

Actividad 1 - Conociendo al usuario

Diseño de interfaces II

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Fátima Fernández de Lara Barrón

Alumno: José Domingo Reyes Arroyo

Fecha: 22 de junio de 2023

Índice

Índice.....	2
1 Introducción.....	3
2 Descripción.....	4
3 Justificación.....	5
4 Desarrollo:	6
4.1 Journey Map 1	6
4.2 Journey Map 2.....	9
4.3 Journey Map 3.....	11
5 Conclusión.....	13
6 Referencias	14

1 Introducción

Actualmente en internet, hay una gran cantidad de herramientas que son de utilidad para todo tipo de clientes, hay herramientas que son enfocadas para usuarios con experiencia, los cuales pueden desde hacer líneas de programación y compilación de programas, hasta realizar conexiones de red virtuales, entre otras tantas funciones que tiene el servicio de internet. Considerando esto, en la actualidad hay también muchas herramientas enfocadas en el cliente, empresas, grandes o pequeñas pueden acceder a estas herramientas para tener un amplio esquema de sus clientes y lo que les ofrecen, incluso acceder a un marketing digital que permite a la empresa conocer el tipo de cliente que tiene y las necesidades que este tiene hacia su producto o empresa, todo esto desde internet, sin necesidad de recurrir a consultores externos o programas grandes que resultan obsoletos al poco tiempo de adquirirlos.

Para esta actividad se enfocará la atención a la percepción que puede tener el cliente hacia el uso de una plataforma de una empresa, se tomara el caso de la empresa Alsea, la cual tiene dentro de sus submarcas, Starbucks, Domino's, Burger King, etc. Se realizará un mapa de experiencia del cliente (Journey Map), el cual nos dará un enfoque estimado de la experiencia del usuario en referencia al uso de la página de algunas de las submarcas de la marca Alsea.

2 Descripción

Como se menciono anteriormente, en la presente actividad se realizara un Journey Map sobre la empresa Alsea y las paginas Web de algunas de sus marcas registradas, esto con la finalidad de detectar la experiencia del cliente en el uso de los sitios Web, el enfoque de esta actividad es entender a los usuarios y entender la relación que tiene con los productos o servicios que ofrece la empresa, esto se obtiene mediante la representación visual del proceso por el que pasa un cliente para lograr el objetivo que tiene al ingresar al sitio web de la empresa. El mapa mostrara las acciones motivaciones, necesidades y puntos críticos del cliente, en cada paso o sección donde tiene contacto el cliente con la marca, producto o servicio que ofrece la empresa.

Se realizará un Journey Map de la empresa Alsea, la cual es franquicia y tiene las submarcas Domino's, Burger King y Starbucks, las cuales se consideran para esta actividad, de cada una de estas se diseñará un Journey Map del cliente respecto a cada línea empresarial correspondiente a desarrollar las fases y escenarios del cliente, diseñar el guion grafico de la experiencia del cliente y generar las propuestas de mejora a la experiencia del cliente.

3 Justificación

Los Journey Maps sirven a las empresas para apoyar la toma de decisiones de mercadeo y así mejorar la experiencia del cliente, con este tipo de representaciones graficas y visuales con la información del cliente, la empresa puede considerar realizar cambios a su estrategia de marketing o inclusive las empresas pueden redireccionar sus estrategias comerciales al enfoque del cliente, todo con la finalidad de mejorar la experiencia de compra de productos o servicios de sus clientes.

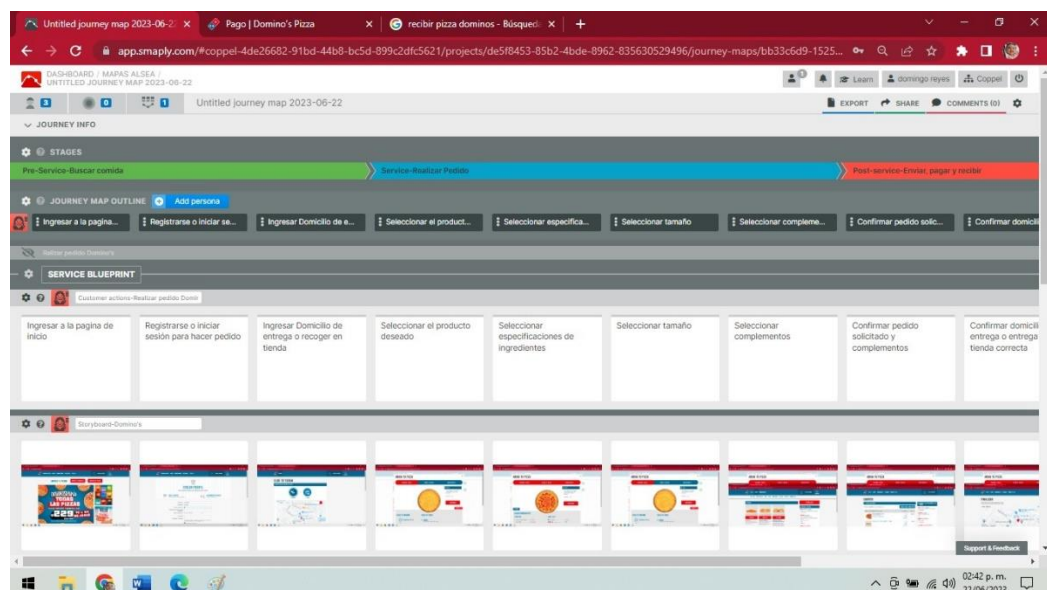
Así pues, los mapas de experiencia del cliente son una herramienta muy efectiva para representar un análisis completo de la relación que existe entre el usuario y el producto o servicio que ofrece una empresa. A través del uso de la herramienta se observo que la misma herramienta puede ser usada para para responder la interrogante de como interactúan los usuarios y permite a la empresa ver las diferentes perspectivas del cliente y encontrar las debilidades del negocio, así como también sus fortalezas. Es por ello que esta se considera una herramienta sumamente útil y es por ello que se aplicara para el desarrollo de esta actividad.

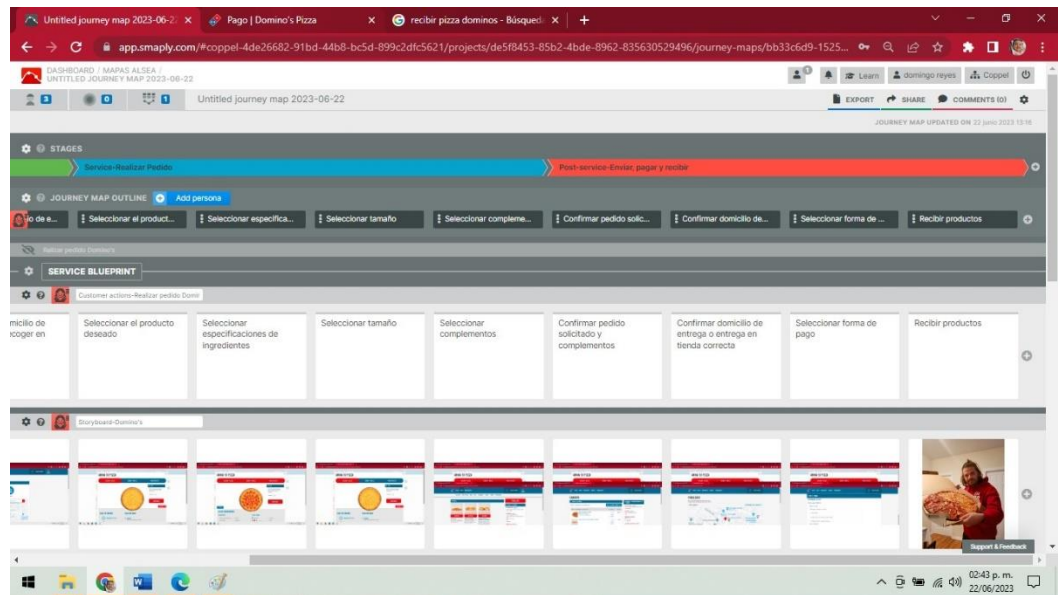
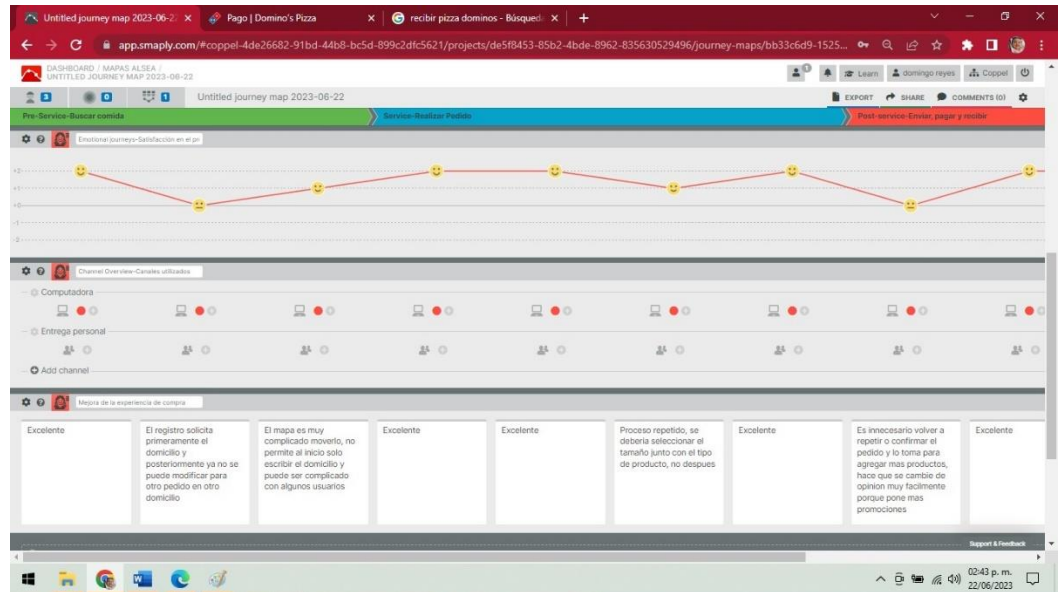
4 Desarrollo:

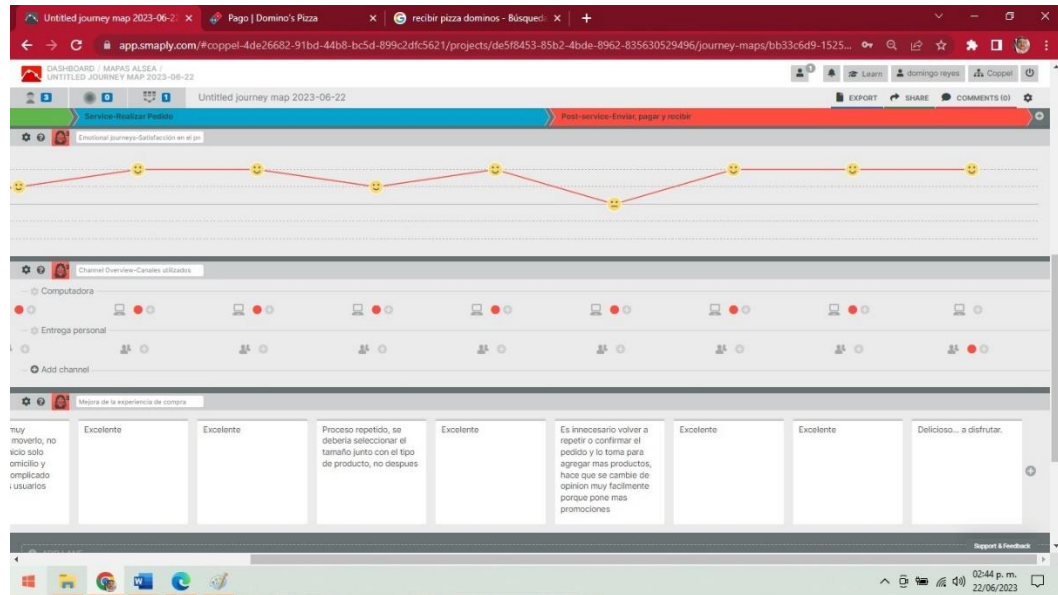
Para desarrollar los mapas de las empresas se utilizará la página de smaply, de la cual se tiene su enlace en las referencias y recursos de la presente actividad:

4.1 Journey Map 1

En el primer caso se visitara la pagina de la marca Domino's para realizar el pedido de una pizza, proceso en el cual al elegir una especialidad, es sencillo, lo complicado es cuando se requiere una pizza con ingredientes diferentes a las especialidades, el proceso se muestra en las siguientes imágenes:







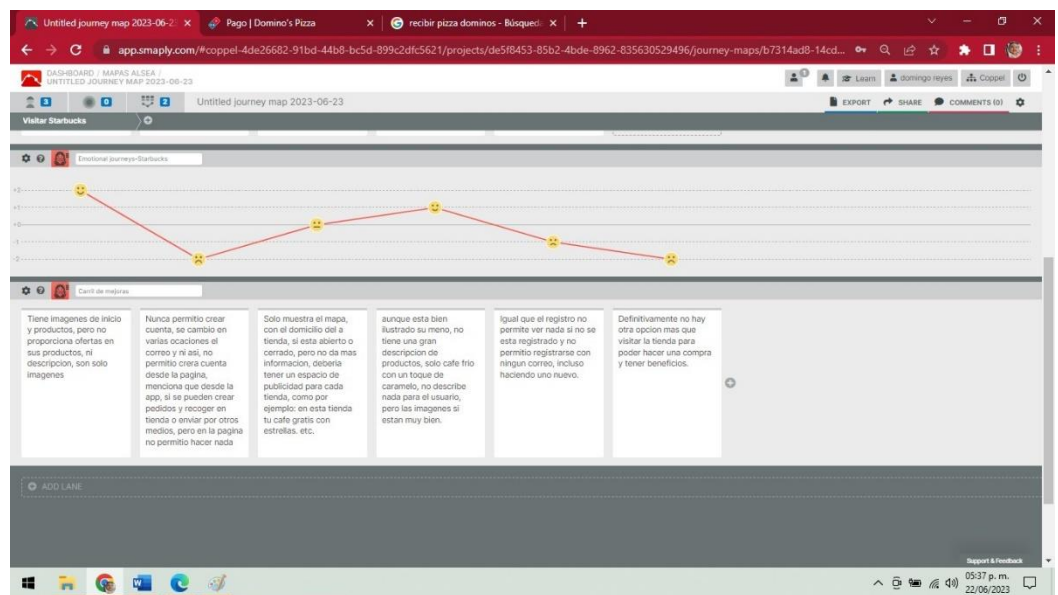
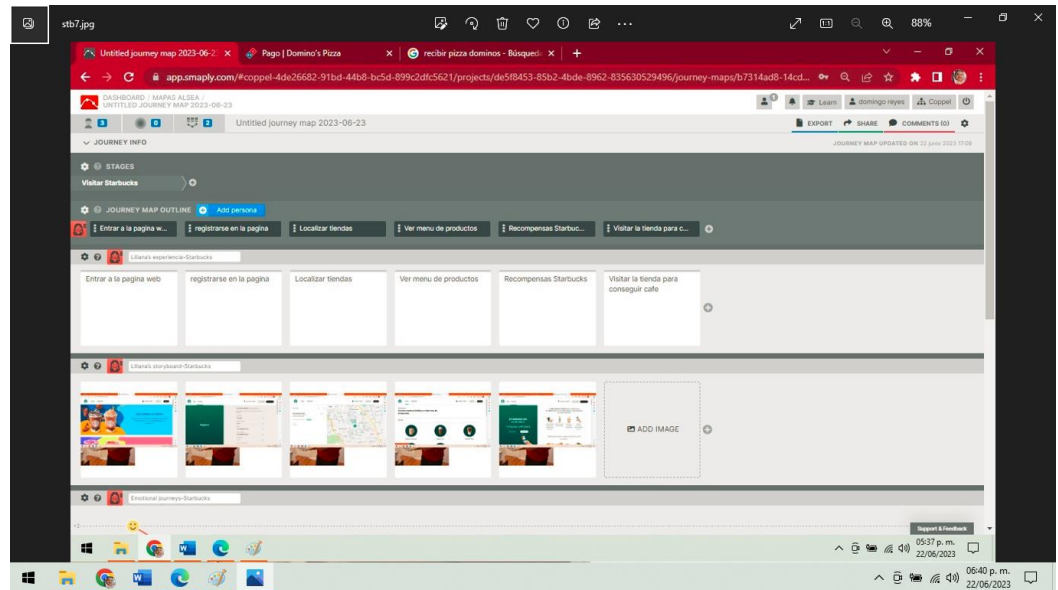
Con estas imágenes se muestra el Journey Map o mapa de experiencia de usuario al ingresar a la pagina web de la empresa Domino's y realizar un pedido de una pizza, para el cliente fue una experiencia memorable, con algunos pequeños detalles que no minimizan la eficiencia de la pagina para realizar pedidos, además la experiencia de entrega también fue excelente ya que lo que promete lo cumple, entregas en menos de 30 minutos o el producto es gratis. Sin duda el acceso a la pagina y su facilidad de uso le dan un plus, tanto a la pagina como a su producto.

Únicamente se detecto un detalle, que al ingresar a la pagina y colocar un domicilio, si se ingresa desde el mismo equipo para realizar otro pedido, muestra los datos del

domicilio del usuario anterior, además de que muestra muchísima publicidad y te hace cambiar de opinión fácilmente, pero en general todo el proceso de compra es excelente.

4.2 Journey Map 2

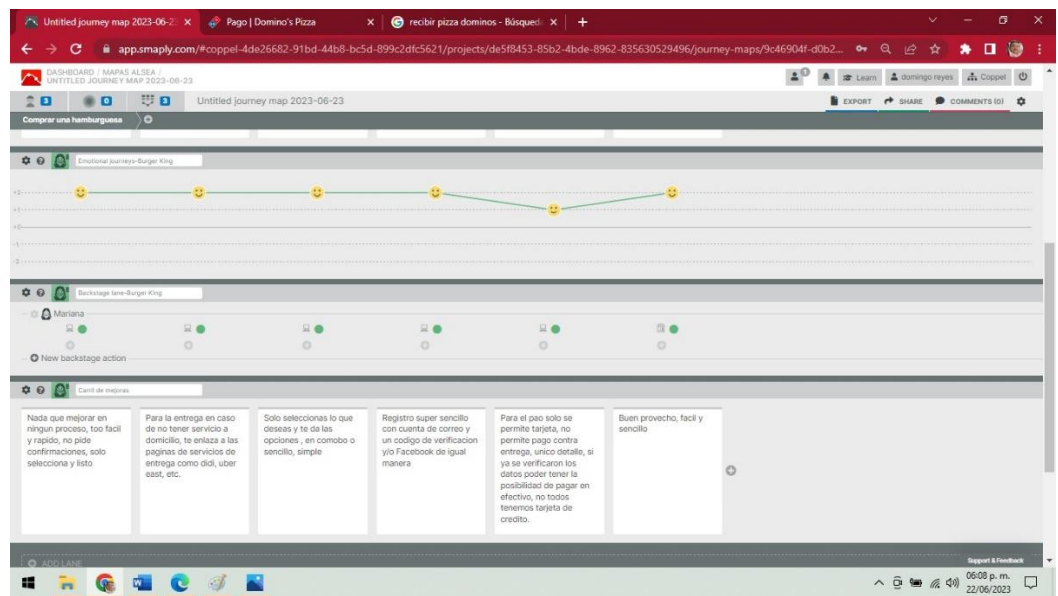
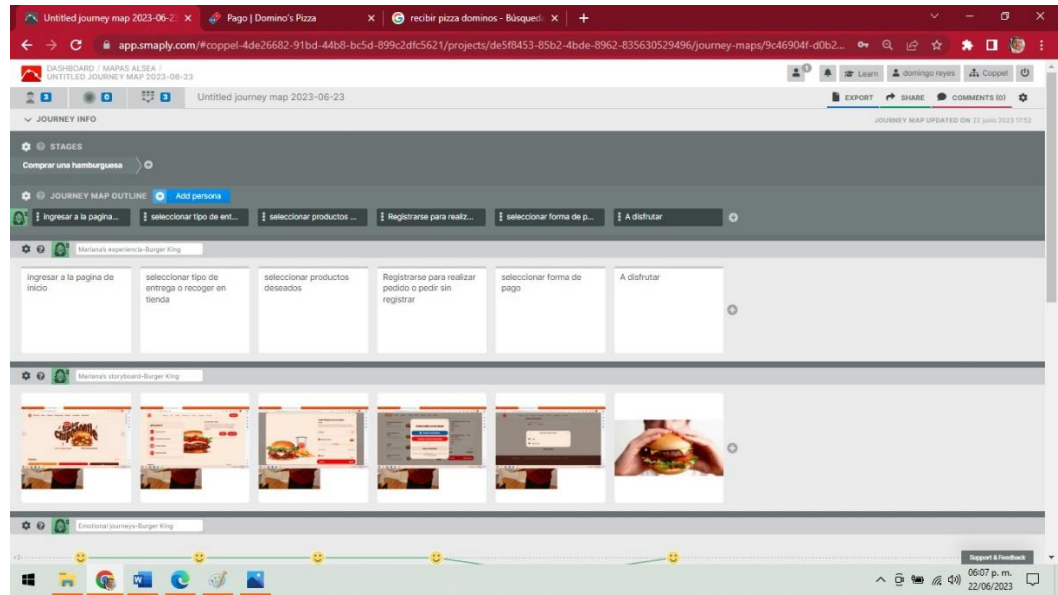
En el segundo mapa se evalúa el uso de la pagina web del sitio oficial de Starbucks, esto debido a que si se quiere realizar pedido, la única forma es directamente en tienda, ya que por ninguna ubicación permite realizar pedidos, ni en ciudades donde se tienen sucursales cercanas, menciona que por la app si tiene este tipo de servicios, pero al descargar la app y tratar de ingresar marcaba el mismo error que en la pagina web al registrar, el error del correo electrónico, a continuación se muestran las imágenes del Journey Map realizado para la empresa:



