

5 ACCIONES QUE PUEDES TOMAR A PARTIR DEL CUSTOMER JOURNEY MAP

Cómo accionar el CJM 



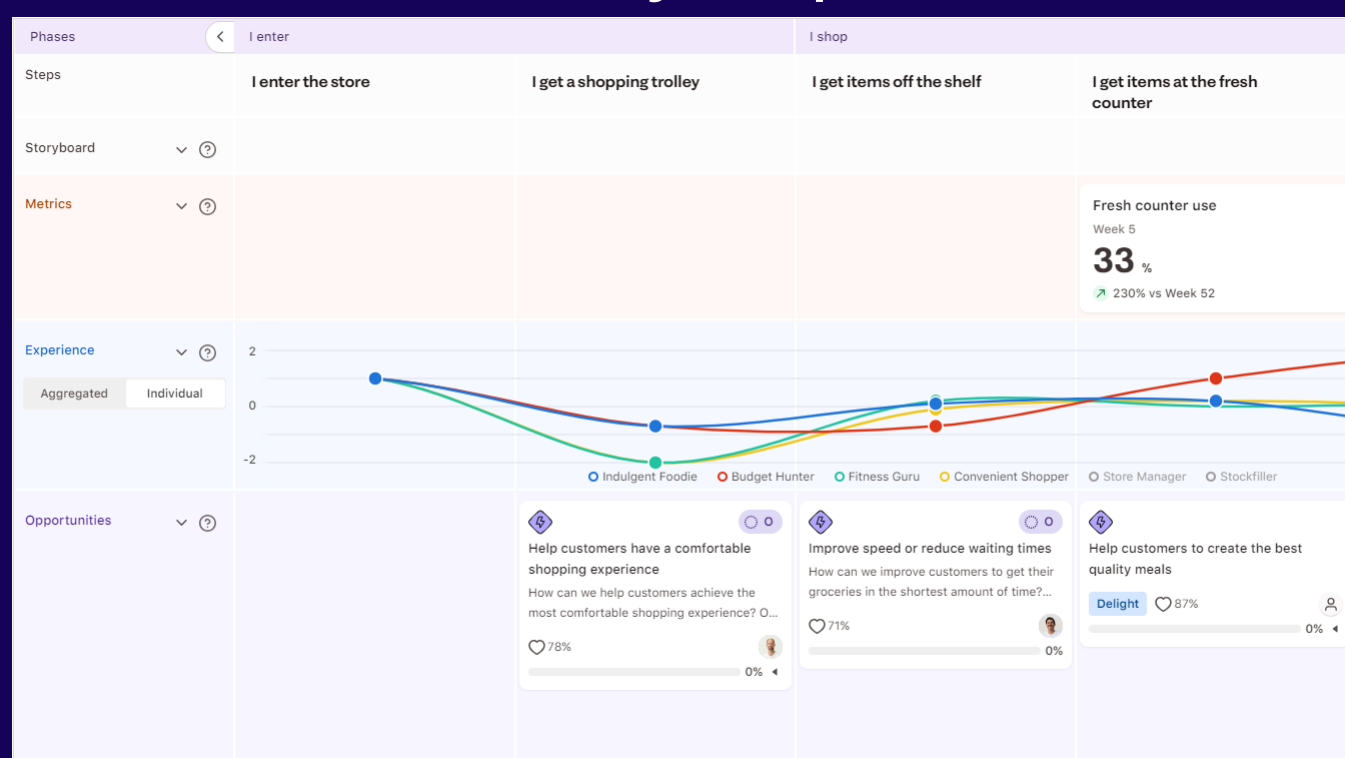
Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

Llevo un tiempo haciendo CJMs, por fin los terminé.

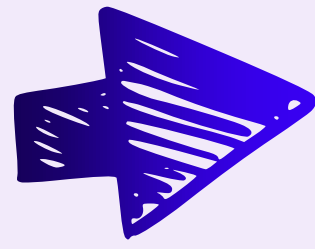
¿Y ahora qué hago con ellos?

Aquí encuentras **5 acciones** que puedes **ejecutar ahora mismo** para “accionar el CJM”.

Customer Journey Map



MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA



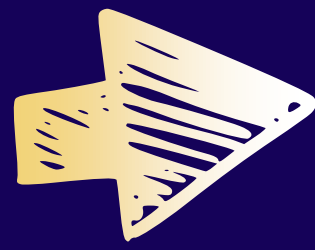
ACCIÓN 1

Identificar problemas y oportunidades

Un CJM es una **representación de la realidad** que viven los clientes cuando interactúan con una empresa por medio de un servicio puntual.

En esta representación puedes encontrar:

- Momentos en los que es difícil para el cliente lograr algo
- Momentos en los que el cliente se siente fracasado en su cometido
- Oportunidad de desarrollar un nuevo servicio

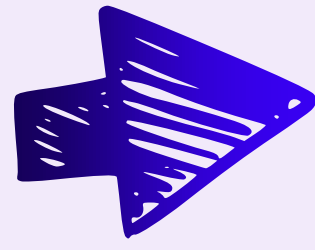


ACCIÓN 2

Socializar con las áreas involucradas

Hay que comunicar los hallazgos que se han obtenido con el CJM. Esta información suele ser muy valiosa para otras áreas y, además, es una ocasión para fortalecer las relaciones entre áreas (subculturas).

 Ten presente hablarles a las otras áreas en su lenguaje (términos, indicadores...) y mostrarles los beneficios que obtienen al cooperar con CX.

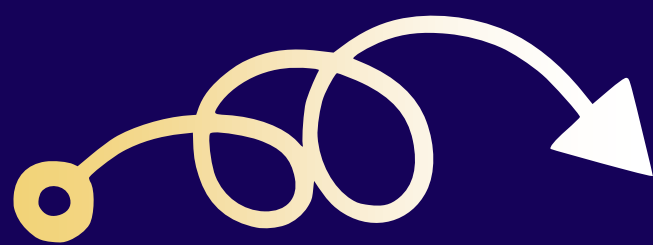


ACCIÓN 3

Rediseñar o diseñar servicios (el camino largo)

Ya sea para mejorar servicios existentes o para nuevos servicios, puedes trabajar con una metodología de diseño, donde a partir de los problemas y oportunidades (acción 1):

- Formules un reto de diseño
- Ideas soluciones al reto
- Filtres ideas y elijas “la mejor”
- Prototipes la idea elegida
- Testees el prototipo
- Montes un blueprint



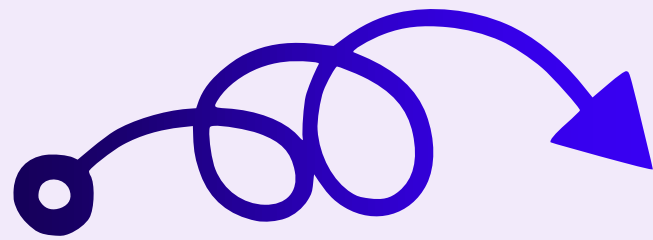
ACCIÓN 4

Plantear acciones sencillas (el camino corto)

Diseñar puede tomar mucho tiempo, recursos y personas, por lo cual puede no ser la opción adecuada para el momento.

La ventaja es que podemos plantear acciones sencillas que mejoren la experiencia del cliente (CX):

- Cambiar la forma en que se saluda a los clientes en el onboarding
- Adicionar un paso o durante un período de espera
- Suministrar información adicional al cliente
- Invitar al cliente a participar de la prestación (autoservicio)



ACCIÓN 5

Implementar los cambios en la operación

Suena sencillo, de eso se trata. Si hacemos que suene complejo nos podemos paralizar.

No importa que los cambios en la operación sean incipientes, imperfectos o incompletos.

Incluso, es mejor que sean graduales, para ver el efecto que van teniendo y hacer ajustes en la marcha.

Un desafío cultural...

Es muy importante **contar con la complicidad de otras áreas (subculturas)**, por eso, no dejes de **mostrarles los beneficios y hablarles en su lenguaje**.

Dales la información completa, interésate genuinamente en ellos y toma en serio sus opiniones y propuestas.

¡Toca y guárdalo! > ● ● ●

¿LO ENCONTRASTE ÚTIL?

Sígueme para descubrir cómo ir más allá de la experiencia



Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA