

# Generación de ideas

Rafael Gil Sansó



## 1.1 Contexto previo

Las inmobiliarias.

Cómo la sociedad utiliza los medios actuales para vender o comprar su casa.

Actualmente, los servicios que ofrecen las inmobiliarias están en un cambio de paradigma. Hasta hace poco, el mercado ha estado atomizado por infinidad de oficinas y un sistema arcaico, lento y burocrático de la compra/venta de inmuebles.

Cabe destacar que, tanto los Bancos como el Estado han sido unos fieles comisionistas de todas las operaciones, ya sean en impuestos o pagos.

Y es precisamente ahora cuando las cosas están empezando a cambiar, el usuario se está dando cuenta de todas las cláusulas abusivas. Y con ello, el mercado se está fragmentando en diferentes opciones.

Si analizamos el contexto actual, tenemos a tres tipos de inmobiliarias:

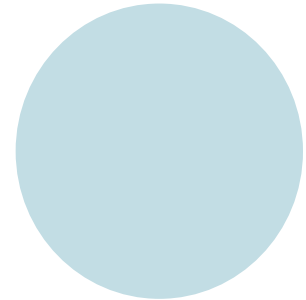
- Agencia inmobiliaria
- Portal Inmobiliario online
- Agencia inmobiliaria online



## 1.2 Discusión y focus

La compra venta de pisos.

Comprar o vender un piso se ha convertido en una árdua tarea, ya sea por la gran dificultad burocrática, por la fragmentación del tipo de ofertas o por la falta de liquidez en los usuarios para poder afrontar la garantía de las hipotecas.



### ¿Cómo podríamos mejorar el sector?

- + Transparencia
- + Rapidez
- + Seguridad
- Exigencias bancarias

### ¿Qué sabemos del problema?

- Rigidez
- Papeleo
- Lentitud
- Dificultad hipotecas

### ¿Cuál es el causante del problema?

- Bancos
- Estado y leyes API
- Burocracia
- Alquiler de pisos

### ¿Qué nos piden los usuarios?

- + Control
- + Facilidad
- + Confianza
- + Satisfacción

### ¿Cuáles son nuestros objetivos?

- Aportar más claridad
- Acortar tiempos y procesos
- Ofrecer mejor producto
- Mejorar la vida de las personas

### ¿Cómo creemos que están los usuarios?

- Da pereza la compra/venta
- Dificultad para el usuario
- Demasiados procesos
- Desconfianza del sistema

## 1.2 Discusión y focus

### La persona

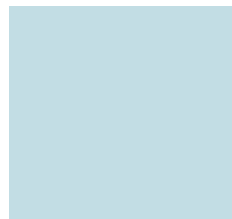
El target objetivo más emocional sería una persona entre 35-45 años, puede ser soltero o casado, pero mayormente son parejas jóvenes, su nexa de unión es que quieren comprar una casa para no estar de alquiler. Están cansados de estar tantos años pagando un alquiler y han decidido "aposentarse" ya que sus vidas se han estabilizado.



Problema	Posibles causas
Burocracia Dinero Alquileres altos	Bancos Administración Mercado
Consecuencias	Público objetivo
Menor compra-venta Desaleración de mercado	35-45 años Parejas, vida sólida Primera vivienda

Diseña tu proceso

## 1.3 Bases y criterios



Diseña tu proceso

## 1.4 Estrella y pensamiento lateral



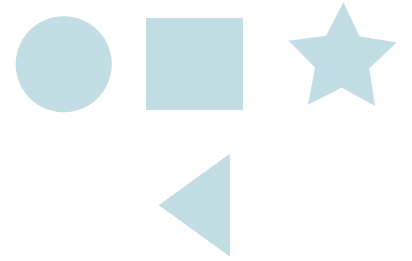
Diseña tu proceso

## 1.5 Exploración de ideas



Diseña tu proceso

## 1.6 Conclusión





# Selección y validación de las ideas

Rafael Gil Sansó



# 1.0 Filtrado "Encuentra la casa de tus sueños"

La compra de una nueva casa/piso

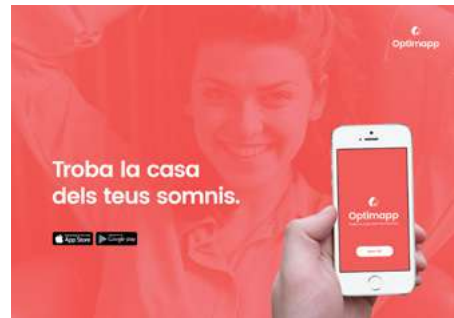
Vamos a filtrar y clasificar con una matriz los criterios elementales las dos ideas del estudio anterior.

La primera idea es:

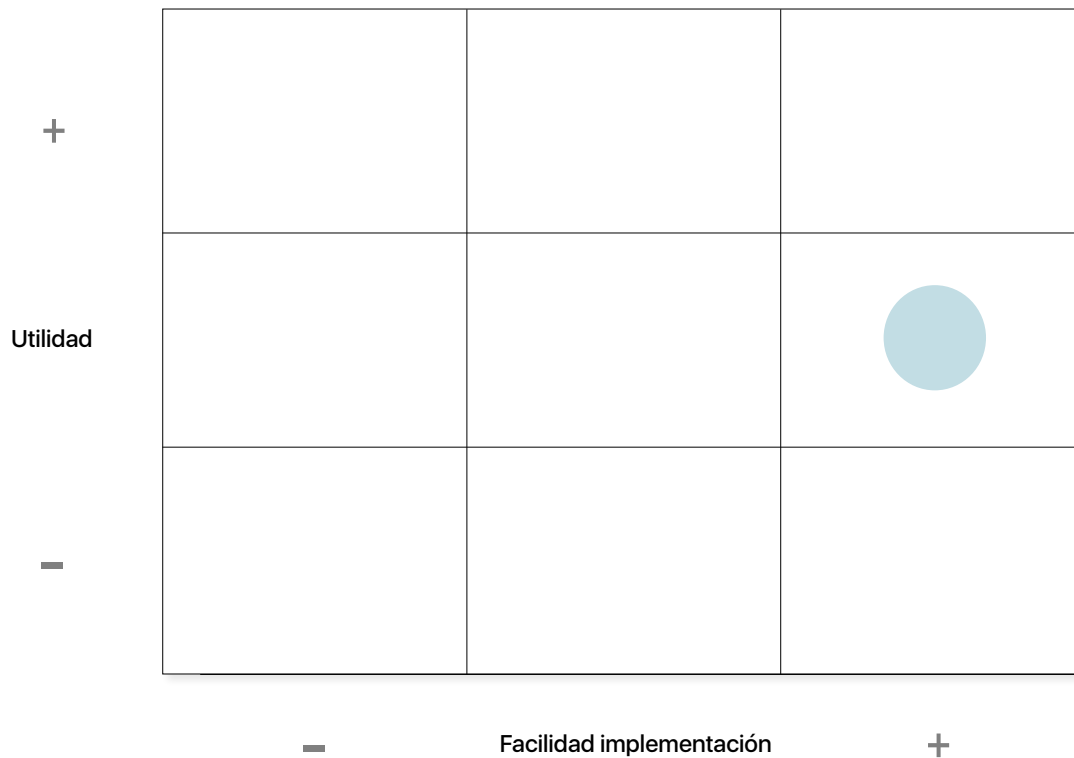
**Ayudar a las personas a encontrar la casa de sus sueños**

