



**DETECCIÓN DE
OPORTUNIDADES DE
NEGOCIO CON DESIGN
THINKING**

DIRIGIDO A:

Personal de áreas de Innovación, desarrollo de nuevos productos (proyecto), personal atención mercadotecnia y/o enfoque al cliente; Tomadores de decisiones con posibilidad de innovar o cambiar procedimientos o diseñar ofertas de nuevos productos/servicios

OBJETIVO GENERAL:

Al concluir el taller el participante conoce y es capaz de implementar el proceso de detección de necesidades y el diseño de nuevos productos o servicios mediante el “Design Thinking”.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer el proceso de Design Thinking y cada una de sus etapas
- Brindar herramientas para la implementación de cada etapa del Design Thinking
- Conocer e identificar los elementos a analizar para el desarrollo de nuevos productos o servicios.
- Aplicar el “Design Thinking” como herramienta de innovación y desarrollo de productos y/o servicios.

CONTENIDO

- 1. Introducción al “Design Thinking”
- 2. Elementos y recursos para implementación de la metodología
- 3. Definición del mercado meta y nicho y sus características
- 4. Los 5 pasos del Design Thinking
- 5. Aplicación práctica de la metodología

HABILIDADES A DESARROLLAR:

El participante conocerá una nueva metodología para desarrollo de nuevos productos y servicios basado en las necesidades y experiencias del cliente, mediante el conocimiento y aplicación de los 5 pasos del Design Thinking.

Duración: 8 horas