

Premio bid_14

DISEÑO DE SERVICIOS

El Diseño de Experiencias de Servicio es una herramienta emergente orientada a la innovación en el sector de los servicios. Es un proceso colaborativo multidisciplinario que se activa para la ideación, planificación y ejecución de servicios centrados en la experiencia omnicanal de usuarios y clientes, que permite crear valor para ellos y para las organizaciones que los proveen. (Fuente: estudios Procorp).

La industria de los servicios enfrenta hoy nuevos desafíos frente a la creciente demanda de los usuarios. Ya no solo por un mejor desempeño de los llamados aspectos higiénicos o básicos del servicio, sino que también por una personalización de la oferta que demuestre un mayor conocimiento de sus necesidades, hábitos y expectativas.

Cada vez más, las personas quieren que los servicios que contratan o compran (telecomunicaciones, salud, transporte, financieros, educación, etc) estén pensados a la medida de sus necesidades y no como complejas soluciones genéricas que no lo reconozcan en su individualidad.

Contratos ilegibles, productos y soluciones que no se adaptan a sus requerimientos, complejos sistemas de consulta, contratación y pago, espacios pensados para la operación eficiente pero no para la comodidad de las personas, serio descuido en la interfaz gráfica para usuarios en las plataformas digitales, personal en contacto sin herramientas para satisfacer demandas o solucionar quiebres del servicio, son solo algunos ejemplos del gran déficit de gestión en esta industria. Situaciones que el consumidor no está dispuesto a soslayar y mucho menos a perdonar.

Los progresos en esta industria han estado centrados, fundamentalmente, en la incorporación de tecnologías que permiten, reducir costos, mejorar la productividad, masificar y aumentar cobertura, y en consecuencia dar acceso y disponibilidad a estos servicios a una masa cada vez mayor de usuarios. Sin embargo, no han logrado innovar en la calidad percibida por ellos. Es decir, en lo que se conoce como la "experiencia de cliente".

Qué aspectos se tendrán en consideración al evaluar los proyectos en esta categoría:

1. El Proceso/Investigación para el diseño. Diagnóstico de la experiencia previa a la intervención. Fijación de objetivos del proyecto. Profundidad y amplitud de la investigación al usuario, nivel de participación e implicación de los actores, capacidad de las herramientas elegidas para crear visiones compartidas, nivel de anticipación y prospección, suficiencia probatoria de los prototipos.

2. La Experiencia /Ideación y diseño. Capacidad de los puntos de contacto para proporcionar experiencias sensoriales significativas. Adaptabilidad de los puntos de contacto para aportar diferentes niveles de interacción. Originalidad y variedad de las soluciones surgidas. Riqueza e integración multimedia/transmedia de los diferentes canales. Coherencia narrativa entre la imagen e identidad de marca a lo largo del trayecto.

3. El Sistema / Implantación y evaluación o conclusiones del proyecto. Impacto de las soluciones en la experiencia de usuarios, contribución al negocio o a la imagen de marca de la organización prestadora de los servicios. Es decir, capacidad para generar y entregar valor relevante (utilidad) y capacidad para capturar valor (negocio).

Los trabajos que se presenten en esta categoría y opten al Premio especial "Diseño de servicios", deben dar razón, por lo tanto, de cada uno de los niveles anteriores, documentar el proceso, la experiencia y el sistema.

INNOVACIÓN COMUNICATIVA