

# Customer Experience

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



Madrid, 10 Diciembre, 2016



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

# 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:



consueloverdu@gmail.com

Colaboraciones

## 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 xx.



Múltiples interacciones

# 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

# El ciclo de vida del cliente:





# Definición: customer experience



“...El pasado 6 de julio, doce mil admiradores de Harley-Davidson 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?

**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?

Cómo hacer que un cliente sea más valioso para nuestra marca y hacer que nuestra marca 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 |

# Reflexiona lo que el cliente pensará ante tu propuesta de valor

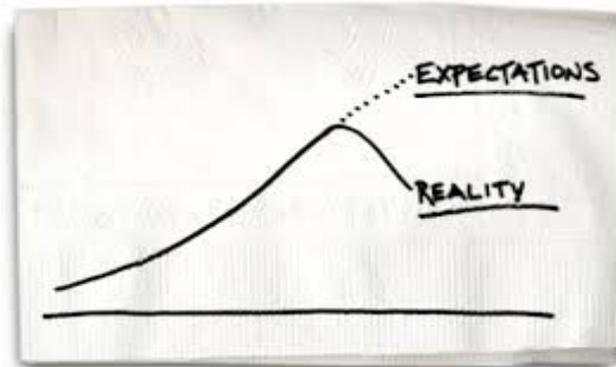
“No me digas LO que quieres venderme  
dime qué me harás sentir”

<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/>





# Expectations

# Empatiza con tus usuarios

*Desde el primer momento ponte en su lugar*



Tu proyecto



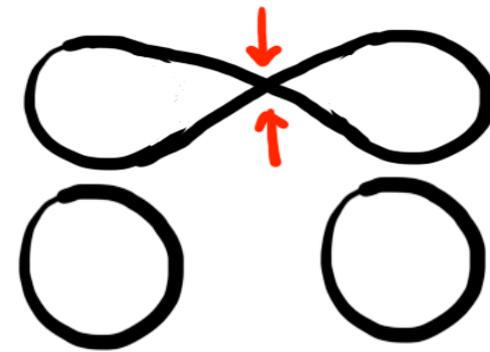
Tus usuarios

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.

EXPLORAR/OBSERVAR



DISEÑAR/CONSTRUIR



IMPLEMENTAR



Entender & Empatizar

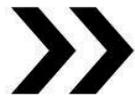
Diseñar & Enfocar

Prototipar & Identificar

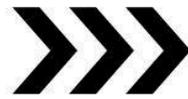
Test & Pilot

Validar & continuar





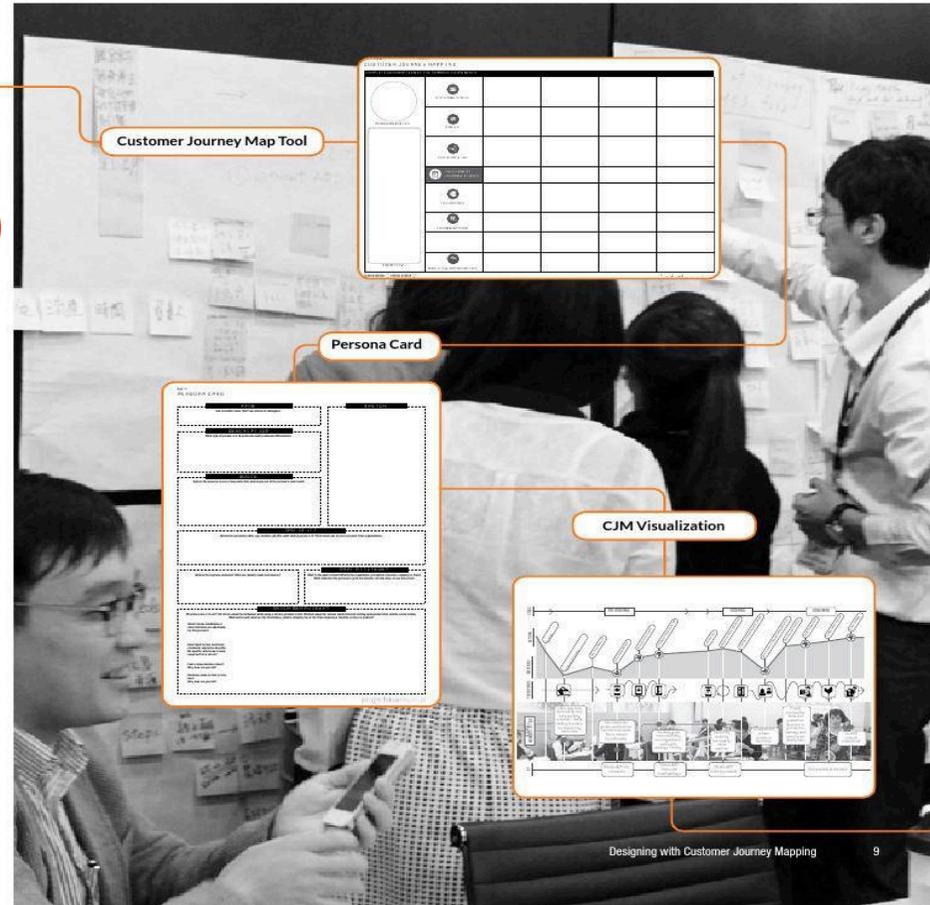
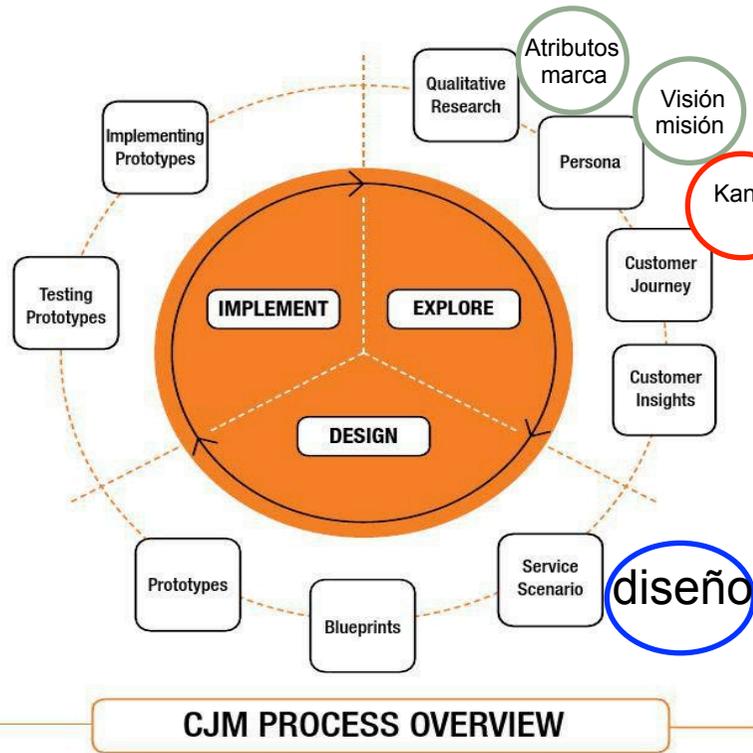
explore



design



implement



# Diseño estratégico CX



IMPACTO

MOMENTO DE LA VERDAD





DOS ROLES:  
1.- CLIENTE  
2.- EMPRESA

**ELIGE TU ROL**

# ROL CLIENTE

**OBJETIVO:**  
**CONOCER MÁS A TU CLIENTE-**  
**AVERIGUAR DE QUÉ COLOR**  
**SOMOS.**



PREGUNTAS.  
QUÉ COLOR ERES?

# Los cuatro colores de Insights

Imparcial, Objetivo, Analítico, Formal



Positivo, Audaz, Firme y Enérgico



Callado, Tranquilo, Sereno, Conciliador



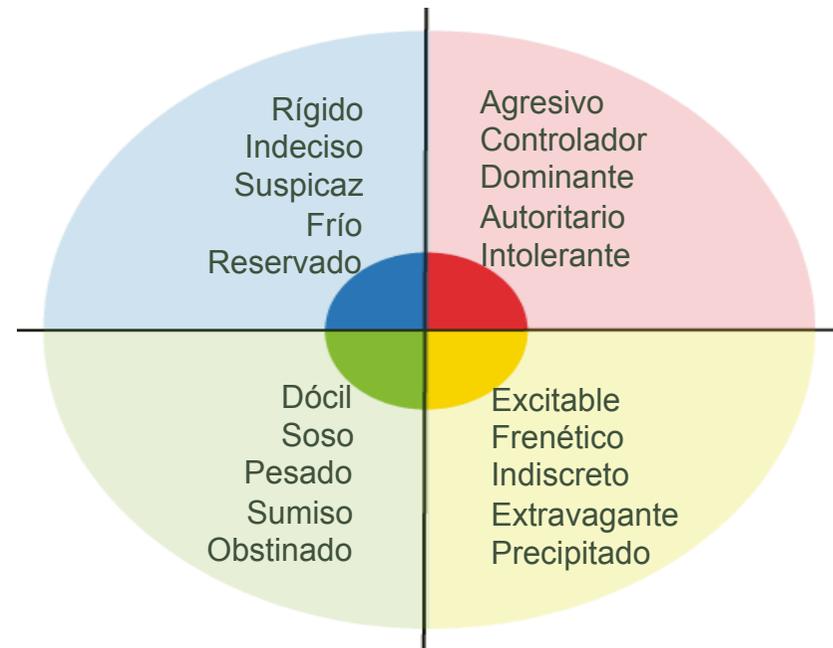
Alegre, Inspirador Animado, Optimista



## Los cuatro colores de Insights



**en un buen día...**



**en un mal día...**

# Colores y Liderazgo

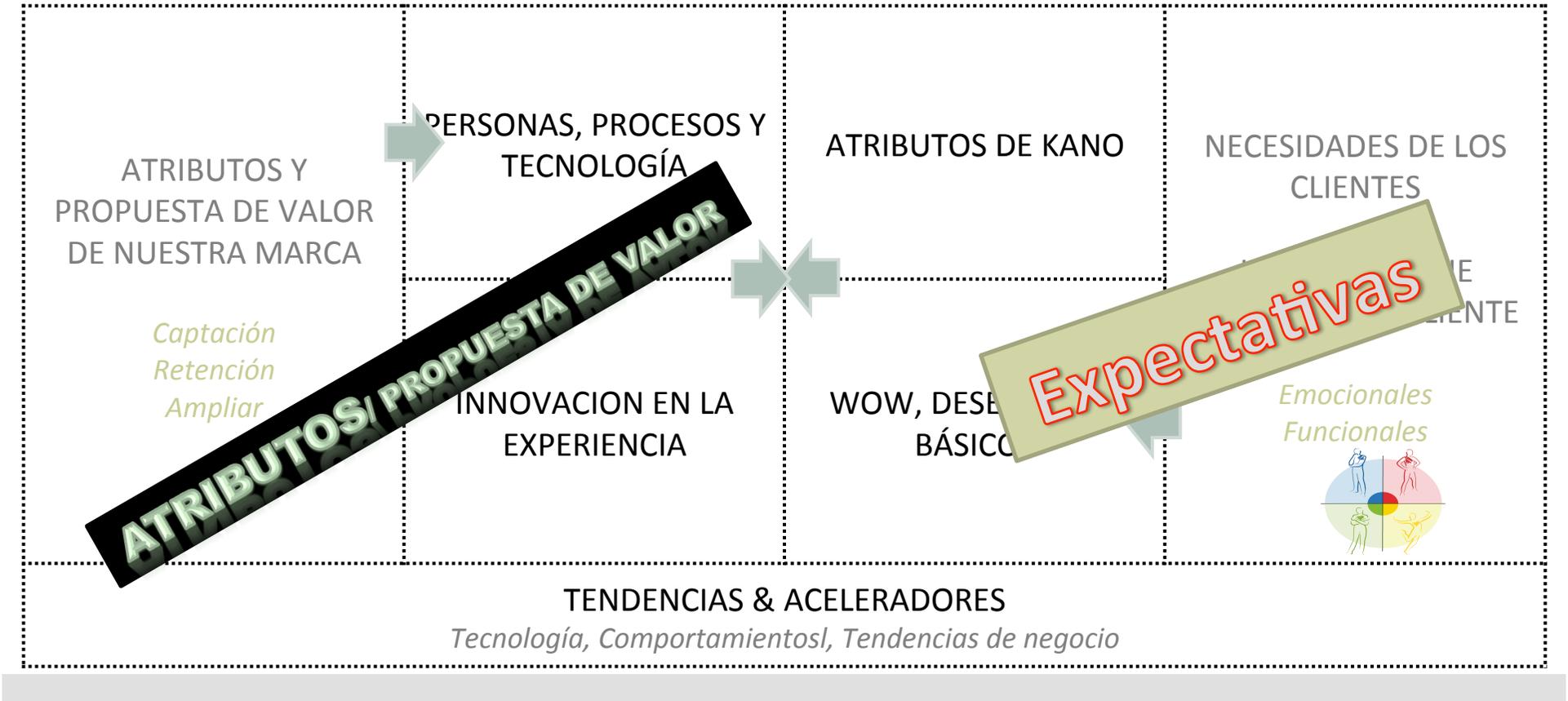


# Diseño estratégico CX



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.

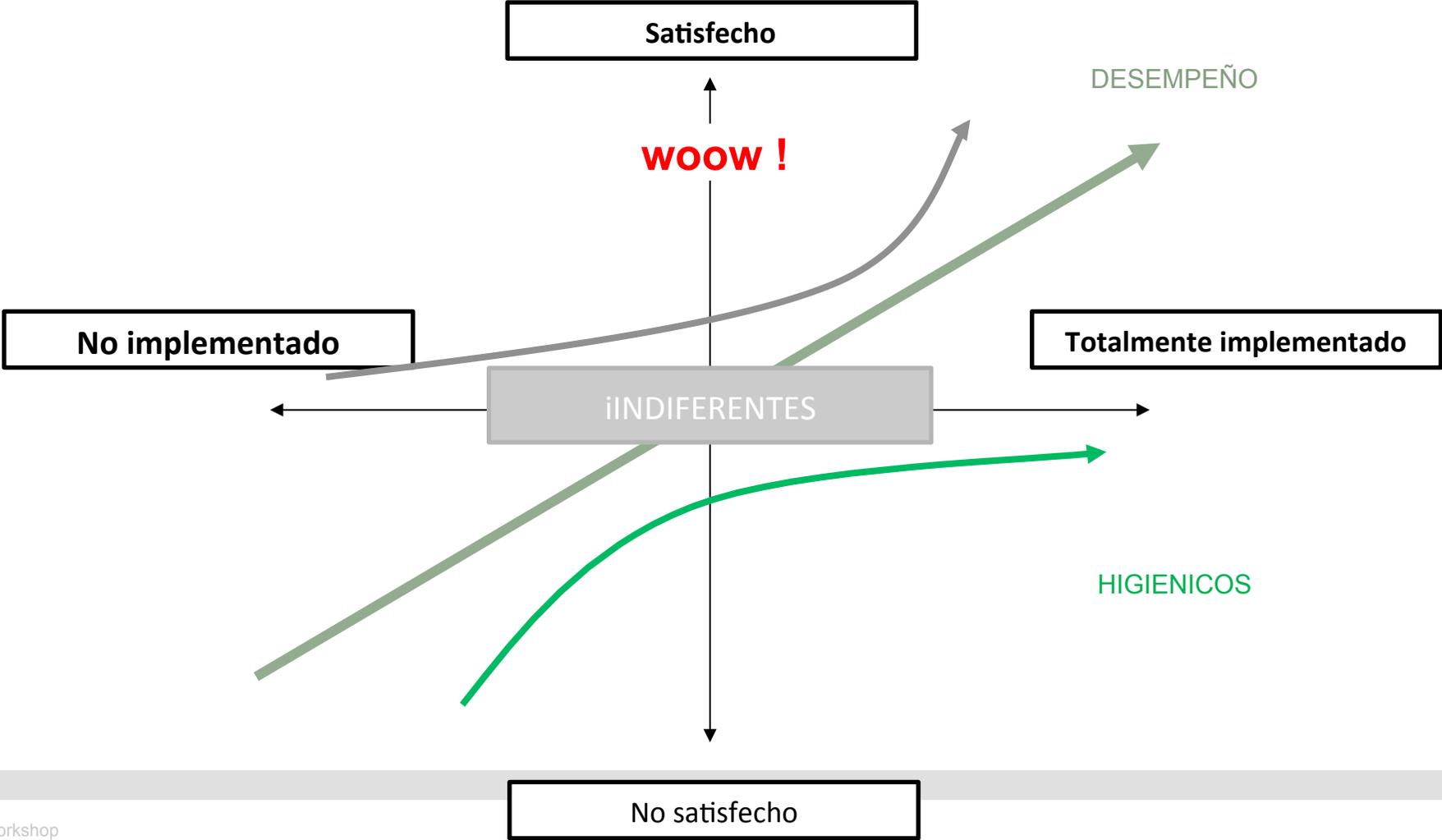


# Atributos de KANO

Lo Que es Obligatorio ó básico

Lo que se espera y es lo correcto

Lo que es sorprendente y no ese espera



# ***Kano : Diferentes tipos***

## **WOOW!**

- Las cosas por las que los clientes se apasionarían

## **Desempeño**

- Las correctas pero si hay más mucho mejor.

## **Básicos ó de desempeño**

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

## **Indiferentes**

- No las necesitamos.

# ROL EMPRESA

**OBJETIVO:**

**DEFINIR**

**ATRIBUTOS DE TU EMPRESA.**

**PROPUESTA DE VALOR**

PREGUNTAS.  
CUAL ES TU  
PROPUESTA DE  
VALOR ?

# ELIGE TU NEGOCIO: TIPO DE ALOJAMIENTO



HOTEL 4 \*\*\*\*



HOTELES \*( low cost)

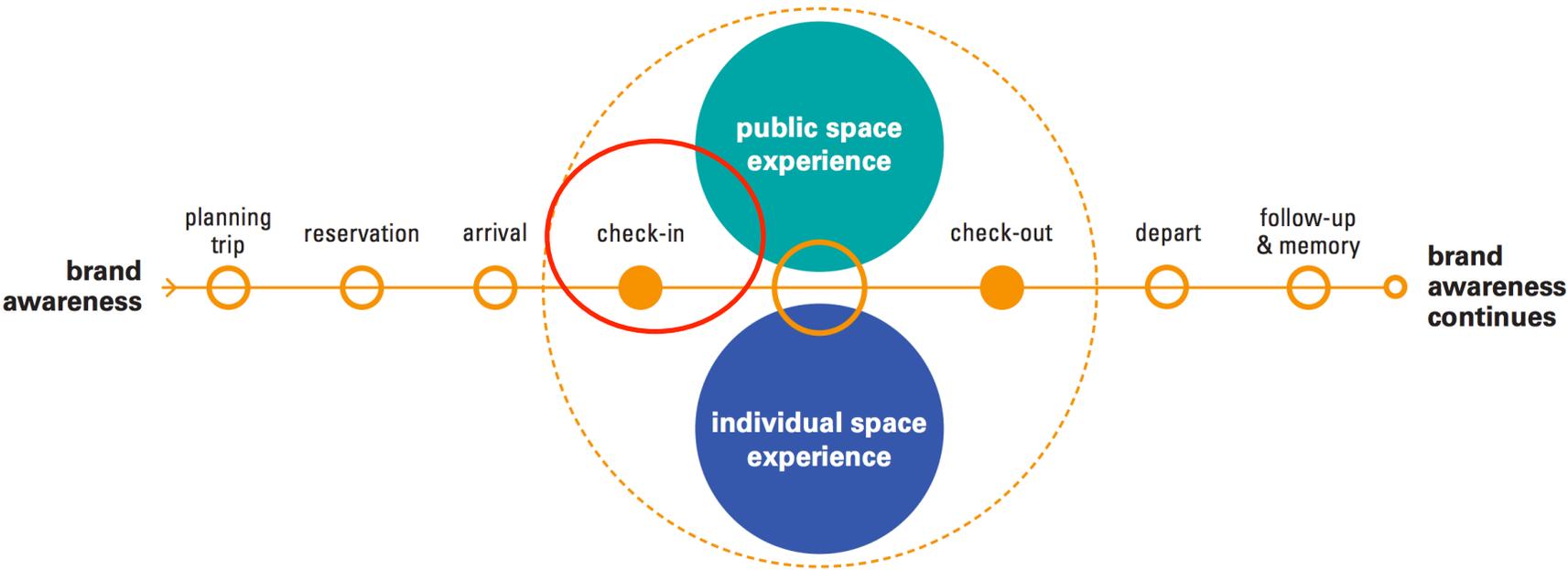


CASAS RURALES



**ELIGE Y CREA OTRAS NUEVAS: EN TOTAL 5**

# EJEMPLO DEL ALOJAMIENTO



# ROL CLIENTE

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

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



# HOTEL \*\*\*\* funcional

IMPACTO



CHECK IN

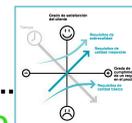
MOMENTO DE LA VERDAD

Atributos/  
propuesta de valor



Expectativas

ATRIBUTOS DE KANO



WOW: ¿?



DESEMPEÑO: NO COLAS  
EN EL CHECK IN.  
RAPIDEZ. SABER MI  
NOMBRE

BÁSICOS:  
INTERNET ,OPEN 24H.



Preciso  
Formal  
Objetivo  
Analítico  
Prudente  
Metódico

JOB TO BE DONE  
ACCIONES DEL CLIENTE

Emocionales  
Funcionales

TENDENCIAS & ACELERADORES

# Diseño estratégico CX

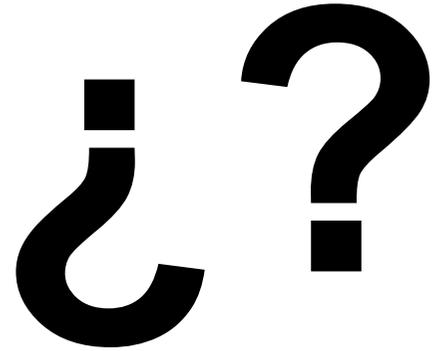
IMPACTO



CHECK IN

MOMENTO DE LA VERDAD





**Y Por dónde empiezo?**



**Tan fácil como...**



**Fuera ruedines..**



CX Workshop

# Herramienta: CX Customer Journey Map



# Herramienta: CX Customer Journey Map

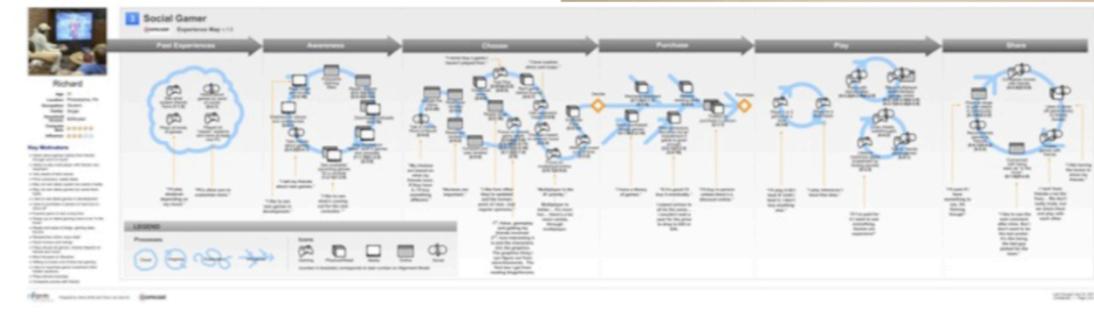
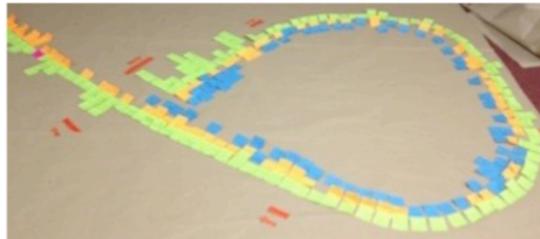
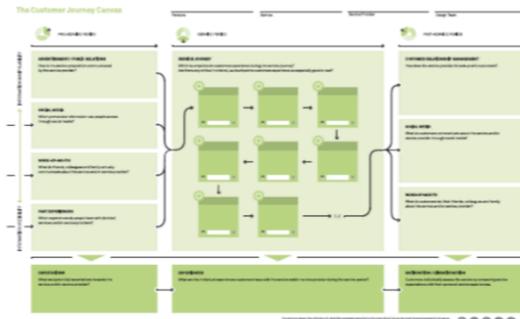
El customer journey map es una **herramienta** que te permite mejorar la experiencia de tu cliente.

Documentamos la **experiencia desde el punto de vista del cliente** y de su perspectiva, ayudando así a un mejor entendimiento de cómo éstos interactúan con nosotros y así, **identificar** las áreas de mejoras .

# Herramienta: CX Customer Journey Map

El **CX customer journey** parte de la **observación** y de la **empatía** con el cliente.

Visualmente representa las diferentes fases por las que pasa la experiencia de tu cliente teniendo en cuenta dimensiones tales como los sentimientos, objetivos, puntos de interacción y más.



# 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

COMPRA

Antes

1.-

Necesidad

2.-

Búsqueda

3.-

Selección

4.-

Compra

# { Parte 2 }

CONSUMO

Durante

5.-

Recepción

6.-

Uso

# { Parte 3 }

Servicio post-venta

CONSUMO

Después

7.-

Mantenimiento

8.-

Recomendación



Diseño de  
productos  
y  
servicios

## Journey Map



## Ejemplo del “ viaje del cliente” EN PRODUCTO

# El ciclo de vida del cliente:



# Gran Ingeniero: Dan



**Sofia, su  
hija**

**Edad 6  
años**



# Gran Producto



GE Healthcare



# { La Experiencia }

CX: La experiencia del viaje del paciente

Selecciona una persona  
para tu mapa.



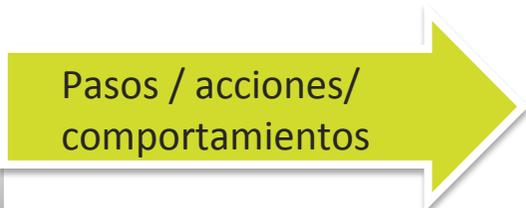


SOFIA





SOFIA



Pasos / acciones /  
comportamientos





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



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

EN EL  
ESCENARIO

PERSONAS

COSAS



SOFIA





SOFIA

# ACTITUDES





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 MAQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MAQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA



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 MÁQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MÁQUINA DIABÓLICA

BACK STAGE

PERSONAS

COSAS



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

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

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

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

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 MÉDICO

ME PINCHAN

VOY HACIA LA MÁQUINA

EL MÉDICO

MI MAMA

IMPACTO

MAS TIEMPO EN HACERLA

MAS PERSONAL

EL COSTE DE LA SEDACIÓN

EFFECTOS SECUNDARIOS

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

MI MOCHILA

EL COCHE

EL ORDENADOR

CONVERSAMOS

LA MÁQUINA DIABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MÁQUINA DIABÓLICA

# EVALUAR & PRIORIZAR

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

EL TÉCNICO DEL...

EL GERENTE DEL...

EL ADMINIS TRADOR

MI PAPA

EL EQUIPO DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

RECORD SYSTEM

PAGING SYSTEM

DRUG ROOM

ING RECORD SYSTEM



SOFIA



# 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 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

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 MÁQUINA DIABÓLICA**

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MÁQUINA 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

ADMINISTRADOR DEL SISTEMA

MI PAPA

DE GUARDIA

EL TÉCNICO DE LA MÁQUINA

RESERV. SYSTEM

PATIENT RECORD SYSTEM

STAFF PAGING SYSTEM

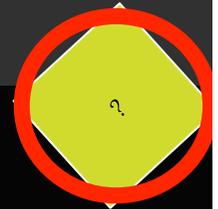
DRUG ROOM

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



# 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

LA MAQUINA ABÓLICA

PAÑUELOS DE PAPEL

AGUJAS Y JERINGA

LA MAQUINA DIABÓLICA

IDEA DEL CAMPING

# 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.

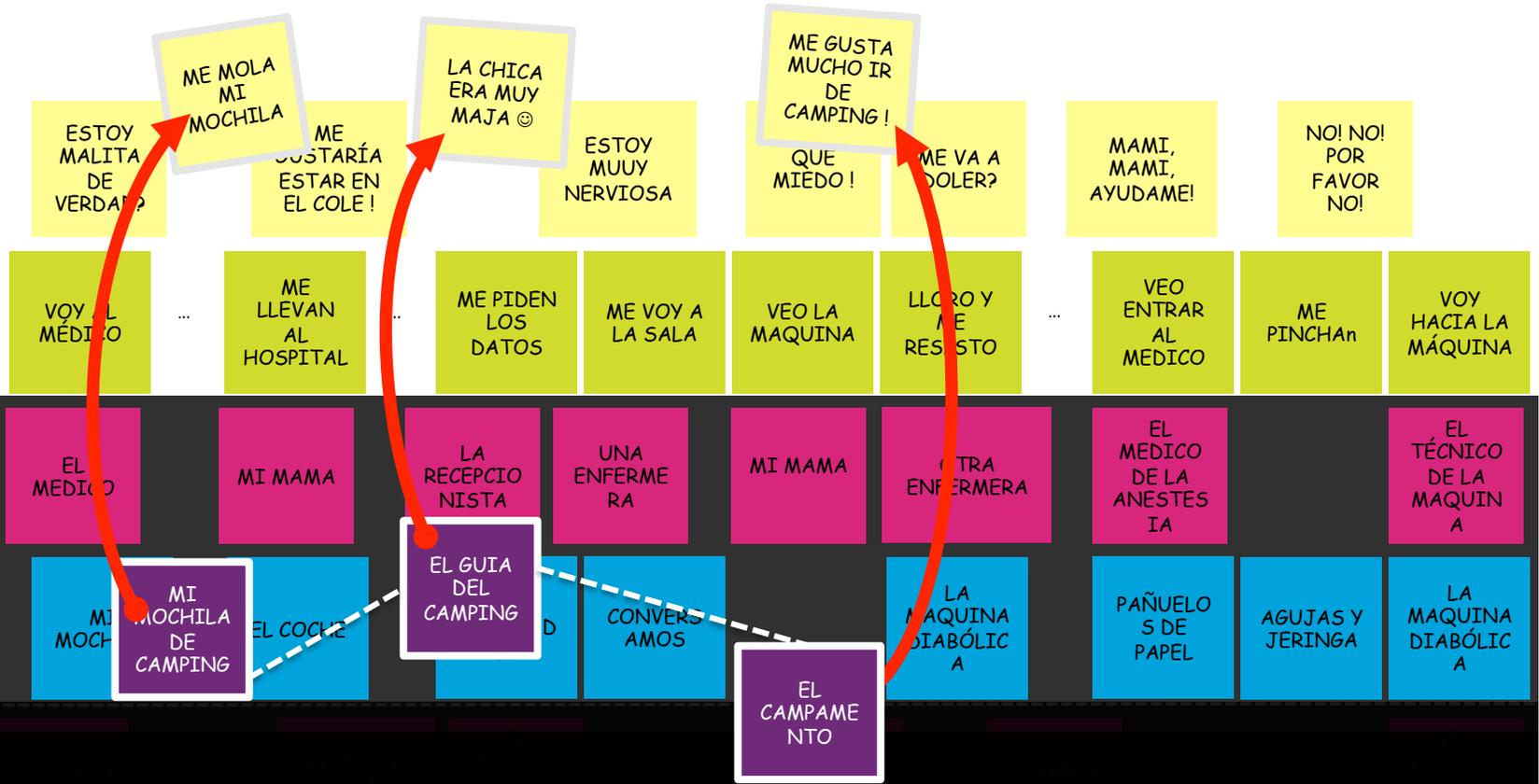
It includes many intuitive and automated functions that help increase patient comfort, operator confidence, image consistency, and professional satisfaction of MR staff.



En esta maravillosa  
experiencia



SOFIA

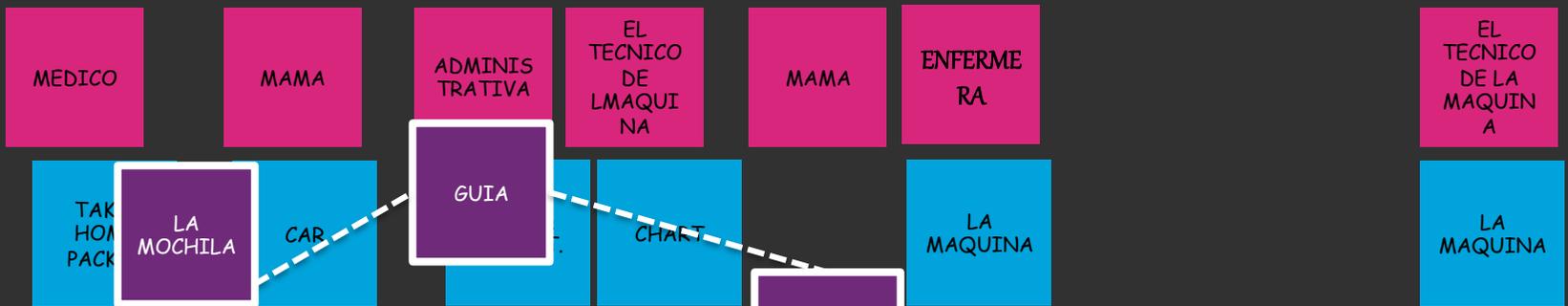


# DISEÑA NUEVAS EXPERIENCIAS.

Innovar para influenciar actitudes y cambiar comportamientos

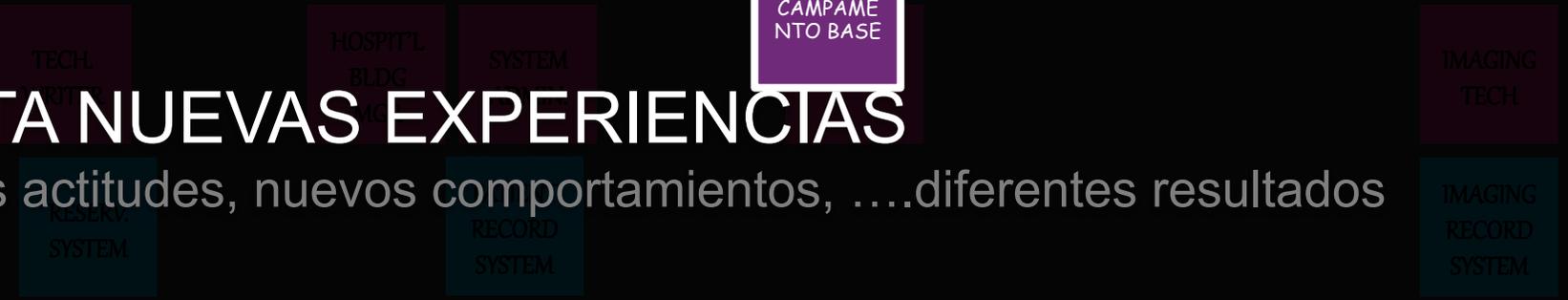


SOFIA



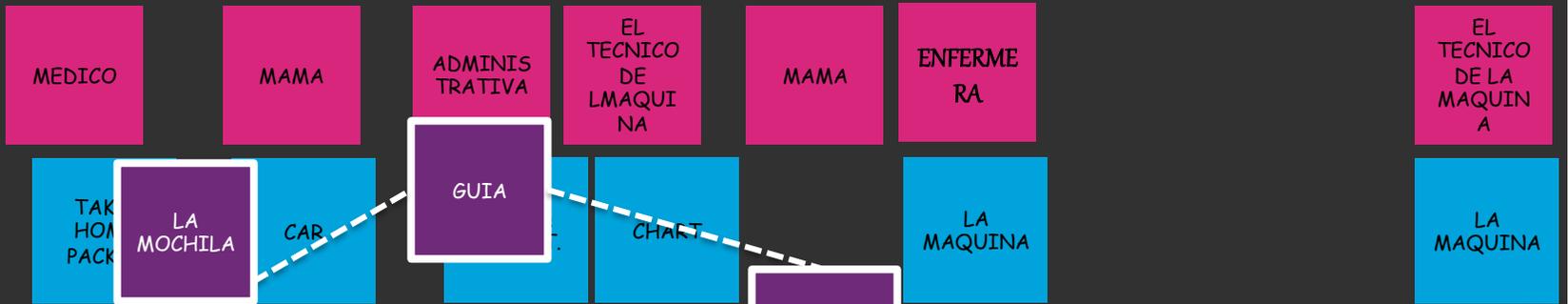
# TESTA NUEVAS EXPERIENCIAS

Nuevas actitudes, nuevos comportamientos, ...diferentes resultados





SOFIA



# TESTA NUEVAS EXPERIENCIAS

Nuevas actitudes, nuevos comportamientos, ...diferentes resultados





SOFIA

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!

WOW, TIENE UN FUEGO

MIRO LA MAQUINA

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

TECNICO DE LA MAQUINA

TAKING HOME PACKAGE

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

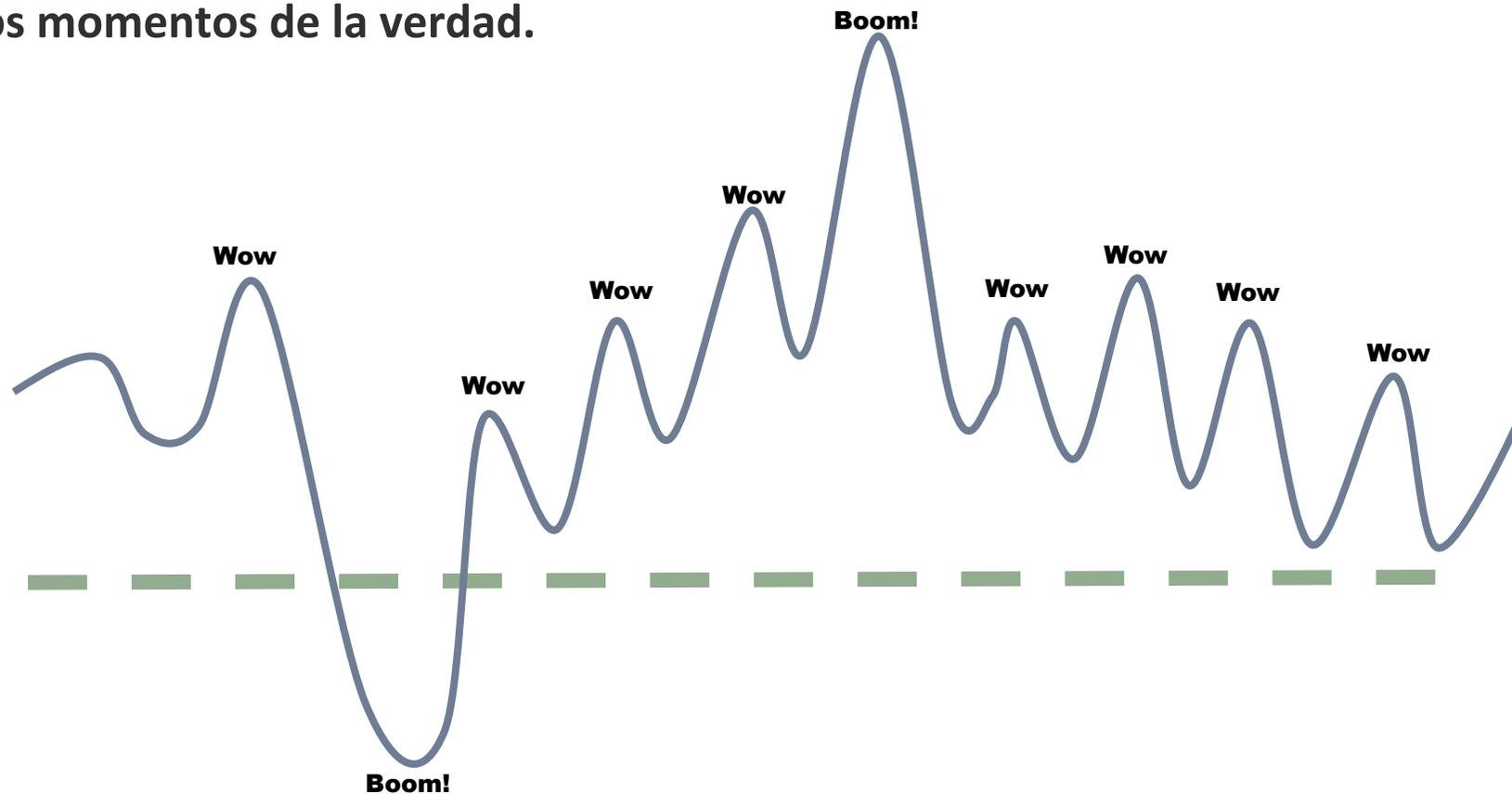
RESERVATION SYSTEM

RECORD SYSTEM

IMAGING RECORD SYSTEM

# Priorización Focus

Los momentos de la verdad.

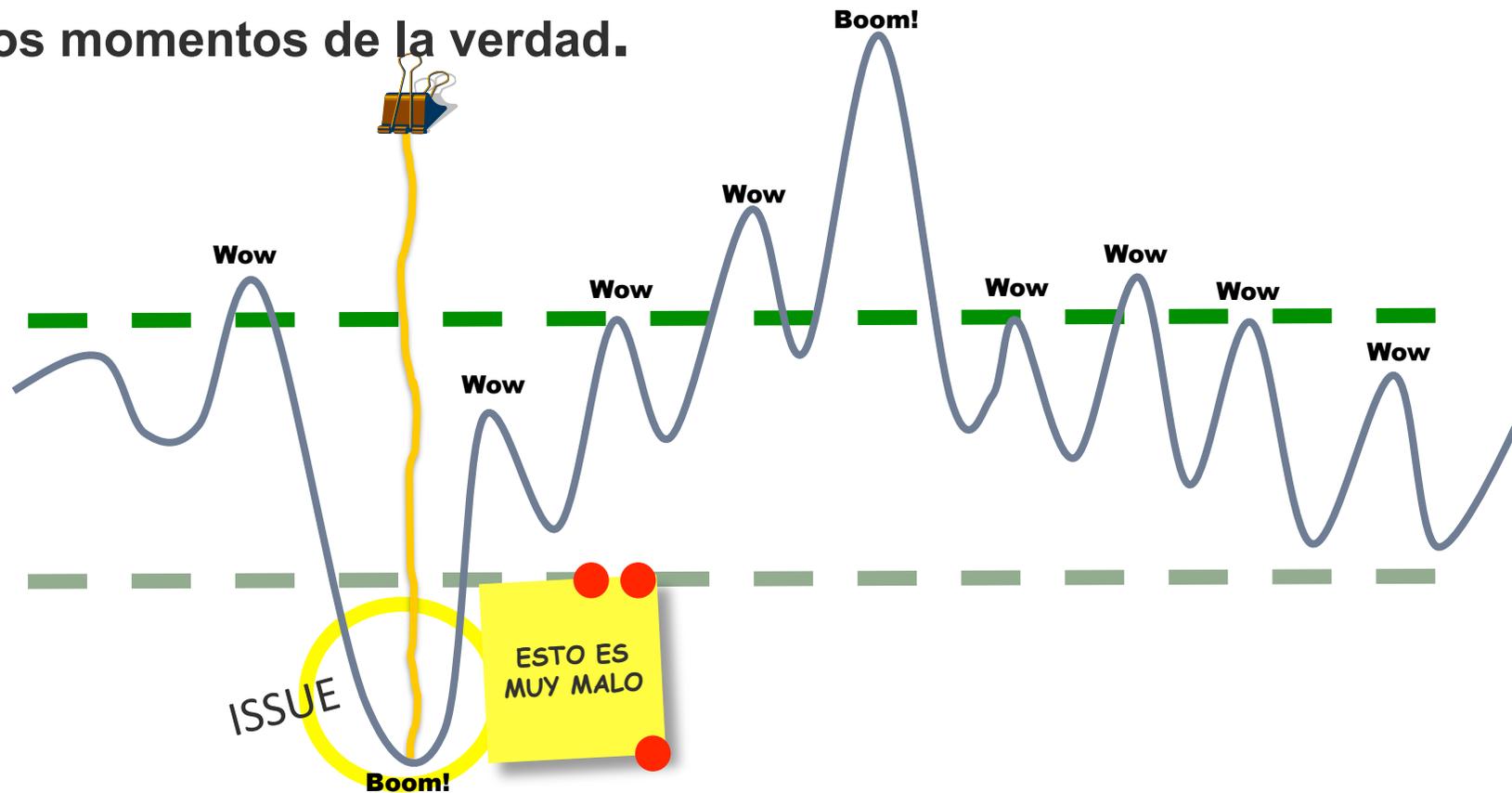


[http://blogs.forrester.com/kerry\\_bodine/12-04-02-boom\\_wow\\_wow\\_wow\\_boom\\_does\\_your\\_customer\\_experience\\_have\\_a\\_dramatic\\_arc](http://blogs.forrester.com/kerry_bodine/12-04-02-boom_wow_wow_wow_boom_does_your_customer_experience_have_a_dramatic_arc)

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

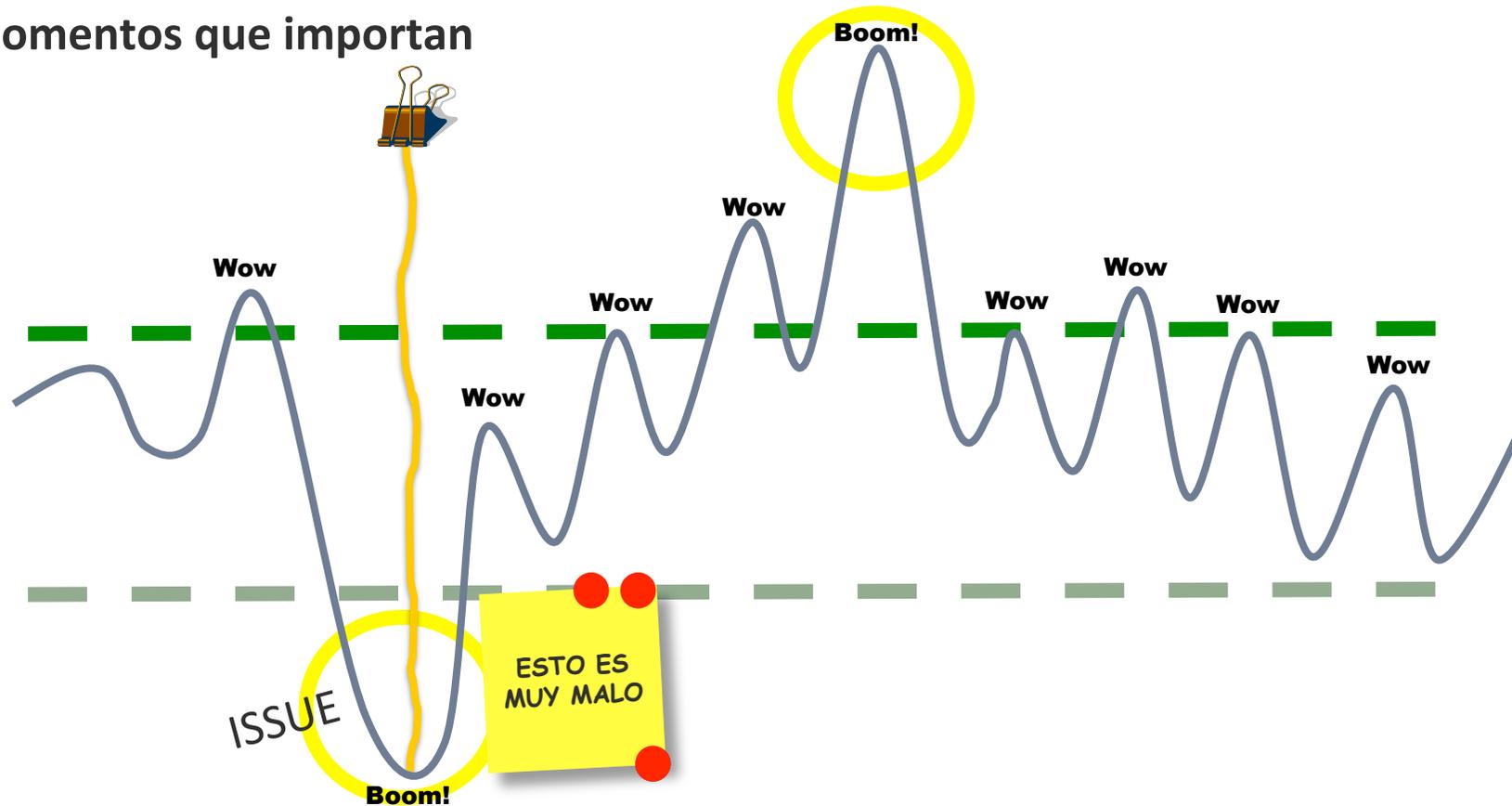
# Priorización Focus

Los momentos de la verdad.



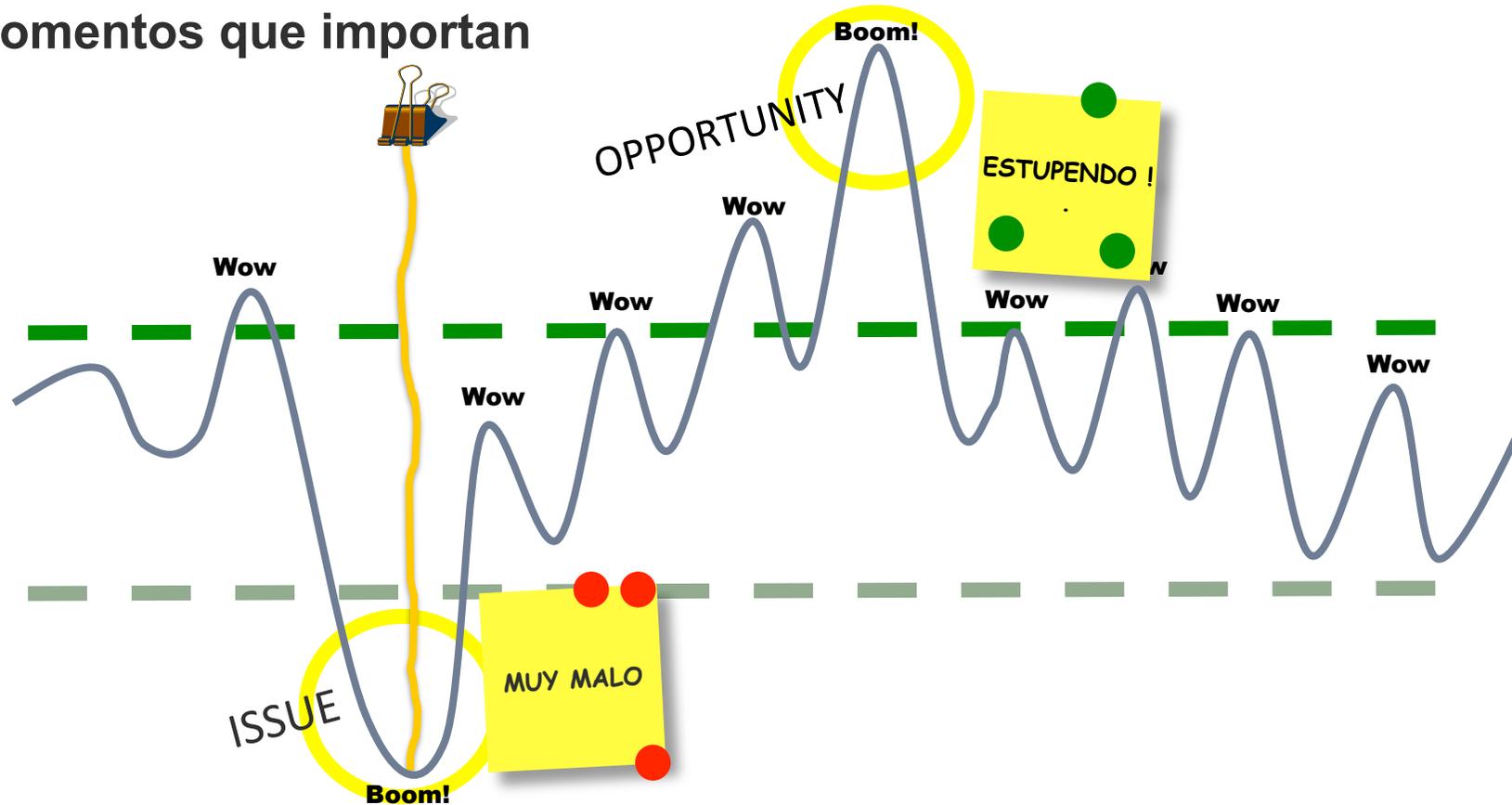
# Priorización Foco

## Momentos que importan



# Priorización Foco

## Momentos que importan





# Resultados



Comportamientos llevan Resultados



Emociones conducen Comportamientos entregan Resultados



SOFIA

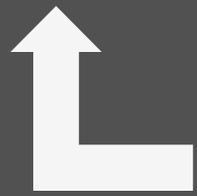
producen

Emociones

Comport.

entregan

Redos



influencia

experiencias



# { y tu Experiencia }

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

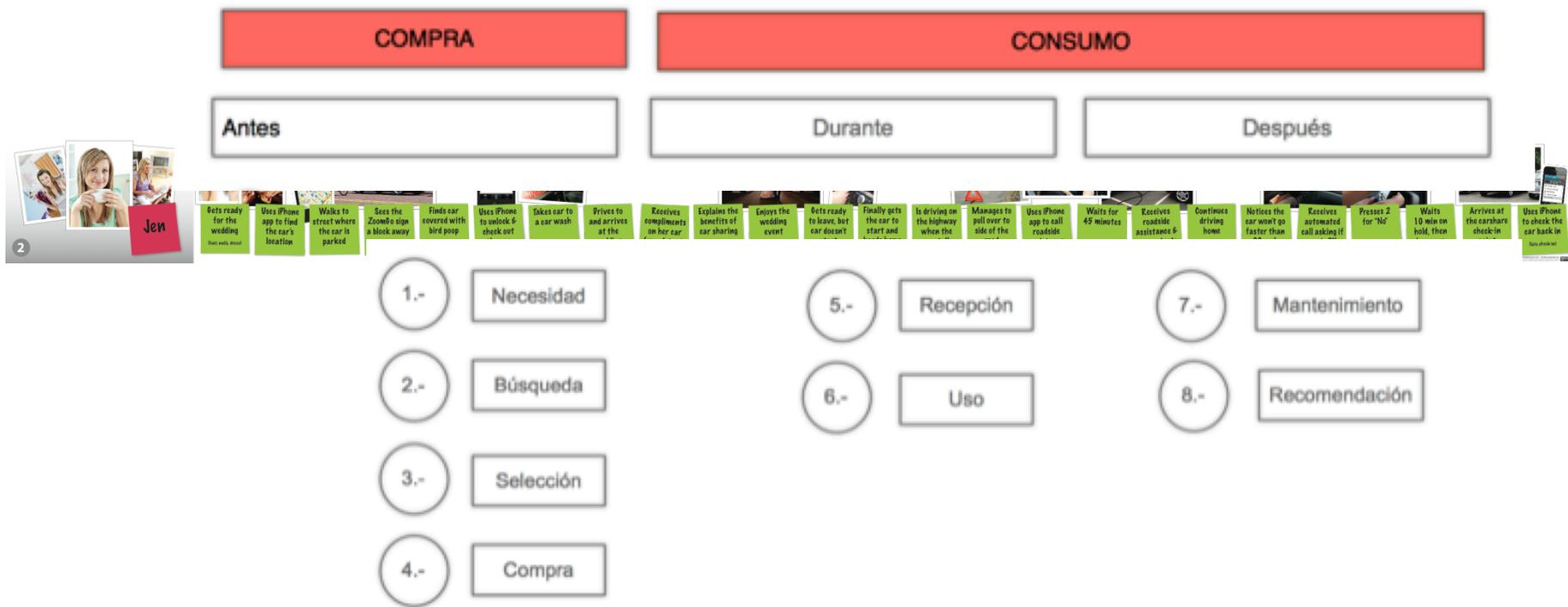


# CX Customer Journey

# Líneas de comportamiento y acciones



# Líneas de comportamiento y acciones



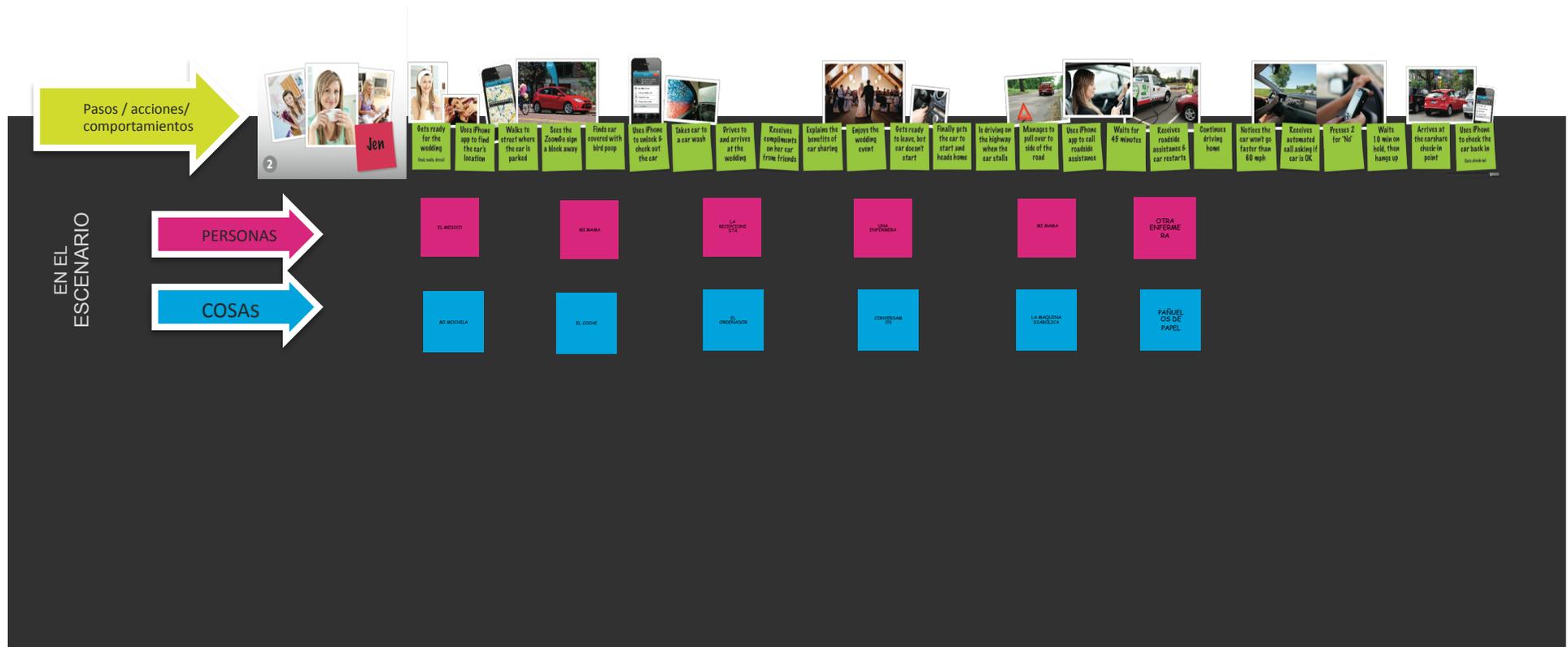
# CX Journey map



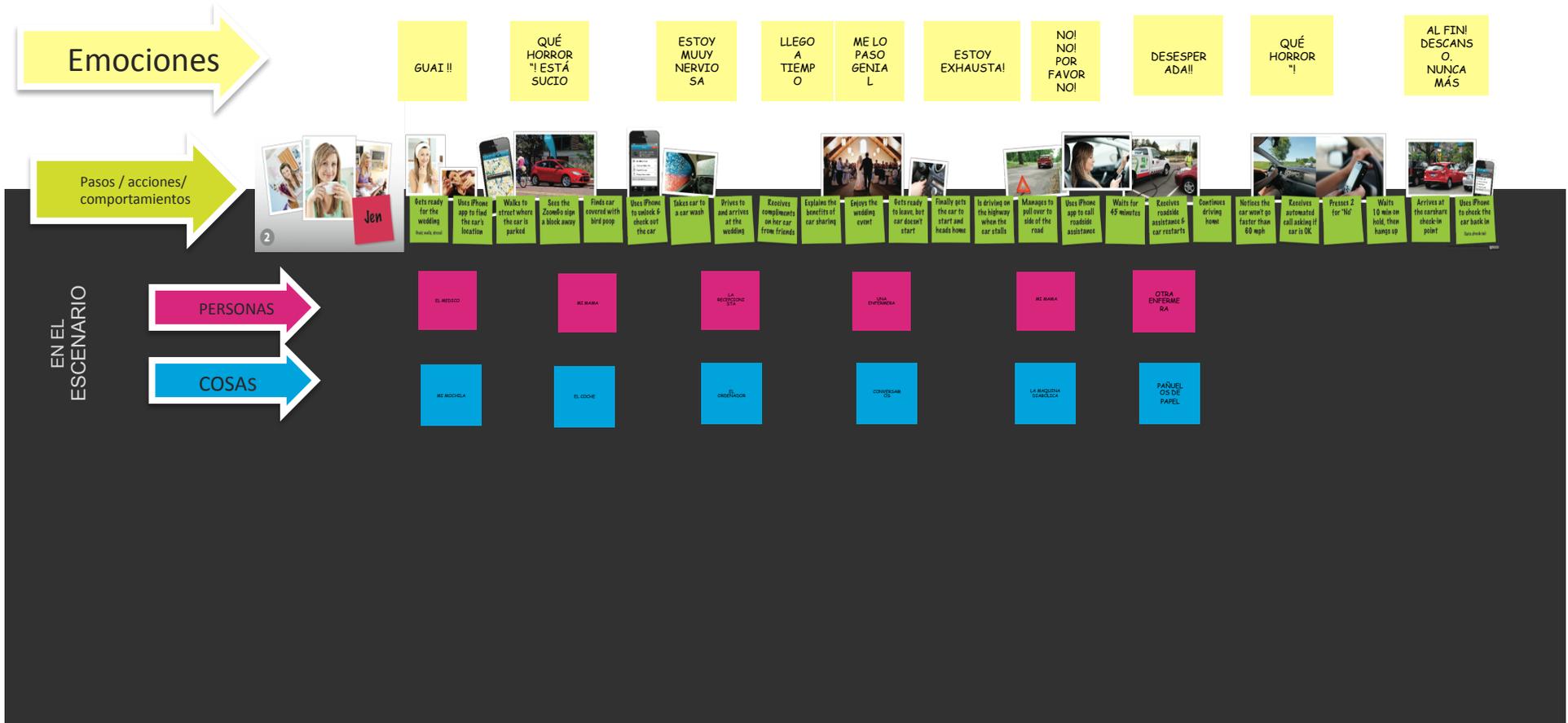
# CX Journey map



# CX Journey map

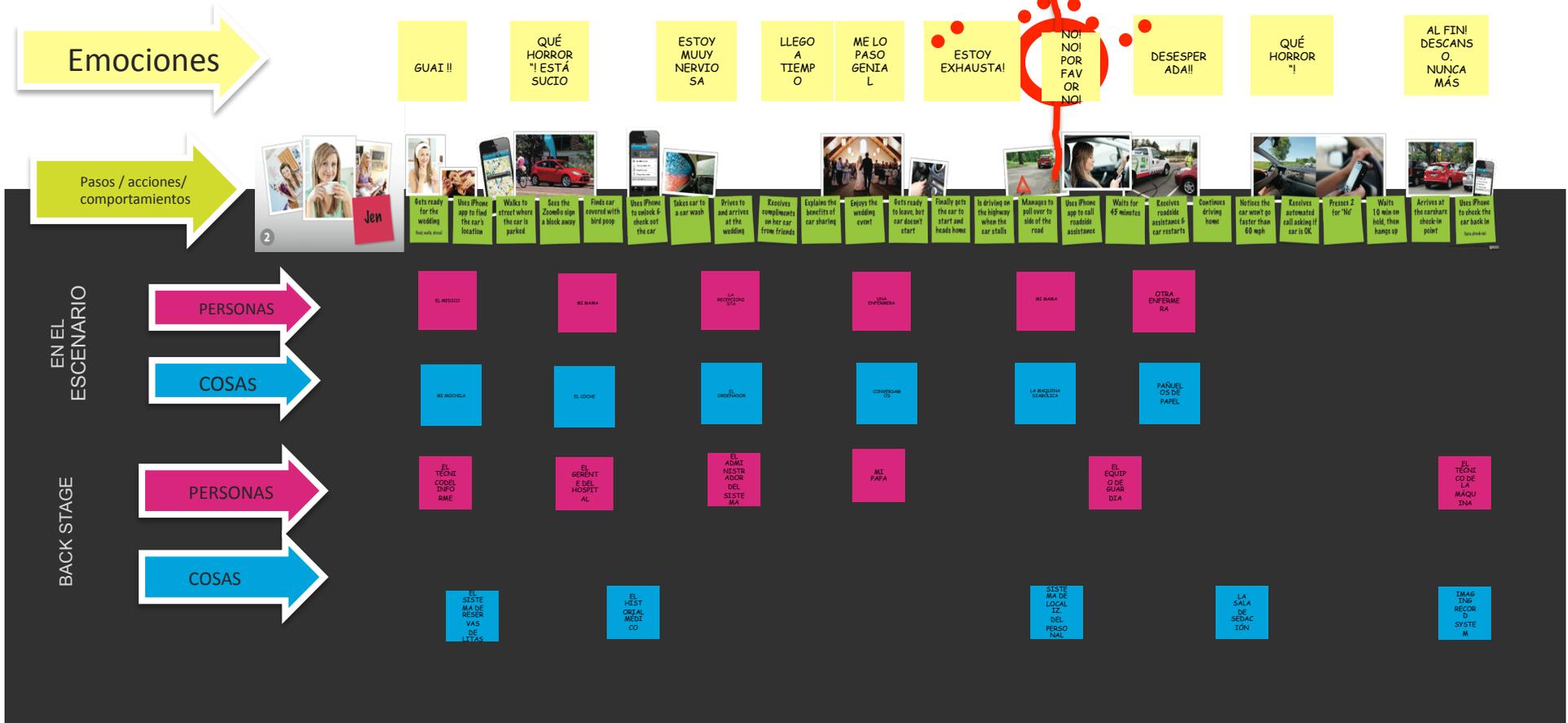


# CX Journey map

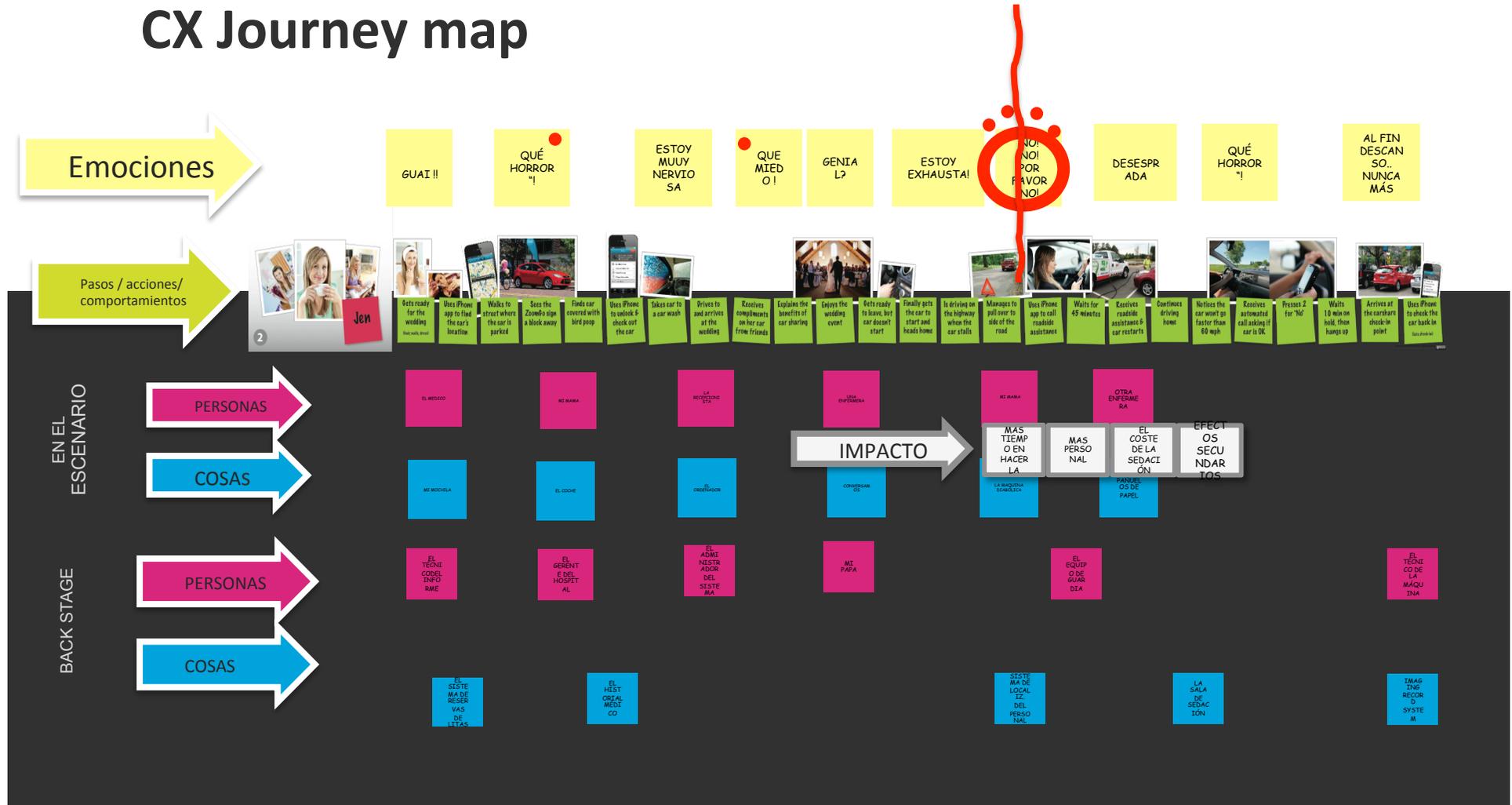




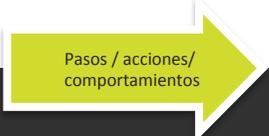
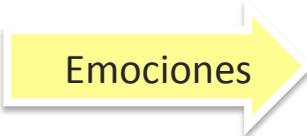
# CX Journey map



# 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

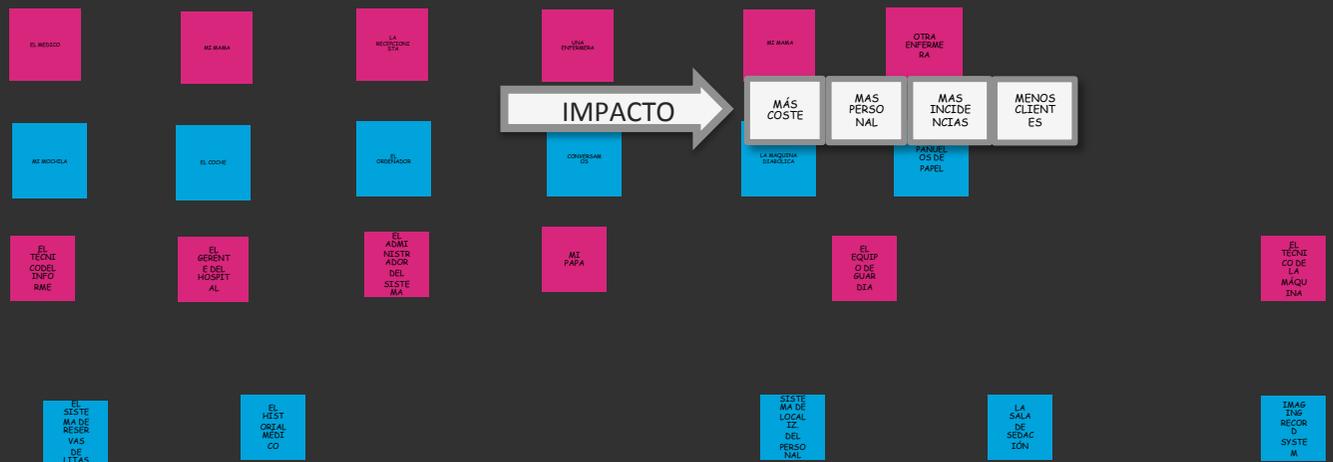
IMPACTO

MÁS COSTE    MAS PERSONAL    MAS INCIDENCIAS    MENOS CLIENTES

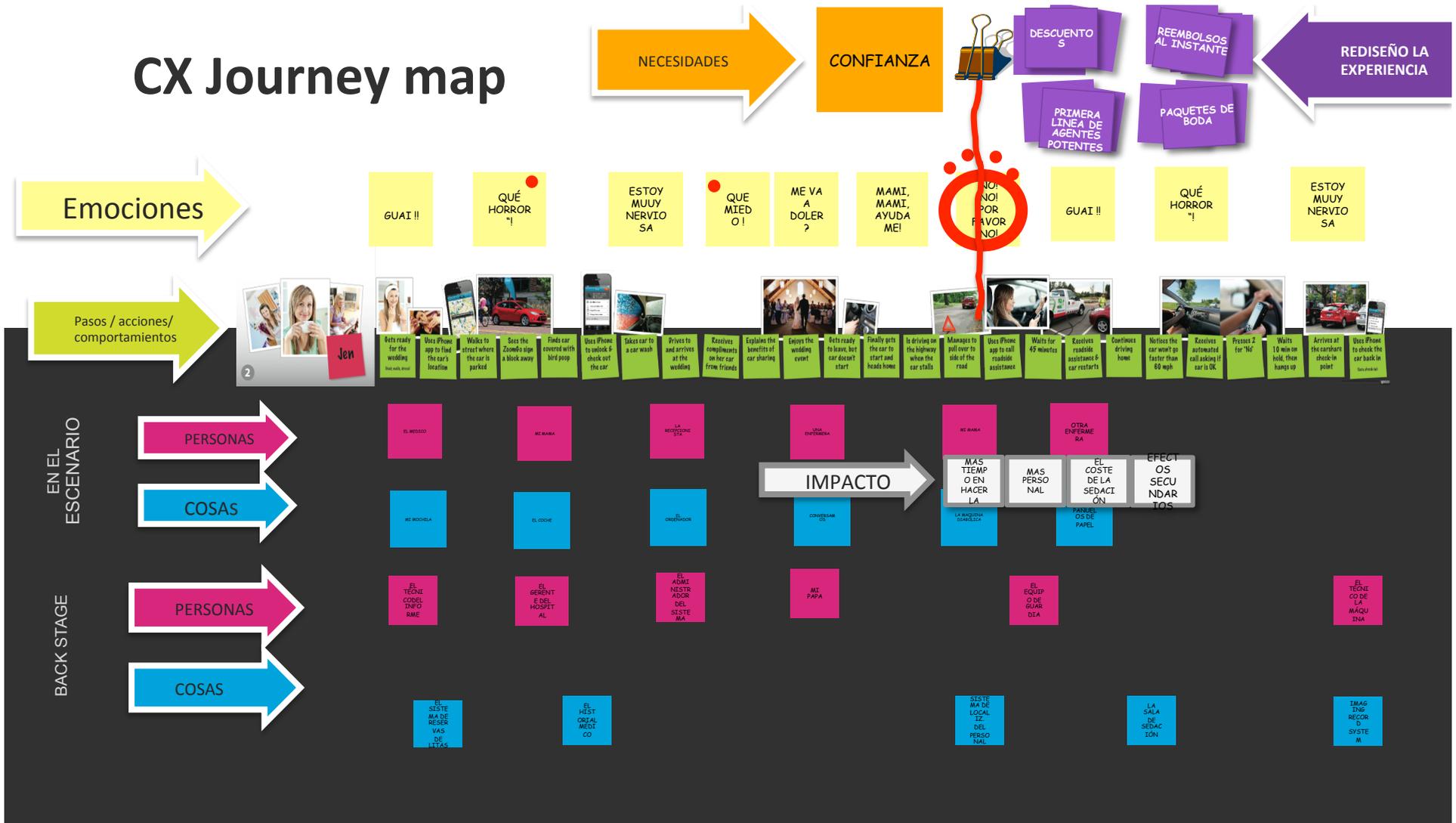
BACK STAGE

PERSONAS

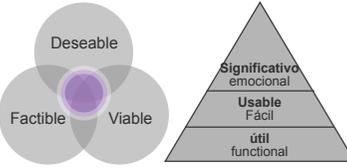
COSAS



# CX Journey map



# Proceso de CX

Crea un mapa inicial	Evaluar	Explorar	Brainstorm	Diseñar la nueva Experiencia
<p><b>Persona, los atributos de tu startup, tendencias principales</b></p>  <p>ECOLOGISTA &amp; SOCIALMENTE RESPONSABLE</p> <p>SIEMPRE USA MOVIL Y REDES SOCIALES</p> <p>LLAMA AL SOPORTE DE ZOOMGO</p> <p><b>Línea de comportamiento</b></p> <p><b>“On Stage” Experiencia</b></p> <p>ZOOMGO WEB</p> <p>AGENTE #1</p> <p><b>Actitudes &amp; Emociones</b></p> <p>&amp;@#! I NO PUEDO IR EN ESTE COCHE ASI DE SUCCIO!