



CRESCENDO JUNTAS NAS AMÉRICAS

CHALLENGE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA
INTERNACIONALIZACIÓN



Agenda

1. Anúncios importantes
2. Experimentação
3. Os princípios da experimentação
4. Ferramenta: Método experimental convergente e divergente
5. Q&A



Anúncios importantes



Nossa próxima **masterclass** será Quinta-feira, 9 de junho, não perca!



Aproveite a sessão de **Q&A (perguntas e respostas)** para fazer perguntas.



O **chat** é reservado para comentários que você deseja compartilhar. Lembre-se que estamos o que você está escrevendo!



Se você tiver algum problema, entre em contato conosco em:
creciendojuntas@connectamericas.com




Lembre-se que na **Academia ConnectAmericas** na Seção Tópico 4, Classe 4 este material está disponível em Inglês, Espanhol e Português.




Este é um ambiente de aprendizagem, viemos aprender, cometer erros, refletir, mudar de ideia, **e tudo está bem!**

Desafio Individual


 Agilismo e novas formas de trabalho

 **Prazo de entrega:** 24/Jun/22

 Download na ConnectAmericas Academy





Critérios de ascenso:


Elementos	Peso
Frequência de classe (ao vivo)	15%
Envio de perguntas/contribuições no Fórum de Perguntas e Respostas	25%
Formulário de Avaliação de Curso	10%
 Avaliação de Desafios Individuais	30%
Avaliação do Desafio de Grupo	20%
Pontos extras	*

*Cada ferramenta adicional submetida será avaliada em mais de 20 pontos

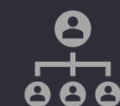
 Mundo digital e dados

 Experiência do usuário

 Liderança e propósito

 Modelo de negócio

 Finanças

 Agilismo e novas formas de trabalhar

Marcela Mesa

Manager – Technology Consulting



Technology Consulting, projeto e transformação de processos e estratégias para aumentar a competitividade.



Engenheira industrial e **especialista em controle interno** da Universidad Pontificia Javeriana.



Sou gerente da área de tecnologias emergentes na EY Colombia, com mais de 9 anos de experiência em **consultoria digital** e **implementação de tecnologias emergentes**, minha ênfase está orientada para: desenho e transformação de processos, estratégias para aumentar a competitividade, desenho e estruturação de modelos de negócios, diagnóstico e estratégias digitais, entre outros. Especializei-me como líder de equipe no projeto, desenvolvimento e implementação de tecnologias para transformar processos e negócios.



Ela combina sua profissão com o **ser mãe**.



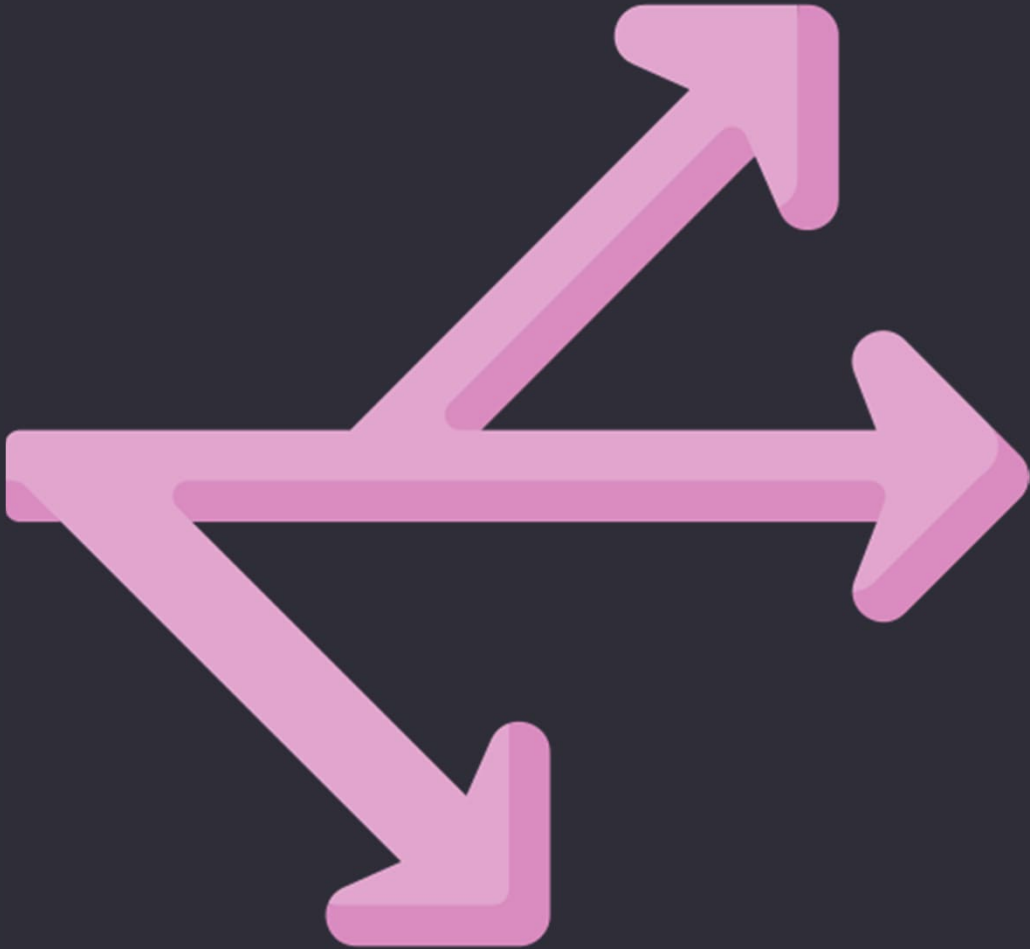
A experimentação pode ser definida como o processo iterativo de aprender o que funciona e o que não funciona.





