

conexiones **improbables**
orbea + cocreable



orbea + cocreable

all use creative experience

CONEXIONES IMPROBABLES

Proyectos Euskadi 2012/2013

EMPRESA

[www.orbea.com]

Orbea, empresa dedicada a la fabricación y venta internacional de bicicletas.

INVESTIGACIÓN

Mejorar el proceso de compra de una nueva gama de bicicletas.

ARTISTA

[www.cocreable.com]

[www.cocreable.org]

CoCreable, colectivo que promueve la co-creación como herramienta para solventar retos sociales, medioambientales y de negocio. En el proyecto con Orbea participan Lluís Sabadell Artiga, Mariona Mata y Ricard Culubret.

PROYECTO

All Use Creative Experience, metodologías de co-creación y prototipado colaborativo

prototipado/
diseño por el usuario/
mass customization/
vivencias/aprendizajes/
conversaciones/intercambios/
comunicación interna/
transversalidad/
comunicación externa/
comunidad



CONOCER, CREAR, CONSTRUIR Y COMPARTIR

En **Orbea**, el colectivo **Cocreable** ha aplicado sus metodologías de las cuatro Cs (Co-nocer, Co-crear, Co-nstruir y Co-mpartir) a un objetivo muy concreto: mejorar el acompañamiento en el proceso de compra de una bicicleta All Use, pensada para un perfil de usuario distinto del habitual de **Orbea**. La gama All Use se dirige a quienes adquieren una bicicleta por primera vez, para moverse por la ciudad o hacer deporte esporádicamente.

En las sesiones de co-creación, en las que han tomado parte distribuidores, usuarios y personal de **Orbea** de diferentes departamentos, se perfilaron dos grandes líneas de trabajo. Por un lado, re-definir el uso de la bicicleta como un medio de transporte sano y agradable, incorporando demandas como la seguridad, la personalización, la sostenibilidad, la inserción de aplicaciones electrónicas o el acceso a manuales de reparación. Por otro, reflexionar colectivamente sobre cómo mejorar la experiencia de compra, destacando la importancia del entorno, la confianza, la transparencia, la información y el asesoramiento integral así como la conexión de la decisión de compra con experiencias, memorias y sensaciones relacionadas con la bicicleta. También se señaló la importancia de los servicios post-venta e incluso la oportunidad de crear espacios pre-venta, donde ni siquiera hubiera bicicletas, solo referencias a las sensaciones que rodean la experiencia de montar en bici: la naturaleza, la velocidad, la tranquilidad, el tiempo libre... Tras estas jornadas de intercambio de ideas, se dedicó una sesión íntegra al diseño de un prototipo o mockup, una maqueta a tamaño real de ese modelo ideal de bicicleta.

En conjunto, **All Use Creative Experience** ha generado un documento de más de 80 páginas con ideas aplicables a las bicicletas de esa gama y a otros productos y aspectos de la organización. «Es increíble la cantidad de conocimiento que surge cuando juntas a gente diversa» afirma uno de los trabajadores que han tomado parte en el proceso.

1



1. 2. 3. Diferentes momentos las sesiones de trabajo llevadas a cabo durante el proceso en la fábrica de Orbea de Mallabia (Bizkaia). **4. 5. 6.** Actividades realizadas en los OpenLabs celebrados el 14 y el 28 de febrero de 2013.

2



3



con esta comunidad, la empresa tiene ahora un canal privilegiado de comunicación, que fortalece su conocimiento del mercado y su capital social

DISEÑO CON LOS USUARIOS

La llamada cultura 2.0 ha transformado la figura del usuario. De simple consumidor o destinatario de productos y servicios fabricados por otros, ha pasado a ser productor, diseñador, distribuidor, beta-tester, comunicador. En el sector industrial, la entrada de los usuarios se relaciona a menudo con cambios en la cadena de valor, como ocurre en el caso del prototipado colaborativo o del uso de sistemas modulares. La modularidad es la base de la customización en masa (mass customization), una forma de diseño colaborativo en la que el fabricante pone a disposición de los usuarios sistemas modulares que son recombinados para crear nuevas composiciones. Los diseños generados aúnan la personalización individual con las posibilidades de la producción a gran escala. Según los autores de *Design Rules*, «los módulos permiten cambiar piezas de un sistema sin rehacer el conjunto; de manera que el diseño se vuelve flexible y evolutivo»¹.