En este caso, no se añadió sección de locación ya que todo fue realizado como visita al sitio web, no se concreto compra alguna y al decirle al cliente que hay un sitio web de un restaurante, lo mínimo que el cliente espera es que le digan si el restaurante mas cercano tiene disponibilidad para atender, ya que hoy en día el tiempo es una variable a considerar muy importante para los usuarios y sobre todo para un usuario que requiere un producto y accede a una pagina y no puede tenerlo a excepción de que asista a la tienda física, la pagina en general tiene un aspecto de una pagina antigua que se creo para la marca pero que no se le dio seguimiento a la página.

4.3 Journey Map 3

Para el mapa final la mejor opción de visita para adquirir productos, fácil y extremadamente rápido, sin publicidad o inclusión de productos adicionales, solo lo que necesitas y a pagar y recoger en tienda, único detalle que no tiene servicio a domicilio en todas las ciudades, pero punto a su favor, enlaza con la pagina web de servicios de entrega como Uber, Didi, etc. A continuación, las imágenes del Journey Map del cliente:



Sin duda la mejor opción para adquirir un producto que hace honor a su nombre, comida rápida, sin necesidad de hacer largas filas, solo pides con unos cuantos clics, si ya estas registrado y pasas a sucursal a recoger, en menos de 5 minutos ya tienes tu producto en la mano.

5 Conclusión

Un Journey Map, es una herramienta que nos permite entrar en los ojos de otro usuario, ver su mente y analizar sus pensamientos sobre un producto o servicio de alguna determinada empresa, es por ello de suma importancia para toda empresa que considera la opinión de los clientes el aplicar esta herramienta con consultores externos que no tengan nada que ver con el producto o servicio ofrecido, para darse una idea de que es lo que cada cliente percibe de la empresa y en particular de los sitios web que visita.

Cualquier situación que se pueda presentar con un cliente, al instante se convierte en una posible queja de un mal servicio, hoy en día los malos momentos, se convierten también en malos servicios aunque estos no sean proporcionados por el personal de una tienda o empresa, en la actualidad, el mundo digital le ha permitido a las empresas estar al servicio de sus clientes desde cualquier medio, sin embargo también este mundo digital es lo que ha provocado en algunas empresas dejar de ser líderes para la obtención de sus productos o servicios para sus clientes, ya que como se pudo observar en el segundo caso, la empresa como tal tiene un margen

de utilidad muy alto y ha tenido la confianza de muchos de sus clientes por el excelente servicio que predomina en sus tiendas, sin embargo para los clientes que están acostumbrados a un mundo digital y sus vidas corren a un ritmo exageradamente acelerado, lo que buscan es solo llegar tomar su taza de café y seguir su camino sin tener que hacer filas o llegar a un local a disfrutar de este café tan esperado. De enfoques a enfoques, la empresa provee a sus clientes de un excelente servicio, pero esta más enfocada en la atención a sus clientes en persona en sus restaurantes.

6 Referencias

Smaply. (s. f.). https://app.smaply.com/users/sign_up

Option, B. (2021, 12 diciembre). ¿Qué es el Journey Map y cómo se usa? - Option.blog -

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

Hammond, M. (2023, 20 enero). Customer Journey Map: qué es, cómo crearlo y ejemplos (con plantilla). *hubspot.es*. Recuperado 21 de junio de 2023, de <https://blog.hubspot.es/service/customer-journey-map>

Actividad subida a GitHub en: