



Julián Bedoya Jiménez  
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

¡Toca y guárdalo! > ● ● ●

# CÓMO DEFINIR BIEN EL RETO DE DISEÑO PARA CX

PASO A PASO →



**UN RETO DE DISEÑO  
BIEN DEFINIDO NO  
ASEGURA EL ÉXITO,  
PERO UN RETO MAL  
DEFINIDO SÍ LLEVA  
AL FRACASO.**

Un **error común** en el que podemos caer es resolver algo que no apunta al Reto correcto.

Definir bien el reto reducirá la incertidumbre en el proceso de diseño para la experiencia del cliente (CX).

Entonces, ¿cómo hacerlo bien?

## PASO 1

# **Tener claramente identificados los elementos del problema**

Estos son:

1. ¿Quién tiene el problema?
2. ¿Cuál es el problema?
3. ¿Por qué ocurre el problema?
4. ¿Dónde aparece el problema?\* O  
¿Cuándo aparece el problema?\*\*

\* Si es un problema de lugar

\*\* Si es un problema de tiempo



Si no los tienes identificados,  
debes hacerlo antes de seguir.

Si quieres una **guía paso a paso**,  
escíbeme para enviártela.



**Julián Bedoya Jiménez**  
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

## PASO 2

# Formular retos de diseño (divergencia)

Con los elementos del problema pasamos a formular retos, todos los que más se nos ocurran\*.

Para formular un reto debes seguir la siguiente fórmula sintáctica:

**¿Cómo podríamos + verbo + complemento?**

Donde el verbo debe dar cuenta de lo que queremos lograr con la experiencia del cliente y el complemento de los elementos del problema ya identificados.

\* No lo hagas solo, hazlo con tu equipo.



## EJEMPLO

### Elementos del problema:

¿Quién tiene el problema?	¿Cuál es el problema?	¿Por qué ocurre el problema?	¿Dónde / cuándo aparece el problema?
Los usuarios recurrentes de la Sede A.	La capacidad no es suficiente y se hacen largas colas.	Porque es una hora pico típica, donde van las personas que salen del trabajo.	En la Sede A, en las horas pico.

Reto:

**¿Cómo podríamos aumentar la capacidad de atención a los usuarios recurrentes de la Sede A en las horas pico?**



## **IMPORTANTE:**

**1.**

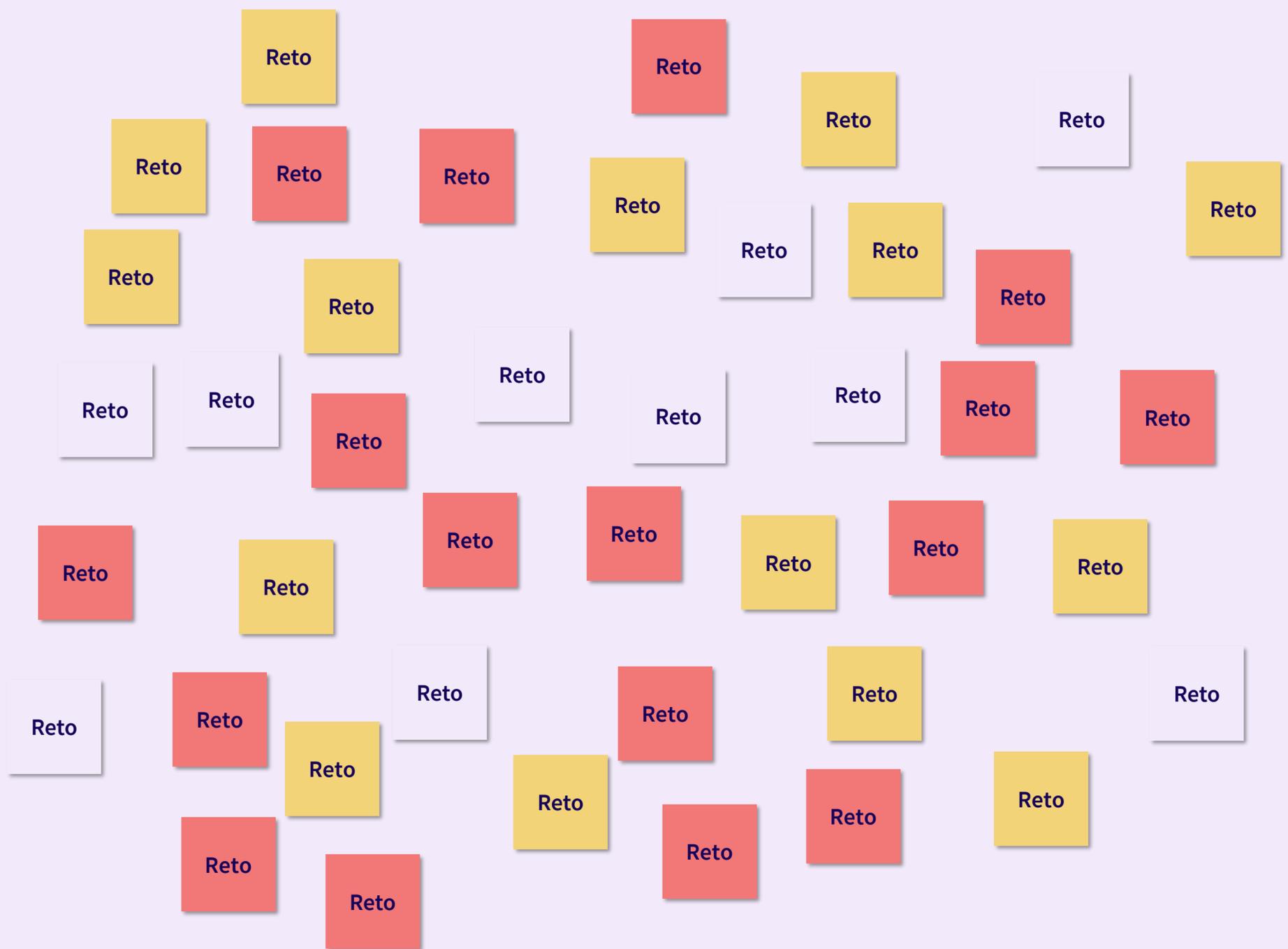
**Los retos no deben tener solución obvia, incluida o implícita.**

p. ej.: ¿Cómo podríamos aumentar la capacidad mediante la contratación de más agentes?

**2.**

**Los retos deben invitar a múltiples soluciones, puede decirse que a infinitas soluciones.**

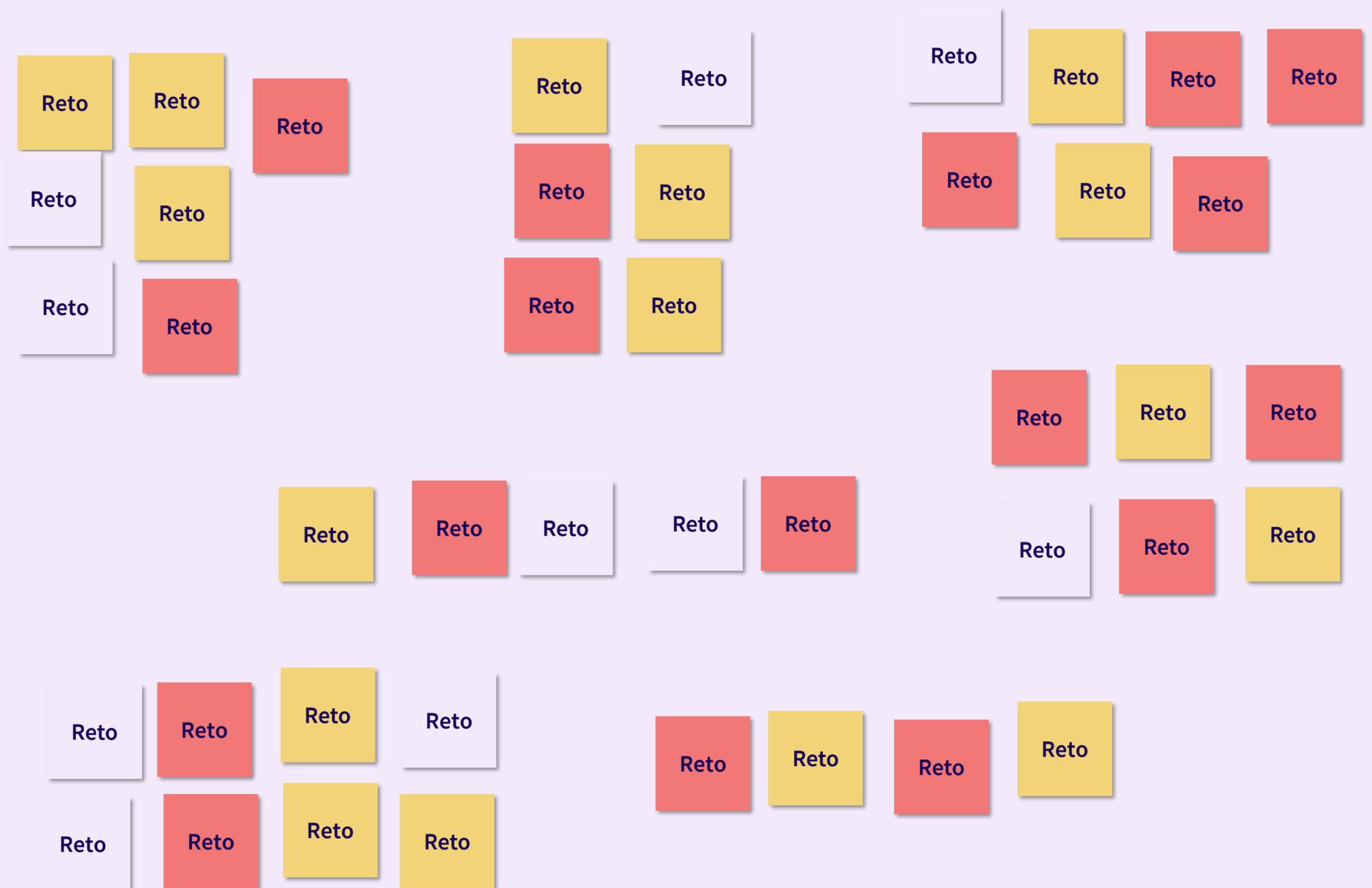
En este punto debes tener muchos retos, 20, 30 o 50 retos...



