

Customer Experience

It's not the product, It's the experience

2016



CONSUELO VERDÚ



Profesor de innovación en modelos de negocio, creatividad
y presentación de proyectos

Desing thinking ,customer development y
lean startup

Profesor estrategia
excellens



Mentor de proyectos



Economista



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Master
customer
experience

Experiencia de 20 años trabajando en:

bankinter.



fUTUVER



consueloverdu@gmail.com

Colaboraciones

Productos maravillosos con experiencias desastrosas



Productos sin importancia con experiencias maravillosas



LO IMPORTANTE NO ES EL **PRODUCTO**,
LO IMPORTANTE
ES LA **EXPERIENCIA**

Definición: customer experience

“ La suma de todas las experiencias que un cliente tiene con su proveedor de productos o servicios, durante la duración de su relación”.



Múltiples interacciones

Presentaciones:

1.- Nombre + adjetivo (tu actitud cuando compras y consumes productos ó servicios).

Exigente, complaciente, **fácil**, puntilloso...

2.- Cuéntanos una experiencia memorable y por qué lo fue. Qué hiciste?

3.- Cuéntanos una experiencia lamentable y por qué lo fue. Qué hiciste?

Ejemplo: Consuelo, **impulsiva**. Hotel NH.



Múltiples interacciones



Definición: customer experience



“...El pasado 6 de julio, doce mil admiradores de Harley-Davison de todo el mundo tomaron las calles de Barcelona con sus potentes y atronadoras monturas. Los informativos se hicieron eco de la noticia y mostraron a algunos de los participantes diciendo frases como “Es mucho más que una moto”.

Semejante grado de **afinidad entre marca y cliente es el sueño de cualquier profesional**

customer experience:



Encuentra en los clientes lo que verdaderamente quieren y **enamóralos !!**

**Definición:
customer experience**

Casarte



customer experience: qué aprenderemos?

(1)

Prototipar y diseñar la experiencia de cómo podríamos garantizar la atracción, retención, permanencia, y crecimiento de los clientes y cómo podríamos mantenernos en el camino para dar valor adecuado en cada producto o servicio



customer experience: qué aprenderemos?

(2)

Cómo hacer que un cliente sea más valioso para nuestra startup y hacer que nuestra startup sea más valiosa para cada cliente”



Customer experience consiste en integrar la percepción del cliente sobre cada uno de los momentos en los que entra en contacto con nosotros en la toma de decisiones.

Valor , Valor y Valor !!!

va

Valor!



**Comodity a
2 c. la taza**

"Si eliges ,la no
diferenciación ,
estarás en el
mundo de las
comodities"



**Producto de
5c a 25c la taza**

"Si cobras por
cosas tangibles,
estás en el
negocio de los
bienes"



**Servicios de
1€ a 1.50€ la
taza**

' Si cobras por las
actividades que tu
gente realiza,
estas en el
negocio de
servicios"



**Experiencia
de 2€ a 5€ la
taza**

Si cobras por el
tiempo que tus
clientes pasan
contigo, entonces
estás en el negocio
de la experiencia. '

ECMS | Steven Walder | © Ericsson |

Satisfacción de nuestros clientes

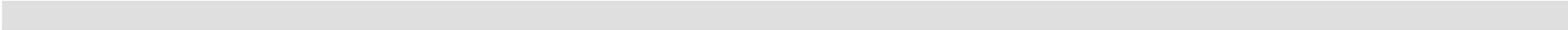
Detractors: Dislike



Passives: Satisfaction



Promoters: Delighted



Reflexiona lo que el cliente pensará ante tu propuesta de valor

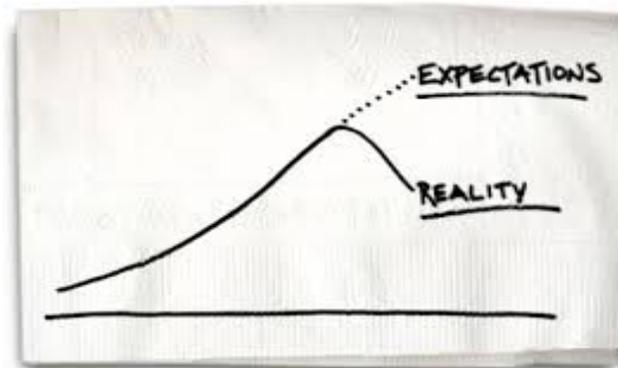
“No me digas LO que quieres venderme
dime qué me harás sentir”

<http://www.puomarketing.com/>



Por tanto, dedica **tiempo** a generar emociones en el cliente, intenta que estas vayan en la dirección de lo que esperan, ahí es dónde ahora se alojan las **expectativas** del cliente, las que debemos satisfacer.

<http://www.puromarketing.com/>





Empatiza con tus usuarios

Desde el primer momento ponte en su lugar



Tu proyecto



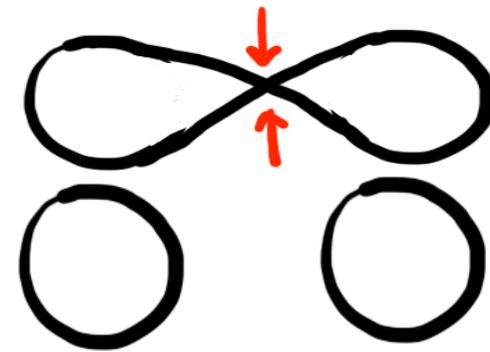
Tus usuarios

Esta es una de las piezas clave o mejor dicho actitudes que debes tomar a la hora de Diseñar estrategia de clientes.

No caigas en el error - más habitual de lo que parece - de no “contar” con los usuarios a la hora de diseñar tu proyecto.

20

Si no los tienes en cuenta desde el “momento cero” estás corriendo un riesgo demasiado elevado que se puede traducir en un fracaso porque no les interese tu propuesta.



Tu proyecto/ Tu marca Tus usuarios/ Sus expectativas

“Yo emprendo”



EL CLIENTE EN EL CENTRO:

Integremos el desarrollo de la exp. de cliente en la metodología Agile. Foco en la Propuesta de Valor.

OBSERVAR



CONSTRUIR



EJECUTAR



Entender & Empatizar

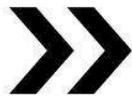
Diseñar & Enfocar

Prototipar & Identificar

Test & Pilot

Validar & continuar





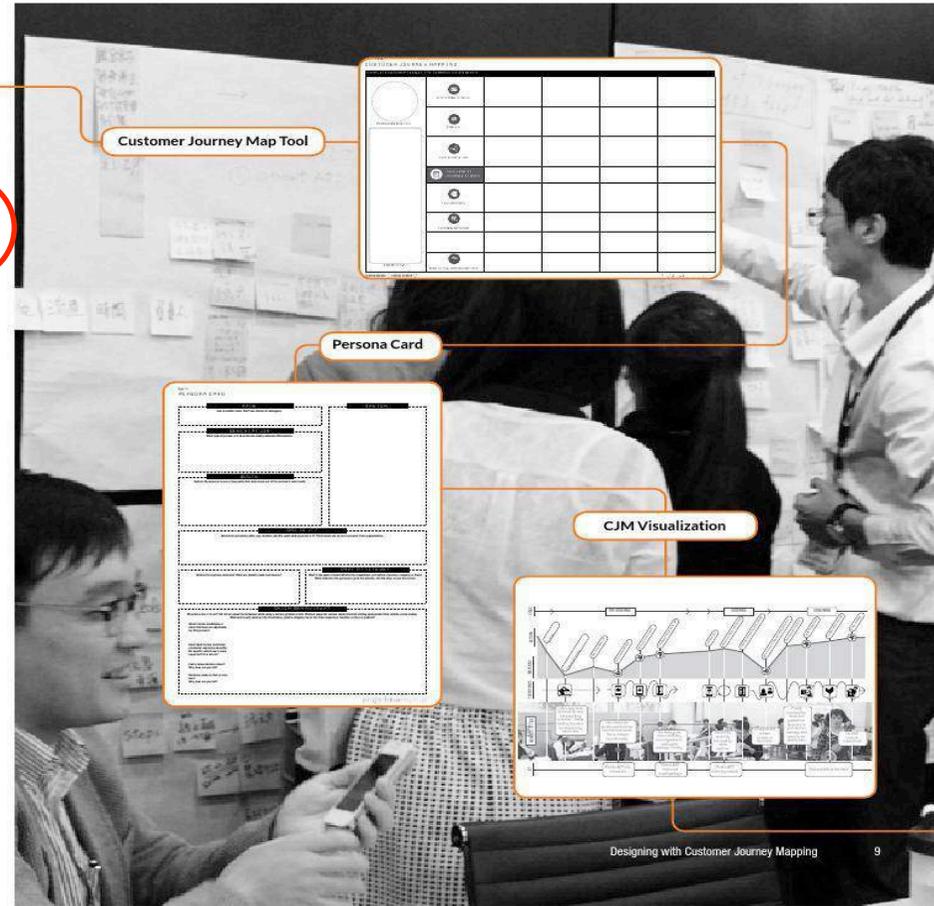
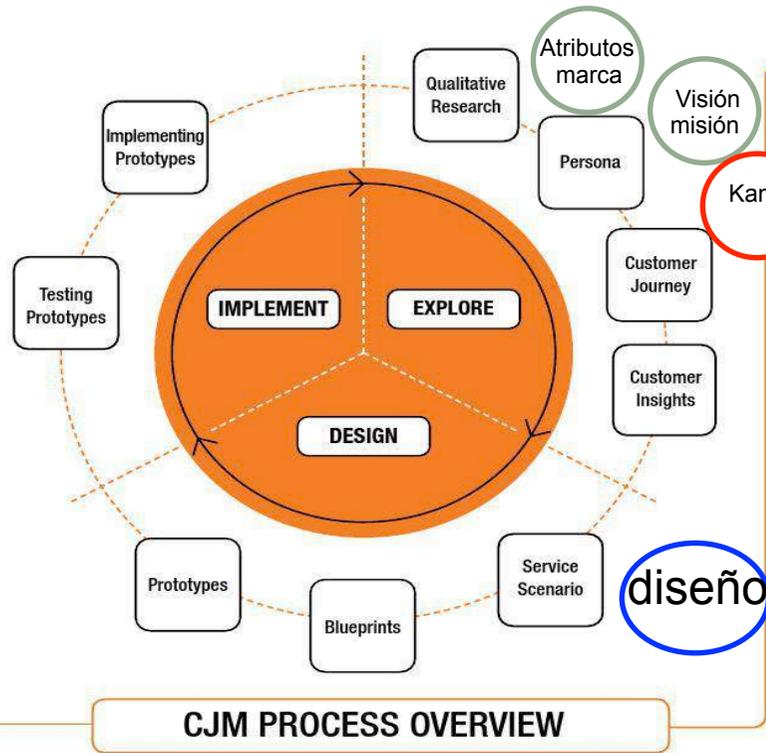
explore



design



implement



Diseño estratégico CX



IMPACTO

MOMENTO DE LA VERDAD



ATRIBUTOS DE KANO PARA TU STARTUP.

El reto es encontrar un **modelo sencillo para medir y tratar algo tan volátil e irracional**, como es una expectativa.

Noriaki Kano desarrolló en los años ochenta modelos de calidad subjetiva para la industria del automóvil japonesa, muy alineados con las ideas de Deming.

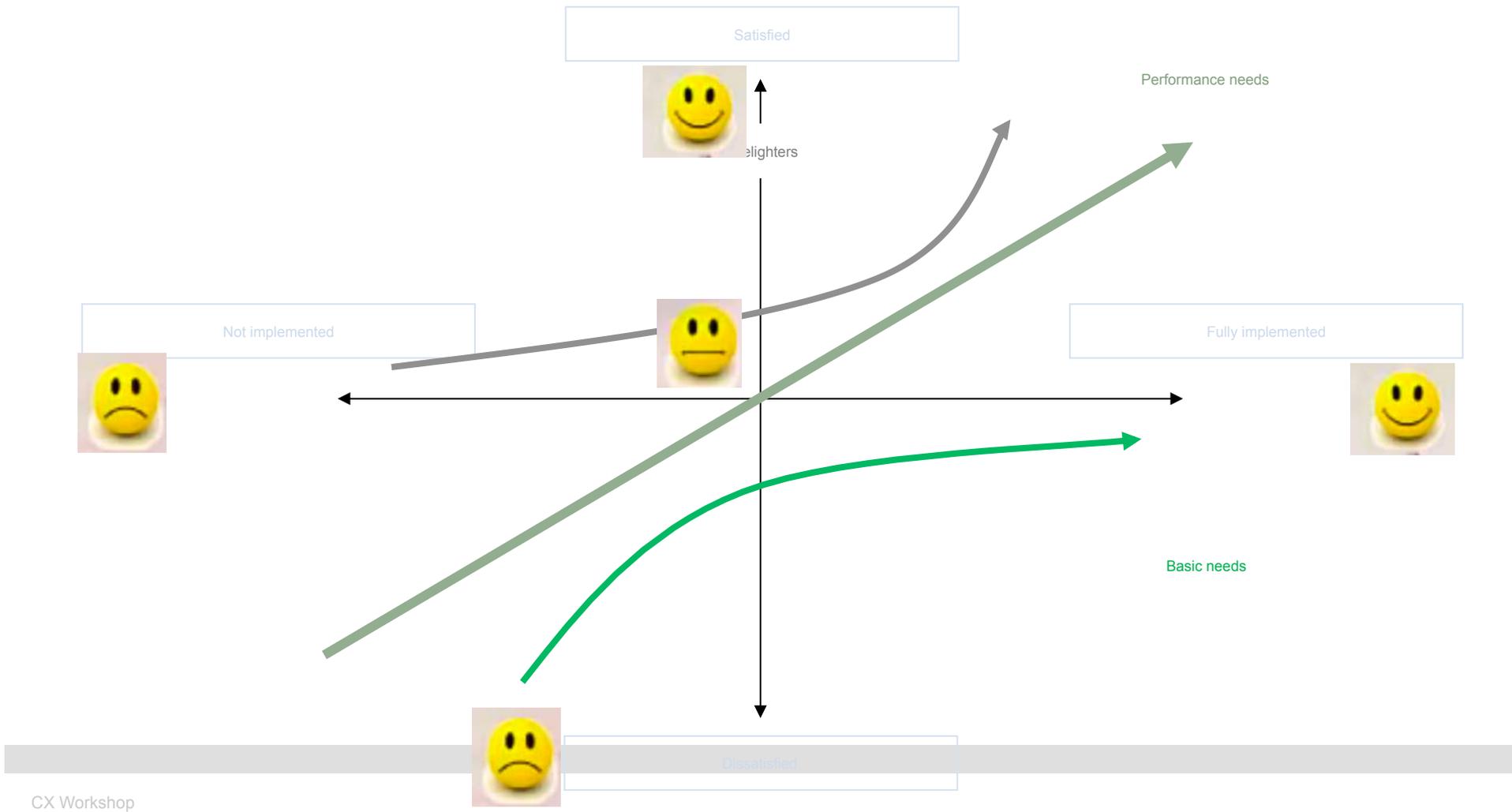


Atributos de KANO

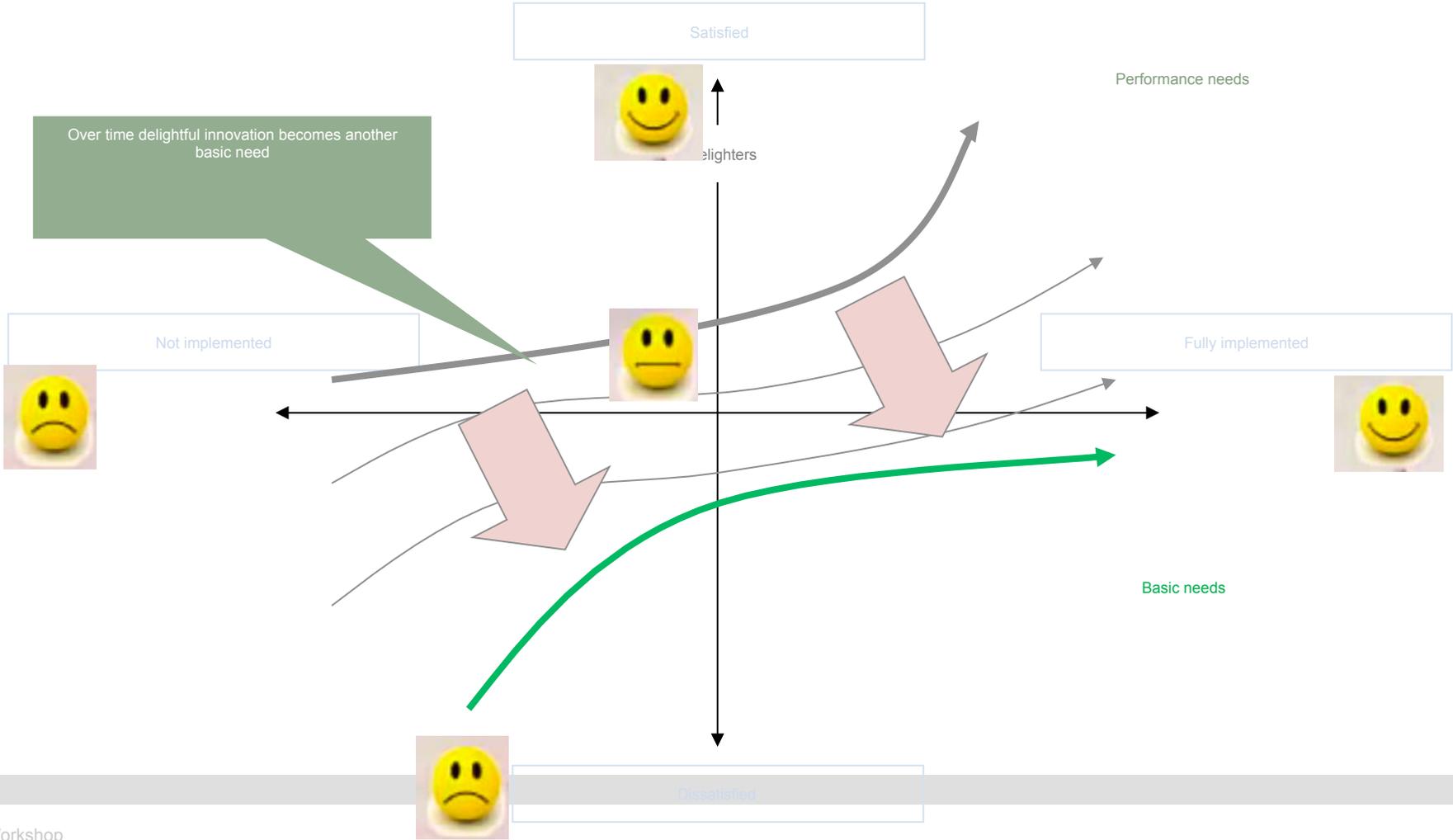
Lo Que es Obligatorio ó básico

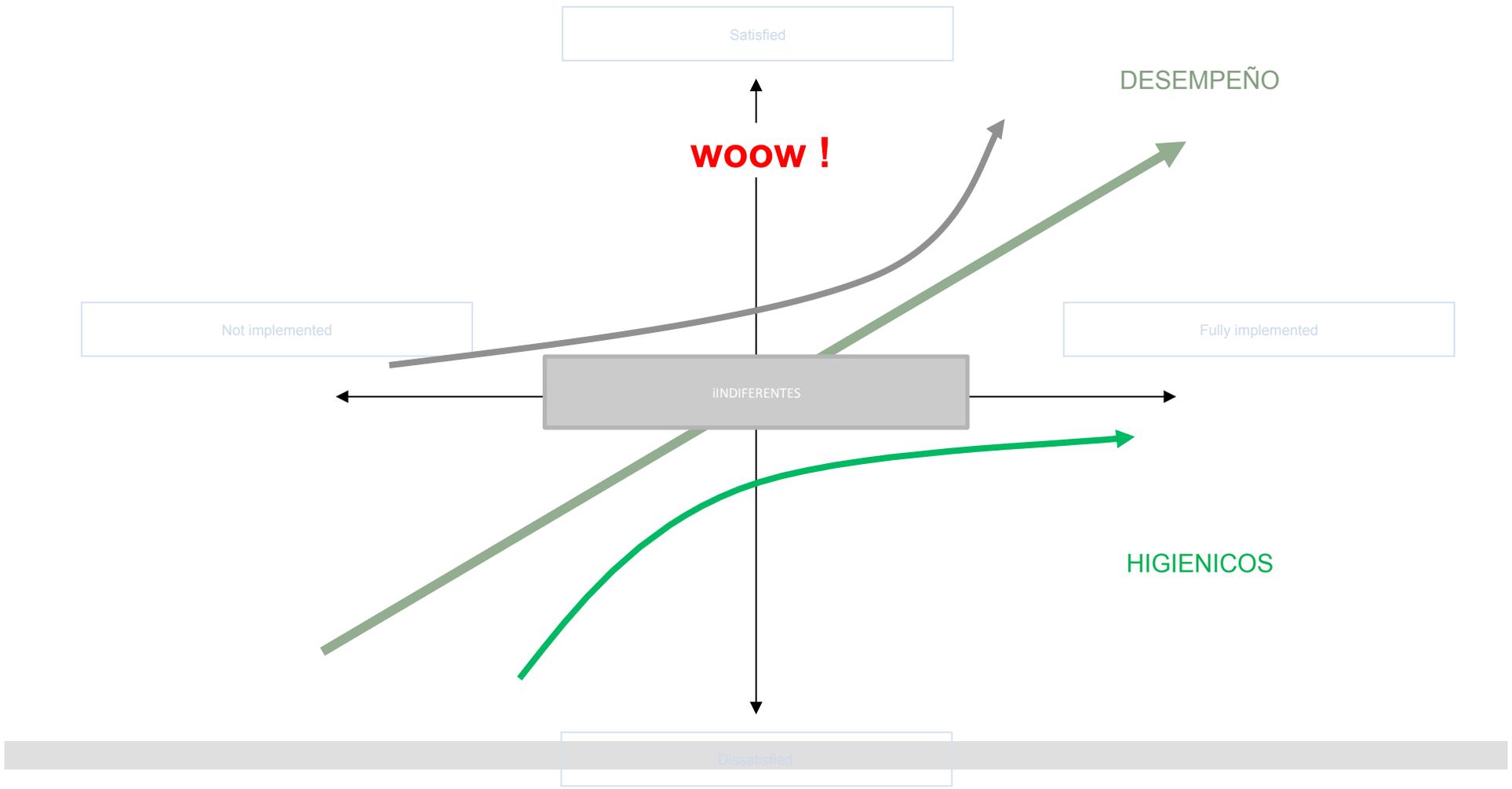
Lo que se espera y es lo correcto

Lo que es sorprendente y no ese espera

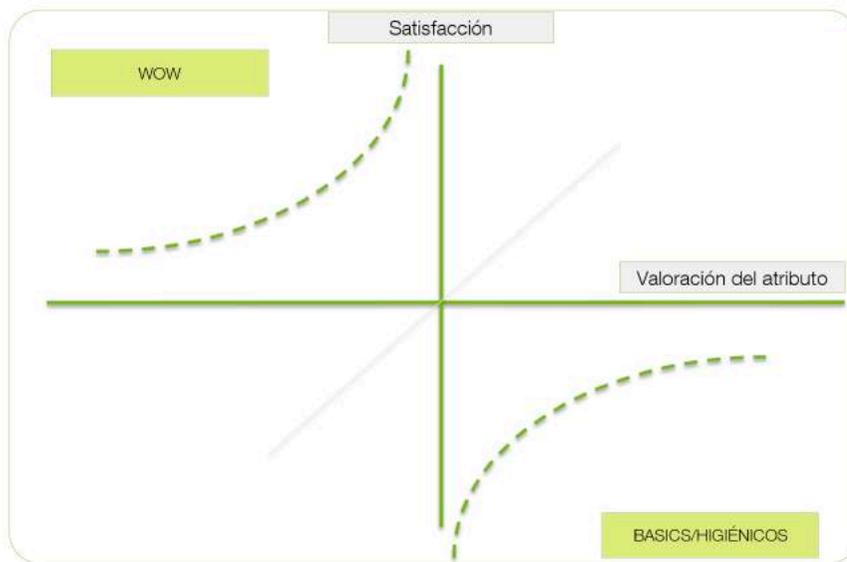


Over time delightful innovation becomes another basic need





ATRIBUTOS DE KANO PARA TU STARTUP.



BÁSICOS : No se notan si están pero si no están... la satisfacción decrece
Ej: Limpieza en los baños de un restaurante.

DESEMPEÑO: Es un plus que estén y es lo correcto.
Por ejemplo que tu solomillo del restaurante esté "apunto" como lo has pedido.

WOW: Elementos sorprendentes y que causen experiencias
Que te inviten a una botella de Champán sirven que es una cena romántica.

Existen 3 tipos diferentes de expectativas.

Expectativas básicas ó implícitas (lo que quiere):

Corresponden a los atributos básicos de KANO

son las que se suponen cubiertas por el producto/servicio, por lo que el consumidor **no las expresa y su presencia pasa inadvertida**, pero su ausencia genera decepción y frustración (ej. que una los aseos de un restaurante estén sucios).

Existen 3 tipos diferentes de expectativas.

- **Expectativas explícitas (lo que le preocupa):**
Corresponden a los atributos desempeño de
KANO

son las buscadas por el cliente, pero que no son implícitas de un producto/servicio. **Su presencia o ausencia genera satisfacción o insatisfacción** en función de lo que el cliente busque (ej. Un servicio de recogida y entrega en menos de 24h).

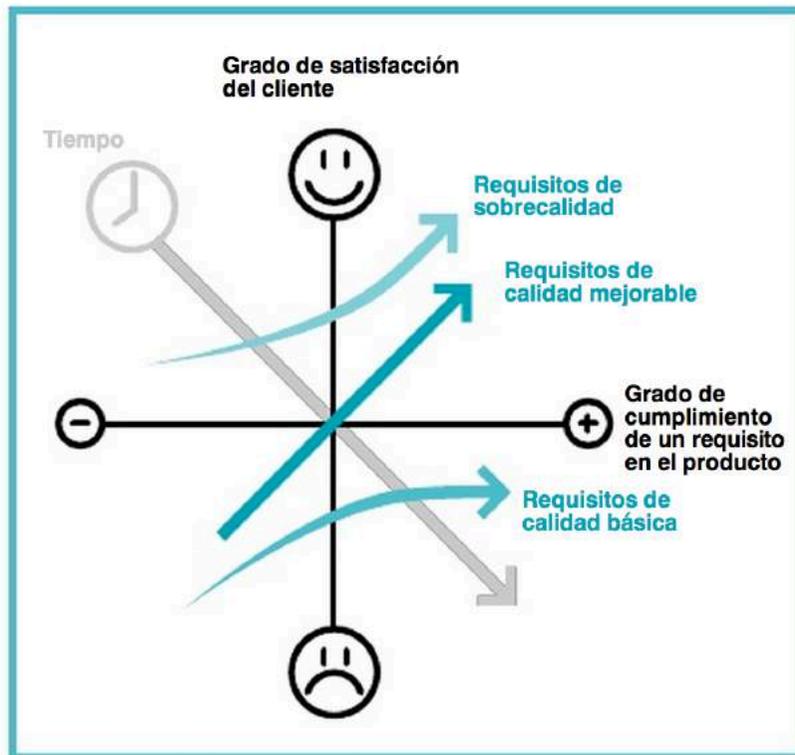
Existen 3 tipos diferentes de expectativas.

- Expectativas latentes:

Corresponden a los atributos Woow de KANO

no son expresadas por el cliente, **ni siquiera sabe que existen**, por lo que si no se cubren no le va a generar insatisfacción, pero si se le cubriesen, su satisfacción generaría el 'encantamiento' del cliente por el atractivo de la prestación (es el famoso Wow!).

ATRIBUTOS DE KANO PARA TU STARTUP.



BÁSICOS : No se notan si están pero si no están... la satisfacción decrece
Ej: Limpieza en los baños de un restaurante.

DESEMPEÑO: Es un plus que estén y es lo correcto.
Por ejemplo que tu solomillo del restaruante esté " apunto " como lo has pedido.

WOW: Elementos sorprendentes y que causen experiencias
Que te inviten a una botella de Champang siven que es una cena romántica.

Kano : Diferentes tipos

WOOW!

- Las cosas por las que los clientes se apasionarían

Básicos ó de desempeño

- Las cosas que los clientes necesitan
- “Deben de estar”

Desempeño

- Las correctas pero si hay más mucho mejor.

Indiferentes

- No las necesitamos.



Vuestro
turno...

CX CANVAS PROPOSITION



Trabajaremos por
parejas.
Elige a tu
compañero más
cercano

CX CANVAS PROPOSITION



DOS ROLES:
1.- CLIENTE
2.- EMPRESA

ELIGE TU ROL

ROL CLIENTE

**OBJETIVO: CONOCER MÁS A TU
COMPAÑERO – CLIENTE-**

AVERIGUAR DE QUÉ COLOR ES.



PREGUNTAS.
QUÉ COLOR ERES?

Los cuatro colores de Insights

Imparcial, Objetivo, Analítico, Formal



Positivo, Audaz, Firme y Enérgico



Callado, Tranquilo, Sereno, Conciliador



Alegre, Inspirador Animado, Optimista

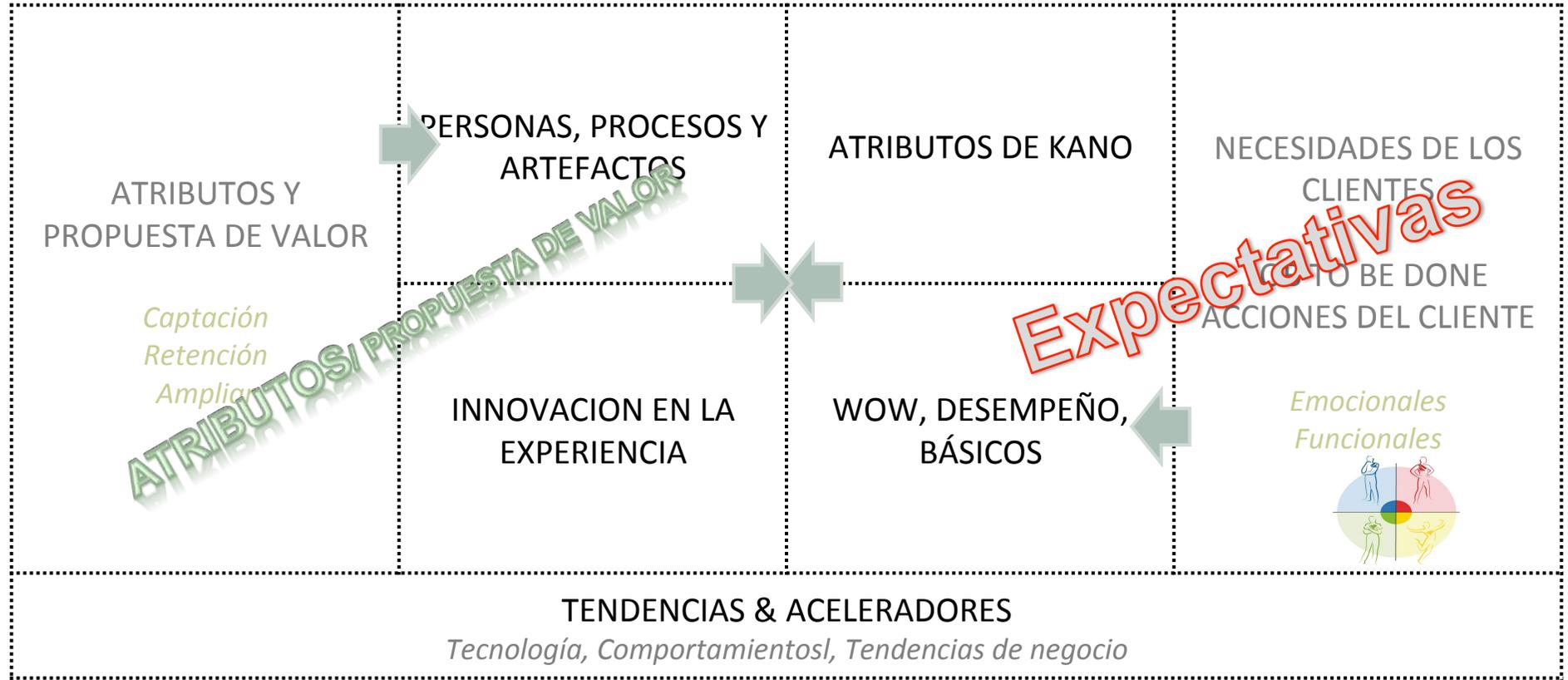


Diseño estratégico CX



IMPACTO

MOMENTO DE LA VERDAD



ELIGE TU NEGOCIO: TIPO DE ALOJAMIENTO



HOTEL 4 ****

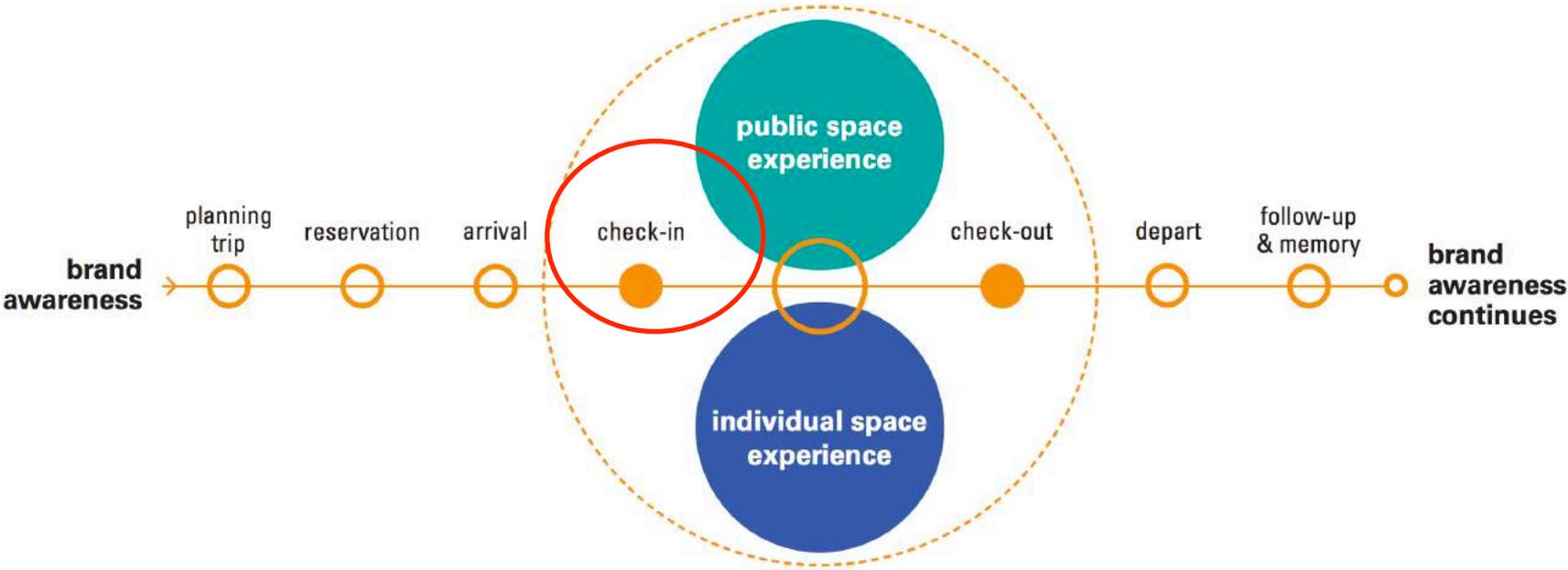


HOTELES *(low cost)



CASAS RURALES

EJEMPLO DEL ALOJAMIENTO



ROL CLIENTE

**OBJETIVO: CONOCER MÁS A TU
COMPAÑERO – CLIENTE-**

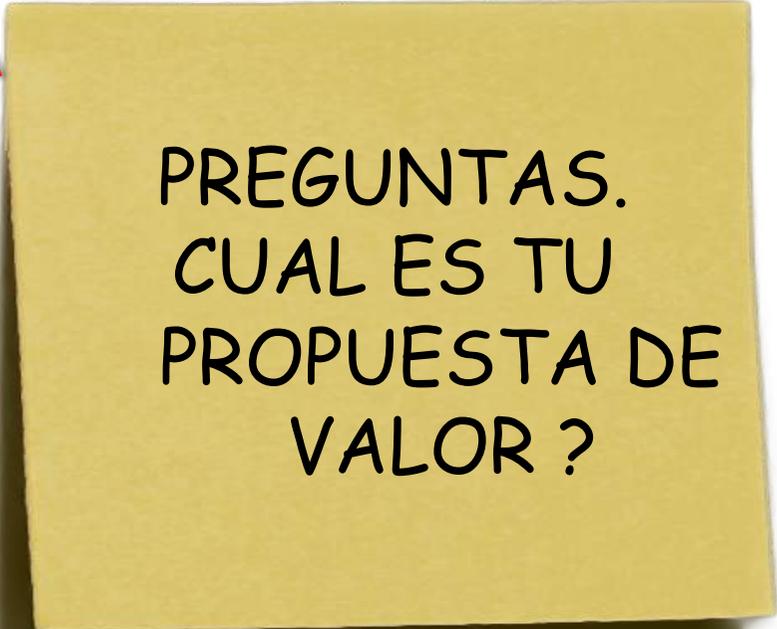
**AVERIGUAR CUALES SON SUS
EXPECTATIVAS EN LOS DIFERENTES
PUNTOS O TOUCH POINTS.**



ROL EMPRESA

OBJETIVO: DEFINIR CUALES

**ATRIBUTOS DE TU EMPRESA.
PROPUESTA DE VALOR**



PREGUNTAS.
CUAL ES TU
PROPUESTA DE
VALOR ?

Diseño estratégico CX

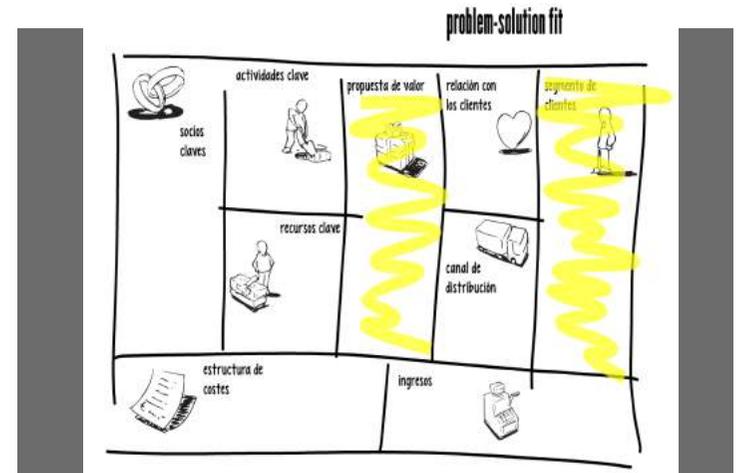
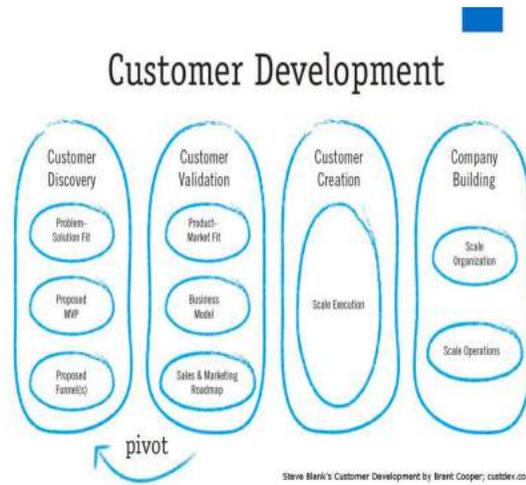
IMPACTO



CHECK IN

MOMENTO DE LA VERDAD





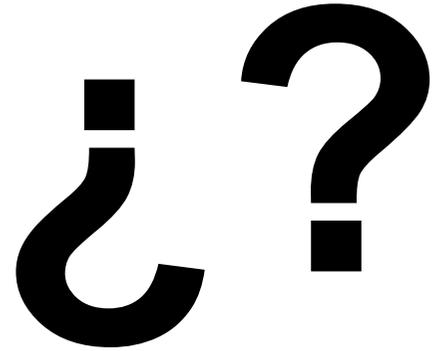
LEAN CX

El ciclo de vida del cliente:





CX Workshop



Y Por dónde empiezo?



Tan fácil como...



Fuera ruedines..

Herramienta: CX Customer Journey Map



Gran Ingeniero: Dan



**Sofia, su
hija**

**Edad 6
años**



Gran Producto



GE Healthcare



{ La Experiencia }

CX: La experiencia del viaje del paciente



SOFIA

ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

...

ME LLEVAN AL HOSPITAL

...

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LORO Y ME RESISTO

...

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

EL ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

EL SISTEMA DE RESERVAS DE LITAS

EL HISTORIAL DEL MÉDICO

SISTEMA DE LOCALIZ. DEL PERSONAL

LA SALA DE SEDACIÓN

IMAGING RECORD SYSTEM



SOFIA

ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

...

ME LLEVAN AL HOSPITAL

...

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

...

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MÁQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MÁQUINA DIABÓLICA

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

EL ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

IMAGING RECORD SYSTEM





SOFIA

ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

...

ME LLEVAN AL HOSPITAL

...

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

...

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

IMPACTO

EL MEDICO

MI MAMA

LA ENFERMERA

MI MAMA

LA ENFERMERA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MÁQUINA DIABÓLICA

LA MÁQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MÁQUINA DIABÓLICA

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

EL ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

IMAGING RECORD SYSTEM



SOFIA

ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

...

ME LLEVAN AL HOSPITAL

...

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA



LLORO Y ME RESISTO

...

VEO ENTRAR AL MÉDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MÉDICO

MI MAMA

LA NURSA

LA RA

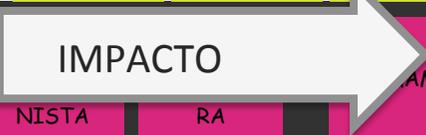
MI MAMA

LA MAQUINA

LA IA

EFFECTOS SECUNDARIOS

EL TÉCNICO DE LA MAQUINA



IMPACTO

MAS TIEMPO EN HACERLA

MAS PERSONAL

EL COSTE DE LA SEDACIÓN

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABOLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABOLICA

EVALUAR & PRIORIZAR

Identificar los momentos que importan en la vida de tu producto / servicio

EL TÉCNICO DEL INFERMERIA

EL GERENTE DEL HOSPITAL

EL ADMINISTRADOR

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MAQUINA

RESERVATION SYSTEM

RECORD SYSTEM

PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

INGESTION RECORD SYSTEM



SOFIA

ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

ME LLEVAN AL HOSPITAL

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

VEO ENTRAR AL MÉDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MÉDICO

MI MAMA

IMPACTO

NISTA

RA

MAS TIEMPO EN HACERLA

MAS PERSONA L

EL COSTE DE LA SEDACIÓ N

EFFECTOS SECUNDA RIOS

EL TÉCNICO DE LA MAQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABÓLIC A

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLIC A

EVALUAR & PRIORIZAR

Identificar los momentos que importan en la vida de tu producto / servicio



SOFIA

NECESIDADES

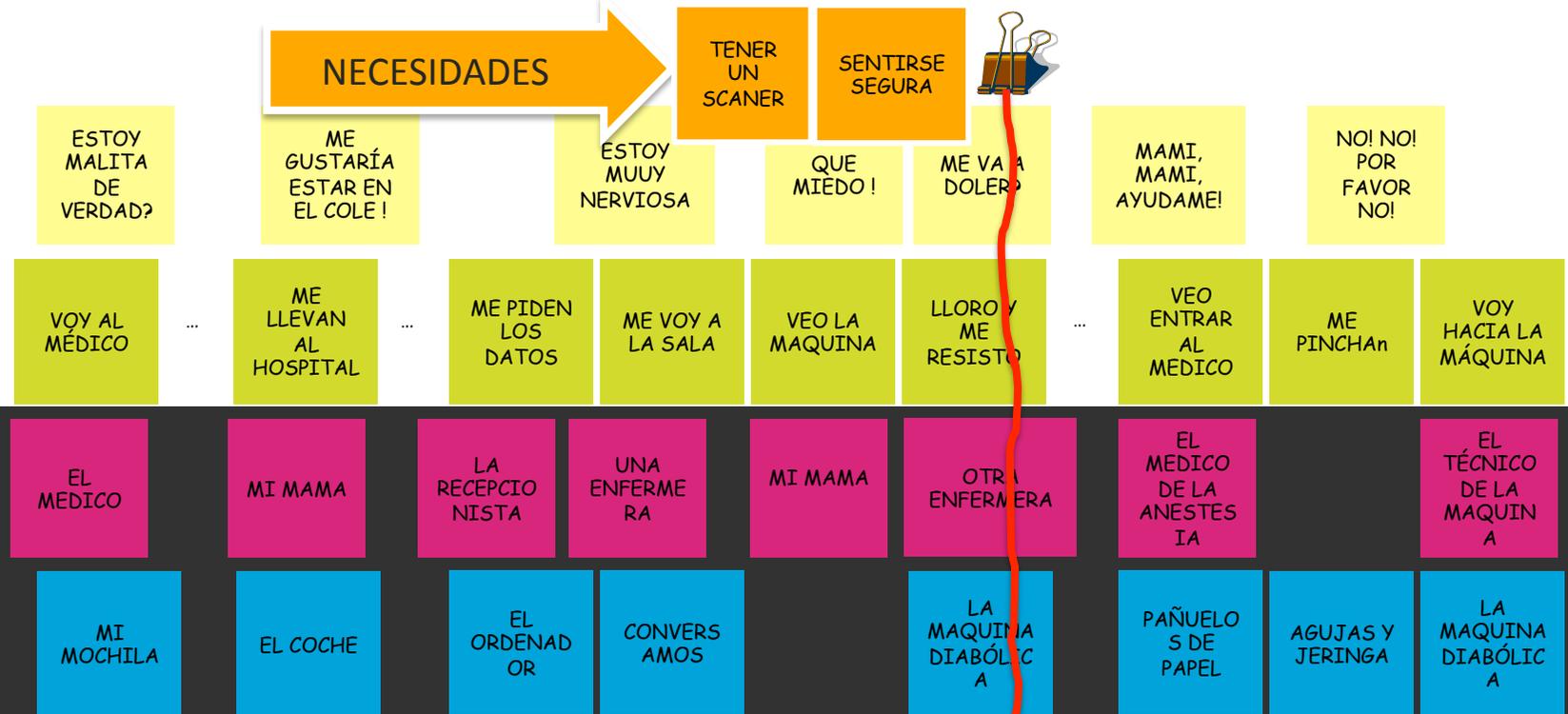


EXPLORAR LAS NECESIDADES DE TU CLIENTE

Ten un completo y profundo conocimiento sobre todas las necesidades funcionales y emocionales de tu cliente.



SOFIA



EXPLORAR LAS NECESIDADES DE TU CLIENTE

Ten un completo y profundo conocimiento sobre todas las necesidades funcionales y emocionales de tu cliente.



SOFIA



EXPLORAR LAS NECESIDADES DE TU CLIENTE

Ten un completo y profundo conocimiento sobre todas las necesidades funcionales y emocionales de tu cliente.



SOFIA

NECESIDADES

TENER UN SCANNER
SENTIRSE SEGURA



ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

...

ME LLEVAN AL HOSPITAL

...

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

...

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MÁQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MÁQUINA DIABÓLICA

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

EL ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

IMAGING RECORD SYSTEM



SOFIA

NECESIDADES

TENER UN SCANNER
SENTIRSE SEGURA



ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

ME LLEVAN AL HOSPITAL

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LORO Y ME RESISTO

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA

Roles & Procesos

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

IMAGING RECORD SYSTEM



SOFIA

NECESIDADES

TENER UN SCANNER
SENTIRSE SEGURA



ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

ME LLEVAN AL HOSPITAL

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA

Roles & Procesos

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

IMAGING RECORD SYSTEM



SOFIA

NECESIDADES

TENER UN SCANNER
SENTIRSE SEGURA



ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

ME LLEVAN AL HOSPITAL

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA

Roles & Procesos

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

IMAGING RECORD SYSTEM



SOFIA

NECESIDADES

TENER UN SCANNER
SENTIRSE SEGURA



ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

VOY AL MÉDICO

ME LLEVAN AL HOSPITAL

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MÁQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MÁQUINA DIABÓLICA

Roles & Procesos

EL TÉCNICO DEL INFORME

EL GERENTE DEL HOSPITAL

TRADUCTOR DEL SISTEMA

MI PAPA

DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

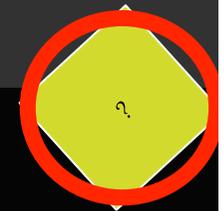
DRUG ROOM

IMAGING RECORD SYSTEM

LA POSICION DEL PACIENTE

SACAR LA IMAGEN

REVELAR LA IMAGEN



EVALUA & ACOTA

Re-examina el problema / oportunidad basado en el profundo entendimiento del cliente.



EVALUA & ACOTA

Re-examina el problema / oportunidades basado en el profundo entendimiento del cliente.





SOFIA



SENTIRSE SEGURA

DISEÑA NUEVAS EXPERIENCIAS.

Innovar para influenciar actitudes y cambiar comportamientos



SOFIA

ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

SENTIRSE SEGURA

VOY AL MÉDICO

...

ME LLEVAN AL HOSPITAL

...

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

...

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MAQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA

DISEÑA NUEVAS EXPERIENCIAS.

Innovar para influenciar actitudes y cambiar comportamientos



SOFIA

ESTOY MALITA DE VERDAD?

ME GUSTARÍA ESTAR EN EL COLE!

ESTOY MUUY NERVIOSA

QUE MIEDO!

ME VA A DOLER?

MAMI, MAMI, AYUDAME!

NO! NO! POR FAVOR NO!

SENTIRSE SEGURA

VOY AL MÉDICO

...

ME LLEVAN AL HOSPITAL

...

ME PIDEN LOS DATOS

ME VOY A LA SALA

VEO LA MAQUINA

LLORO Y ME RESISTO

...

VEO ENTRAR AL MEDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MEDICO

MI MAMA

LA RECEPCIONISTA

UNA ENFERMERA

MI MAMA

OTRA ENFERMERA

EL MEDICO DE LA ANESTESIA

EL TÉCNICO DE LA MAQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

IDEA DEL CAMPING

LA MAQUINA ABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA

DISEÑA NUEVAS EXPERIENCIAS.

Innovar para influenciar actitudes y cambiar comportamientos



GE Healthcare The new **GE Optima MR360**



is well suited for a wide range of MR scanning needs – with the ease of operation to help make a clinician’s staff more productive. For streamlining routine scans, the Optima MR360 incorporates an express exam approach to MR.

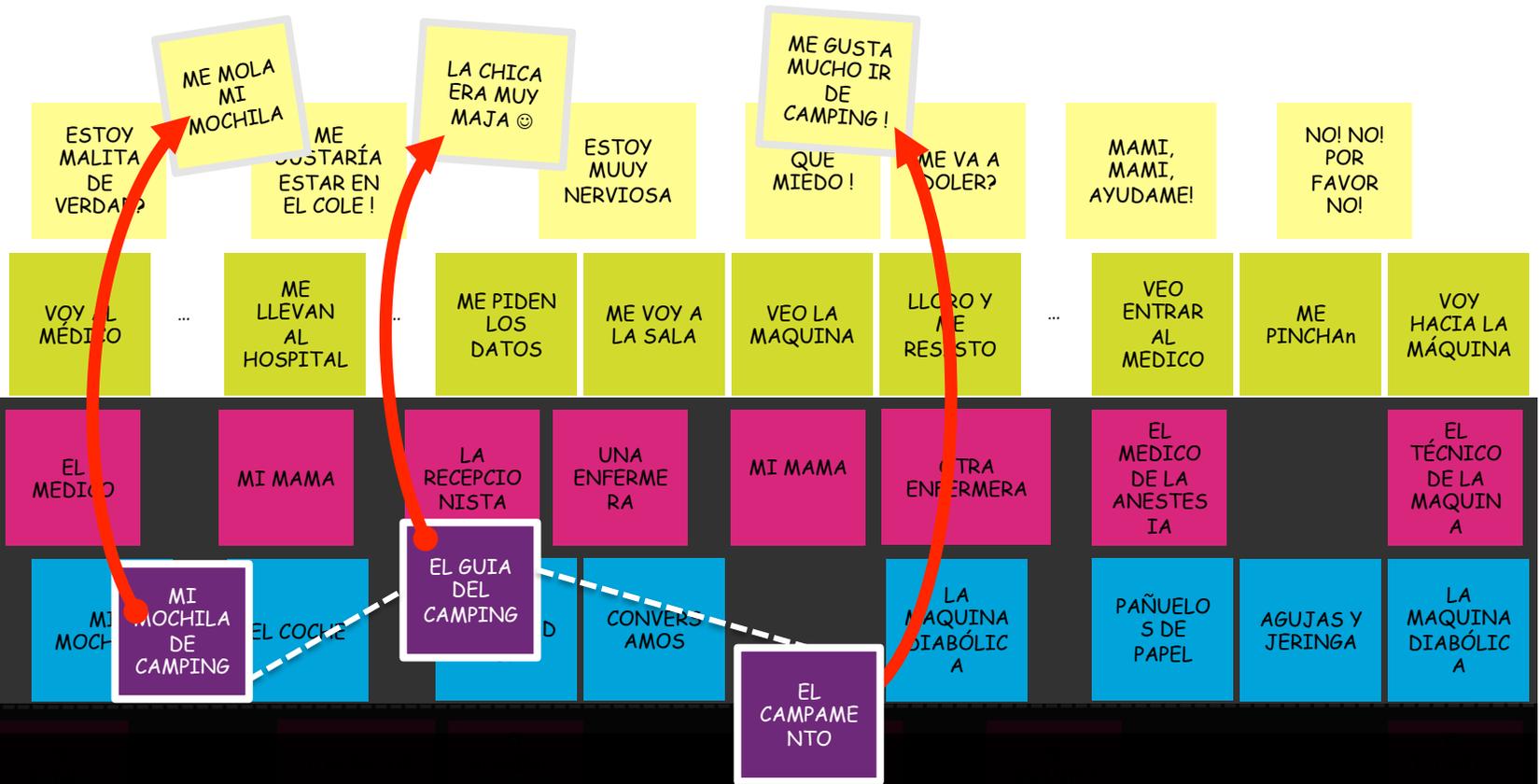
It includes many intuitive and automated functions that help increase patient comfort, operator confidence, image consistency, and professional satisfaction of MR staff.



En esta maravillosa
experiencia



SOFIA

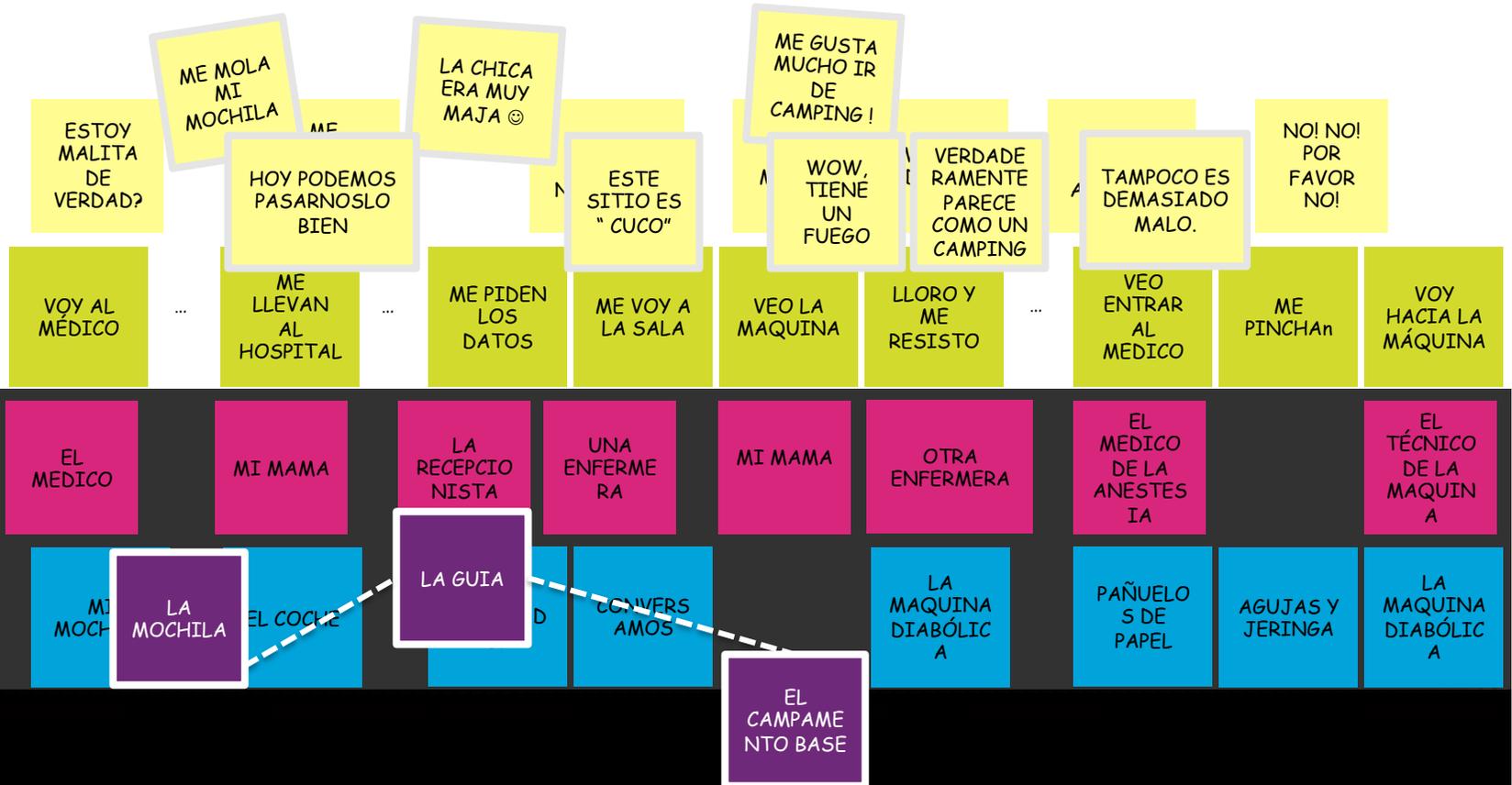


DISEÑA NUEVAS EXPERIENCIAS.

Innovar para influenciar actitudes y cambiar comportamientos



SOFIA

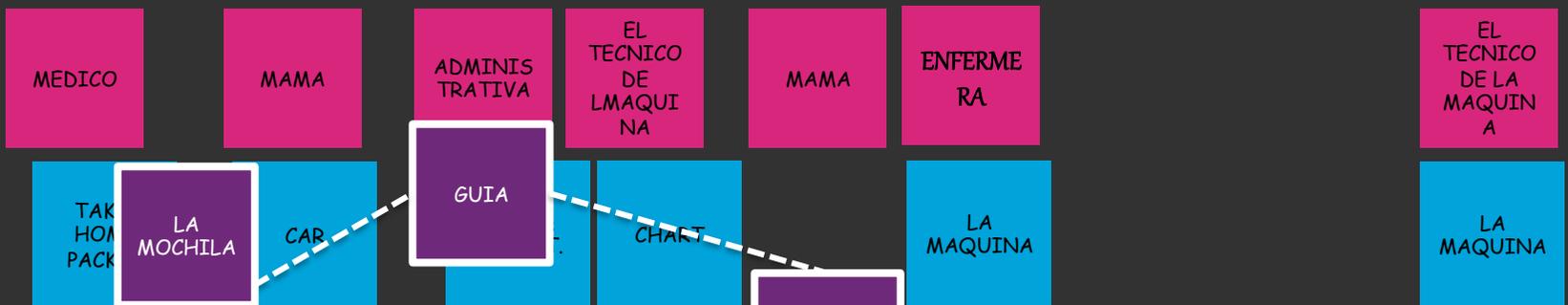


TESTA NUEVAS EXPERIENCIAS

Nuevas actitudes, nuevos comportamientos... Diferentes resultados.



SOFIA

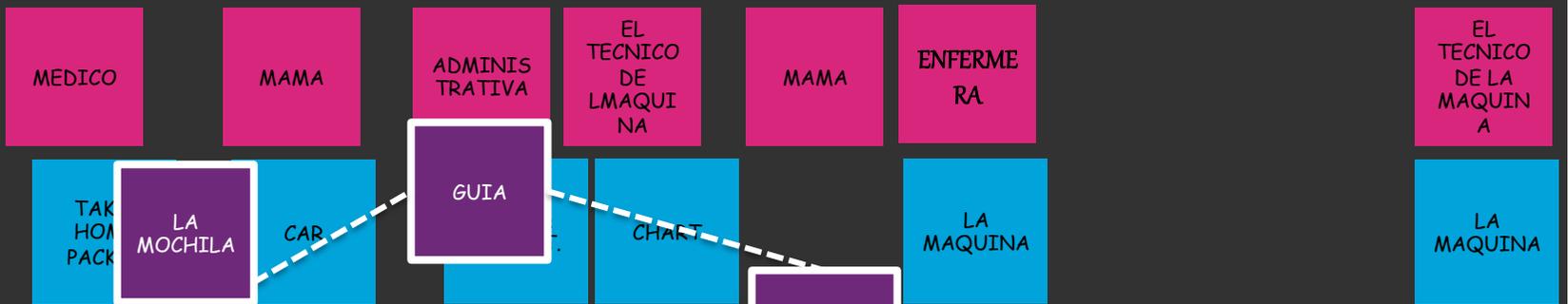


TESTA NUEVAS EXPERIENCIAS

Nuevas actitudes, nuevos comportamientos, ...diferentes resultados



SOFIA



TESTA NUEVAS EXPERIENCIAS

Nuevas actitudes, nuevos comportamientos, ...diferentes resultados



SOFIA

VOY AL MEDICO

ME MOLA MI MOCHILA

HOY PODEMOS PASARNOSLO BIEN

LLEGO AL HOSPITAL

LA CHICA ERA MUY MAJA ☺

CHECKS IN

ESTE SITIO ES "CUCO"

CAMINO HACIA LA HABITACION

ME GUSTA MUCHO IR DE CAMPING!

MIRO LA MAQUINA

WOW, TIENE UN FUEGO

VERDADE RAMENTE PARECE COMO UN CAMPING

MIRO AL REDEDOR DE LA MAQUINA

TAMPOCO ES DEMASIADO MALO.

ESCUCHO LOS SONIDOS DEL CAMPO

NO ES TAN MALO

ME HACEN LA RESONANCIA

MEDICO

MAMA

ADMINISTRATIVA

EL TECNICO DE LA MAQUINA

MAMA

TIEMPO DE SACAR LA IMAGEN ↓

MENOS PERSONAL

NO SEDACION

↓ EFECTOS SECUNDARIOS

EL TECNICO DE LA MAQUINA

TAK HOME PACK

LA MOCHILA

CAR

GUIA

CHART

LA MAQUINA

LA MAQUINA

CAMPAMENTO BASE

TECH

HOSPITAL BLDG

SYSTEM

IMAGING TECH

TESTA NUEVAS EXPERIENCIAS

Nuevas actitudes, nuevos comportamientos, ...diferentes resultados

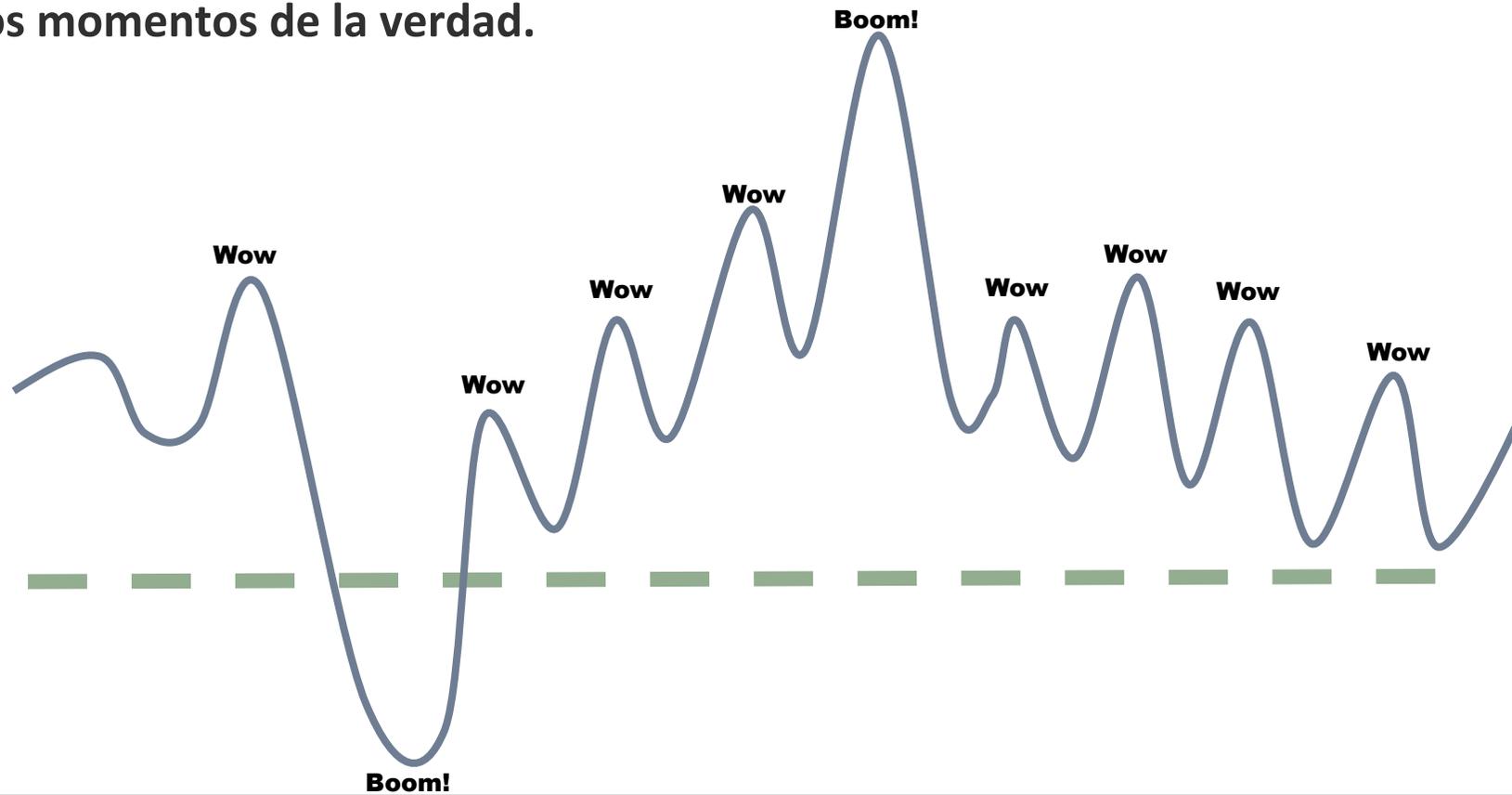
RESERV. SYSTEM

RECORD SYSTEM

IMAGING RECORD SYSTEM

Priorización Focus

Los momentos de la verdad.

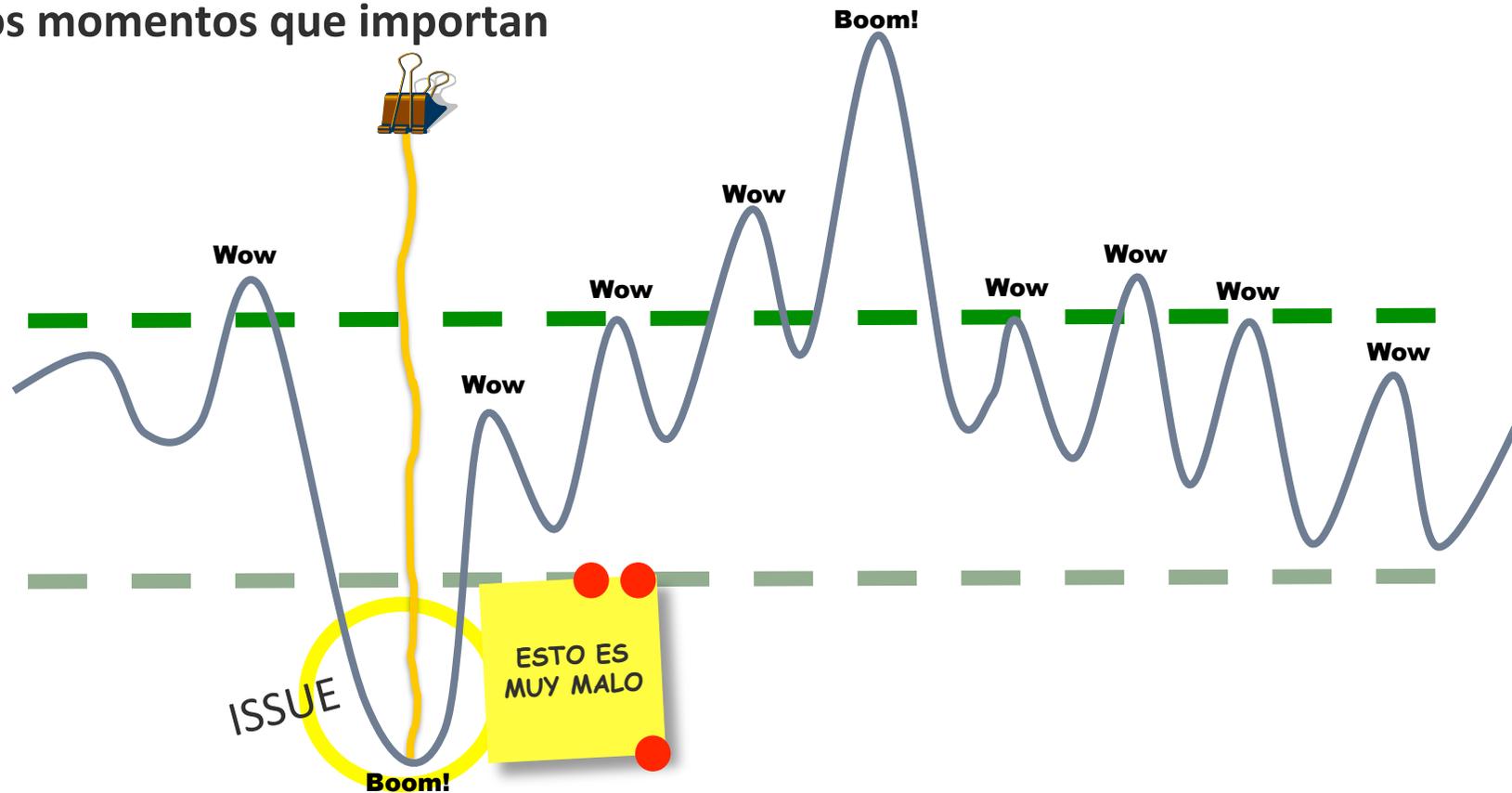


http://blogs.forrester.com/kerry_bodine/12-04-02-boom_wow_wow_wow_boom_does_your_customer_experience_have_a_dramatic_arc

<http://www.workplayexperience.com/>

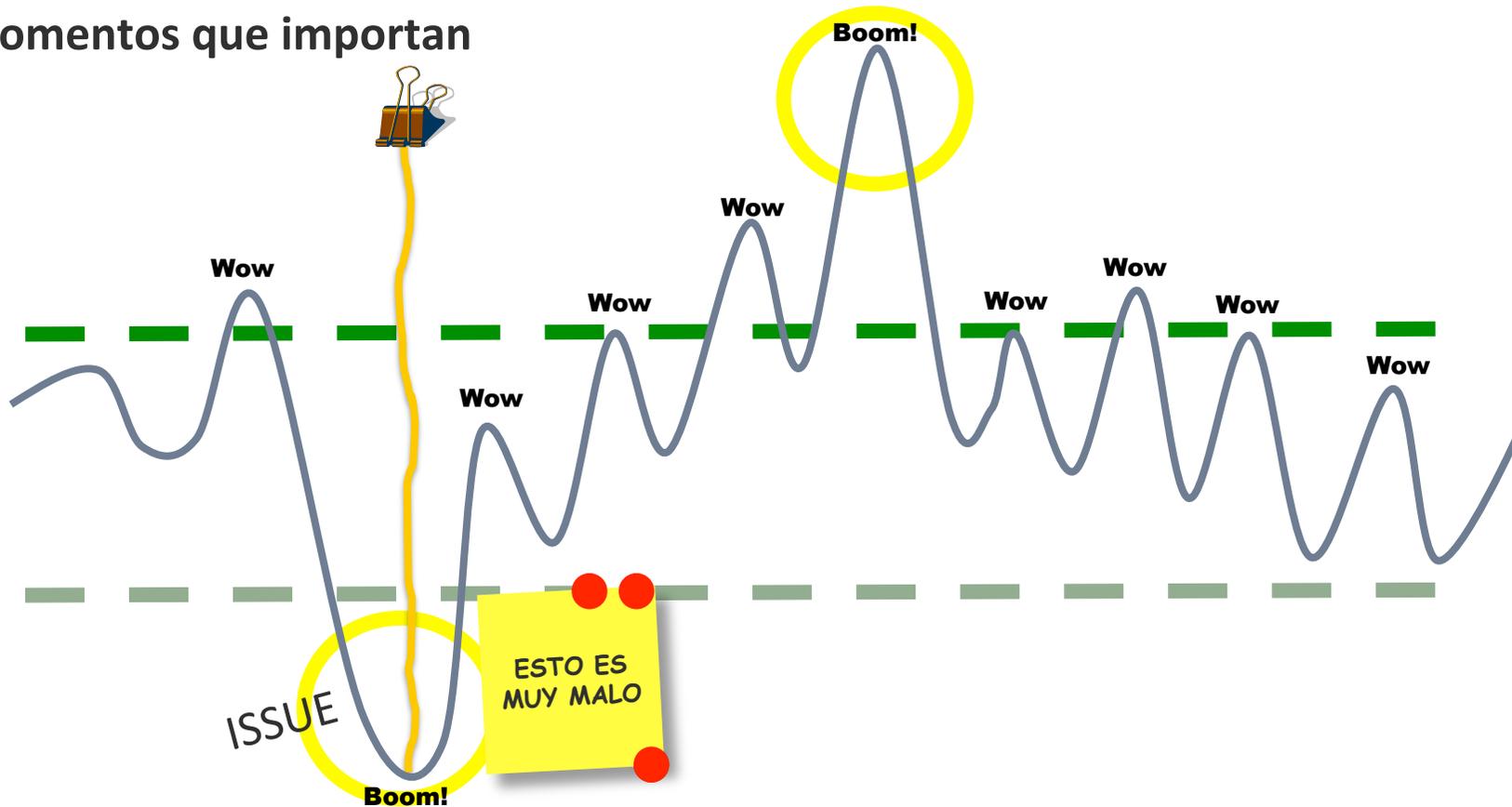
Priorización

Los momentos que importan



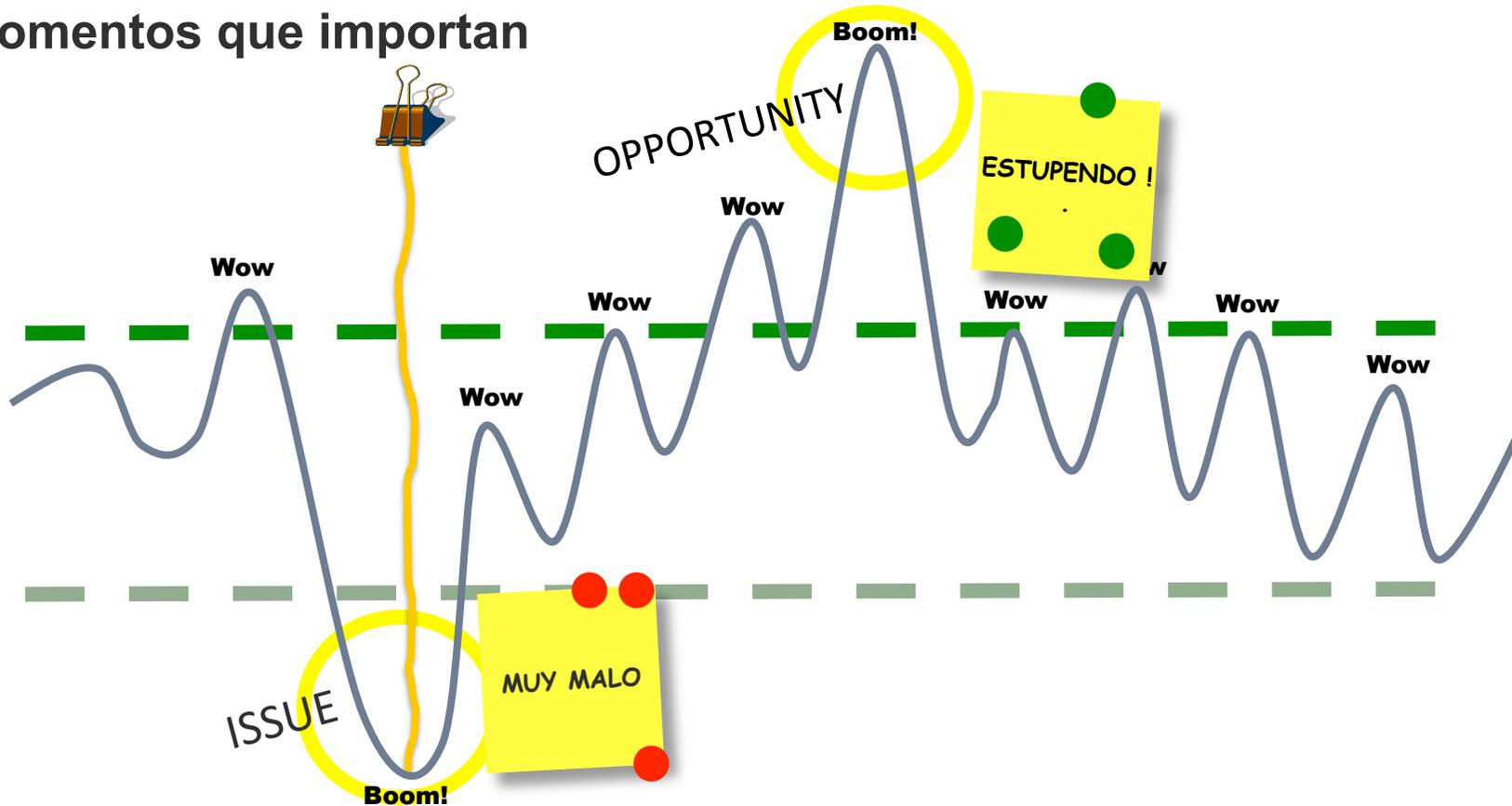
Priorización Foco

Momentos que importan



Priorización Foco

Momentos que importan





Resultados



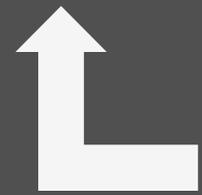
Comportamientos llevan Resultados



Actitudes y emociones conducen Comportamientos entregan Resultados



Actitudes producen Comport. entregan Redos



influencia

experiencias



{ y tu Experiencia }

CX: Si, si... la que tú quieres tener en tu cliente en tú startup?

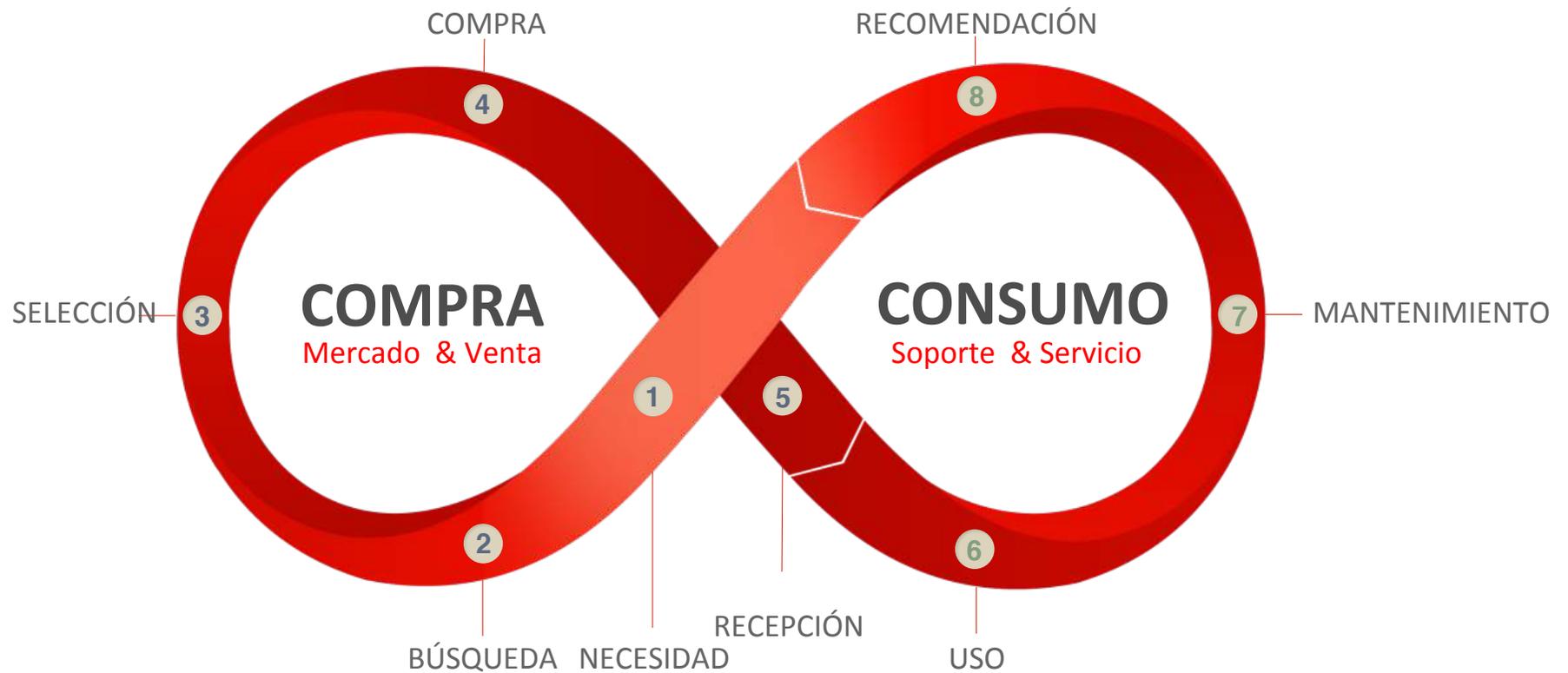




Diseño de servicios

Journey Map

El ciclo de vida del cliente:



COMPRA

CONSUMO

Antes

Durante

Después

1.- Necesidad

2.- Búsqueda

3.- Selección

4.- Compra

5.- Recepción

6.- Uso

7.- Mantenimiento

8.- Recomendación

{Parte 1: COMPRA }:

Escenario 1: The Storytelling
Buscando un coche

COMPRA

Antes

1.-

Necesidad

2.-

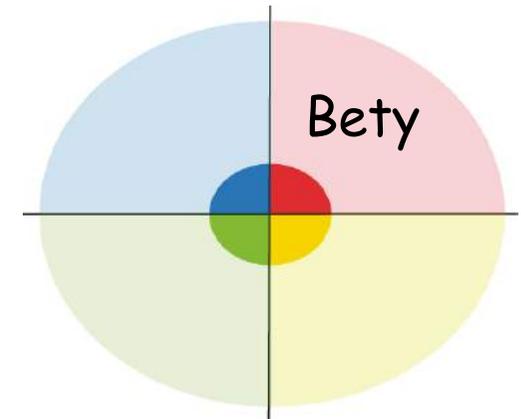
Búsqueda

3.-

Selección

4.-

Compra



Tengo 28 años

Vivo en Madrid

No tengo coche

Soy una Fashion
blogger

Me importa su
presupuesto

Tengo Conciencia de
medio ambiente

COMPRA

CONSUMO

Antes

Durante

Después

1.- Necesidad

2.- Búsqueda

3.- Selección

4.- Compra

5.- Recepción

6.- Uso

7.- Mantenimiento

8.- Recomendación

{ Parte 2 }

El día de la boda

CONSUMO

Durante

5.-

Recepción

6.-

Uso

ESTOY SUPER
CONTENTA
HOY!!



MI VESTIDO ,
MI COCHE ,
LA FIESTA...

LISTA PARA LA
BODA !



Diseño estratégico CX

IMPACTO



Entrega del producto

MOMENTO DE LA VERDAD

ATRIBUTOS/ PROPUESTA DE VALOR

CARSHARING
RAPIDEZ
UTILIDAD
ECOLOGICO
MEDIO AMBIENTE
FACILIDAD
ECONOMICO

PERSONAS, PROCESOS Y
ARTEFACTOS.
INNOVACION EN LA
EXPERIENCIA

WOW: UPGRADE DEL
COCHE

PROCESOS: APP
ARTEFACTOS:
DESBLOQUEO CON EL
MÓVIL

PERSONAS: REVISIÓN 2
HORA ANTES DE LA
SALIDA. CHECK-IN Ó EN
LA ENTREGA.

Expectativas de bety

ATRIBUTOS DE KANO



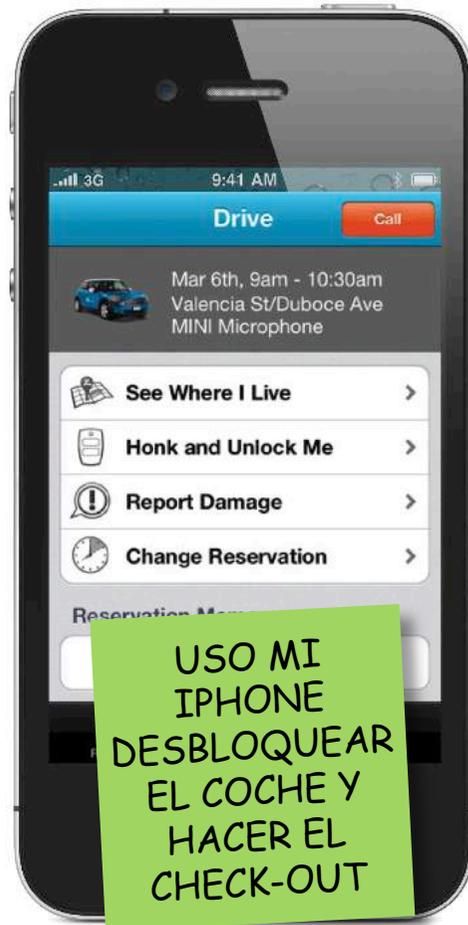
WOW: ¿?

DESEMPEÑO: QUE SE
AJUSTE A LAS
CONDICIONES DEL
CONTRATO. SIN
SORPRESAS

BÁSICOS: LIMPIO, CON
GASOLINA Y QUE
FUNCIONE



Pasional
Decidida
Compulsiva



USO MI
IPHONE
DESBLQUEAR
EL COCHE Y
HACER EL
CHECK-OUT

BUENO, TENGO
TIEMPO
SUFICIENTE !



LLEVO EL COCHE
AL LAVAR !



LO INTENO
UNA Y OTRA
VEZ. UFGGG !!



BUENO, YA
TODOS LOS
INVITADOS SE
HAN IDO.
ES HORA DE IR
A CASA !

FINALMENTE
LO CONSIGO
ARRANCAR !

MENOS MAL
QUE AQUÍ
PUEDO PARAR !

ME HAN DICHO
QUE NO
TARDARÍAN
MUCHO...

ESTOY
ENFADADA : ((!

UNA HORA Y
MEDIA MAS
TARDE,
CONSIGO
VOLVER AL
COCHE !



DE CAMINO A
CASA NOTO
QUE EL COCHE
PIERDE " FUELLE"

USO EL IPHONE
APP PARA
LLAMAR A LA
ASISTENCIA DE
ZOOMGO

ESPERO Y
ESPERO , LA
ASISTENCIA
TARDA 45
MINUTOS

VIENE UN
COCHE GRUA Y
ME CARGA LA
BATERIA .



EL COCHE
SIGUE SIN
FUNCIONAR
BIEN !!

QUÉ HORROR !

CONTINUO
CONDUCIENDO
HASTA CASA

NO PUEDO IR A
MAS DE 90 KM/
H PORQUE EL
COCHE NO
TIRA!

RECIBO UNA
LLAMADA
AUTOMATICA DE
ZOOMGO DICIENDO
SI EL INCIDENTE SE
HA RESUELTO
Ó NO.

PRESIONE 1 " SI
SE HA
SOLUCIONADO
Y " 2 "SI NO."

PRESIONO " 2 " Y
ESPERO A QUE UN
AGENTE ME
ATIENDA. DESPUES
DE 10 MIUNUTOS
CUELGO.



LLEGO AL PUNTO DE ENTREGA DEL COCHE COMPARTIDO

USO EL IPHONE PARA HACER EL CHECK OUT DEL COCHE.



{ Parte 3 }

Servicio post-venta

CONSUMO

Después

7.-

Mantenimiento

8.-

Recomendación

PERO SI HA SIDO POR LA CULPA DE LA AVERÍA.



Civic Corburn at [redacted]
11/20/2011, 10:00 AM - 4:00 PM

total cost: \$128.65

Nov 20, 2011

Reservation

	usage	rate	amount
Hourly rate	6.5 hours	\$11.00	\$71.50
Miles included with reservation	81 miles	\$0.00	\$0.00
DC Rental Sales Tax: 10%			\$7.15
Late return penalty: 9 minutes late	1 hour	\$50.00	\$50.00

RECIBO LA FACTURA POR EMAIL. TENGO UN CARGO DE 50 EUR POR DEVOLVERLO 9 MIN TARDE.

Y ADEMÁS ELLOS LO SABÍAN. HE ESTADO MÁS DE UNA HORA CON LA REPARACIÓN!

LLAMO AL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE ZOOMGO



DONATE



Want Consumerist in your inbox? We will not sell or rent your email.

[LOGIN](#) | [REGISTER](#)

Like 0 Tweet 0 +1 0 Submit

UNHELPFUL

ZoomGo C

By [owallam](#) on August

temporarily stranded customer

[on.st/5340359](#)

things about ZoomGo—the biggest complaint from
reserving one in the summer requires a lot of
...nce that was so bad
... now she says she'll
...er with them, we think

ZoomG

I had my first and only
omGo again. The poor customer service
ted to contact ZoomGo multiple times to g
e I know.

the summary:

Mazda 3 McCory from a garage in Sunnyside, Queens, NY. When I received the car, it was
in bird poop. My traveling companion and I were going to a wedding, and we didn't know if we'd
ne to clean the car before the ceremony. (See a picture of the car here: <http://yfrog.com/zoomgo>)
ed up finding a car wash in rural Connecticut, but I was told without a receipt, I wouldn't be
sed for my expense of cleaning ZoomGo's vehicle.

The car died three times. The first time, I was in East Hartford, CT, pulling out of a parking lot. This was

DISCULPAS

EL OTRO
ACTOR...

BLOGGER

BITE BACK: SUBMIT A TIP

MOST DISCUSSED

**Save Me From The Supermarket Light
Pollution Menace**
138 Comments

**A Chase Bank Teller Makes A Mistake,
I Spend The Long Weekend \$2,300
Overdrawn**
128 Comments

**Teavana Needs To Teach Its
Employees That Disabilities Exist**
121 Comments

**Potty Training Your Kids At The
Restaurant Table Might Possibly
Upset Nearby Diners**
116 Comments

**Amazon To Start Collecting Sales Tax
On Goods Shipped To Pennsylvania**
106 Comments

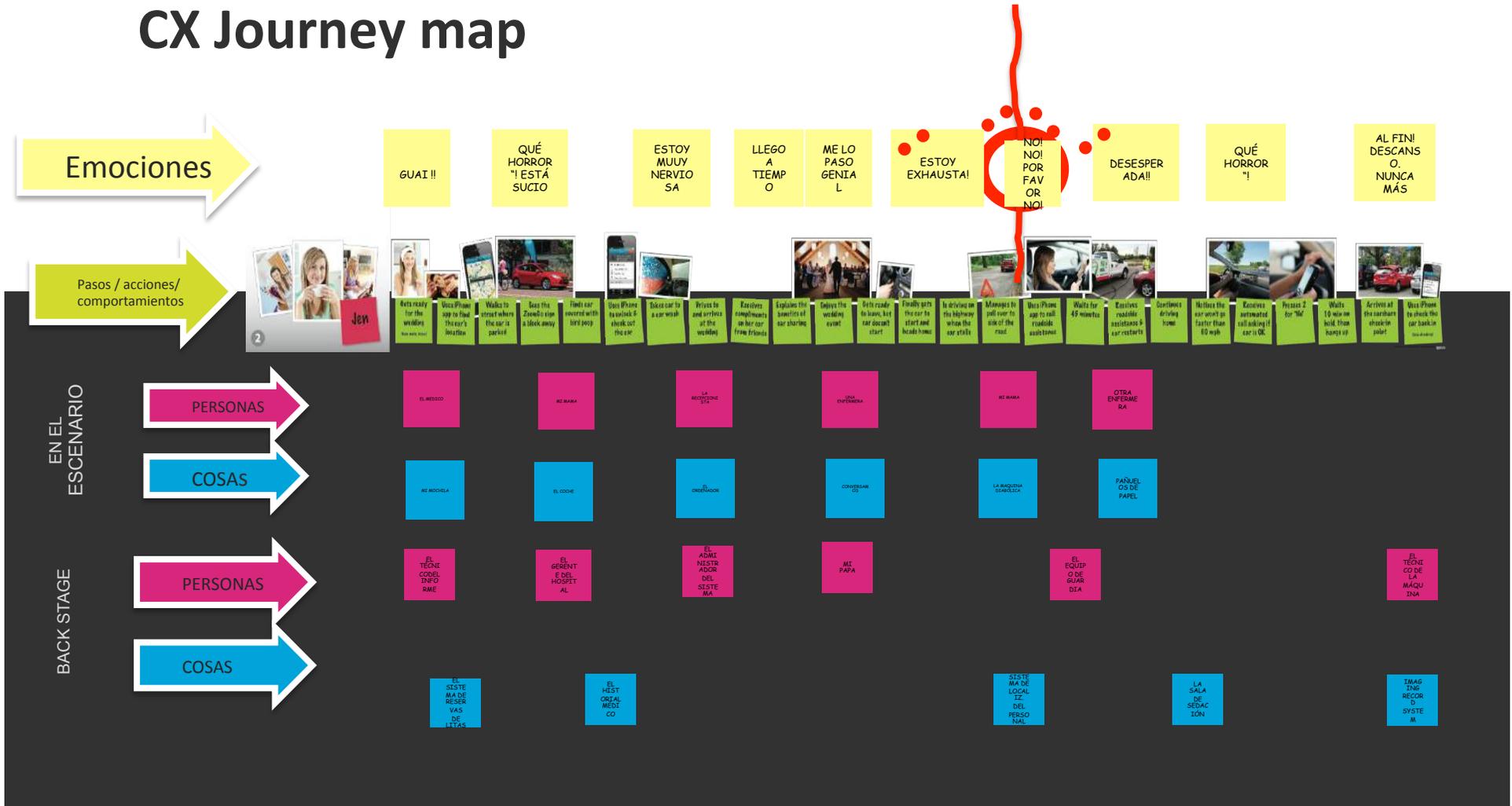
El ciclo de vida del cliente:



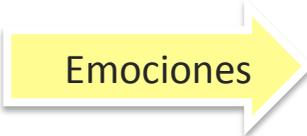


CX Customer Journey

CX Journey map



CX Journey map



GUAI !! QUÉ HORROR "¡

ESTOY MUUY NERVIO SA QUE MIED O!

ME VA A DOLER ? MAMI, MAMI, AYUDA ME!

NO NO NO POR FAVOR NO!

GUAI !! QUÉ HORROR "¡

ESTOY MUUY NERVIO SA



EN EL ESCENARIO

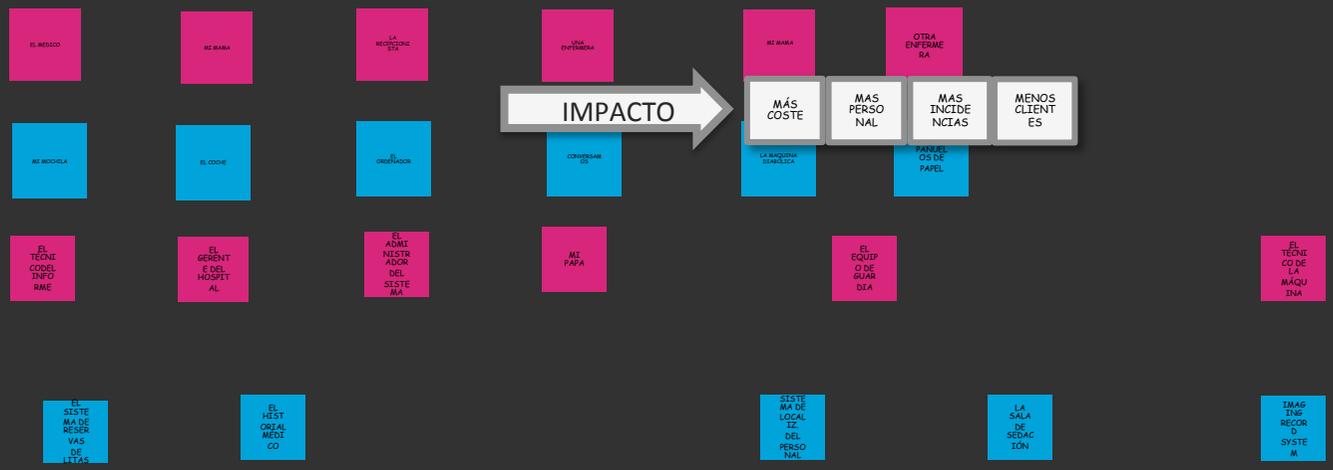
PERSONAS

COSAS

BACK STAGE

PERSONAS

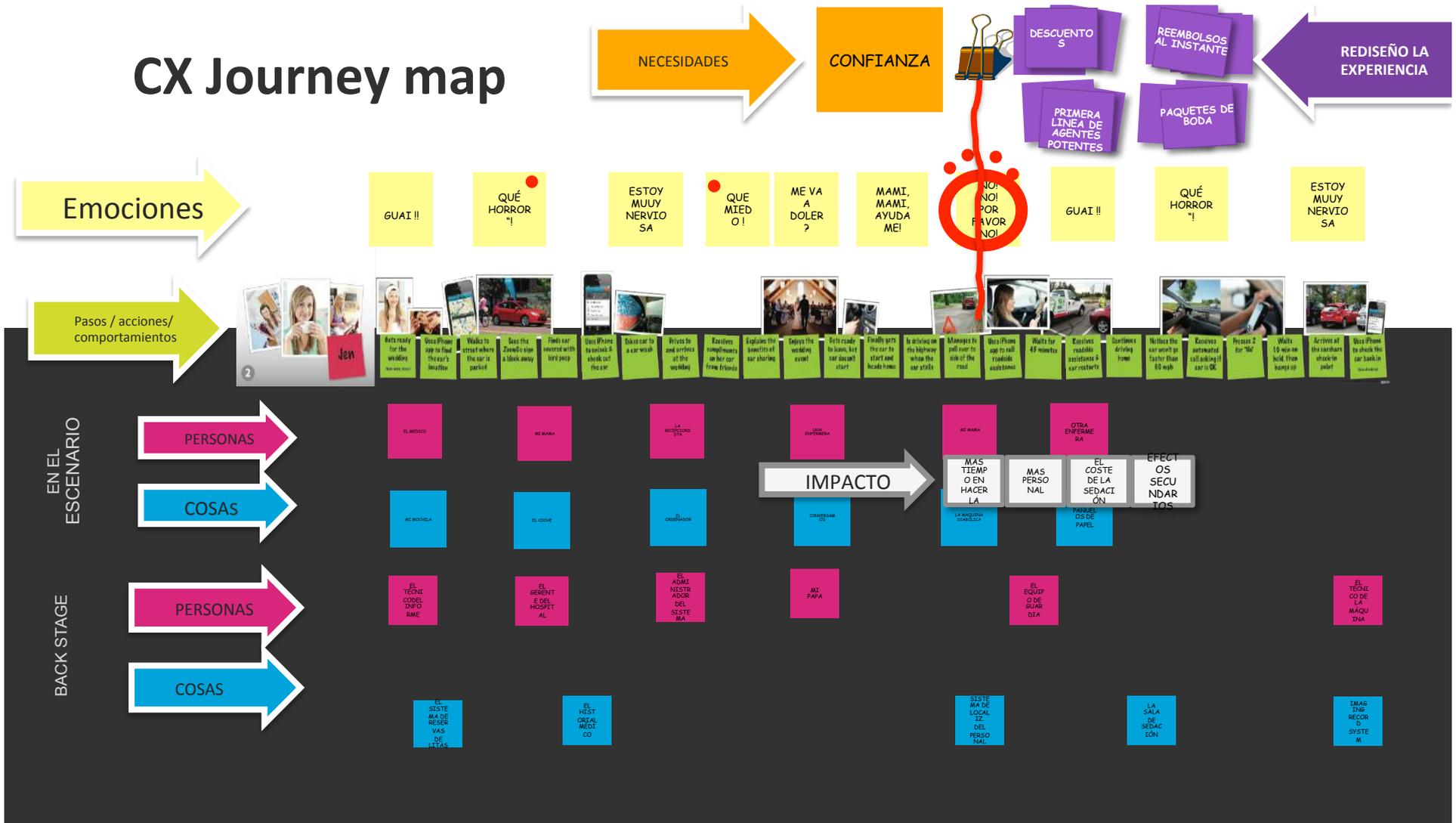
COSAS



IMPACTO

MÁS COSTE MAS PERSONAL MAS INCIDENCIAS MENOS CLIENTES

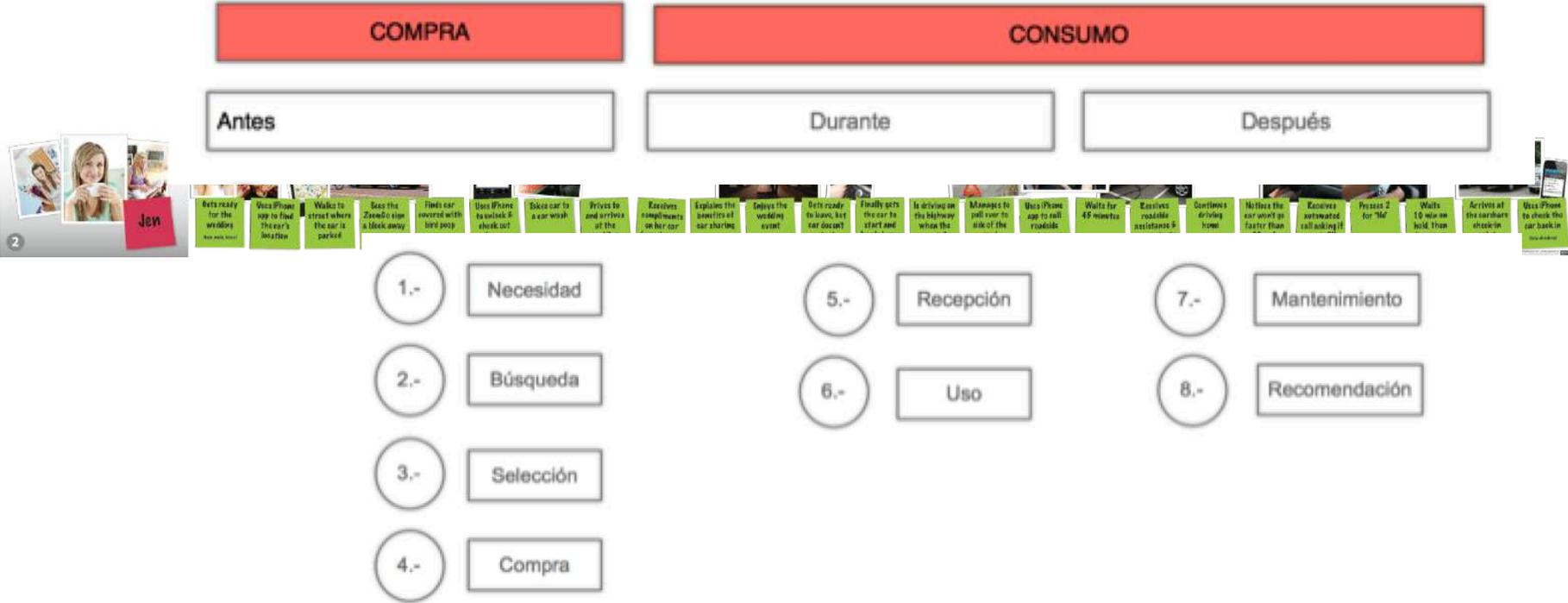
CX Journey map



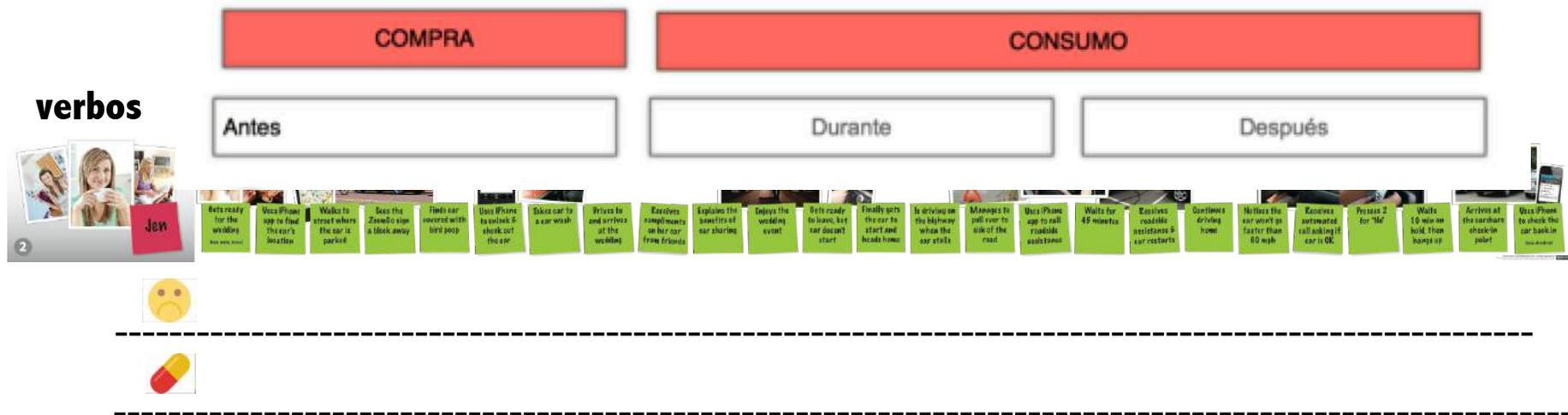


Journey Mapping Activity: DISEÑAR LA EXPERIENCIA IDEAL

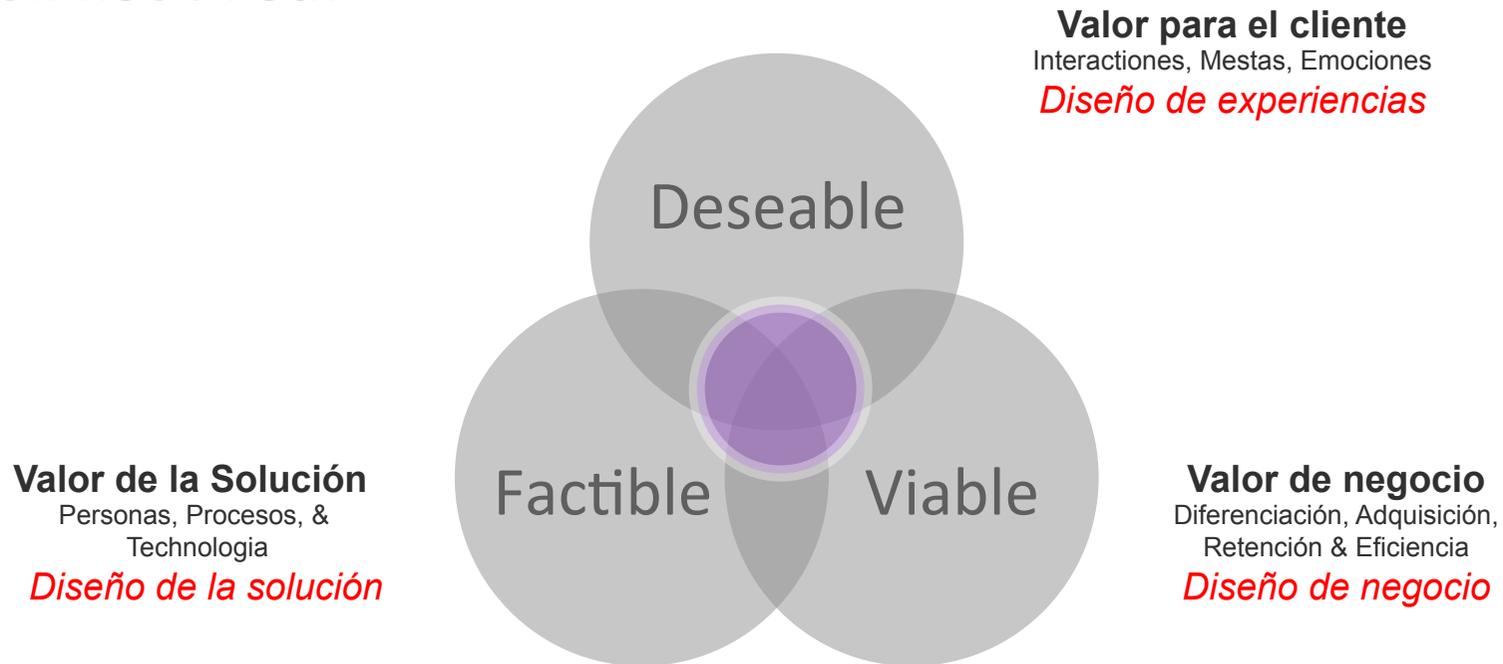
Líneas de comportamiento y acciones



JBTD: qué podemos hacer nosotros para calmar el dolor



Check list : real



Qué: Las innovación tienen que pasar el test de ser factibles, deseables y viables.
Por qué : Elimina las innovaciones que no aportan ninguna experiencia al cliente

CREEMOS :

NOMBRA LA NUEVA EXPERIENCIA

{ descripción de la nueva experiencia }

{ necesidades del cliente & startup problema/oportunidad }

+LO QUE **RESOLVEMOS:**

EL PROBLEMA A ARREGLAR

(E) DESCRIBE SU EMOCION

(M) DESCRIBE EL MOMENTO DE LA VERDAD

{ Solución completa: personas + procesos + tecnología }

COMO.....

QUE LAS PERSONAS SOMOS PARTE DE LA SOLUCIÓN

QUE LOS PROCESOS SON PARTE DE LA SOLUCIÓN

QUE LA TECNOLOGÍA ES PARTE DE LA SOLUCIÓN

{ Nueva actitud/ comportamiento / resultado }

RESULTING IN

LA NUEVA ACTITUD DE BETY

RECONDUCCIÓN AL NUEVO COMPORTAMIENTO

VALORANDO EL IMPACTO FINANCIERO

FOCUS

PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana

Alicante, 3 de noviembre de 2016





2006

4U2 ACCELERATE BUSINESS
por el valor de los ideas proyectos
para acelerar tus proyectos
19 NOVIEMBRE
VALENCIA

DÍA DE LA PERSONA EMPRENDEDORA 2013

COMUNITAT VALENCIANA



TABLÓN DE ANUNCIOS

BOY DE EMPRENDEDOR

INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN
INSTITUCIONAL

DÍA DE LA PERSONA EMPRENDEDORA
19 NOVIEMBRE
COMUNITAT VALENCIANA



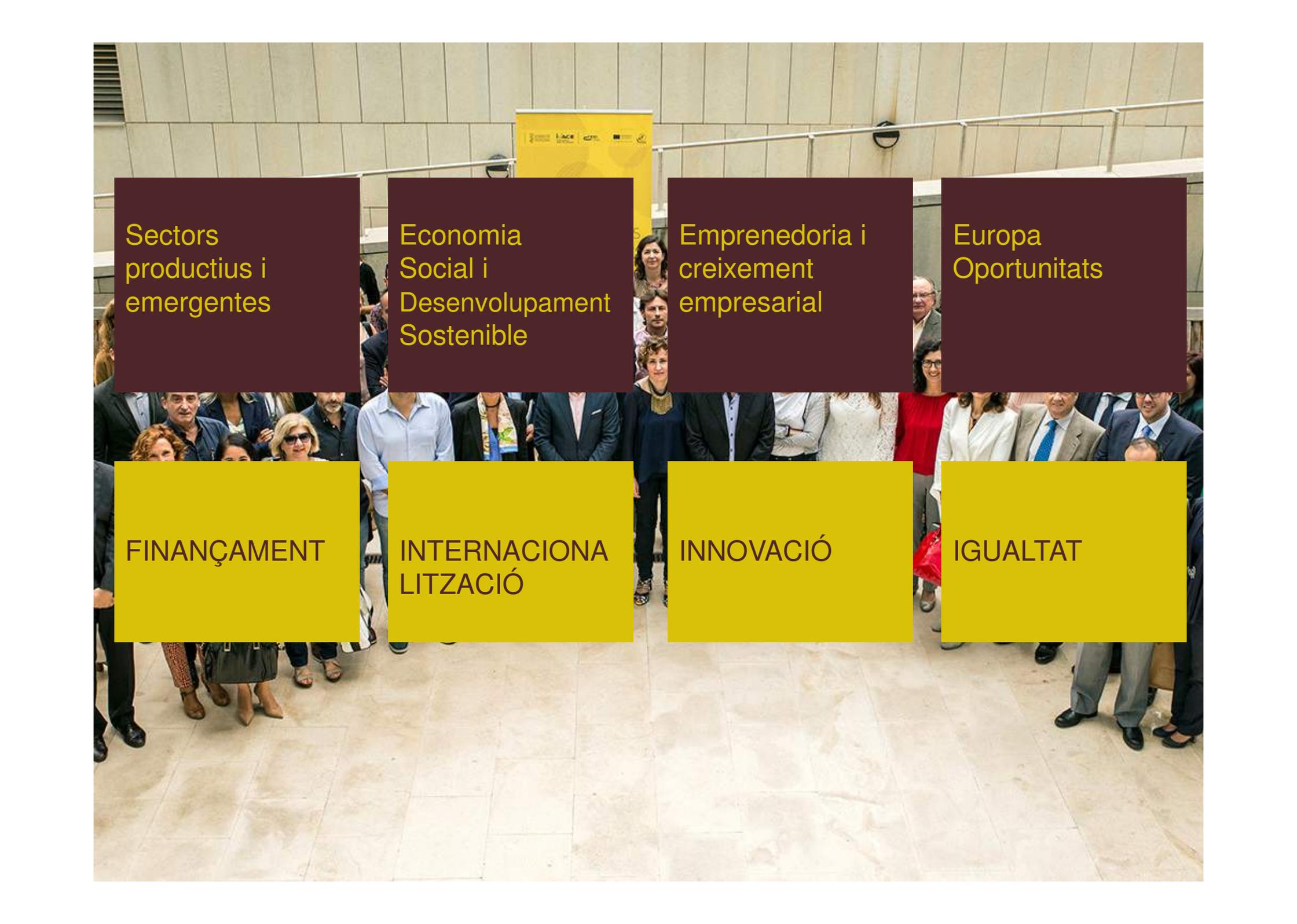


ALACANT





**TEMÀ
TIQUES**



Sectors
productius i
emergentes

Economia
Social i
Desenvolupament
Sostenible

Emprenedoria i
creixement
empresarial

Europa
Oportunitats

FINANÇAMENT

INTERNACIONA
LITZACIÓ

INNOVACIÓ

IGUALTAT



**CONFE
RÈNCIES**





The image shows a trade show booth with several people. A man in a dark suit and white shirt is on the left, talking to another man in a blue plaid shirt on the right. In the background, there are signs for 'APP GASTRONÓMICA' and 'disfruta comparte'. A laptop and some boxes are on a table in the foreground.

MOSTRA



APP GASTRONÓMICA
Descarga Gratuita - Free Download

**disfruta
y comparte**



DIRECTORIO RESTAURANTES
GUIA DE RESTAURANTES
EVENTOS GASTRONÓMICOS
CANTAS



CHERRETES DE VALENCIA

a

FOCUS

INNOVA PYME
Comunitat Valenciana

València, 4 de novembre de 2015

Palau de la Música i Congressos de València
Centro de Turismo de Valencia - CTV
Sala de Cultura de Cajamurcia

www.focusinnovapyme.com

PRE MIS



PREMIOS FOCUS INNOVA 2015

FOCUS

INNOVA PYME
Comunitat Valenciana

Valencia, 4 de noviembre de 2015

Palau de la Música i Congressos de València
Centro de Turismo de Valencia- CDT
Sala de Cultura de Cajamar

www.focusinnovapyme.es

PATROCINADORES:





PLE NARI



Hervé Falciani



Roberta Dall'Olio



Adolfo Utor



José Carlos Díez



José De Eusebio



Banda Sinfónica Municipal de Alicante





**UBICA
CIÓN**





DATA



**DIJOURS
3 NOV**

FOCUS

PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana

Alicante, 3 de noviembre de 2016

