

Actividad | # | Mapa Recorrido del Cliente y Cadena de Valor Reingeniería de Procesos

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Felipe de Jesús Araux López

ALUMNO: Casandra Ortiz Cortes

FECHA: 24/01/2024

Índice

Introducción.....1

Descripción.....2

Justificación.....3

Desarrollo.....4

- Customer Journey Map

- Cadena de valor

Conclusión.....5

Referencia

INTRODUCCIÓN

La Cadena de Valor del Cliente es un marco que se centra en comprender y optimizar la secuencia de actividades e interacciones entre una empresa y sus clientes para crear y entregar valor. Ayuda a las empresas a identificar oportunidades para mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente. En esencia, la Cadena de Valor del Cliente coloca al cliente en el centro de las operaciones comerciales. Reconoce que cada actividad y punto de contacto debe contribuir a generar valor y satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. – La Cadena de Valor del Cliente suele comprender varias etapas:

1. **Identificación de las necesidades del cliente:** Comprender las necesidades y preferencias del cliente.
2. **Desarrollo de productos/servicios:** Crear ofertas que aborden estas necesidades.
3. **Márketing y promoción:** Comunicar el valor de los productos/servicios a los clientes.
4. **Ventas y distribuciones:** Garantizar un fácil acceso a las ofertas en atención a clientes.

DESCRIPCIÓN

El mapeo del recorrido del cliente es la representación visual de la trayectoria del consumidor. A través de él, es posible comprender mejor las motivaciones y puntos de fricción a lo largo de la experiencia de cada etapa.

Contribuye a comprender los pensamientos, percepciones y sentimientos según cada punto de interacción, por tanto, es un poderoso instrumento para una empresa que desea tener actitudes más alineadas y con más timing en cada una de sus fases.

La representación visual de este mapa se puede elaborar mediante una hoja de cálculo de Excel.

Sin embargo, también hay softwares que son muy efectivos y cuentan con excelentes

herramientas para diseñar el recorrido del cliente.

En esta etapa, tu prospecto aún ni siquiera sabe que tiene un problema que resolver. Solo tiene una pregunta o curiosidad sobre un tema.

Para eso, suele hacer una búsqueda en Google o en las redes sociales. Una forma efectiva de atraer visitantes a tu negocio es ofrecer contenido relevante y educativo a través de un blog.

JUSTIFICACIÓN

Un aspecto esencial de la Cadena de Valor del Cliente es mapear el recorrido del cliente, lo que implica rastrear y analizar cada interacción que un cliente tiene con una empresa, desde el conocimiento inicial hasta el soporte posterior a la compra. Esto ayuda a identificar puntos débiles y oportunidades de mejora. – El valor se entrega en cada etapa de la cadena abordando las necesidades y expectativas del cliente. Es esencial garantizar que la propuesta de valor se alinee con las percepciones y deseos del cliente. – Una métrica crítica asociada con la cadena de valor del cliente es el valor de vida del cliente (CLV). Cuantifica el valor total que se espera que un cliente aporte a una empresa durante toda su relación. Optimizar CLV es un objetivo principal. – La implementación efectiva de la Cadena de Valor del Cliente a menudo requiere una colaboración multifuncional dentro de una empresa .

DESARROLLO

• Customer Journey Map

MAPA DEL CUSTOMER JOURNEY



Compras en Coppel



Cliente

Cassandra es un comprador reservado, lo que le cuesta familiarizarse a la tecnología y muy cuidadoso en lo que compra, lo que es amante de los descuentos, pero necesita empezar comprar ropa para su uso personal.

EXPECTATIVAS

- FOLLETOS, ANUNCIOS Y COMERCIALES.
- COMPRAS EN LINEA
- ADQUIR UNA TARJETA.
- DESCUENTOS HOT SALE.
- PRODUCTOS.

CONSIDERAR

1 semana

1. Ver los comerciales en las redes sociales o en la tele.
2. Ir a las tiendas mas cercanas para mirar el tipo de mercancía que se venden.

"Me gusta esos zapatos"

"Pero estan un poquitos caros para poder pagarlos"

EXPLORAR

2 semanas

- "3. Me ofrecen a sacar una tarjeta.
4. Dar mis datos.

"¿Para que necesito hacer una tarjeta de Debito para hacer mis compras?"

PROBAR

3 semanas

10. Registrarme en la pagina oficial de coppel.com.mx
11. Compras en lineas.

"Las compras en linea se me batalla mucho"

COMPRAS

4 semanas

- "5. Compras de Contado a Credito
6. Pagos a meses.
7. Escoger la talla correcta
8. hacer devolución minimo una semana.

"¡Vaya! ¡Que accesible el modo de pago!"

