Agenda

- Lean Startup
- Generación de valor y mapa de empatía
- **Experiencia del cliente y mapa del viaje del cliente**
- Indicadores de gestión
- Ruta de gestión de proyectos
- Mejora continua

- Todas las ideas son buenas
- La participación activa es clave
- Aportamos al crecimiento de todos

Experiencia del cliente y mapa del viaje del cliente

Lograr satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes a lo largo de su proceso de compra. El objetivo es que alcancemos una mayor conversión de las ventas y fidelizar a nuestros clientes

¿CÓMO PLANIFICAS UN VIAJE?

PEF
PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA

banco del austro

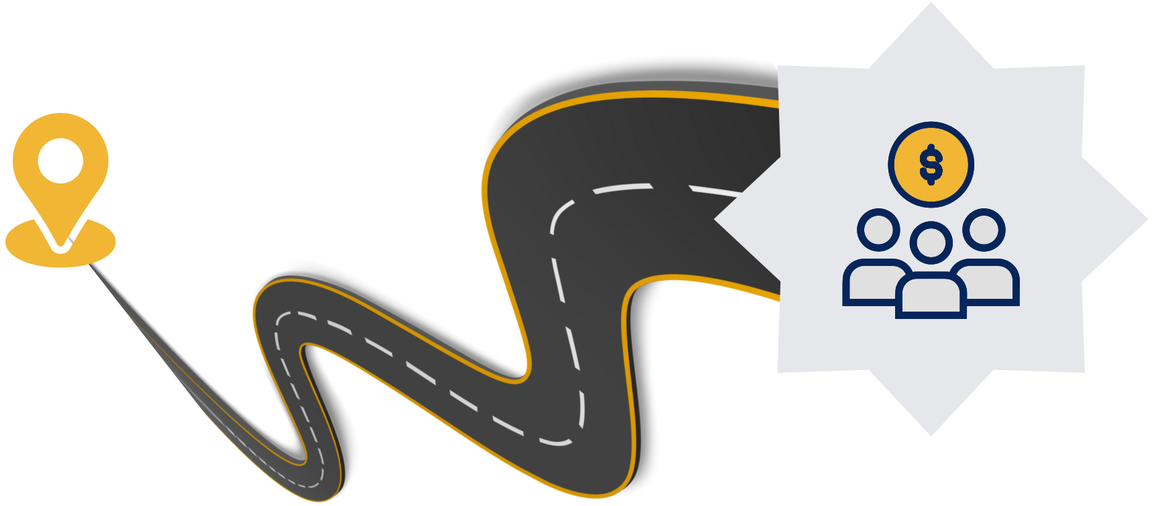
cuenca

edec

EL MAPA DEL VIAJE DEL CLIENTE

El journey map es una herramienta que ayuda a las empresas a **comprender las necesidades y expectativas de los clientes**, desde la **primera interacción hasta el servicio postventa**.

Permite además **identificar oportunidades de mejora** en la **experiencia** del cliente y permite a las empresas **mejorar la satisfacción del cliente**.



PEF PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA · banco del austro · cuenca · edec

MEJORES PRÁCTICAS PARA LA PUESTA EN MARCHA

INVESTIGACIÓN	Recopile datos sobre sus clientes actuales y potenciales. Esto puede hacerse mediante encuestas, entrevistas, grupos focales o análisis de datos
MAPA	Es una representación visual del viaje del cliente. Debe incluir todos los puntos de contacto que un cliente tiene con su empresa
OPORTUNIDADES	Identifique las oportunidades de mejora. Estas oportunidades pueden incluir puntos de contacto que son confusos, frustrantes o ineficientes
CAMBIOS	Implemente cambios para mejorar la experiencia del cliente. Estos cambios pueden incluir actualizaciones de productos o servicios, cambios en los procesos o capacitación del personal
EVALUACIÓN	Es importante evaluar el impacto de sus cambios en la experiencia del cliente. Esto puede hacerse mediante encuestas, entrevistas o análisis de datos

Premisas para el viaje del cliente

Lenguaje claro y conciso que sea fácil de entender para el equipo

Imágenes y diagramas ayudan a que la comunicación sea más efectiva

Debe tener foco en las necesidades del cliente y su experiencia

Debe ser lo más específico posible

El mapa es una herramienta viva que debe actualizarse a medida que cambian las necesidades del cliente

Estamos listos para dibujar el mapa de nuestros clientes

Producto o servicio

	ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4	ETAPA 5
Actividades	Add your thought here	Add your thought here	Add your thought here	Add your thought here	Add your thought here
Momento de la verdad	Example: Email, Website, or Store				
Punto de dolor	Add your thought here				
Emociones			Satisfacción		
			Frustración		
Puntos de mejora o soluciones	Add your thought here				

Recuerda que los más importante respecto a cualquier empresa, es que los resultados no están en el interior de sus paredes. El resultado de un buen negocio es un cliente satisfecho.

Peter Drucker

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Empecemos por reflexionar ¿Cómo es el cliente actual?

Recuerda que los más importante respecto a cualquier empresa, es que los resultados no están en el interior de sus paredes. El resultado de un buen negocio es un cliente satisfecho.

Peter Drucker

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Es la **interacción** y **percepción** que tienen los clientes sobre una empresa o marca durante todo **su ciclo de compra**. Es el conjunto de **emociones**, **sensaciones** y **opiniones** que se generan a partir de cada punto de contacto con el cliente, desde la primera vez que escuchan sobre la empresa hasta el servicio postventa.

PEF PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA · banco del austro · cuenca · edec

El Cliente actual quiere sentir que el servicio ha sido personalizado y exclusivo

Es importante que los emprendedores estén atentos a las tendencias y cambios en el comportamiento del cliente para adaptarse y ofrecer una experiencia del cliente excepcional.

Características del nuevo cliente

Empoderamiento

Los clientes actuales están más informados y tienen más acceso a información sobre productos y servicios. Están dispuestos a investigar y comparar antes de tomar una decisión de compra

Exigencia

Los clientes actuales tienen altas expectativas y demandan una experiencia personalizada y de calidad. Esperan respuestas rápidas, soluciones efectivas y una atención al cliente excepcional

Conectividad

Los clientes actuales están siempre conectados a través de dispositivos móviles y redes sociales. Esperan poder interactuar con las empresas de manera rápida y sencilla a través de estos canales

Características del nuevo cliente

Omnicanalidad

Los clientes actuales desean tener una experiencia fluida y consistente en todos los canales de comunicación que utilizan, ya sea en tiendas físicas, sitios web, aplicaciones móviles o redes sociales.

Valor agregado

Los clientes actuales buscan más que solo un producto o servicio básico. Quieren recibir un valor agregado, como recomendaciones personalizadas, contenido relevante y experiencias únicas.

Lealtad condicional

Aunque los clientes actuales pueden ser leales a una marca, esa lealtad no es automática. Las empresas deben esforzarse por mantener y fortalecer la relación con sus clientes a través de una experiencia positiva y continua.

¿Qué es experiencia y qué no lo es?

La interacción con el personal de atención al cliente.

La facilidad de navegación y uso de un sitio web o una aplicación móvil.

La personalización de los productos o servicios según las necesidades del cliente.

La rapidez y eficiencia en el proceso de compra y entrega.

La resolución efectiva de problemas o quejas

La publicidad y promoción de la empresa.

El diseño del logotipo o el empaque del producto.

El precio de un producto o servicio.

La ubicación física de una tienda.

La reputación de la empresa en el merca

Casos de éxito en Ecuador

Café Mosaico - Quito

La cafetería en Quito se destaca en el mercado local al ofrecer café de alta calidad y una experiencia única. El ambiente artístico y acogedor incluye vistas panorámicas de la ciudad, eventos culturales y música en vivo. Los clientes disfrutan de una experiencia más allá de simplemente tomar café.

Dulce Placer - Guayaquil

Ha evolucionado gracias a la personalización de sus productos. Ofrecen pasteles y postres elaborados a medida, donde los clientes pueden seleccionar los sabores, diseños y decoraciones que deseen, lo que les ha permitido llegar a más clientes y brindarles una experiencia única

Minka Café - Cuenca

Ha logrado destacarse gracias a su compromiso con la comunidad. Además de servir café de alta calidad, han creado un ambiente acogedor y relajante, con espacios para trabajar o disfrutar de una buena conversación. También organizan eventos como charlas y talleres, lo que les permite interactuar y conectar con sus clientes de manera significativa.

EJERCICIO PRÁCTICO

Vamos a levantar un viaje del cliente cuando se realizan compras en un supermercado

SCENARIO

Browsing, booking, attending, and rating a local city tour

Entice

How does someone initially become aware of this process?

Enter

What do people experience as they begin the process?

Engage

In the core moments in the process, what happens?

Steps

What does the person (or group) typically experience?

- Lista de compras
- Pensamos en un sitio que pueda tener todos los productos
- Centro de compras
- Sensatez de productos y servicios
- (capture everything what someone typically experiences during this step)
- Busco que la caja tenga cobros con tarjeta

Interactions

What interactions do they have at each step along the way?

People: Who do they see or talk to?

Places: Where are they?

Things: What digital touchpoints or physical objects would they use?

- En Familia
- Dependiendo de la lista de compras
- Me gusta fácilmente
- Con local de atención

Goals & motivations

At each step, what is a person's primary goal or motivation? ("Help me..." or "Help me avoid...")

- Ahorro de tiempo
- Tener todo en un mismo lugar
- Comodidad familiar
- Ahorro de tiempo
- Formas de pago alternas

Positive moments

What steps does a typical person find enjoyable, productive, fun, motivating, delightful, or exciting?

- El tiempo de pago online son cortos
- Comodidad
- Enseñanza
- Se encuentran con facilidad los productos

Negative moments

What steps does a typical person find frustrating, confusing, angering, costly, or time-consuming?

- Mala atención
- No se fidelizan por los centros
- Poco esfuerzo por satisfacer la necesidad del cliente
- Automatización para obtener productos

Areas of opportunity

How might we make each step better? What ideas do we have? What have others suggested?

- Información del local
- Información de formas de pago
- Mantenimiento proactivo y creativo
- Capacitar al personal
- Información del local

Agenda

- Lean Startup
- Generación de valor y mapa de empatía
- Experiencia del cliente y mapa del viaje del cliente
- **Indicadores de gestión**
- Ruta de gestión de proyectos
- Mejora continua

- Todas las ideas son buenas
- La participación activa es clave
- Aportamos al crecimiento de todos

Indicadores de gestión - KPI´s

El seguimiento de KPI relevantes es una herramienta esencial para los emprendedores, ya que les permite tomar decisiones informadas sobre el futuro de su negocio.

Indicadores Claves de Desempeño

Proporcionan información cuantitativa y cualitativa sobre diversos aspectos de la empresa, permitiendo a los emprendedores evaluar y tomar decisiones informadas

1

Relevantes

Alineados con los objetivos estratégicos de la empresa. Es importante identificar qué aspectos son críticos para el éxito de tu negocio y seleccionar los KPIs que te ayudarán a medir y evaluar esos aspectos específicos.

2

Medibles

Deben basarse en datos objetivos y estar respaldados por información confiable. Esto te permitirá realizar un seguimiento y una comparación a lo largo del tiempo para evaluar el progreso y el rendimiento.

3

Accionables

Deben ser capaces de impulsar acciones y decisiones. Deben proporcionar información relevante y oportuna que permita identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas cuando sea necesario. Los KPIs también pueden ayudarte a identificar oportunidades para el crecimiento y la innovación

PEF PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA · banco del austro · cuenca · edec

AQUÍ ALGUNOS EJEMPLOS DE KPI´S

Ingresos totales: Es el indicador más importante de un negocio, ya que mide la cantidad de dinero que se genera a través de las ventas.

Crecimiento de las ventas: Mide el aumento de los ingresos totales de un negocio en un período de tiempo determinado.

Costo de ventas: Mide el costo de los productos o servicios que se venden

Margen de beneficio: Mide el costo de los productos o servicios que se venden

Conversiones: Mide la cantidad de visitantes que realizan una acción deseada, como una compra o una suscripción.

Satisfacción del cliente: Mide la satisfacción de los clientes con un producto o servicio.