

Actividad 2 - Reingeniería de procesos

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Felipe Araux

Alumno: José Luis Rodríguez Blancas

Fecha: 22/05/2023

Índice

Introducción	3
Descripción	4
Justificación	5
Desarrollo	6
Conclusión	10
Referencias	11

Introducción

En el ámbito empresarial, es fundamental comprender el proceso de comunicación y entrega de servicios/productos para garantizar una experiencia satisfactoria del cliente. La ruta del cliente abarca desde la etapa inicial de investigación hasta el proceso de postventa, y resulta esencial identificar y comprender cada uno de los pasos que conforman este recorrido. En esta actividad, se busca analizar detalladamente la experiencia del cliente a lo largo de su interacción con el servicio/producto ofrecido por una empresa seleccionada, así como evaluar cómo la marca responde a cada etapa de este recorrido.

Para lograr este objetivo, se utilizará la herramienta de la cadena de valor, la cual permite analizar y comprender las diversas actividades que conforman el negocio y determinar el valor que cada una de ellas aporta. Al aplicar esta metodología a la empresa seleccionada, se podrá visualizar de manera clara y estructurada el conjunto de actividades y procesos que contribuyen directamente a la creación y entrega del servicio/producto.

El análisis de la cadena de valor permitirá identificar las áreas clave donde la empresa puede mejorar su desempeño, optimizar los recursos y brindar una experiencia excepcional al cliente. Además, se considerarán las tecnologías, los procesos y las personas involucradas en cada etapa para poder brindar respuestas efectivas a las necesidades y expectativas de los clientes.

A través de la combinación del mapa de recorrido del cliente y la cadena de valor, se obtendrá una visión integral de la experiencia del cliente y las actividades fundamentales que sustentan el éxito del negocio. Esto proporcionará una base sólida para el análisis y la implementación de mejoras, promoviendo la satisfacción del cliente y el crecimiento empresarial.

Descripción

El contexto plantea la importancia de comprender y analizar el proceso de comunicación, gestión y entrega de servicios/productos en un negocio. Para ello, se debe identificar la ruta del cliente, que abarca desde la etapa inicial de investigación hasta el proceso de postventa. En esta ruta, es esencial considerar la experiencia que los clientes pueden tener durante su interacción con el servicio/producto, así como la forma en que la marca responde a estas experiencias. Esto implica tener en cuenta las tecnologías, procesos y personas involucradas que permitirán brindar respuestas efectivas a los clientes.

En la actividad propuesta, se solicita realizar el mapa de recorrido del cliente, lo que implica mapear cada etapa del proceso de interacción con el servicio/producto ofrecido por la empresa seleccionada. Se debe identificar al menos una experiencia relevante en este recorrido, considerando desde la investigación inicial hasta la fase de postventa. Esto permitirá comprender mejor las necesidades y expectativas de los clientes en cada etapa y evaluar cómo la marca responde a ellas.

Además, se propone utilizar la herramienta de la cadena de valor para analizar las diversas actividades del negocio y determinar el valor que aportan. Esto implica identificar los diferentes segmentos que componen la cadena de valor y comprender cómo se relacionan entre sí para crear y entregar el servicio/producto. Al modelar la cadena de valor en relación con la empresa seleccionada, se podrá visualizar de manera clara y estructurada el conjunto de actividades y procesos clave que contribuyen al éxito del negocio.

En resumen, la actividad busca comprender la experiencia del cliente a lo largo de su interacción con el servicio/producto ofrecido por la empresa seleccionada, identificar las etapas clave de este recorrido y evaluar cómo la marca responde a ellas. Además, se busca analizar las distintas actividades del negocio a

través de la herramienta de la cadena de valor para determinar su valor y su contribución al proceso global de entrega del servicio/producto.

Justificación

La utilización de esta solución es crucial para la actividad presentada debido a varios motivos fundamentales. En primer lugar, al identificar la ruta del cliente y comprender su experiencia durante todo el proceso de interacción con el servicio/producto, se obtiene una visión integral de las necesidades y expectativas de los clientes. Esto permite a la empresa adaptar sus estrategias y acciones para brindar una experiencia satisfactoria, fortalecer la relación con el cliente y fomentar la fidelidad.

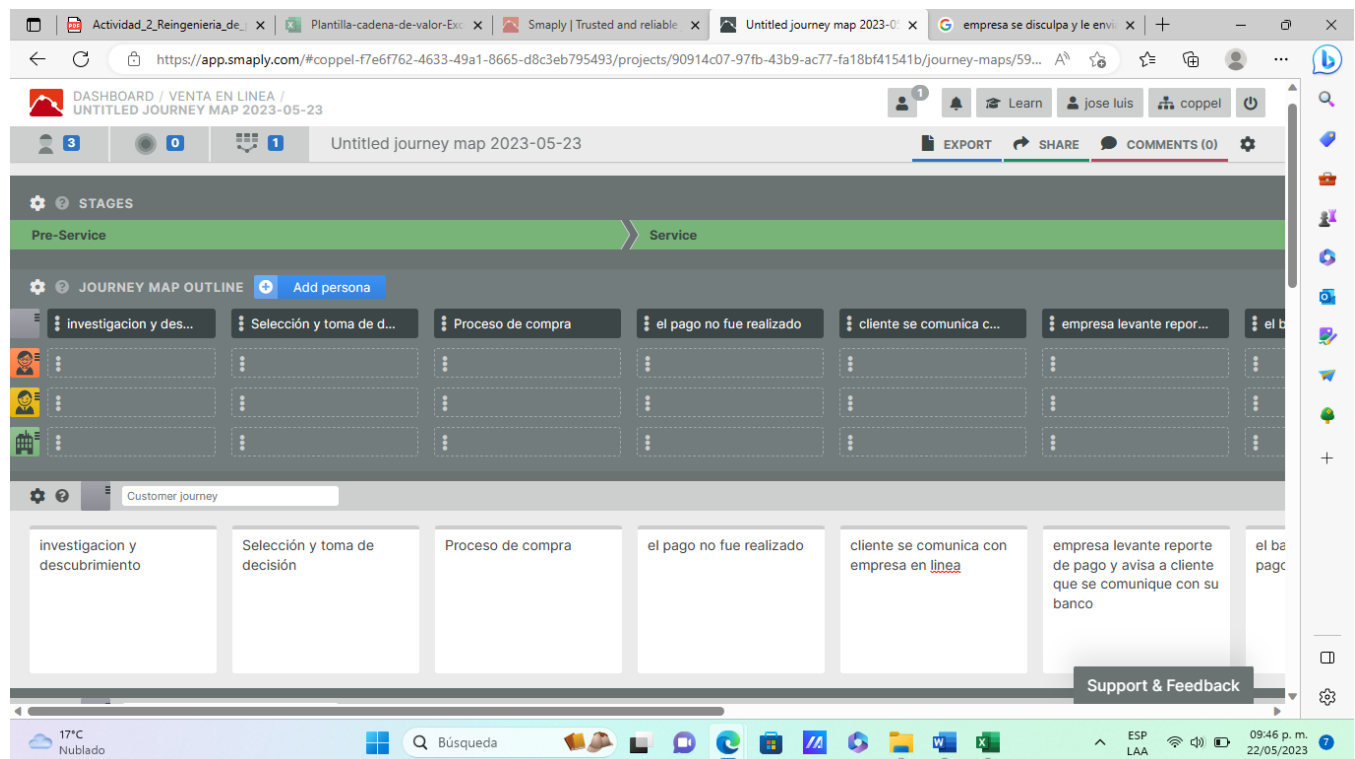
Además, la aplicación de la herramienta de cadena de valor es fundamental para analizar las distintas actividades del negocio y determinar el valor que cada una aporta. Esto permite identificar áreas de mejora, optimizar recursos y maximizar la eficiencia en la entrega del servicio/producto. Al comprender cómo se relacionan los diferentes segmentos de la cadena de valor, se pueden identificar posibles cuellos de botella o áreas de oportunidad que pueden ser abordadas para mejorar la calidad y la eficacia de los procesos.

Asimismo, al utilizar esta solución, se promueve una visión holística y estratégica de la empresa, al integrar las tecnologías, los procesos y las personas involucradas en el proceso de entrega del servicio/producto. Esto permite una mayor alineación interna, una toma de decisiones más informada y una gestión más efectiva de los recursos.

En resumen, emplear esta solución en la actividad propuesta permite obtener una comprensión profunda de la experiencia del cliente, identificar áreas de mejora y optimizar la cadena de valor del negocio. Esto conduce a una mejora en la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la rentabilidad de la empresa.

Desarrollo

Customer Journey Map



Dashboard / VENTA EN LINEA / UNTITLED JOURNEY MAP 2023-05-23

Stages: Post-Service

Journey Map Outline: Add persona

empresa levante repor...	el banco le informa qu...	empresa se disculpa y...	Postventa y servicio al...	Entrega y seguimiento	entrega

Customer journey

empresa levante reporte de pago y avisa a cliente que se comunice con su banco	el banco le informa que el pago fue realizado	empresa se disculpa y le <u>envia</u> promociones	Postventa y servicio al cliente	Entrega y seguimiento	entrega
--	---	---	---------------------------------	-----------------------	---------

Support & Feedback

17°C Nublado

Búsqueda


ESP LAA

09:47 p. m. 22/05/2023

Dashboard / VENTA EN LINEA / UNTITLED JOURNEY MAP 2023-05-23

Stages: Pre-Service, Service

Storyboard



Emotional journey

Emotional journey graph showing a line with smiley and frowny face icons, indicating a transition from positive to negative sentiment.

Support & Feedback

17°C Nublado

Búsqueda

ESP LAA

09:48 p. m. 22/05/2023

Actividad_2_Reingenieria_de... | Plantilla-cadena-de-valor-Exc... | Smaply | Trusted and reliable | Untitled journey map 2023-05-23 | empresa se disculpa y le envi...

https://app.smaply.com/#coppel-f7e6f762-4633-49a1-8665-d8c3eb795493/projects/90914c07-97fb-43b9-ac77-fa18bf41541b/journey-maps/59...

DASHBOARD / VENTA EN LINEA / UNTITLED JOURNEY MAP 2023-05-23

3 0 1 Untitled journey map 2023-05-23 EXPORT SHARE COMMENTS (0)

Storyboard

ATENCIÓN

¡Lo sentimos!

10€ de descuento por 30€ de compra ¡sólo hoy!

Emotional journey

Support & Feedback

17°C Nublado

Búsqueda

ESP LAA

09:48 p. m. 22/05/2023

Actividad_2_Reingenieria_de... | Plantilla-cadena-de-valor-Exc... | Smaply | Trusted and reliable | Untitled journey map 2023-05-23 | empresa se disculpa y le envi...

https://app.smaply.com/#coppel-f7e6f762-4633-49a1-8665-d8c3eb795493/projects/90914c07-97fb-43b9-ac77-fa18bf41541b/journey-maps/59...

DASHBOARD / VENTA EN LINEA / UNTITLED JOURNEY MAP 2023-05-23

3 0 1 Untitled journey map 2023-05-23 EXPORT SHARE COMMENTS (0)

Pre-Service Service

Face-to-face

Online

App

Phone

Support & Feedback

17°C Nublado

Búsqueda

ESP LAA

09:48 p. m. 22/05/2023

Dashboard / VENTA EN LINEA / UNTITLED JOURNEY MAP 2023-05-23

Post-Service

EXPORT SHARE COMMENTS (0)

Face-to-face

Online

App

Phone

Support & Feedback

17°C Nublado

Búsqueda

ESP LAA

09:49 p. m. 22/05/2023

Cadena de valor

Plantilla-cadena-de-valor-Excel (1) - Excel

Buscar

José Luis Rodríguez Blancas

Compartir

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Pegar Fuente Alineación Número Estilos

Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celdas Insertar Eliminar Formato

Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar Edición

D26

VER PLANTILLAS PREMIUM

CADENA DE VALOR

Actividades SOPORTE

APROVISIONAMIENTOS - compras
Componentes, productos, servicios, etc.

DESARROLLO TECNOLÓGICO
Investigación y desarrollo, diseño productos, etc.

RECURSOS HUMANOS
Selección, formación, reciclaje, etc.

INFRAESTRUCTURA de la EMPRESA
Planificación, financiación, etc.

Actividades PRIMARIAS

LOGÍSTICA INTERNA
Almacenamiento materiales y/o productos
Recepción datos, etc.

OPERACIONES
Fabricación
Prestación servicios

LOGÍSTICA EXTERNA
Pedidos, distribución, entrega, almacenaje tránsito

MARKETING y VENTAS
Promoción, posicionamiento, ventas, etc.

SERVICIOS POSTVENTA
Servicio atención cliente y postventa

Margen

Cadena de Valor

Listo

Accesibilidad: es necesario investigar

17°C Nublado

Búsqueda

ESP LAA

09:54 p. m. 22/05/2023

Conclusión

La actividad realizada, que consiste en diseñar el mapa de recorrido del cliente y modelar la cadena de valor de un negocio, tiene una relevancia significativa tanto en el campo laboral como en la vida cotidiana. Comprender la ruta del cliente y analizar su experiencia a lo largo de todo el proceso de interacción con un servicio o producto es fundamental para ofrecer una atención de calidad y satisfacer sus necesidades.

En el campo laboral, esta actividad permite a las empresas identificar los puntos clave de contacto con los clientes y optimizar cada etapa del recorrido para brindar una experiencia positiva. Al comprender cómo los clientes investigan, seleccionan, compran y reciben el producto, las empresas pueden adaptar sus estrategias de marketing, ventas y atención al cliente para mejorar la satisfacción y fomentar la fidelidad.

Además, modelar la cadena de valor ayuda a las empresas a evaluar la eficiencia y el valor agregado de cada actividad. Al identificar los segmentos que componen la cadena, se pueden identificar áreas de mejora, eliminar procesos innecesarios y optimizar los recursos disponibles. Esto no solo beneficia a la empresa en términos de rentabilidad, sino que también se traduce en una experiencia mejorada para el cliente, ya que se entregan productos y servicios de mayor calidad y valor.

En la vida cotidiana, comprender el recorrido del cliente y la cadena de valor puede ayudarnos a tomar decisiones más informadas como consumidores. Al conocer las diferentes etapas del proceso y los aspectos a considerar, podemos investigar de manera más efectiva, seleccionar productos o servicios adecuados a nuestras necesidades y evaluar la calidad y el valor que recibimos. Esto nos permite tomar decisiones más acertadas y obtener una experiencia de compra satisfactoria.

En conclusión, la actividad realizada tiene una importancia significativa tanto en el campo laboral como en la vida cotidiana. Al comprender el recorrido del cliente y modelar la cadena de valor, las empresas pueden mejorar su desempeño y ofrecer una experiencia de calidad, mientras que los consumidores pueden tomar decisiones más informadas y obtener productos y servicios de mayor valor.

Referencias

"Gestión de Servicios: Conceptos, Herramientas y Aplicaciones" de Christian Grönroos.

"Experiencia del Cliente: Estrategias para el Éxito Empresarial" de Bernd Schmitt.

"Marketing Management" de Philip Kotler y Kevin Keller.

"Cadena de Valor: Cómo Aumentar el Desempeño Empresarial" de Michael E. Porter.