

Customer Journey Map. Construir

La herramienta Customer Journey Map ayuda a **identificar cada paso** que el cliente realiza en el proceso de realizar una compra, teniendo en cuenta también el antes y el después. Y dentro de estos pasos hay que identificar los **puntos de contacto** en los que intervienen nuestro producto o servicio.

Con este segundo Customer Journey Map, por un lado pudimos **definir la experiencia del cliente** paso a paso. Además de la definición de los pasos, también pudimos observar que había algunos puntos que necesitábamos tener en cuenta o mejorar con el nuevo cambio para que la experiencia del cliente pudiese ser lo más positiva posible.

Por ejemplo, el proceso de espera en la tienda o la imposibilidad de comprar un pan personalizado para el mismo día. Gracias a ello pudimos trabajar sobre estos puntos y así mejorar la experiencia.

CUSTOMER JOURNEY MAP.CONSTRUIR

