

Maturity models

-

A CORE TOOL FOR
CREATING A
DESIGNOPS STRATEGY





My
Wifey

ME



- MADRID
- DUBLIN
- PRAGA
- BRUSELAS
- BRUJAS
- BRUSELAS
- MUNICH
- BERLIN
- PRAGA
- BUDAPEST
- VIENA
- ROMA
- BARCELONA
- MADRID









¿Por Ahí?



DesignOps Summit 2020 by Rosenfeld

@DesignOpsSummit #DO2020

21 October 2020

BBVA = CHANGE

2016-18 After TWO YEARS OF GROWING DESIGN TEAM, THE ORG started implementing ways to become more agile



THEME 1 The Resilient DesignOps Team of One led by Alana Washington

Showing the Value of DesignOps by Not Having a DesignOps Team

BENJAMIN REAL

Head of Design & UX, BBVA Mexico

@benjaminre



2015: OUR PURPOSE

To Bring the Age of Opportunity to Everyone

Q4 2016 I STARTED AS

DESIGN HEAD of MEXICO OFFICE

#FTW Global team had DESIGN OPS!

TODAY we are ~203 people

AWESOME TEAM

"EXECUTE PROCESSES and DELIVER VALUE to INTERNAL OR EXTERNAL CUSTOMERS"

BASIC BUILDING BLOCKS included

What happened when the DesignOps team was dismantled?

BUT OPERATIONS

DESIGN DISCIPLINE ^{was} reorganized

DESIGN OPS PERSONNEL DISMANTLED and DISTRIBUTED elsewhere

PEOPLE felt terrible



THEY WROTE NOTES and LETTERS to the DESIGN OPS people



"Now I see" - IMPACT of LOSS

APPRECIATION

What did we learn?

WHAT COULD WE HAVE DONE BETTER?

1 We didn't understand the agile model.

2 We couldn't answer why some of those activities could not be performed

TOP DESIGN LEADERS WITHOUT EXPERIENCE STAFFING all the PROJECTS

- Projects without follow-up
- Overstaffing projects
- POOR UTILIZATION

ACTIVITIES THAT DESIGN OPS DID WERE DISTRIBUTED TO OTHER TEAMS THAT DIDN'T UNDERSTAND THE JOB

Q. What's the ideal ratio of DESIGN OPS to DESIGNERS?

A. FOR ME, IN AN IDEAL WORLD...

1:14

TODAY, WE ARE HOPE LIKE 7:25

we noticed...









A Forrester Total Economic Impact™ Study
Commissioned by IBM
February 2018

FORRESTER

The Total Economic Impact™ Of IBM's Design Thinking Practice

Design Thinking's Value Proposition

It is essential to identify, design, and build solutions that truly solve users' problems. Organizations should practice and invest in the creative design process to deliver exceptional customer experiences, avoid expensive design errors, gain competitive advantage, and foster an empowered and engaged workforce.

Design thinking is a framework that places end users at the center of the design process and enables teams to collaborate and work more efficiently, transparently and evenly responsible, without repeated customer for the following goals to design thinking:

- Delight customers and increase profits by designing solutions that meet user needs.
- Identify and invest in the most impactful projects to reduce risk and improve outcomes.
- Streamline methods to generatively reduce costs and gain competitive advantage.
- Discover redundant or wasteful processes to streamline efficiency.
- Engage employees to be creative, collaborative, and to better work.

Design thinking can be applied in virtually any part of an organization, and therefore it makes that it makes sense. Yet, Forrester found that clear answers and survey respondents consistently identified impressive returns versus modest costs.™

IBM's Design Thinking Practice Returned Over 3x

IBM's Design Thinking practice extends across its diverse portfolio of products and services. Forrester conducted an analysis of Total Economic Impact™ (TEI) data by IBM's Design Thinking practice on their organizations. Data was gathered from interviews with four IBM clients and 50 executive survey respondents. The survey is based on a list of 70 benefits, which can be downloaded at bit.com/designthinking.

Forrester concluded that IBM's Design Thinking practice has the following three-year financial impact: \$45.4 million in benefits versus costs of \$12 million, resulting in a net present value (NPV) of \$33.4 million and an ROI of 301%.

	ROI 301%
	Benefits PV \$48.4M
	NPV \$33.4M

\$20.6M IBM's Design Thinking practice of costs by accelerating projects.

\$18.8M IBM's Design Thinking practice reduced risk and increased portfolio profitability.

2x Faster time-to-market.

77% Reduced design time.

DesignMatter

The New Design Frontier

The widest-ranging report to date examining design's impact on business

McKinsey Quarterly

The Business Value of Design

McKinsey Quarterly

reason Design Maturity Assessment Survey

Thank you for signing up for a Design Maturity Assessment with our Design Transformation team.

To help make the best use of our time together, please answer the questions below, which will give us more context about you and your organization.

We look forward to speaking with you.

