

Mapa de experiencia del cliente



Esta herramienta te ayudará a **detectar puntos de mejora**. Sirve para entender cómo vive el usuario cada etapa de un proceso.

¿Cómo se hace?

1. Define el objetivo

Qué experiencia se quiere mapear.

2. Identifica al usuario

Pregúntate: ¿quién realiza el proceso?, ¿qué necesita lograr? Así identificarás el contexto y las necesidades.

3. Divide el proceso

Establece las etapas principales.

4. Enlista las acciones del cliente

Pregúntate: ¿qué hace en cada etapa?

5. Identifica emociones y pensamientos

Pregúntate: ¿cómo se siente?

6. Puntos de contacto (Touchpoints)

Pregúntate: ¿dónde se complica el proceso?, ¿qué se puede mejorar?

7. Analiza fricciones y oportunidades

Pregúntate: ¿dónde se complica el proceso?, ¿qué se puede mejorar?

8. Agrega métricas (opcional)

9. Diseña mejoras

Define acciones concretas por etapa.

Ejemplo

Te mostramos cómo **aplicar esta herramienta de forma práctica** con una propuesta específica.

Problemática: En las sucursales más pequeñas de **Banco Azteca**, los clientes esperan por **periodos muy largos** para ser atendidos por un asesor.

Descripción de la propuesta: **Desarrollar un sistema de agenda en el portal de Banco Azteca** para reducir los tiempos de espera de nuestros clientes.

1. Define el objetivo: Mapear la experiencia del cliente que necesita atención en escritorio en una sucursal de Banco Azteca.

2. Identifica al usuario

Usuario: Cliente de Banco Azteca que requiere asistencia en escritorio.

Necesidad: Ser atendido de manera rápida y eficiente, sin largas esperas.

3. Divide el proceso y enlista las acciones del cliente

Antes de la visita:

- Decide ir a la sucursal.
- Busca sucursal e información sobre horarios y servicios.

Llegada a sucursal:

- Se forma o espera indicaciones.

Espera para ser atendido:

- Se mantiene en la fila sin saber el tiempo de atención.

Atención en escritorio:

- Explica el motivo de su visita.
- Recibe asesoría y realiza trámite.

Salida y percepción final:

- Evalúa la experiencia (tiempo invertido, calidad del servicio).

4. Identifica emociones y pensamientos

- Antes: **Ansiedad** por no saber cuánto tiempo tardará.
- Llegada: **Incertidumbre** sobre el proceso.
- Espera: **Frustración** por tiempos prolongados.
- Atención: **Alivio** si el servicio es bueno, pero cansancio si esperó demasiado.
- Salida: **Baja satisfacción** si perdió mucho tiempo.

5. Puntos de contacto (Touchpoints)

Página web o App, recepción en sucursal, escritorio del asesor.

6. Analiza fricciones y oportunidades

Fricciones:

- No hay tiempo estimado de espera.
- Falta de organización en turnos.
- Incertidumbre sobre disponibilidad de asesores.

Oportunidades:

- Implementar sistema de agenda digital.
- Ofrecer confirmación de cita y tiempo estimado.
- Personalizar atención según motivo de visita.

7. Agrega métricas (opcional)

- Tiempo promedio de espera.
- Número de clientes atendidos por hora.
- Nivel de satisfacción del cliente.

8. Diseña mejoras

- **Antes de la visita:** permitir agendar cita en portal o App.
- **Llegada:** confirmación automática de cita y asesor asignado.
- **Espera:** mostrar tiempo estimado en pantalla o App.
- **Atención:** servicio personalizado según motivo registrado.
- **Salida:** encuesta rápida para medir satisfacción.

MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

OBJETIVO: Mapear la experiencia del cliente que necesita atención en escritorio en una sucursal de Banco Azteca.

USUARIO: Cliente de Banco Azteca que requiere asistencia en escritorio.

NECESIDAD: Ser atendido de manera rápida y eficiente, sin largas esperas.

PROCESO	ANTES DE LA VISITA	LLEGADA A SUCURSAL	ESPERA PARA SER ATENDIDO	ATENCIÓN EN ESCRITORIO	SALIDA Y PERCEPCIÓN FINAL
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Decide ir a la sucursal. Busca sucursal e información sobre horarios y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Se forma o espera indicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Se mantiene en la fila sin saber el tiempo de atención. 	<ul style="list-style-type: none"> Explica el motivo de su visita. Recibe asesoría y realiza trámite. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluá la experiencia (tiempo invertido, calidad del servicio).
EMOCIONES Y PENSAMIENTOS	Ansiedad por no saber cuánto tiempo tardará.	Incertidumbre sobre el proceso.	Frustración por tiempos prolongados.	Alivio si el servicio es bueno, pero cansancio si esperó demasiado.	Baja satisfacción si perdió mucho tiempo.
PUNTOS DE CONTACTO	Página web o App Recepción en sucursal Escritorio del asesor				
FRICCIONES	No hay tiempo estimado de espera Falta de organización en turnos Incertidumbre sobre disponibilidad de asesores				
OPORTUNIDADES	Implementar sistema de agenda digital Ofrecer confirmación de cita y tiempo estimado Personalizar atención según motivo de visita				
MÉTRICAS	Tiempo promedio de espera Número de clientes atendidos por hora Nivel de satisfacción del cliente				
MEJORAS	<ul style="list-style-type: none"> Permitir agendar cita en portal o App Confirmación automática de cita y asesor asignado. Mostrar tiempo estimado en pantalla o App. 		<ul style="list-style-type: none"> Servicio personalizado según motivo registrado. Encuesta rápida para medir satisfacción. 		