

# CES 2019

*Diseño en la era de la Data  
Cómo diseñar productos y servicios  
que convierten*



# ¡Hola CES 2019, somos Garaje de Ideas!

Garaje de Ideas es un estudio de **Diseño e Innovación**.

Diseñamos productos digitales, servicios y experiencias con sentido, aplicando el diseño como motor de la innovación.

Partimos de una **perspectiva centrada en las personas**, trabajando de manera multidisciplinar a lo largo de todo el proceso de creación de valor.

Ayudamos a las organizaciones a generar valor, crecer y ser visionarias.



Estos son  
algunos de  
nuestros clientes



MADRID



BARCELONA



BUENOS AIRES



MEXICO DF



MIAMI



LONDRES



CARAJE DE IDEAS

# video REEI



3 Preguntas clave

---

# Porqué Diseño Porqué Data Porqué Diseñar con Datos

---

# Porqué *Diseño*



## 01. Impacto del Diseño en el Negocio

Según un reciente estudio de McKinsey, las compañías que invierten en diseño, y no solo en diseño de producto, sino sobre todo en el diseño de la experiencia de usuario, crecen hasta dos veces más rápido que aquellas que no lo hacen.

Fuente: 'El Valor del Diseño en las Empresas' McKinsey Quarterly

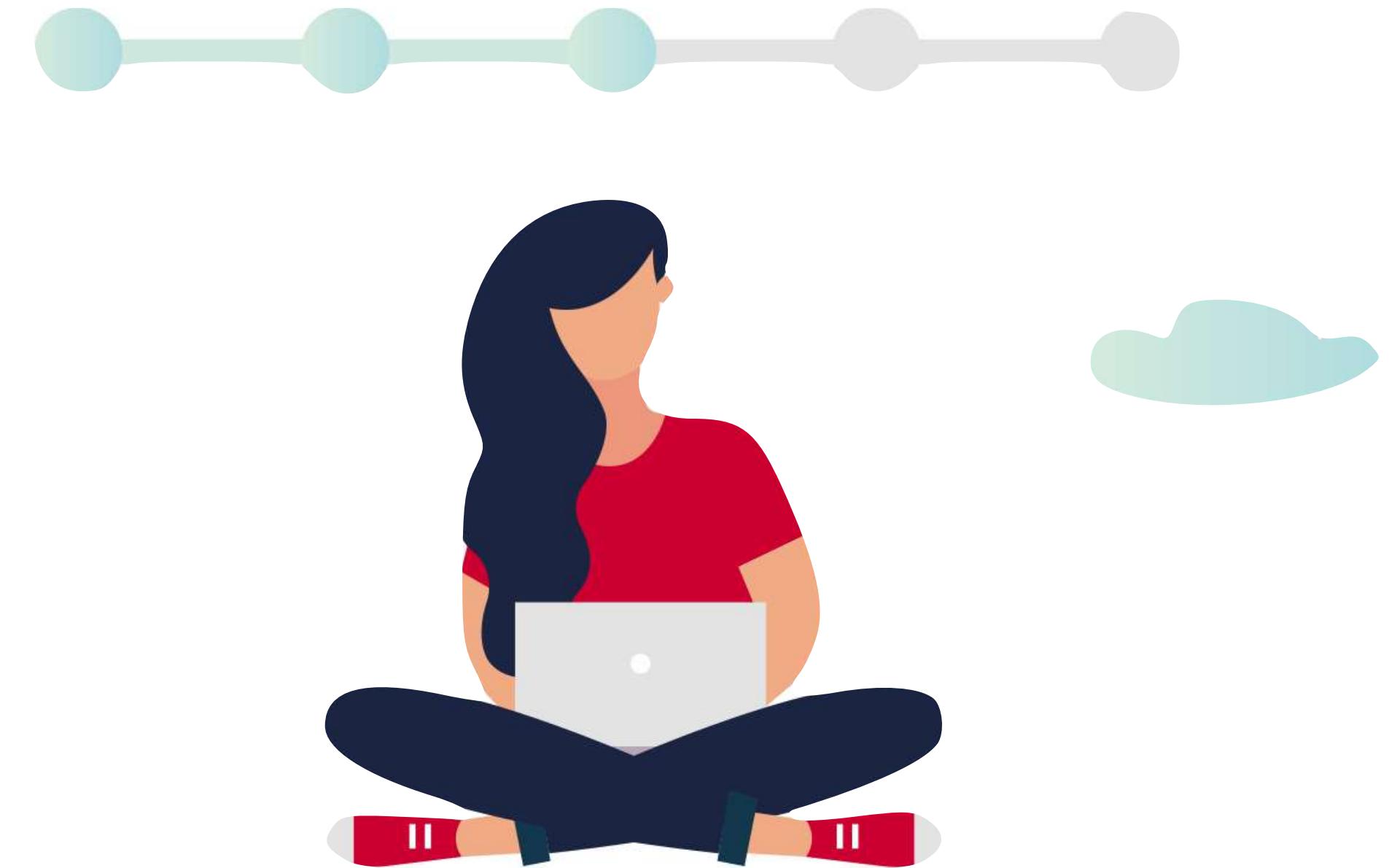
## 02. Planos de actuación del Diseño

1. **El propósito** ¿Para qué se hace?
2. **La relación** ¿Qué vínculo se genera?
3. **La comunicación** ¿Cómo se traslada el valor?
4. **Los artefactos/avatares** ¿Cómo se materializa?
5. **La disposición de los recursos** ¿Cómo se ejecuta?