First, please describe your company.

* 1. What is your company name?

2. Our company's main industry is:

3. Our company is headquartered in:

4. Our company's annual revenue is:
 Less than \$50 million
 \$50 million - \$100 million
 \$100 million - \$1 billion
 \$1 billion - \$5 billion
 More than \$5 billion
 Can't decide
 Don't know
 Not applicable

InVision Enterprise.

BBVA & InVision

Your Partnership with InVision

dmi:toolkit Design Maturity Matrix

MATURITY LEVEL	APPLICATION		
	Development & Delivery Process & Services	Systems & Processes Creation & Integration	Position & Approach Strategy & Mobile
OPTIMIZED Proactively & Continuously Improved Processes			
MANAGED Matured Processes Relying on Feedback			
DEFINED Standardized Processes			
REPEATABLE Basic Project Management			
INITIAL Ad Hoc Efforts			

© 2015 DESIGN MANAGEMENT INSTITUTE



¿AMOR A?

USE FOR THE USERS (\$800000) 1/2

Our company gives... Alters the opportunity to address... external initiatives... 1/2

How effective is your design department at... creating a sense of belonging... 1/2

TEAM COHESION AND DEVELOPMENT X

DESIGNER TRAINING AND DEVELOPMENT 1/2

TOOL FOR DESIGNERS

PROJECT TIMELINES ALIGNED TO DESIGN PROCESS

LEADERSHIP TIME WITH USERS

STAFFING/BOOKING A TEAM (80% design) 1/2

PRODUCTIVITY & ORGANIZATION 1/2

Our HR department... which department... 1/2

Recruitment & Retention X

How effective is your design department at... creating and executing... 1/2

How effective is your design department at... allocating budgets... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... keeping up to date with technology... 1/2

How effective is your design department at... allocating the appropriate... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

Company vision + Strategic Plan are people centered X

How effective is your design department at... keeping up to date with technology... 1/2

How effective is your design department at... allocating the appropriate... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

How effective is your design department at... identifying areas for improvement... 1/2

Design Recognition 1/2

Discontinue Projects 1/2

Talent Selection 1/2

Design as a Gatekeeper of the Experience X

How often quantitative design metrics are measured with users... 1/2

How often quantitative design metrics are measured with users... 1/2

How often quantitative design metrics are measured with users... 1/2

How often quantitative design metrics are measured with users... 1/2

How often quantitative design metrics are measured with users... 1/2

How often quantitative design metrics are measured with users... 1/2

How often quantitative design metrics are measured with users... 1/2

Design Metrics for Design Making X

Design Metrics for Development of Products/Services X

Tools 1/2

How do we measure ourselves X

How do we measure ourselves X

How do we measure ourselves X

How do we measure ourselves X

How do we measure ourselves X

How do we measure ourselves X

How do we measure ourselves X

How do we measure ourselves X

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

Design Teams 1/2

EXPLOREMOS



People

Team cohesion and development L3

Design team mix L3
Design is cross-media/channel physical, digital, service L4

Recruitment & retention L3
Talent selection L4

Connect with the outside L4

Value for designers (& other benefits) L3

How do we measure ourselves our performance L4
{shared with practice & program}

Influence on the industry by design leaders L3
Company gets design recognition L4

Program

Tools for design L3
latest tools L4

Productivity & organization L3
Effectiveness to change L4
(people allocation / improvements new tech)

Staffing/budgeting & team L3

How do we work with others in priority projects L4

Budget for design activities core L4

Design activities protected L5.

Other

Design metrics for decision making L4
Design metrics for development of products and services. L4
Design metrics used by the leadership. L5
Design methods use to make decision on projects. L5
Design metrics part of people compensation/evaluation L5

Design place in the leadership of the company L5

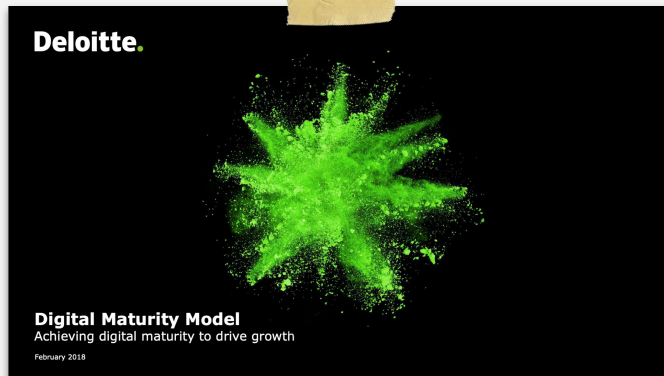
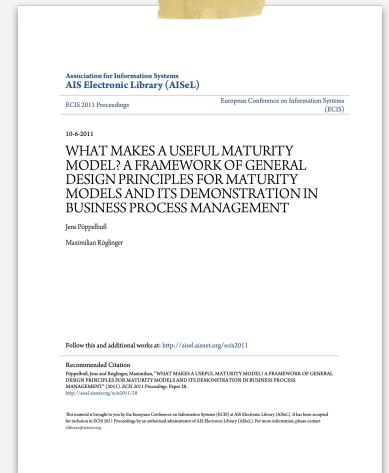
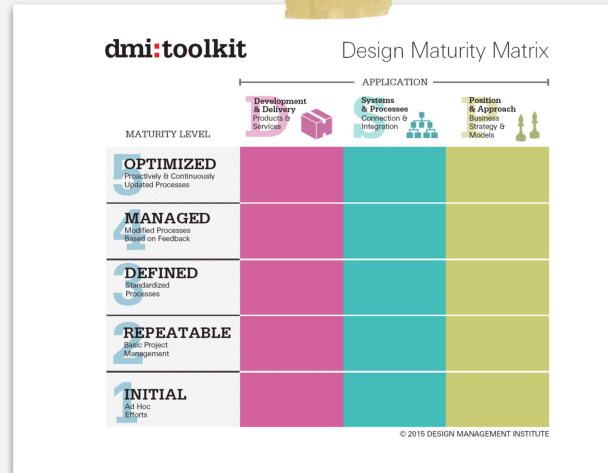
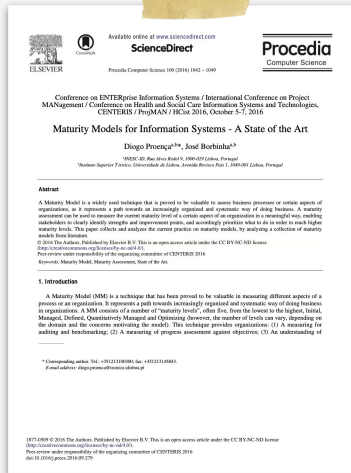
The org values
Design of whole

Strategic plan includes external perspective acknowledges disruptive competitors L3
Strategic plan are people center L4
strategic plan vision and solution is forward focus L5
Strategic plan future profit L5







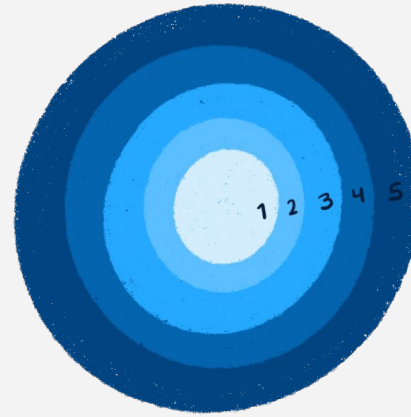


ESTAMOS
CREANDO



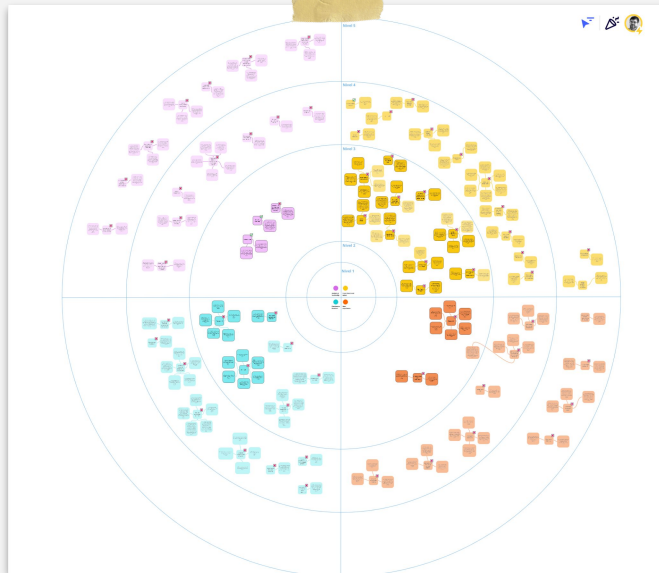
Design maturity index BBVA

Abril 2020



LEVELS

1. PRODUCERS
2. CONNECTORS
3. ARCHITECTS
4. SCIENTISTS
5. VISIONARIES



INDICATORS



Preguntas Analytical Leadership

Nivel 2 Conectores	
Pregunta 1	0
Pregunta 2	0.75
Pregunta 3	0.25

Nivel 3 Arquitecto	
Pregunta 4	0.75
Pregunta 5	0.5
Pregunta 6	0.75
Pregunta 7	0.5
Pregunta 8	0.5
Pregunta 9	0.25

Nivel 4 Científicos	
Pregunta 10	0.25
Pregunta 11	1
Pregunta 12	0.5
Pregunta 13	0.75
Pregunta 14	0.75
Pregunta 15	0
Pregunta 16	0.75
Pregunta 17	0.75
Pregunta 18	0.75
Pregunta 19	0.75
Pregunta 20	0.25
Pregunta 21	0.5
Pregunta 22	0.25
Pregunta 23	0.34
Pregunta 24	0.34
Pregunta 25	0.25
Pregunta 26	0.5