## PASO 3

# Agrupar los retos por afinidad, relación o complementariedad

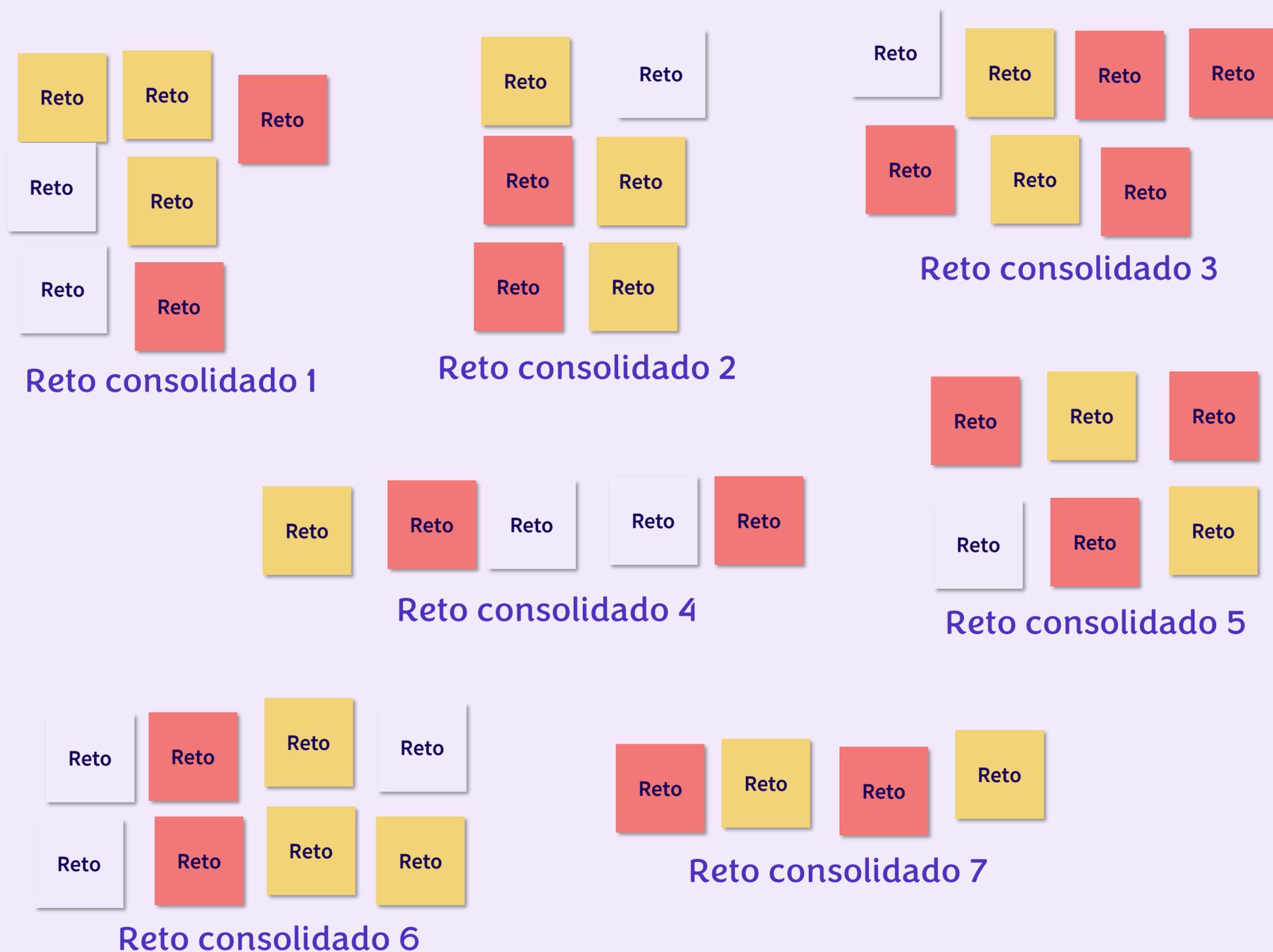
Aquellos que se relacionen, se conecten, se complementen, sean afines...



## PASO 4

# Crear retos consolidados

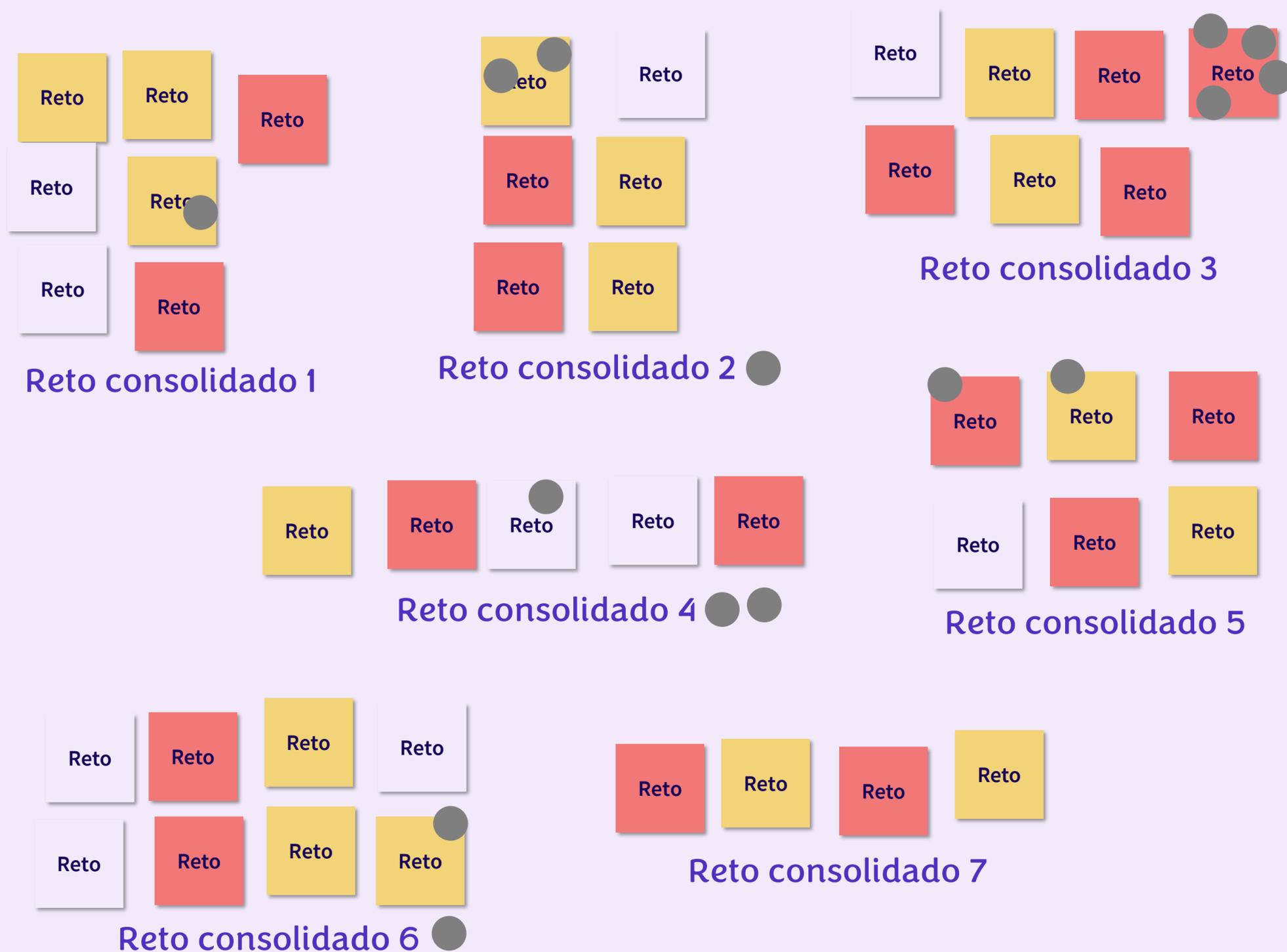
Por cada grupo de retos, un reto consolidado busca consensuar, usar lo común de los retos del grupo.