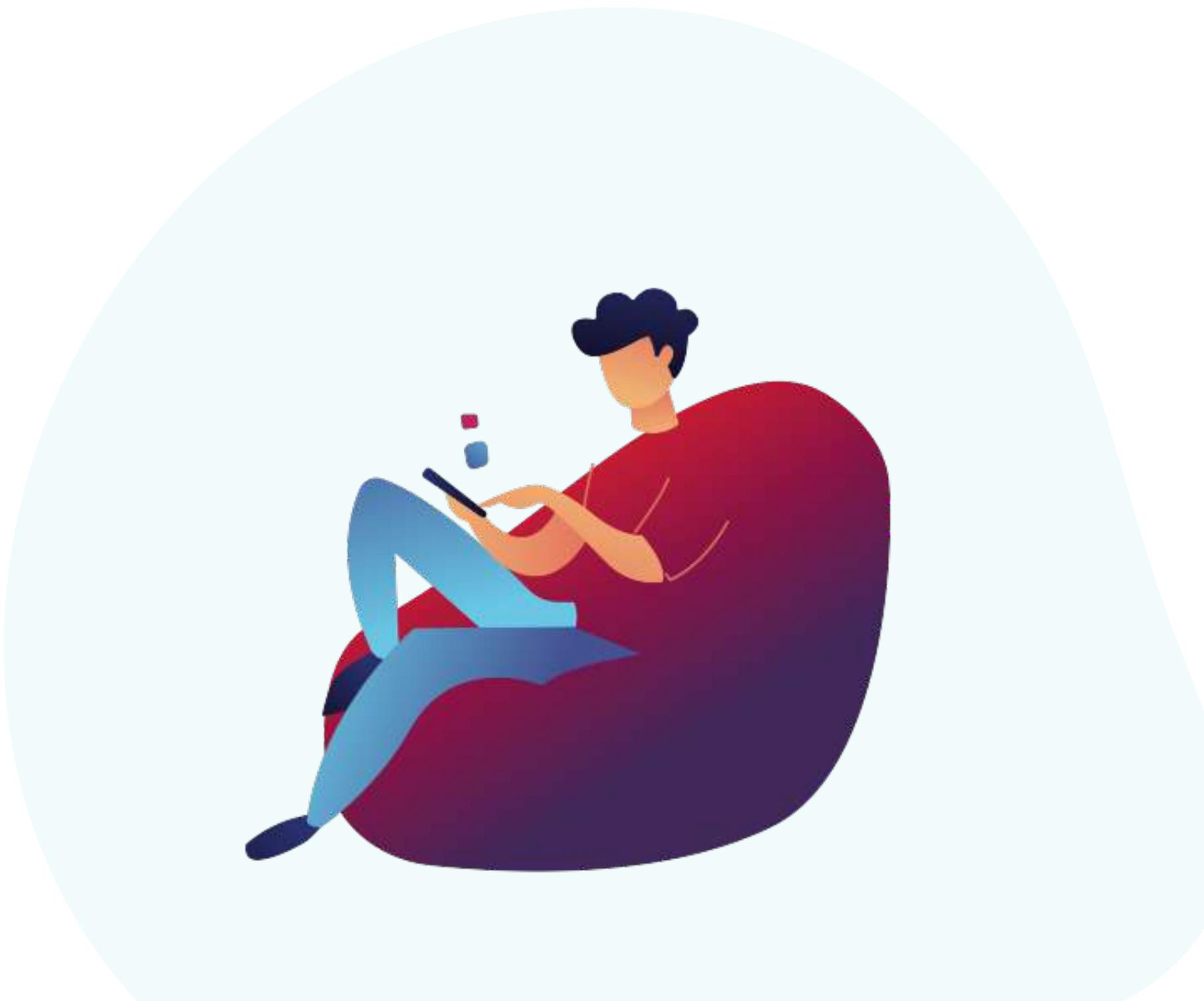
## 03. Aportación del diseño a las organizaciones

- Conexión con los usuarios y sus necesidades
- Humanización de la tecnología y de los procesos
- Visión Multidisciplinar
- Iteración continua

