

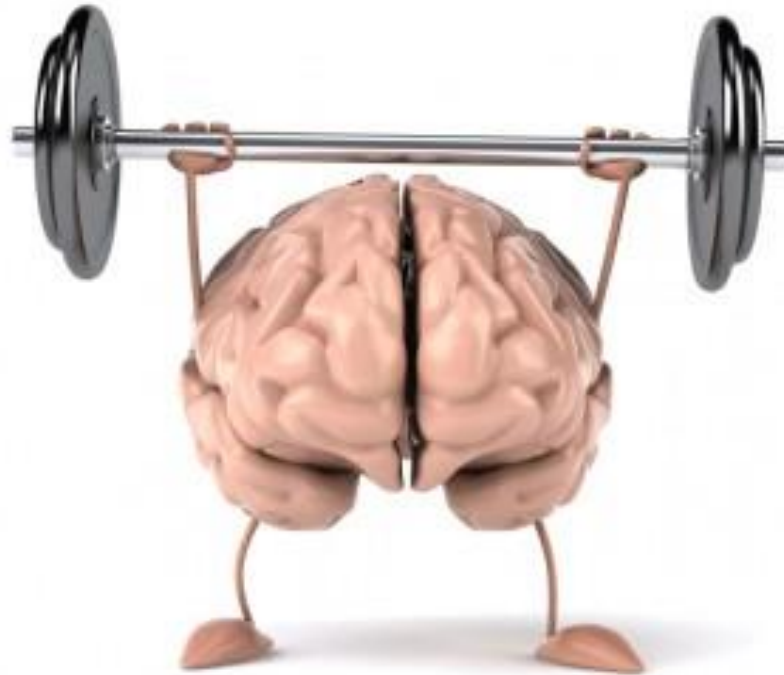


# Empathy Map / Customer Journey Map

Eduardo Nue /  
Miguel Malnati

**OFICINA DE  
EMPRENDIMIENTO**  
UNIVERSIDAD DE LIMA

# MENTAL WARM UP



# Es una técnica que ayuda conocer a futuros clientes.



# Nos ayuda a mejorar nuestra oferta y a distinguirnos de la competencia.

*¿Qué es lo que*  
**PIENSAN Y SIENTEN?**

Qué cuenta realmente.  
Sus mayores preocupaciones y aspiraciones.

*¿Qué es lo que*  
**ESCUCHAN?**

Qué dicen las amistades.  
Qué dice el jefe.  
Qué dicen sus influenciadores.



**Bruce**  
30 años  
Deportista

*¿Qué es lo que*  
**OBSERVAN?**

Su entorno.  
Sus amigos.  
Qué ofrece el mercado.

*¿Qué es lo que*  
**DICEN Y HACEN?**

Actitud en público.  
Apariencia.  
Comportamiento frente a los demás.

**ESFUERZOS/DOLOR**

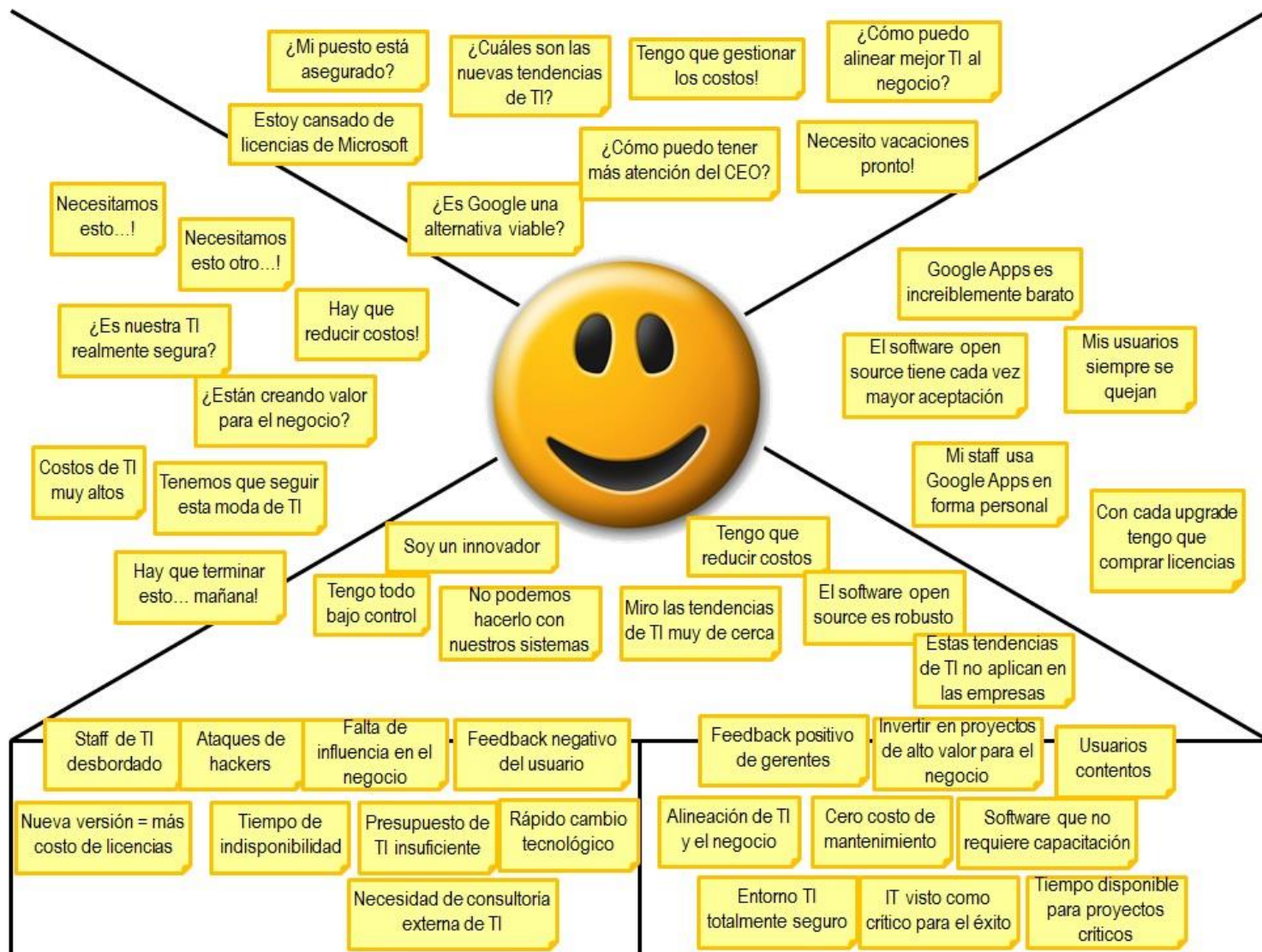
Temores.  
Frustraciones.  
Obstáculos.

**RESULTADOS/GANAR**

Lo que quiere / Lo que necesita.  
Medidas de éxito.



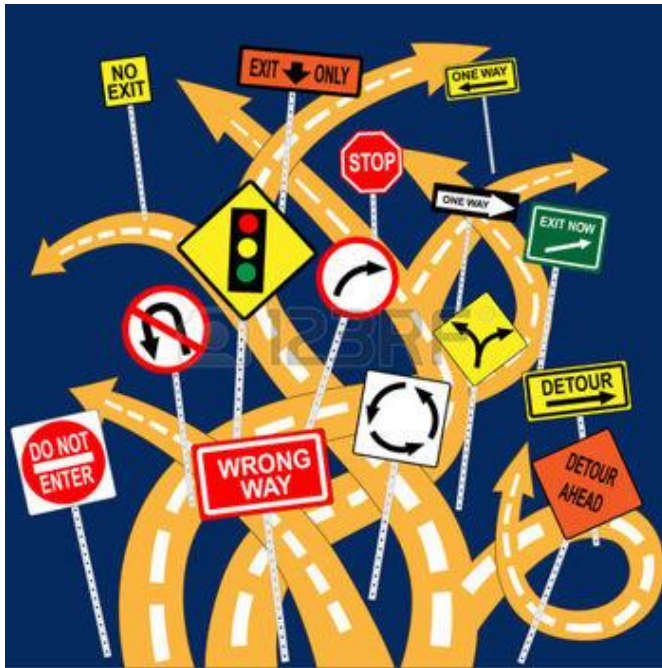
# Resultados Esperados!!!



# Resultados Esperados!!!



# CUSTOMER JOURNEY MAP / MAPA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE



Se trata de un diagrama que muestra los pasos detallados que sigue el cliente al relacionarse con la empresa (a través de un servicio, producto u otro).



# IMPORTANCIA

Identifica cómo se relaciona y sobre todo cómo se siente el cliente.



Porque como personas lo que recordamos son las emociones, la visión subjetiva de cómo nos han hecho sentir y no la parte objetiva.



# USOS

**Entender y  
rediseñar la  
experiencia  
de nuestros  
clientes.**

**Alinear la  
visión  
externa y la  
interna.**

**Diseñar los  
embudos  
de relación  
con el  
cliente.**

<https://www.youtube.com/watch?v=vJknBFy5nx0>

# ¿CÓMO DISEÑAR UN CUSTOMER JOURNEY MAP?

1. Identificar al “cliente”
2. Comprender las fases de la relación
3. Identificar sus motivaciones y dudas
4. Mapear los puntos de contacto “touchpoints”
5. Evaluar los momentos clave y sus métricas
6. Añadir los procesos internos en nuestra empresa
7. Entender los dolores e identificar las oportunidades

# EJEMPLOS DESARROLLADOS

## Ejemplo: Restaurante












# MODELO:

## CUSTOMER JOURNEY MAP: *Proceso de Matricula ULIMA*

ETAPAS FASES					
PROCESOS DEL CLIENTES					
PROCESOS INTERNOS					
EXPERIENCIA DEL CLIENTE					
ELEMENTOS VISIBLES					
ELEMENTOS INVISIBLES					

# MODELO: VISITA A PAGINA WEB



# EJEMPLOS DESARROLLADOS