## PASO 5

# Votar por los mejores retos

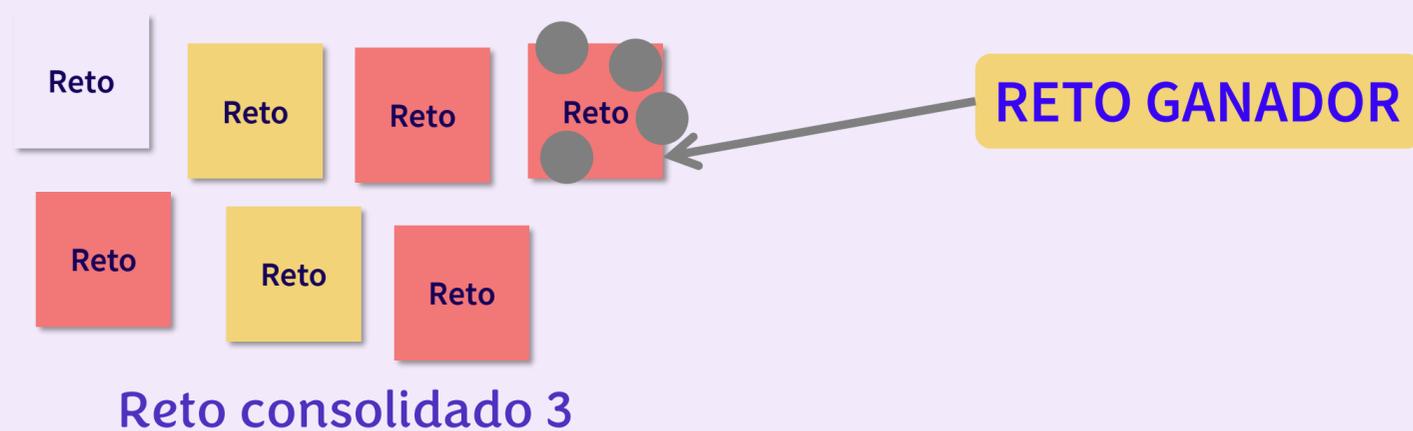
Usa 3 votos por integrante. Pueden votar por un reto individual (voto preferente) o por un reto consolidado.



## PASO 6

# Definir el reto final

El reto que tenga más votos será el reto ganador y será el reto elegido para la fase posterior de ideación.



**¡Y LISTO!**

**Ya tienes el reto para continuar con el proceso de diseño para la experiencia del cliente (CX).**

¡Toca y guárdalo! > ● ● ●

# ¿LO ENCONTRASTE ÚTIL?

Sígueme para descubrir cómo ir más allá de la experiencia



**Julián Bedoya Jiménez**  
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA