

# **Actividad 1 - Conociendo al usuario**

## **Diseño de Interfaces II**

### **Ingeniería en Desarrollo de Software**

**Tutor: Fátima Fernández de Lara Barrón**

**Alumno: Fernando Pedraza Garate**

**Fecha: 25 de Junio del 2023**

# Índice

---

## Etapa 1 – Conociendo al usuario.

○ Introducción.	Pág. 3
○ Descripción	Pág. 4
○ Justificación	Pág. 5
○ Desarrollo	Pág. 6-11
• Journey Map 1	Pág. 12
• Journey Map 2	Pág. 18
• Journey Map 3	Pág.21
○ Conclusión	Pág. 25
○ Referencias.	pág. 26-28

# Introducción

---

El Journey Map es una herramienta proveniente de la metodología Design Thinking, centrada en el usuario, orientada a la acción, cuyo objetivo es generar soluciones de acuerdo a problemas detectados en un determinado marco de trabajo, en donde el Journey Map fue creado para representar un análisis completo de la relación entre un usuario, con un producto en específico, y con el paso del tiempo se descubrió también que puede responder al cómo interactúan los usuarios con las marcas o servicios, es una herramienta sumamente útil, ya que permite ver perspectivas nuevas, visualizar donde están las debilidades del negocio y encontrar oportunidades de mejora, en resumen un journey map es una representación visual del proceso por el que pasa un cliente o prospecto para lograr un objetivo con una empresa, con la ayuda del Journey Map de ese trayecto se podrá tener una idea de las motivaciones de sus clientes, sus necesidades y puntos críticos.

# Descripción.

---

En la actualidad, hoy por hoy los negocios se van apropiando de herramientas tecnológicas que permitan digitalizar sus datos, gestionar su negocio, así como otras plataformas, que les permiten posicionarse en el mercado digital, abordando otros espacios en el mercado actual, razón por la que es importante, antes de convertirse en un negocio digital, conocer a la competencia, el entorno digital, y como primera instancia al **cliente**, al cual abordarán al convertir un negocio tradicional en un negocio capaz de involucrarse con la tecnología, buscando crear un sitio web para su empresa, la cual les permitirá enlazar o englobar sucursales, franquicias o empresas asociadas, es importante y preferente si ya cuentan con un sitio web, brindando la pauta para que los demás sitios se ajusten visualmente a la experiencia con el cliente, estandarizada, permitiendo identificar a todas las demás empresas que conforman el negocio, ofreciendo más captación de usuarios y, por ende, mejores ganancias.

# Justificación.

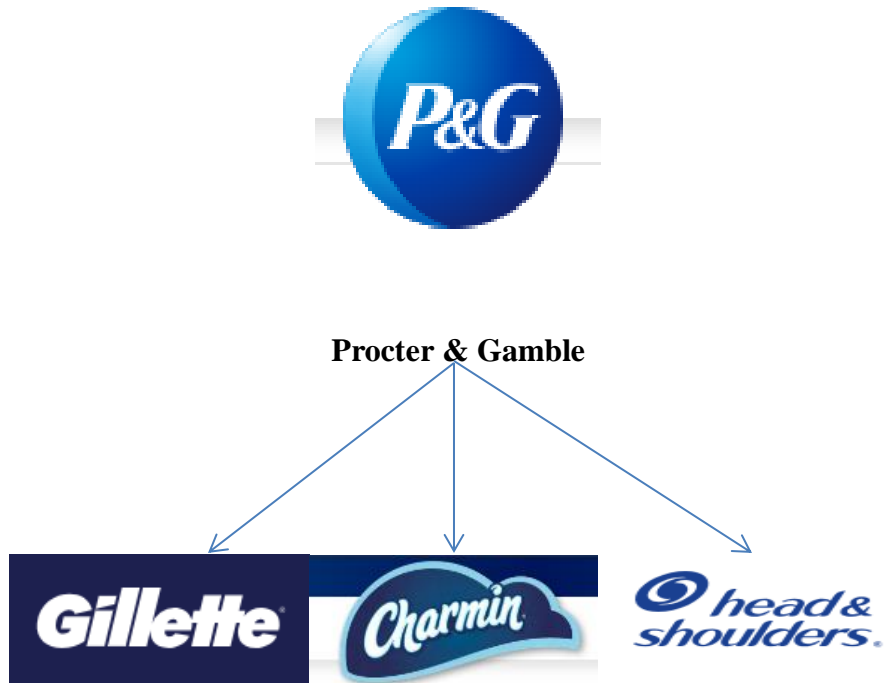
---

La mejor manera de visualizar cómo un cliente interactúa con una empresa es haciendo un mapa, la mayoría de los journey maps comienzan como hojas que describen eventos clave, motivaciones del cliente y áreas problemáticas dentro de la experiencia del usuario, luego, esta información se integra en una imagen que describe una experiencia promedio con un negocio, al comprender esta relación se identifica cómo estructurar los puntos de contacto para crear un proceso más eficaz y eficiente para los clientes, un mapa del recorrido del cliente traza el proceso actual, desde el primer punto de contacto hasta el final, para ver si los clientes están alcanzando los objetivos y, de no ser así, cómo pueden llegar a ellos.

Los beneficios de crear un Journey Map es que se puede comprender qué es interesante y útil para los clientes acerca de la empresa y sitio web, así como lo que están rechazando, logrando crear el tipo de contenido que los atraerá hacia la empresa y los mantendrá allí, permitiendo crear una base de clientes objetivo, investigando las necesidades y los puntos críticos de los clientes típicos, trazando su recorrido darán una buena imagen del tipo de personas que están tratando de alcanzar un objetivo con la empresa, facilitando la implementación de un servicio proactivo al cliente, saber esto de antemano permite planificar cada estrategia de servicio al cliente e intervenir en los momentos ideales que mejoran el valor de la marca para el comprador, el servicio proactivo al cliente también hace que la marca parezca más confiable a los ojos de la base de clientes, si se tiene una visión completa del recorrido del cliente, es más fácil seleccionar áreas en las que se puede mejorar, cuando se hace, los clientes experimentan menos inconvenientes, lo que lleva a que menos personas abandonen la marca por la competencia, desarrollando un enfoque total en el cliente dentro de toda la empresa.

# Desarrollo.

---



Empresa P&G a diseñar y sus tres marcas subsidiarias, Gillette, Charmin, y Head & Shoulders.

## **Recorrido de compra del cliente para la compra de un rastrillo**

Ingresa a la página P&G

Busca marca del producto de interés

Ingresa a la página de la marca de artículo de interés

Selecciona el apartado de productos

Selecciona el producto de interés

Ingresa para revisar especificaciones

Selecciona cantidad

Selecciona apartado de compra

Selecciona distribuidor para ser re direccionado al apartado de compra del distribuidor minorista

Se agrega a carrito de compra

Si se tiene cupón de descuento, se ingresa

Se finaliza compra ingresando correo electrónico y datos personales

Se selecciona forma de envío (entrega a domicilio o recoger en tienda) y se ingresa datos de pago

Recibe notificación de envío

Recibe o recoge compra

## **Recorrido de compra del cliente para la compra de papel higiénico**

Ingresa a la página P&G

Busca marca del producto de interés

Ingresa a la página de la marca de artículo de interés

Selecciona el apartado de compra

Selecciona el producto de interés

Elige comprar para ser re direccionado a la página de distribuidor seleccionado

Ingresa para revisar especificaciones

Selecciona cantidad

Se agrega a carrito de compra

Si se tiene cupón de descuento, se ingresa

Se finaliza compra

Ingresando correo electrónico y datos personales

Se selecciona forma de envío (entrega a domicilio o recoger en tienda) y se ingresa datos de pago

Recibe notificación de envío

Recibe o recoge compra



## **Recorrido de compra del cliente para la compra de Shampoo**

Ingresa a la página P&G

Busca marca del producto de su interés

Ingresa a la página de la marca de artículo de interés

Cierra ventana promocional

Selecciona el apartado de productos

Selecciona el producto de interés

Ingresa para revisar especificaciones

Selecciona comprar ahora

Selecciona distribuidor de preferencia para ser re direccionado a página de distribuidor

Selecciona cantidad

Se agrega a carrito de compra

Si se tiene cupón de descuento, se ingresa

Se finaliza compra

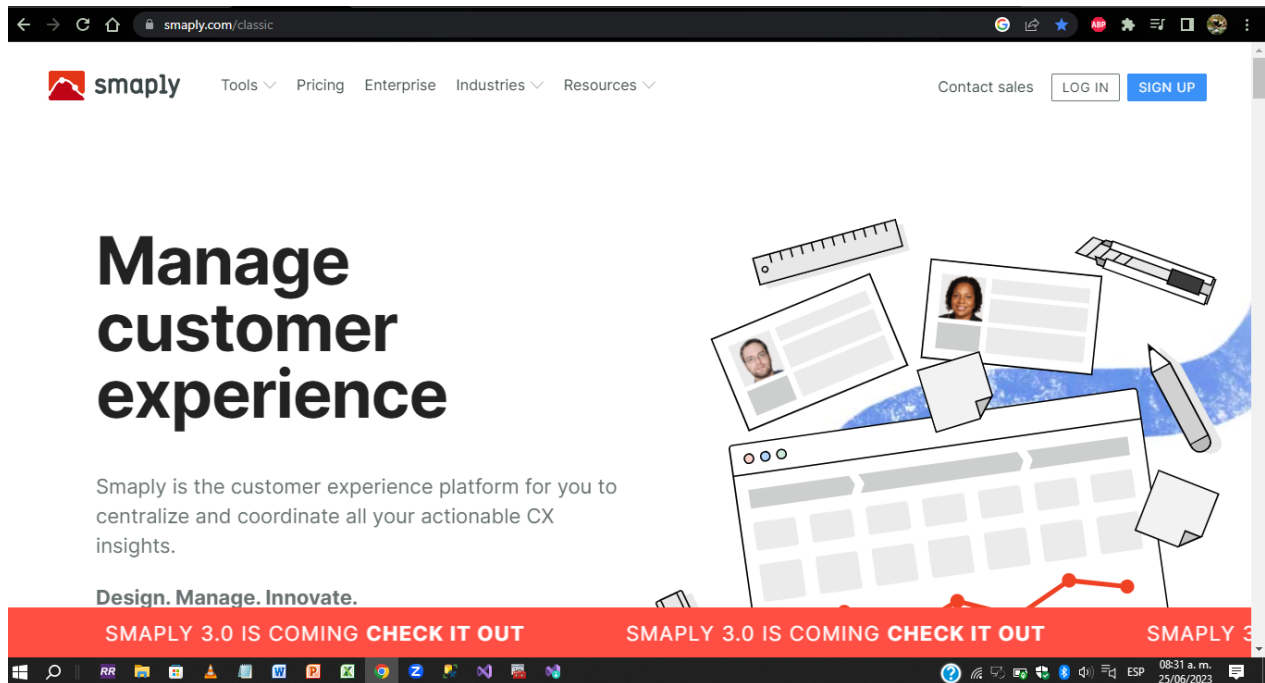
Ingresando correo electrónico y datos personales