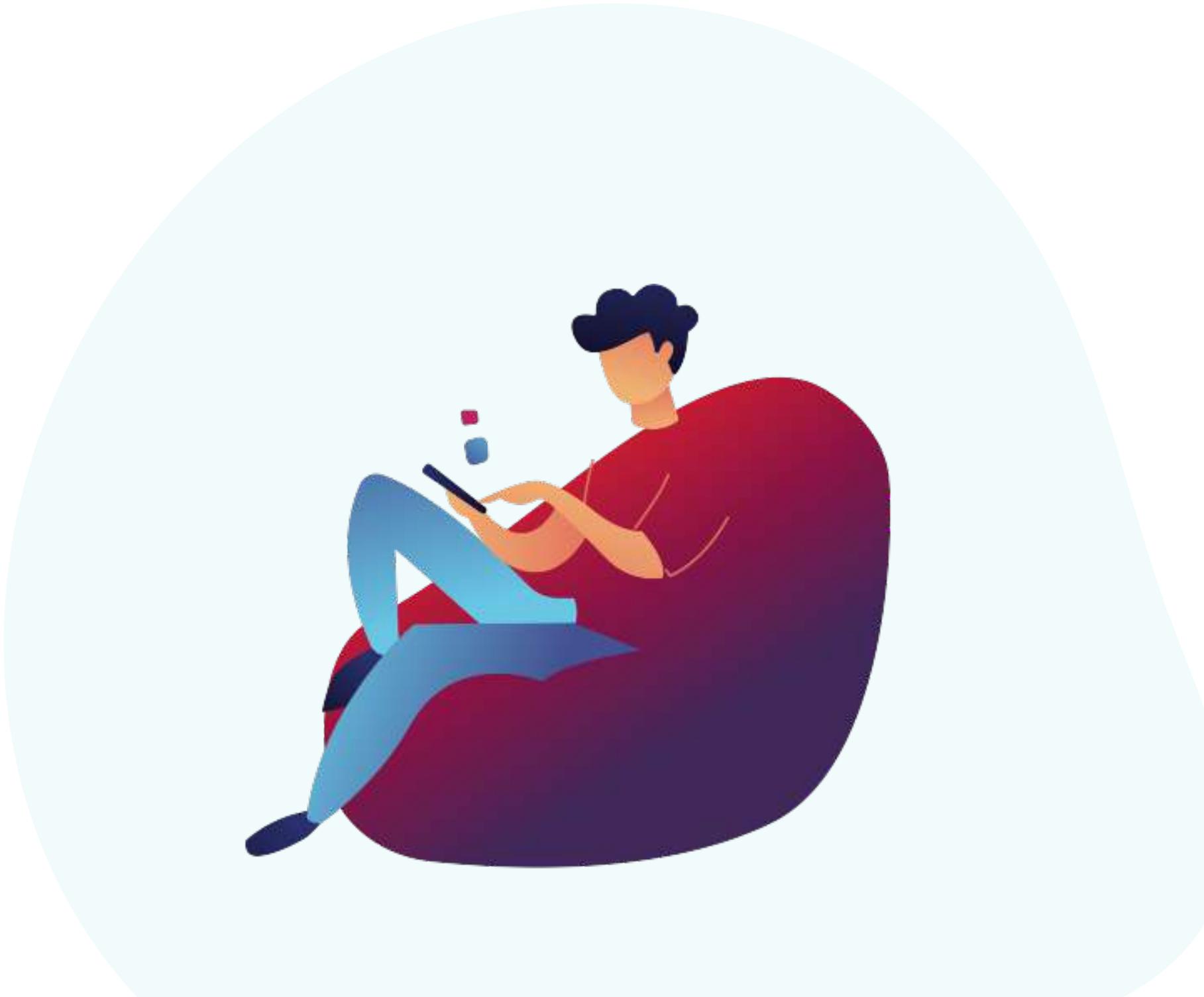
# Porqué *Data*



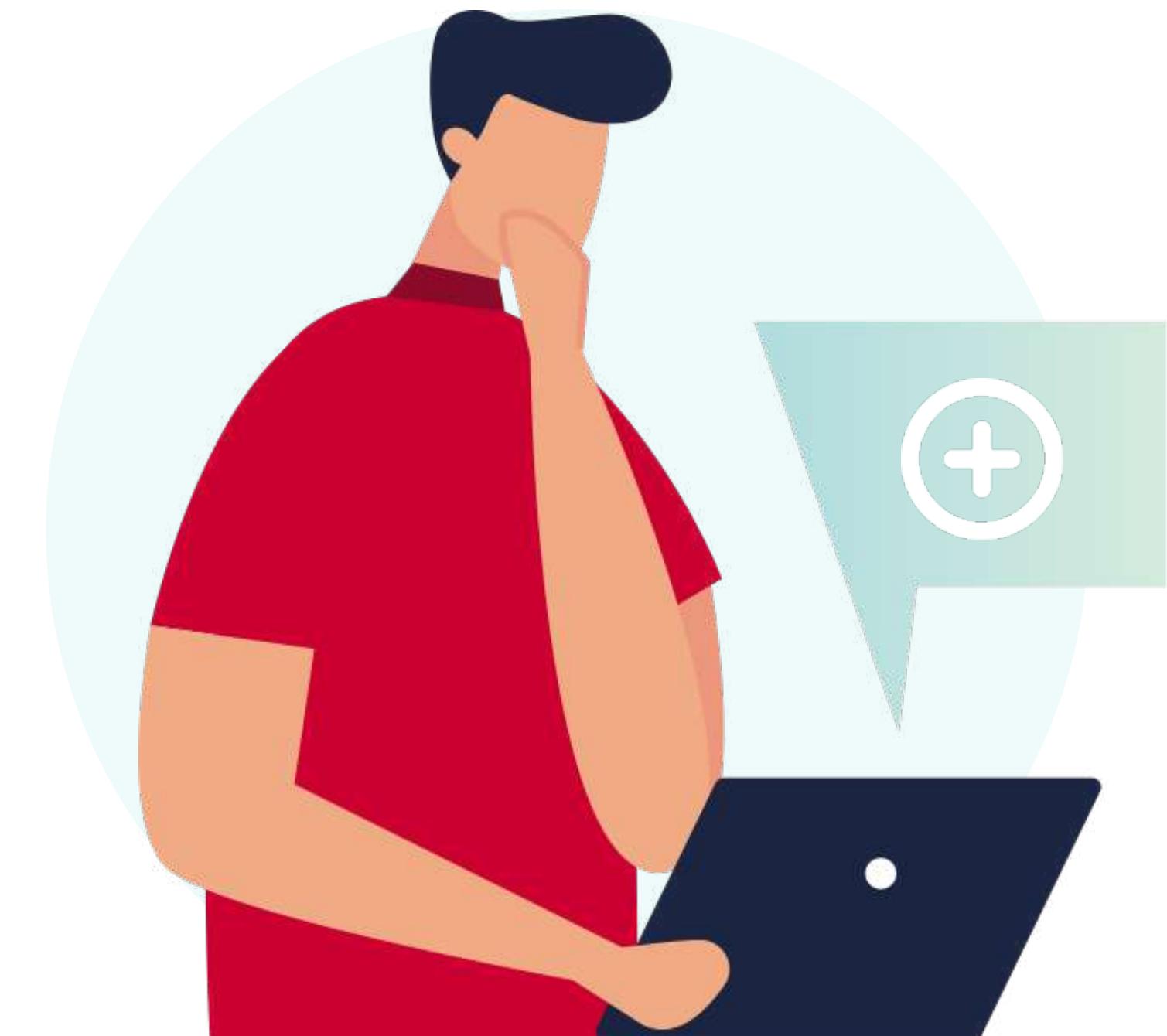
Más que cualquier tecnología emergente, los datos son la clave futuro...



...y no solo por el volumen sino por la interpretación y el conocimiento.



