

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

Lesson_5_ el CLIENTE VIAJE

VISION GENERAL DEL CONTENIDO

El viaje del cliente es la experiencia completa que el cliente pasa a través de la hora de interactuar con una organización. Cubre todos los posibles canales, dispositivos y puntos de contacto en todas las etapas de un ciclo de vida del cliente. Las empresas que se centran en el cliente journey estrategia y poner al cliente en el centro de sus negocios más rentables que sus competidores. Cuando una empresa logra hacer que un cliente se sienta especial, se les hará un cliente fiel que se recomienda a la compañía de familiares y amigos. Es importante que las empresas se conecten todos los canales que se utilizan, para comunicarse con los clientes cons, para el viaje del cliente. De lo contrario, el clientes puede fácilmente sentir que la experiencia del cliente está desconectado.

En este texto también estamos cubriendo un servicio de plan. Servicio de blueprint es una visualización que muestra la interconexión de diferentes partes de servicio. Se incluye a las personas importantes, los puntos de contacto de el viaje del cliente y cualquier artefactos. Servicio modelo ayuda a entender que el proceso de servicio no es el mismo para el proveedor del servicio y el cliente. Tanto el proveedor del servicio y el cliente tiene muchas funciones que son invisibles para los demás. Servicio de plan visualizars simultáneamente, el visible y el invisible de los elementos del servicio, las funciones de los clientes y de los empleados, el proceso de entrega de servicios y de cómo funciona todo en conjunto.

1. El viaje del cliente

Whevolver a la experiencia del cliente se centra más en el contenido y la experiencia emocional "de cómo el cliente se siente", el viaje del cliente busca respuestas a la pregunta "¿el cliente" y de cómo el servicio está siendo entregado y cómo una sólida experiencia de cliente viene junto. Una manera de entender y optimizar la experiencia del cliente es el mapa del recorrido del cliente.

Un viaje del cliente mapa es una representación visual de la trayectoria del cliente, cubriendo cada interacción del cliente con la organización. Estos pueden ser tales como la publicidad online, social media, equipo de servicio al cliente, instalaciones, sitio web,

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

facturación, y la retroalimentación de encuestas. Para asignar correctamente customer viaje, la empresa debe pensar desde la perspectiva del cliente, y para ello necesitan hablar con sus clientes y recoger de usuario e información de mercado. Cuando la asignación de un cliente en viaje, es importante prestar atención a cada etapa del ciclo de vida del cliente. What que sucede antes, durante y después de la compra? Cuando la asignación de los puntos de contacto de los clientes y de la compañía, es útil para exponer todas las interacciones. De cómo los clientes de primera oído hablar de la empresa, a su interacción directa con el producto, sitio web y así sucesivamente. To hacer un cliente en viaje de mapa tan exacto como sea posible, yot es recomendable crear al cliente de viajes para cada comprador persona, o elegir uno que representans de la empresa del cliente promedio. Cuando el viaje del cliente y el cliente los puntos de contacto son al azar, es posible compere lo bien que aquellos que están alineados con la estrategia de la empresa e identificar las posibles lagunas o nuevas oportunidades.

Hay cosas importantes a tener en cuenta al analizar las experiencias de los clientes a lo largo de un cliente mapa del recorrido. ¿Qué tipo de *acciones* de los clientes have en cada etapa del viaje del cliente mapa (cuando se visita un sitio web o leer una reseña etc)? ¿Qué *motivaciones* del clientes have, lo que alienta o desalienta a pasar a la siguiente etapa? Lo que *preguntas* del clientes, y hacer que encontrar respuestas a esas preguntas? Si no, o si tienen dificultades para hacerlo, puede que sus incertidumbres de plomo para dar la vuelta a otra compañía? ¿Qué tipo de *obstáculos* a los clientes de la cara en cada una de las etapas? ¿Cuáles son las posibles cosas que podrían causar que los clientes no para completar su viaje del cliente?

Leer más sobre el viaje del cliente mapa aquí: <https://www.superoffice.com/blog/customer-journey/> y aquí: <https://www.surveymonkey.com/curiosity/map-customer-journey-keep-customers-happy/>

2. Servicio de blueprint

Typically, taquí están cinco pasos cuando la creación de un servicio de anteproyecto. These son la *física*, *las pruebas*, *las acciones de los clientes*, *frontstage las acciones de los empleados*, *en el backstage de las acciones de los empleados*, y *de los procesos de apoyo*.

Evidencia física que cubre todos los sistemas, digital y físico de las herramientas que se utilizan y las formas en que los consumidores interactúan con la marca. *Las acciones de los clientes* de las listas de todos los pasos y las acciones de los clientes a la hora de interactuar con el servicio. *Frontstage las acciones de los empleados* son los puntos de contacto entre el proveedor del servicio y los cclientes. Else son visibles accions de servicio

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



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



al cliente, a la hora de interactuar directamente con los clientes. *En el Backstage de las acciones de los empleados* son acciones tomadas por los empleados, que el cliente no puede ver. Estas acciones pueden tener un efecto en los clientes, pero happen "backstage", estos pueden ser tales como la preparación de alimentos o la escritura de una publicación de blog. La mayoría de los *procesos de apoyo que* también sucede detrás de las escenas. Estas son las formas en que el servicio está siendo apoyado, por ejemplo, de apoyo a la gestión.

Servicio de modelos pueden ser utilizados en múltiples escenarios. Funcionan como la base para la planificación, y como guía y apoyo para la implementación. Servicio de planos son muy útiles cuando se trata de mejorar un producto o servicio de desarrollo y diseño de nuevos servicios. Servicio de modelos también son útiles cuando se trata de hacer actual proceso o servicio sea más comprensible para los involucrados en el proceso.

Averiguar más sobre el servicio de plan aquí: https://www.youtube.com/watch?v=-glqJ9U_Fsk

Conclusiones

El viaje del cliente mapa es una representación visual de la historia de las interacciones entre el cliente y la organización. Se presenta la experiencia completa de un cliente. El viaje del cliente mapa puede ser utilizado en pequeñas y medianas empresas, así como en las grandes empresas. Permite a las empresas optimizar el proceso de ayudar a los nuevos clientes empezar y comprometidos con la marca. También ayuda a entender las formas en que diferentes comprador personas difieren el uno del otro. Lo más importante es que simplemente ayuda a las empresas a entender mejor a sus clientes. La mejor compañía que entiende a sus clientes, la más pueden personalizar la experiencia del cliente para responder a las necesidades de los clientes. Esto hace que sea posible para la empresa para satisfacer y superar las expectativas del cliente en cada fase del viaje del cliente.

Servicio de modelos ayuda a explicar visualmente cómo funciona el servicio, y para definir una estructura de un servicio. Ayuda a identificar inconsistencias y encontrar cualquier área que necesita mejorar. Servicio modelo es versátil herramienta, y puede ser utilizado de muchas maneras diferentes. Para evitar el servicio de plan de convertirse en demasiado desordenado y confuso, servicio de plan de ámbito debe ser definida, así como los objetivos de negocio. La búsqueda de respuestas a la pregunta "¿por qué la creación del servicio programa" ayuda a encontrar lo que se necesita para ser incluidos en el plan y lo que se puede dejar fuera.

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."