EJERCICIOS RETO de INVESTIGACIÓN

Marcela Reynolds

OBSERVACIÓN ETNOGRÁFICA

MARKETERS LATAM | human business Marketing & Management

RETO DE OBSERVACIÓN ETNOGRÁFICA

Marcela Reynolds

CEO B Curious - Chile

"La diferencia entre realizar etnografía para los negocios o no hacerlo, radica principalmente, en que cuando no salimos a observar, nos mantenemos instalados en el mismo lugar para definir la dirección del negocio. Al realizar etnografía, nos instalamos en diversos lugares y desde esa diversidad, definimos la o las direcciones del negocio."

"ANTES, LA FORMACIÓN ACADÉMICA ERA CREAR EMPRESAS PARA EL MUNDO.

AHORA ES OBSERVAR EL MUNDO PARA CREAR EMPRESAS."

Beneficios de la Observación:

- Generación de nuevas preguntas.
- Salir a la calle a re-descubrir la realidad.
- Descubrir lo que NO sabemos, encontrar hallazgos.
- Descubrir que las personas no son iguales por el sólo hecho de tener la misma edad, por ejemplo.
- Descubrir insights.
- Descubrir nuevos negocios y nuevos mercados.

Recomendación:

1. Antes de salir a la calle, no lleve preguntas, más bien reflexiones, cuestione lo que su marca y la categoría dan por hecho.
2. No haga preguntas, converse con las personas. Que le cuenten lo que la gente nunca declara.

Por ejemplo, cuestiónese, reflexione:

¿El valor que entregamos es **realmente un *valor* para las personas?**

Para descubrirlo, antes de salir a la calle a Observar, pregúntese: ¿Lo que estoy vendiendo es lo que la gente me está comprando?

El "valor" que entregamos, ¿para quién tiene valor? ¿Las personas a las cuales queremos entregarle dicho "valor", lo reciben como tal?

Desafío de observación etnográfica:

Explorar desde la persona,

no desde uno.

Abstraerse de lo que uno cree,

ya conoce.

El aporte:

¡Descubrir!

(lo que no sabes)

EJERCICIO DE OBSERVACIÓN:

Recomendación- realicen el ejercicio en grupo. Salgan a observar todas la veces que sientan necesario. Conversen con las personas. NO lleven cuestionario.

Etapa 1 – Definir un contexto, un lugar para Observar:

Algunos ejemplos de contextos Observados por otros grupos:

- Hipódromo.
- Sala de emergencia de Hospital
- Paradas de Buses (servicio público de transporte).
- Vendedores Ambulantes.
- Plaza.
- Café. Restaurantes.

Etapa 2 - ¿Qué observaron?

Describan TODO lo que les llama la atención. Lo que ven y lo que NO ven. Compartan todos lo que vieron y lo que no vieron.

Etapa 3 -Oportunidades. Soluciones. Cambios.

¿Qué oportunidades de cambio ven que es posible realizar en el contexto que han observado?

Etapa 4 - Propuestas de Acciones.

Expongan TODAS las acciones que se les ocurren serían positivas para el contexto que han observado.

Etapa 5 - ¿Qué nuevas preguntas surgen?

¿Qué nuevas preguntas surgen? Escriban todas.

Tips de Observación:

- Curiosidad.
- Descubrir y no confirmar "hipótesis".
- Observar lo relacionado y lo "no relacionado".
- Conversar con las personas. No interrogar. No preguntar.
- Escuchar al otro. No interrumpir.
- Prestar atención a las palabras que utilizan.
- Descubrir sus historias.
- Observar la comunicación no verbal.
- Utilicen recursos externos: fotografía, video, dibujo.
- Observar TODO.

RETO
de INVESTIGACIÓN

Por + info accedé a www.marketerslatam.com

MARKETERS LATAM | human business Marketing & Management