Vamos a analizar los pros y contras con dos palabras clave entre las dos ideas.

Utilidad  
Facilidad de implementación



Análisis con Matriz



## 1.1 Justificación "Encuentra la casa de tus sueños"

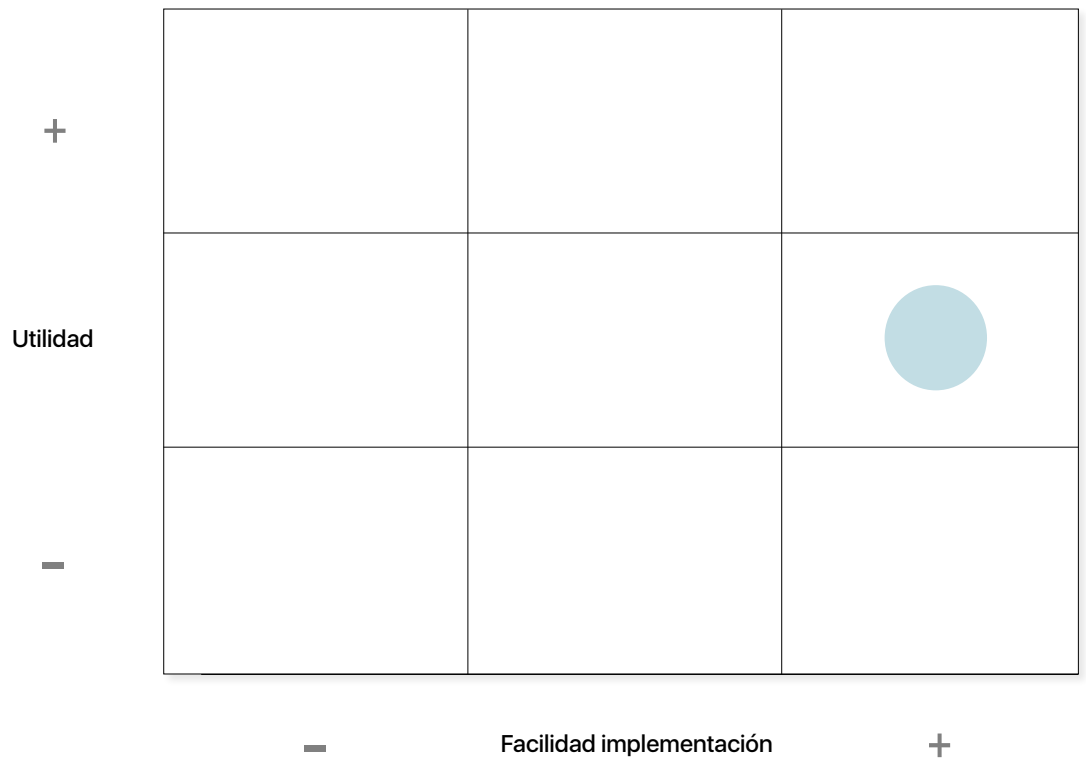
La idea como tal es un **producto inmobiliario**, es una idea novedosa que no existe específicamente en el mercado para el usuario. Pero, existen otras opciones como portales en los que se pueden buscar inmuebles con un formulario o filtros.

La idea tiene una **utilidad media** porque ayuda a las personas a encontrar mejor su casa, sin esperas, sin preocupaciones, eliges tus gustos y un asesor ya te llamará.

La facilidad de **implementación es alta**, sólo requiere una web con un simple formulario. Pueden ser en base a 3 tipos de "buyer persona" con preguntas que se vayan bifurcando en base a las respuestas. Un formulario complejo pero fácil de programar con 60 posibles respuestas por ejemplo. La implementación es sencilla, sólo requiere una web y una app con la que enviar los resultados a un comercial.



Análisis con Matriz



## 1.2 Filtrado "¿Compro o Alquilo?"

La compra de una nueva casa/piso

Vamos a filtrar y clasificar con una matriz los criterios elementales las dos ideas del estudio anterior.