# Porqué *Diseñar con Datos*



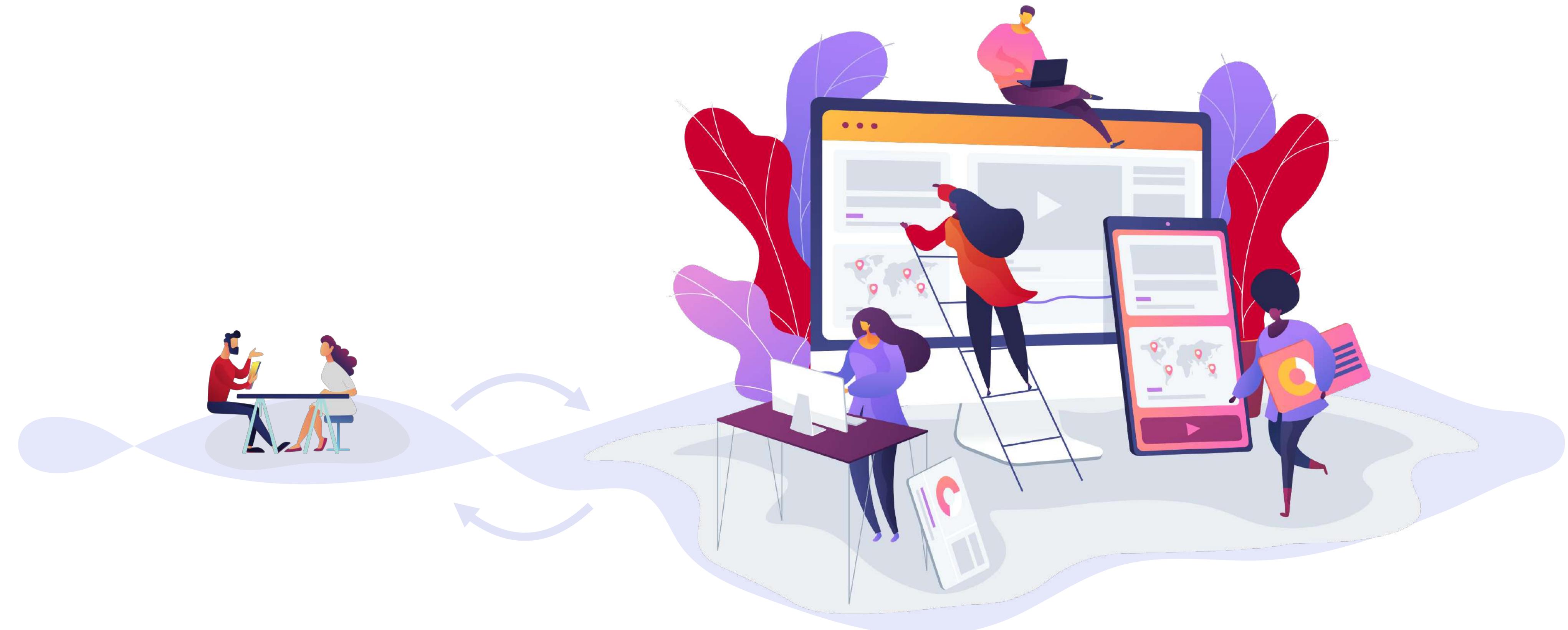
## 01. No a las decisiones arbitrarias

Las decisiones de diseño no pueden ser arbitrarias, o estar guiadas por la inercia organizacional, o por las estructuras internas, o por objetivos no ligados, doblemente, a las necesidades de los usuarios y a la competitividad.

## 02. Todo se puede medir

Poner en práctica estrategias de Data Driven Design no solo implica medir el rendimiento de determinados productos y servicios digitales cuando estos ya están en el mercado. También podemos extraer datos en fases tempranas e integrarlos en los procesos de diseño.

# Proceso Ideal Data Driven Design



Hipótesis

Fase Generativa

Fase Evaluativa

El reto de integrar...

## Design Research

Los procesos de comprensión o generación de insights, se llevan a cabo mediante la aplicación de **técnicas de investigación** como la etnografía, el benchmarking o la cocreación.

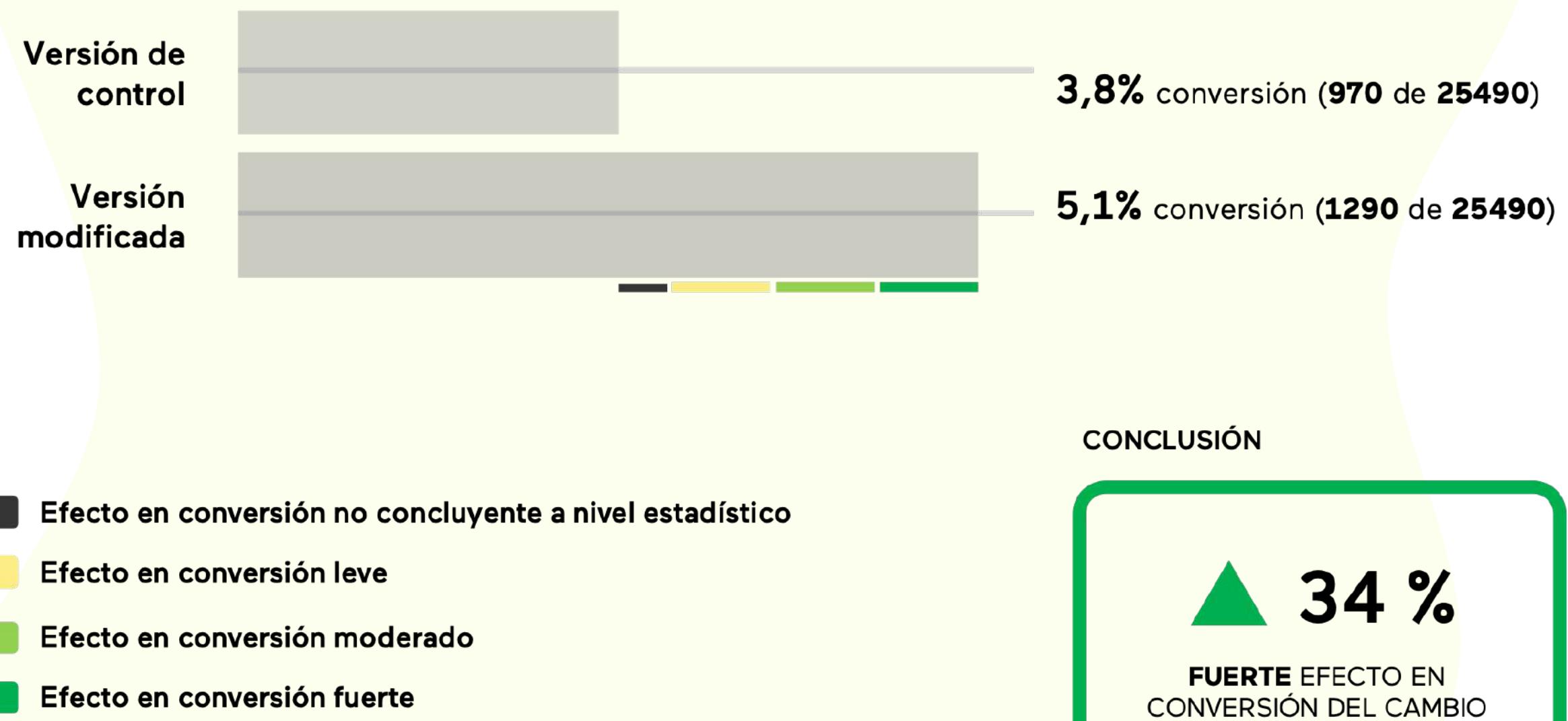
El reto de integrar estos insights de tipo cualitativo, en procesos de medición, comúnmente entendidos como cualitativos, a veces supone un freno a los procesos de diseño óptimos.

