



Caso de estudio nº 3

Título	Móviles BlackBerry
Palabras clave	Design Thinking
Creado por	UNIDU
Idioma	Español
Caso de estudio	<p>Blackberry fue diseñado y desarrollado por RIM (Research in Motion) en 1999. Pionero en llevar servicios de correo electrónico a teléfonos móviles, BlackBerry se convirtió en el dispositivo favorito de líderes mundiales, hombres de negocios y famosos. Poseer un dispositivo BlackBerry era un símbolo de estatus. La empresa creció de 1999 a 2007 porque las innovadoras líneas de productos de la empresa fueron bien recibidas.</p> <p>La introducción del iPhone con pantalla táctil en 2007 desencadenó una caída crucial de los dispositivos portátiles Blackberry, y Blackberry perdió más de la mitad de su valor de mercado en dos años. Además, Blackberry no pudo anticipar el surgimiento de la "economía de las aplicaciones", lo que condujo a la adopción masiva de dispositivos basados en iPhone y Android.</p> <p>Preguntas:</p> <p>Con la información anterior, y usando las técnicas que hemos aprendido para generar ideas creativas, vamos a intentar resolver el problema al que se enfrenta BlackBerry, en concreto:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Definir el problema y formularnos un objetivo.2. Usar el marco del Design Thinking para generar ideas para llegar al objetivo formulado anteriormente.3. Usar la técnica del brainstorming para debatir sobre ideas extraídas en el paso anterior
Enlaces de referencia (si los hubiera)	https://www.blackberry.com/us/en https://www.feedough.com/why-did-blackberry-fail/
Tipo de material	CASO DE ESTUDIO

(Respuestas sugeridas en la página siguiente)



Respuestas sugeridas

Solución propuesta

Problema: falta de anticipación a las necesidades del mercado.

Principal objetivo: mantener su posición en el mercado.

Marco del Design Thinking

Centrado en el usuario – enfoque en los usuarios y en soluciones que satisfagan la necesidad del cliente. La empatía, combinada con un deseo de comprender y considerar las necesidades de los clientes, juegan un papel crítico en el desarrollo de soluciones personalizadas.

Marco del problema – cuestionar la manera tradicional en la que pensamos sobre la resolución de problemas. Seguir cuestionando y reformulando el problema para identificar un problema mayor y múltiples soluciones alternativas (similar a los seis sombreros pensantes, enfoque del problema desde distintos ángulos). El fracaso no se ve como algo malo, al contrario, sino como una oportunidad de aprender.

Diversidad – distintas maneras de ver un problema en concreto combinando distintas ideas de distintas personas. Esta diversidad se puede conseguir teniendo un equipo diverso con distintas habilidades y personalidades.

Visualización – hace que las ideas sean más tangibles y nos permite entender conceptos abstractos y captar todas las facetas ocultas en la ambigüedad de las palabras sueltas.

Lista de posibles actividades:

- Adoptar y desarrollar nuevas tecnologías de pantalla táctil;
- Invertir en innovación;
- Investigación de mercados en nuevas tendencias en el mercado: necesidades de los clientes y sus cambios;
- Centrarse en el desarrollo de un sistema operativo concreto de la empresa que sea amigable;
-