



news product alliance



News Product Alliance es una **comunidad global de apoyo y práctica para pensadores de producto en medios.**

Nuestra misión es elevar la disciplina de gestión de Producto en medios y ampliar la diversidad de perfiles que acceden a roles de toma de decisiones en el campo.

PRESENTACIÓN



Feli Carrique

Executive Director | News Product Alliance
feli@newsproduct.org, @felicarrique

Periodista y Product thinker, enfocada en la relación entre sustentabilidad y tecnología en los medios. Anteriormente, Directora de Innovación en SembraMedia, ICFJ Professional Fellow y parte del comité asesor del ICFJ Tech in the Newsroom report. Creadora de Propulsorio, una guía de producto enfocada en el panorama de medios de América Latina.

¿A qué llamamos **Producto**?

QUÉ ES PRODUCTO



- 👉 Producto como tangible o lo que hacemos
- 👉 Producto como área o rol dentro del medio
- 👉 Producto como filosofía o forma de pensar

Misión, visión y propuesta de valor
como punto de partida para la
estrategia de Producto

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



La **misión** es el propósito organizacional, la razón de ser, y está orientada a la acción.

La **visión** describe cómo se vería el mundo si la organización cumpliera su misión, es inspiracional y aspiracional, está orientada a resultados.

Los **valores** son los principios y la cultura que guían la toma de decisiones en una organización.

La audiencia como centro de la estrategia de Producto

Antes de desarrollar un producto debemos hacer una investigación previa para confirmar si existe realmente una necesidad o fricción a ser solucionada.

Investigación de audiencias es el proceso de conocer, entender y empatizar con las personas a las que apuntamos.

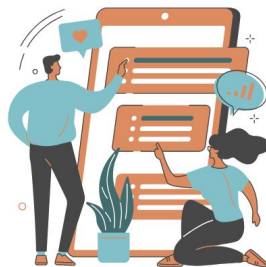
Tomarnos el tiempo de investigar puede ayudarnos a...

- 👉 Comprender a nuestra audiencia y para quién estamos diseñando
- 👉 Cuestionar las suposiciones internas y los sesgos sobre el público objetivo
- 👉 Conocer las necesidades, comportamientos y motivaciones de nuestra audiencia
- 👉 Saber qué problemas está resolviendo nuestro producto para la audiencia
- 👉 Identificar si la solución diseñada satisface las necesidades de los usuarios

¿Qué herramientas tenemos para conocer a nuestras audiencias?



Analíticas o métricas



Cuestionarios o encuestas




Entrevistas en profundidad

INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS


1. Establecer los objetivos

¿Cuál es el objetivo por el cual encaramos el proceso de investigación?

Puede ser lanzar un nuevo podcast o ampliar el alcance de nuestro programa de membresía.



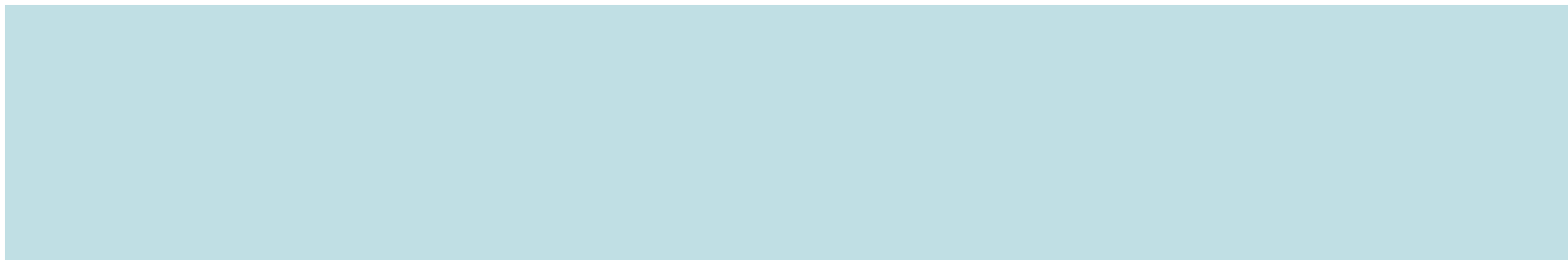
¿Qué decisiones se van a basar en los resultados de esta investigación? *Tener claro para qué vamos a usar los datos permite hacer preguntas más pertinentes.*



INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS

2. Mapear brechas de conocimiento

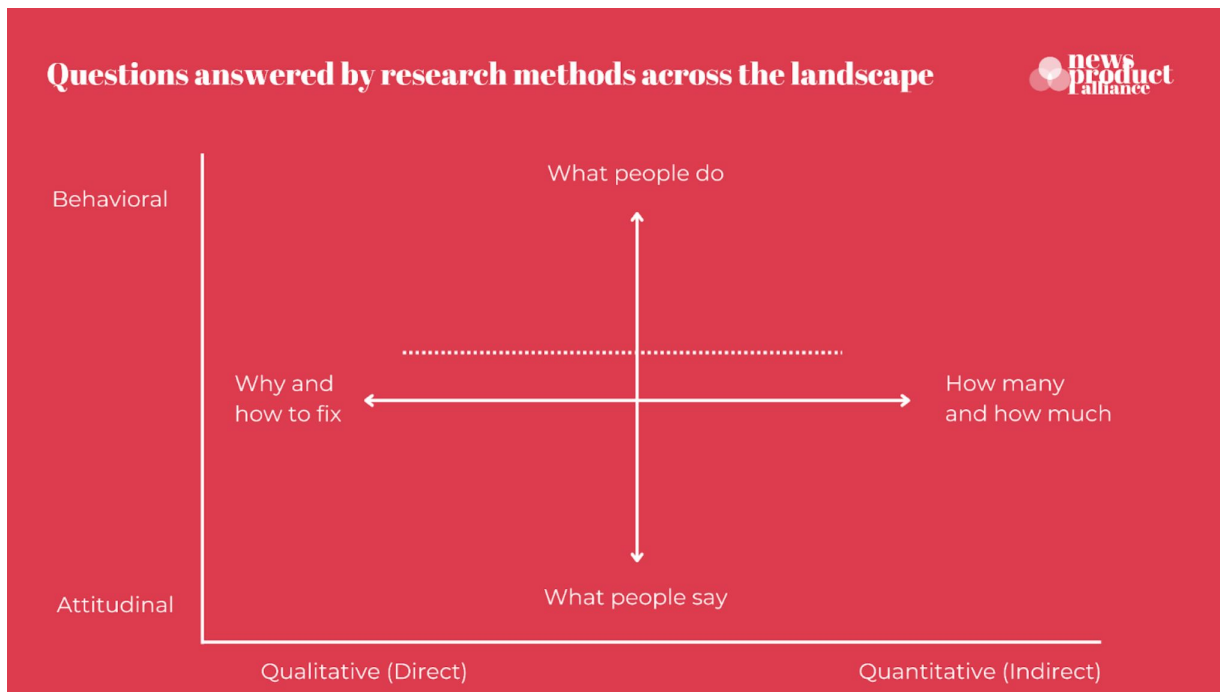
¿Qué datos necesitamos recopilar para tomar esa decisión? Comienza enumerando lo que su equipo y las partes interesadas internas necesitan saber para tomar una decisión informada.



Esta es la brecha en el conocimiento que deberás llenar mediante el proceso de investigación de audiencias.

INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS

3. ¿Qué método deberíamos usar?



Resumen sobre cómo elegir un método de investigación



Las analíticas o métricas son mejores para **comprender el comportamiento de nuestra audiencia.**



Los cuestionarios o encuestas son mejores para **identificar patrones y medir su escala.**



Las entrevistas en profundidad son mejores para **entender las motivaciones de nuestra audiencia.**



De la información a la acción

¿Cómo podemos transformar nuestro conocimiento de la audiencia en premisas accionables?



