



18

AÑOS

REDBOX

# NUESTROS CLIENTES



Nacional Monte de Piedad.

POSADAS.



BBVA



Nestlé

DIAGEO



Sigma  
alimentos

El Palacio de Hierro



Aalsea 



cinépolis.



BEN & FRANK

Liverpool

mabe

HEMOS TRABAJADO EN  
MÁS DE **1,000 PROYECTOS**  
CON **80 COMPAÑÍAS** EN  
**12 PAÍSES** DIFERENTES



TENEMOS MÁS DE

350

SOLUCIONES

EN EL MERCADO

REDBOX

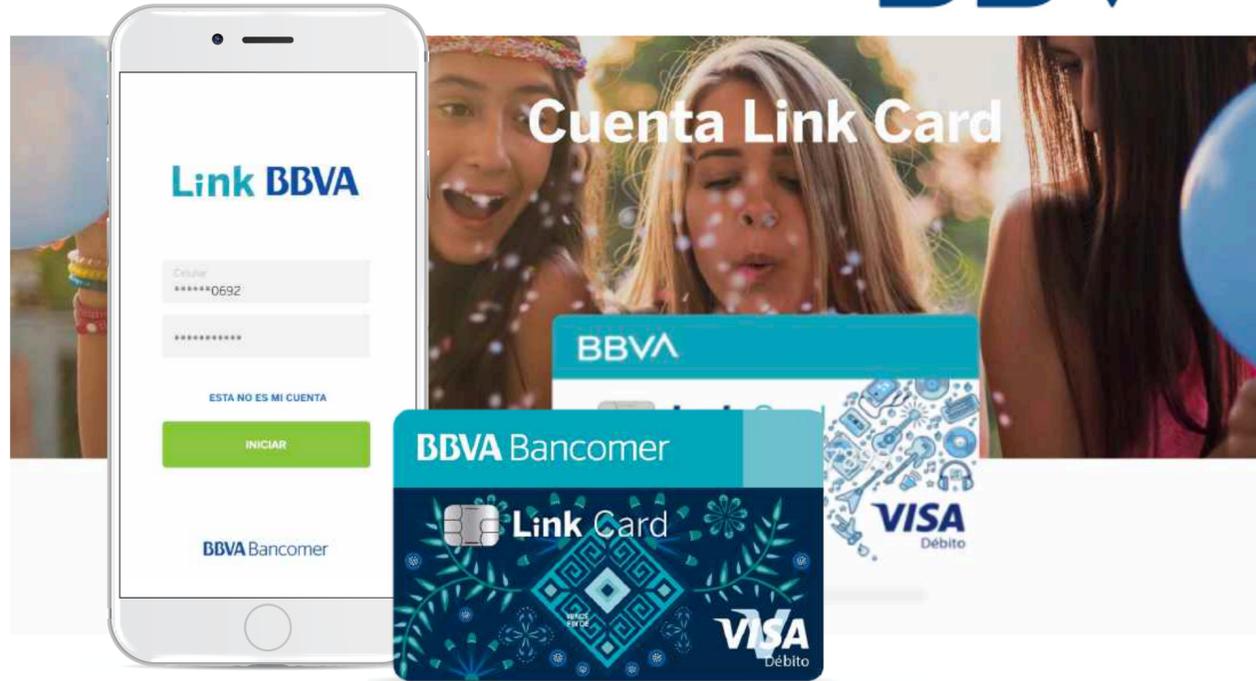
ESTO GUTIÉRREZ

CARNET

THE OATERY  
QUAKER

redboxinnovation.com

# BBVA



# cinépolis



# Domino's



# REDBOX

redboxinnovation.com



REDBOX

*Un plan para navegar los siguientes 18 a 24 meses*

A vertical bar on the left side of the slide, transitioning from yellow at the top to purple at the bottom.

# 01. DE DÓNDE VENIMOS

A vertical bar on the left side of the slide, transitioning from yellow at the top to purple at the bottom.

# 01. DE DÓNDE VENIMOS

## 02. TENSIONES

Grandes motivadores de cambio



## **01. DE DÓNDE VENIMOS**

## **02. TENSIONES**

Grandes motivadores de cambio

## **03. TRES CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO**

Claves a considerar para crear ventajas competitivas



## **01. DE DÓNDE VENIMOS**

## **02. TENSIONES**

Grandes motivadores de cambio

## **03. TRES CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO**

Claves a considerar para crear ventajas competitivas

## **04. ¿CÓMO APLICA A TU NEGOCIO?**

Ejercicio práctico



## **01. DE DÓNDE VENIMOS**

## **02. TENSIONES**

Grandes motivadores de cambio

## **03. TRES CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO**

Claves a considerar para crear ventajas competitivas

## **04. ¿CÓMO APLICA A TU NEGOCIO?**

Ejercicio práctico

# EMPECEMOS CON UNA PREGUNTA

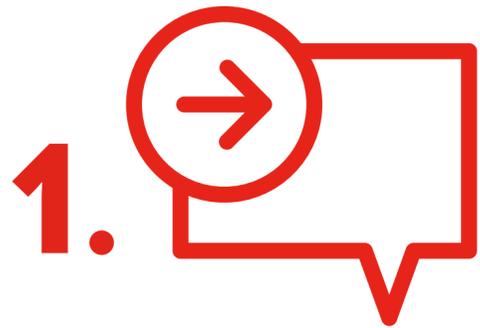
**¿CUÁNDO SUPISTE QUE EL  
MUNDO HABÍA CAMBIADO?**

LA **DISRUPCIÓN**  
NOS CAYÓ ENCIMA.

¿Y QUÉ  
**DEBEMOS/PODEMOS**  
HACER?

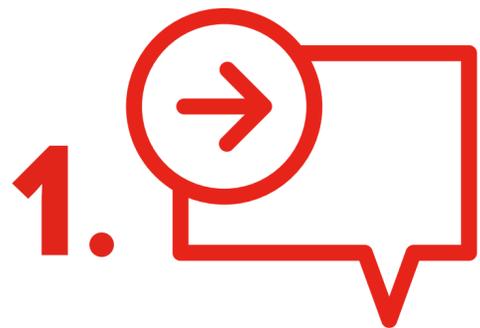
CADA DÍA CUENTA,  
**DEBEMOS ACTUAR RÁPIDO:**

# CADA DÍA CUENTA, **DEBEMOS ACTUAR RÁPIDO:**

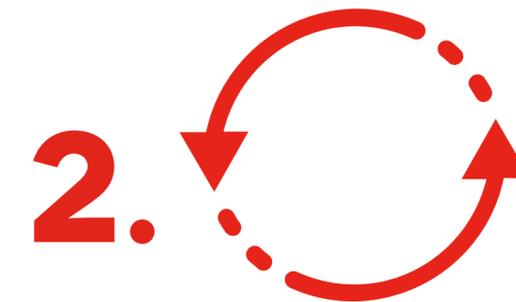


**1.**  
**Respondiendo ante  
la emergencia**  
*(Crisis Mode)*

CADA DÍA CUENTA,  
**DEBEMOS ACTUAR RÁPIDO:**



**Respondiendo ante  
la emergencia**  
*(Crisis Mode)*



**Reinventándonos para  
cuando el futuro llegue**  
*(Plan Ahead Mode)*



REDBOX

*Un plan para navegar los siguientes 18 a 24 meses*

EMPEZAMOS POR  
RECONOCER **LAS ETAPAS**  
**POR ATRAVESAR**

ATRAVESAREMOS **4 MOMENTOS**  
PARA LLEGAR AL MUNDO POST PANDEMIA

ATRAVESAREMOS **4 MOMENTOS**  
PARA LLEGAR AL MUNDO POST PANDEMIA

REACCIÓN

RECONSTRUCCIÓN

# ATRAVESAREMOS **4 MOMENTOS** PARA LLEGAR AL MUNDO POST PANDEMIA

**REACCIÓN**

**RECONSTRUCCIÓN**

**TENSIÓN**

**2020**

ABR      MAY      JUN

Adaptación frente a  
cambios constantes en  
donde se concentran los  
efectos de la pandemia.

# ATRAVESAREMOS **4 MOMENTOS** PARA LLEGAR AL MUNDO POST PANDEMIA

**REACCIÓN**

**RECONSTRUCCIÓN**

**TENSIÓN**

**DESCONGELAMIENTO**

**2020**

ABR      MAY      JUN

Adaptación frente a cambios constantes en donde se concentran los efectos de la pandemia.

JUL      AGO      SEP

Especulada recuperación pero limitada por los efectos sociales de la crisis.

# ATRAVESAREMOS **4 MOMENTOS** PARA LLEGAR AL MUNDO POST PANDEMIA

**REACCIÓN**

**RECONSTRUCCIÓN**

**TENSIÓN**

**DESCONGELAMIENTO**

**REACTIVACIÓN**

**2020**

ABR      MAY      JUN

Adaptación frente a cambios constantes en donde se concentran los efectos de la pandemia.

JUL      AGO      SEP

Especulada recuperación pero limitada por los efectos sociales de la crisis.

OCT      NOV      DIC

Reintegración a la nueva normalidad (temporal)

# ATRAVESAREMOS **4 MOMENTOS** PARA LLEGAR AL MUNDO POST PANDEMIA

**REACCIÓN**

**RECONSTRUCCIÓN**

**TENSIÓN**

**DESCONGELAMIENTO**

**REACTIVACIÓN**

**TRANSFORMACIÓN  
FINAL**

**2020**

ABR MAY JUN

Adaptación frente a cambios constantes en donde se concentran los efectos de la pandemia.

JUL AGO SEP

Especulada recuperación pero limitada por los efectos sociales de la crisis.

OCT NOV DIC

Reintegración a la nueva normalidad (temporal)

**2021**

ENE

Camino a la recuperación y al mundo post pandemia

**2022**

DIC

A CONTINUACIÓN, DEBES  
EVALÚAR EL **IMPACTO**  
**A EXPERIMENTAR**

# RECOMENDAMOS CONSIDERAR **3 DIMENSIONES DE IMPACTO**



# RECOMENDAMOS CONSIDERAR **3 DIMENSIONES DE IMPACTO**



**FACTOR POLÍTICO/  
SOCIAL**

# RECOMENDAMOS CONSIDERAR **3 DIMENSIONES DE IMPACTO**



**FACTOR POLÍTICO/  
SOCIAL**

**IMPACTO EN TU  
CATEGORÍA**

# RECOMENDAMOS CONSIDERAR **3 DIMENSIONES DE IMPACTO**



**FACTOR POLÍTICO/  
SOCIAL**

**IMPACTO EN TU  
CATEGORÍA**

**CAMBIOS EN EL  
CONSUMIDOR**

PARA ACCIONAR,  
ENFOQUÉMONOS EN UNA  
DIMENSIÓN

**REACCIÓN**

**RECONSTRUCCIÓN**

**TENSIÓN**

**DESCONGELAMIENTO**

**REACTIVACIÓN**

**TRANSFORMACIÓN FINAL**

**2020**

**2021**

ABR

MAY

JUN

JUL

AGO

SEP

OCT

NOV

DIC

ENE

DIC



**FACTOR POLÍTICO/  
SOCIAL**



**IMPACTO EN TU  
CATEGORÍA**



**CAMBIOS EN EL  
CONSUMIDOR**



## **01. DE DÓNDE VENIMOS**

La historia de Plan Fénix

## **02. TENSIONES**

Grandes motivadores de cambio

## **03. TRES CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO**

Claves a considerar para crear ventajas competitivas

## **04. ¿CÓMO APLICA A TU NEGOCIO?**

Ejercicio práctico

DETECTAMOS **DOS GRANDES TENSIONES**  
QUE ESTARÁN PRESENTES DURANTE LA ETAPA  
DE DESCONGELAMIENTO Y REACTIVACIÓN

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

# ¿POR QUÉ TENEMOS GANAS DE SALIR DEL CONFINAMIENTO?

- A Creemos que entre más pronto termine el confinamiento, más rápido empezará a llegar el nuevo normal a nivel personal, profesional o social.

*"Ya me urge regresar a trabajar para empezar a levantar el negocio."*

Verbalización.

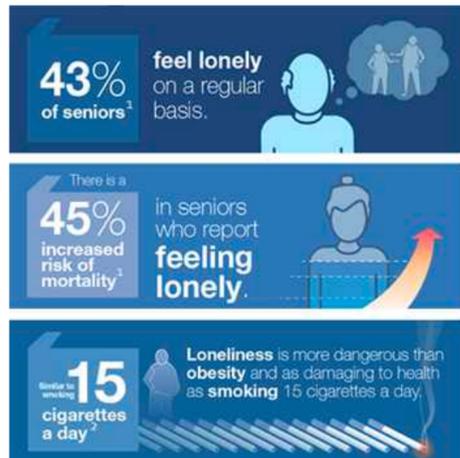
Ganas de salir

Miedo al contagio

# ¿POR QUÉ TENEMOS GANAS DE SALIR DEL CONFINAMIENTO?

B

Socialización a distancia no satisface del todo nuestras necesidades de conexión con los demás.



De acuerdo a The Health Resources and Services Administration, la soledad puede ser tan dañina como fumar 15 cigarros diarios.

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

# ¿POR QUÉ TENEMOS GANAS DE SALIR DEL CONFINAMIENTO?

- C Trabajo desde casa desgasta más porque es más difícil desconectarte de lo laboral durante tu tiempo libre si todo sucede en el mismo espacio.

Business

**Three Hours Longer, the Pandemic  
Workday Has Obliterated Work-Life  
Balance**

**Bloomberg**

**45%**

De los empleados dijo estar  
"quemado" por trabajar en casa.

Encuesta por Eagle Hill Consulting

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

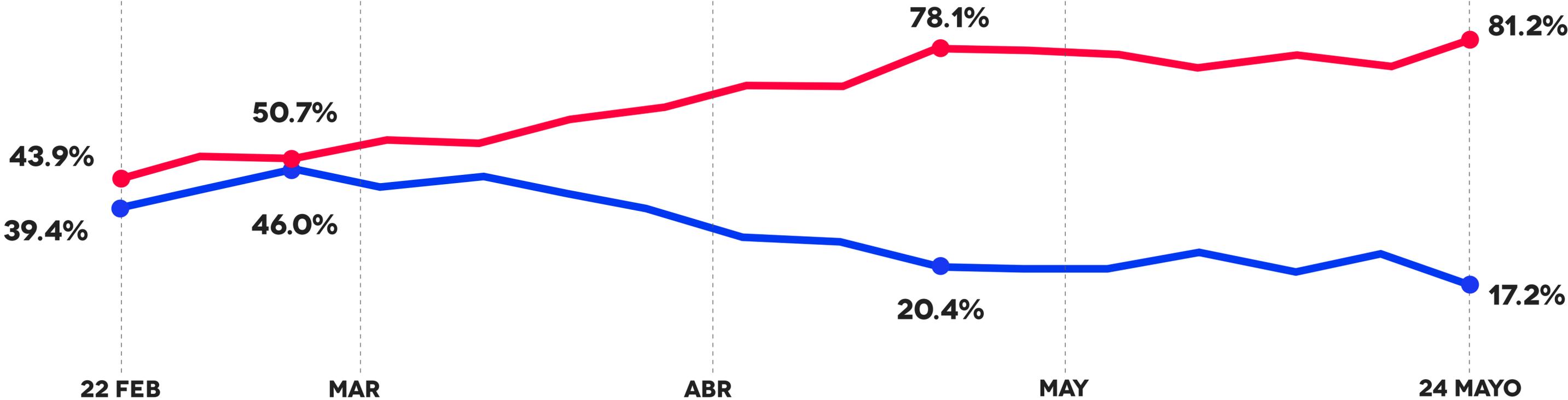
LA TENSIÓN SUCEDE PORQUE A ESTAS  
**GANAS DE SALIR DEL CONFINAMIENTO**  
SE LE CONTRAPONA EL **MIEDO AL CONTAGIO**



# 81% de mexicanos tiene mucho o algo de miedo al contagio.

¿Qué tanto miedo tiene de contagiarse usted o su familia?

