¡GUÁRDALO!

CÓMO HACER UN CUSTOMER JOURNEY MAP CON CLAUDE

ANÁLISIS DE CONTENIDO

Claude

Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

Claude

Claude es una herramienta muy adecuada para el análisis de datos cualitativos.

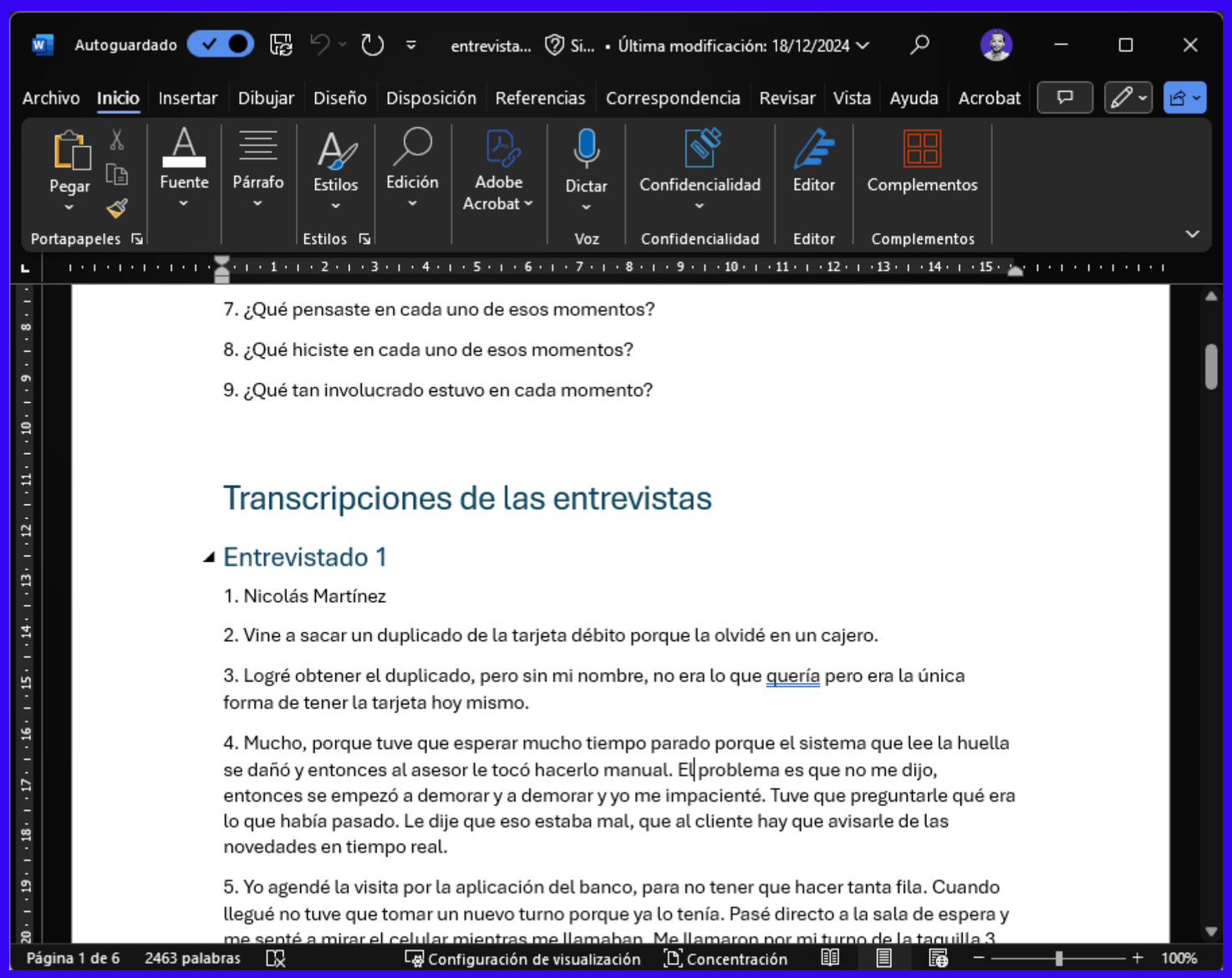
💡 **Hacer un Customer Journey Map (CJM) se basa en un tipo de análisis de datos cualitativos que es conocido como: análisis de contenido.**

Aquí va un **paso a paso** de cómo hacer un análisis de contenido con Claude para plasmar un Customer Journey Map (CJM).

PASO 1

Compendia las transcripciones de las entrevistas en un archivo de Word (.docx).

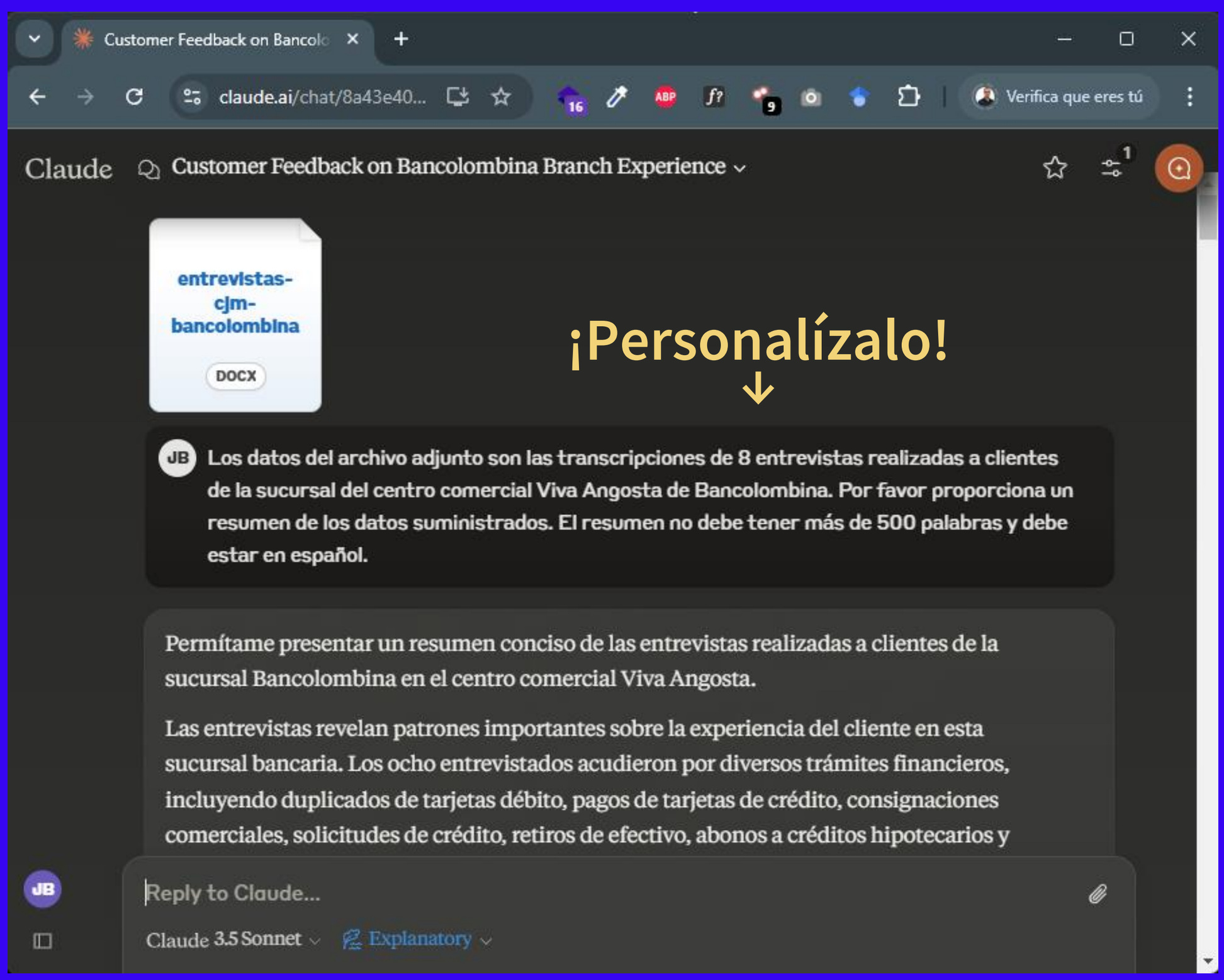
Incluye la guía de preguntas, puede ser al inicio del documento o en cada transcripción.



PASO 2

Sube el archivo de transcripciones a Claude.ai junto con el siguiente PROMPT (resumen general).

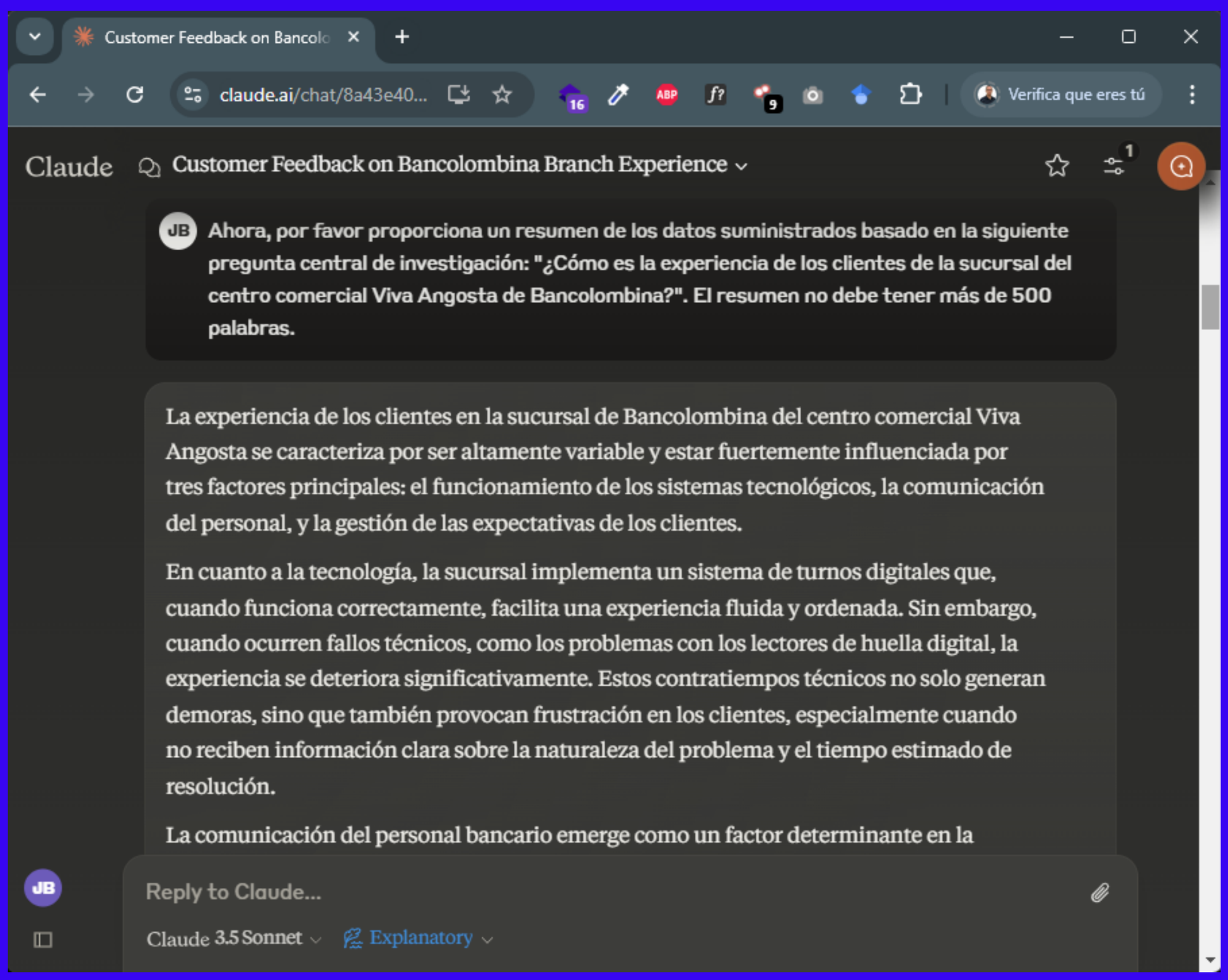
Asegúrate de usar el modelo Claude 3.5 Sonet en el estilo Explanatory.



PASO 3

Pídele a Claude que haga un resumen enfocado en la pregunta de investigación inicial.

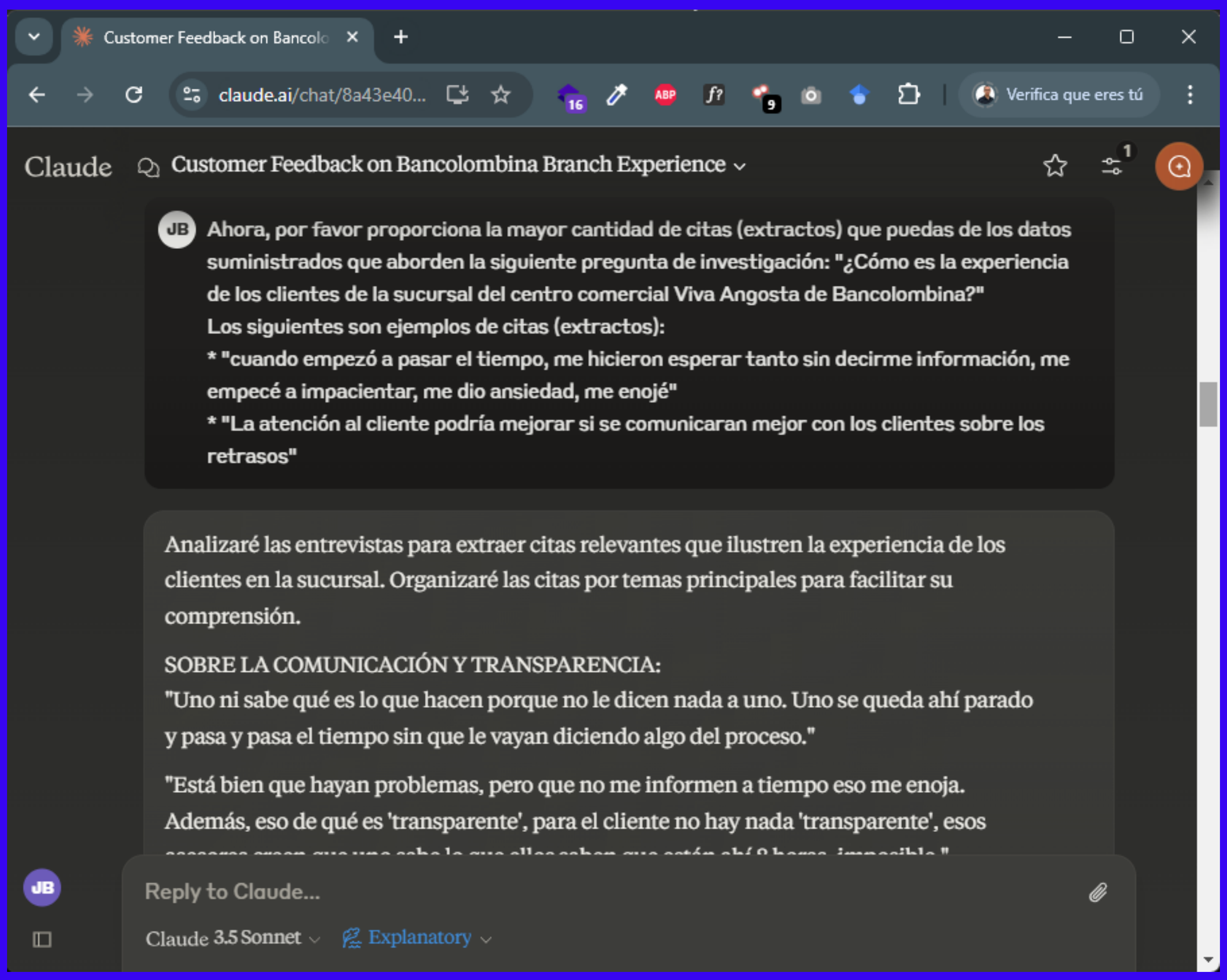
(Si no tienes clara la pregunta, consulta mi guía de diseño de entrevista).



PASO 4

Pídele a Claude que extraiga citas que aborden la pregunta de investigación.

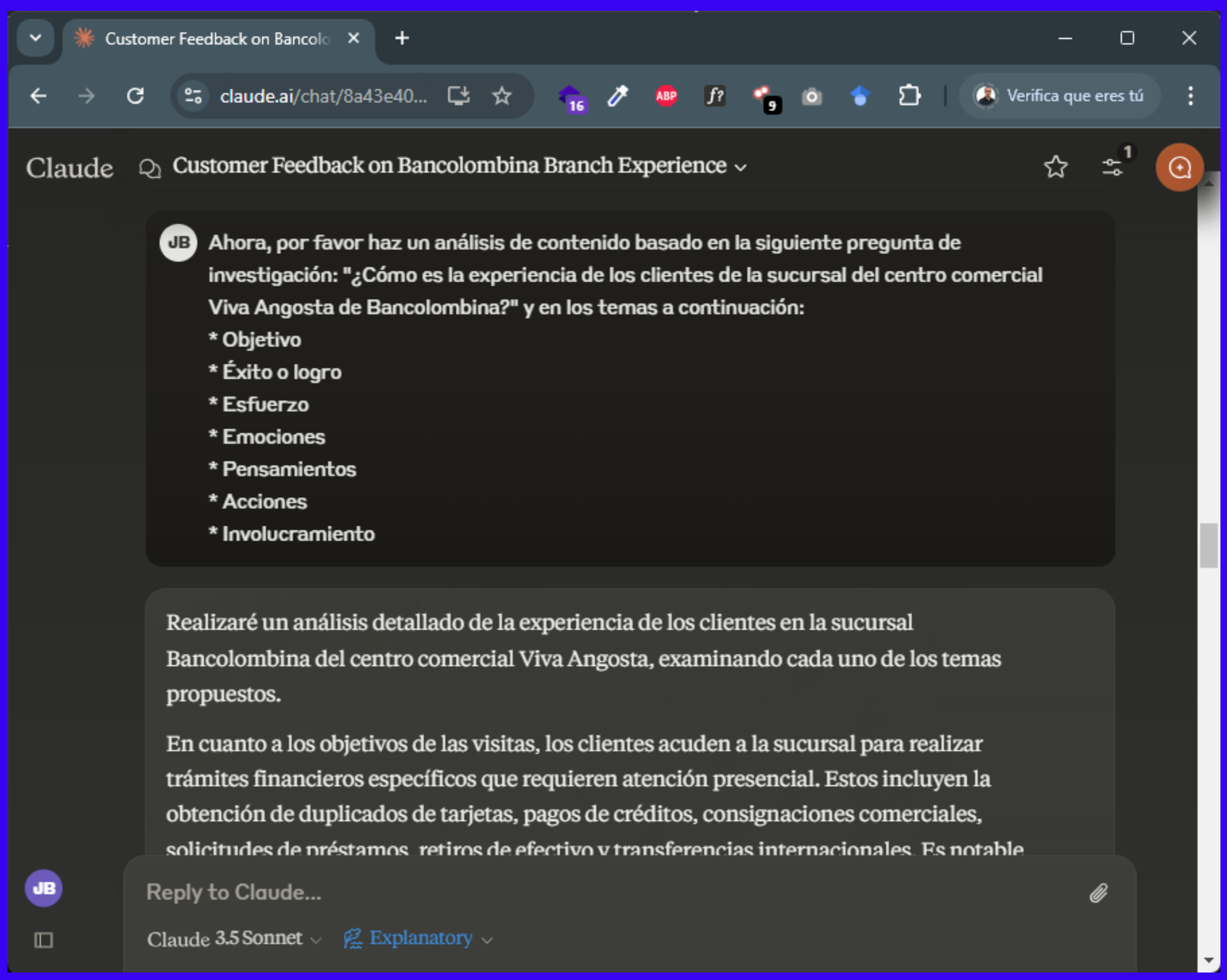
Es muy importante que incluyas ejemplos de citas adecuadas, de esa manera le indicas a Claude el tipo de información que es significativa.



