

Actividad 2 - Mapa Recorrido del Cliente y Cadena de Valor.

Reingeniería de Procesos

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Felipe Araux

Alumno: Ramón Ernesto Valdez Felix

Fecha: 25/05/2023

Índice

Introducción	3
Descripción	3
Justificación	3
Desarrollo	3
Customer Journey Map.....	4
Cadena de valor	5
Conclusión	5
Referencias.....	6

Introducción

En esta actividad realizaremos dos actividades una relacionada con el Customer Journey Map del análisis de proceso del departamento de administración de servidores Windows de la empresa departamental de nombre Coppel y la cadena de valor de la empresa departamental con las que se están realizando las actividades.

Descripción

En esta actividad realizaremos dos actividades una relacionada con el Customer Journey Map del análisis de proceso del departamento de administración de servidores Windows de la empresa departamental de nombre Coppel y la cadena de valor de la empresa departamental con las que se están realizando las actividades.

Justificación

En esta actividad realizaremos el Customer Journey Map del análisis de proceso del departamento de administración de servidores Windows de la empresa departamental de nombre Coppel y la cadena de valor de la empresa departamental con las que se están realizando las actividades.

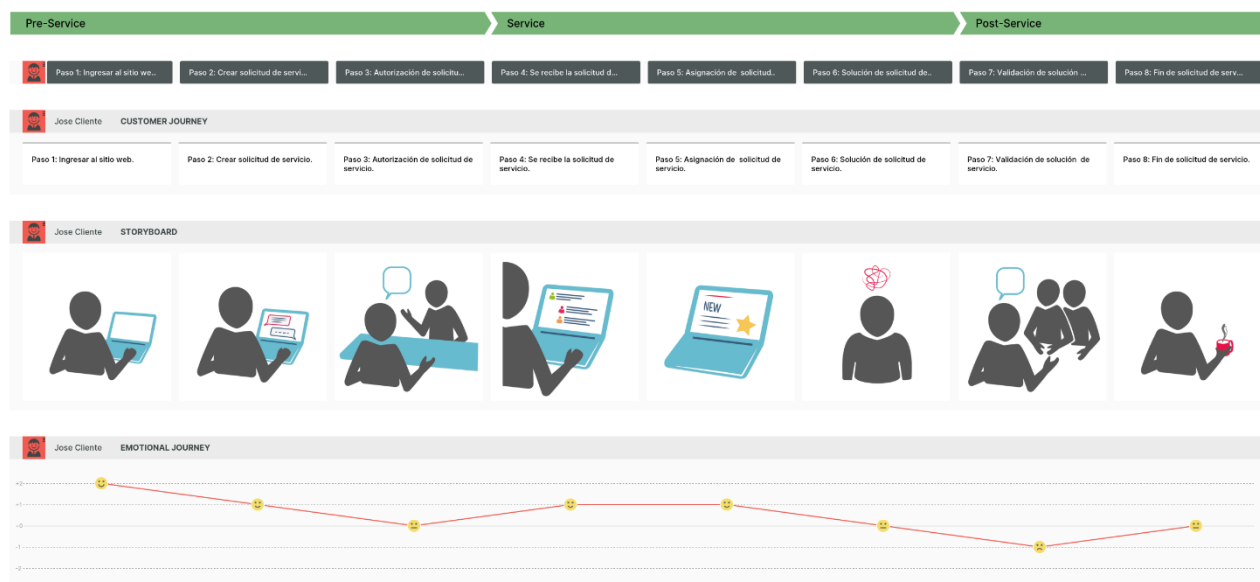
Desarrollo

En esta actividad realizaremos el desarrollaremos las siguientes actividades el Customer Journey Map del análisis de proceso del departamento de administración de servidores Windows de la empresa departamental de nombre Coppel y la cadena de valor de la empresa departamental.

Customer Journey Map

En esta actividad realizaremos el Customer Journey Map del análisis de proceso del departamento de administración de servidores Windows de una empresa departamental de nombre Coppel, agregando las siguientes características a utilizar.

- Integrar al menos una experiencia con el servicio/producto otorgado por el negocio seleccionado.
- Considerar las personas que están involucradas en el proceso completo.
- Integrar las reacciones propias de la experiencia modelada
- Identificar, asignar y modelar los recursos inherentes a la experiencia (tecnología, procesos, persona, etcétera).
- Integrar imágenes que puedan representar cada etapa de la experiencia.



Cadena de valor

En esta actividad la cadena de valor es lo que se genera en una empresa e incluye la totalidad de procesos que generan y producen el valor en un negocio.

Cadena de Valor:



Conclusión

En conclusión, los mapas que ilustran el recorrido del cliente en su día a día permiten supervisar las acciones, los sentimientos y los puntos de interacción de los clientes centrándose en su estado de ánimo y su mentalidad para extraer conocimientos únicos y específicos de cada cliente. La cadena de valor es lo que se genera en una empresa e incluye la totalidad de procesos que generan y producen el valor en

un negocio, en primer lugar, para el cliente y luego con pertinencia, el valor agregado económico para la empresa.

Referencias

Smaply. (n.d.). Smaply.com. Retrieved May 26, 2023, from <https://www.smaply.com/classic>

Microsoft Corporation. (n.d.-b). *Mapas de recorrido del cliente*. Microsoft.com. Retrieved May 26, 2023, from <https://dynamics.microsoft.com/es-mx/marketing/what-is-customer-journey-mapping/>

LA CADENA DE VALOR COMO NUEVO EJE DE COMPETITIVIDAD FRENTE A LOS DESAFÍOS DEL MERCADO GLOBAL. (n.d.). Edu.Co. Retrieved May 26, 2023, from <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/2458/0062819.pdf?sequence=1#:~:text=Conclusiones,agregado%20econ%C3%B3mico%20para%20la%20empresa>.