

CONSTRUYENDO EL CUSTOMER JOURNEY MAP (CJM) PASO A PASO



¿Qué es el CUSTOMER JOURNEY MAP (CJM)?

Cuando hablamos de Customer Journey Map nos referimos a una herramienta que sirve para ilustrar e interpretar todas las relaciones y experiencias que un cliente tiene con una marca, un servicio o producto en cada una de sus etapas del proceso de compra y a través de diversos canales. El resultado, por tanto, es un mapa de cliente centrado en las personas, que ayuda comprender mejor sus necesidades, intenciones y deseos.

En este sentido, es indispensable que cada Customer Journey Map (CJM) planteado se adapte a cada uno de los buyer persona (prototipo de cliente final) encontrados por la compañía para entender el valor que aporta a su experiencia con la marca.

PASOS PARA CONSTRUIR EL CJM

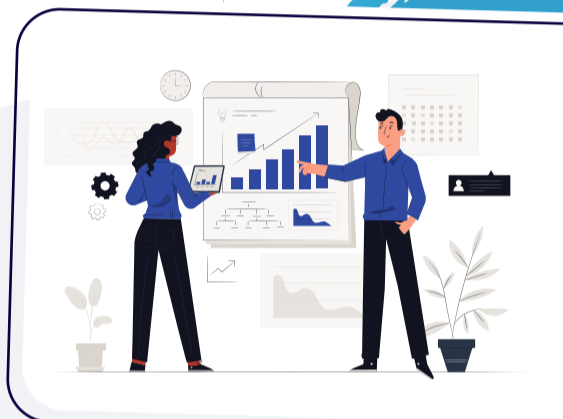
Caracterización y entendimiento estratégico



1 Validar los objetivos del producto / servicio que se ofrecen hoy al cliente.



2 Identificar la competencia del producto o servicio. Apoyarse en investigación online y/o tradicional.



Inicio de construcción de etapas del viaje del cliente



3 Definir las etapas del viaje.

Etapas: Anticipación - consideración - compra - decisión - seguimiento.



Definición de emociones e interacciones cliente - empresa



4 Definir las emociones o sentimientos del cliente en cada etapa de contacto con la empresa.



5 Definir las interacciones que realiza el cliente en cada etapa.



Definición de "touchpoints" cliente - empresa y construcción del viaje (CJM)



6 Definir puntos de contacto (touchpoints) entre empresa y cliente.



7 Señalar el viaje de relacionamiento, indicando los puntos de dolor (pain points) y las emociones.



8 Definir estrategia de mejoramiento de acuerdo con los touchpoints a trabajar.

CUSTOMER JOURNEY MAP