El trabajo multidisciplinar entre negocio, tecnología y diseño es fundamental desde las primeras fases del proceso de diseño.

Los insights construirán las hipótesis a medir en el futuro producto o servicio.



Hipótesis: Añadir un campo de comentarios libres aumentará la conversión

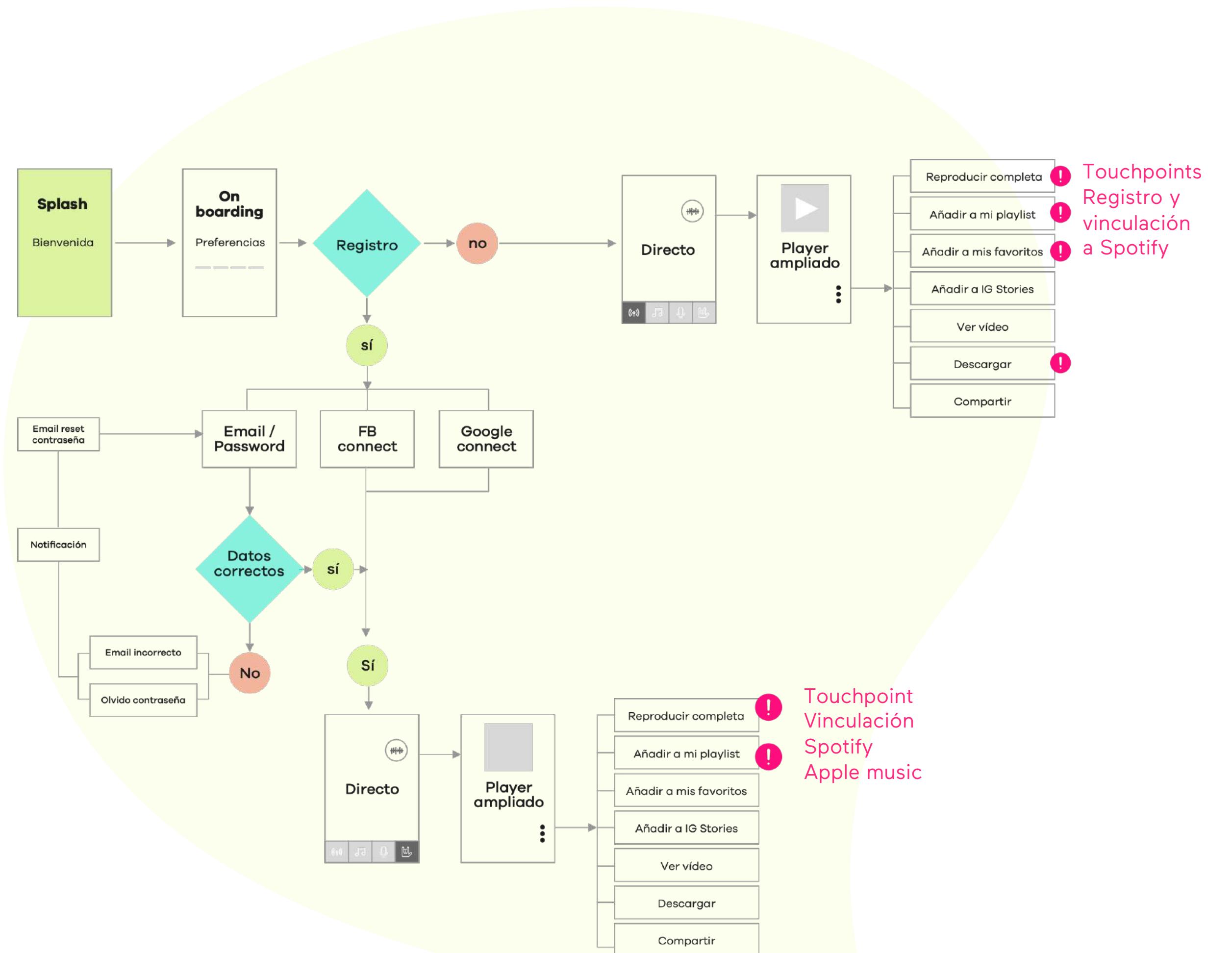


## Conversion Rate Optimization (CRO)

Nuestra obsesión es el diseño efectivo, que acompaña al negocio. Y **el aumento de la conversión, nuestro objetivo más importante en los procesos de diseño de productos digitales.**

Mediante el diseño e implementación continua de experimentos, logramos aumentar los indicadores de negocio necesarios.

La combinación de la capacidad de **comprender las palancas que mueven el negocio, la visión de diseñador, el conocimiento de herramientas y el seguimiento** disciplinado de métricas es la clave del éxito en esta disciplina.



Cómo entendemos el...

## Diseño efectivo

Además del enfoque multidisciplinar y la integración de datos de diferente naturaleza, además de la experimentación promovida por prácticas de CRO, el diseño efectivo es una cuestión de **acompañamiento a lo largo de todo el ciclo de vida del producto o servicio**.

**Para que el proceso dé como resultado diseños efectivos los equipos de negocio, diseño, analítica y desarrollo deben funcionar como uno solo.**

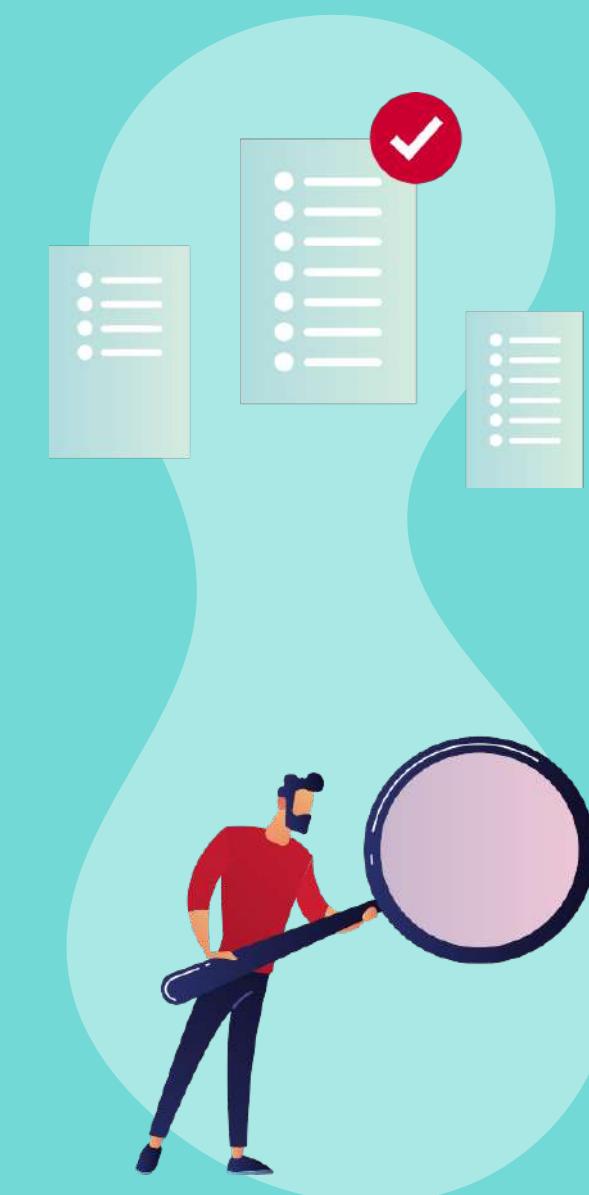
# Data Driven Design, resumen del proceso



**Entender las necesidades**



**Diseñar pensando en Usuarios – Negocio – Tecnología**



**Planificar y diseñar test y métricas de control**

**Observar, medir e iterar**

---

# Nuestra experiencia más reciente

---



## Tienda Vodafone

Garaje de Ideas, **como parte del Servicio de Experiencia de Usuario** en el que acompañamos a Vodafone desde hace 3 años, en el diseño de la nueva experiencia de tienda online.

**Se parte de un rediseño estratégico del canal, AI, Concepto, Contenidos, Modelo de Interacción, para terminar generando hipótesis tácticas que ayuden a Vodafone a aumentar las tasas de conversión y los KPIs de negocio.**

#CRO #Dataanalytics #UX

The screenshot shows the Vodafone website's homepage. At the top, there are navigation links for 'Particulares' and 'Autónomos y empresas'. A banner at the top right mentions 'Gastos de envío gratuitos hasta el 03/12 solo en la web'. Below the banner, there are links for 'Móvil + Fibra', 'Tarifa móvil', 'Sólo fibra', 'Televisión', 'Móviles y dispositivos', a search bar, and a 'Soy cliente' button. The main content features a large image of a woman looking over her shoulder, with the HBO España logo. The headline reads 'Móvil + Fibra: Vodafone One ilimitada Súper ¡Oferta Flash! 50% dto. 6 meses'. It includes icons for a smartphone and a computer monitor, and text about 'GB ilimitados' (100Mbps de fibra) and a 'Pack serielovers' with Amazon Prime, HBO España, etc. The price is listed as '84,90€' and '40,99€/mes (IVA incl.)'. A red button says 'Más información' and a link says 'Llámanos gratis al 900 878 196'. Below this, there are six categories with icons: 'Móvil + Fibra', 'Tarifas móvil', 'Fibra', 'Móviles', 'TV', and 'Dispositivos inteligentes'. A red underline highlights the 'Móvil + Fibra' category. At the bottom, there are links for 'Móvil + Fibra', 'TV', and 'Tarifas Móviles'.



## Diseñamos la voz de Vodafone

Vodafone contaba con una solución de IVR muy capaz, pero la cantidad de stakeholders implicados en su desarrollo y la falta de una visión común estaba provocando que el servicio no lograra los resultados deseados.

Garaje de Ideas propuso **ser el facilitador de un equipo Agile** que mejorara este producto.

#Agile #Dataanalytics  
#interfacesdevoz

**Hola!**  
*Soy tu nuevo asistente  
virtual de Vodafone*





Mediante el mapeo de los flujos actuales de IVR y **un sistema de sprints fuimos evolucionando la herramienta** hacia un tono más empático.

Los avances **se sometían a test de usuario**, una técnica normalmente usada con interfaces visuales, pero que resultó muy efectiva en esta interfaz de voz.

**¿El resultado?** Con un espectacular crecimiento del NPS, el IVR de Vodafone **es el mejor producto de atención por voz del sector**.

+ 16 puntos de mejora del tNPS durante el proyecto

300 llamadas atendidas diariamente

+ 150 flujos de conversaciones diseñados



## Iberia Express

Rediseñamos el buscador y el proceso de compra de Iberia Express usando métodos de CRO.

**La técnica utilizada fue A/B Testing en Sitespect.**

Durante un periodo de 6 meses se paralelizaron diferentes hipótesis de diseño y se midieron resultados hasta optimizar los KPIs de negocio.

#CRO #Dataanalytics #UX #A/B Testing

The screenshot shows the Iberia Express website's flight search interface. At the top, there are promotional banners for 'MEJOR PRECIO GARANTIZADO' and 'DESCUENTOS ESPECIALES EN EL CLUB EXPRESS'. The search parameters are set for a round trip from Madrid to Ibiza on November 24th and back on December 1st, with one passenger and no residents. The total cost is shown as 0,00€. Below this, a section titled 'Selecciona tu ida Madrid - Ibiza' allows the user to choose a departure date (lunes 25 de noviembre). The search results table includes columns for SALIDA (Departure), LLEGADA (Arrival), and three fare types: EXPRESS (El precio más bajo), CLASSIC (Viaja más cómodo), and FLEX (Si necesitas cambiar). The results show flight times from BARAJAS at 15:55h to IBIZA at 17:05h, with a duration of 1h 10m. The table lists prices: 168,39€, 183,39€, 236,39€ for EXPRESS; 158,03€ (highlighted with a green arrow indicating a 7% discount from the base price of 168,39€), 175,24€, 225,59€ for CLASSIC; and 158,03€, 175,24€, 225,59€ for FLEX. A note at the bottom states: '\*Descuento sobre tarifa. No aplicable a tasas aeroportuarias.'

SALIDA	LLEGADA	EXPRESS	CLASSIC	FLEX
BARAJAS 15:55h	IBIZA 17:05h	168,39€ 158,03€ <small>-7%</small> Precio más barato disponible	183,39€ 175,24€ <small>-5%</small>	236,39€ 225,59€ <small>-5%</small>



## Grupo Santander

Garaje de Ideas es el proveedor del CRO Lab  
del Grupo Santander.

**El proyecto requerirá la integración de las prácticas de UX, Analytics y Front-End para las operaciones del banco en Argentina, Chile, Brasil, USA, UK, Polonia y España.**

#CRO #Dataanalytics #UX #Front-end

The screenshot shows the Santander website's header in Spanish, featuring links for Particulares, Private Banking, Empresas, Español, Hazte cliente, and Acceso clientes. Below the header is a red navigation bar with links for Santander, Cuentas y tarjetas, Ahorro e Inversión, Hipotecas, Préstamos, Seguros, Banca Digital, and SmartBank. The main content area features a photograph of an elderly couple in a kitchen; the man is cooking while the woman uses a laptop. To the right of the photo is the text: "Habéis cambiado la forma de ser mayor, nosotros la forma de hacer banca con vosotros." Below this is a section titled "SANTANDER SENIOR PLANIFICACIÓN. AHORRO. PROTECCIÓN" with a "DESCÚBRELO" button. At the bottom, there are illustrations of a lighthouse, a sailboat, and money, with the text: "Poder enviar dinero instantáneamente a UK con One Pay" and "Digirosofía." followed by a "Pruébala ahora" button.

**GARAJE DE IDEAS**

# Making *Innovation* Tangible

@garajedeideas

[elgaraje@garadeideas.com](mailto:elgaraje@garadeideas.com)

[garajedeideas.com](http://garajedeideas.com)

**Sergio Rosillo**

Managing Partner & Founder

Responsable de Desarrollo  
Internacional

[sergio.rosillo@garajedeideas.com](mailto:sergio.rosillo@garajedeideas.com)

**Fabián Ares**

Director & Business Development

Garaje Argentina

[fabian.ares@garajedeideas.com](mailto:fabian.ares@garajedeideas.com)

**Fernanda Lobo**

Design Lead Buenos Aires

Garaje Argentina

[fernanda.lobo@garajedeideas.com](mailto:fernanda.lobo@garajedeideas.com)

CES 2019  
*Gracias!*

