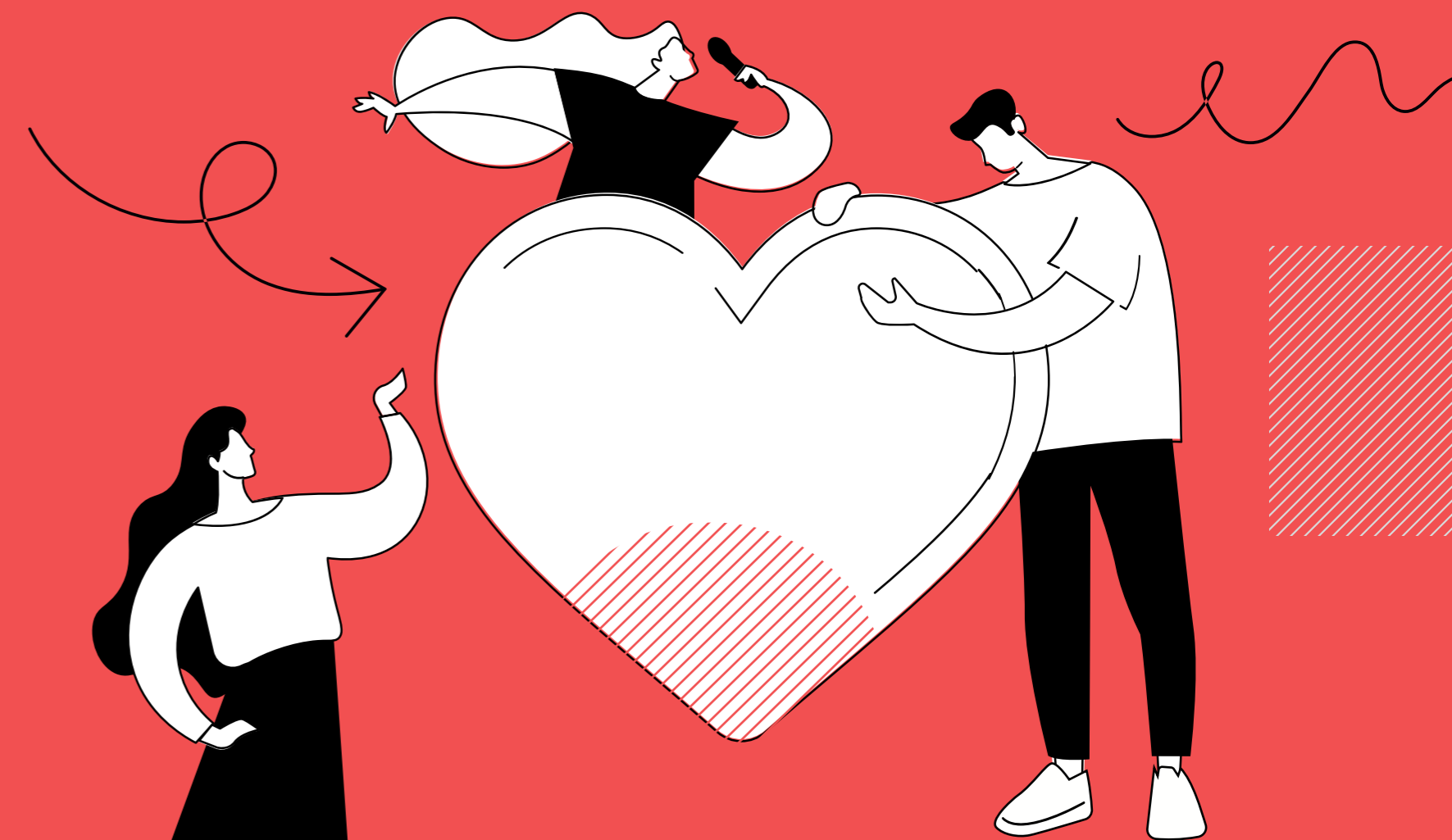


Previo a la investigación

Brief investigación



Brief - investigación

Los elementos que a continuación se muestran se pueden cumplimentar en un workshop con los stakeholders o con diferentes sesiones

<p><i>Problema</i></p> <p>Entender la problemática de negocio, cuales son los motivos por los que vamos a llevar a cabo el proyecto.</p> <p>Ejemplo: La compañía necesita innovar en la venta de ropa adaptándose al entorno actual, necesitamos saber cuales son los puntos de dolor y buenas experiencias que tiene el usuario a la hora de realizar una compra en su e-commerce</p> <p>1</p>	<p><i>Objetivos</i></p> <p>Estos deben ser expuestos por el sponsor y contrastados en la sesión con los stakeholders.</p> <p>3</p>	<p><i>Resultados y métricas</i></p> <p>Información previa de otros estudios realizados y/o analíticas disponibles</p> <ul style="list-style-type: none">- Incremento de compras, marca y preferencias.- Clientes recurrentes.- Canales de venta que mejor funcionan- Reducción en llamadas del call center <p>5</p>	<p><i>Stakeholders</i></p> <p>Enumerar los stakeholders que van a estar involucrados en el proyecto y a los que podremos; entrevistar, solicitar datos, contar con ellos para las sesiones ...</p> <ul style="list-style-type: none">- Charlotte - Directora de marketing- Arvin - Analista investigador de consumo- Inés - Customer experience manager-Pepa - Product manager <p>7</p>
<p><i>Aproximación de la investigación</i></p> <p>Muestras que queremos tomar para llevar la investigación adelante</p> <p>Ejemplo :</p> <ul style="list-style-type: none">- Observación en 2 localidades. A dependientes, personal shopper, encargados de tienda, cajeras...- Diary study- 12 Entrevistas telefónicas de 45min <p>2</p>	<p><i>Riesgos y retos</i></p> <p>Posibles factores que pueden dificultar la investigación de campo.</p> <p>Ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Retraso en los viajes- No poder observar a todos los perfiles.- No esté disponible el usuario a la hora de la llamada <p>4</p>	<p><i>Audiencia</i></p> <p>Podemos consultar estudios anteriores o utilizar el workshop inicial para que los stakeholders nos den directrices de las características usuario e intentar perfilar los perfiles que se van a entrevistar.</p> <ul style="list-style-type: none">Edad entre 25 a 60Usuarios que han comprado recientementeIngresos desde ...Geografía... <p>6</p>	<p><i>Equipo de investigación</i></p> <p>Miembros de nuestro equipo de diseño que van a llevar a cabo la investigación</p> <ul style="list-style-type: none">- Project Manager- Leader- Consultor <p>8</p>