

INNOVANDO LA VIDA DE MI CLIENTE

Posted on 24/02/2012 by Naider



¿Es tu cliente un tipo soso y aburrido? ¿bosteza cuando escucha tus propuestas? ¿incluso se jacta de tus productos o servicios? Quizá sea tiempo de aplicar un revolucionario método de innovación, no se trata de innovación de proceso, de producto o de modelo de negocio (para los ilustrados en el tema), se trata de **aplicar la innovación a la vida de tu cliente**.

Por mi parte, como buen tecnólogo que soy, me resulta extremadamente difícil evitar pensar en productos concretos, en soluciones tecnológicas repletas de características, funciones y botones. Al fin y al cabo son muchos años en la Universidad pensando en esos términos. Si algo no se puede pintar en un diagrama de flujo, en un boceto de interfaz de usuario, si no tiene botones o procesos es que no existe. Los ingenieros pensamos mucho en productos y muy poco en personas (en nuestra vida profesional, se sobrentiende).

Para evitar acabar construyendo perfectos productos que nadie quiere -error común de los ingenieros- debemos esforzarnos un poco y pensar en personas, sí, esas entidades que piensan y hablan por sí mismas... En concreto deberíamos **aprender a pensar desde el punto de vista de nuestro potencial cliente**. Una dinámica que personalmente me ayuda enormemente radica en imaginar un día de la vida de mi cliente e intentar pensar cómo podría mejorarlo de algún modo.

Para realizar este ejercicio tenemos que **imaginarnos a una persona concreta**, no valen conceptos abstractos como administración pública, restaurantes u hospitales. Si nuestro cliente son los restaurantes imaginémonos al gerente del mesón de debajo de casa. ¿Cómo será su día a día? Yo, debajo de mi casa tengo un bar-hamburguesería de esos de toda la vida, de los que hacen las hamburguesas grandes de verdad, no como las de McDonalds. Me puedo imaginar a Max (así se llama el dueño) abriendo todos los días a las 7:00h de la mañana, preparando los bocadillos que tiene en la barra y despachando los primeros cafés (que también los pone). Al ser un bar de barrio, Max tiene más o menos los mismos clientes diariamente. Tiene una clientela fija con muy pocas variaciones. ¿Qué será lo que más le incomoda a Max de su día a día? ¿A qué problemas se enfrenta? ¿Cómo ayudarle?

Puede que lo que quiera Max sea dejar de salir constantemente desde la barra para servir las mesas. Seguramente si tuviera más clientes podría contratar a una segunda persona para hacerlo. Si me acerco a él y le intento vender una nueva web seguramente me mire con incredulidad y bostece.. ¿Para qué quiere una web? Sin embargo, si le digo que voy a hacer que lleguen veinte clientes nuevos todos los días es posible que sí que me haga caso. Y es que con este cambio, su vida se transformaría porque podría contratar a alguien para servir las mesas. Voilà. **Hemos innovado la vida de nuestro cliente**.

La innovación aplicada a la vida del cliente es una herramienta (inventada) que facilita enormemente pasar de la abstracción de una propuesta de valor a la resolución de una necesidad concreta. Como herramienta de equipo conviene en ocasiones incluso "dibujar una día en la vida de tu cliente". Hacer un *storyboard* sencillo con tu equipo y pensar cómo es la vida de tu cliente y cómo será con tu producto. Debes tener bien claro en qué mejora porque si no es así tampoco él te creará.

There are no comments yet.