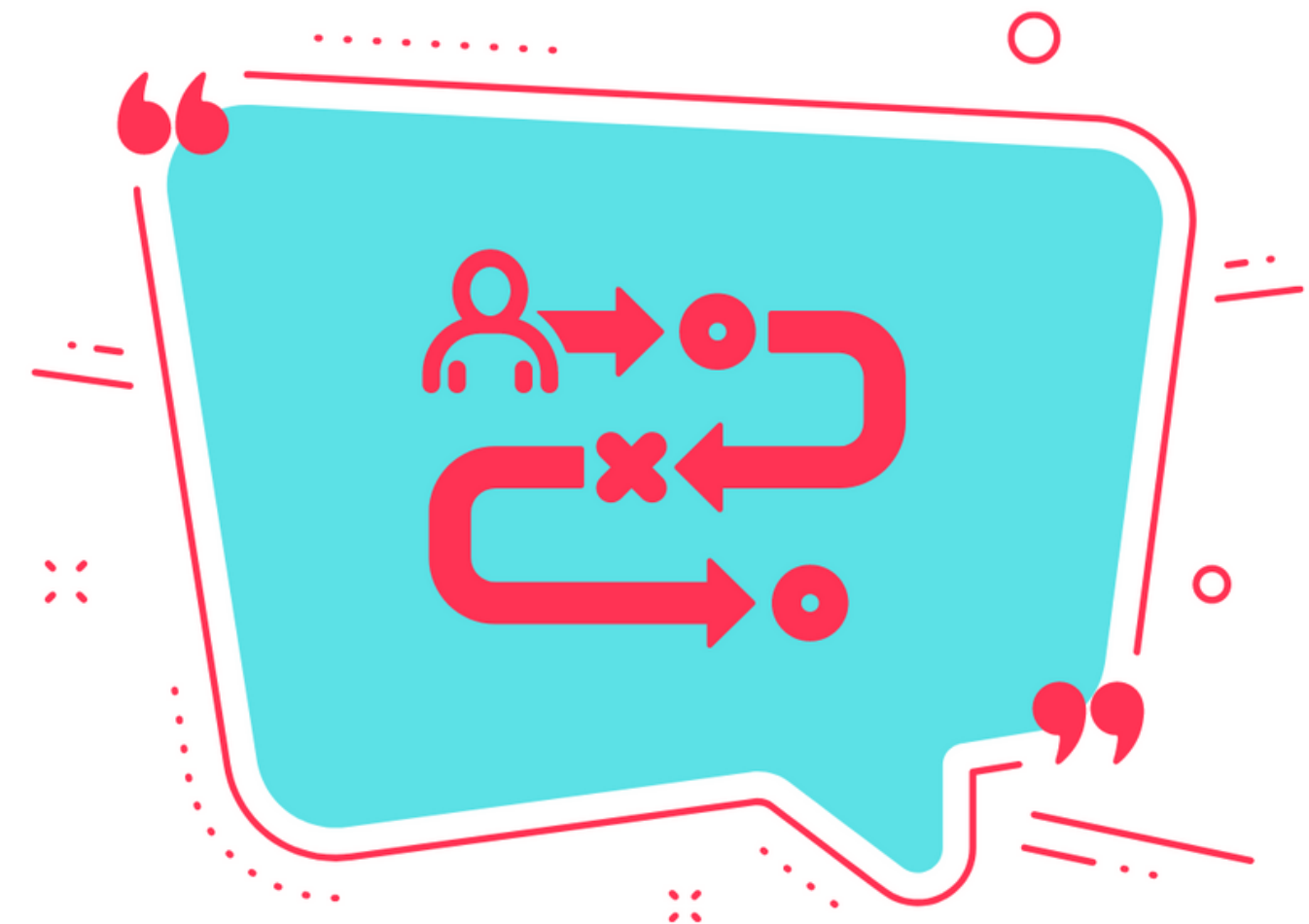


CUSTOMER JOURNEY

El objetivo de esta técnica es describir paso a paso la experiencia de usuario en el uso de un producto o servicio.

CUSTOMER JOURNEY



Sesión de hoy

1

El objetivo de esta técnica es describir paso a paso la experiencia de usuario en el uso de un producto o servicio.

2

Grupo de participantes:
Grupo de más de 1 persona

3

Tiempo de duración:
La sesión puede tomar 2 horas.

4

Moderador:

Si es en un grupo el Moderador es quien explica cómo realizar el Customer Journey, el tiempo destinado para hacer el mapa y el tiempo para compartir las ideas con otros.

5

Materiales:

- Post It o Notas adhesivas de colores.
- Hojas de Papel.
- Lápices o marcadores para dibujar.
- Un tablero o superficie para pegar notas.
- Un reloj para controlar el tiempo.



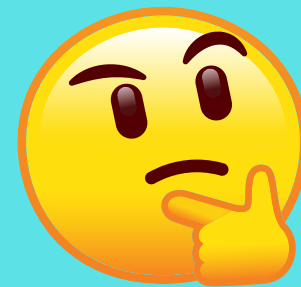
**La clave de
Exito**

**Visualizar todos los
momentos de
experiencias que vive
el usuario.**



Registro de equipos

¿Cómo te sientes?



Tiempo: 5 minutos

Elije un emoji, un GIF o una imagen del medidor de estados de ánimo que mejor represente cómo te sientes en este momento.



Rompehielos

¿Qué es lo más desafiante que has hecho en la vida?

Escribe aquí lo que piensas.

Tiempo: 5 minutos

Antes de empezar con la sesión, entremos en materia con esta pregunta rompehielos:

- 1 ¿Qué es lo último que compraste en línea?
- 2 ¿Cuál es tu rutina matutina?
- 3 ¿Qué desayunaste hoy?
- 4 Menciona un gesto de bondad que hayas tenido con un desconocido.
- 5 ¿Cuál es tu día favorito?

Escribe aquí lo que piensas.

Escribe aquí lo que piensas.



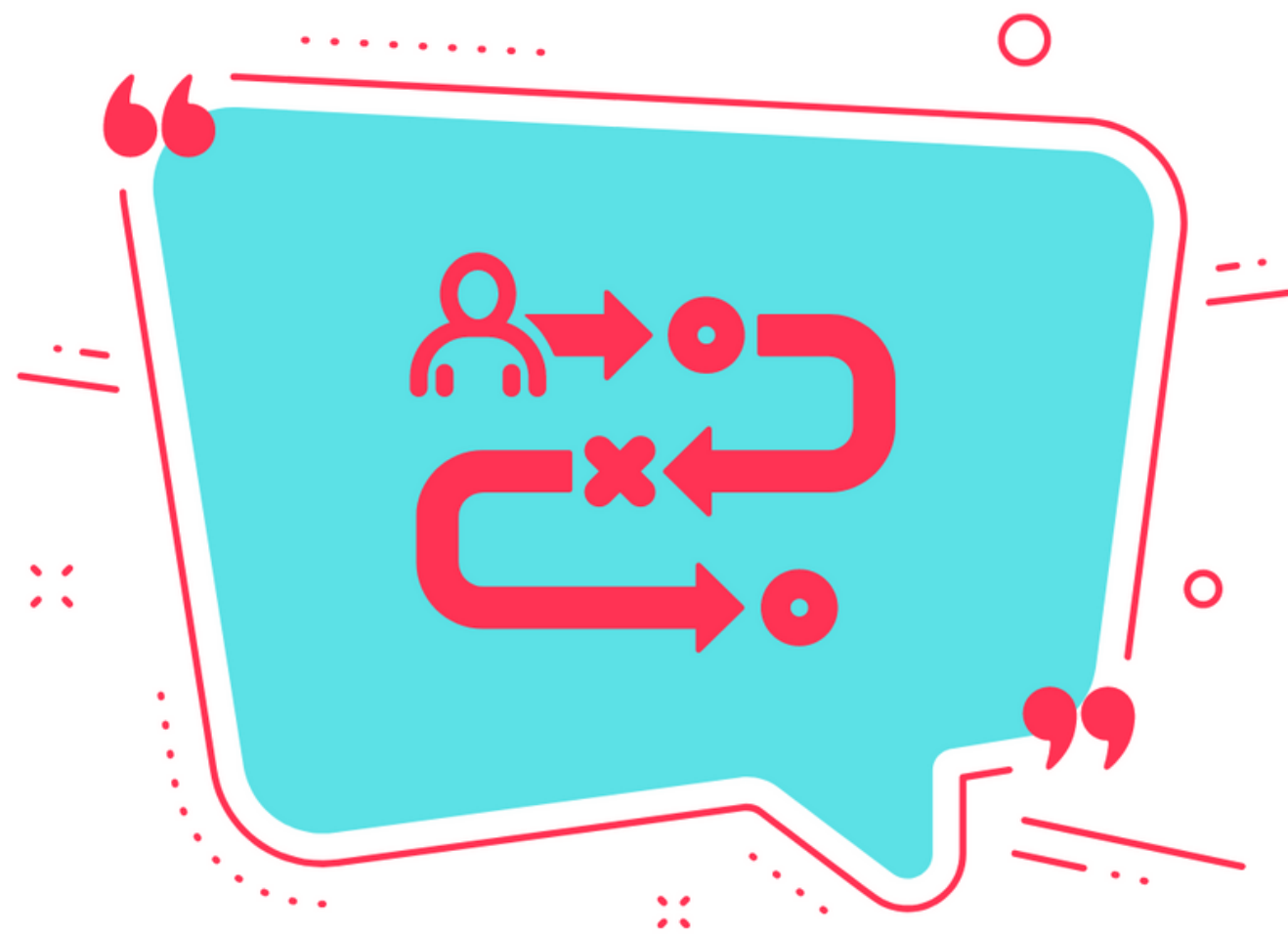


**¡Es momento
de visualizar
ese mapa de
experiencias !**

¿Comenzamos este viaje?



CUSTOMER JOURNEY



El Customer Journey o Mapa de Experiencia del Cliente definido por Philip Kotler describe todas las experiencias y actividades que tiene un usuario al usar un producto o servicio de una manera cronológica.

Esta técnica facilita entender un proceso de relación de un usuario con una empresa, producto y servicio, para detectar puntos de contacto que le generan conflicto y que pueden mejorarse.

Hay que tener en cuenta que puede ser diferente el Mapa de Experiencia para un usuario y para un cliente.



CUSTOMER JOURNEY

El Customer Journey tiene diferentes fases:

1. Descubrimiento / Preventa
2. Consideración / Preventa
3. Compra / Venta
4. Retención / Postventa
5. Recomendación / Postventa



Veamos el siguiente ejemplo usando el Visual Thinking para mostrar un Customer Journey:



"Cualquiera puede mirarte. Pero muy pocas veces encuentras a alguien que ve el mismo mundo que estás viendo tú."

John Green



**Gracias
por ponerte los
zapatos del
cliente/usuario y
recorrer su
experiencia.**

