

Service Design: ¿Qué es y cómo aplicarlo en tu empresa?

Cada vez más empresas han empezado a invertir en *Service Design* o Diseño de Servicios, cuyo objetivo es colocar al consumidor en el centro de la actividad empresarial.

Y es que el sector de servicios es, sin lugar a duda, el motor de la **economía peruana**. De hecho, representa el 41,7% del Producto Bruto Interno, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). Además, se espera que siga creciendo a pasos acelerados en los próximos años.

“No obstante, solo las organizaciones que empiecen a incorporar el **Service Design** en sus estrategias de negocios podrán sobresalir en el futuro”, apuntó Eduardo Velarde, coordinador académico de Marketing e Innovación de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL).

“Anteriormente, la ventaja competitiva de una empresa radicaba en su gran capacidad industrial. Hoy, en cambio, depende de la calidad de su servicio y el tipo de experiencia que le ofrece a sus consumidores. Y es que, con la democratización de internet, el cliente de hoy está más informado y es más exigente, compara precios y compra a través del celular, evalúa la calidad de los productos o servicios que adquiere y los juzga abiertamente en redes sociales”, sostuvo el especialista.

Frente a este nivel de consumo, explica Velarde, las empresas están invirtiendo en **Service Design** o **Diseño de Servicios**, cuyo objetivo es colocar al **consumidor** en el centro de la actividad empresarial para empatizar con él, pensar como él, comprender sus necesidades, anhelos y expectativas, a fin de crear nuevas estrategias de atención al público y mejorar las que ya tienen para que sean fáciles, atractivas, útiles y memorables para el usuario.

En ese sentido, el especialista de UCAL dio a conocer cuatro pasos básicos para aplicar el **Service Design** en cualquier empresa, sea pequeña o grande:

1. Conocer al cliente

Para crear una buena estrategia de Service Design, lo primero que se debe hacer es escuchar activamente al cliente para comprender sus necesidades, expectativas o preferencias. Para lograrlo, es recomendable realizar encuestas, revisar los comentarios en redes sociales y conversar con ellos abiertamente.

2. Estructurar la idea

Luego de investigar a los usuarios y extraer conclusiones objetivas, es importante reunir a un equipo multidisciplinario para hacer lluvia de ideas, co-crear y desarrollar una estructura del servicio centrada en el **consumidor**.

3. Generar el prototipo

El siguiente paso es materializar las ideas en un prototipo que permitirá probar, analizar y validar la propuesta de servicio con consumidores. Este paso es fundamental para corregir y garantizar el éxito del Service Design.

4. Implementación del servicio

Una vez asegurada la eficacia de la solución, es momento de aplicarla en un escenario real. El éxito de la propuesta la determina el cliente, en la medida que consuma, repita y recomiende el servicio.

Finalmente, Velarde advierte que el *Service Design* se ha convertido en una necesidad para las empresas de hoy y será una prioridad para las organizaciones en el futuro. La evidencia está en que la demanda de especialistas en *Service Design* supera ya las 12 mil ofertas de trabajo a nivel Latam, según LinkedIn. “Frente a esta tendencia, UCAL se convertirá en la primera universidad del Perú en ofrecer esta carrera del futuro. Para más información, los invitamos a visitar nuestra página web”.