La segunda idea es:

Ayudar a las personas a decidirse por alquilar o compra según su estilo de vida

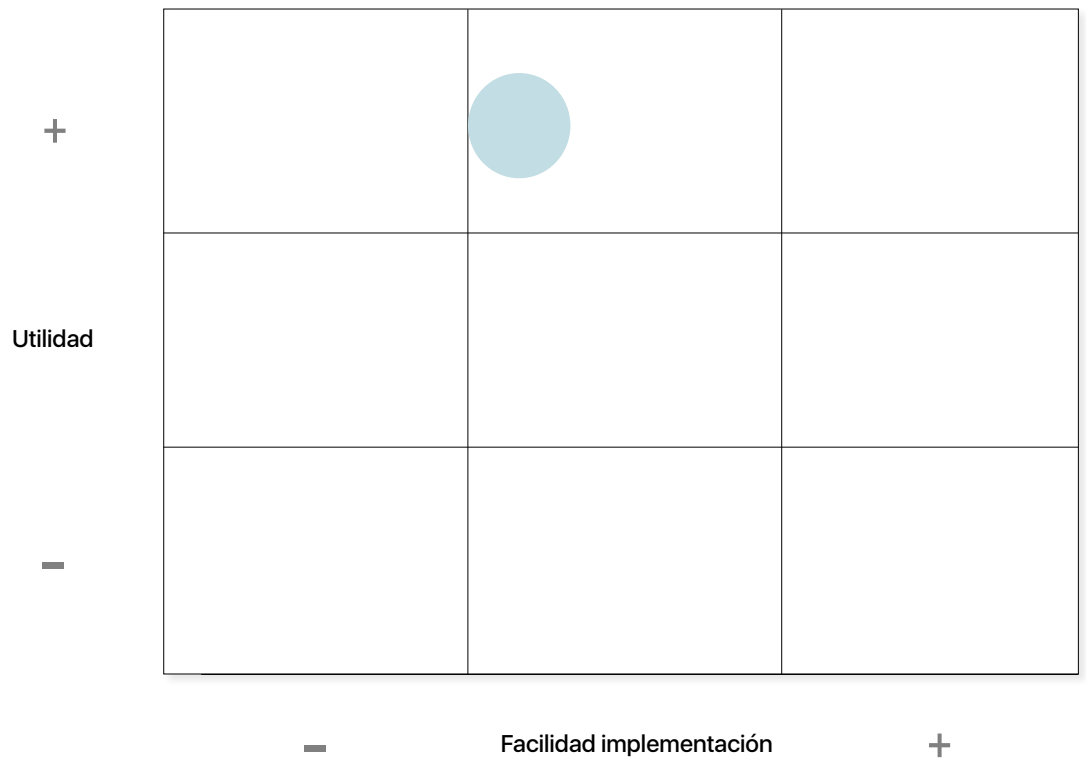
Vamos a analizar los pros y contras con dos palabras clave entre las dos ideas.

Utilidad

Facilidad de implementación



Análisis con Matriz



## 1.3 Justificación "¿Compro o Alquilo?"

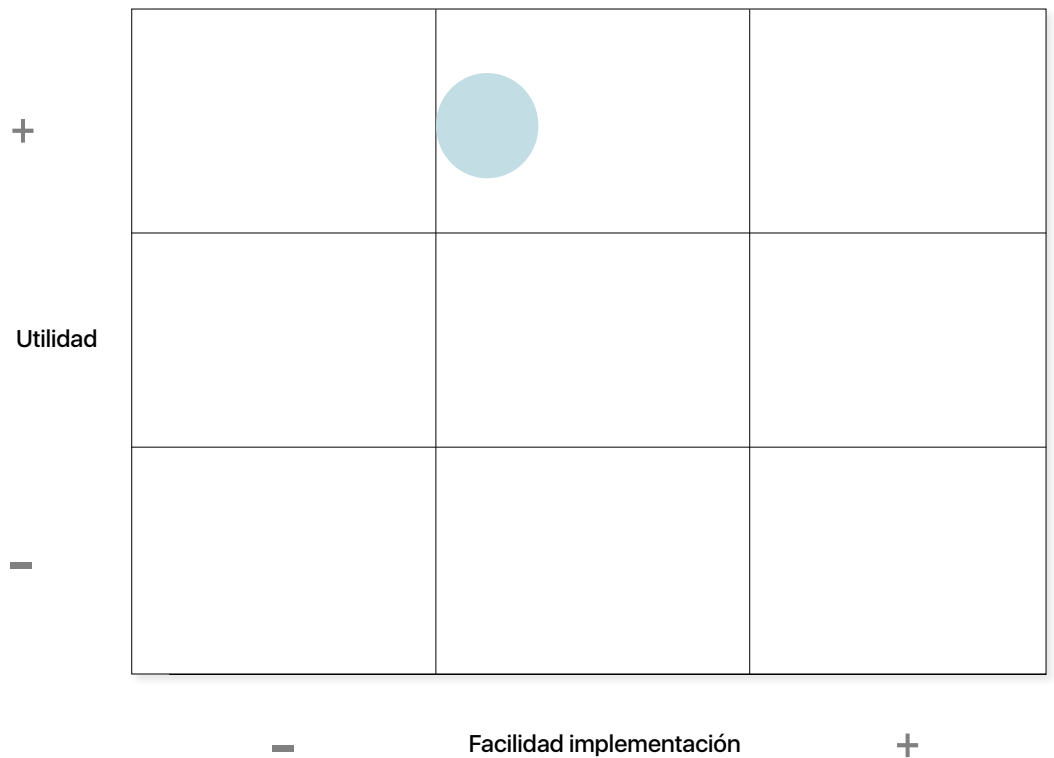
La idea como tal es un **producto financiero**, es una idea que ya existe en el mercado pero sólo está disponible para los bancos y analistas. La idea es abrirlo al público.

Es una idea con una **utilidad alta** para el público, ya que puede ayudar muchísimo a decidirse en la compra o alquiler con unos datos objetivos y analizados por un asesor experto.

El problema es la dificultad de llevarlo a cabo, una **implementación media-baja**, por mucho que sea una web con un formulario simple, detrás de todo eso hay muchos datos; **user intelligence, big data y análisis de datos financieros**. Se necesitarían muchos analistas de riesgos, informáticos y programadores. Y todo ello, debería estar en fase beta mucho tiempo para minimizar los errores y afinar el algoritmo.



Análisis con Matriz



## 2.0 Preguntas a los usuarios

Habiendo hecho el filtrado de ideas con la matriz y teniendo más datos objetivos sobre el éxito del proyecto, hemos decidido apostar por la idea de "alquilo o compro" por tener un **mayor índice de utilidad**.

**Ayudar a las personas a decidirse por alquilar o compra según su estilo de vida**

Aspectos sobre la muestra:

Personas entre 25-50 años  
Viviendo en diferentes opciones  
Trabajo estable y temporal



### 1. ¿Cómo crees que es tu economía?

Para saber cómo utiliza su dinero.

### 2. ¿Qué opinas del alquiler de pisos?

Una visión abierta sobre el alquiler.

### 3. ¿Qué opinas de comprar pisos?

Una visión abierta sobre la compra.

### 4. ¿Cuál sería tu preferencia?

Vamos a averiguar cuáles son sus prioridades.

### 5. ¿Cómo te ves en 5 años en tu trabajo?

Analizamos si tiene claro su futuro.

### 6. ¿Qué opinas de financiar tus vacaciones?

Vamos a averiguar si tiene ahorros y qué tipo de usuario es; Ahorrador, malgastador, financiador, etc.

### 7. ¿Qué ves de positivo en la idea?

Para saber su punto fuerte.

### 8. ¿Cambiarías algo?

Para saber si hay algo que no encaje.

### 9. ¿Cómo utilizarías el servicio?

Averiguamos si estarían dispuestos.

### 10. ¿Cómo se lo contarías a un amigo?

Para saber si realmente le gusta la idea.

### 11. ¿Porqué crees que ayudaría a las personas?

Averiguar la visión humana.

### 12. ¿Qué mejorarías en el mercado inmobiliario ?

Connotaciones y denotaciones del mercado.

## 2.1 Entrevista a los usuarios

Hemos elegido a 3 personas para hacer las entrevistas siendo posibles clientes potenciales del servicio. Tres personas diferentes en su situación económica, de vida, pareja y de trabajo.

Aspectos sobre la muestra:

Personas entre 25-50 años  
Viviendo en diferentes opciones  
Trabajo estable y temporal

### Idea conceptual



Imagina una herramienta que te ayude con datos financieros a saber qué opción es mejor para ti : ¿Comprar o alquilar un piso?



**Roser**  
Ama de casa  
50 años  
Casada, 2 hijos  
Vive en casa



**Sergi**  
Trabajador temporal  
25 años  
Parado  
Vive con su madre



**Ana**  
Profesora  
35 años  
Soltera  
Vive de alquiler

## 3.0 Evolución de la idea

Con las conclusiones generales vamos a refinar la idea, abrir el triángulo para converger la idea. Las seis primeras preguntas, queríamos saber la persona, su economía, sus rutinas y cómo utiliza el dinero para averiguar diferentes tipos de perfiles económicos.

Y las seis restantes, hemos querido validar la idea, si le parece bien, si le gusta, si la ve novedosa, si cambiaría algo y sobretodo, cómo la utilizaría.



### Conjeturas

Alquiler: opción económica  
Compra: economías estables  
Hay muchas dudas para elegir  
Nadie sabe bien su futuro

### Les ha gustado

La idea en sí para esclarecer  
Información rápida y al momento  
Sin necesidad de bancos  
Fácil y cómodo

### Cosas a cambiar

Fiabilidad con analista de riesgos  
Posibilidad servicio offline  
Más transparencia servicio  
Seguridad de los datos

### Preguntas de 1-6 Personales

Ya que son perfiles muy diferentes, es normal que su economía sea diferente. Las dos chicas como tienen una estabilidad laboral su economía es buena, pero por la contra, el chico que vive con sus padres es muy justa e inestable.

Los tres perfiles han coincidido que la opción de alquiler es la más barata, pero la Roser, con 50 años comenta que a la larga si estás asentado en un sitio no tiene sentido alquilar. Hay mucha indecisión.

Su preferencia, todo depende, de tu situación laboral y familiar comentan. Pero coinciden que la menos arriesgada es alquilar.

El futuro. Las dos chicas se ven igual, en el mismo sitio, pero el chico trabajando de los suyos, que para eso está estudiando. Los tres se ven bien en el futuro, pero sin tenerlo seguro. Una obviedad claro. A las chicas no les gusta financiar vacaciones, no le ven sentido, si no tiene el dinero no van. En cambio el chico se conforma con poco y con cualquier escapada de finde le vale.

### Preguntas de 6-12 Servicio

La idea les ha encantado, creen que puede ayudar mucho a las personas a decidirse. Roser comenta que cambiaría que fuera más personal, que echaría en falta una oficina real para que se lo explicasen in situ. No tanto online, normal dado su perfil.

La utilización del servicio sería a través del ordenador e internet. No le ven complicaciones, comentan que algo similar como cuando pides un seguro por internet y pones tus datos.

Los tres coinciden de que, si conocen alguna persona que no sabe cómo decidirse, le diría, "oye, ves a la página [www.saldedudas.com](http://www.saldedudas.com) y saldrás de dudas :)".

Un tema que les preocupa; La privacidad de los datos, qué haría la empresa con ellos. De la seguridad de los datos y lo fiable que sean sus conclusiones.

Piensan que ayudaría mucho a las personas a tener una información rápida y al momento, sin necesidad de ir al banco, el factor de decisión es muy importante.

¿Que mejorarías en el mercado inmobiliario? Todo.. se rien. Con lo que me han dicho, el Sergi por su joven edad tampoco tiene mucha experiencia en el tema, pero sí los tres coinciden en que es un mundo tenebroso, poco transparente y que hay en general poca seguridad en las transacciones. Roser habla mucho de la letra pequeña, que haces una transacción y luego a los años, firmastes algo que no te distes cuenta. Lo dicho, la transparencia.





## 3.1 Evolución de la idea

Gracias al feedback de los usuarios, a raíz de las respuestas nos han surgido algunas preguntas, que hemos intentado refinar para que la idea tenga el mayor éxito posible.



### Preguntas abiertas



**¿Cómo puedo hacer la idea más atractiva?**

Si utilizas el servicio y al final compras o alquilas se obtienen regalos o descuentos.

También, aumentando la confianza online: transparencia, seguridad y profesionalidad.

**¿Hay algo que falte en la idea?**

En una segunda fase, se podrían abrir oficinas como ING, que aunque su estrategia sea 100% online , tienen algunas oficinas para denotar más confianza y realidad antes los más escépticos.

**¿Podría hacerse de otra manera?**

Sí, con una oficina y con atención al público.

**¿Puedo simplificarla?**

La idea como tal no, pero si las funcionalidades para que sea más cómodo para el usuario.

**¿Cómo puedo ayudar a aumentar la confianza de uso del servicio?**

Gracias a profesionales qualificados en análisis de riesgos, la misma estadística que emplean los bancos para conceder hipotecas.

### 3.3 Filtraje de la idea

Con todo el estudio anterior, las respuestas de los participantes, la exploración y evolución de la idea ahora es el turno de cerrar, de sacar las conclusiones y justificar toda la idea.



#### Idea como tal

Aceptada por usuarios  
Fácil de utilizar  
Confianza media

#### Discrepancias usuario

+ Credibilidad  
+ Privacidad  
+ Seguridad datos  
+ Dudas de credibilidad

#### Solución

+ Fiable  
+ Transparente  
+ Seguro  
+ Expertos bancarios

## 4.0 Conclusión

Vivimos en tiempos convulsos, en una época en la que ha habido una de las mayores crisis de toda la historia. La del "crack" del 29 y la "post-olimpiadas del 92" son sólo minucias comparadas con la del 2007.

Podríamos decir que gracias a ello, la sociedad se ha adaptado a esta situación. Y, como crisis inmobiliaria, del "ladrillo" o de la burbuja, al final ha traspasado a una crisis global y económica.

Todo ha cambiado. Los precios, la necesidades de vida, el mundo laboral, pero sobretodo el usuario. Ahora todo es más líquido cuando antes era más sólido, estable, cerrado, estático y sin cambiar.

Ahora está "casi todo" por decidir. Con todo ello, en este proyecto hemos querido profundizar al usuario en su lugar de vivienda y ayudarlo a decidirse por la pregunta del millón. ¿Compras o alquilas?

Como todo en la vida, hay pros y contras. Nunca llueve a gusto de todos y lo que para unos estará bien para otros no. No se puede hacer un producto que encaje para todo el mundo. A mí me gusta el yogur con mucha azúcar y habrá gente que sin. A parte de los gustos, están los estereotipos.

¿Cómo puede ser que nuestras mentes tan bien programadas, tengan tantas "pegas mentales" ?

Pongamos un ejemplo, si te presento a dos personas iguales pero una de ellas, lleva un uniforme de militar, ¿A quién te crearías más? Seguramente la mayor parte de los encuestados elegirían al militar.

Pues lo mismo me he dado cuenta haciendo el estudio, hay muchos estereotipos sobre la banca, los bancos y el banquero. La gente, si pide una hipoteca al banco le da todos los papeles, nóminas, contratos, seguros de vida etc. sin pestañear. ¿Por qué? Pues porque tienen una fe ciega en el director del banco. Pero claro, enviar los datos por internet es un "ui ui ui" que miedito.

Ahí es donde quiero llegar, a cambiar esa percepción, pero aún falta mucho tiempo.

## Los mayores problemas son Internet en sí y la credibilidad de los datos.

Con las entrevistas me he dado cuenta de que, a la gente le ha gustado la idea, es fácil de realizar, no tendrían problema en realizarlo pero ha surgido una discusión:

### La privacidad y seguridad de sus datos.

Cuando tienes que enviar información por Internet, los más "mayores" o lo menos digitales tienen ese "miedo" y reacción de tirar "para atrás".

Pero, como todo en la vida tiene solución. Hay bancos puramente digitales como ING, que tú puedes solicitar una hipoteca sin ver a nadie, lo gestionas todo por mail y teléfono. Pero claro, ING tiene un posicionamiento en el sector muy sólido, que durante muchos años ha ido haciendo publicidad.

Por lo tanto, resumiendo sobre este proyecto hemos llegado a la conclusión de que:

Es un proyecto muy novedoso, que puede ayudar mucho a las personas pero que su mayor problema sería generar la mayor **confianza posible** para atraer a usuarios.

Soluciones hay muchas, unas más caras y otras no tanto. Con una fuerte inversión en publicidad por la TV, Internet y periódicos (sí he dicho papel) se podría llegar con los años a tener un posicionamiento de marca aceptable. Pero eso, es invertir mucho. ¿Otra opción? La de trabajar la **marca por dentro**. Starbucks nunca ha hecho publicidad en ningún medio. Y al parecer, es muy famosa y tiene un buen posicionamiento.

Se deberían trabajar muchas cosas, sobretodo para generar más confianza, ya sea con protocolos de seguridad, con certificados de privacidad y que, en general tus datos se mantuvieran bien guardados. Y contratar grandes profesionales de la banca, estadísticos, analistas, programadores y diseñadores. Y con todo ello, mucho tiempo en fase Beta. Pero aún así valdría la pena porque la idea como tal, con lo que hemos analizado **sería muy útil para la gente**. Y pienso que, eso hoy en día es un valor seguro. A parte de todo el tema de la privacidad y seguridad, el proyecto tiene cosas muy buenas que de bien seguro, ayudaría a las personas a decantarse por la compra o alquiler. Y con el tiempo, ayudar a su economía y por lo tanto su estado de felicidad.

## 4.1 Boceto publicitario

► SALdedudas.com

# ¿COMPRO O ALQUILO?

Visita nuestra web y sal de dudas en 48 horas.



[www.saldedudas.com](http://www.saldedudas.com)

# Thanks!

Rafael Gil Sansó

# Desarrollo del Proyecto

Rafael Gil Sansó



## 1.0 La idea

El ser humano desde siempre y como necesidad fisiológica ha tenido un cobijo donde vivir, protegerse y dormir. Antes era más fácil porque las necesidades de vida eran más estáticas. Digamos que tu lugar de trabajo era donde generalmente tenías tu casa. Pero ahora, la sociedad ha cambiado mucho, los trabajos se vuelven más temporales e inestables convirtiéndonos en nómadas digitales.

Con este paradigma se abre una necesidad de mercado, y mejor aún una necesidad de usuario. ¿Por qué no ayudarlo a decidirse cuál es mejor opción? Mejor para su futuro, su economía, su familia o hasta incluso su felicidad. Dada esta necesidad, he pensado que la idea puede adaptarse fácilmente al usuario por ser un **concepto fisiológico**. Todos necesitamos dormir en algún sitio.



### La idea



Saldedudas es un asesor online que te ayuda a encontrar la mejor opción para comprar o alquilar tu casa según tu economía.

### Necesidades que cubre



Mejorar la economía, estabilidad y esclarecer un desasosiego en la vida de las personas gracias a la profesionalidad de los asesores/servicio.

### Descripción



Ayudar a las personas a decidirse por la mejor opción para comprar o alquilar su casa través de un análisis empírico, objetivo y financiero.

## 1.1 Nicho al que se dirige

Un proyecto enfocado a la vivienda no lo puedo considerar un nicho ya que todos, absolutamente todos necesitamos una casa. Pero eso sí, podemos coger la idea y enfocarla donde creemos que mejor se puede adaptar, sobrevivir y crecer. Algo así como en la botánica, vamos a coger la semilla y la vamos a poner en las mejores condiciones de vida, luz, humedad y temperatura para que crezca.

Voy a segmentar a un público y estilo de vida donde creo que sus necesidades de vida encajaría más con el éxito del proyecto. Vender un determinado producto muy concreto es más fácil de ubicarlo a un nicho, pero en el tema de la vivienda es un poco ambiguo y generalista.

Creo que la mejor opción, es segmentar por edad, tipo de trabajo y estado civil.

Pero, como mi idea es una bifurcación de ideas, lo lógico es que hayan dos tipos de usuario no? Si tienes un producto que ofrece o peras o manzanas, deberías tener dos estrategias de mercado.

Por lo tanto:

**Usuarios que alquilan**  
**Usuarios que compran**

### Edad

Jóvenes  
Entre 30-40  
User: Alquiler

Jóvenes + senior  
Entre 35-45  
User: Compra

### Tipo de trabajo/ Lyfestyle

+ Inestable  
+ Temporal  
+ Tecnológico  
+ Junior

+ Estabilidad  
+ Fijo  
+ Tecnológico u otro  
+ Senior

### Estado civil / Economía

Singles  
Parejas jóvenes  
Economía mileurista  
Aprendiz

Singles y Casados  
Parejas adultas  
Economía superior  
Manager

———— El trabajo y la economía personal es una de las claves para decantar una opción u otra, segmentando así el tipo de usuario. Es más probable que un Manager compre y un Junior esté de alquiler.



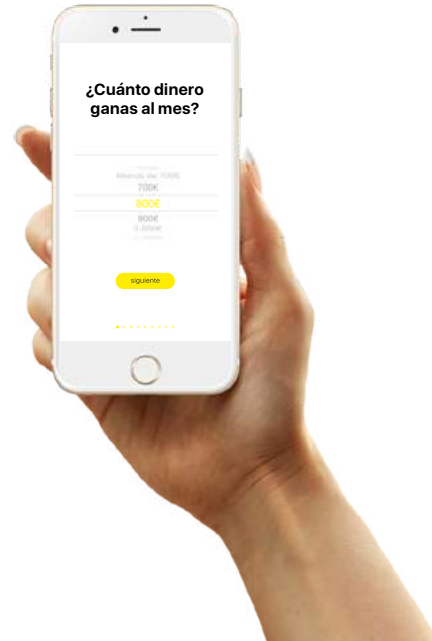
## 1.2 Producto mínimo viable (MVP)

Con la clase me ha quedado bastante claro de lo que es un MVP. El ejemplo del Facebook es muy entendible, la plataforma actualmente es súper completa con cientos de funcionalidades pero la esencia de la idea que se lanzó hace diez años era muy clara y muy simple: Un portal para contactar con otras personas y ver su foto ( y si te gusta claro)

Pues con ese ejemplo tan bueno, voy a sintetizar la idea de comprar o alquilar.

Yo quiero saber si la idea funciona. Para saberlo podríamos hacer varias campañas de Feedback a usuarios y determinar, pero la idea de lanzar la aplicación ya mismo e ir ajustando y mejorando yo creo que es la mejor opción.

**Diseño iteraccional.**



¿Cómo lo probamos?



La primera fase sería crear una web muy simple pero comunicativa y con mucho contenido:

- Blog con muchas entradas sobre el sector
  - Recursos
  - Ebooks
  - Apartado del formulario para que te envíe el resultado al mail, generando así una contacto lead.
  - Feedback de usuarios a través de chat, asistencia y redes.
- Una web será lo suficiente versátil y moldeable para generar iteración.

La segunda fase sería crear una App con un simple formulario tipo chatbot que con 10 preguntas determine automáticamente el resultado a través del AnalyticDATA.

## 1.3 Modelo de negocio

Aunque el MVP sea una App en la que poder ofrecer nuestros servicios, es complicado generar altos ingresos sólo con la venta de de asesoría online. Al menos, al principio donde nadie nos conoce.

Por ese motivo, crear una web es relativamente barata y nos puede aportar **muchísima difusión e ingresos de publicidad**. La primera fase del MVP es una web que nos permita crecer y hacer marca.

Pero hay un problema: El precio del servicio en sí. De las tres personas que he hecho el estudio, **nadie pagaría nada**. No le ven sentido pagar por algo nuevo que no conocen ni tendrán un producto físico tangible

La única opción para saber si la idea funciona es ofrecer el servicio en la modalidad de **freemium**. Ofrecer gratuitamente el servicio a cambio eso si, de obtener unos datos muy valiosos y convertirlo en **Lead**.

Con la modalidad gratuita no hace falta estudiar el mercado ni la competencia, ya que no tenemos un precio que competir con nadie. Simplemente entras en la web y como es gratuito pues lo rellenas.

Pero sí hemos de saber de dónde van a venir los ingresos para que el negocio se pueda sustentar.

### Plan de lanzamiento

Diseñar imagen corporativa  
Programar BBDD con analista  
Diseñar web  
300 artículos Blog

### Segundo año

Diseñar APP  
Funcionalidades seguros  
Funcionalidades asesoría  
Funcionalidades hipotecas

UI /App Designer  
Analista financiero  
Programador web  
Social media

### Ingresos Lanzamiento

Publicidad Blog  
Publicidad Mailing  
Publicidad Web  
Venta de información/Lead

### Segundo año

Servicio Premium  
Servicios extras  
Asesoría personalizada

### Premium

29€ precio coherente  
Precio similar consulta asesoría  
Precio inferior: daría poco rigor  
Precio superior: menos ventas

### Precio basado en el valor para el usuario



Gratuito durante de por vida incluyendo el estudio financiero básico.  
Al segundo año, se añade servicio Premium por 29€ pago único.

## 1.4 Diseño de contenidos

Para llegar al público objetivo hay que diseñar una serie de palabras clave en las que el usuario pueda encontrarnos. Para ello, el plan es seducirlo con un contenido de calidad, un contenido que verdaderamente lo informe y le ayude a esclarecer todas las dudas que pueda tener.

Como hemos dicho antes, hay dos tipos de productos y con ello habrán dos tipos de contenido:

**Contenido para gente que alquile**  
**Contenido para gente que compre**



### Necesidades

Mejorar economía  
Estabilidad financiera  
Esclarecer dudas  
Conocimiento sector

### Concepto

Ahorrar dinero  
Disminuir Gastos  
Comprar casa, alquiler piso  
Noticias sobre el sector

### Contenidos

Blog del sector  
Recursos de autoayuda  
Casos de éxito  
Guías de uso, ebooks etc.

### Keywords



comprar, alquilar, casa, piso, ciudad\*  
mejorar, economía, dudas, reformas  
créditos, hipotecas, bancos

### Keywords Long tail SEO/Blog Ejemplos



¿Comprar o alquilar en tu ciudad\*? (Barcelona, Madrid, etc)  
Alquiler: Ventajas e inconvenientes para tu economía  
Dudas para comprar o alquilar una casa  
Comparativa mejores hipotecas 2019

## 1.4.1 Diseño de contenidos. Estrategia editorial

Vamos a analizar el tipo de estrategia que ha de tener el proyecto enfocándose a qué tipo de nicho es y qué valores queremos representar con nuestra imagen.

### Misión

Escribir sobre la economía  
Alquileres  
Compra de pisos  
Noticias del sector

### Audiencia alquiler

Personas de toda España  
Ciudades importantes  
Jóvenes entre 30-40  
Para Worktarget: Junior

### Audiencia compra

Personas de toda España  
Ciudades importantes  
Jóvenes entre 35-45  
Para Worktarget: Senior

### Tono de voz

Cercano  
Joven  
Sincero  
Alegre

### Estándares y valores de marca

Diseño muy cuidado  
Responsable  
Denotando seguridad  
Humano

### Punto de vista

Profesional pero cercano  
Generando confianza  
Autoayuda

## 1.4.2 Diseño de contenidos. Diseño de experiencia

Vamos a analizar el tipo de estrategia que ha de tener el proyecto enfocándose a qué tipo de nicho es y qué valores queremos representar con nuestra imagen.

### Necesidades

Mejorar economía  
Estabilidad financiera  
Esclarecer dudas  
Conocimiento sector

### Ecosistema

Página Web con contenido  
Redes sociales para feedback  
App con formulario chatbot

### Camino del usuario web

Búsqueda orgánica keyword  
Artículo Blog interesante  
Click CTA banner saldedudas.com  
Lead Magnet > form >Newsletter

### Formatos

Newsletter  
Blog  
Web  
Redes Sociales

### Look&feel

Diseño simple  
Tipografía sans serif humanística  
Amarillo y Turquesa corporativos  
Fotografías de calidad sinceras

## 1.4.3 Diseño de contenidos. Ejemplo Blog



### Mejorar tu vivienda en 10 pasos

#### Ventajas de realizar una reforma en el hogar

Se trata de un momento clave en el que se debe primar una serie de pautas para que el hogar sea más confortable. Comentamos las siguientes ventajas, a continuación:

Mayor calidad de vida y nuevas necesidades.

A medida que pasan los años, **las familias van cambiando las necesidades que tienen**, pero lo que no cambian son las viviendas. Llegan los hijos, nos casamos o tenemos animales. La vivienda puede quedar pequeña y puede necesitar un cambio radical. Es vital que la vivienda nos haga sentir más felices, ganando en comodidad, para hacer de **nuestro hogar** nuestra mayor fortaleza.

Mantenimiento o rehabilitación

El paso del tiempo va desgastando materiales, haciendo necesario rehabilitar las fachadas, ventanas o incluso paredes. Estas pueden **aportar un nuevo estilo al hogar**. Además, aprovechando los cambios, podemos aportar más seguridad a la casa, puesto que pueden existir plagas o humedades.

Un hogar moderno

Una **reforma de la vivienda** es la mejor decisión para tener una **casa ideal, adaptada a tus gustos y necesidades**.



<< LEAD MAGNET

## 1.5 Futuras iteraciones

Las iteraciones sobre el proyecto podríamos desglosarla en 3 etapas:

### Lanzamiento

### Crecimiento + diversificación

### Estabilidad

Lo más importante es el inicio, el lanzamiento de la plataforma y para ello siempre hemos de estar escuchando al usuario, es cuando más hemos de escuchar y corregir porque es el principio. De alguna manera estamos validando "en tiempo real" la idea.

Si la idea empieza a funcionar, una clara iteración podría ser ofrecer una serie de servicios de **valor añadido** relacionados evidentemente con la **salud financiera**.

En el futuro, se podría ofrecer diferentes servicios como **analizar tus gastos, comparativas de hipotecas, mejorar tu economía personal, o continuar el proceso de venta**, si alguien se le ha asesorado con un alquiler o compra de piso...¿Por qué no le ofrecemos una cartera de alquileres de la zona?

Tendríamos mucha información sobre el usuario, se ha roto el hielo y hemos generado confianza y es muy probable que un usuario que nos ha comprado los servicios de asesoría online, **quiera seguir confiando en nosotros para que le ofrezcamos pisos para comprar o alquilar**.

Cabe decir que sería un servicio B2B, es decir, en ningún caso seríamos una inmobiliaria, sino a través de acuerdos con partners, se ofrecería un producto y si comprase habría una comisión. Algo así como llegar acuerdos con **Habitaclia, comprapiso, fotocasa** etc.

## 2.0 ¿Qué he aprendido?

Yo me considero una persona muy impulsiva que pienso que es bueno para ciertas procesos creativos, pero más allá de tomarte tres cafés y hacer un Brainstorming, hoy en día la cosa ha cambiado mucho para los diseñadores.

Soy un joven diseñador, aunque tenga 37 años y muchos tiros pegados por ahí, yo soy relativamente nuevo en esto. Yo he trabajado durante 12 años en Topografía y obra civil, y fue con la crisis cuando decidí reciclarme, no porque quisiera sino por obligación. Renovarse o morir.

Estudí en 2013 un CFGS de Gráfica Publicitaria y una vez salí de aquella Escuela de creativos y "locos" me puse a trabajar en mi estudio. En 2016 estaba sólo ante el peligro, ya sabes lo complicado que puede ser esto de tener clientes y trabajo. Pues bien, a base de prueba y error aprendí mi propia metodología, con lo que había aprendido en mis estudios y las "hostias" que me iba dando la cosa iba mejorando.

Al principio era un poco caótico, para luego ir optimizando y tabulando todos los procesos, Bri-fiings de 30 preguntas vía Google docs, Tareas en Trello.. vamos lo típico.

Pero fue el trabajar en una Startup donde mi metodología y procesos de trabajo mejoró considerablemente hasta llegar a ser una persona productiva. Digamos que yo era antes como una catarata del Niágara, y después me convertí en un sistema de riego optimizado para cada tipo de necesidad.

Con este contexto personal, ¿Que he aprendido? Mucho. Que si quieres estar en este mundo debes estar siempre actualizado, debes estar en continua formación, y yo en este aspecto el desarrollo creativo lo tenía muy "**emocionalizado**" y con estas pautas lo he democratizado.



### El Diseño ha cambiado mucho en los 4 últimos años.

El proceso creativo que hemos dado dista mucho del que aprendí hace 4 años. Cómo plantearse las cosas, necesidades de usuario, cómo reflexionamos etc.. Además, el UX research está más de moda que antes.

### Escuchar, escuchar y escuchar.

Me he dado cuenta de que por mucho que crea una cosa, la creo sólo YO, y eso no sirve de NADA. Yo creo que el buen diseño es el diseño iterativo. Y esa es la clave. Con las respuestas que me dieron al hacer las entrevistas me dí mucha cuenta de eso. No se trata de hacerlo bonito, sino de que tenga éxito.

### Proactividad creativa

Preguntarse cosas, reflexiones y necesidades centradas en el usuario. Es como encontrar realmente lo que necesita y plasmarlo.

### Y por último y no menos importante...

La estrategia Long Tail, tiene mucho sentido. Es muy muy difícil tener éxito en una cosa común pero si te centras en un nicho es mucho más fácil.



## 2.1 Qué conclusiones personales saco sobre el contexto actual, el proceso creativo y el mundo digital?

Como ya hemos hablado en el curso, el contexto actual es que vivimos en un mundo frenético, del ahora, de que no tengo tiempo y lo quiero ya, pero ya es ya!

La gente no tiene paciencia, no se si porque nos hemos acostumbrado a los smartphones a que sea todo tan rápido y al momento o los humanos nos hemos acelerado con alguna gravitación interestelar. (dudo que sea eso)

Antes llegabas a casa y tenías 40 correos que responder uno a uno, poco a poco te los leías.. y los ibas respondiendo a todos con tranquilidad, y de eso no hace tanto! hará unos doce años, allá por el 2006 creo, tenía un móvil si, era un nokia E56 y hacía de todo.. pero claro, no era tan mágico como lo son ahora los smartphones. Llegaba a casa y encendía mi ordenador, lo normal vaya, para la época.

Pero fue llegar el Sr. Jobs y cambiarlo todo. Podrías llamarme exagerado, pero con los años se estudiará como uno de los cambios tecnológicos más importantes de la historia. Y no, no soy un fanboy de esos de Apple, simplemente soy realista, ese tío lo revolucionó todo.

¿Pero qué ha cambiado desde entonces? Podría estar horas explicándolo, pero sólo lo resumiré a una punta del iceberg: En un día puedo gestionar más de 80 correos simplemente con mis dedos y al momento. Eso me lo llegas a decir en 2016 y no me lo creo. Claro que mi viejo Nokia tenía correo, incluso le instalé Facebook y Whatsapp más tarde, pero no tenía esa magia tan revolucionaria que tenemos hoy en día. Lo que Jobs dijo en la presentación del iPhone al desbloquearlo tiene sentido, el famoso slide-to-unlock: Dijo "Woosh".

Y ese "Woosh" es lo que nos hace estar como estamos, vamos tan acelerados viendo tantas pantallas, tanta velocidad, tantos impactos en un sólo día que te vas a dormir y tu cerebro aún va a mil, (y si ya eres diseñador ya no te cuento).

Por lo tanto, el mundo digital ha cambiado, ahora es mucho más **dinámico, instantáneo, veloz, hay más información, más apps, más páginas web, más páginas con todo..** tenemos una **saturación brutal de información**. Si yo quiero ser un experto en cortador de fiambres en una tarde, me empapo de blogs y seré el "amo" de los fiambres. Nunca mejor dicho :)

Y la clave de todo es que, si ha cambiado el mundo digital como consecuencia ha cambiado el usuario, porque ahora el usuario está más aprensivo a Internet que hace diez años y con ello la experiencia de usuario.

El mundo digital ha cambiado a la instantaneidad y la saturación de información y con ello el diseño, los procesos creativos y el usuario.

Al haber más competencia y más información hoy en día se centra todo al usuario. Por una simple razón: asegurar el éxito.

Otro factor en el diseño de experiencia es que hay muchas personas, muchos tipos: abuelos, grandes, jóvenes, niños.. !Y todos usan móvil! Por ello y más que nunca el diseño debe ser muy funcional y iteracionista.

Como he dicho antes, para asegurar el éxito.

El click sagrado, la compra, usar una aplicación etc.

Y todo ello... me hace reflexionar hacia donde vamos.

Imagina a un alumno de EsDesign en 2028 hablando sobre el contexto actual del mundo digital.

¿Qué crees que diría?

# Thanks!

Rafael Gil Sansó