es mejor.

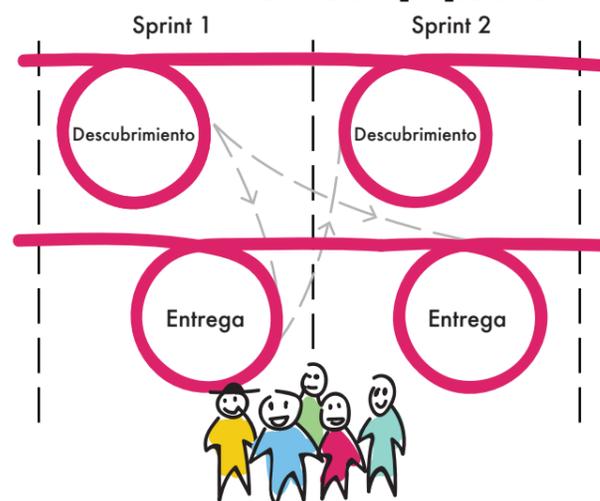
## Hacer uso de la Regulación Ágil

### Requerimientos Ágiles para la Innovación

No hagas todo el descubrimiento de una sola vez. Itera, cambia soluciones basadas en los insight y aprendizajes. Enfócate en cómo alcanzar la meta, prioriza y divide a todo nivel.



### Caminos Duales en los Equipos Lean



## Encontrar Valor

Las cosas "caen" en la medida que nos acostumbramos a ellas



## Kano - Priorizar por Persona

### Deleitante

Requerimientos atractivos (los entusiastas hacen que los usuarios quieran usar su producto en lugar de alguien más)

### De Rendimiento

Requerimientos Unidimensionales (Calidad Deseada)

### Básicas

Requerimientos imprescindibles (Calidad Esperada)



## Narración y Contexto



Considera el contexto, aprender sobre los comportamientos y dolores con el Customer Journey (Viaje del Cliente) o por los Flujos de Transacciones del Usuario. Toma el Mapa de Historia del Usuario y divide las opiniones a lo largo de la cadena de valor. Ve el panorama general, no sólo los detalles.

Infografía creada por: mia.kolmodin@dandypeople.com



Adaptación en español: Daniela Palacios daniela@darumaproject.com

DANDY PEOPLE