Experimentos convergentes

Eles são mais adequados para o aprendizado que elimina opções e converge em uma resposta específica para uma pergunta claramente definida (por exemplo, qual desses três designs o cliente prefere?).



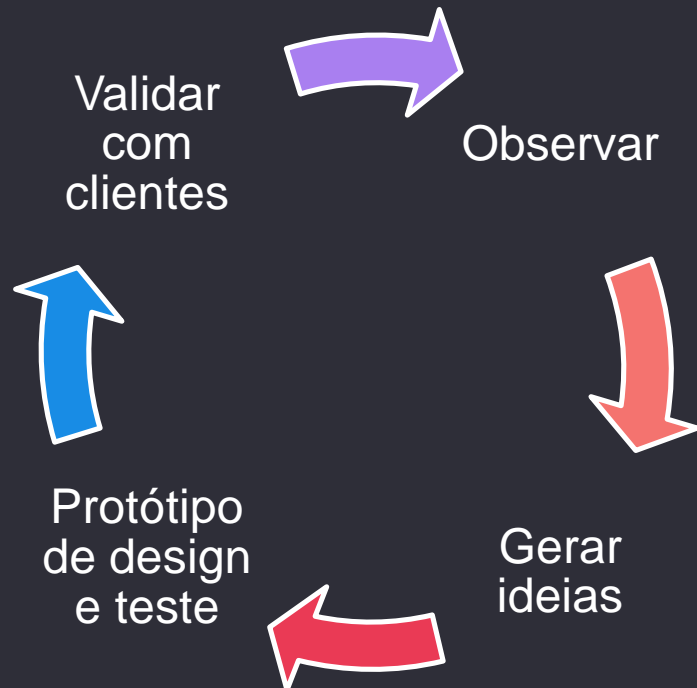
Experimentos divergentes

São mais adequados para o aprendizado que explora opções, gera ideias, faz várias perguntas ao mesmo tempo e, quando bem feito, gera novas perguntas para explorar na próxima fase iterativa.

Os princípios da experimentação

Aprenda cedo

Comece a experimentar desde o início de seus esforços de inovação para que você possa aprender o mais cedo possível no processo.



Seja rápido e interativo

"A verdadeira medida do sucesso é o número de experimentos que podem ser realizados em 24 horas." – Thomas Edison

Encontre uma maneira de facilitar o processo de inovação em sua empresa

- E se você tiver em sua loja física um espaço para testar produtos que ainda estão em desenvolvimento?
- Ou se você lançar uma versão beta do seu serviço?

Os princípios da experimentação

Apaixone-se pelo problema, não pela solução.

- Mantém você focado no cliente e suas necessidades
- Pressiona você a considerar mais de uma solução possível



Aceite que suas ideias podem estar erradas.



Não tente acomodar o problema com a solução.

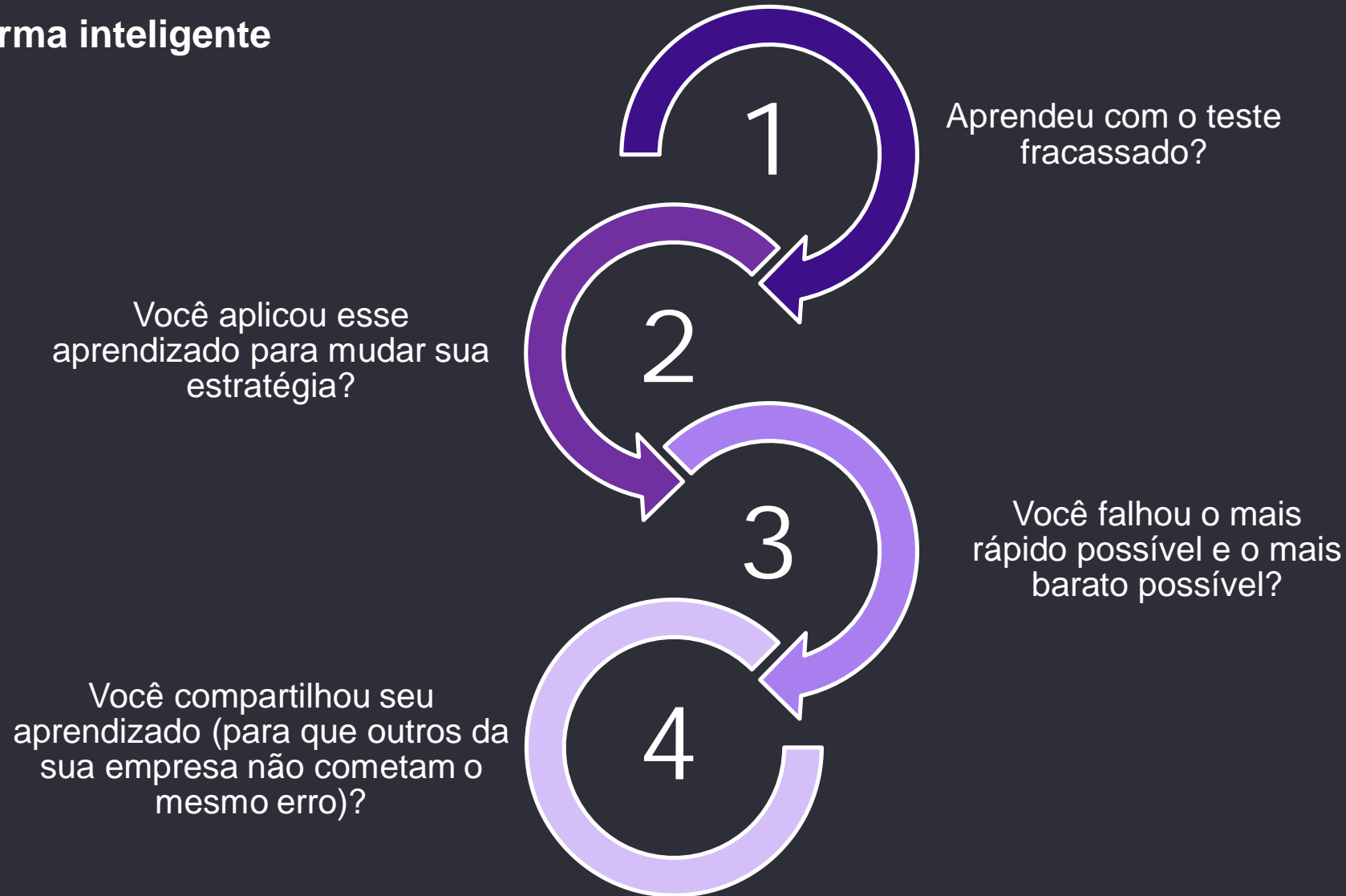


Lembre-se que a solução com a qual você veio com não é valiosa até que tenha sido testada com sucesso com o cliente.

Obtenha feedback confiável

- ❖ Deben ser **clientes reales o potenciales**, no tu misma, tu mamá, colaboradores, o jefe.
- ❖ Puede ser un producto, servicio o experiencia o un prototipo. Lo importante es que sea algo lo suficientemente real para generar resultados significativos.
- ❖ Recuerda que hay que mostrar, no contar. No hagas un grupo focal para preguntar a los clientes qué les parece una determinada función de tu aplicación, sino deja que la usen, que la experimenten sin tu ayuda.

Falhe de forma inteligente



Ferramenta: método experimental convergente

Este método experimental é especialmente útil para inovar em produtos, serviços e processos existentes; para otimizá-los e melhorá-los continuamente; e comparar versões nas fases posteriores de um processo de inovação.

1. Defina um esforço de inovação

2. Defina a questão e suas variáveis

3. Escolha sua população

4. Teste e analise

5. Decida

1. Defina um esforço de inovação

Considerando o que você aprendeu no curso sobre seu próprio negócio (modelo de negócio, proposta de valor, modelo operacional, experiência do cliente)...

Proponha uma mudança que você deseja introduzir ao seu produto, serviço ou experiência

Exemplos:



Redesenho do website

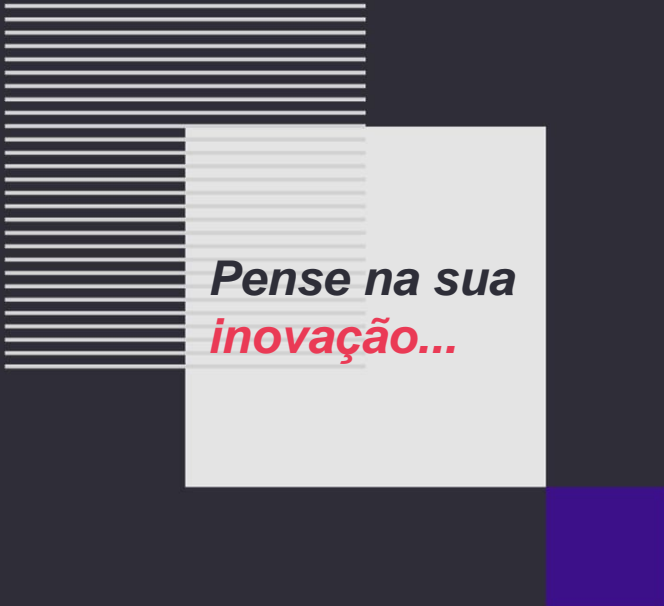
- Tamanho e número de fotos do produto
- Localização da seção "Perguntas Frequentes"
- Localização do carrinho de compras
- Recomendações de produtos ou serviços antes de pagar



Variação de um produto ou serviço

- Novo sabor de sorvete (Caramelo salgado /caramelo-biscoitos &creme / chocolate caramelo)
- Novo tamanho
- Novo recipiente (cone, vidro, biscoito)

2. Defina a questão e suas variáveis



*Pense na sua
inovação...*

Se fizermos **X**, o que acontecerá com **Y**?

Exemplos:

- Como nossa **nova oferta de serviços** afetará a **retenção de clientes**?
- Qual desses dois **níveis de preço** produzirá a **maior receita** total para nossa nova linha de produtos?
- Como o **novo design de nosso portal de atendimento ao cliente** afetará a **satisfação do cliente**?
- Se eu acrescentar este **recurso**, os clientes passarão **mais tempo em meu site**.
- Se eu mudar **essa interação**, os clientes gastarão **mais dinheiro na minha loja**

Identifique suas variáveis

X - Variável independente (ou causa): É o fator que será testado no experimento. Geralmente é uma variação de uma prática empresarial atual.

Y - Variável dependente (ou efeito): É o fator que você espera que possa ser influenciado pela inovação. É uma medida do impacto de o que está mudando.

3. Escolha sua população

Antes de realizar um experimento convergente, você deve identificar uma população cujas respostas você quer testar, ou seja, o grupo de clientes a quem você vai introduzir sua **inovação**.

Atribua aleatoriamente membros dessa população a um dos dois grupos:

- O **grupo de teste** que recebe a experiência ou oferta sendo testado.
- O **grupo de controle**, que recebe a experiência padrão ou oferta.

Descreva sua população-alvo e o método que você usará para ter uma amostra aleatória de participantes.

4. Teste e análise

Descreva como será seu ambiente de teste versus seu ambiente de controle



- Como será a experiência para o grupo de controle?
- Como será a experiência para o grupo de testes?
- Como você vai coletar dados para saber os resultados (impacto) de sua inovação?
- Como você vai saber que os resultados não estão contaminados por outras variáveis?

5. Decida

Decida se os resultados de sua inovação foram satisfatórios ou se você deve continuar iterando.

Considerando a questão colocada na etapa 2, defina quais serão os indicadores que medem o sucesso de sua inovação.