Se selecciona forma de envío (entrega a domicilio o recoger en tienda)

Se ingresa datos de pago

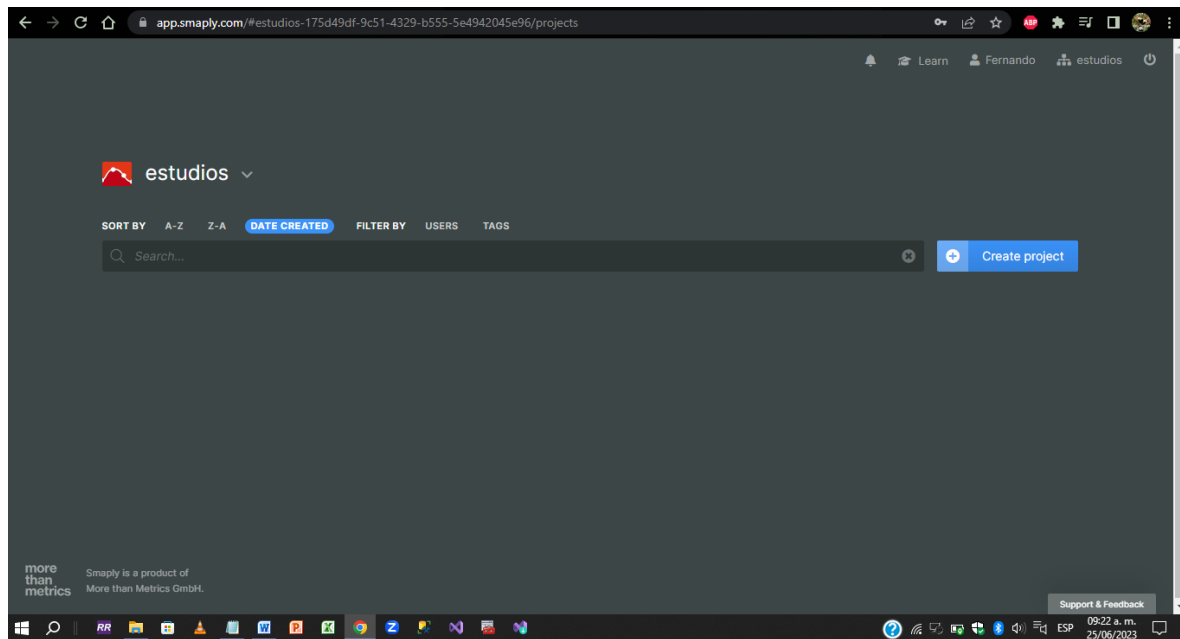
Recibe notificación de envío

Recibe o recoge compra

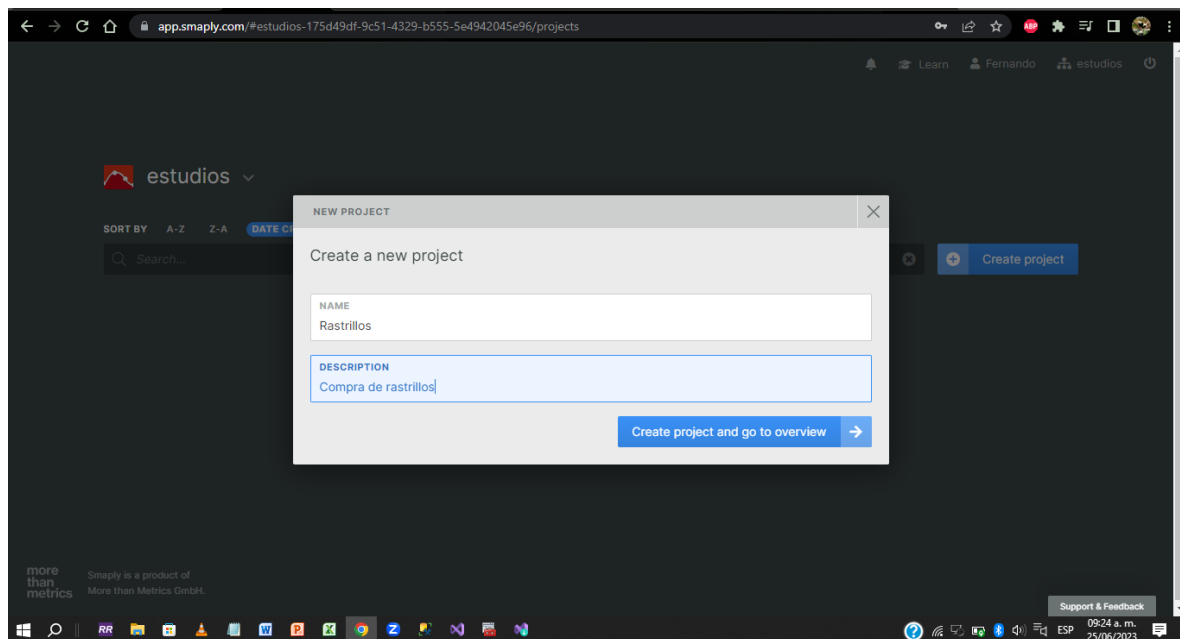


Ingresamos a Smaply para la elaboración de los mapas de recorrido del cliente

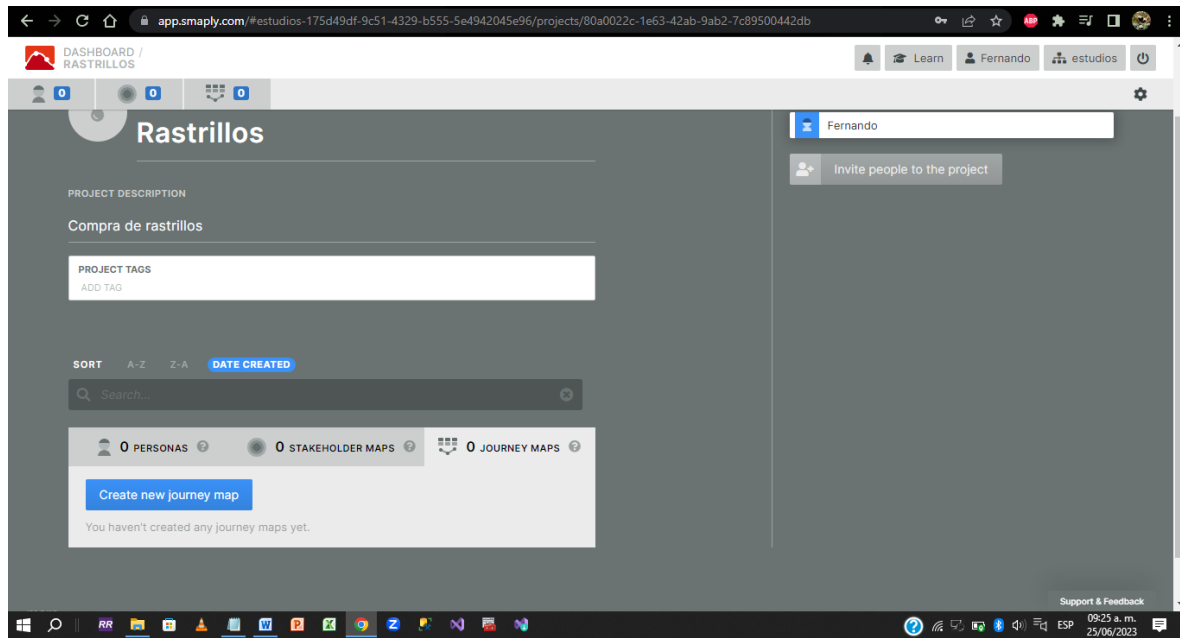
# Journey Map 1 (Compra de rastrillos)



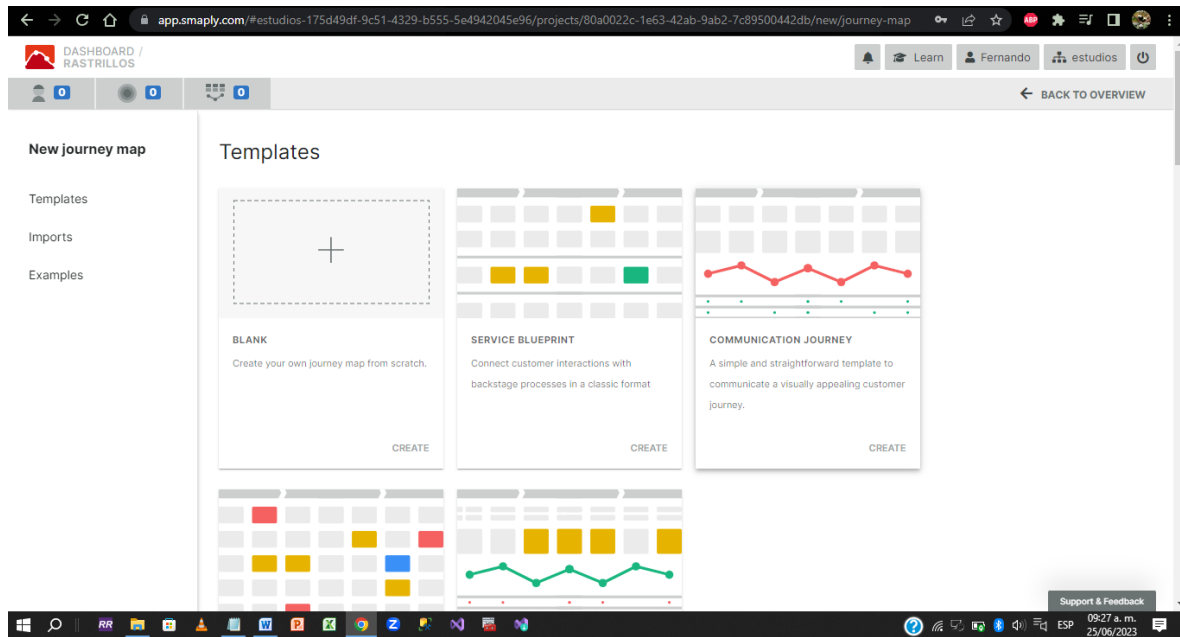
Creamos nuevo proyecto



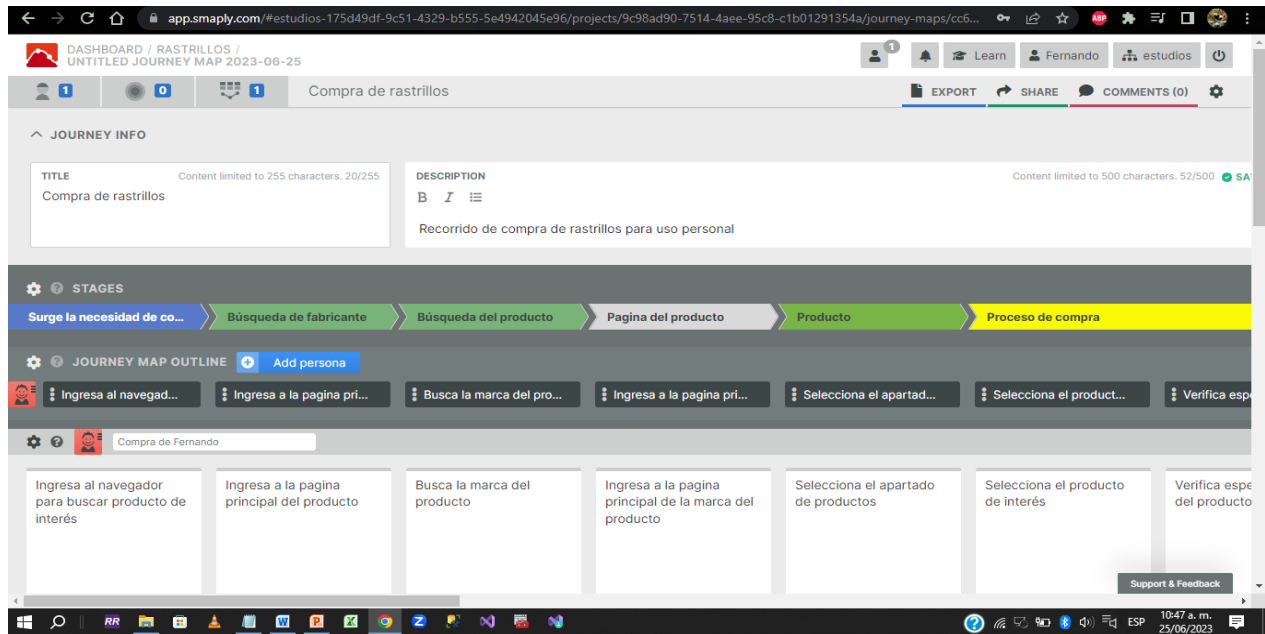
Asignamos nombre y descripción



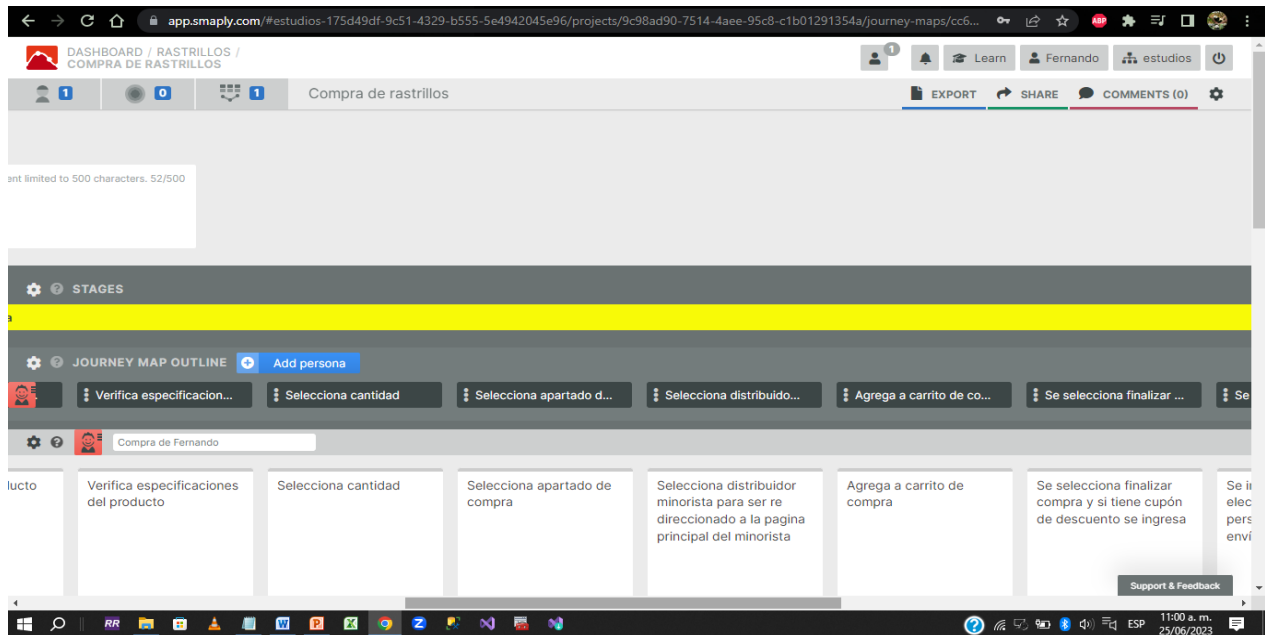
Empezamos a crear el journey map

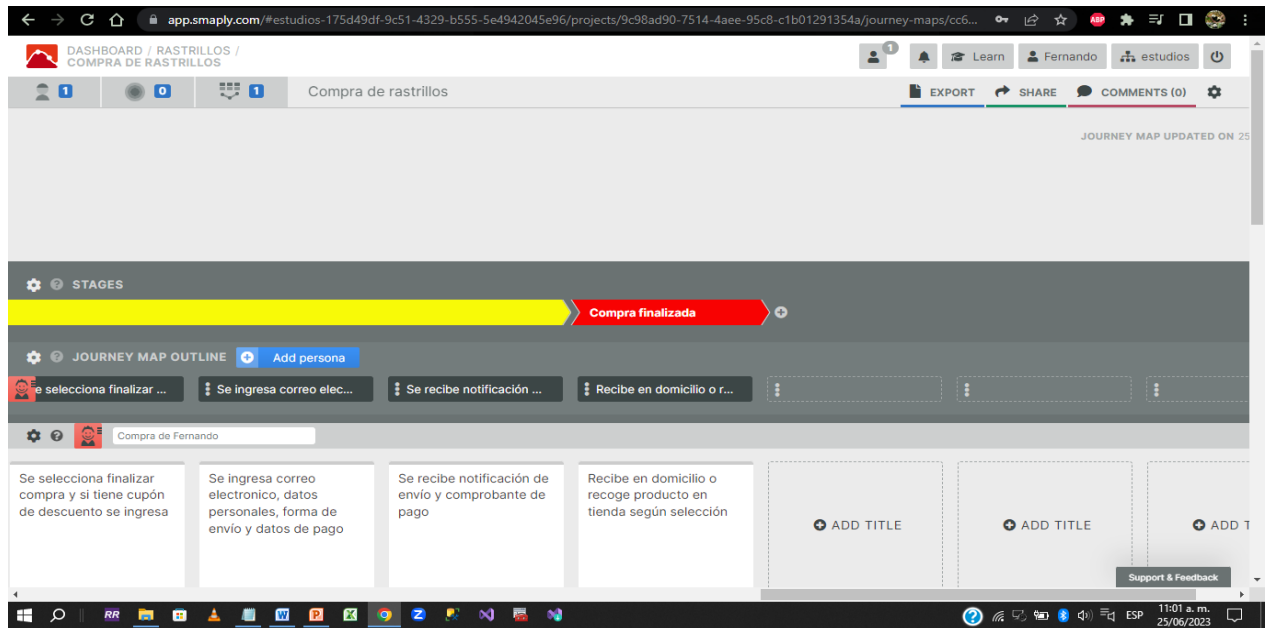


