



disruptive
digital
education

customer journey maps

workshop

Madrid

customer journey maps

SOBRE EL WORKSHOP

Actualmente, conocer a tu cliente o a tu usuario es imprescindible para definir cualquier estrategia digital, para descubrir nuevas oportunidades de negocio y para analizar el impacto, el éxito o el fracaso de tus campañas, productos o servicios. El objetivo, por tanto, está claro: diseñar una experiencia excelente para los usuarios, del producto que están desarrollando.

Esta formación permite conocer, emplear y aplicar diversas herramientas como el Customer Journey, el Buyer Persona Map, el Stakeholder Map o el Value network Mapping basadas en métodos de investigación cuantitativos y cualitativos, en la experiencia de usuario y en el Service Design.

El objetivo de todas ellas es identificar perfectamente al usuario al que dirigimos nuestros esfuerzos, y extraer información certera que nos permita determinar una estrategia eficaz.

Este workshop te permite comprender el contexto en el que el cliente utiliza tu producto / servicio y desarrollarlo para crear nuevas oportunidades de negocio.

Esta formación se basa en una metodología innovadora y apegada a la realidad laboral actual, que te permitirá identificar las mejores herramientas en cada situación y contexto, obteniendo así la soltura y las capacidades para aplicarlo de forma autónoma, y sobre todo, maximizando su impacto en el desarrollo de tus proyectos.

Las sesiones son teórico-prácticas, en el formato de taller "hands-on", ofreciendo una aplicación práctica y experimental de los conocimientos adquiridos.

DURACIÓN TOTAL

12h - Clases Teóricas / Prácticas

NOTA

Plazas limitadas

ADMISIÓN

- Edad mínima 18 años.
- Conocimientos generales de UX.

PERFIL

- Recién licenciados y profesionales de diseño que pretendan profundizar sus conocimientos en el campo de la usabilidad y de cómo optimizar el proceso de diseño de un producto o servicio
- Diseñadores
- Desarrolladores
- Gestores de Producto
- Gestores de proyecto
- Marketeers
- Social Media Managers

OBJETIVOS

-Conocer las técnicas y principios básicos de investigación más empleados y eficaces y su aplicación a la experiencia de usuario y el Service Design.

-Identificar las necesidades de nuestro clientes y como encontrar soluciones a través de la investigación de sus usuarios.

-Asistir y conocer de primera mano las dinámicas, procesos y utilidades del User Journey.

-Identificar a tus Stakeholders y propuestas de valor gracias a herramientas como el Stakeholder Map y el Value network Mapping

-Conocer los diferentes perfiles de usuario y sus posibles interacciones con tu producto en cada una de la fases del proyecto, manejando herramientas como el Buyer persona.

-Aprender a implementar un pensamiento UX en el desarrollo de productos o servicios, fomentando el trabajo en equipo.

APRENDER HACIENDO

El workshop tiene un enfoque práctico basado en la premisa de que la mejor forma de aprender es haciendo, para conseguirlo, se trabajará en el planteamiento de soluciones para un proyecto real del que los alumnos recibirán un briefing,

materiales de trabajo y serán guiados en la búsqueda de estas soluciones por profesionales en activo del sector de la UX que participarán en el desarrollo del workshop.

PROGRAMA

1. Kick Off e introducción al Service Design Thinking

- › Aproximación al concepto PRINCIPIOS
- › ¿Cómo funciona el DT?
- › Herramientas
- › ¿Por qué aplicarlo?
- › Visualizando casos

3. Stakeholder y Value Network Mapping

- › Presentación de las herramientas con casos prácticos de aplicación y uso
- › Práctica en grupo en la elaboración de un stakeholder map

5. Customer Journey

- › Usos
- › Componentes
- › Proceso
- › Touch point
- › Omnicanalidad
- › Mapa de empatía

2. Innovación centrada en el usuario

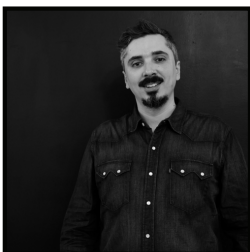
- › Retos y tendencias.
- › Diagramas de fuerzas de la experiencia del usuario
- › Integrar a toda la organización bajo este modelo
- › Desafíos. Caso práctico en banca

4. Personas

- › Relevancia del usuario más allá de los criterios clásicos de segmentación
- › Mostrar de manera práctica el buyer persona map
- › Trabajo en grupo: Buyer persona

6. Práctica en grupo

- › Construcción de customer journey sobre un proceso bancario
- › Conclusiones

 **TUTOR****DAVID ESPESO**GLOBAL SERVICE DESIGN,
INNOVATION LEADER

Findasense

Tutor Customer Journey

Maps

 **MATERIAL**

- Un portátil MacBook Air por alumno.
- Proyector HD.
- Material de apoyo en formato digital.

 **INVERSIÓN: 195€**

1. **Pago al contado.**
2. **Ex-alumnos EDIT.:** 10% de descuento.
3. **Fundación Tripartita.**
4. **Descuentos a empresas partners.**

 **NOTAS**

En caso de que el workshop sea cancelado por parte de EDIT., será reembolsado al alumno el pago del mismo.

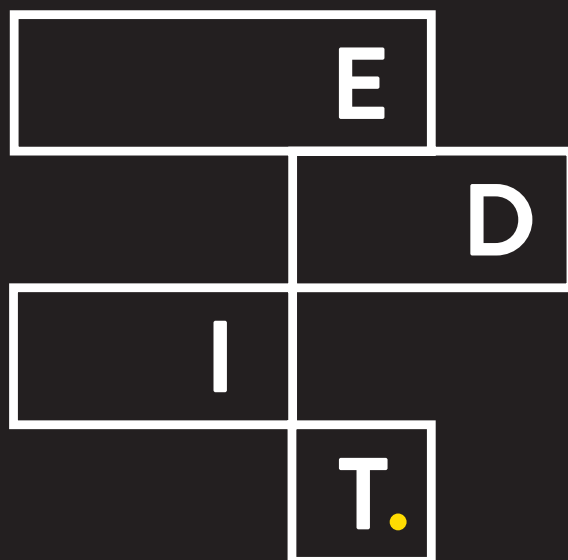
En caso de que el alumno cancele por voluntad propia su asistencia al workshop, pagará una penalización (cláusula penal) de 10% del valor del pago y no se devolverá el valor de la inscripción del mismo después de realizar el workshop.

EDIT. podrá usar la imagen y voz del alumno con el fin de promocionar el workshop y las actividades relacionadas en sus canales de comunicación.

EDIT. se reserva el derecho de cambiar la fecha, el horario y el lugar, o incluso cancelar el workshop de acuerdo al número mínimo de interesados. En ese caso, todos los inscritos serán avisados hasta 24 horas antes del inicio del workshop.

Queda a criterio de EDIT. la cancelación de los workshops por otros motivos que no son informados aquí.

Todos los gastos adicionales por el alumno no serán reembolsables (alojamiento, hotel, pasaje de cualquier tipo, etc.).



www.edit.com.es



EDIT. C/ de la Colegiata 9,
Madrid utopics_Us.
28012 Madrid
(+ 34) 910 563 227
info@edit.com.es

EDIT. Alameda D. Afonso
Lisboa Henriques, 7A
1900-178 Lisboa
(+ 351) 210 182 455
geral@edit.com.pt

EDIT. Rua Gonçalo Cristovão
Oporto nº 347, 3º piso, sala 309/302
4000-270 Oporto
(+ 351) 224 960 345
geral@edit.com.pt