USER PERSONAS

Se trata de una representación ficticia de un miembro de una audiencia objetivo. Las personas están diseñadas para representar las cualidades, necesidades y objetivos de un segmento más amplio.

Sample user persona



Name: Alexis

Age: 32

Occupation: Web manager

Bio: Alexis has been running the organization's social feed and is looking for new challenges and opportunities with a more less chaotic hours.

Goals:

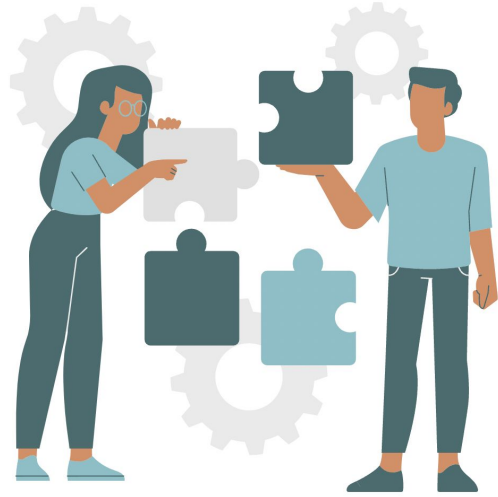
Stable hours
Clear goals
Less harassment
Spend less time on social media

Frustrations:

Lack of training
Social goals are vague
Toxic environment
"ON" all the time

Source:

[ABC'S of product,](#)
News Product Alliance



**Qué podemos hacer
por nuestra audiencia**

DE PERSONAS A NECESIDADES DE LAS AUDIENCIAS

Una **declaración de necesidad del usuario** es una declaración de problema procesable que resume quién es la persona, qué necesita y por qué esta necesidad es importante para ella.

Una declaración de necesidad del usuario se puede dividir fácilmente en tres partes:

Usuario/audiencia + Necesidad + Insight

DE PERSONAS A NECESIDADES DE LAS AUDIENCIAS

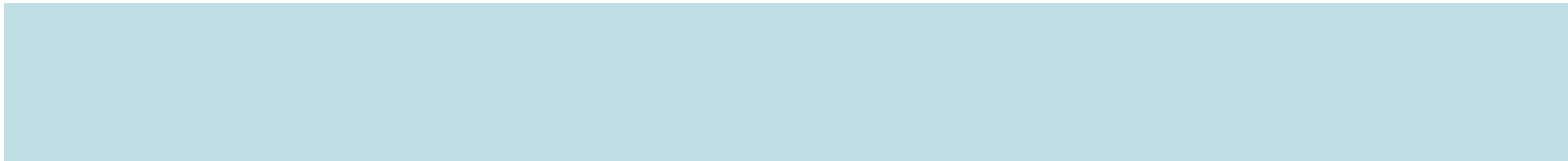
Usuario/audiencia



+ Necesidad



+ Insight



TAREAS POR HACER

El enfoque de *Jobs to be done* también es conocido en español como *tareas por hacer* y nos ayuda mirar desde la perspectiva del usuario. Según el, **las personas no compran productos o servicios, sino que contratan soluciones para realizar una amplia gama de trabajos.**

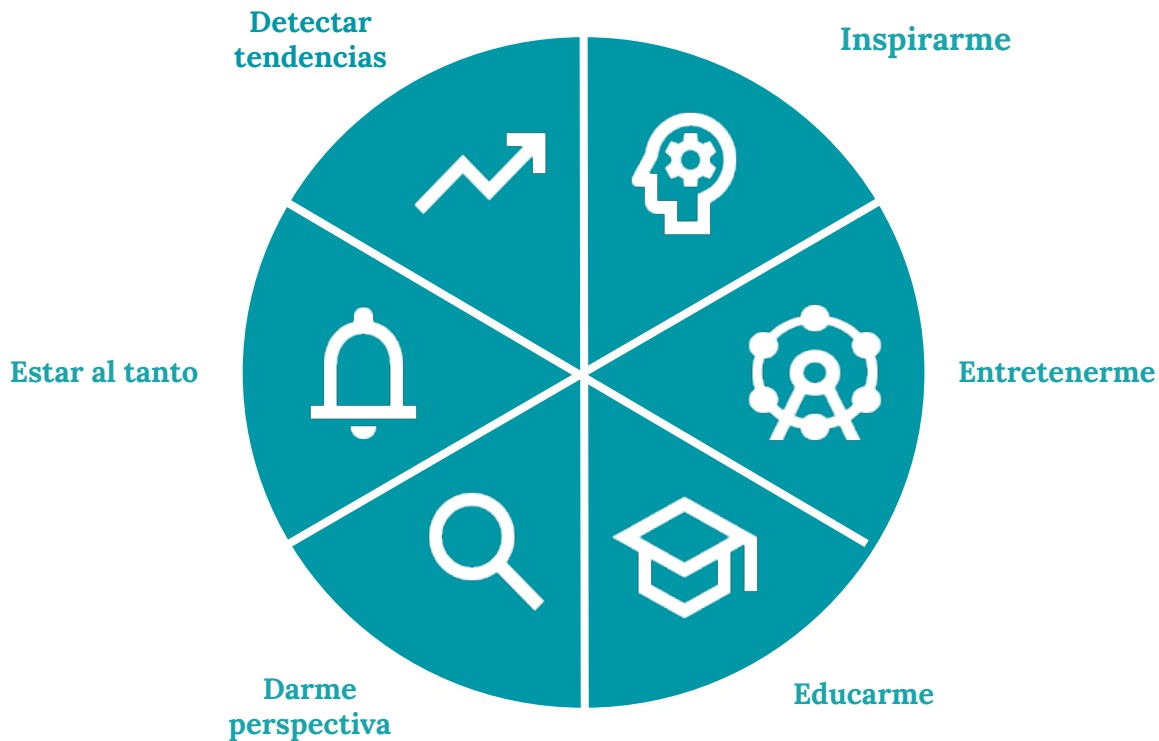
Como herramienta, nos ayuda a descubrir qué impulsa a una persona a realizar una acción deseada, cuáles son las motivaciones subyacentes de los usuarios frente a una necesidad.

TAREAS POR HACER

Para cada persona, podemos identificar trabajos por hacer. Podemos usar la siguiente fórmula:

- Cuando... [situación]
- Quiero... [motivación]
- Para... [resultado/beneficio esperado]

MODELO DE USER NEEDS DE LA BBC



Sintetizar la estrategia de
Producto

SINTETIZAR LA ESTRATEGIA DE PRODUCTO

La estrategia de producto es la articulación de un problema que queremos resolver y cómo lo vamos a resolver.

Debe incluir:

- Una visión de cómo se ve el éxito.
- Una comprensión de las necesidades y comportamientos de la audiencia.
- Cómo se posicionará su producto en las condiciones actuales del mercado.

Nombre del Producto:		Creado por:		Fecha:	Versión:
Problema ¿Qué Problemas quiere abordar?	Solución propuesta ¿Cómo abordará el Problema?	¿Por qué nosotros? ¿Cuál es el valor fundamental que le está brindando a ese público objetivo?	¿Cómo lo van a encontrar? ¿Cómo llegarías a ese público objetivo? ¿Qué canales vas a usar?	Audiencia ¿Para quién quieres crear este producto?	
Soluciones existentes	Metricas ¿Cómo medirías si has resuelto el problema?	Presunciones	Riesgos	Colaboradores potenciales	
Costo / Requerimientos / Equipo			Conexión con ingresos o misión		
<small>News Product Canvas v1.0, Created by Andrew Losowsky, based on Strategizer AG's Business Model Canvas, CC-BY-SA 3.0 and translated by Felicitas Carrique.</small>					

Únete a nuestra **comunidad**



Muchas gracias por participar



hello@newsproduct.org | @newsproduct

feli@newsproduct.org | @felicarrique



news
product
Alliance