**MUCHO/ALGO** **POCO/NADA**





Ganas de salir



Miedo al contagio

# NUESTRA LECTURA DE LA SITUACIÓN

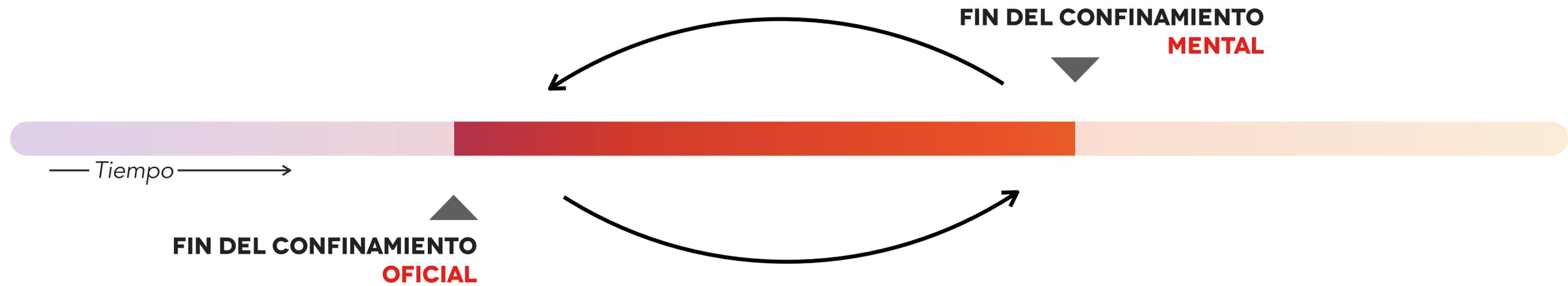
Aunque en los siguientes meses **terminará el confinamiento físico** de forma gradual, se **mantendrá el confinamiento mental** provocado por el miedo al contagio.





# NUESTRA LECTURA DE LA SITUACIÓN

Aunque en los siguientes meses **terminará el confinamiento físico** de forma gradual, se **mantendrá el confinamiento mental** provocado por el miedo al contagio.



Este confinamiento físico-mental se tensará y relajará de **forma cíclica** en los siguientes meses.



PIENSA

¿Qué puedes hacer para **aliviar la tensión** que existirá entre las ganas que la gente tendrá para volver a **interactuar** con tu negocio, producto o servicio y el **miedo al contagio**?

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

**POR EJEMPLO**

homesuitehome



Imágenes: Getty Images Europe

Home Suite Home es un proyecto creado en asociación con empresarios locales, restaurantes y artistas de Amsterdam para **crear una experiencia hotelera en casa.**

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

# ¿POR QUÉ SUBIRÁ LA NECESIDAD DE ESPARCIMIENTO Y FUGA EN LOS SIGUIENTES MESES?

A Estamos experimentando en mayor medida emociones “desagradables”:

- Preocupación **74%**
- Aburrimiento **52%**
- Ansiedad **49%**

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

LA TENSIÓN SUCEDE PORQUE A ESTO SE LE CONTRAPONA  
LA **RESTRICCIÓN ECONÓMICA GENERALIZADA QUE**  
**ESTAREMOS VIVIENDO EN MÉXICO**

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

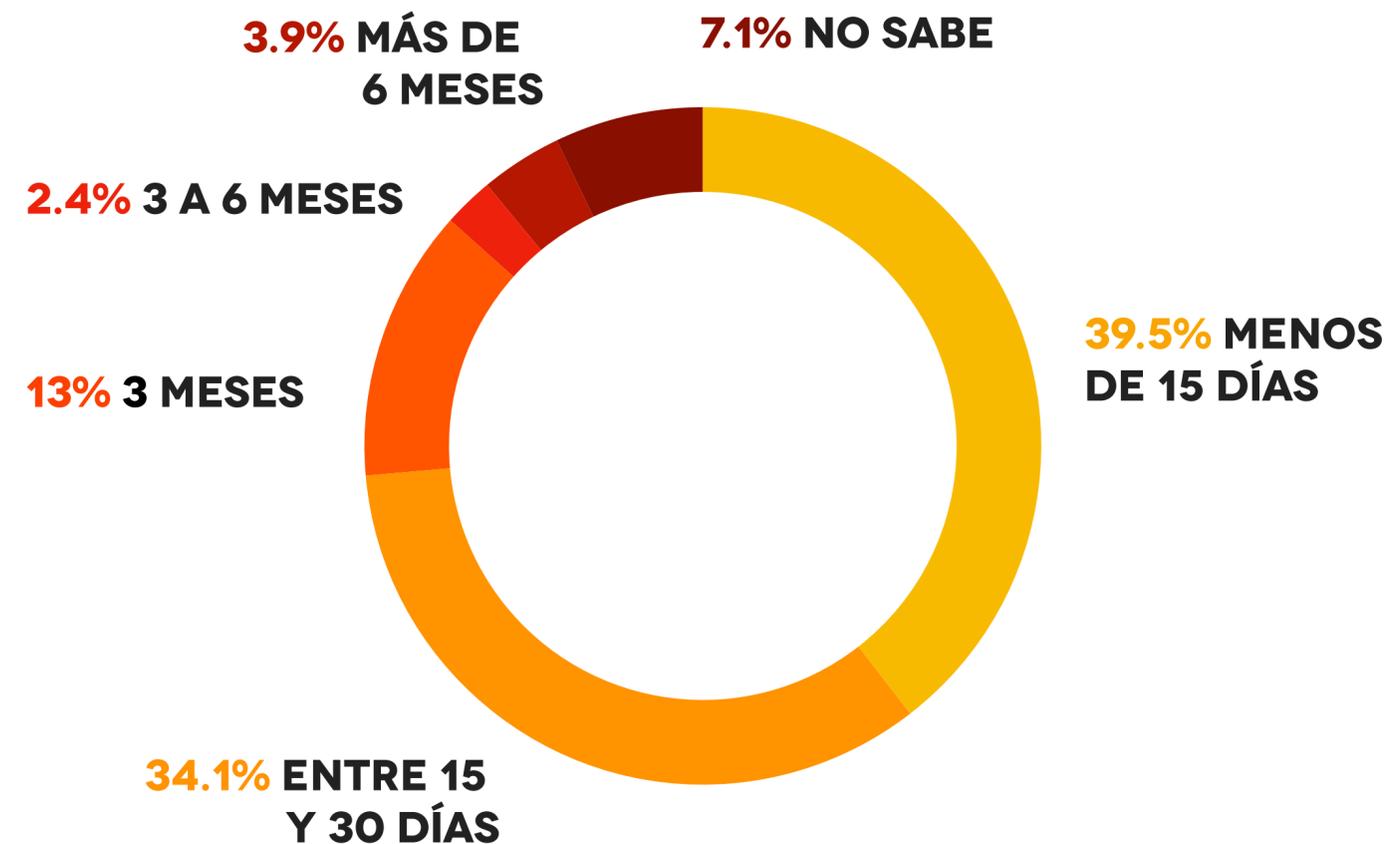


Restricción  
económica  
generalizada

# 83%

De los mexicanos **ha visto afectada su economía** personal en la actual emergencia sanitaria. (Mitofsky)

## El dinero que tiene le alcanza para:



Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

## Nuestra lectura de la situación:

Vamos a buscar esparcimiento, fuga e indulgencia

***low cost + low touch***



PIENSA

¿Qué puedes hacer para **aliviar la tensión** que existirá entre la necesidad de fuga, esparcimiento e indulgencia **alrededor de tu negocio, producto o servicio y la restricción económica?**

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia



Restricción  
económica  
generalizada

## Por ejemplo

 **SEGUROS  
MONTERREY**

*“Son momentos diferentes: es momento de cuidarse, estar en casa, abrazar, jugar, leer, divertirse, ser creativos y trabajar... Pero hoy la cena va por nosotros; es momento de descansar un ratito...”*

*En las buenas y en las malas aquí vamos a estar.*

**DANIELA VIEYRA**  
SEGUROS MONTERREY NEW YORK LIFE



TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

ESTAS TENSIONES **SE INCREMENTARÁN Y RELAJARÁN  
CONTINUAMENTE EN LOS SIGUIENTES 6 MESES**



Esto provocará **patrones de consumo inconsistentes**

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

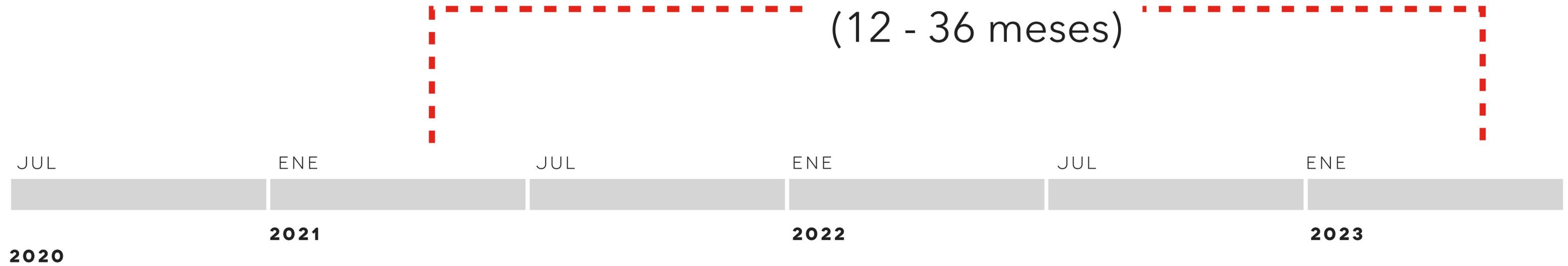
Restricción  
económica  
generalizada

¿CUÁNDO PODRÍAN **TERMINAR TOTALMENTE ESTAS TENSIONES?**

Cuando exista una vacuna o tratamiento y sean administrados a la población.

# Vacuna

(12 - 36 meses)



TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL

Ganas  
de salir

Miedo  
al contagio

Necesidad de  
esparcimiento,  
fuga, indulgencia

Restricción  
económica  
generalizada

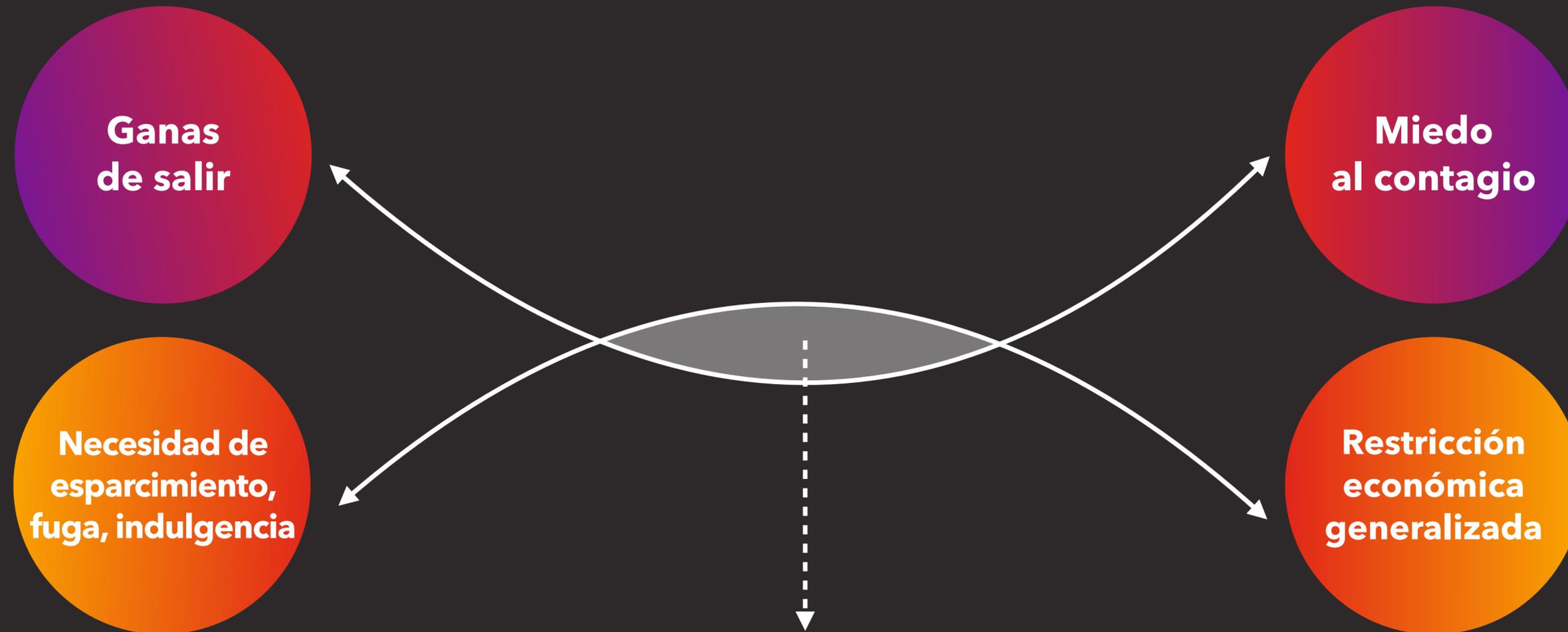
ESTAS DOS TENSIONES **ESTÁN RELACIONADAS ENTRE SÍ**

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN  
FINAL



**ELEGIREMOS CON MUCHO MAYOR CUIDADO QUÉ HACEMOS,  
DÓNDE LO HACEMOS, QUÉ CONSUMIMOS Y QUÉ CONTRATAMOS.**

Si quieres incrementar las posibilidades de que te elijan a ti en lugar de tu competencia, considera los siguientes **3 cambios en el comportamiento del consumidor mexicano durante los siguientes 6 meses.**



## **01. DE DÓNDE VENIMOS**

La historia de Plan Fénix

## **02. TENSIONES**

Grandes motivadores de cambio

## **03. TRES CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO**

Claves a considerar para crear ventajas competitivas

## **04. ¿CÓMO APLICA A TU NEGOCIO?**

Ejercicio práctico

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN FINAL

Ganas de salir

Miedo al contagio

Necesidad de esparcimiento, fuga, indulgencia

Restricción económica generalizada

CAMBIO 01

CAMBIO 02

CAMBIO 03

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN FINAL

Ganas de salir

Miedo al contagio

Necesidad de esparcimiento, fuga, indulgencia

Restricción económica generalizada

CAMBIO 01

CAMBIO 02

CAMBIO 03

## **CAMBIO 01**

**Preferencia por negocios, comercios, empresas y espacios que muestren evidencia de las acciones que están llevando a cabo para prevenir el contagio.**



No solo necesitas hacer esfuerzos de sanitización y de sana distancia, también debes asegurarte que la gente **se entere que lo estás haciendo.**

**IMPORTANTE**



**No** se trata de hacer y darle visibilidad a **acciones que incrementen el miedo al contagio.**



Restaurante Mediamatic - Amsterdam



Berliner Ensemble - Berlín



Parque Ang Moh Kio - Singapur



Bar La Hornada - Leganés, Madrid



Se trata de hacer y darle visibilidad a **acciones que relajen el miedo al contagio.**



Esuela en Hangzhou, China



**A future built on your wellbeing**

As we navigate the evolving realities of COVID-19, we are looking ahead to what the future of the workplace holds for all of us. Our teams are working tirelessly to ensure that whatever comes next that we'll be ready for it, together.

Above all else, we are committed to making sure that all our members can continue to work with peace of mind and focus on what matters most.

That's our promise to you.

**We'll see you at work.**



16 **wework**



Restaurante Maison Saigon - Bangkok, Tailandia

Por ejemplo

## Izu Shaboten Zoo



En el zoológico Japonés Izu Shaboten Zoo, además de usar tapabocas y sanitizante, en las cafeterías del parque **hay peluches osos, jirafas y más animales para garantizar los espacios** vacíos entre personas.

Por ejemplo

# LUSH



La compañía de productos de cuidado personal el higiene LUSH está usando sus escaparates en el Reino Unido para promover el lavado de manos e **invitar a las personas a entrar a la tienda**, lavarse las manos y descubrir las novedades de la marca.

# TAREA 01

## TAREA 01

Genera ideas para **darle visibilidad** a todo lo que estás haciendo para reducir el riesgo de contagio entre las personas que interactúan con tu negocio, producto o marca.



*Tip: Que estés haciendo cosas para prevenir el contagio, no quiere decir que tus clientes lo sepan. Es tu responsabilidad que se enteren.*



Izu Shaboten Zoo separa los espacios entre sus comensales utilizando animales de peluche.



Lush utiliza sus escaparates en Reino Unido para promover el lavado de manos

Ideas:

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN FINAL

Ganas de salir

Miedo al contagio

Necesidad de esparcimiento, fuga, indulgencia

Restricción económica generalizada

CAMBIO 01

CAMBIO 02

CAMBIO 03



## **CAMBIO 02**

**Preferencia por compañías, negocios, productos y servicios que muestran empatía ante la situación económica provocada por la pandemia.**



Ante los momentos de adversidad **se fortalece el posicionamiento** de aquellas compañías, negocios y marcas que fueron **empáticas** y no buscaron únicamente el beneficio propio.

# Por ejemplo



**hellolandlord**  
by SixFifty

## Can't pay your rent? We can help.

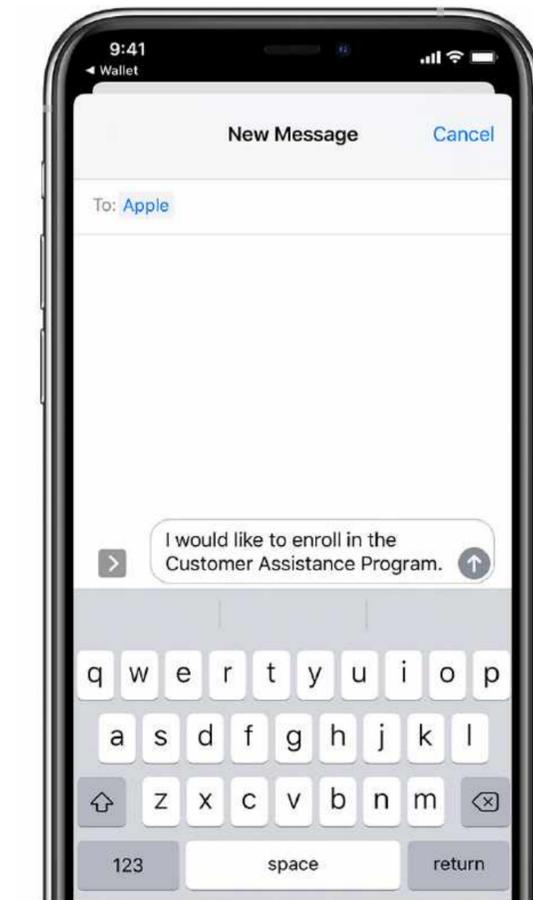
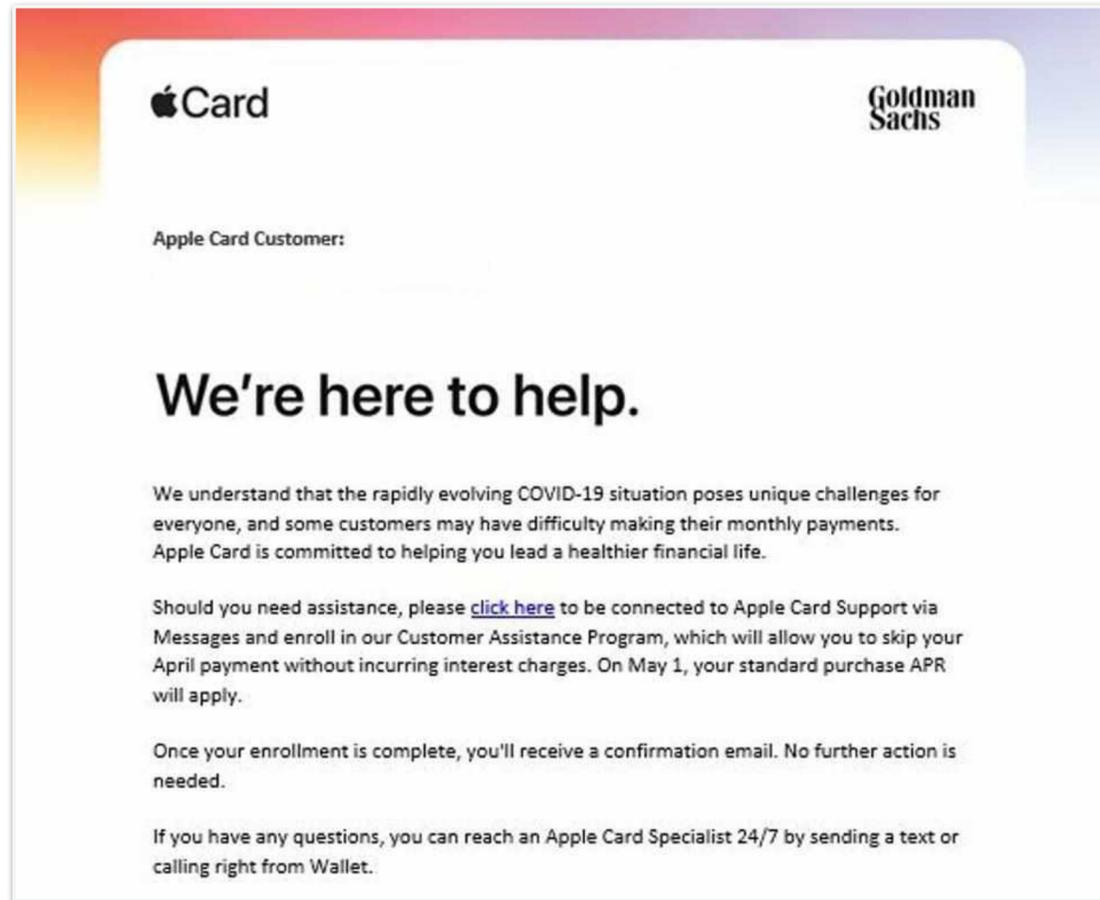
In many circumstances, the new federal stimulus does not allow landlords to evict renters who are struggling financially due to the COVID-19 emergency. Many states and cities have passed similar eviction restrictions. We'll help you write a letter that notifies your landlord (1) that you are struggling financially and (2) that the federal stimulus likely does not allow them to evict you.

Hello Landlord is a free tool by SixFifty.

[Get Started For Free](#)

*Hello Landlord* es una herramienta gratuita hecha por abogados y expertos en leyes para ayudar a inquilinos de propiedades a **redactar una carta para explicar por qué no han podido pagar su renta** y a resaltar su derecho a no ser desalojados.

# Por ejemplo



Apple Card creó el *Customer Assistance Program*, que permite a los usuarios **posponer su pago de junio**, sin ningún cargo adicional ni de intereses, reportándolos al buró de crédito como **no deudores**.

# TAREA 02

## TAREA 02

Genera ideas para **relajar la barrera económica** que experimentará la gente que interactúa con tu compañía, negocio, producto o servicio.



**Tip:** No solo pienses en bajar precio, también piensa **cómo aliviar el flujo de efectivo de la gente o cómo generar más valor** sin incrementar tus precios ni tus costos.



Hello Landlord ayuda a los inquilinos con respaldo legal para no ser desalojados de sus propiedades en renta.



AppleCard permite a sus usuarios enrolarse en un programa en donde postergan sus pagos de junio sin sufrir consecuencias económicas.

Ideas:

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN FINAL

Ganas de salir

Miedo al contagio

Necesidad de esparcimiento, fuga, indulgencia

Restricción económica generalizada

CAMBIO 01

CAMBIO 02

CAMBIO 03



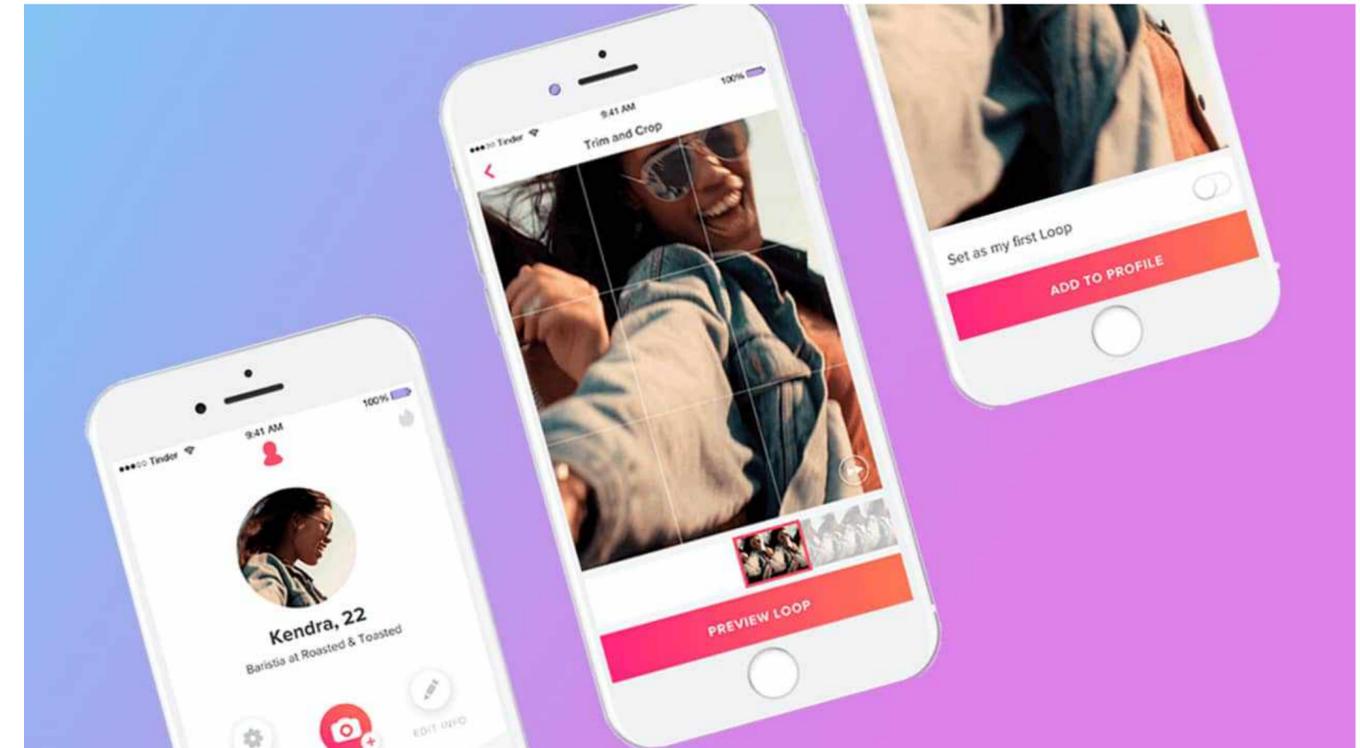
**CAMBIO 03**

**Búsqueda constante de ventanas de  
esparcimiento, fuga o indulgencia que sean  
low cost & low touch**



Ante el estado emocional provocado por el confinamiento y el miedo al contagio, **serán muy relevantes aquellas compañías, comercios, productos y servicios que logren ofrecer un buen rato a sus clientes sin exponerlos a riesgo de contagio y sin drenar su economía.**

Por ejemplo

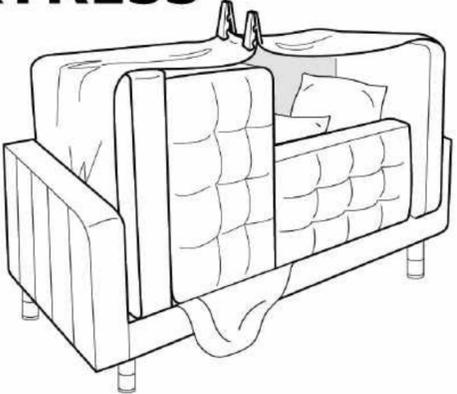


Tinder anunció sus planes para integrar al final del año 1:1 una **función de video-citas** en su aplicación. El equipo diseñará **su propio sistema de reconocimiento de imágenes** para evitar que la red social se vuelva insegura.

# Por ejemplo



## FÖRTRESS



LANDSKRONA x1    NATTJASMIN x2    MIALOTTA x1    VALBJÖRG x3

Make sure that the structure is safe. Do not leave children unattended.  
The suggested examples are not ofcial IKEA user guides for IKEA products.  
If you didn't find products mentioned in the instruction, use similar ones.

## CÅSTLE



STEFAN x4    KROKIG x1    NATTJASMIN x2    BLÖTSNÖ x1    TAULOV x1    VALBJÖRG x3

Make sure that the structure is safe. Do not leave children unattended.  
The suggested examples are not ofcial IKEA user guides for IKEA products.  
If you didn't find products mentioned in the instruction, use similar ones.



Ikea lanzó un set de manuales para **enseñarle a sus usuarios a convertir sus muebles en lugares para jugar** y desconectarse del día a día: castillos y fortalezas cobran vida con los instructivos tradicionales de la marca.

# TAREA 03

## TAREA 03

Genera ideas para darle momentos de esparcimiento, fuga e indulgencia *low cost* & *low touch* a tus clientes y colaboradores.



**Tip:** No importa que no estés en una industria relacionada al entretenimiento o a la indulgencia, **siempre hay formas de sorprender a tus clientes** colaborando con jugadores que sí estén en esos ámbitos.



Tinder lanzará una funcionalidad de video citas dentro de su aplicación



Ikea lanza manuales para divertirse con los muebles de casa

Ideas:

# RECAPITULANDO

TENSIÓN

DESCONGELAMIENTO

REACTIVACIÓN

TRANSFORMACIÓN FINAL

Ganas de salir

Necesidad de esparcimiento, fuga, indulgencia

Miedo al contagio

Restricción económica generalizada

CAMBIO 01

Preferencia por negocios, comercios, empresas y espacios que muestren evidencia de las acciones que están llevando a cabo para prevenir el contagio

CAMBIO 02

Preferencia por compañías, negocios, productos y servicios que muestran empatía ante la situación económica provocada por la pandemia

CAMBIO 03

Búsqueda constante de ventanas de esparcimiento, fuga o indulgencia que sean low cost & low touch



## **01. DE DÓNDE VENIMOS**

La historia de Plan Fénix

## **02. TENSIONES**

Grandes motivadores de cambio

## **03. TRES CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO**

Claves a considerar para crear ventajas competitivas

## **04. ¿CÓMO APLICA A TU NEGOCIO?**

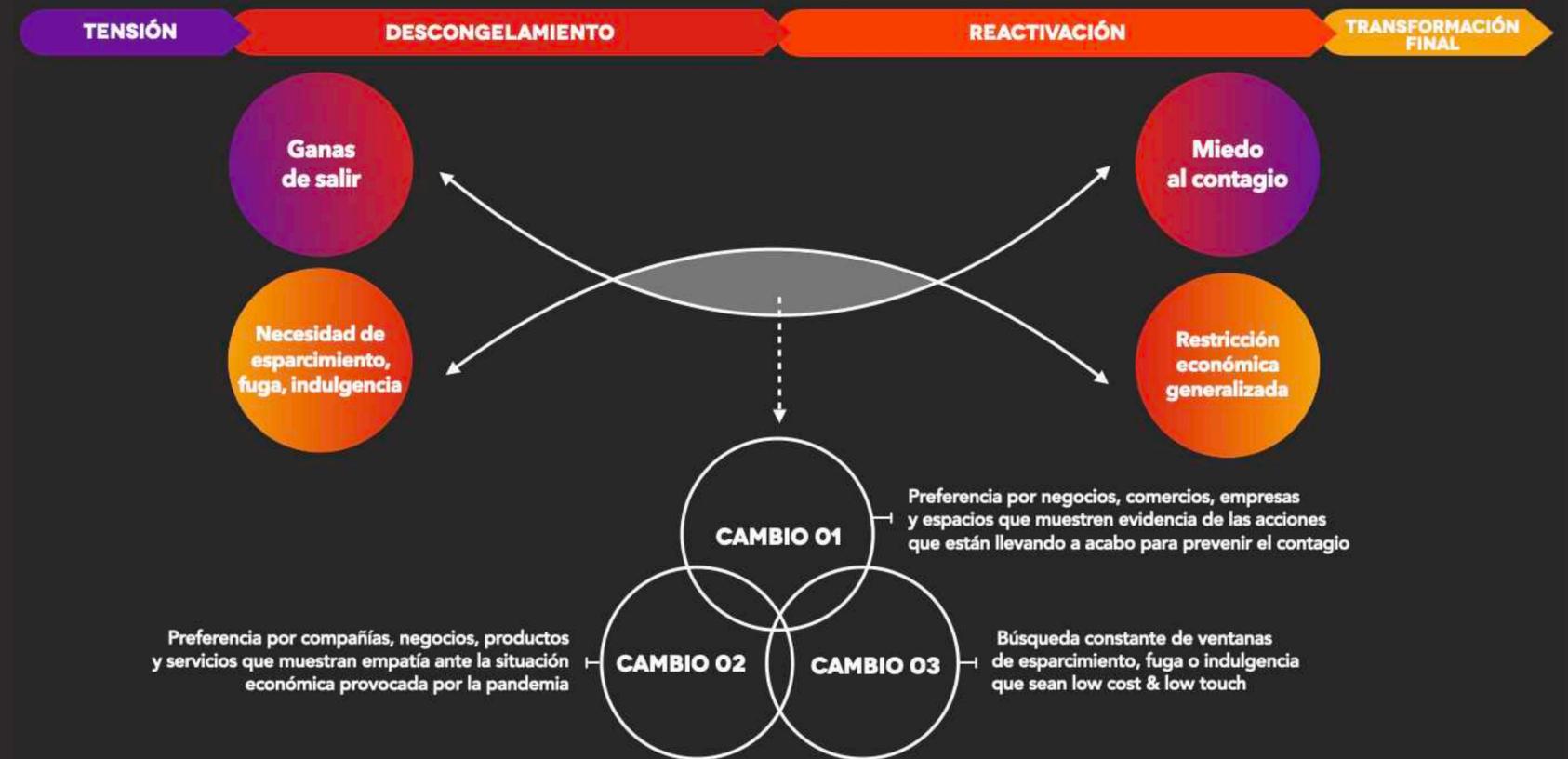
Ejercicio práctico

# EJERCICIO PRÁCTICO PARA REALIZAR CON TUS EQUIPOS

## PASO 01

Presenta a tu equipo el resumen de la información que compartimos en este espacio contigo.

*(Nosotros te la haremos llegar).*



# EJERCICIO PRÁCTICO PARA REALIZAR CON TUS EQUIPOS

## PASO 02

Realiza con tu equipo las 3 tareas creativas correspondientes a cada cambio de comportamiento.

**TAREA 01** | Genera ideas para **darle visibilidad** a todo lo que estás haciendo para reducir el riesgo de contagio entre las personas que interactúan con tu negocio, producto o marca.

**Tip:** Que estés haciendo cosas para prevenir el contagio, no quiere decir que tus clientes lo sepan. Es tu responsabilidad que se enteren.

**Examples:**

- Cushman & Wakefield crea el manual 9 feet office, con letreros para que sus espacios prevengan contagios.
- Los Shebati Zou separa los espacios entre sus comensales utilizando animales de peluche.
- Leah villosa sus escarpadas en Reino Unido para promover el lavado de manos.
- Marta Szarempki diseñó un juego para niños durante viajes largos y en lugares concurridos.

**Idées para dar visibilidad:**

REDBOX redboxinnovation.com

**TAREA 02** | Genera ideas para **relajar la barrera económica** que experimentará la gente que interactúa con tu compañía, negocio, producto o servicio.

**Tip:** No solo pienses en bajar precio, también piensa **cómo aliviar el flujo de efectivo de la gente o cómo generar más valor sin incrementar tus precios ni tus costos.**

**Examples:**

- Did they help? Es una plataforma para consultar y renovar a las compañías y personas públicas que se portaron bien o mal durante la pandemia.
- Hella Landford ayuda a los residentes con requisitos legales para ser dueños de sus propiedades en renta.
- Telia Internet reemplaza suscripciones en diferentes flujos para aliviar las tensiones económicas de sus clientes.
- AppleCard permite a sus usuarios arrojarse en un programa en donde podían ganar sus pagos de juro sin subir suscripciones adicionales.

**Idées para dar visibilidad:**

REDBOX redboxinnovation.com

**TAREA 03** | Genera ideas para darle momentos de **esparcimiento, fuga e indulgencia low cost & low touch** a tus clientes y colaboradores.

**Tip:** No importa que no estés en una industria relacionada al entretenimiento o a la indulgencia, siempre hay formas de sorprender a tus clientes colaborando con jugadores que sí estén en esos ámbitos.

**Examples:**

- ChivColumbia proyecta películas en los vecindarios de Bogotá para que la gente vaya al cine desde su balcón.
- Tinder lanzó una funcionalidad de video citas dentro de su aplicación.
- Una tienda manual de arte se divierte con los muebles de casa.
- En Dinamarca la liga de Fútbol se imagina con clientes de fans conectándose a una liga de Zoom que transmite el partido.

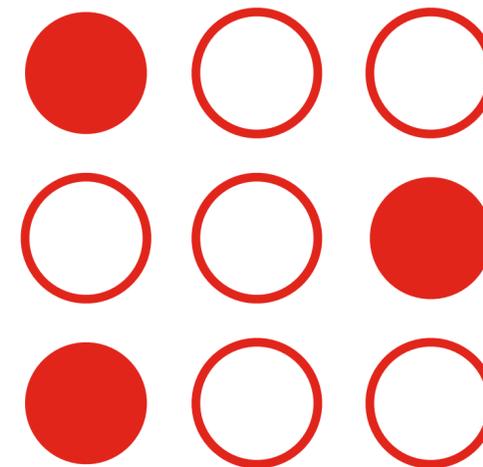
**Idées para dar visibilidad:**

REDBOX redboxinnovation.com

## EJERCICIO PRÁCTICO PARA REALIZAR CON TUS EQUIPOS

### PASO 03

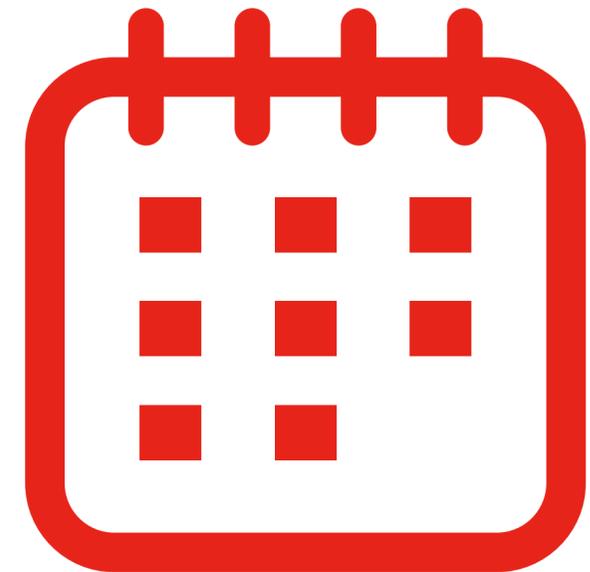
Selecciona la idea que consideres puedan tener un mayor beneficio para tu negocio y tus clientes en los siguientes 6 meses.



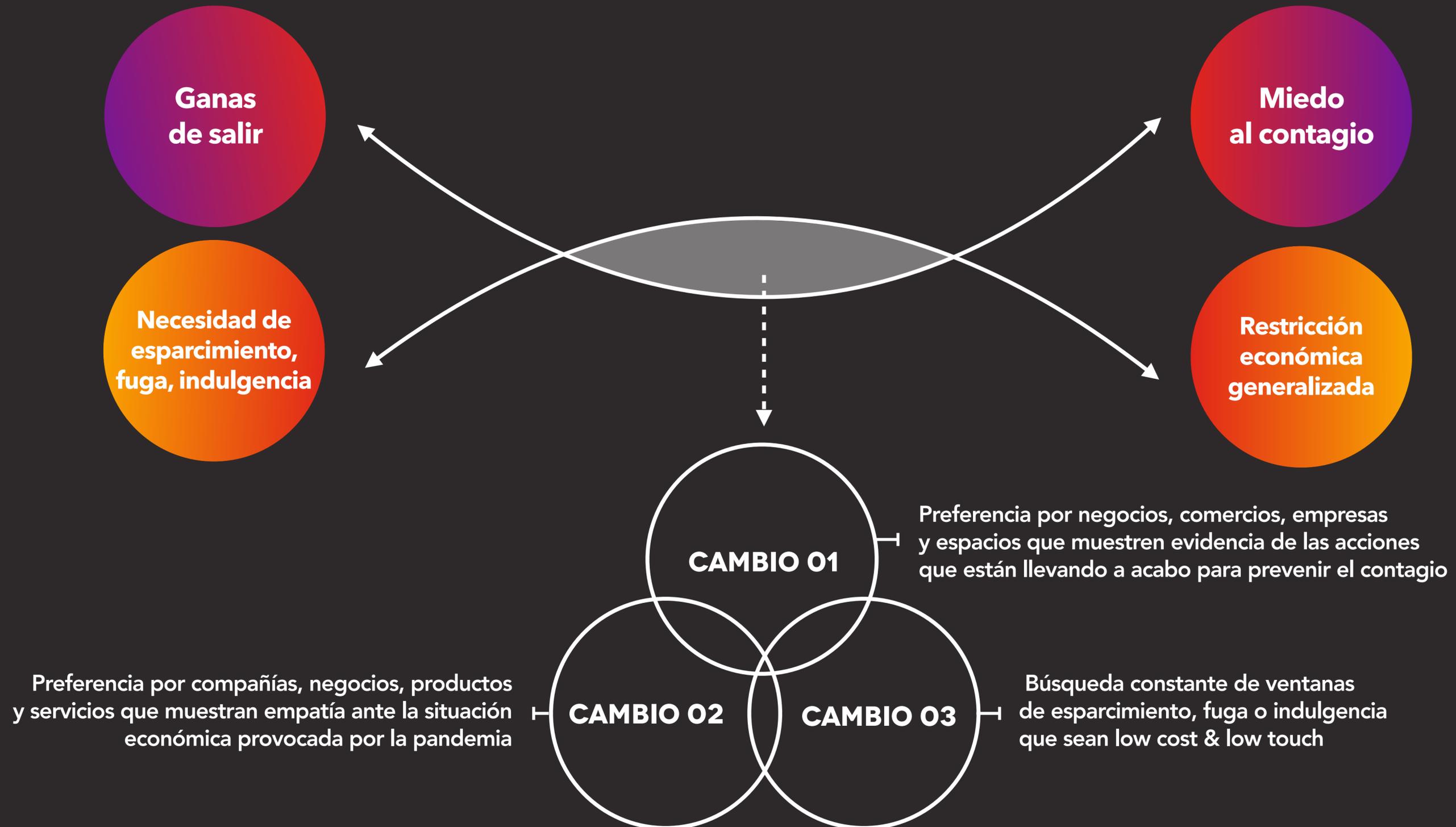
## EJERCICIO PRÁCTICO PARA REALIZAR CON TUS EQUIPOS

### PASO 04

Define los 3 primeros pasos para arrancar la implementación de la idea en los siguientes 11 días.



# Si necesitas ayuda para aterrizar cómo estas tensiones y cambios de comportamiento impactarán tu negocio, con gusto te podemos apoyar



**Este documento fue creado por el equipo de RedBox y podemos trabajar contenido y estrategias a la medida de tu organización.**

PONTE EN CONTACTO:

rodolfo@redboxinnovation.com



RedBox Inspiring Innovation



redboxinnovation



@RBinnovation

REDBOX

18

AÑOS

MUCHAS GRACIAS.