</p> <p><b>Back Stage Support</b></p> <p>WEBSITE DISENADOR</p> <p>SISTEMA DE RESERVAS</p>	<p><b>Evaluar Actitudes</b></p> <p>PARECERÉ COOL EN ESTE COCHE COOL</p> <p>&amp;@#! I NO PUEDO APARECER EN ESTE COCHE SUCCIO</p> <p><b>Prioritizar “Focus”</b></p> <p>“Los momentos de la verdad”</p> <p><b>Determina el Impacto</b></p> <p>INCREMENTAR EL INDICE DE RECOMENDACION</p> <p>REDUCIR EL TIEMPO PARA REEMBOLSOS</p> <p><b>Lectura en voz alta</b></p> <p>“Nos focalizamos en esto por...”</p>	<p><b>Aclarar necesidades &amp; posibles Drivers</b></p> <p>MOMENTO TARDANZA EN LA DEVOLUCIÓN DINERO</p> <p>EMOCIONAL NO QUIERO ECHAR A PERDER MIS RECUERDOS</p> <p>EMOCIONAL UNA RECOMPENSA POR EL TIEMPO PERDIDO</p> <p>EMOCIONAL RECIBIR UN TRATO JUSTO</p> <p><b>Examins Capacidades (Roles &amp; Procesos)</b></p> <p>AGENTE #1</p> <p>GRABAR LOS DETALLES DE LOS INCIDENTES</p> <p>APROBAR &amp; EL PROCESO DE REEMBOLSO</p> <p>BILLING SYSTEM</p> <p>CONFIRMS TERMS OF RENTAL</p> <p>VALIDATE SERVICE DELIVERY</p> <p>FINALIZE AND SEND INVOICE</p>	<p><b>Transformación deseada</b></p> <p>CONFIO EN ZOOMGO QUE ADMITIRÁ LOS ERRORES</p> <p>INCREMENTAR EL RATIO DE RECOMENDACION</p> <p><b>Construir CX Design Canvas</b></p>  <p><b>Brainstorm Innovation</b></p> <p>DESCUENTOS</p> <p>REEMBOLSOS AL INSTANTE</p> <p>PRIMERA LINEA DE AGENTES POTENTES</p> <p>PAQUETES DE BODA</p>	<p><b>Comprobación de la realidad</b></p>  <p><b>Rediseña la Experiencia</b></p> <p>REEMBOLSO AL INSTANTE</p> <p>TEXTO INMEDIATO AL CLIENTE</p> <p>CONEXION BASE DE DATOS DE INCIDENCIAS</p> <p>FORMAR A LA FRONT DE SERVICIO CLIENTE</p> <p><b>Contruir CX Hypothesis</b></p> 