PASO 5

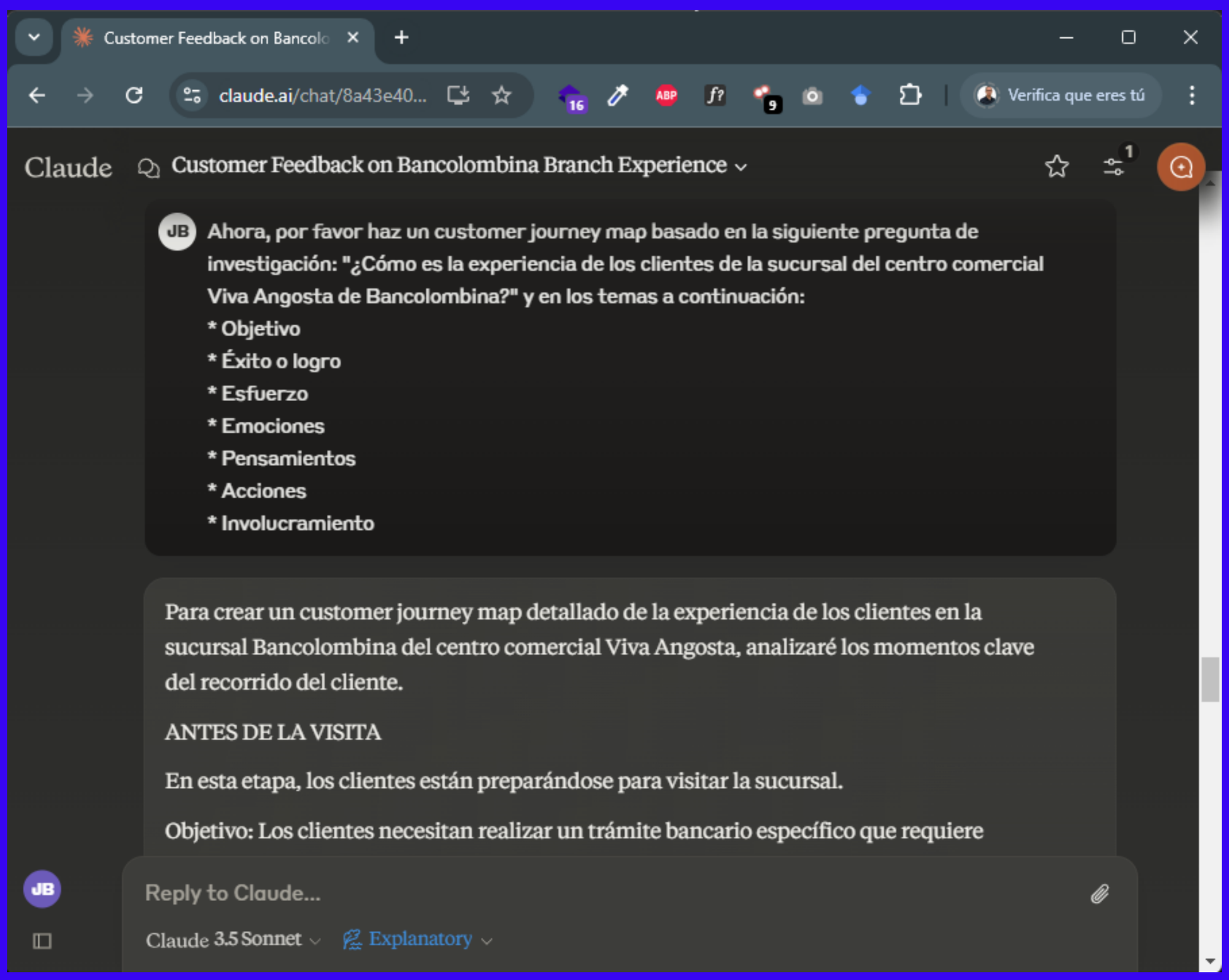
Pídele a Claude que haga un análisis de contenido basado en la pregunta de investigación y en los temas típicos de un CJM.

Incluye temas como: objetivo emociones, pensamientos, acciones…

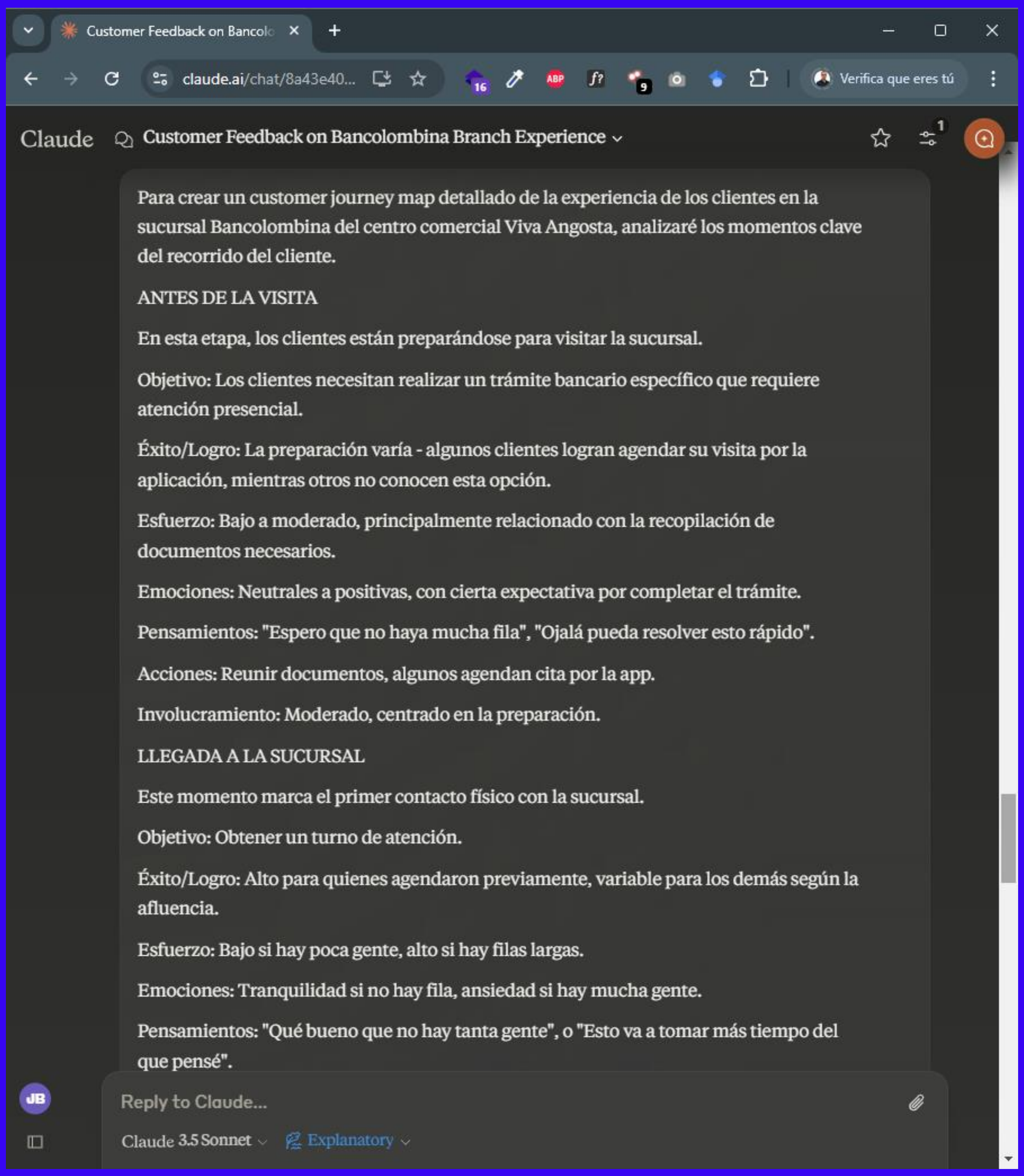


PASO 6

Pídele a Claude que haga un CJM basado en la pregunta de investigación y en los temas mencionados antes.



Así luce la respuesta del CJM:

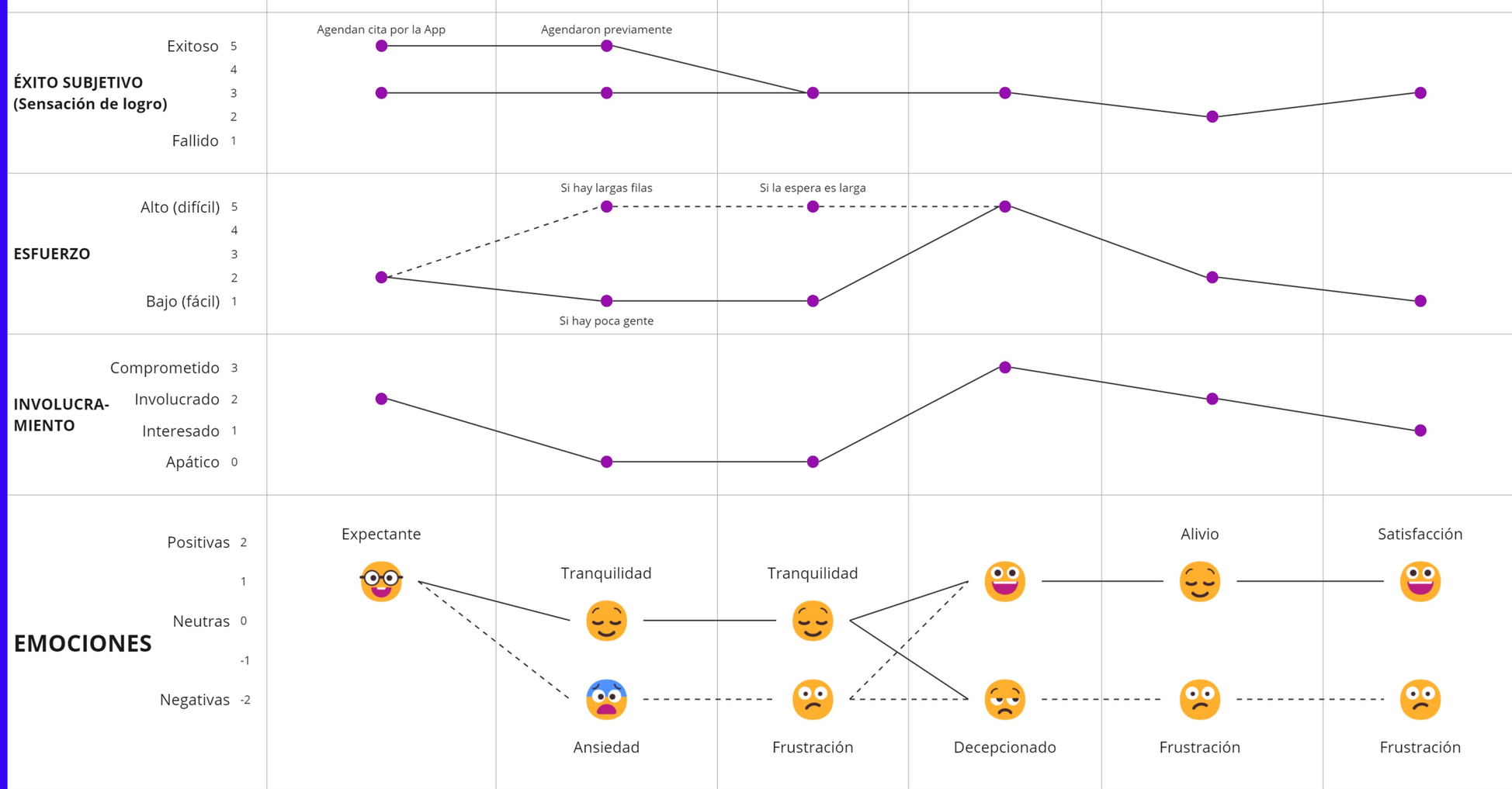


PASO 7

Plasma el Customer Journey Map con la información arrojada por Claude en tu aplicación preferida.

En mi caso, prefiero usar siempre Miro dad su universalidad.

FASES	Antes de la visita	Llegada a la sucursal	Espera inicial	Interacción con el personal	Finalización del trámite	Post-visita
OBJETIVO	Realizar un trámite bancario específico que requiere atención presencial.	Obtener un turno de atención.	Esperar el turno de atención.	Realizar el trámite deseado.	Confirmar que el trámite se completó satisfactoriamente.	Evaluar si el trámite cumplió las expectativas.
ACCIONES	• Reunir documentos • Agendar cita por la App (algunos)	• Tomar turno en la máquina o presentarse con turno agendado	• Revisar el celular • Observar la pantalla de turnos	• Preguntar sobre el proceso • Presentar documentos • Esperar procesamientos	• Verificar documentos/productos recibidos • hacer preguntas finales	• Planear futuras visitas si quedaron pendientes
PENSAMIENTOS	"Espero que no haya mucha fila", "Ojalá pueda resolver esto rápido".	"Qué bueno que no hay tanta gente", o "Esto va a tomar más tiempo del que pensé".	"¿Cuánto tiempo más tendré que esperar?", "¿Por qué se demora tanto?"	"¿Por qué no me explican qué está pasando?", "¿Por qué no me avisaron antes que necesitaba más documentos?"	"Por fin terminé", "No era exactamente lo que esperaba".	Reflexiones sobre la calidad del servicio y posibles mejoras.



Claude

Y así termina el mapeo de un journey del cliente.

Puede ser dispendioso en principio, pero con las herramientas de IA que hay hoy en día es muy manejable.

💡 Ten presente siempre **El toque humano es fundamental**: si las preguntas fueron mal formuladas, la entrevista mal conducida y los temas del análisis de contenido mal definidos, la herramienta te entregará análisis inconsistentes o irrelevantes.

¡GUÁRDALO!

TE INVITO A LOGRAR TODOS TUS RETOS DE CX

Cuenta conmigo para descubrir cómo ir más allá de la experiencia

Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA