

	JourneyMap																				
ETAPAS	IDENTIFICAR				CONECTAR				EDUCAR				RESCATAR				CREAR				DIFUNDIR
NECESIDADES del usuario	-Buscar ayuda y/o orientación -Identificar que es lo que quiere el usuario. (Descubrir el propósito de la persona)			Actividad de transición	-Conocer expertos en el tema en el cual se está involucrando. Pares: Personas que estén trabajando proyectos similares que se apoyen. Comunidad: Grupo de personas con un interés y propósito igual o similar.			Actividad de transición	-Cursos a la carta y a la medida de cada persona. Mentoría de personas conocedoras y motivadoras. - orientación / motivación / confianza.			Actividad de transición	-Transformar las ideas en proyectos a realizar. -Visibilizar estratégicamente los proyectos.			Actividad de transición	-Financiación Aliados. Claridad jurídica.			Actividad de transición	ENSEÑAR LO APRENDIDO, APOYANDO NUEVAS PERSONAS CON LA EXPERIENCIA Y LAS LECCIONES APRENDIDAS DURANTE EL PROCESO DE DESARROLLO DEL PROYECTO.
ACTIVIDADES que deben realizarse para satisfacer las necesidades del usuario	-Re-marketing: Sistema que permite crear anuncios acorde a los intereses de búsqueda de los usuarios digitales. -Evaluación / entrevista o Test: con el objetivo de ubicar al usuario según sus intereses y propósitos.			-Emails, llamadas o mensajes. Algún tipo de contacto personal.	-Realización de talleres, hackatones o eventos que permita a los usuarios conocer grupos de interés y vincularse con el entorno. -Permitir el acceso a mentores, mesas redondas de temas de interés. Atención personalizada.			INSCRIPCIÓN	-Por medio de los grupos de interés, desarrollar nuevos proyectos. Con el objetivo de tener experiencias reales con las cuales se pueda educar a los usuarios. -Acceso a mentores motivadores (No sólo el conocimiento es el objetivo, también la motivación por actuar -Eventos a la carta, donde de cada persona escoja los que considere pertinentes para la evolución y mejoramiento de sus proyectos personales.			Vincular instituciones interesadas en los proyectos.	-Desarrollo express de modelos de negocio. -Planeación financiera de los proyectos para evaluar factibilidad.				-Marca y constitucion de negociaciones. -Desarrollo del plan estratégico. -Ruedas de negocio.				
EMOCIONES del usuario en el transcurso de las etapas																					
TOUCH-POINTS que se debe tener el proyecto para satisfacer las necesidades del usuario	DITITAL: Plataforma digital para conexión de ideas.		FÍSICO: Atención personalizada. Voz a voz.		DIGITAL: -Invitaciones web. -Foros y blogs. -Itinerarios, calendarios de actividades. -recursos. -Participantes.		FÍSICO: -Lugares secretos. -Bibliotecas -Parques -Sitios particulares y peculiares.		DIGITAL: -E-learning.		FÍSICO: -LivingLab		DIGITAL: -Plataforma de gestión de proyectos.		FÍSICO: -Seguimiento de los proyectos. -Espacios para reuniones.		DIGITAL: -Espacio WEB para la visualización del proyecto. -Estrategia de comunicación.		FÍSICO: -Sala de reuniones. -Exhibiciones -Galerías		
OPORTUNIDADES para desarrollar un nuevo producto o servicio	Desarrollo de eventos para integración: -Invitados especiales. -Mostrar casos reales y exitosos.				-Creación de discursos envolventes que motiven. Servicio de inscripción para el reconocimiento de los proyectos. -Desarrollar perfiles de mentores que sean empáticos y motiven a los usuarios, enfocadores, facilitadores sociales. -Desarrollar curso para la creación de mentores.				Servicio para aterrizar y apropiar proyectos				-Hacer evaluaciones para la continuación de los proyectos (Basados desde el compromiso, motivación y propósito de la persona, más que desde el conocimiento) -Sistema de apoyo y acompañamiento constante de los proyectos.								