

Actividad 1. Conociendo al Usuario

Diseño de Interfaces II

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Fátima Fernández de Lara Barrón

Alumno: José Luis Pacheco González

Fecha: 29 de febrero 2024

Índice

Introducción	3
Descripción	4
Justificación	5
Desarrollo	6
• Journey Map 1	6
• Journey Map 2	8
• Journey Map 3	10
Conclusión	12

Introducción

En la era digital y competitiva que nos encontramos, la experiencia del cliente se ha convertido en una prioridad para las empresas. En esta actividad, se han elaborado tres Journey Maps centrados en las experiencias de compra de distintos servicios en Liverpool, la adquisición de una laptop a través de su sitio web, la contratación de un seguro de auto en su centro de seguros, y la compra de un paquete de viaje a través de Viajes Liverpool.

Cada Journey Map detalla las fases por las que pasa el cliente desde el inicio hasta la finalización del proceso de compra, identificando los escenarios y emociones que experimenta en cada etapa. A través de un guión gráfico, se visualiza de manera clara y concisa la experiencia del cliente, desde la investigación inicial hasta la post-compra, destacando puntos clave de interacción y posibles fricciones.

Además, se proponen mejoras para cada experiencia, con el objetivo de optimizar la satisfacción del cliente en futuras interacciones. Estas mejoras incluyen la simplificación de procesos, la mejora de la comunicación y la personalización de servicios para adaptarse mejor a las necesidades individuales de cada cliente. Al implementar estas mejoras, Liverpool puede fortalecer su relación con los clientes y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Descripción

En el actual panorama empresarial, la integración de herramientas tecnológicas es esencial. La digitalización de datos, la gestión eficaz del negocio y la presencia en el mercado en línea son aspectos vitales para cualquier empresa que aspire a mantenerse competitiva. Antes de adentrarse en el mundo del comercio digital, es importante comprender la competencia, el entorno digital y, especialmente, las necesidades del cliente objetivo.

En este contexto, se plantea el desarrollo de un sitio web para una empresa con múltiples sucursales, marcas o franquicias. Este sitio web funcionaría como un punto de conexión entre ellas, ofreciendo una experiencia visual coherente y uniforme para el usuario. El propósito es mejorar la atracción de usuarios y, por ende, incrementar los ingresos.

Se necesita elegir una empresa que cumpla con ciertos criterios y crear un mapa del recorrido del cliente para cada línea de negocio. Esto incluye identificar las distintas etapas y situaciones que enfrenta el cliente, elaborar un guion gráfico de su experiencia y proponer mejoras para optimizarla en futuras ocasiones.

Justificación

La elaboración de Journey Maps para las distintas experiencias de compra en Liverpool es fundamental para comprender en profundidad las interacciones entre la empresa y sus clientes. Esta herramienta proporciona una visión holística de la experiencia del cliente, permitiendo identificar áreas de oportunidad y posibles puntos de fricción en el proceso de compra. Al analizar detalladamente cada fase y escenario del cliente, se pueden detectar problemas potenciales que podrían estar afectando la satisfacción y fidelización de los clientes.

La justificación de esta actividad radica en la importancia de ofrecer experiencias satisfactorias y fluidas a los clientes en todos los puntos de contacto con la marca. Al comprender las necesidades, deseos y emociones de los clientes a lo largo de su journey, Liverpool puede diseñar estrategias más efectivas para mejorar la experiencia del cliente y diferenciarse de la competencia.

Además, al proponer mejoras concretas en base a los insights obtenidos de los Journey Maps, Liverpool demuestra su compromiso con la excelencia en el servicio al cliente. En última instancia, esta actividad contribuye a fortalecer la relación con los clientes, aumentar la lealtad hacia la marca y mejorar los resultados comerciales a largo plazo.

Desarrollo

- **Journey Map 1**

El Journey Map detalla el proceso de compra de una PC mediante el sitio web de Liverpool, desde la identificación de la necesidad hasta la entrega finalizada, dividido en tres etapas principales. Cada etapa incluye posibles problemas que pueden surgir durante el proceso y propuestas de mejora para abordarlos. La primera etapa se centra en el reconocimiento de la necesidad del usuario y la investigación inicial, seguida por el proceso de compra que abarca la exploración de productos, la comparación de precios y características, y el proceso de pago. La etapa final se enfoca en la confirmación de compra, el seguimiento de envío y la recepción del producto. Las propuestas de mejora van desde mejorar la usabilidad de la aplicación hasta garantizar la calidad del servicio al cliente y la integridad de los productos entregados. En resumen, el Journey Map proporciona una visión completa de la experiencia del usuario al comprar una PC en Liverpool, destacando áreas clave para la optimización y la satisfacción del cliente.

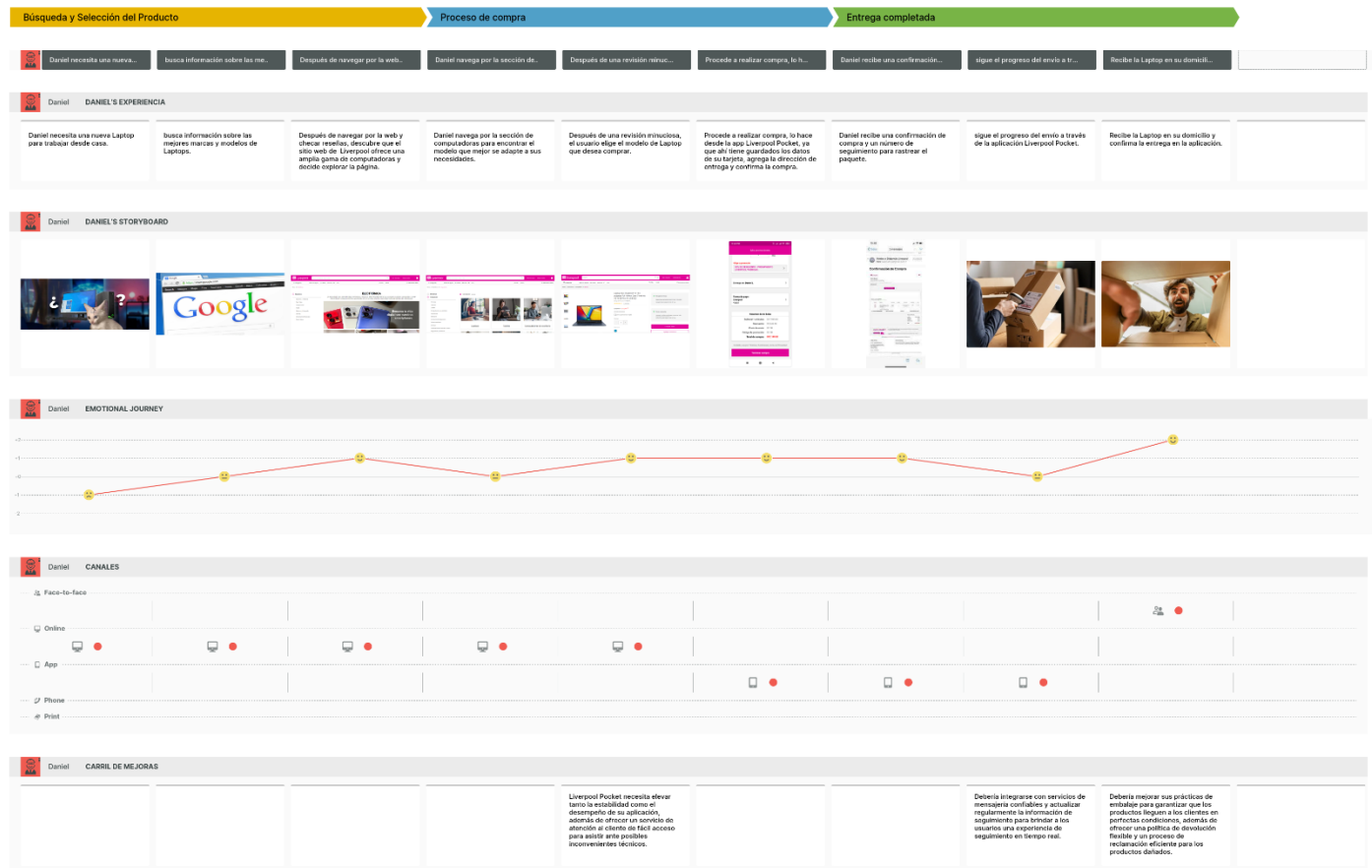
EXPORT DATE
01 March 2024

PROJECT
journey map



JOURNEY MAP

Journey map 1 - Compra de una Laptop



- **Journey Map 2**

El journey map propuesto es una representación visual del proceso de compra de un seguro para automóvil a través del sitio web de Liverpool Seguros. Cada etapa del journey map identifica posibles problemas que pueden surgir durante el proceso, como la falta de conciencia sobre la importancia del seguro, la dificultad para comparar coberturas y precios, y la confusión al completar el formulario de solicitud. Además, se proponen mejoras para abordar estos problemas y mejorar la experiencia del usuario, como optimizar la navegación del sitio web, simplificar el formulario de solicitud y ofrecer asistencia en línea para resolver dudas y ayudar en la toma de decisiones. En resumen, este journey map proporciona una guía completa para entender y mejorar el proceso de compra de seguros para automóviles en el sitio web de Liverpool Seguros.

EXPORT DATE
29 February 2024

PROJECT
Journey map



JOURNEY MAP

Journey map 2 - Compra de un seguro de auto

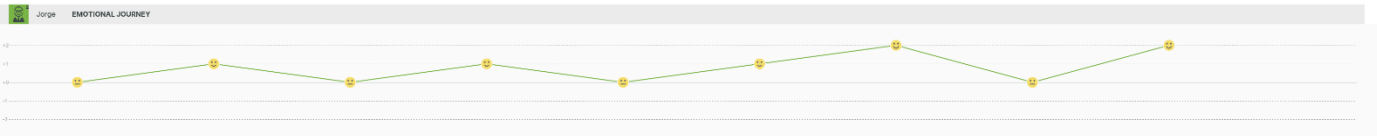
Búsqueda y Selección del Producto

Proceso de contrato

Documentación e inicio de cobertura

Jorge conoce la importancia... Valida si su póliza aun se encuen... Busca información sobre difere... La mejor opción es el Centro de... Revisa los diferentes opciones... Jorge analiza las coberturas, p... Elige el seguro que se ajusta a... Llenar el formulario de solicitud... Jorge recibe por correo electón...

Jorge DANIEL'S EXPERIENCIA
Jorge conoce la importancia de contar con un seguro de auto. Valida si su póliza aun se encuentra activa, para más que se vence hace un par de días. Busca información sobre diferentes tipos de seguros y los beneficios que estos ofrecen. La mejor opción es el Centro de seguros de Liverpool. Revisa los diferentes opciones de seguros ofrecidos y sus características. Jorge analiza las coberturas, para el es el punto mas importante de un seguro. Elige el seguro que se ajusta a sus necesidades y presupuesto. Llenar el formulario de solicitud en línea con la información requerida y realiza el pago. Jorge recibe por correo electrónico la documentación del seguro y los detalles de la póliza.



Jorge CANALES									
Face-to-face									
Online									
App									
Phone									
Print									

Jorge CARRIL DE MEJORAS
Optimizar la interfaz del sitio web para una navegación más intuitiva y fácil. Proporcionar descripciones claras y detalladas de cada tipo de seguro, junto con ejemplos de situaciones en las que serían útiles. Simplificar el formulario y proporcionar asistencia en tiempo real para resolver cualquier duda que pueda surgir durante el proceso de llenado.

- **Journey Map 3**

El journey map proporciona una representación visual del proceso de compra de un paquete de viaje en el sitio web de Liverpool, desde la identificación de la necesidad hasta la confirmación del trámite.

Dividido en tres etapas principales, el mapa detalla los pasos que los usuarios pueden seguir, así como los posibles problemas que podrían surgir en cada etapa y propuestas de mejora para abordar esos problemas. A través de imágenes sugeridas, se ilustran las acciones y momentos clave en el proceso de compra, ofreciendo una visión completa de la experiencia del usuario y destacando áreas donde Liverpool puede enfocarse para mejorar y optimizar la experiencia de sus clientes.

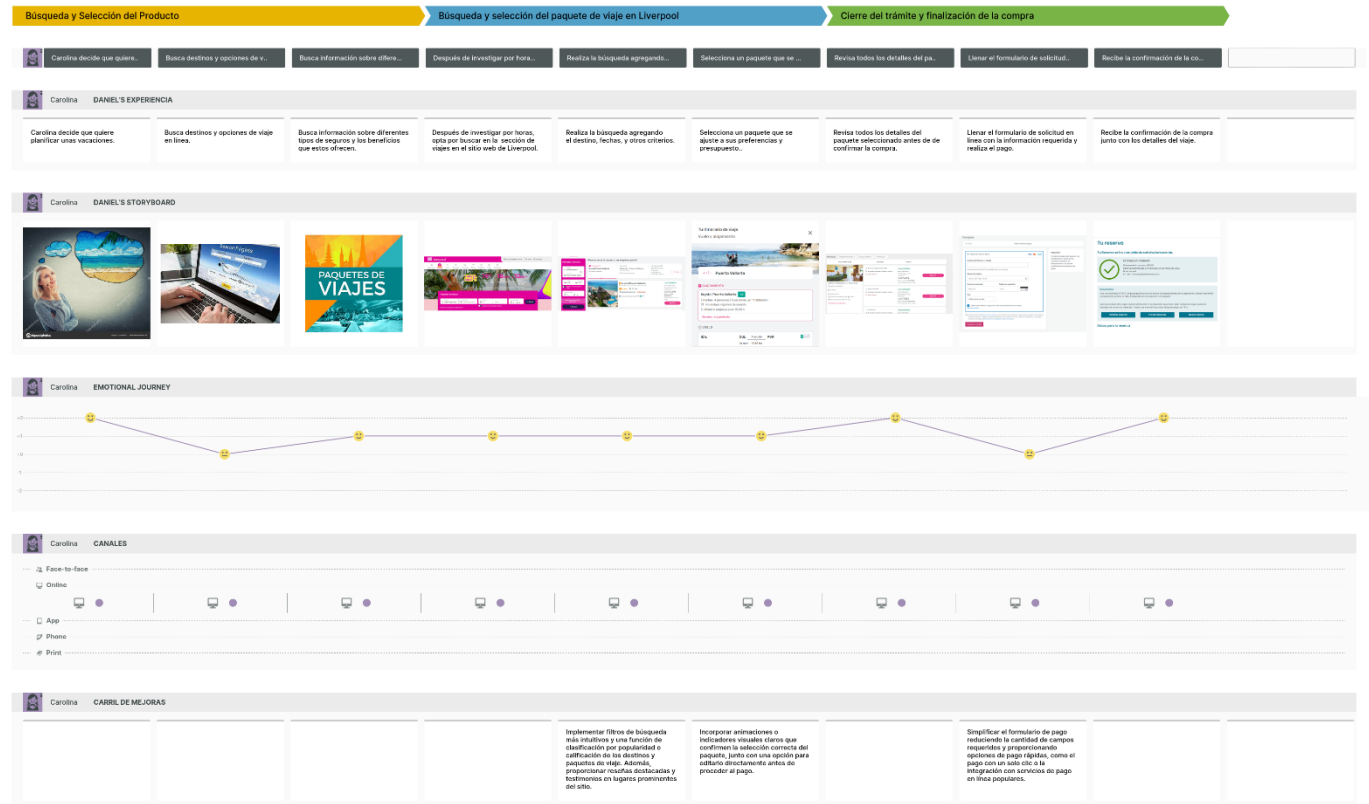
EXPORT DATE
29 February 2024

PROJECT
journey map



JOURNEY MAP

Journey map 3 - Compra de un paquete de viaje



Conclusión

Los journey maps son herramientas fundamentales para comprender las experiencias de los usuarios a lo largo de su interacción con un producto o servicio. Su importancia radica en su capacidad para visualizar de manera holística los puntos de contacto, las emociones y los obstáculos que enfrentan los usuarios durante su viaje. Este entendimiento profundo permite a las organizaciones identificar áreas de mejora y oportunidades para la innovación centrada en el usuario.

El desarrollo de journey maps implica una colaboración multidisciplinaria, que integra a equipos de diseño, marketing, desarrollo y servicio al cliente. Este proceso no solo ayuda a crear empatía hacia los usuarios, sino que también fomenta una cultura centrada en el cliente dentro de la organización.

Además, al proporcionar una representación visual y narrativa del viaje del usuario, los journey maps facilitan la comunicación y alineación entre equipos, promoviendo una comprensión compartida de las necesidades y prioridades del usuario.



Enlace Github