# Pirâmide de Maslow

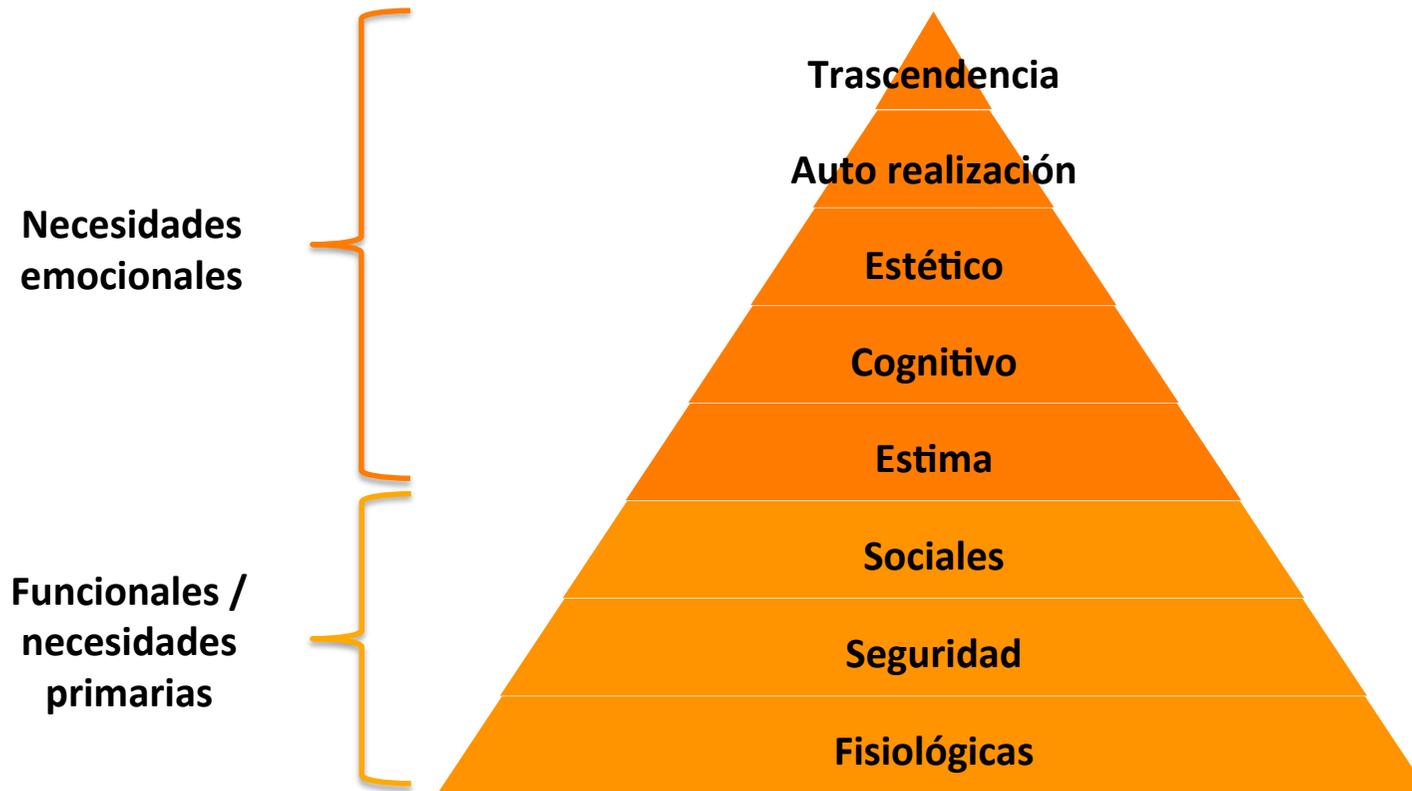
# Pirámide de Maslow



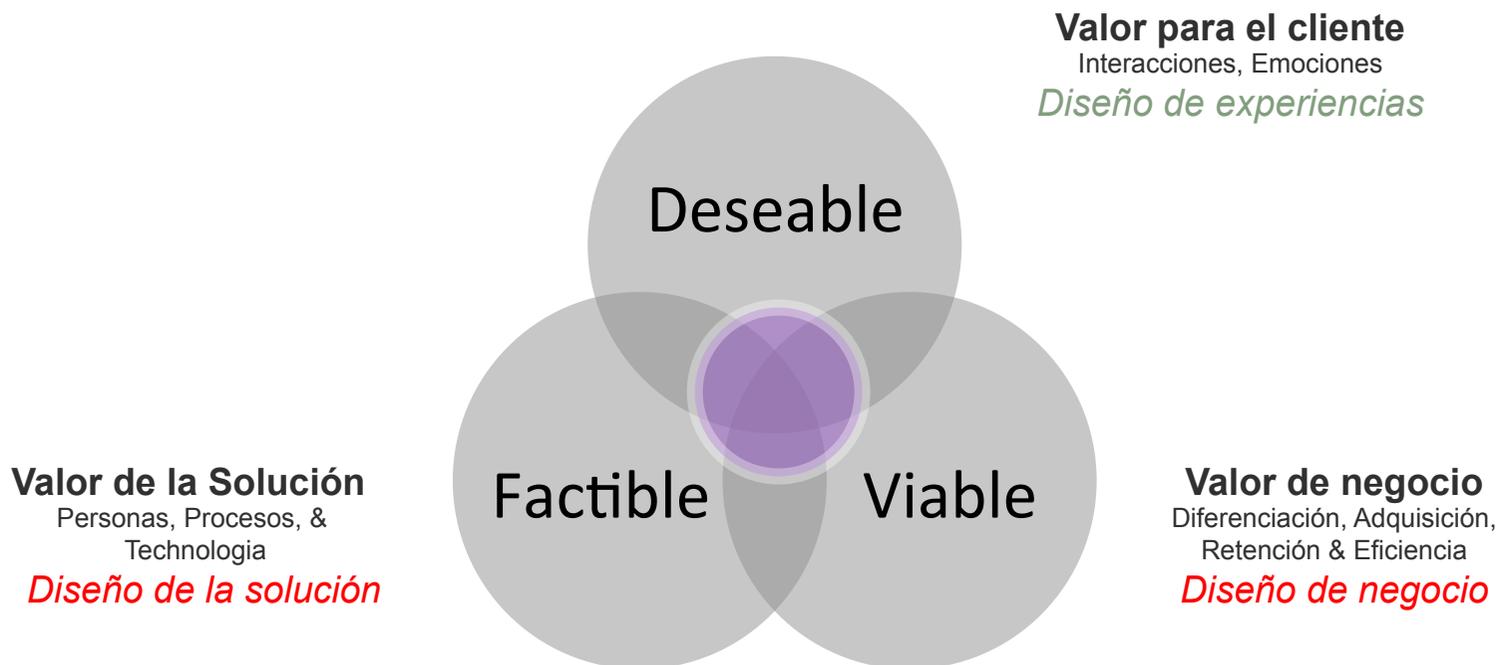
# Pirámide de Maslow



# Pirámide de Maslow



# Check list : real



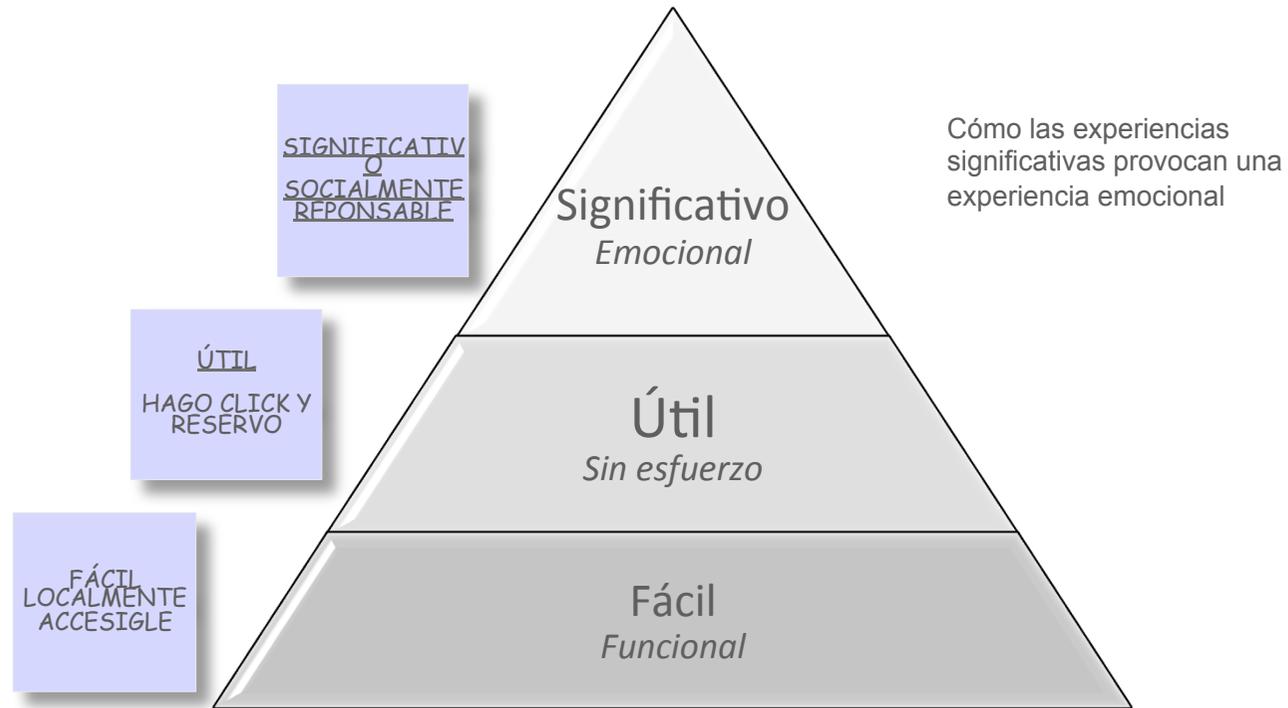
**Qué:** La innovación tienen que pasar el test de ser factible, deseable y viable.

**Por qué :** Elimina las innovaciones que no aportan ninguna experiencia al cliente

---

# Check

Alineación con los atributos de marca



**Que:** considerar que las innovaciones son útiles, fáciles, significativas

**CREEMOS**

---

{ descripción de la nueva experiencia }

**SOLUCIONAREMOS**

---

{ necesidades del cliente & organización problema/  
oportunidad }

**AYUDADO POR**

---

{ solución completa: persona + procesos + tecnología }

**COMO RESULTADO**

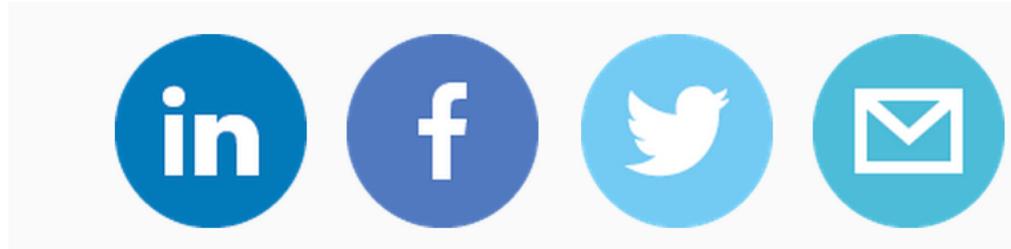
---

{ nueva actitud/ comportamiento / resultado }

# EJEMPLOS Y EXPERIENCIAS DE CÓMO LO HAN HECHO OTROS.



# MUCHÍSIMAS GRACIAS !!



[Consueloverdu@gmail.com.](mailto:Consueloverdu@gmail.com)

**Móvil: 670724193**

**@missleanstartup.**

**Libro de descarga. Capítulo de Customer  
experience. : [www.els2014.com](http://www.els2014.com)**

---