Usamos una de las plantillas sugeridas

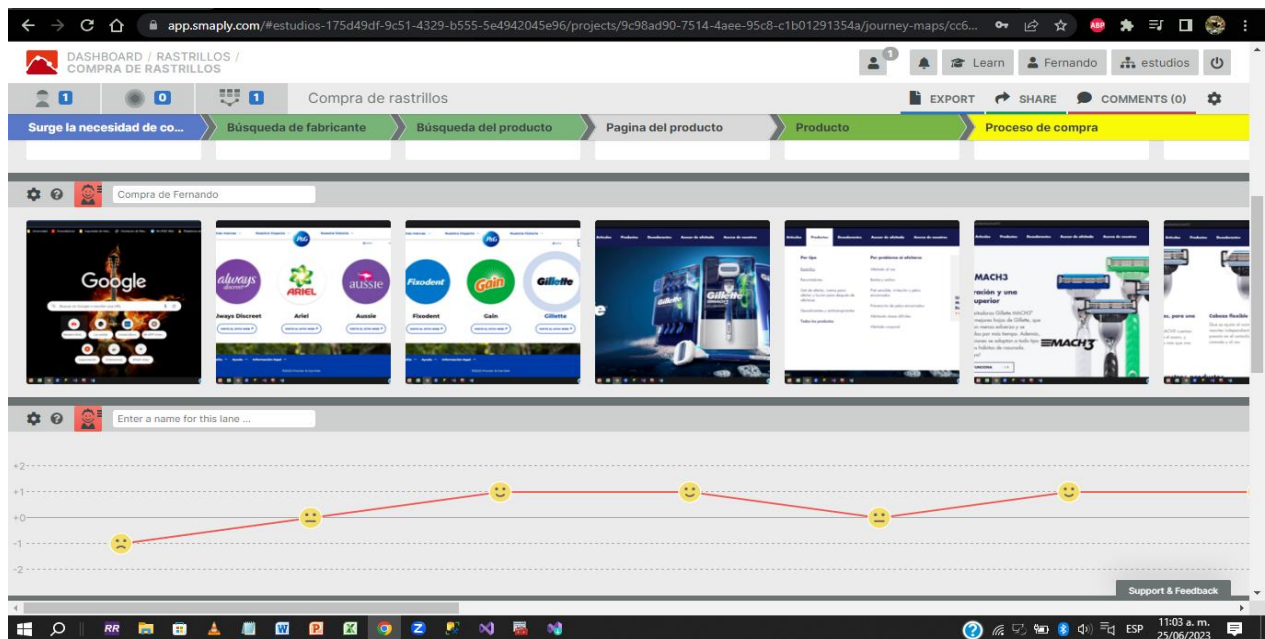


Creamos el título, el recorrido y la persona que realiza la compra

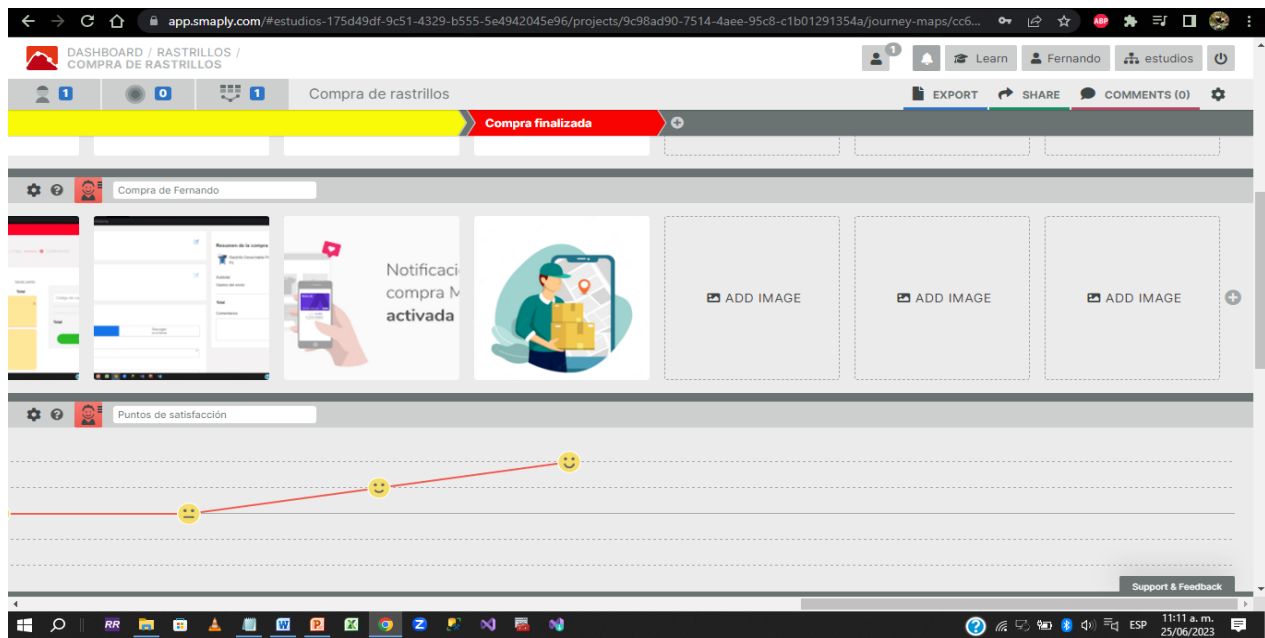
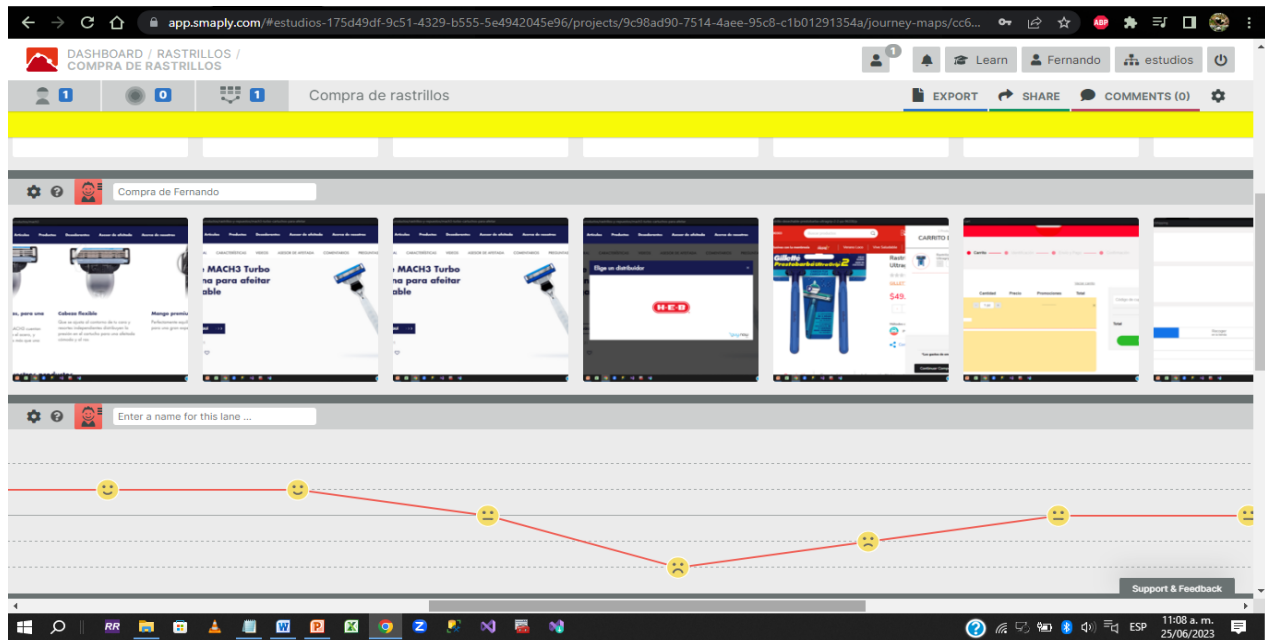




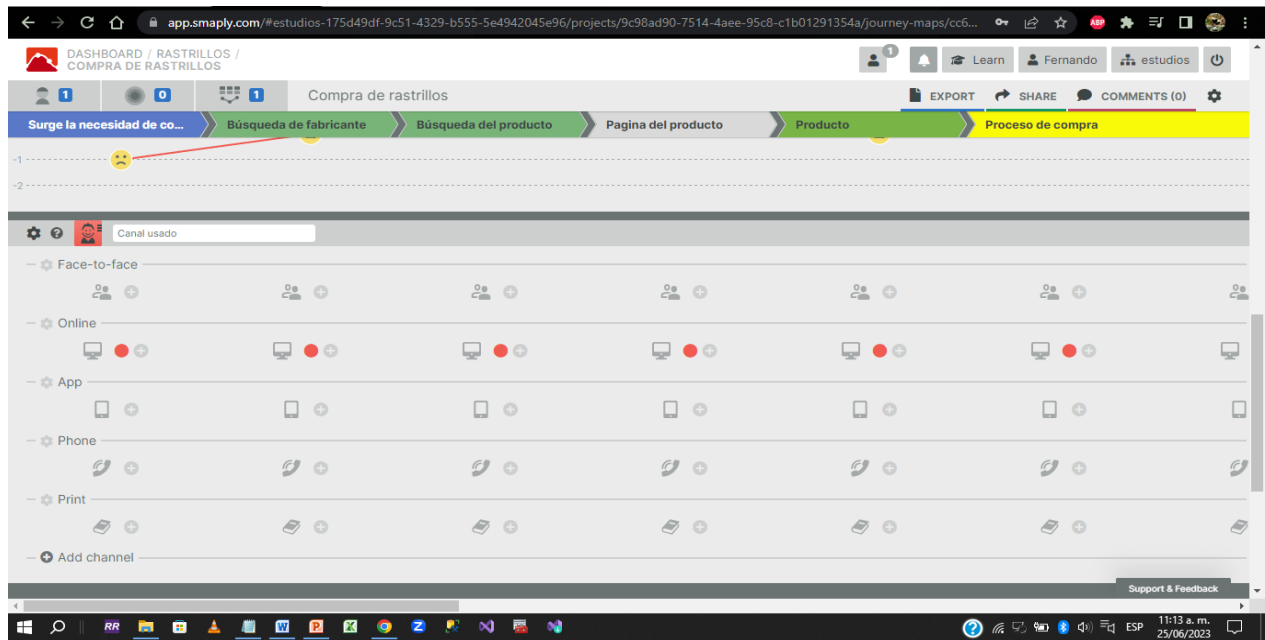
Hasta que la entrega se concreta



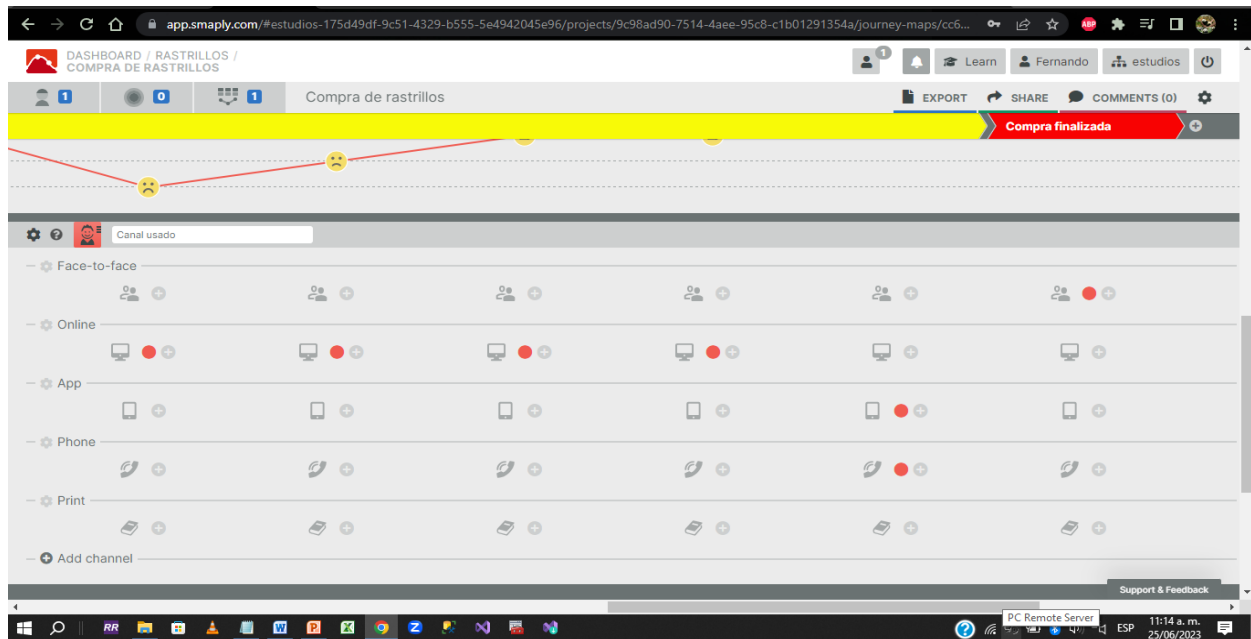
Insertando imágenes de cada paso, así como el nivel de satisfacción



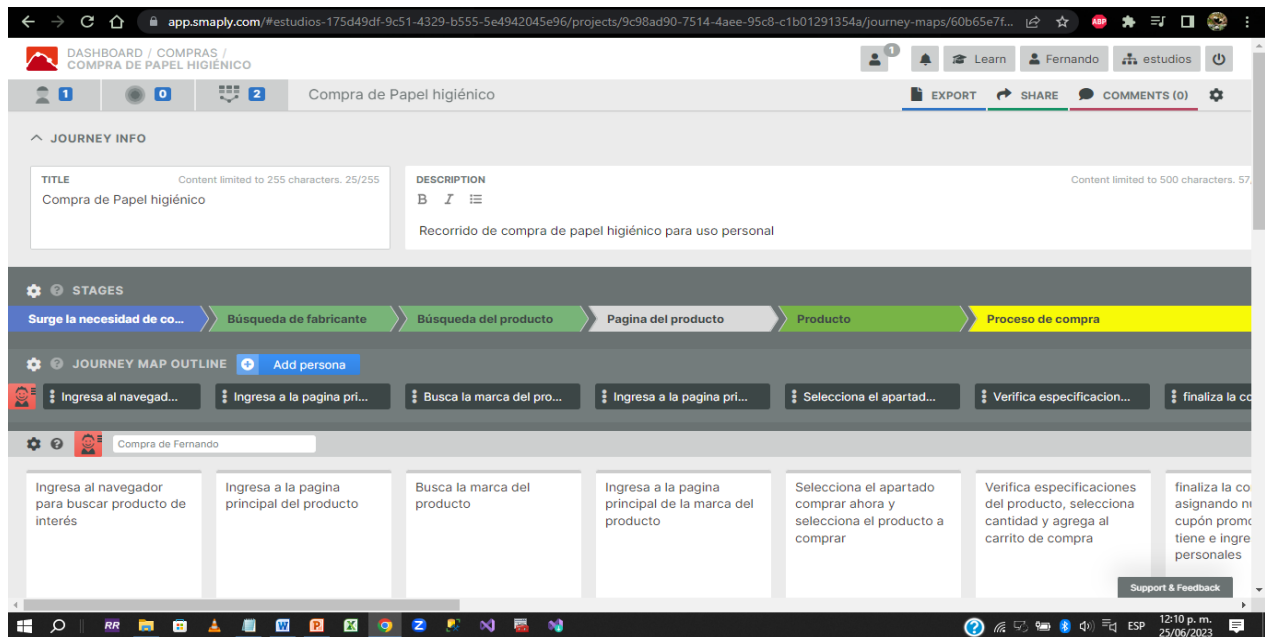




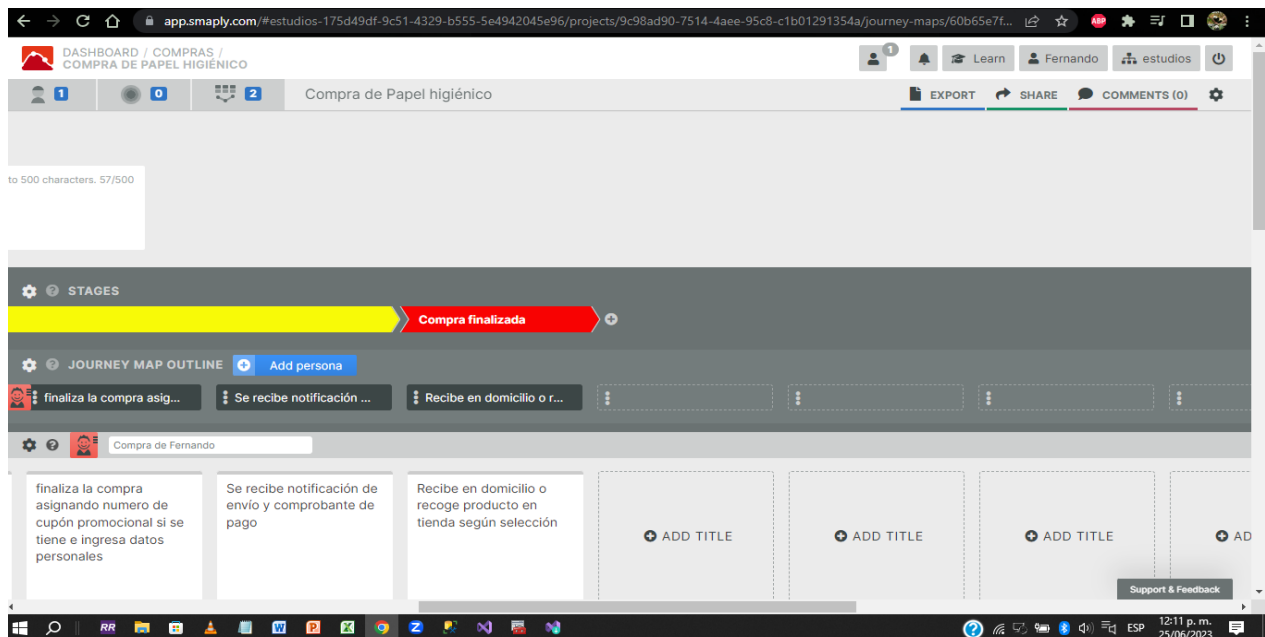
Así como los medios que se utilizaron para la compra



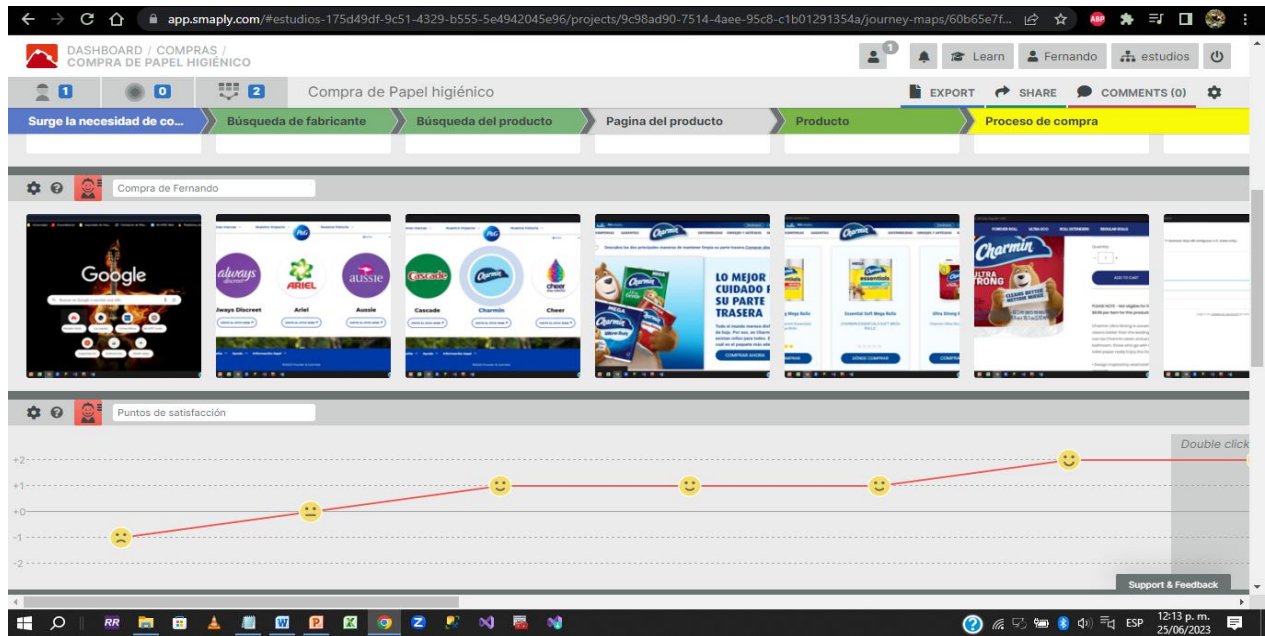
## Journey map 2 (Compra de papel higiénico)