ATENCIÓN

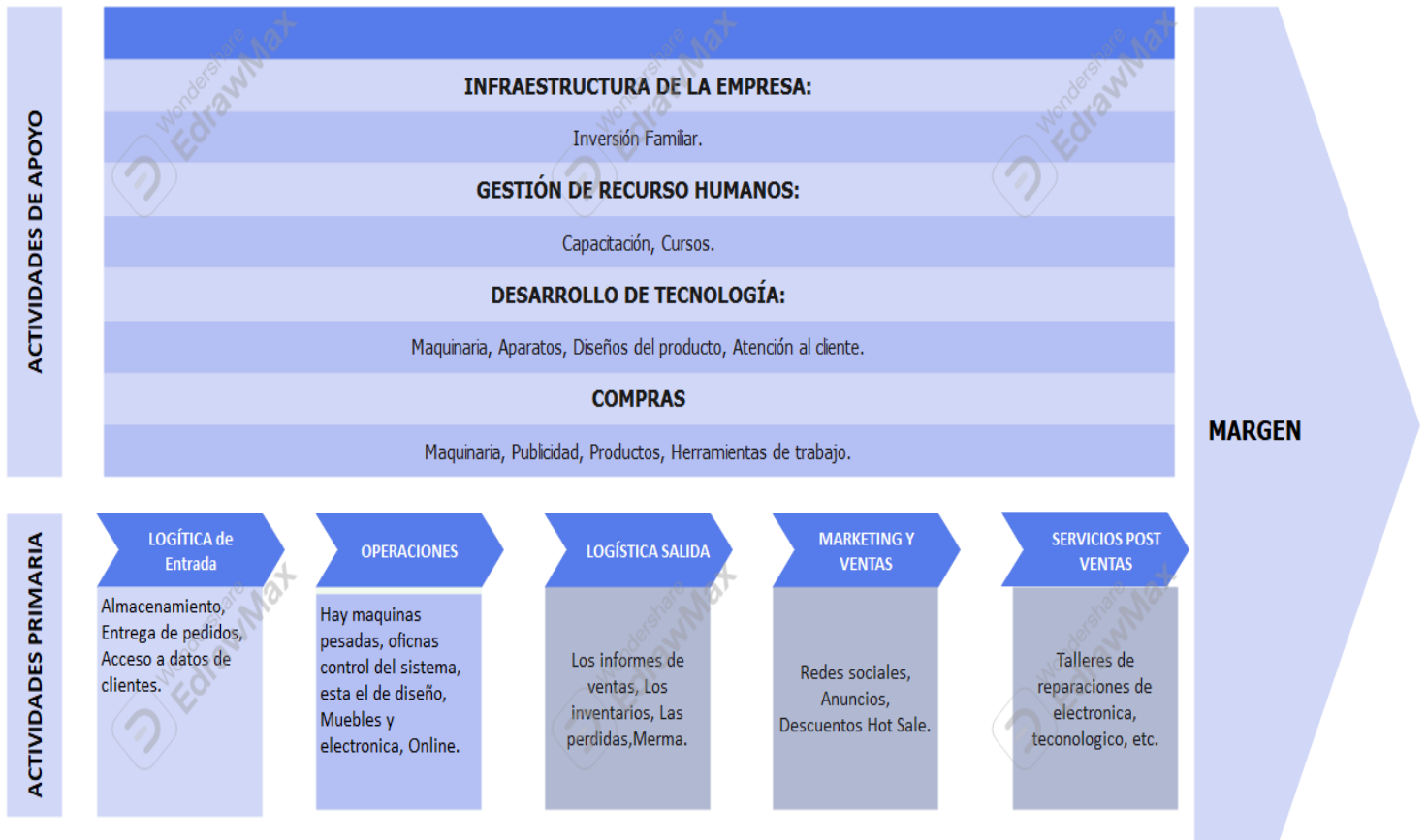
5 semanas

- "12.. Llega su paquete..
13. Piden su identificación para confirmar que sea el cliente que pidió el producto.
14. Al confirmar, da su firma. Le entregan su ticket de compra.
15. Checa que venga en buen estado.

"Estoy contenta con la atención que me dieron"

● Cadena de valor

CADENA DE VALOR



CONCLUSIÓN

Los datos desempeñan un papel fundamental en la cadena de valor del cliente. Las empresas recopilan y analizan datos sobre el comportamiento, las preferencias y los comentarios de los clientes para tomar decisiones informadas y perfeccionar su propuesta de valor. Las empresas deben buscar continuamente formas de mejorar la cadena de valor del cliente refinando los procesos, mejorando la participación del cliente y adaptándose a las cambiantes preferencias de los clientes y las condiciones del mercado. Una cadena de valor para el cliente bien ejecutada puede proporcionar una ventaja competitiva al fomentar la lealtad del cliente, reducir los costos de adquisición de clientes e impulsar la repetición de negocios. Es una estrategia fundamental para el crecimiento sostenible. El concepto de Cadena de valor del cliente es aplicable en diversas industrias, incluidas la venta minorista, el comercio electrónico, la atención médica, la hotelería y la tecnología. Las empresas de estos sectores.

Referencias

¿Qué es el recorrido del cliente, cuáles son sus pasos y la importancia de mapearlo? (4 de mayo de 2021). Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/mapa-del-recorrido-del-cliente/>
Genaro Cuofano. (14 de Octubre de 2023). ¿Qué es la cadena de valor del cliente y por qué es importante? Obtenido de <https://fourweekmba.com/es/cadena-de-valor-del-cliente/#:~:text=%E2%80%93Un%20aspecto%20esencial%20de%20la%20Cadena%20de,a%20identificar%20puntos%20d%C3%A9biles%20y%20oportunidades%20de%20mejora.>