Exemplos:

Pergunta	Indicador
Como nossa nova oferta de serviços afetará a retenção do cliente ?	Aumento de 35% na retenção de clientes
Como o redesenho do nosso portal de atendimento ao cliente afetará a satisfação do cliente ?	Aumento no NPS (Net promoter score) em 5 pontos
Se eu adicionar este recurso , os clientes passarão mais tempo no meu site	Aumento de 50% na quantidade de tempo gasto no site, resultando em uma compra
Se eu mudar essa interação , os clientes gastarão mais dinheiro na minha loja	Aumento do dinheiro gasto na loja em 20%

Ferramenta: Método experimental **divergente**

Esse método é especialmente útil para inovações menos definidas, como novos produtos, serviços e processos de negócios.

1. Defina o problema

2. Estabeleça limites

3. Observe

4. Gerar ideias

5. Construa um MVP

6. Coloque-o à prova

7. Decida

1. Defina o problema

O problema deve estar enraizado na necessidade do cliente ou na oportunidade de mercado.

A vantagem de definir a inovação em termos de um problema é que ela força você a adotar o ponto de vista do cliente.

A inovação deve sempre se concentrar em trazer valor ao cliente, em vez de implantar a mais recente tecnologia ou recurso de produto, ou em derrotar a concorrência.

2. Estabeleça limites

A experimentação divergente é iterativa e estamos naturalmente inclinados a continuar antes de admitir o fracasso, é fácil para o seu projeto de inovação continuar mesmo quando as perspectivas de sucesso são escassas. É por isso que é essencial estabelecer limites desde o início



Limite de
tempo



Limite
orçamentário



Limite do
alcance

3. Observa

O objetivo da observação é aprofundar a compreensão do problema e ampliar as ideias para encontrar uma solução.

1. Observar contexto do cliente, para entender melhor o problema que você está tentando resolver.

2. Aprenda todo que puder sobre o cliente, a natureza do problema e o contexto em que a solução deve se encaixar.

3. Busca idéias em outros lugares - Olhe para outros mercados (como outros clientes estão enfrentando o mesmo problema) e outros setores (benchmarking além de concorrentes diretos em seu setor).

4. Gerar ideias

- Gerar múltiplas ideias para resolver o problema definido.
- Você pode fazer esse exercício de ideação com sua equipe.
- Tenha em mente que o objetivo deve ser sempre gerar múltiplas ideias viáveis, sem descartar.

5. Construa um MVP

Lembre-se que grandes ideias não têm valor a menos que você possa experimentá-las com o cliente. Portanto, nesta etapa você deve traduzir suas ideias em **protótipos viáveis mínimos (MVP)**

MVP: custo mínimo + aprendizado máximo.

Se um MVP for bem sucedido, outras iterações seguirão. À medida que o progresso é feito, protótipos sucessivos devem evoluir de funcionalidade inferior para maior (por exemplo, de um esboço para um modelo para um produto funcional).



6. Coloque-o à prova

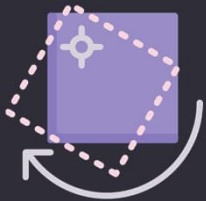
Depois de construir um protótipo mínimo viável de sua ideia, o próximo passo é testá-lo.

Ao escolher como e onde fazer os testes, você tem que procurar um ambiente o mais natural possível, ou seja, o mais próximo possível do contexto real em que a solução final será utilizada. Você também deve testar seu protótipo com um público o mais próximo possível dos clientes que você espera usar a versão final.

7. Decida



Prosseguir: Se o seu teste validou o potencial sucesso de suas ideias, você pode passar para a próxima iteração para melhorar seu protótipo.



Centralizar: Se o seu teste revelou problemas, você pode precisar ajustar sua ideia com base no que aprendeu ou tentar outra solução para ver se é mais promissora.



Desconectar: Se você já tentou todas as soluções ou atingiu o limite de tempo ou orçamento, é hora de parar o processo e avaliar o que aprendeu.

DESAFIO INDIVIDUAL "Método experimental convergente e divergente"



Data de entrega: **Sexta-feira, 24 de junho**

**Consulte a Academia ConnectAmericas para
obter instruções detalhadas.**

Q & A

Obrigada!

Nos vemos na próxima terça-feira



Acesse o link a seguir e nos dê sua opinião sobre a aula de hoje:

<https://forms.office.com/r/cGgMDyFEv5>

Sua opinião é muito importante para nós.