

## Herramienta 9. Mapa de experiencia de cliente

### Objetivo. ¿Por qué usar esta herramienta?

A la hora de desarrollar un proyecto de emprendimiento social debemos poder conocer el valor que aportamos a nuestros clientes y descubrir qué experiencia se llevan y cómo se sienten tras pasar por nuestro servicio o consumir nuestro producto.

Porque como personas que somos, lo que realmente recordamos de un producto o servicio son las emociones que nos han hecho sentir; la parte subjetiva asociada a él y no tanto la parte objetiva.

Para conseguir llegar a tan valiosa información te proponemos que utilices el **Mapa de experiencia de cliente**.

Este mapa es una herramienta que te muestra el recorrido completo que sigue tu cliente al relacionarse con tu iniciativa, considerando no sólo el momento en el que realmente se está haciendo uso efectivo de tu producto o servicio, sino también la etapa previa y la posterior a él.

Esta herramienta te ayudará a analizar minuciosamente la experiencia de tu cliente y obtener así claves para mejorarla y enriquecer de esta manera tu proyecto de emprendimiento social.

Te permitirá descubrir cómo se relaciona el cliente con nosotros y sobre todo, cómo se siente en relación a nuestra iniciativa y a nosotros como sus promotores.

### Cómo se utiliza

El mapa de experiencia de cliente propone diseccionar la relación de un cliente con un servicio en tres fases, en función a la relación de este cliente con él:

- Una **fase pre-servicio**, previa a la utilización del servicio por parte del cliente.
- La **fase de servicio**, en la que el cliente está propiamente haciendo uso del servicio.
- Una **fase post-servicio**, posterior a la utilización del servicio por parte del cliente.

Comienza trabajando el bloque asociado a la **fase Pre-servicio**.

En esta fase te centrarás en analizar y trabajar sobre el conjunto de elementos que pueden incitar a tus potenciales clientes a usar tu servicio. Para ello te proponemos que analices los siguientes elementos respondiendo a las cuestiones que te planteamos:

- 1. Publicidad.** ¿Cómo trasladas la oferta del servicio a tus clientes? ¿Qué canales empleas?
- 2. Social media.** ¿Qué información previa del servicio está disponible en las redes sociales?

**3. Escucha activa cercana.** ¿Qué dicen del servicio y de ti, como proveedor, tus amistades, compañeros y familiares?

**4. Experiencias anteriores.** ¿Qué experiencias previas tiene la gente con tu servicio u otro similar?

Con toda la información anterior, responde a la pregunta clave del bloque: **¿Cuáles son las expectativas que tiene tu cliente hacia tu servicio y hacia ti como proveedor?**

Continúa avanzando en el bloque asociado a la **fase Servicio**.

Piensa en todo el recorrido que lleva a cabo tu cliente desde que comienza a recibir el servicio que has diseñado hasta que finaliza.

Describe en el esquema, de forma ordenada, los puntos en los que vas a interactuar con tu cliente a lo largo del servicio (*puntos de contacto o touchpoints*). Indica, además, en cada *touchpoint* si la emoción y valoración que percibes del cliente es positiva, neutra o negativa. ¿Identificas algún momento o *touchpoint* crítico en el recorrido del servicio?

Una vez hayas analizado todo el recorrido, responde a la pregunta clave del bloque: **Mientras tu cliente utiliza el servicio, ¿qué tipo de experiencia a nivel individual tiene?**

Concluye el trabajo abordando la **fase Post-servicio**. Para ello responde a las siguientes cuestiones:

- 1. Gestión de relaciones con clientes.** ¿Cómo realizas el seguimiento a los clientes de tu servicio?
- 2. Social Media.** ¿Qué dicen los clientes y usuarios sobre tu servicio en las redes sociales?
- 3. Escucha activa cercana.** ¿Qué dicen los clientes y usuarios de tu servicio sobre él a sus amistades, compañeros y familiares?

La última tarea que te plantea la herramienta es que reflexiones, a partir de la información que has recopilado, sobre la satisfacción o insatisfacción de tus clientes en base al servicio que has diseñado y respondas a las preguntas clave de bloque:

- » ¿Están tus clientes satisfechos con su experiencia de servicio recibido?
- » ¿Se han cumplido sus expectativas?
- » A partir del análisis del mapa de experiencia de tu cliente, ¿hay algún elemento de tu servicio que cambiarías, suprimirías o añadirías para mejorar su experiencia?

### Claves importantes para el uso de la herramienta

Esta herramienta es muy útil para intentar comprender cómo se siente nuestro cliente en cada momento. Para ello tendrás que prestar especial atención en descubrir qué le sorprende o le agrada

en cada uno de los touchpoints que hemos identificado, pero también deberás esmerarte en llegar a conocer qué le incomoda, qué le molesta o qué cambiaría en los mencionados puntos de contacto.

Lo que perdura de un servicio son las emociones asociadas a la experiencia que vivimos con él, así que esfuerzate en proporcionar una experiencia memorable y positiva a todos tus clientes.

## Herramienta 9. Mapa de experiencia de cliente

### Fase Pre-servicio

#### Publicidad

¿Cómo trasladas la oferta del servicio?  
¿Qué canales empleas?

#### Social media

¿Qué información previa del servicio está disponible en las redes sociales?

#### Escucha activa cercana

¿Qué dicen del servicio y de ti, como proveedor, las amistades, compañeros y familiares?

#### Experiencias anteriores

¿Qué experiencias previas tiene la gente con tu servicio u otro similar?

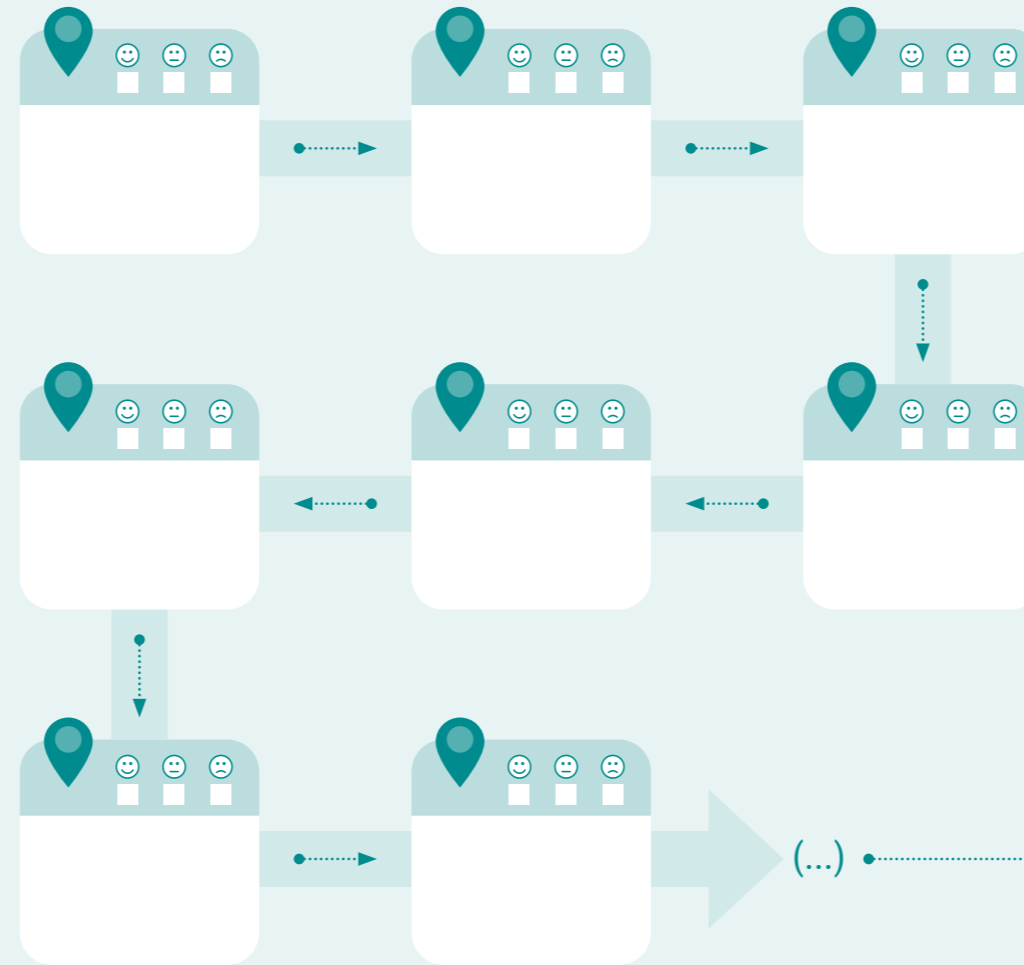
#### Expectativas

¿Cuáles son las expectativas que tiene tu cliente hacia tu servicio y hacia ti como proveedor?

### Fase Servicio

#### Recorrido del Servicio

¿Con qué elementos o puntos de interacción del servicio (touchpoints) entra en contacto el usuario durante su recorrido? ¿Identificas algún momento crítico en la interacción con el cliente?



#### Experiencias

Mientras se consume/utiliza el servicio, ¿qué tipo de experiencia a nivel individual tienen las personas con él?

### Fase Post-servicio

#### Gestión de relaciones con clientes

¿Cómo realizas el seguimiento a los clientes/usuarios de tu servicio?

#### Social media

¿Qué dicen los clientes y usuarios sobre tu servicio en las redes sociales?

#### Escucha activa cercana

¿Qué dicen los clientes y usuarios de tu servicio sobre él a sus amistades, compañeros y familiares?

#### Satisfacción/Insatisfacción

¿Están tus clientes satisfechos con su experiencia de servicio recibido? ¿Se han cumplido sus expectativas? ¿Has identificado algún elemento que modificar, suprimir o añadir para mejorar su experiencia con tu servicio?