



DESIGN THINKING

Herramienta
para Coaches

por Andrea Caride

Instituto Ben Pensante

benpensante.com



DESIGN THINKING

El **Design Thinking** es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Es una herramienta muy útil que los coaches pueden utilizar en el contexto del coaching de equipos, veamos porqué.

El **Design Thinking** no parte de un problema, sino de un “**Reto**”. Y gracias a la investigación que se hace a lo largo del proceso se van identificando problemas que, si los solventamos, nos permitirán conseguir nuestro “**Reto**”.

Este enfoque coincide plenamente con el propósito de cualquier proceso de coaching.

En coaching, ese reto lo llamamos **OBJETIVO**. Cuando utilizamos Design Thinking como herramienta en un proceso de coaching de equipos, partiremos de un objetivo previamente definido.

¿Cuál es el objetivo del equipo?



Las FASES

Design Thinking tiene una serie de fases o pasos para poder aplicarlo con éxito. Se trata de 5 etapas que ayudarán a entender la importancia de comprender qué busca el usuario:



Empatía



Definir



Idear



Prototipar



Probar

1. Empatizar: con los usuarios.

2. Definir: las necesidades de los usuarios, su problema y sus conocimientos.

3. Idear: desafiando supuestos y creando ideas para soluciones innovadoras.

4. Prototipo: para comenzar a crear soluciones.

5. Probar: las soluciones encontradas.

Fase 1 EMPATIZAR



Empatía

El proceso de *Design Thinking* comienza con una **profunda comprensión de las necesidades** de los usuarios y de su entorno.

En esta fase, el coach ayuda al equipo a empatizar, es decir, a **ponerse en la piel** de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades.

En la fase de **EMPATIA** nos centraremos en entender las **necesidades, problemas y deseos** de nuestros usuarios potenciales. Lo hacemos mediante **técnicas que nos permitan obtener información** (mediante una interacción directa, ya sea hablando con ellos, observándolos o conociendo su entorno).



Para empatizar o conocer más las necesidades de esos clientes/usuarios potenciales el/la coach puede ayudar al equipo proponiendo el uso de *técnicas específicas, algunas de ellas son:

- Entrevistas en profundidad
- ¿Qué, cómo, por qué?
- Los 5 para qué
- Moodboard
- Focus Group

**Puedes encontrar más información acerca de cada una de estas técnicas en el enlace del apartado "Referencias".*

Fase 2 DEFINIR

Después de haber identificado necesidades, problemas y deseos durante la fase de empatía (revelaciones o “insights”), podremos **definir qué es lo que se busca cambiar o mejorar**.

El enfoque en las necesidades de los usuarios ayudará a desarrollar **hipótesis sobre cómo resolver los inconvenientes**.



Definir

¿Cómo puede ayudar el coach en esta fase?

Existen numerosas técnicas. A continuación, te proponemos una muy sencilla, que se puede adaptar muy bien a cualquier proceso de coaching.

Técnica: convertir las revelaciones en preguntas
¿Cómo podríamos...?

Consiste en recopilar las *revelaciones* que se obtuvieron durante la sesión de empatía. Por cada revelación, nos preguntaremos: *¿Cómo podríamos...?* Cada pregunta *¿Cómo podríamos...?* se recoge en un post-it, todos con el mismo color.

Por el momento no se propone ninguna respuesta, simplemente las preguntas.

Ejemplo ↗



Revelación:

Los usuarios buscan entender qué es el coaching antes de comprar el servicio.

Pregunta:

¿Cómo podríamos explicar qué es el coaching antes de comprar el servicio?

Fase 3 IDEAR

La fase de Ideación tiene como objetivo **buscar el mayor número de opciones posible**. El/la coach ayudará al equipo a fomentar la lluvia de ideas. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor.



¿Cómo lo conseguimos?

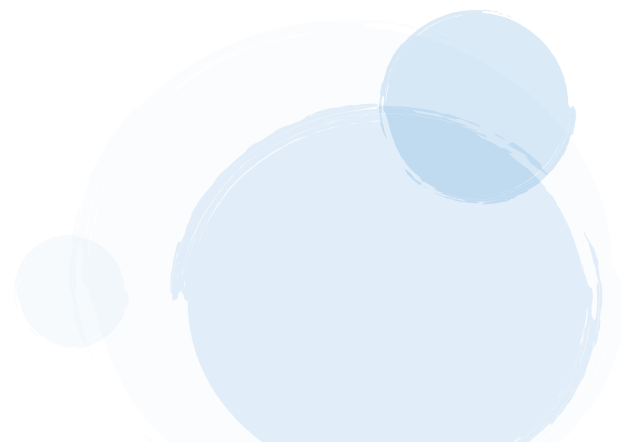
Con una técnica fundamental en esta etapa: **la lluvia de ideas**.
Veamos una forma de ponerla en práctica.

Técnica 1: Lluvia de ideas

Partiendo de las preguntas “¿*Como podríamos?*” que hayan surgido en la fase anterior, se anotarán ahora todas las ideas que vayan surgiendo referente a cada una de las preguntas.

NOTAS:

- o Se pueden establecer objetivos de cantidad (un mínimo y máximo de ideas por pregunta).
- o Trabajo en equipo. Todos aportan ideas sobre todas las preguntas.
- o Utilizar dibujos puede inspirar ideas nuevas.



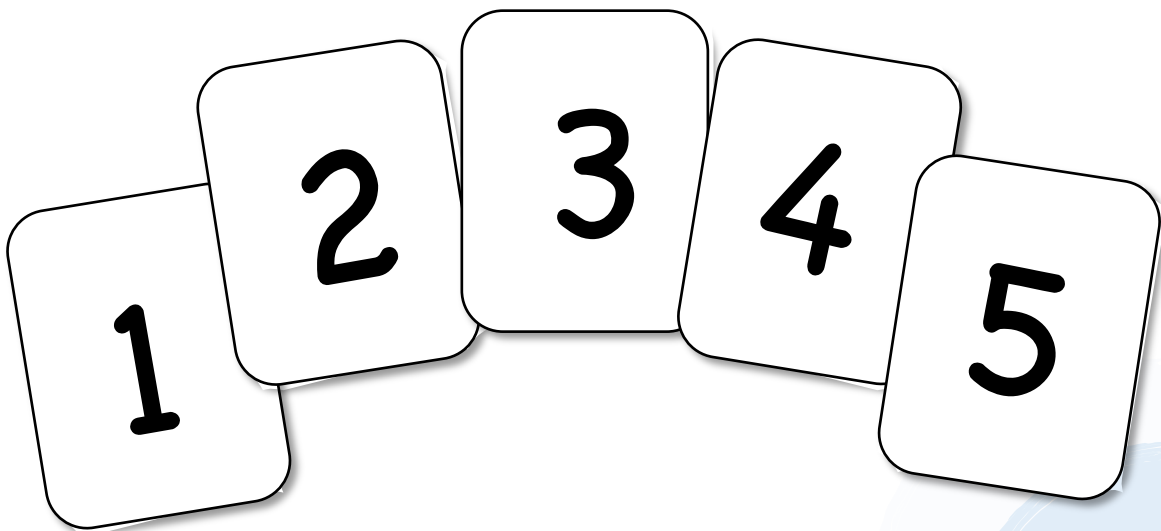
Técnica 2: Tarjetas del 1 al 5

Una vez obtenidas las ideas surgidas de la técnica anterior, podemos empezar a seleccionarlas a través de otra técnica interesante: las **Tarjetas del 1 al 5**.

Cada persona tiene 5 tarjetas con los números del 1 al 5. Por cada una de las ideas que surgieron en la fase anterior cada miembro del equipo levantará el número que le otorga a esa idea (siendo 1, prescindir de la idea y el 5 adoptar la idea).

Importante: todos los miembros levantan la carta al mismo tiempo. Se adoptarán las ideas que obtengan mayor puntuación.

Cada equipo puede otorgar el valor que desee a cada número. Esta técnica también puede utilizarse en procesos creativos individuales para ordenar las ideas que hayan surgido y comenzar a seleccionar.



Fase 4 PROTOTIPO

En la etapa de Prototipo **volvemos las ideas realidad**. Construir prototipos antes de crear el producto final ayuda a visualizar las ideas planteadas y corroborarlas. Además, pone de manifiesto elementos que debemos mejorar, refinar o cambiar antes de llegar al resultado final. Los prototipos pueden ser dibujos, esquemas, maquetas, etc.



Prototipar

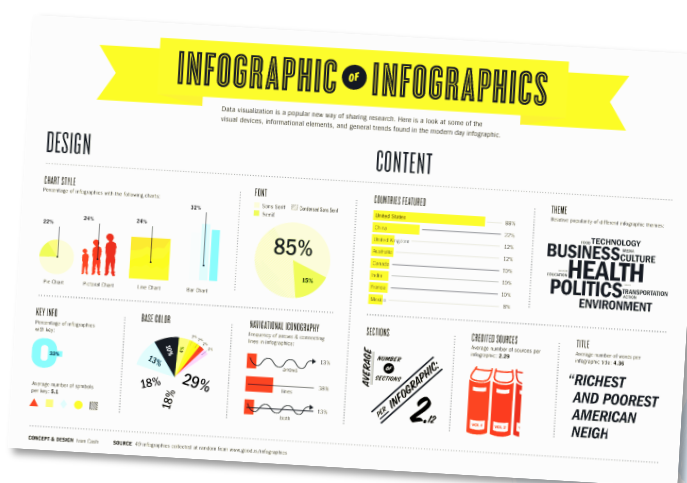
Técnica: Infografía

Una de las técnicas que el/la coach puede proponer en esta fase es la **Infografía**. Se trata de una representación visual de textos escritos que en cierta manera resume o explica; en ella intervienen diversos tipos de gráficos y signos formando descripciones, secuencias narrativas e interpretaciones, presentadas de manera gráfica.



IDEA: Puedes animar al equipo a que empiecen creando dibujos sobre sus ideas.

Un prototipo puede ser el resultado de la unión de varias ideas.



Fase 5 PROBAR

Ahora ha llegado el momento de **probar los prototipos con usuarios potenciales**.

Esta fase es crucial ya que **ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver y posibles carencias** a través del feedback recibido por los usuarios.



Probar

En esta etapa la idea evoluciona hasta convertirse en la solución que estábamos buscando.

CONSEJOS

En la fase de **PRUEBA** el/la coach debe guiar al equipo de 2 formas:

1. Ayudándoles a comunicar el prototipo valiéndose de alguna técnica (como la que proponemos a continuación).
2. Facilitando que el equipo acoja el feedback del usuario de forma constructiva, con algunas ideas como:
 - o **Escuchar de forma activa:** escucha con curiosidad e interés lo que digan los usuarios.
 - o **Tener actitud de aprendiz:** no intentes convencer de que vuestra solución es la ideal, adopta una **actitud de aprendiz** a través de la curiosidad.
 - o **Tomar nota:** anota el feedback que vayan dando los usuarios al interactuar con el prototipo.
 - o **Disposición:** disponte a descubrir, puede que haya cosas que no funcionen. Piensa que eso es positivo, todo lo que puedas mejorar ahora serán fallos que te ahorrarás en el futuro.

Técnica: Storytelling

Objetivo

Una de las técnicas que el/la coach puede utilizar en la fase de **Prueba** es el **Storytelling**, con el objetivo de que el equipo consiga comunicar una posible solución e identificar mejoras.

Descripción

El storytelling es una técnica a través de la cual las personas mejoran su **capacidad para conectar con su audiencia** a través de discursos, textos, etc. En el storytelling se **capta la atención del público** mediante el cuidado de la gesticulación, la modulación de la voz, el uso de objetos o imágenes y fomento de la empatía, entre otros.



Referencias

Design Thinking en Español es un buen portal para introducirse al Design Thinking. Ahí podrás encontrar múltiples técnicas para aplicar en cada fase del proceso, así como una descripción de las mismas para que las puedas poner en práctica. También verás numerosas referencias a bibliografía adaptada a cada fase del proceso:



<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Referentes en Design Thinking:

- o John E. Arnold in "Creative Engineering" (1959)
- o Herbert Simon "The Sciences of the Artificial" (1969)
- o L. Bruce Archer in "Systematic Method for Designers" (1965).
- o David M. Kelley, IDEO Founder