

¡GUÁRDALO!

SERVICE SAFARI

EXPERIENCIA DEL CLIENTE (CX) EN PRIMERA PERSONA

LA GUÍA DEFINITIVA



Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

SERVICE SAFARI

¿QUÉ ES?

Es una técnica cualitativa para investigación exploratoria de experiencia del cliente (CX).

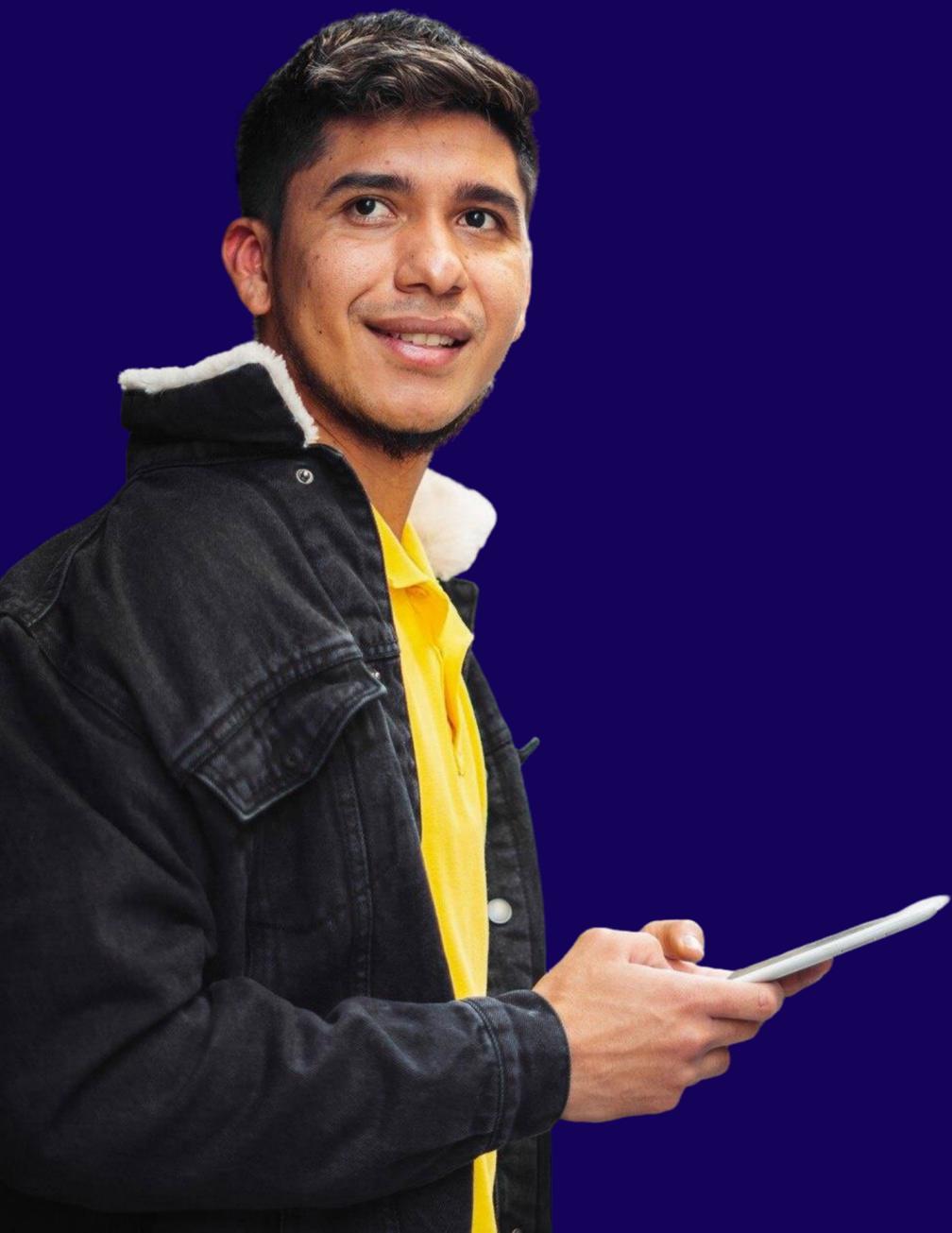
Se basa en la técnica de observación participante que viene del enfoque etnográfico de la antropología.



SERVICE SAFARI

¿CUÁNDO APLICARLO?

Quando se quiere **entender** las situaciones, contextos, interacciones y los comportamientos y lenguaje de las personas de frontdesk, por medio de la experiencia con el servicio.



SERVICE SAFARI

¿A QUÉ APLICARLO?

Hay dos clasificaciones.

La primera. **¿De quién es el servicio?:**

- Propio
- De un competidor
- De un cliente (demanda derivada)

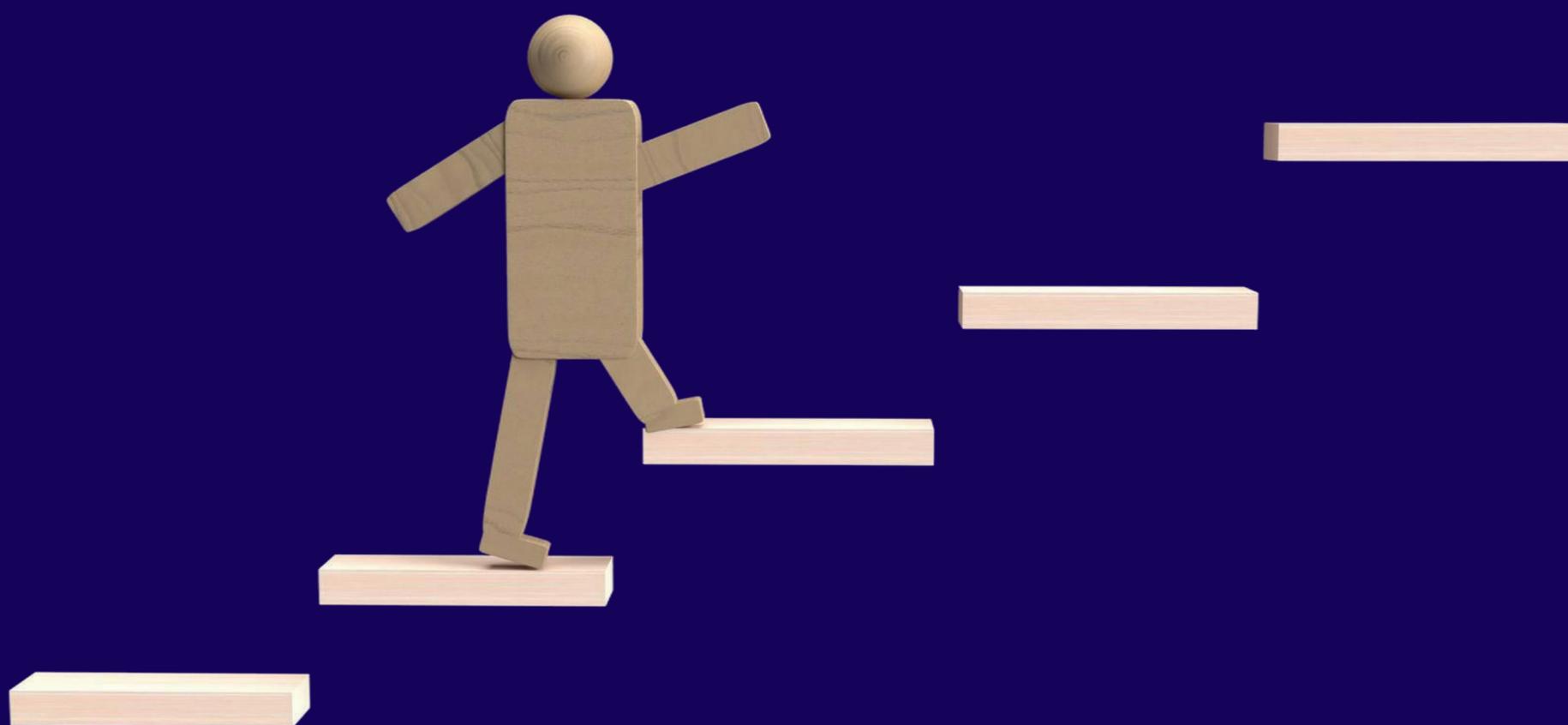
La segunda. **¿Cuál es la experiencia asociada al servicio?:**

- Compra (Mystery Shopping)
- Uso / consumo
- Cancelación
- Renovación
- Soporte

SERVICE SAFARI

¿CÓMO APLICARLO?

PASO A PASO →



1

OBJETIVO

Define lo que quieres conocer y entender del servicio.

Ejemplo:

Conocer el servicio de soporte al cliente de 'la empresa' en cada paso, así como el comportamiento y lenguaje de las personas que prestan dicho servicio para 'la empresa' y para sus dos principales competidores.

2

PREGUNTA

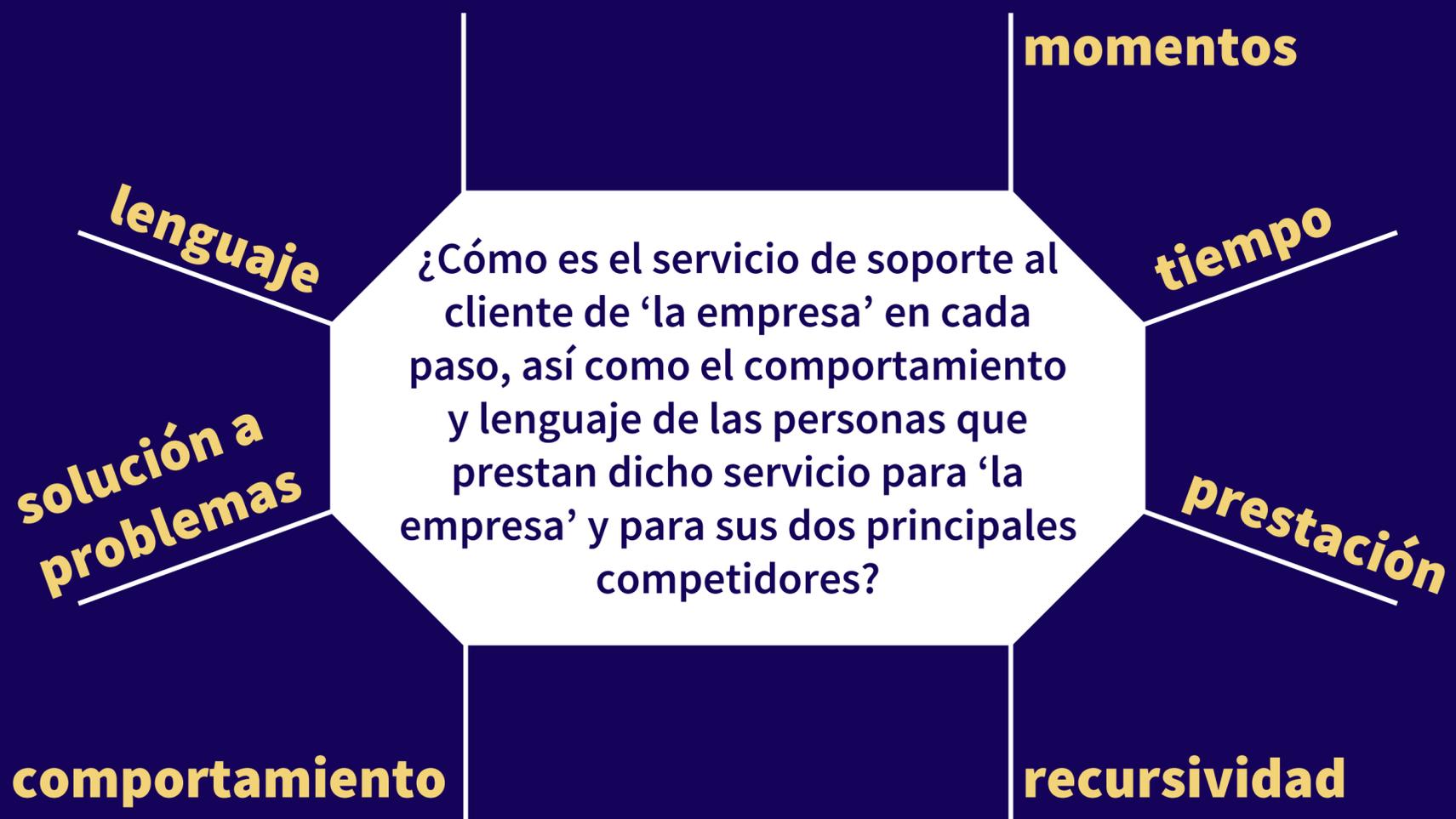
Formula una pregunta de investigación basada en el objetivo.

Ejemplo:

¿Cómo es el servicio de soporte al cliente de 'la empresa' en cada paso, así como el comportamiento y lenguaje de las personas que prestan dicho servicio para 'la empresa' y para sus dos principales competidores?

3

Dibujar un **mapa mental** tomando la **pregunta como tema central**. Escribir en las ramificaciones **“temas” (categorías)** relacionados con la pregunta.



4

PREGUNTAS

Formula **preguntas abiertas** a partir de los temas. Asegúrate que sean **“observables”**.

Ejemplo:

- ¿Cuáles son los momentos del servicio de soporte?
- ¿Cuánto tiempo toma cada momento?
- ¿Cómo es la forma en que prestan el servicio los agentes? ¿Qué tan recursivos son para encontrar soluciones para el cliente?
- ¿Cuál es el tipo de lenguaje que usan? ¿Cómo es la sintaxis de sus expresiones?

5

GUÍA

Diseña un formato que tenga los siguientes campos.

- Fecha
- Servicio
- Empresa
- Lugar

En tres columnas:

- Preguntas observables y temas emergentes
- Lo que observo (veo y escucho)
- Lo que interpreto

6

CAMPO

Ve a vivir la experiencia en primera persona y toma notas en la guía, graba audios, toma fotografías (si aplica), traza mapas.

No te conformes con las preguntas que tienes en la guía. Debes estar muy atento por si emerge un tema que no tuviste en cuenta inicialmente.

7

ANÁLISIS

Toma las transcripciones, notas, fotografías y todo lo que tengas. Seguido, aplica un **análisis temático de contenido** para **reducir los datos y desarrollar los resultados.**

Saca conclusiones que resalten problemas, oportunidades y posibles acciones para implementar.

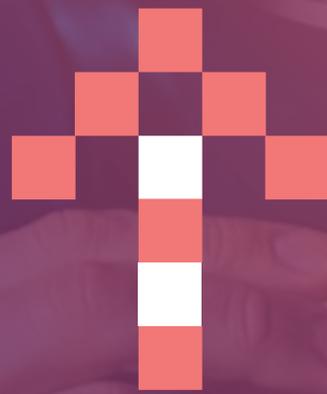
8

SOCIALIZACIÓN

Cuéntale a tu equipo los resultados y las conclusiones. Invítalos a ser co-creadores de nuevos servicios (enfoque proactivo), así como la mejora de servicios actuales (enfoque reactivo).



¡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