

# Design Thinking

**OLDBOY** aplica en sus proyectos **Design Thinking**, una eficaz metodología de trabajo, creada por la **Universidad de Stanford**, para **potenciar la creatividad y la innovación**.

En ella se pone al consumidor o **cliente final en el centro de la estrategia** y para lograrlo resulta esencial tener un profundo y adecuado conocimiento de sus intereses, deseos y necesidades.

Consta, a grandes rasgos, de los siguientes pasos:

## **Entender y empatizar**

Para descubrir las auténticas motivaciones del consumidor es clave conocerlo de cerca. Si las entendemos y logramos hacerlas nuestras, **acertaremos en el planteamiento creativo** de la solución.

## **Definir el objetivo**

Una vez identificado correctamente el problema o necesidad podremos definir un **objetivo concreto** a alcanzar con una solución innovadora.

## **Crear y prototipar**

Creamos en equipo y encontramos las soluciones conjuntamente. Muchas veces con una **participación abierta a todos los actores, internos y externos**, relacionados con la marca o el proyecto. Todas las aportaciones suman y son bienvenidas.

De ahí surgirá un **prototipo o maqueta** que nos permitirá seguir evaluando, corrigiendo y afinando la solución.

## **Testear e implementar**

Exponemos nuestros prototipos al consumidor o cliente final buscando comprobar que responden a sus expectativas. Tras su valoración se realizarán **ajustes o nuevos prototipos**. A continuación **ya se implementa el proyecto en sus fases finales** de ejecución y lanzamiento.

