

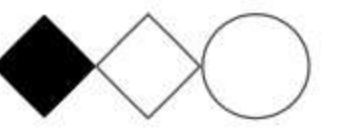
Previo a la investigación  
**Brief investigación**



Entender las  
necesidades de  
negocio para enfocar la  
investigación

# Brief - investigación

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



<h2>Problema</h2> <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>	<h2>Objetivos</h2> <p>Estos deben ser expuestos por el sponsor y contrastados en la sesión con los stakeholders.</p> <p>3</p>	<h2>Resultados y métricas</h2> <p>Información previa de otros estudios realizados y/o analíticas disponibles</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Incremento de compras, marca y preferencias.</li><li>- Clientes recurrentes.</li><li>- Canales de venta que mejor funcionan</li><li>- Reducción en llamadas del call center</li></ul> <p>5</p>	<h2>Stakeholders</h2> <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"><li>- Charlotte - Directora de marketing</li><li>- Arvin - Analista investigador de consumo</li><li>- Inés - Customer experience manager</li><li>- Pepa - Product manager</li></ul> <p>7</p>
<h2>Aproximación de la investigación</h2> <p>Muestras que queremos tomar para llevar la investigación adelante</p> <p>Ejemplo :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Observación en 2 localidades. A dependientes, personal shopper, encargados de tienda, cajeras...</li><li>- Diary study</li><li>- 12 Entrevistas telefónicas de 45min</li></ul> <p>2</p>	<h2>Riesgos y retos</h2> <p>Posibles factores que pueden dificultar la investigación de campo.</p> <p>Ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Retraso en los viajes</li><li>- No poder observar a todos los perfiles.</li><li>- No esté disponible el usuario a la hora de la llamada</li></ul> <p>4</p>	<h2>Audiencia</h2> <p>Podemos consultar estudios anteriores o utilizar el workshop inicial para que los stakeholders nos den directrices de las características usuario e <b>intentar perfilar los perfiles que se van a entrevistar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Edad entre 25 a 60</li><li>Usuarios que han comprado recientemente</li><li>Ingresos desde ...</li><li>Geografía ...</li></ul> <p>6</p>	<h2>Equipo de investigación</h2> <p>Miembros de nuestro equipo de diseño que van a llevar a cabo la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Project Manager</li><li>- Leader</li><li>- Consultor</li></ul> <p>8</p>