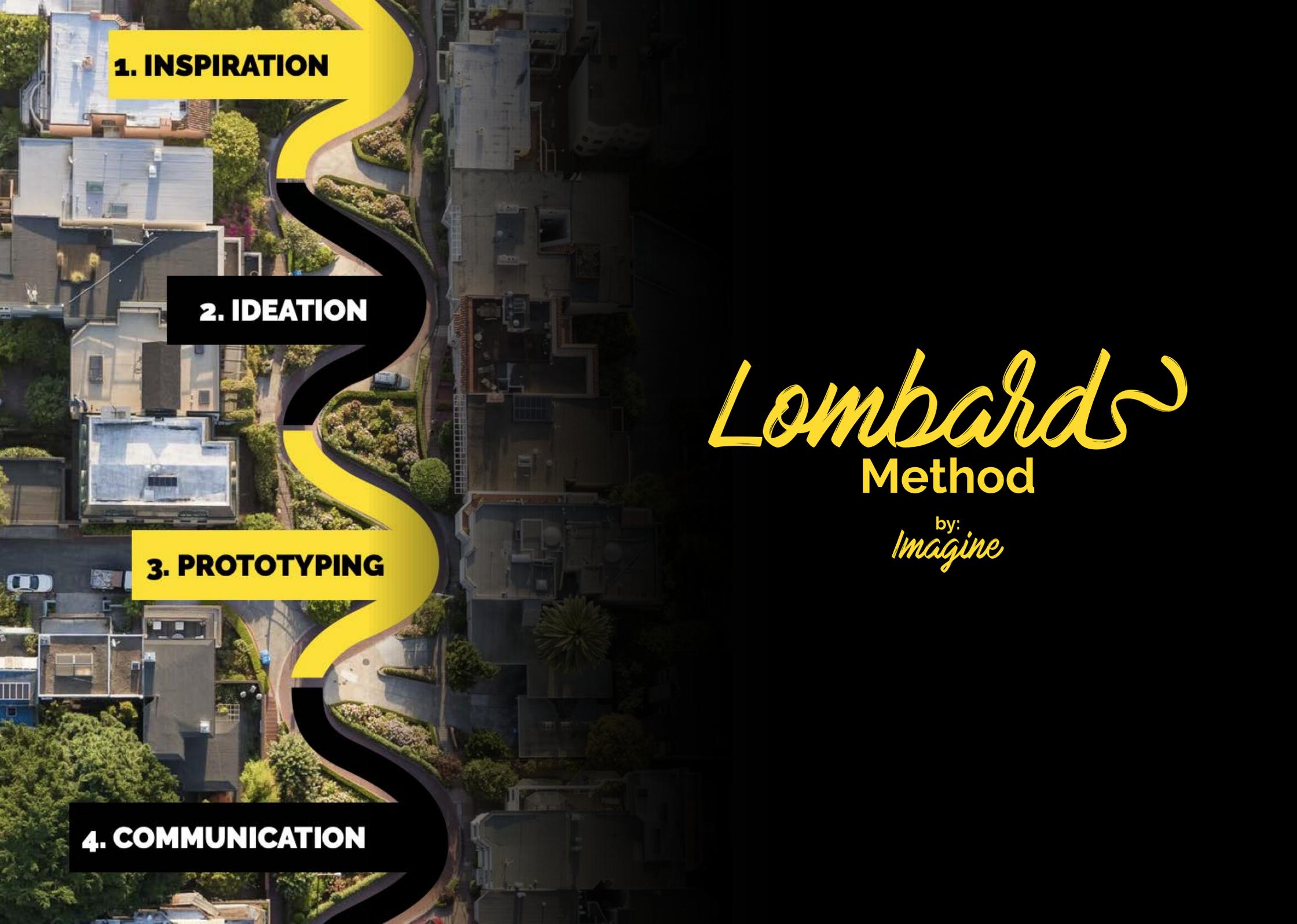


TOOLKIT

DE GERACIÓN DE IDEAS
PARA UN MUNDO MEJOR

Imagine

An aerial photograph of a residential neighborhood with a winding path. A large, stylized graphic of a winding path is overlaid on the image, colored yellow and black. The path starts at the top left and winds down towards the bottom right. The path is divided into four sections, each labeled with a number and a stage name. The background is a dark, semi-transparent version of the same aerial view.

1. INSPIRATION

2. IDEATION

3. PROTOTYPING

4. COMMUNICATION

Lombards Method

by:
Imagine

Lombards
Method
by:
Imagine

FASE 1 INSPIRACIÓN

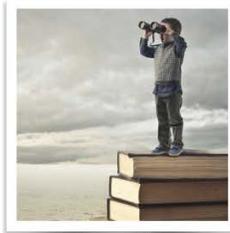
DREAM **BIG**
ONLINE
by Pau Gasol *A.16*

Imagine

¿Cuál es tu reto?



Salud



Educación



Deporte



Trabajo



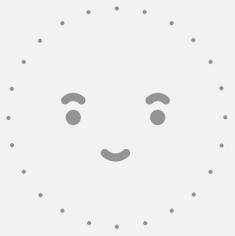
Sostenibilidad

Problemas / Oportunidades

Reformulación del problema

¿Cómo podríamos...?

Usuario



Nombre

Edad

Profesión

Ciudad

Uso de la tecnología

Básico 1 2 3 4 5 6 7 Avanzado

Personalidad

Introvertida 1 2 3 4 5 6 7 Extrovertida

Cita

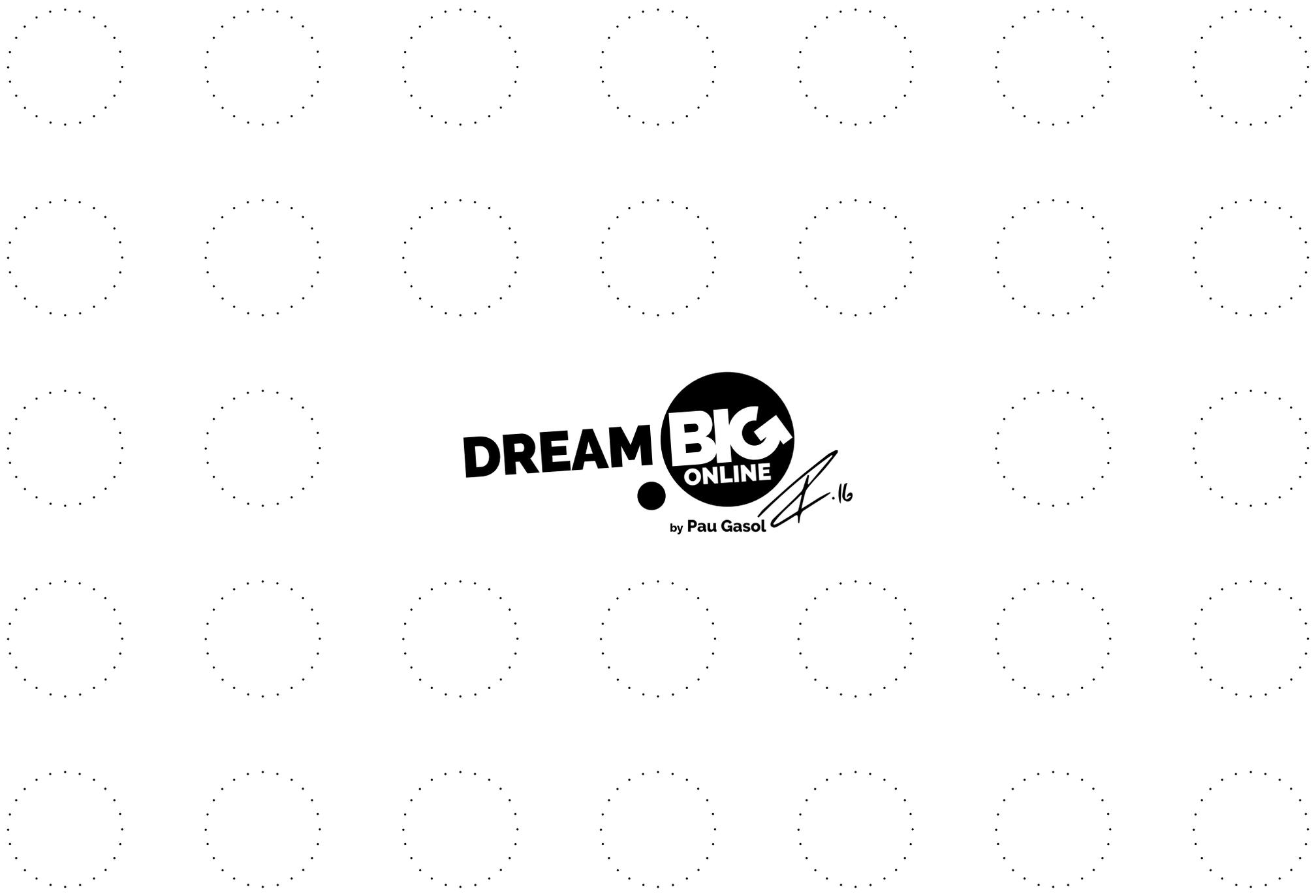
Marca

Lombards
Method
by:
Imagine

FASE 2 IDEACIÓN

DREAM **BIG**
ONLINE
by Pau Gasol

Imagine



DREAM **BIG**
ONLINE

by Pau Gasol *P. Gasol*.16

Dados de divergencia
(Opcional)



PASO 1
Imprime



PASO 2
Corta



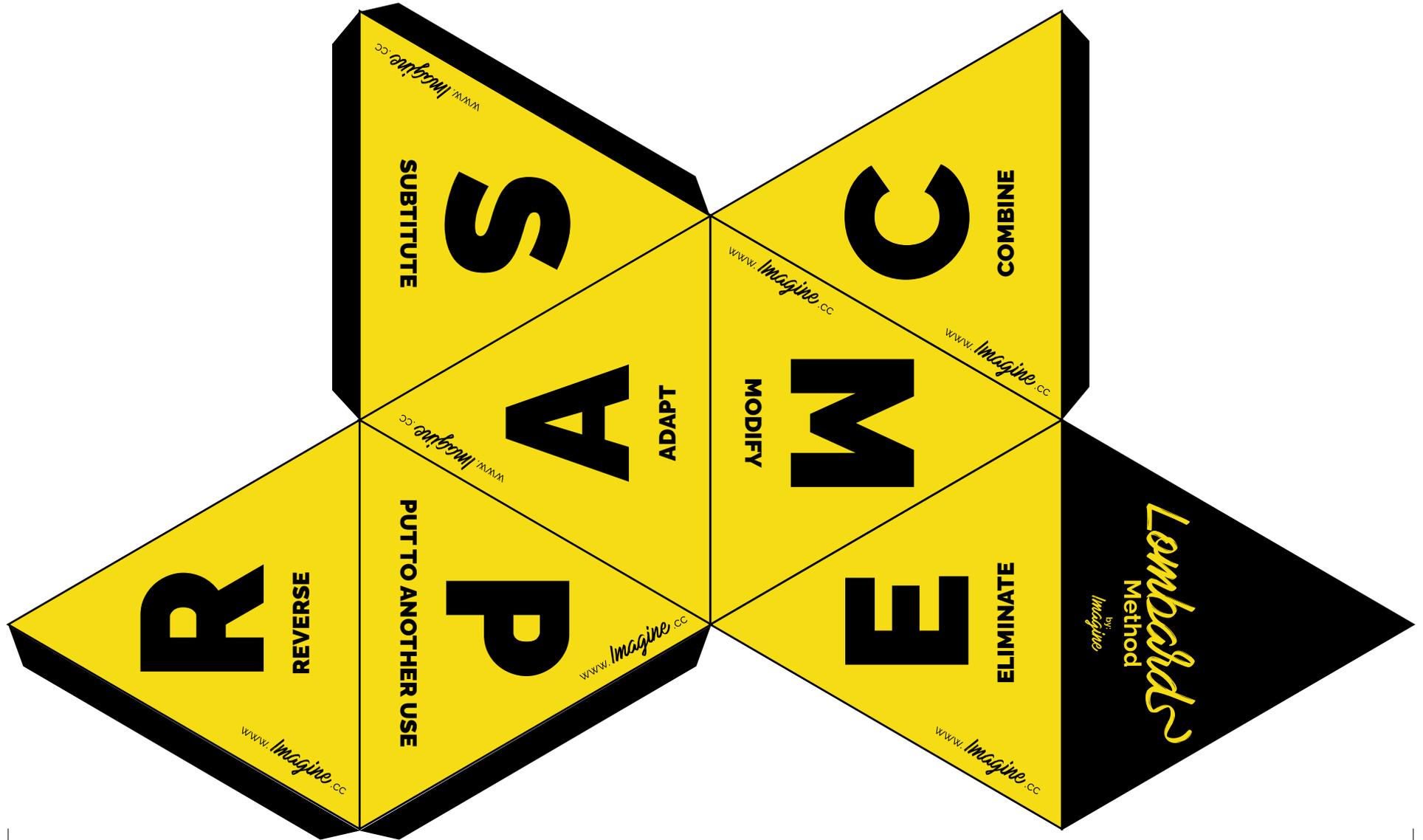
PASO 3
Pega

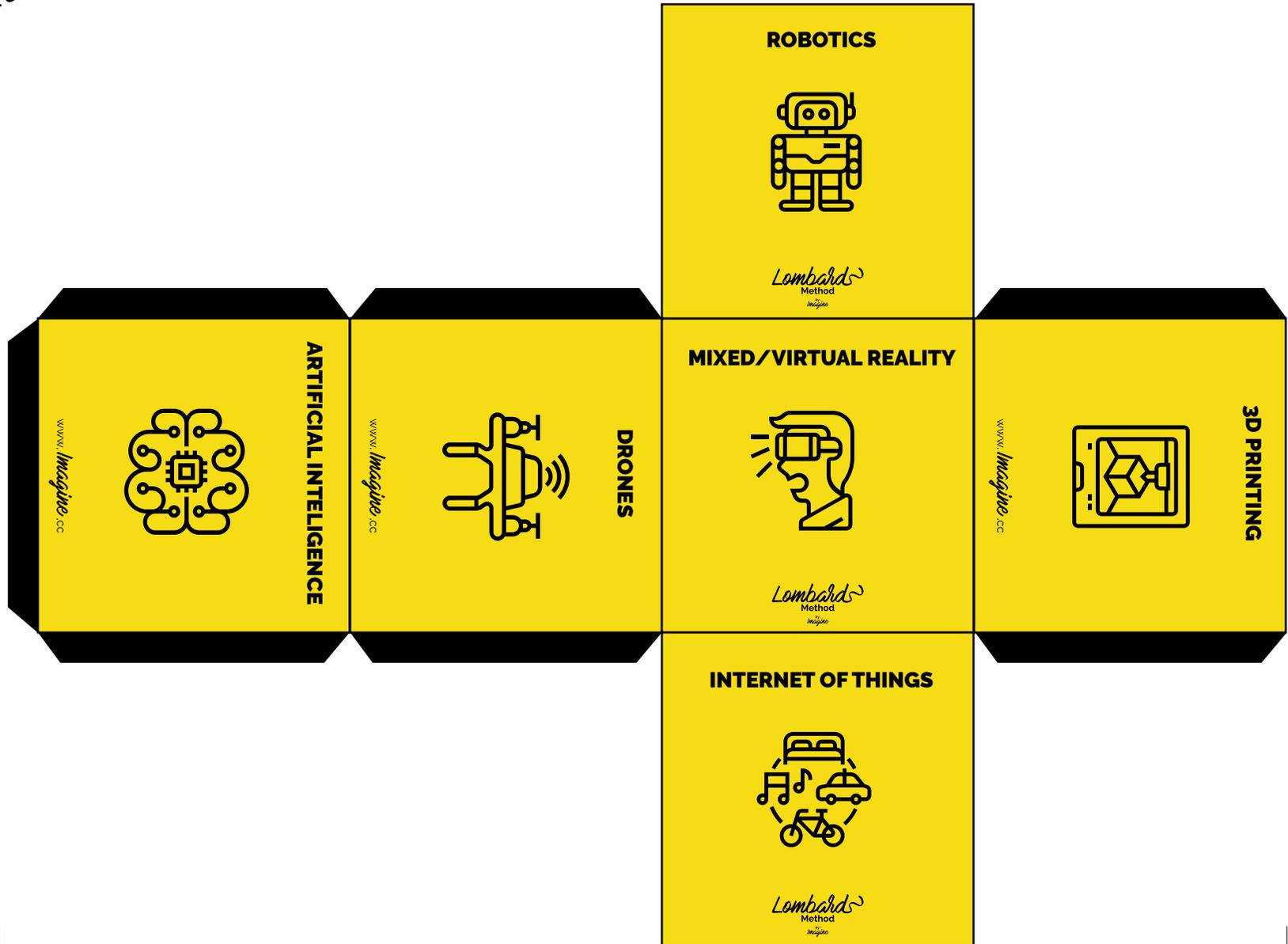


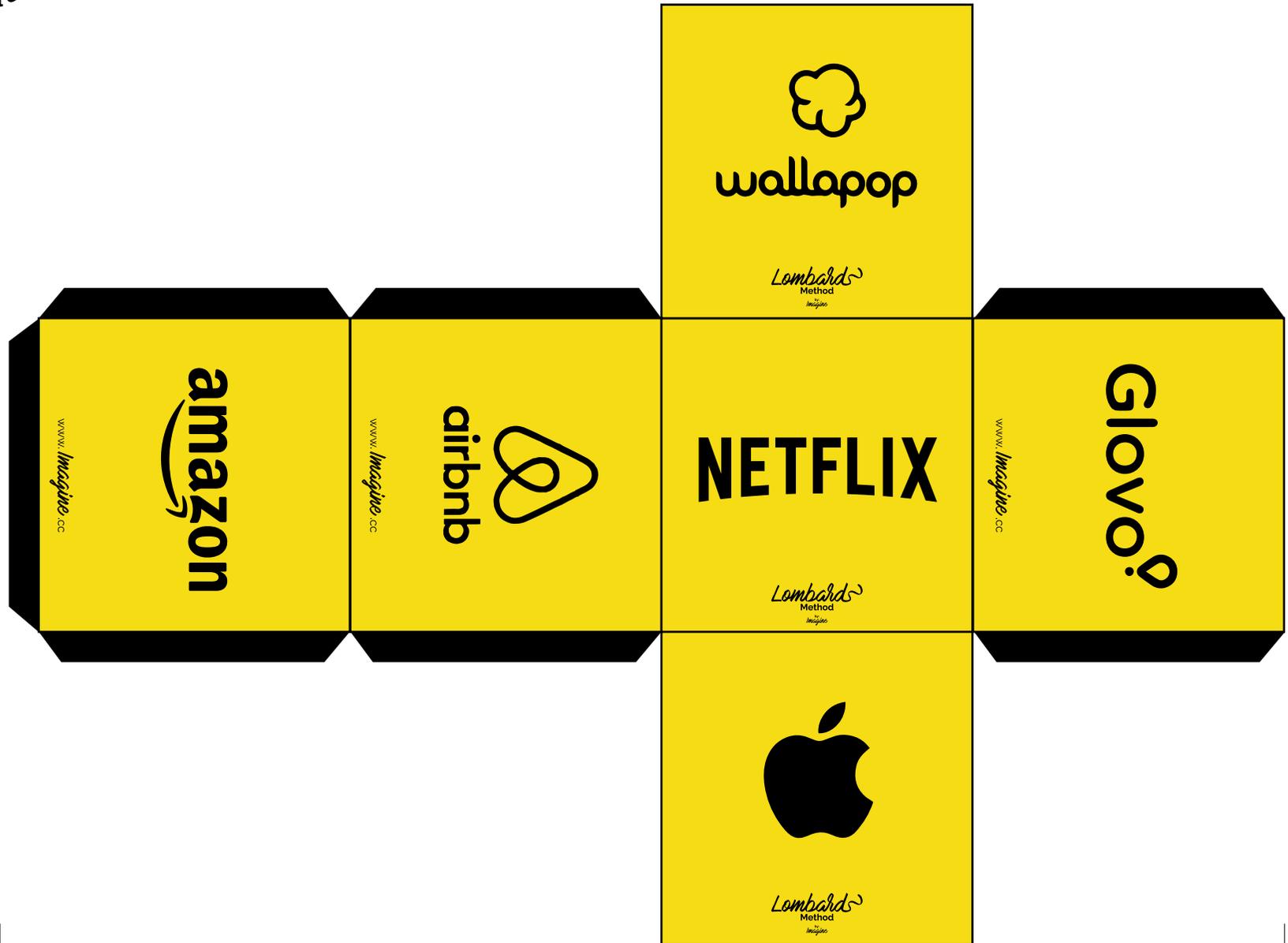
PASO 4
Tira el dado



PASO 5
Genera ideas







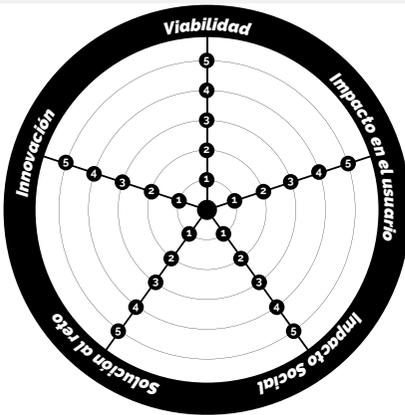
Recomendamos imprimir esta ficha en un tamaño DIN-A3 o dos DIN-A4 para que puedas poner, quitar y mover notas adhesivas.

Convergencia · 3 mejores ideas

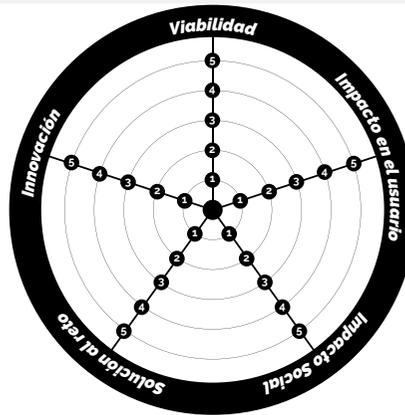
Idea 1

Idea 2

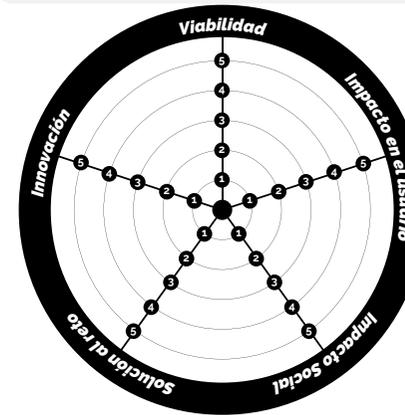
Idea 3



Puntos



Puntos



Puntos

Solución

Lombards
Method
by:
Imagine

FASE 3 PROTOTIPADO

DREAM **BIG**
ONLINE
by Pau Gasol

Imagine



Socios clave

 ¿Quiénes son sus socios clave? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de los socios?

Actividades clave

 ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

Recursos clave

 ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

Propuestas de valor

 ¿Qué valor le entregamos al cliente? ¿Qué beneficios estamos dando para satisfacer la necesidades del cliente?

Relaciones con clientes

 ¿Qué tipo de relación esperan cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos?

Canales

 ¿A través de qué canales quieren que nuestros clientes lleguemos a ellos?

Segmentos de clientes

 ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

Estructura de costes

¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?



Flujo de ingresos

¿Qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente?



FASE 4 COMUNICACIÓN

Comunicación · Fase 4

Imagine

Comunicación en redes con un post:

Mi startup (nombre), **está trabajando en** (oferta) **para ayudar a** (clientes/usuarios) **a resolver sus** (dolores) **con** (tu salsa secreta).
#DREAMBIGCHALLENGE

Estructura de pitch

¿Quién va a hablar?

Guión

 **Problema**

¿Cuál es el problema que quieres resolver? ¿Por qué estás haciendo esto?

 **Enfoque**

¿Cuál es tu sueño? ¿Cuál es tu propuesta de valor?

 **Solución**

Descripción clara y concisa de la propuesta. ¿Cuál es el nombre?

 **Validación**

¿Puedes demostrar que funciona? Si es relevante, ¿cuál es su modelo de negocio?

 **Team**

¿Quiénes componen el equipo? ¿Qué roles tienen?

 **Final**

Final: Un buen final que nos ponga la piel de gallina y una buena razón para darles lo que buscan Call to action.



Imagine

www.dreambigchallenge.com