En las sesiones con usuarios y distribuidores, **Orbea** ha iniciado un diálogo con su comunidad que, en el futuro, se puede traducir en una estrategia de diversificación de públicos. «Hemos recogido información de primera mano de personas con perfiles distintos de aquellos a los que estamos acostumbrados. Ahora podemos definir mejor los perfiles de usuarios y desarrollar un producto y una campaña de comunicación más específicos». Desde la perspectiva de la co-creación, la comunidad de **Orbea** no son las personas que compran sus productos. Son quienes, a través de su experiencia, saben qué quieren otros usuarios y cómo es la vida de las bicicletas una vez que salen de la tienda. Con esta comunidad, la empresa tiene ahora un canal privilegiado de comunicación, que fortalece su conocimiento del mercado y su capital social.

Como queda patente en las metodologías de **Cocreable**, la intervención del usuario requiere sistemas abiertos, pero estructurados. En *Opera aperta*², Umberto Eco se refiere a las obras abiertas como obras voluntariamente

incompletas que se ponen en manos del performer «más o menos como los componentes de un *kit* de construcción». De la misma manera, en los procesos de diseño participativo al usuario se le proporcionan dos elementos: por un lado, unas herramientas a través de las cuáles se le invita a sumar, agregar, intercambiar, reflexionar, transformar; por otro, un entorno adecuado para el desarrollo de esa actividad. Ambos aspectos estuvieron presentes en la sesión de diseño del *mockup*, donde se recogieron en un solo prototipo las mejoras y propuestas sugeridas a lo largo de las sesiones de co-creación.

APRE(HE)NDIZAJE DE DINÁMICAS DE CO-CREACIÓN

El impacto del proceso también se hizo sentir a nivel interno: en la calidad de la comunicación y la motivación dentro de la empresa. «Cuando llegamos», recuerdan desde **Cocreable**, «a veces unos no sabían lo que estaban haciendo los otros aunque estuvieran trabajando en el mismo producto. Con estas metodologías, queríamos que hicieran suyo el proyecto de diseño, empoderarles. Que se sintieran parte de un proceso horizontal».

el impacto del proceso
también se hizo sentir
a nivel interno, en la calidad
de la comunicación dentro
de la empresa

el interés de este proceso radica en la posibilidad de que estas prácticas y metodologías se integren en el día a día de la organización; esa es la innovación que arraiga



Notas

1. Carliss Y. Baldwin y Kim B. Clark, *Design Rules. Vol. 1. The Power of Modularity*, The MIT Press, 2000.
2. Umberto Eco, *Opera aperta*, Harvard University Press, 1989.

Referencias

- Lluís Sabadell Artiga, *Guia práctica per co-crear a l'escola*, CoCreable, 2012.
- Eric Ries, *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*, Deusto, 2012.
- Dave Gray, Sunni Brown, James Macanufo, *Gamestorming: 83 juegos para innovadores, inconformistas y generadores del cambio*, Deusto, 2012.

Pero lo más notable es la multitud de saberes que han salido a la luz. Cuando se trabaja en contextos creativos, con herramientas visuales y relacionales, se usan lenguajes distintos de los habituales en el entorno laboral, donde, por lo general, se emplean enfoques de orden más mental o cuantitativo. Por esta razón, a los trabajadores y distribuidores se les pedía que se apoyaran en lo vivencial, lo subjetivo, lo emocional. Que compartieran tanto su conocimiento técnico como sus experiencias como usuarios de bicicletas. La entrada de agentes externos a la organización ha actuado en el mismo sentido, aportando una perspectiva diferente que pone en relación ideas dispares y hace surgir otras miradas. El resultado es todo un capital de conocimiento, estrechamente relacionado con la actividad, que puede ser orientado hacia la creación de nuevos productos o servicios, estrategias de comunicación, etc.

A menudo, el resultado de estos procesos creativos no es inmediatamente visible pues se sitúa en el terreno de lo emocional o lo interpersonal, de las pequeñas cosas que transforman lentamente la cultura de la organización. «Normalmente estamos en la vorágine del día a día» recuerdan en **Orbea**, «pero cuando llegaban las sesiones de **Cocreable** para nosotros era parar y dejarnos llevar. Nos poníamos a hablar, hacer dibujos... Era una manera más fresca de hacer nuestro trabajo». Más allá del desarrollo de estrategias puntuales para la gama **All Use**, el interés de este proceso radica en la posibilidad de que estas prácticas y metodologías se integren en el día a día de la organización, llevándola hacia formas de trabajo más horizontales y colaborativas, hacia dentro y hacia fuera. Ésa es la innovación que arraiga.

Más información

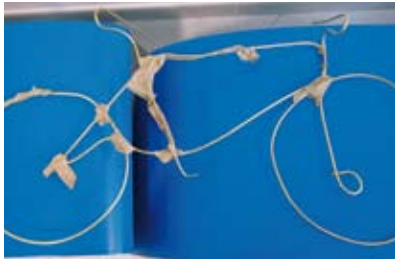
[<http://orbea.cocreable.com>]

Vídeo del proyecto

[www.conexionesimprobables.com]

abstract euskera

orbea + cocreable all use creative experience



prototipatua/
erabiltzaileak diseinatutakoa/
mass customization/bizipenak/
ikaskuntzak/elkarrizketak/trukeak/
barne-komunikazioa/zeharkakotasuna/
kanpo-komunikazioa/komunitatea

EZAGUTU, SORTU, ERAIKI ETA PARTEKATU

Orbea bizikletak fabrikatu eta nazioartean saltzen dituen enpresa da eta bertan, Co-creable kolektiboak elkar-sortzeko metodologiak aplikatu dizkio oso helburu zehatz bati: All Use bizikletaren erosketa-prozesuan akonpainamendua hobetzea. Saioetan banatzaileek, erabiltzaileek eta **Orbeako** sail ezberdinetako langileek hartu zuten parte eta bi lan-ildo nagusi zehaztu ziren. Alde batetik, bizikletaren erabilera garraio bide osasuntsu eta atsegin gisa ber-definitzea, segurtasuna, pertsonalizazioa edo jasangarritasuna bezalako eskakizunak sartuz, eta, bestetik, erosketa-esperientziaren inguruan hausnarketa egitea, ingurunea eta bizikletarekin lotutako esperientzien garrantzia nabarmenduz. Saio oso bat prototipo edo mockup baten diseinuari dedikatu zitzaion, bizikleta eredu idealaren maketa, neurri errealean. **All Use Creative Experience**-k 80 orrialdetik gorako dokumentua sortu du, bizikletei eta erakundeko beste alde batzuei aplikatu ahal zaizkien ideiekin. «Pertsona ezberdinak elkartzen dituzunean zenbat ezagutza sortzen den harrigarria da».

DISEINUA ERABILTZAILEEKIN

Erabiltzaile eta banatzaileekin egindako saioetan, **Orbeak** elkarrizketari ekin dio bere

komunitatearekin, etorkizunean publikoak dibertsifikatzeko estrategia bihurtu daitekeena. «Ezagutzen genituen profila ez beste bat zuten pertsonengandik zuzeneko informazioa jaso dugu. Orain, hobeto definitu ditzakegu erabiltzaileen profilak eta baita produktu eta komunikazio-kanpaina espezifikoagoak garatu ere». Elkar-sortzearen ikuspegitik, **Orbea**ko komunitatea ez dute haren produktuak erosten dituzten pertsonak osatzen. Beren esperientziaren bitartez, beste erabiltzaile batzuek zer nahi duten eta, behin dendatik irten eta gero, bizikleten bizitza nolakoa den dakitenek osatzen dute komunitate hori. Komunitate horrekin enpresak komunikazio-bide pribilegiatua dauka orain, eta horri esker, merkatuaren ezagutza eta kapital soziala indartu egiten ditu.

ELKAR-SORTZEKO DINAMIKAK IKASTEA/FINKATZEA

Prozesuaren inpaktua enpresaren barrenean ere antzeman zen, enpresa barruko komunikazioaren kalitatean. «Iritsi ginenean», gogoratzen dute **CoCreable**-n, «batzuk ez zekiten besteek zer egiten ari ziren, nahiz eta produktu berean lan egiten egon. Metodologia hauekin proiektua berena egitea nahi genuen, prozesu horizontal baten parte senti zitezen». Langile eta banatzaileei bizipenetan, gauza subjektiboetan, emozionaletan oinarritzea eta, bizikleta-erabiltzaile

moduan, beren ezagutza teknikoa eta esperientziak partekatzea eskatu zitzairen. Kanpo-agenteeek, bestalde, enpresarena ez den beste ikuspuntu bat aportatu dute, beste begirada batzuk. Emaitza ezagutza-kapitala da, jarduerarekin estuki lotuta dagoena, eta produktu edo zerbitzu berriak eta komunikazio-estrategiak sortzera bideratu daitekeena. Sarri, prozesu sortzaile hauen emaitza ez da berehala ikusten, erakundearen kulturaren alde emozional edo interpertsonalean kokatzen delako. «Gure lana egiteko modu freskoagoa da». **All Use** gamarako estrategia zehatzen garapenetik haratago, praktika eta metodologia horiek enpresako egunerokotasunean integratzeko aukera eskaintzen du prozesu honek, lan egiteko modu horizontalagoak eta elkarlanekoagoak bideratuz, barrurantz eta kanporantz. Hori da sendotzen duen berrikuntza.

english abstract

orbea + cocreable all use creative experience



prototyping/
designing with users/
mass customisation/experiences/
learning/conversations/exchanges/
internal communication/transversality/
external communication/community

KNOW, CREATE, CONSTRUCT AND SHARE

The **CoCreable** collective has applied its co-creation methodologies for a very specific objective in **Orbea**, a company dedicated to the manufacture and international sale of bicycles: to improve support in the purchase process of an All Use bike.

Two main lines of work were outlined in the sessions, in which distributors, users and **Orbea** staff from various departments participated. On the one hand, to redefine bicycle use as a healthy, pleasant means of transport by incorporating demands such as security, customisation or sustainability and, on the other hand, to consider the shopping experience, highlighting the importance of the setting and bicycle-related experiences. A full session was also dedicated to the design of a prototype or full-scale mock-up of this ideal bicycle model.

All Use Creative Experience has produced a document of over 80 pages of ideas applicable to bicycles and other aspects of the organisation. "The amount of knowledge that arises is amazing when you bring together diverse people", claims one of **Orbea**'s workers.

DESIGNING WITH USERS

In its sessions with users and distributors, **Orbea** initiated a dialogue with its community that

in the future can be translated into a public diversification strategy. “We gathered first-hand information about people with different profiles from those that we are accustomed to, so now we can better define user profiles and develop a more specific product and communication campaign”. From the perspective of co-creation, the **Orbea** community is not the people buying its products. It is those people who through their experience know what other users want and what the lives of bicycles are like once they leave the store. The company now has a privileged communication channel with this community that strengthens its market knowledge and social capital.

LEARNING / GRASPING CO-CREATION DYNAMICS

The impact of the process was also noted internally in the quality of communication within the company. “When we arrived”, recalls a **CoCreable** member, “some people sometimes didn’t know what others were doing, even though they were working on the same product. With these methodologies, we wanted them to make this project their own and feel part of a horizontal process”. Workers and distributors were asked to build upon the experiential, the subjective and the emotional to share both their technical knowledge and their experiences as

bicycle users. The external agents, for their part, brought a different perspective to the organisation and this gave rise to other viewpoints. The result is a whole wealth of knowledge closely related to the activity that may be oriented towards creating new products or services, communication strategies, etc.

The results of these creative processes are not often immediately visible, because they are found in the emotional or interpersonal realm of the organisation’s culture. “It is a more refreshing way of doing our work”. Beyond the development of specific strategies for the **All Use** range, the interest of this process lies in the possibility that these practices and methodologies are integrated into the daily life of the organisation, leading it to forms of more horizontal and collaborative ways of working, both inwardly and outwardly. This is the type of innovation that takes root.

CONEXIONES
improbables
SLOW INNOVATION

Con el apoyo de / Erakundeen laguntzarekin / With the support of:

