



Modelo Kano

Toolkit : Checklist

Es una metodología desarrollada en 1984 por Noriaki Kano (investigador y consultor japonés) que se basa en las siguientes premisas:

1. La satisfacción del cliente a través del producto depende del nivel de funcionalidad de este (cuántas funcionalidades son desarrolladas y cómo se desarrollan).
2. La satisfacción de los clientes sobre las funcionalidades del producto o servicio varían a lo largo del tiempo.
3. Podemos determinar la percepción de una funcionalidad por medio de un cuestionario.

No todas las características del producto o servicio son importantes para el cliente, se deben encontrar las que tienen mayor impacto en la satisfacción de este. Se debe analizar la voz del cliente para encontrar tres tipos de características o beneficios del producto o servicio que tienen influencia en la satisfacción del cliente:

- **Características indispensables (obligatorias):** el nivel de calidad mínimo esperado por el cliente, por ejemplo, el tiempo de respuesta en atención al cliente, productos sin defectos, etcétera.
- **Características de desempeño (atractivas):** si éstas no se encuentran presentes, generan insatisfacción. Por ejemplo, mientras más eficiente el servicio, más lo apreciará el cliente (velocidad de respuesta).
- **Características emocionales:** éstas deleitan al cliente, normalmente no son esperadas y se dan al cliente sin un desembolso extra. Por ejemplo, al reservar una habitación de hotel, que en la habitación se encuentre un regalo como una canasta de frutas.

Checklist para utilizar el modelo:

Paso	Realizado	
	Sí	No
1. Lluvia de ideas de posibles características del producto o servicio.		
2. Lluvia de ideas sobre características emocionales.		
3. Utilizar los resultados de las encuestas para clasificar todas las características (básicas, satisfactores, indiferentes, inversas, unidimensionales, atractivas). Si es posible que lo haga el cliente, mejor.		
4. Quita las que son indiferentes y no relevantes.		
5. Asegúrate que tenga todas las características básicas.		
6. Selecciona las características de desempeño correctas.		
7. Piensa en cómo puedes deleitar con el producto o servicio.		

Tips

- El modelo Kano resalta cómo cambian constantemente los requerimientos del cliente. El deleite de hoy será lo obligatorio de mañana.
- El modelo Kano identifica y prioriza las necesidades del cliente, sin embargo, no brinda métodos para llevar a cabo las actividades que deben mejorarse.
- Los resultados del modelo Kano pueden utilizarse en la matriz QFD para clarificar la relación entre las necesidades del cliente y los requerimientos técnicos.

- Infolio. (2019). How to use Kano Model template for product features prioritization and analysis. Recuperado de <https://www.infolio.co/templates/product-discovery/how-to-use-kano-model-template-and-conduct-analysis>
- Universitat Oberta de Catalunya. (s.f.) Modelo Kano. Recuperado de <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/modelo-kano/>