



MODULE_4 LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL TURISMO Y LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

Lesson_2_ el VALOR DE UN SERVICIO

VISION GENERAL DEL CONTENIDO

En un mundo moderno hay un montón de opciones para el consumidor para elegir. Por lo tanto, las empresas necesitan más y más maneras para asegurarse de que ellos son los clientes de turno. Aproximadamente el 72% de los nuevos productos y la innovación de los servicios a no cumplir las expectativas (Simon-Kucher & Partners, 2014). Una manera de abordar esto es centrarse en la propuesta de valor.

Propuesta de valor es una promesa de una clara y medible valor para ser entregados, comunicados y reconocidos. Es importante que la propuesta de valor crea valor para los clientes, de tal manera que el cliente ahorros y beneficios de no bajar el precio del producto demasiado. Compañerótico debe ser capaz de presentar y demostrar los beneficios de los consumidores es conseguir como cliente de la compañía. La empresa debe conocer a sus clientes, posicionarse y observar las cosas desde la perspectiva del cliente. Identificar y recordar la conducta de los clientes es importante porque de esa manera, el cliente siente que está recibiendo el servicio personal.

En este texto we tomar una mirada más cercana a la propuesta de valor de lona, una herramienta que permite diseñar y probar qué tan bien un producto o servicio que crea valor para los clientes. La proposición de valor de canvas tiene dos lados *del perfil del cliente y mapa de valor*. *Perfil del cliente* cubre un segmento específico de clientes y busca respuestas a las preguntas acerca de lo que son los *clientes los trabajos, dolores, y las ganancias*, esto ayuda a aclarar el cliente la comprensión. *Vvalor mapa* describe cómo el valor está destinado a ser creada para el cliente, esta sección se divide en *productos y servicios, calmantes para el dolor y la ganancia de los creadores*. La propuesta de valor de la lona puede ser utilizado en ambos start-ups y establecered organizaciones.

1. Vvalor de la proposición de lona

Propuesta de valor canvas es una herramienta que ayuda a crear valor para el clientes. El lienzo se divide en dos secciones *de perfil de cliente y mapa de valor*. *Perfil de cliente* se divide en *cliente de los trabajos, dolores, y las ganancias*. *Cliente los trabajos* de describir las cosas, las tareas, las necesidades o problemas de los clientes están tratando de hacer,

Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



completa, satisfacer o resolver. Hay tres tipos principales de clientes jobs: *funcional de los puestos de trabajo* son algo específico de los clientes que están tratando de hacer, como la de reservar una habitación de hotel o comer sano. *Social los trabajos* de describir cómo los clientes quieren ser percibidos por los demás. Es sobre el deseo de lucir bien o ganancia de poder o estatus. *Personal/emocional de los puestos de trabajo* están relacionados con la búsqueda de un determinado estado emocional, por ejemplo, el sentirse bien o seguro y la búsqueda de la paz de la mente. Es común que el cliente de puestos de trabajo dependen del contexto específico en el que se realizan. Por ejemplo, ir al restaurante con los niños es diferente de ir con la pareja.

Cliente dolores describir cualquier cosa que irrita al clientes antes, durante y después de que ellos están tratando de conseguir un trabajo hecho o que les impide hacerlo. Al igual que en *el cliente de trabajos* hay tres diferentes tipos de *cliente dolors*. Primer taquí son *undesired resultados, problemas, o características*. Estos pueden ser funcionales "esto no funciona", emocionales "me siento mal" social "miro mal", auxiliares "estoy molesto". Estos también pueden ser no deseados y no deseados de las características de "esto es aburrido". El segundo tipo de dolors son *los obstáculos*, las cosas que evitar que los clientes hagan su trabajo. El último tipo de dolores son *los riesgos* y los posibles resultados no deseados, las cosas que podrían salir mal y tienen consecuencias negativas.

Cliente ganancias describir los beneficios y los resultados que quieren los clientes del producto o servicio. Estos pueden ser *aumentos requeridos*, que son necesarias, la más básica de las expectativas de que sin la solución no iba a funcionar. Las ganancias también se puede *esperar*, relativamente básicas las ganancias y a la espera de la solución, incluso si podría funcionar sin ellos. Las ganancias, que van más allá de lo que los clientes esperan, pero todavía son algo que les gustaría tener, se llama *ganancias deseadas*. *Inesperadas ganancias* ir también más allá de las expectativas de los clientes, pero son algo que los clientes no siempre vienen con.

También es importante, no para sólo encontrar lo que el *cliente puestos de trabajo, los dolores* y *las ganancias* son, pero reconoce que algunos puestos de trabajo tienen mayor importancia o impacto que otros. La búsqueda del derecho de propuestas de valor que satisfagan al cliente puestos de trabajo, las ganancias y los dolores es un proceso iterativo que va continuamente de ida y vuelta entre el diseño de ideas y ponerlas a prueba, tan pronto como sea posible.

Mapa de valor se compone de *productos y servicios, calmantes para el dolor y la ganancia de los creadores*. La sección de *products y servicios* de simple se compone de los productos y/o servicios que ofrece la empresa. Estos pueden ser físicos y tangibles (productos manufacturados), intangibles (servicios), digitales (apps) o financieros (fondos de

Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711



"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



inversión). *El dolor calmantes* para describir cómo los productos o servicios de aliviar el cliente dolores y molestias. Es importante concentrarse en los dolores que importa a los clientes de la mayoría. *La ganancia de los creadores* de describir cómo los productos y servicios de creación de un cliente ganancias, y cómo los resultados esperados y los beneficios van a ser producidos.

No es realista para encontrar soluciones a cada uno de dolor cliente puede tener, en lugar de unos pocos sabiamente seleccionada dolores debe ser relevado muy bien. Lo mismo sucede con el aumento de los creadores, que no es necesario que el aumento de los creadores de la dirección de cada identificado ganancia. Lo que es más importante, la atención debe ser atraído a los más relevantes logros.

Aprender más acerca de la propuesta de valor de lona aquí https://issuu.com/business.model.innovation/docs/vpd_sneakpeek y aquí <https://www.youtube.com/watch?v=ReM1uqmVfP0>

Conclusiones

La inversión en valor de la proposición es algo que las empresas deben tomar en serio. Si las empresas quieren evitar perder tiempo y dinero en productos y servicios que no interesan al clientes, se debe involucrar a los clientes en el desarrollo de los productos y servicios desde el principio. La propuesta de valor debe ser uno que garantiza al cliente que este producto o servicio en particular le da el mejor valor posible en el mercado. Propuesta de valor ofrece a las empresas una gran oportunidad para sobresalir y demostrar por qué son los que el cliente debe escoger. Al elegir una de dos opciones diferentes, los clientes no son sólo la comparación de las diferencias en el producto o servicio, sino también qué tipo de valor que proporcionan. Clientes va a comprar productos y servicios sólo si se siente que ella es la mejor oferta disponible.

Cuando se utiliza la propuesta de valor de lienzo, comenzar con la selección de su segmento de clientes, a continuación, identificar al cliente trabajos, dolores, y las ganancias. Después de que dar prioridad a los trabajos, dolores, y las ganancias. Ahora que se han llenado de perfil de cliente. Llenan mapa de valor por el listado de productos y servicios, entonces esquema de calmantes para el dolor y la ganancia de los creadores. Por último rango de productos, servicios, calmantes para el dolor y la ganancia de los creadores por orden de importancia.

Ucantar herramientas como el lienzo de propuesta de valor, hace que sea más fácil para todos los miembros del equipo a estar en una misma página y have un entendimiento

Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711



ASSET
BASILICATA



"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



compartido de lo que es una buena propuesta de valor. La propuesta de valor de lona de ayuda para hacer los patrones de creación de valor fácilmente visible y entenderlos. También ayuda y hace que sea sencillo para organizar la información acerca de lo que los clientes quieren. Esto ayuda a las empresas a diseñar de manera más efectiva las propuestas de valor, que responden directamente del cliente, *trabajos, dolores, y las ganancias*. Cuando se utiliza la propuesta de valor de lona correctamente impide que las empresas se concentren demasiado en los productos y las características de su lugar de creación de valor. Buen sonido de las ideas y los planes son inútiles si los clientes no están interesados. Es por eso que proceso de desarrollo de producto debe estar orientado al cliente y a prueba constantemente.

Erasmus+ Strategic Partnership 2018-1-ES01-KA204-050711



ASSET
BASILICATA



"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."