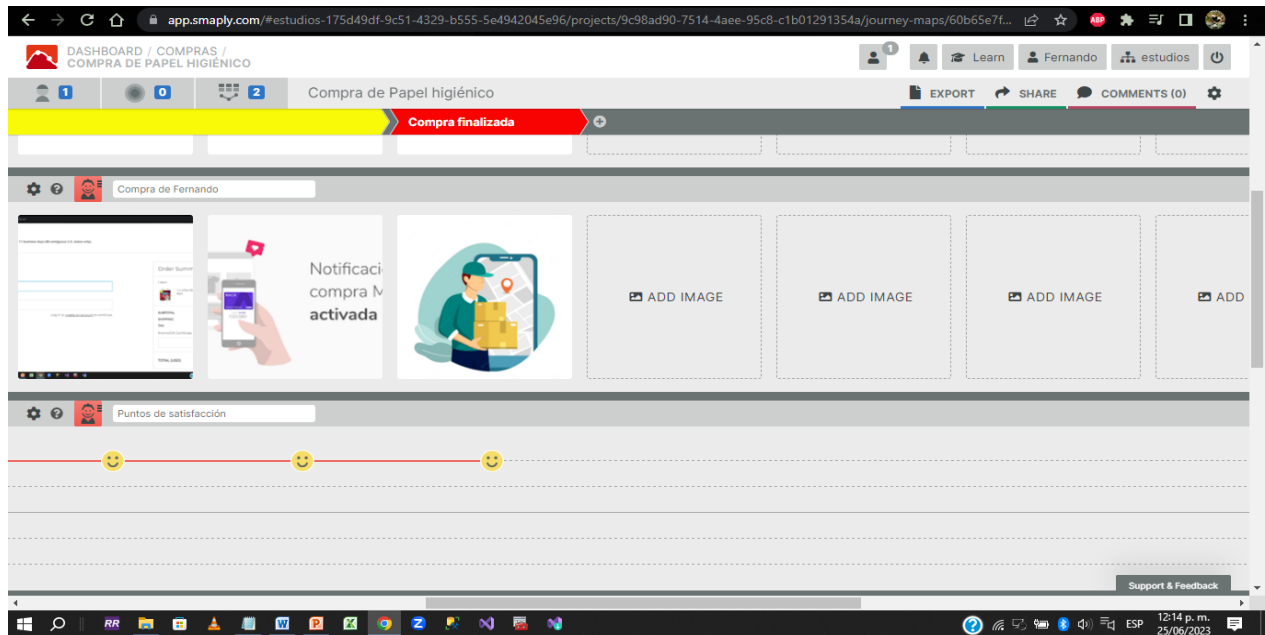
Creamos el título, el recorrido y la persona que realiza la compra

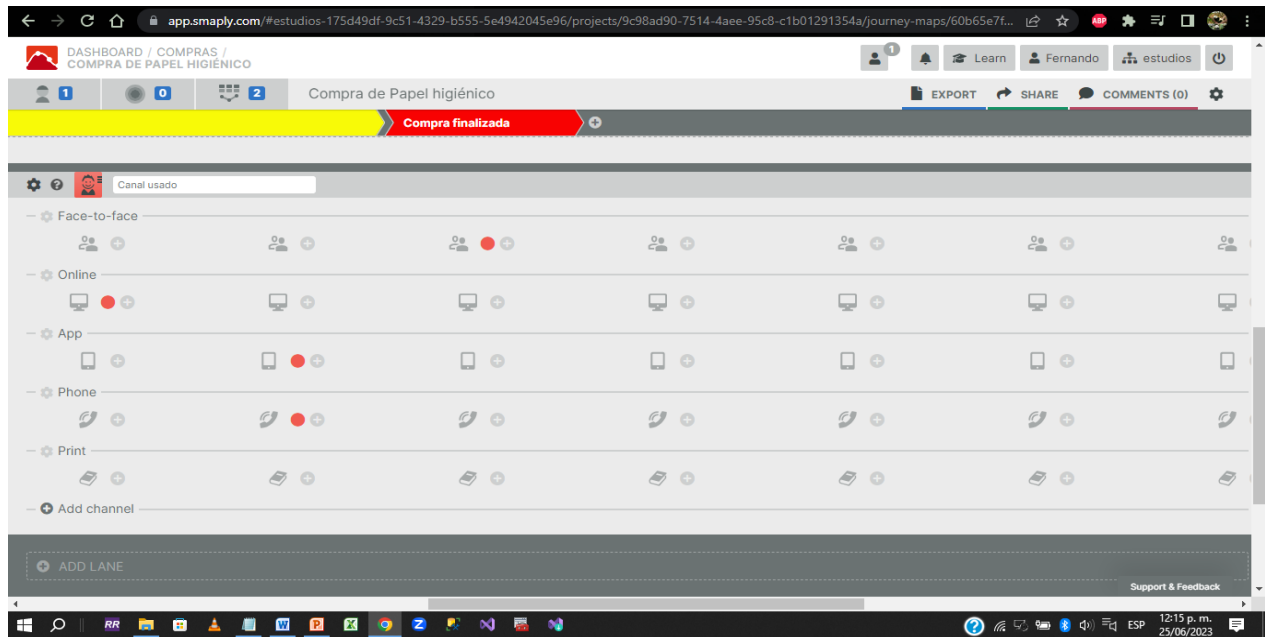
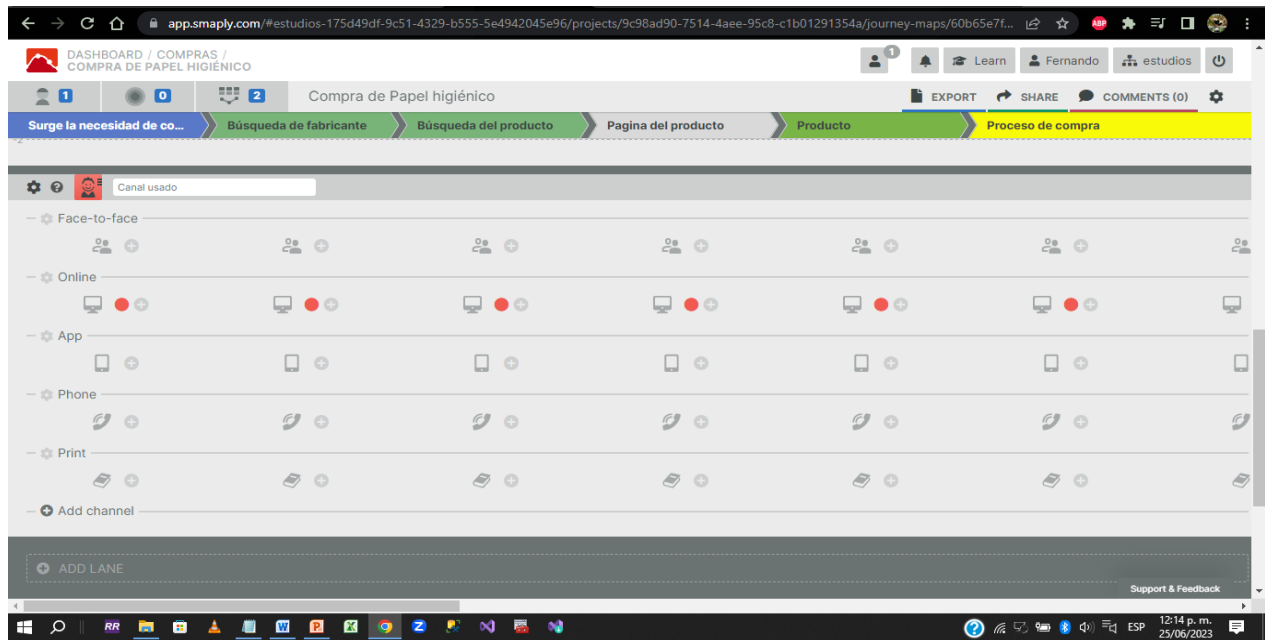


Hasta que se concreta la entrega



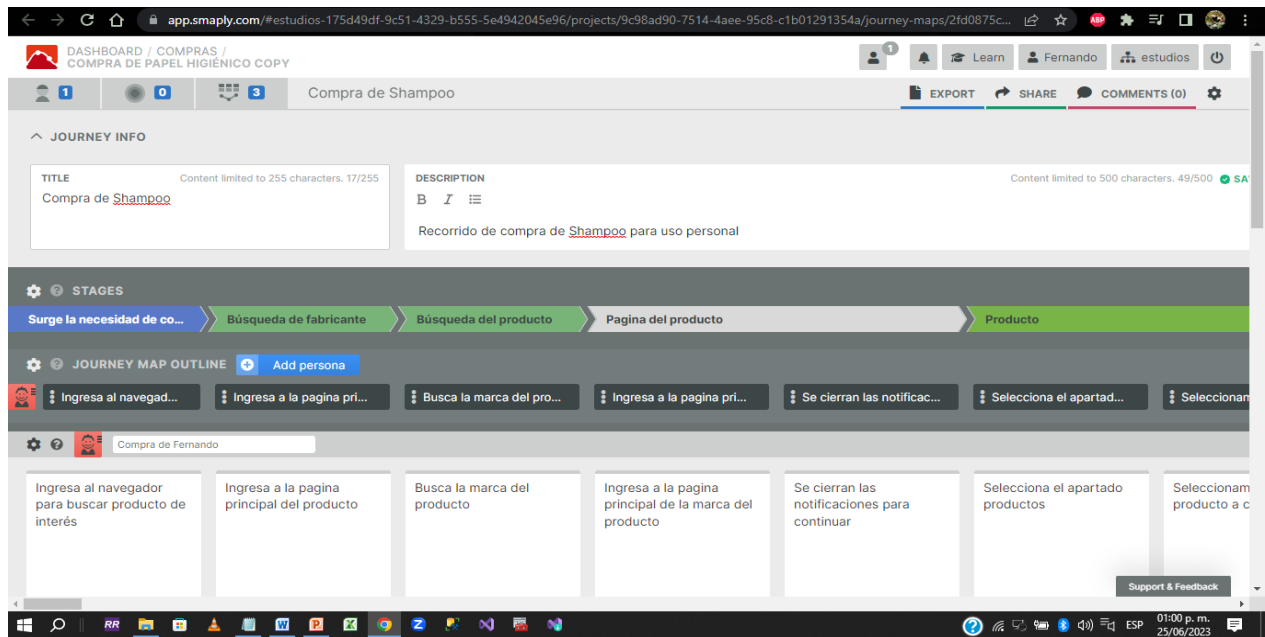
Insertando imágenes de cada paso, así como el nivel de satisfacción



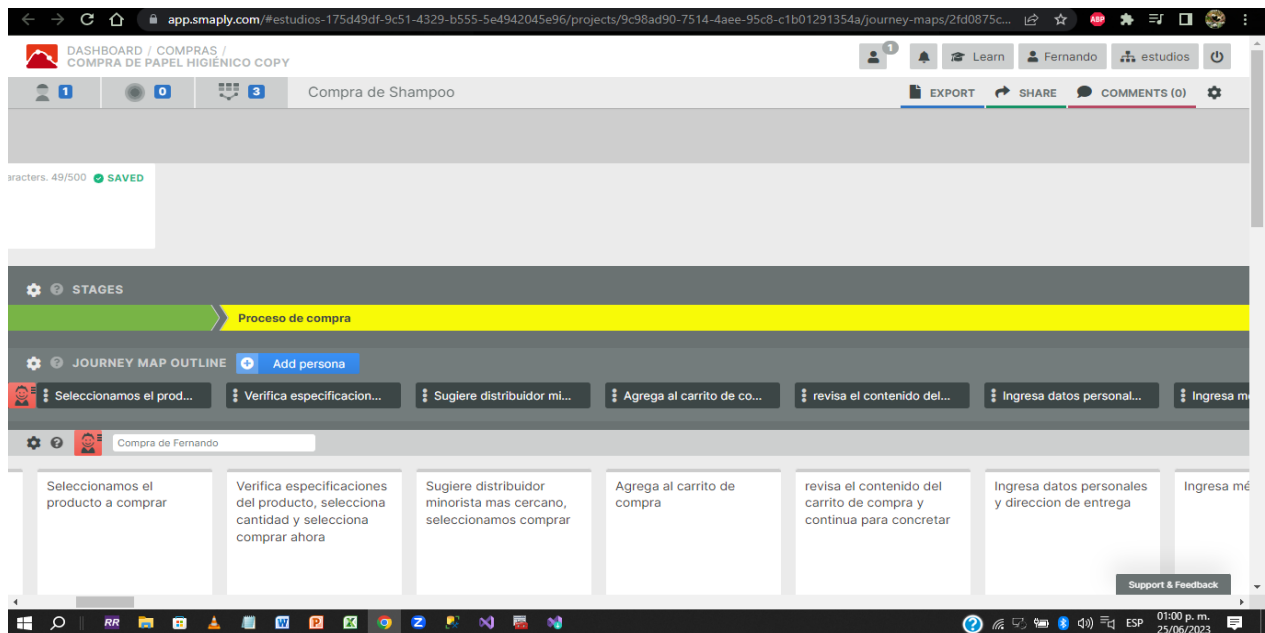


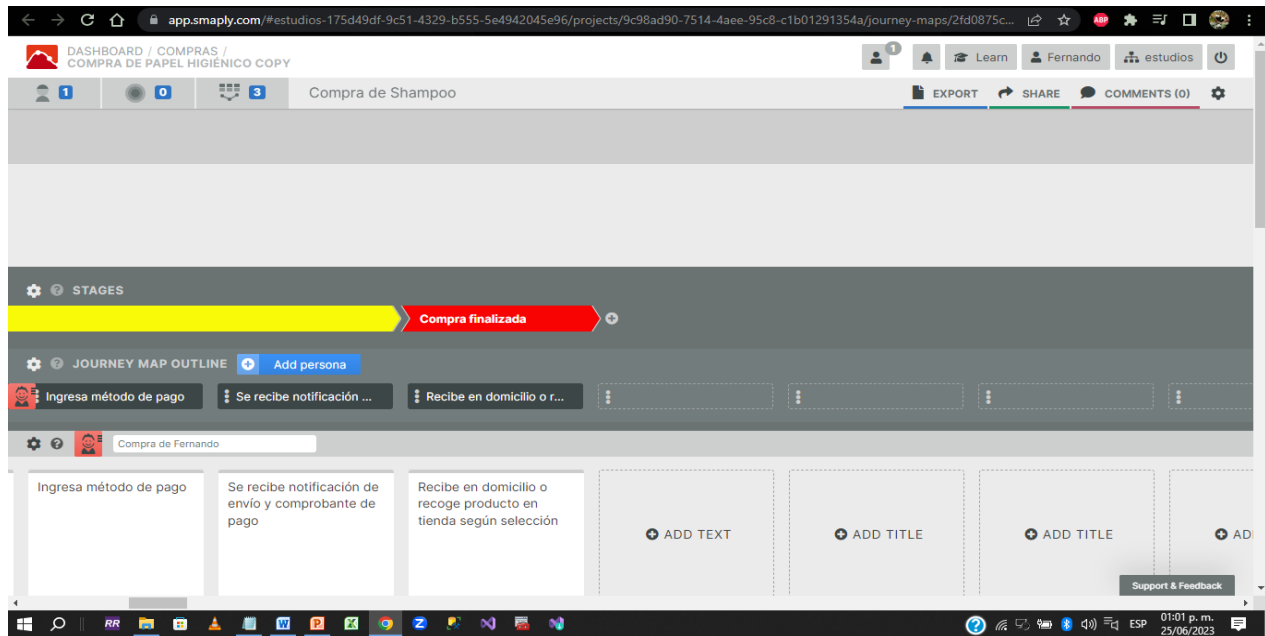
Así como los medios que se utilizaron para la compra

## Journey Map 3 (Compra de Shampoo)

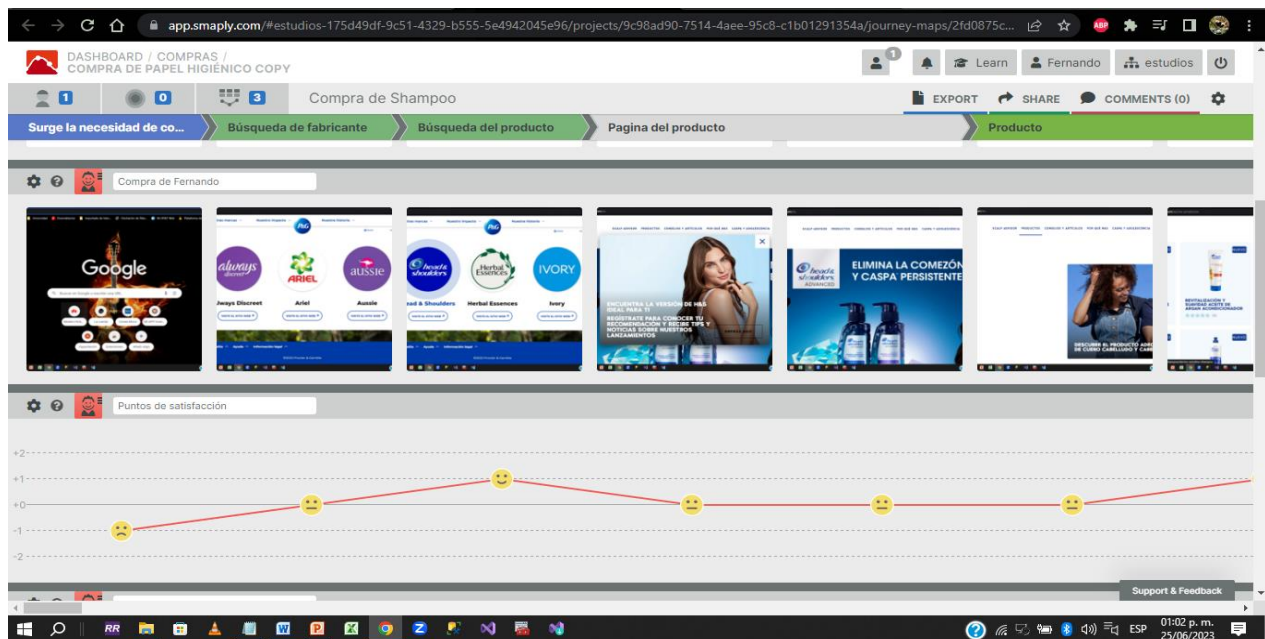


Creamos el título, el recorrido y la persona que realiza la compra

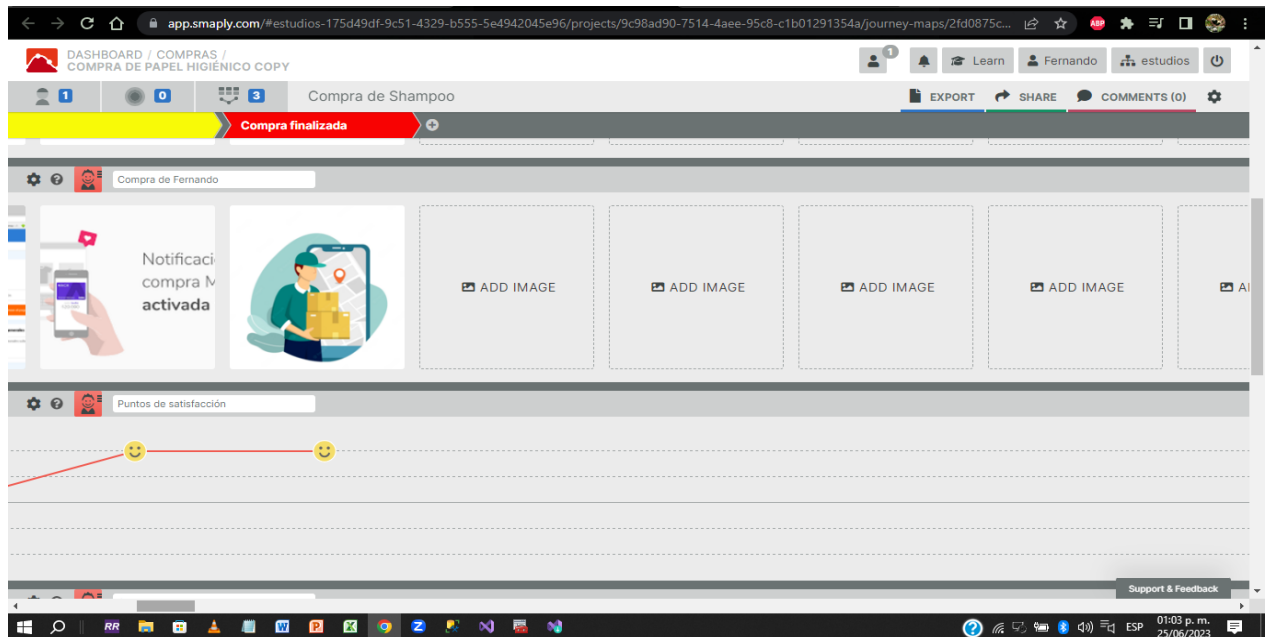
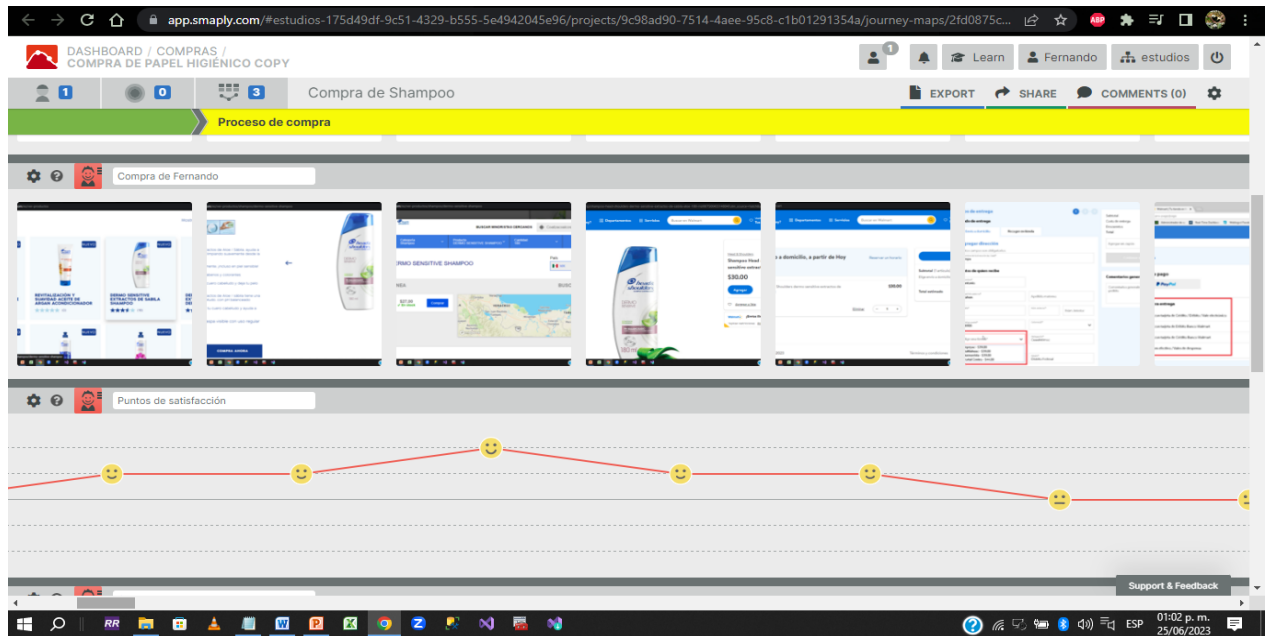


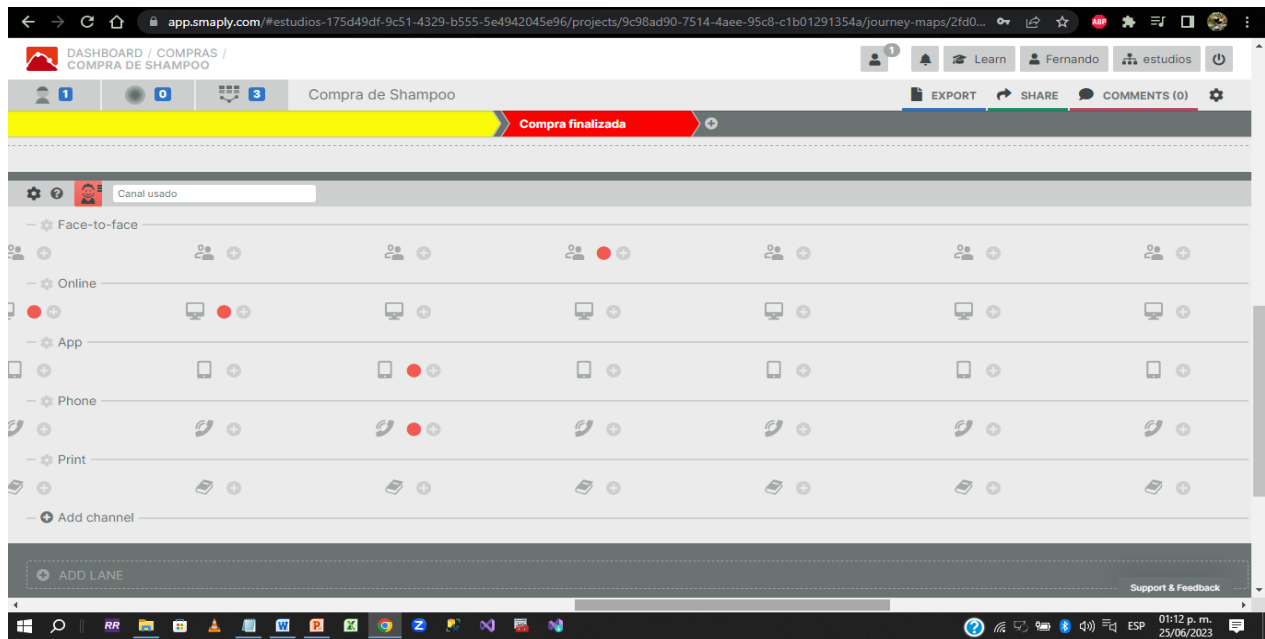


Hasta que se concreta la entrega



Insertando imágenes de cada paso, así como el nivel de satisfacción





---

24



# Conclusión.

---

En conclusión este tipo de mapas de recorrido del cliente son herramientas que nos ayudaran a entender cuál es el proceso real que hace una persona como consumidora, desde el momento en que se presenta su requerimiento o necesidad, hasta el momento en que obtiene su producto o servicio final, presentando y referenciando cada uno de todos los pasos que realiza en su proceso, para así poder analizarlos y diseñar o simplificar el mismo, evitando los cuellos de botella, agilizando de cierto modo cada paso, obteniendo retroalimentación en cada punto, o eliminando los pasos que no sean necesarios, mejorando la experiencia de atención y compra

Aun cuando se presentaron ejemplos de compras hechas en línea, cabe mencionar que este tipo de análisis se pueden emplear en cualquier tipo de proceso, para poder mejorar, estructurar e incluso crear uno nuevo, abarcando cada punto, mejorándolo para beneficio de todos los usuarios finales.

Enlace Git-Hub: <https://github.com/Chifer888/Dise-o-de-Interfaces-2.git>

# Referencias

---

Design Thinkin, (Junio, 2023)

21 de Junio 2023, de Design Thinking España, sitio web:

<https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/#:~:text=El%20Design%20Thinking%20es%20una,muy%20poco%20tiempo%20soluciones%20innovadoras.>

¿Qué es el Journey Map y como se usa?, (Diciembre 12, 2019)

21 de Junio 2023, de médium, sitio web:

<https://medium.com/option-blog/qu%C3%A9-es-el-journey-map-y-c%C3%B3mo-se-usa-1fbd6fe88516>

Coustumer Journey Map, (Septiembre 14, 2022)

21 de Junio 2023, de hubspot, sitio web:

<https://blog.hubspot.es/service/customer-journey-map>

Mapas de experiencia (Junio 2023)

25 de Junio 2023, de smaply, sitio web:

[https://app.smaply.com/users/sign\\_in](https://app.smaply.com/users/sign_in)

Marcas mencionadas (Junio 2023)

25 de Junio 2023, de P&G México, sitio web:

<https://latam.pg.com/>

25 de Junio 2023, de Gillette, sitio web:

<https://gillette.com.mx/es-mx>

25 de Junio 2023, de Charmin, sitio web:

<https://www.charmin.com/es-us>

25 de Junio 2023, de Head & Shoulders, sitio web:

<https://www.headandshoulders-la.com/es>

25 de Junio 2023, de Walmart, sitio web:

<https://super.walmart.com.mx/>

25 de Junio 2023, de H.E.B, sitio web:

<https://www.heb.com.mx/>