Nivel 5 Visionarios	
Pregunta 27	0.75
Pregunta 28	0.5
Pregunta 29	0.5
Pregunta 30	0.5
Pregunta 31	0.75
Pregunta 32	0.5
Pregunta 33	0.25
Pregunta 34	0
Pregunta 35	0.75
Pregunta 36	0.75
Pregunta 37	0.75
Pregunta 38	0.25
Pregunta 39	0
Pregunta 40	0.34
Pregunta 41	0.34
Pregunta 42	0.34
Pregunta 43	0.67

Preguntas-Cross Functional Talent

Nivel 2 Conectores	
Pregunta 45	0.75
Pregunta 112	0.25
Pregunta 47	1

Nivel 3 Arquitecto	
Pregunta 48	0.5
Pregunta 49	0.75
Pregunta 50	0.5
Pregunta 51	0.5
Pregunta 52	0.75
Pregunta 53	0.75
Pregunta 54	0.5
Pregunta 55	0.75
Pregunta 56	0.5
Pregunta 57	0.75
Pregunta 58	0.75
Pregunta 59	0.5
Pregunta 60	0.25
Pregunta 61	0.75
Pregunta 62	0.75
Pregunta 63	0.5
Pregunta 64	0.5
Pregunta 65	0.75
Pregunta 66	0.5
Pregunta 67	0.5
Pregunta 68	1
Pregunta 69	0.5
Pregunta 70	0.5
Pregunta 71	0.25
Pregunta 72	1
Pregunta 73	0.75
Pregunta 74	0.75
Pregunta 75	0.75
Pregunta 76	0.5
Pregunta 77	0.75
Pregunta 78	0.5
Pregunta 79	0
Pregunta 80	0
Pregunta 81	0.5

Nivel 4 Científicos	
Pregunta 82	0.34
Pregunta 83	0.25
Pregunta 84	0
Pregunta 85	0.5
Pregunta 86	0.5
Pregunta 87	0.5
Pregunta 88	0
Pregunta 89	0

Preguntas-Continuous Iteration

Nivel 2 Conectores	
Pregunta 111	0.25
Pregunta 112	0.25
Pregunta 113	0.75

Nivel 3 Arquitecto	
Pregunta 114	0.25
Pregunta 115	0.25
Pregunta 116	0.5
Pregunta 117	0.25
Pregunta 118	0.25
Pregunta 119	0.25
Pregunta 120	0.75
Pregunta 121	0.75
Pregunta 122	0.5
Pregunta 123	0.75
Pregunta 124	0.5
Pregunta 125	0
Pregunta 126	1
Pregunta 127	0.5
Pregunta 128	0.25
Pregunta 129	0.75
Pregunta 130	0.5
Pregunta 131	0.5
Pregunta 132	0.5
Pregunta 133	0.25

Nivel 4 Científicos	
Pregunta 134	0.25
Pregunta 135	0.5
Pregunta 136	0.5
Pregunta 137	0.75
Pregunta 138	0.75
Pregunta 139	0.67
Pregunta 140	0.67
Pregunta 141	0.25
Pregunta 142	0.5
Pregunta 143	0.34
Pregunta 144	0.5
Pregunta 145	0.25
Pregunta 146	0.5
Pregunta 147	0.25
Pregunta 148	0.25
Pregunta 149	0.25
Pregunta 150	0.75
Pregunta 151	0.5
Pregunta 152	0.25
Pregunta 153	0.5

Nivel 5 Visionarios

Preguntas User Experience

Nivel 2 Conectores	
Pregunta 156	0.75
Pregunta 157	0.75
Pregunta 158	0.75
Pregunta 159	0.5
Pregunta 160	0.75
Pregunta 161	0.5

Nivel 3 Arquitecto	
Pregunta 162	0.5
Pregunta 163	0.25
Pregunta 164	0.5
Pregunta 165	0.5
Pregunta 166	0.5
Pregunta 167	0.25
Pregunta 168	0.75
Pregunta 169	0.75
Pregunta 170	0.5
Pregunta 171	0

Nivel 4 Científicos	
Pregunta 172	0.5
Pregunta 173	0
Pregunta 174	0.5
Pregunta 175	0.5
Pregunta 176	0.75
Pregunta 177	0.75
Pregunta 178	0.5
Pregunta 179	0.75

Nivel 5 Visionarios	
Pregunta 180	0.5
Pregunta 181	0
Pregunta 182	0
Pregunta 183	0
Pregunta 184	0.5
Pregunta 185	0.5
Pregunta 186	0.25
Pregunta 187	0.25
Pregunta 188	0.5
Pregunta 189	0.25
Pregunta 190	0.5

Nivel 5 Visionarios	
Pregunta 191	0.5
Pregunta 192	0.5
Pregunta 193	0.5
Pregunta 194	0
Pregunta 195	0
Pregunta 196	0
Pregunta 197	0.5
Pregunta 198	0.5

# pregunta	Cualidad	Preguntas	Respuesta	Resultados
111	Proceso de Ideación	¿Los scrum teams tienen al menos una sesión de trabajo colaborativa a la semana?	en desacuerdo	0.25
112	Proceso de Ideación	¿Se incluye a todos los miembros del equipo en los procesos de ideación?	en desacuerdo	0.25
113	Proceso de Ideación	¿Se crean wireframes rápidos en los procesos de ideación junto a nuestros stakeholders?	de acuerdo	0.75
114	Proceso de Ideación	¿Cómo mejoramos la ideación? Desarrollamos múltiples ideas para resolver las necesidades del usuario durante el proceso de ideación	en desacuerdo	0.25
115	Proceso de Ideación	¿Cómo mejoramos la ideación? ¿Integramos a nuestros stakeholders clave en el proceso de ideación?	en desacuerdo	0.25
116	Research I	El propósito de nuestra investigación de usuarios es claro	ni de acuerdo ni	0.5
117	Research I	El entorno de las pruebas se elige para proporcionar los resultados más precisos, ej pruebas de usuarios en entorno normal	en desacuerdo	0.25
118	Research I	Su empresa utiliza información derivada solo de investigaciones cualitativas	en desacuerdo	0.25
119	Research I	Su empresa utiliza información derivada solo de investigaciones cuantitativas	en desacuerdo	0.25
120	Research I	Probamos ideas con los usuarios para determinar cuáles priorizar	de acuerdo	0.75
121	Research I	BBVA prueba ideas de productos y servicios con usuarios finales durante la investigación de usuarios	de acuerdo	0.75
122	Research II	La campaña prueba y refina los primeros conceptos con usuarios finales	ni de acuerdo ni	0.5
123	Research II	La campaña prueba y refina prototipos con usuarios finales	de acuerdo	0.75
124	Research II	La campaña prueba y refina las características individuales de los productos con los usuarios finales	ni de acuerdo ni	0.5
125	Research II	¿Cuál de los siguientes considera que son grupos de interés distinto en sus productos o servicios? - Usuarios finales - Proveedores - Clientes - No clientes - Organismos reguladores	Ninguna	0
126	Research II	¿Con cuál de los siguientes grupos se comparten los prototipos de productos / servicios? - Usuarios finales - Proveedores - Clientes - No clientes - Organismos reguladores	Todos	1
127	Capacidades de equipo	Nuestros equipos de desarrollo tienen la experiencia suficiente para completar cada proyecto, ej. capacidades suficientes y mezcla de talentos	ni de acuerdo ni	0.5
128	¿Qué datos necesitamos?	competencia, entrevistas con la fuerza de ventas, notas de prensa / búsqueda de noticias, consorcios industriales y conferencias	en desacuerdo	0.25
129	¿Qué datos necesitamos?	Los equipos de diseño recopilan información al desarrollar productos / servicios a partir del análisis de usuarios finales, ej. investigación etnográfica, encuestas cuantitativas de usuarios	de acuerdo	0.75
130	Proceso de desarrollo de producto	La forma en que trabajan los equipos de desarrollo se ha estandarizado para facilitar la interacción y la comunicación	ni de acuerdo ni	0.5
131	Proceso de desarrollo de producto	El proceso de desarrollo se divide en múltiples fases de diseño designadas que se utilizan para experimentar, repetir las divisiones de retroalimentación del usuario y refinar prototipos.	ni de acuerdo ni	0.5
132	Proceso de desarrollo de producto	Los equipos de desarrollo realizan controles diarios durante las fases de diseño para compartir el progreso, resolver problemas y mejorar la alineación	ni de acuerdo ni	0.5
133	Proceso de desarrollo de producto	Entre las fases de diseño, los miembros del equipo se reúnen para revisar y discutir el progreso y establecer métricas para la siguiente fase	en desacuerdo	0.25
134	Investigación cualitativa integrada al proyecto	Todo el equipo de desarrollo (por ejemplo, diseño, marketing, finanzas, ingeniería, adquisiciones) se reúne al menos dos veces en persona durante un día completo durante la fase de investigación para empapar de las ideas	en desacuerdo	0.25
135	Investigación cualitativa integrada al proyecto	Los productos o servicios se prueban con los usuarios finales después de su lanzamiento.	ni de acuerdo ni	0.5
136	Reacción por retroalimentación del usuario	Somos lo suficientemente flexibles como para divergir rápidamente de las ideas iniciales a mejores opciones gracias a la investigación con usuario durante el proceso de desarrollo	ni de acuerdo ni	0.5
137	Investigación cualitativa integrada al proyecto	El plan de investigación de usuario siempre combina las ideas de los usuarios finales, comerciales y otras partes interesadas	de acuerdo	0.75
138	Investigación cualitativa integrada al proyecto	Los participantes en la investigación son representativos de la población de usuarios finales	de acuerdo	0.75
139	Investigación cualitativa integrada al proyecto	¿Qué métodos de investigación cualitativa se utilizan en BBVA? - User diary - Entrevistas a profundidad - Entrevistas etnográficas - Triadas o diadas - Time lapse video	De 2 a 3 método	0.67

Resultados preliminares MX (WIP)

Resultados	
Preguntas Analytical Leadership	21.21
Preguntas-Cross Functional Talent	35.09
Preguntas-Continuous Iteration	20.68
Preguntas User Experience	20.5
TOTAL	97.48
CALIFICACIÓN	48.50 de 100%

En el diagnóstico preliminar, podemos ver que el pilar más fuerte del equipo es **Cross-functional Talent**, esto quiere decir que nuestros esfuerzos por hacer que el diseño centrado en el usuario sea de todos se está reflejando dentro de la organización. También dice mucho del trabajo que las Design-Ops han hecho en procurar la efectividad, eficiencia y crecimiento dentro del equipo de diseño.

Mientras que el pilar más débil es el de **User Experience** esto quiere decir que nuestros insights de lo que el usuario quiere se quedan en un primer nivel, no ampliamos nuestro panorama para generar nuevas oportunidades y nos limitamos a nuestro propio ecosistema, esto nos lleva a limitar nuestras oportunidades y la experiencia del usuario.

Acciones y recomendaciones V0.2 MX (WIP)

Liderazgo analítico
BBVA mide y direcciona el rendimiento del área de diseño con el mismo rigor que a ingresos y costos.

Talento multidisciplinario
Hacer del diseño centrado en el usuario responsabilidad de todos, no una función aislada.

Iteración continua
Mitigar el riesgo de desarrollo gracias a la escucha continua, pruebas, e iterando con los usuarios.

Experiencia de usuario
Derribar las paredes internas entre el diseño físico, digital, y de servicios.

Métricas de diseño
Para la toma de decisiones de negocio

Propuesta de valor
Para los diseñadores, reclutamiento, retención y formación del talento

Investigación
Cualitativa y cuantitativa para la toma de decisiones de producto

User Journeys +
Entendimiento de los ecosistemas de necesidades de los usuarios

Influencia y presencia
De los líderes de diseño dentro de BBVA y hacia el exterior

Productividad
De la disciplina de diseño, asegurando su efectividad

Creación producto
Mejora del proceso, desde ideación hasta el desarrollo

Tiempo de calidad
Con los clientes y usuarios

Descontinuar
Proyectos que no satisfacen las necesidades de los clientes

Agile + UX
Integración de los modelos de trabajo y equipos

Datos
Habilitación de procesos para la disponibilidad y análisis de datos

User center
Asegurar la toma de decisiones en base a las necesidades de los usuarios

Estrategia UX
Sobre la experiencia que buscamos tengan nuestros usuarios

Liderazgo analítico

BBVA mide y direcciona el rendimiento del área de diseño con el mismo rigor que a ingresos y costos.

Métricas de diseño

Para la toma de decisiones de negocio (Heidy)

21	Los líderes del equipo basan sus decisiones estratégicas en una combinación de datos financieros, operativos y de diseño / usuario	si de acuerdo ni de acuerdo ro	0.5
22	Cada mes, los líderes revisan las métricas de diseño sobre la satisfacción del usuario sobre productos / servicios específicos y comparan los resultados con los de la competencia	en de acuerdo ni de acuerdo ro	0.25
23	¿Con qué frecuencia se miden las métricas de diseño cuantitativas con los usuarios una vez que se lanza un producto / servicio?	Las métricas cuantitativas se miden una vez	0.34
24	¿Con qué frecuencia se miden las métricas de diseño cuantitativas con los usuarios durante el desarrollo?	Las métricas cuantitativas se miden una vez	0.34
25	Los diseñadores definen los KPI's o OKR's del proyecto a desarrollar, para así poder tener claridad sobre los resultados esperados	en de acuerdo ni de acuerdo ro	0.25

Influencia y presencia

De los líderes de diseño dentro de BBVA y hacia el exterior (Marilena)

8	El Design Head de BBVA es una voz influyente en la industria fuera de su empresa.	si de acuerdo ni de acuerdo ro	0.5
9	Algunos de nuestros diseñadores son reconocidos en la industria fuera de la empresa, y son figuras motivacionales dentro del equipo	en de acuerdo ni de acuerdo ro	0.25
12	BBVA Design Head, lidera activamente los esfuerzos de mejora del negocio	si de acuerdo ni de acuerdo ro	0.5
20	El equipo de diseño participa activamente en conferencias de diseño o blogs donde exponen la innovación o casos de éxito dentro de BBVA	en de acuerdo ni de acuerdo ro	0.25
30	El Design Head de BBVA toma parte del equipo de liderazgo más importante de la empresa.	si de acuerdo ni de acuerdo ro	0.5

Descontinuar

Proyectos que no satisfacen las necesidades de los clientes (Process + Heads)

10	BBVA es capaz de suspender o posponer rápidamente los productos o servicios que no satisfacen las necesidades de los usuarios o que no están suficientemente diferenciados de la competencia.	en de acuerdo ni de acuerdo ro	0.25
----	---	--------------------------------	------

Estrategia UX

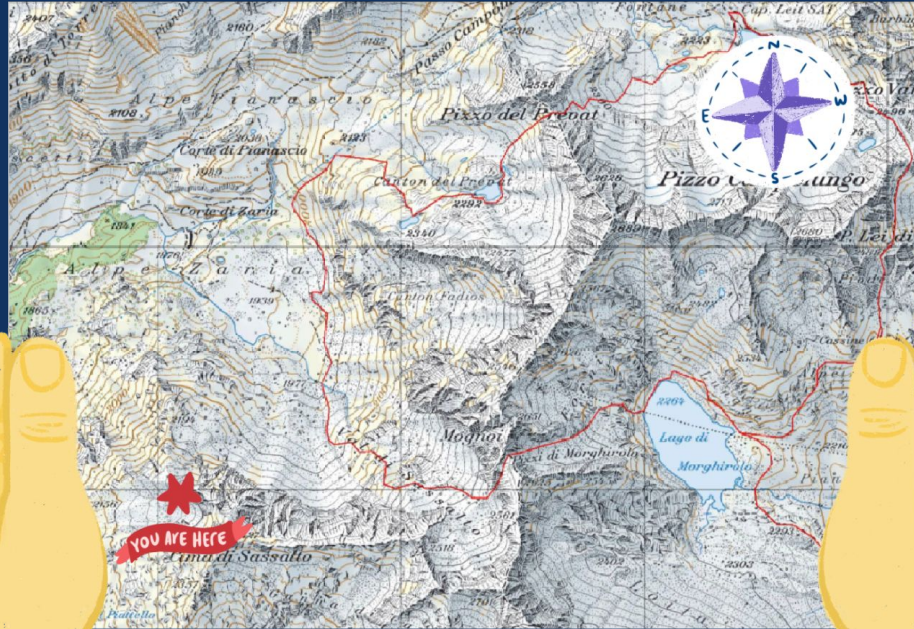
Sobre la experiencia que buscamos tengan nuestros usuarios (Nora + Heidy)

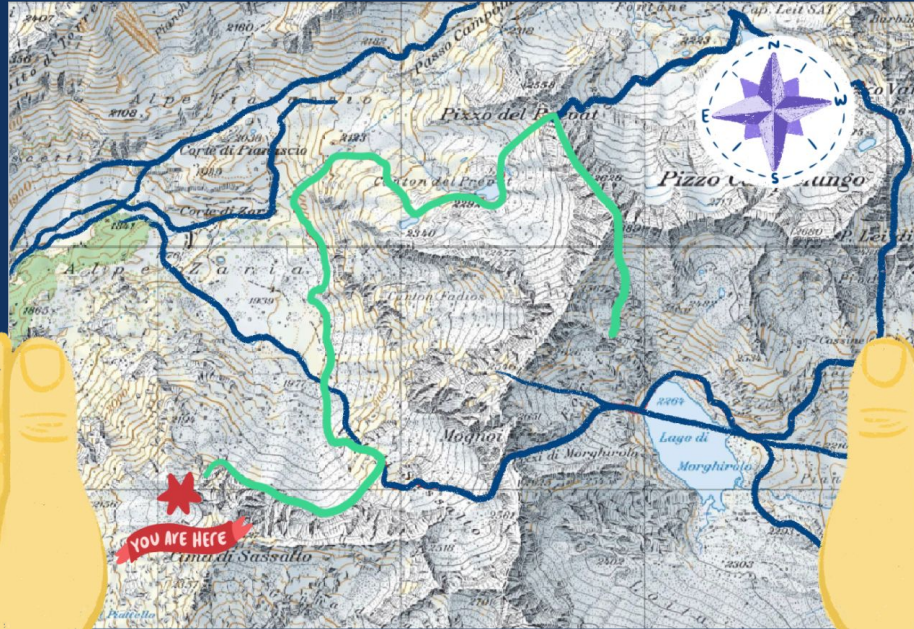
4	¿BBVA tiene un plan estratégico basado en ideas distribuidas de los clientes que permitirá distinguirse de la competencia?	si de acuerdo ni de acuerdo ro	0.5
12	BBVA Design Head, lidera activamente los esfuerzos de mejora del negocio	si de acuerdo ni de acuerdo ro	0.5
15	El plan estratégico de BBVA incluye pronósticos cuantitativos sobre las futuras necesidades de sus clientes.	Totalmente de acuerdo ni de acuerdo ro	0
21	Los líderes del equipo basan sus decisiones estratégicas en una combinación de datos financieros, operativos y de diseño / usuario	si de acuerdo ni de acuerdo ro	0.5



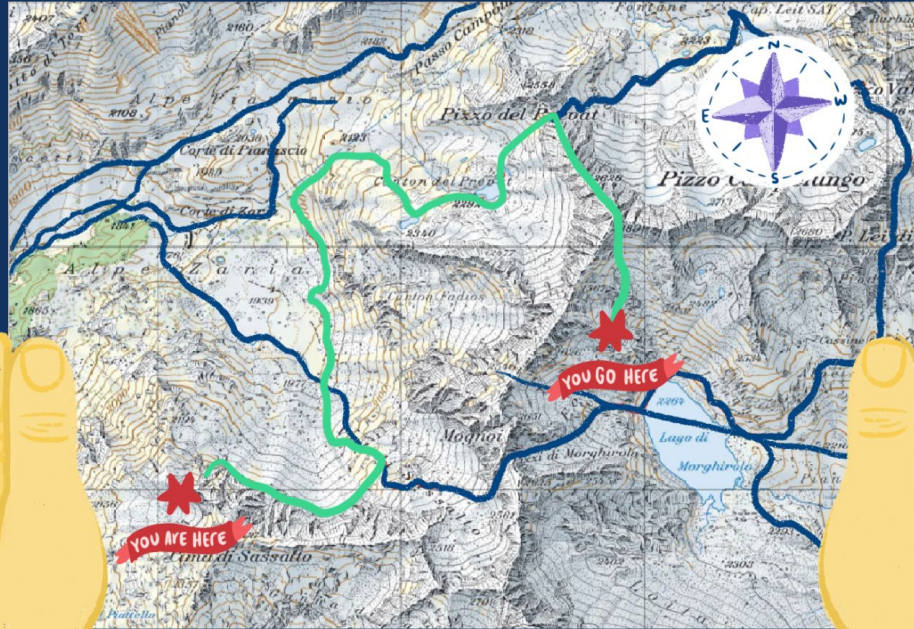


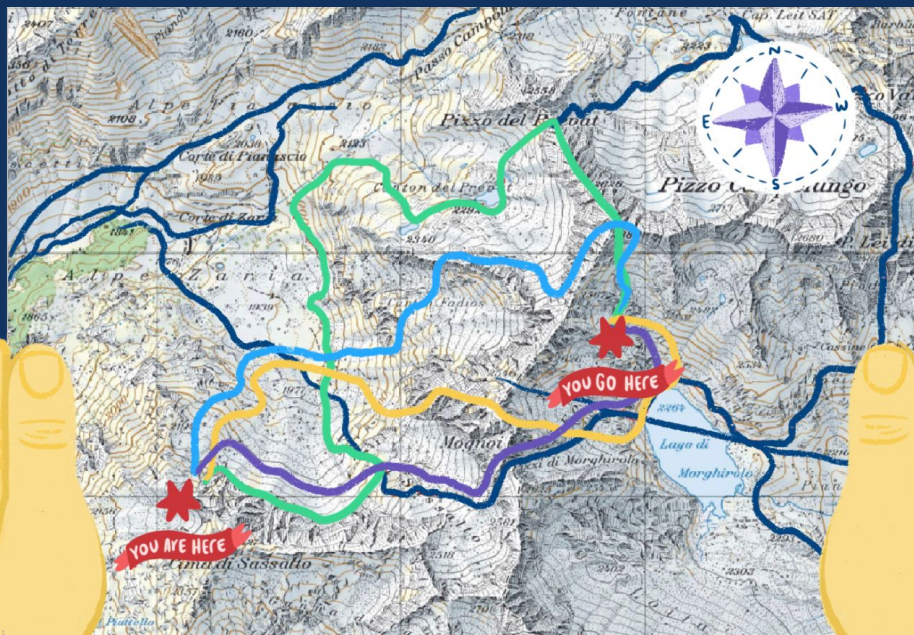
¡VAMOS!

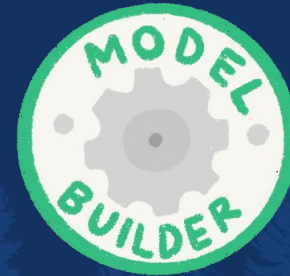




YOU ARE HERE









i GRACIAS!

 [benjaminreal](#)



[@cravoooola](#)

[@pioiapico](#)

[@jaidy_q](#)

[@ioeth](#)

[@alebortoni](#)

[@giivis](#)

[@idvictorgarcia](#)

[@zairamanda](#)

[@ignaciovaldes](#)

[@ntexa](#)

[@marianpedroza](#)

[@benjaminre35](#)

[@bbriuses](#)