



# MÓDULO IV

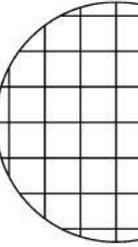
## ¿CONOZCO MIS PROCESOS?

# GESTIÓN DE PROCESOS

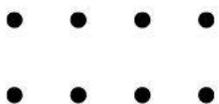
Permite estructurar el trabajo y delimita cuáles son el grupo de tareas a realizar para completar una actividad. Cada trabajo que se realice de forma diferente o sin dirección, podría generar tiempos de espera, generar costos adicionales, o crear conflicto con clientes.

***Por ejemplo: Si tu emprendimiento es un taller mecánico y no defines procesos, podrías estar arreglando desperfectos sin antes tener una cédula de información del cliente. O reparar vehículos pidiendo en algunos casos anticipos y en otros no.***

# ¿QUÉ NOS PERMITE UNA CORRECTA GESTIÓN DE PROCESOS?



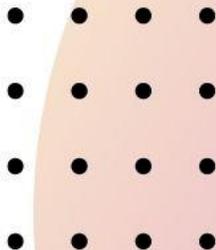
1. Permite hacer las tareas y actividades de una determinada manera y que esa manera sea la mejor que se conoce. **Permite hacer cada proceso consistentemente igual.**
2. Mayor flexibilidad. **Trabajamos por objetivos y no con funciones repetitivas que no agregan valor.**
3. Esclarece responsables en cada etapa. **Quién tiene la responsabilidad dentro del proceso?**



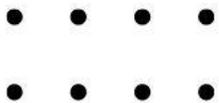
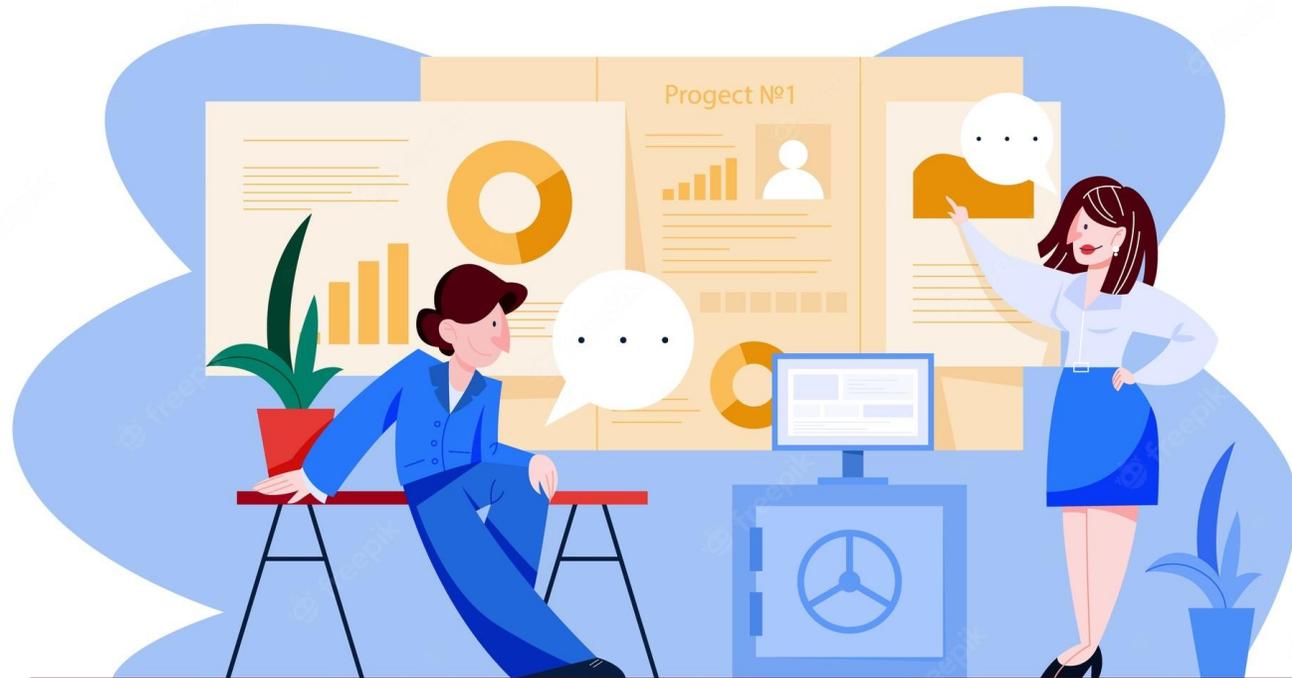
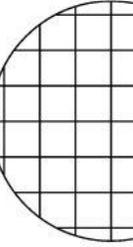
4. Permiten definir objetivos y establecer indicadores medibles. **Permite que sea más sencillo definir objetivos realizables, en un plazo previamente determinado.**

5. Promueve la mejora continua de los procesos. **Nos permite encontrar espacios de optimización, espacios, demoras, cuellos de botella, etc.**

6. Permite establecer herramientas tecnológicas. **Si no tienes procesos, no podrás definir las ayudas de software específicos que necesitas.**



7. Promueve la satisfacción de los clientes. **Buenos resultados, se traducen en una experiencia del cliente optimizada.**





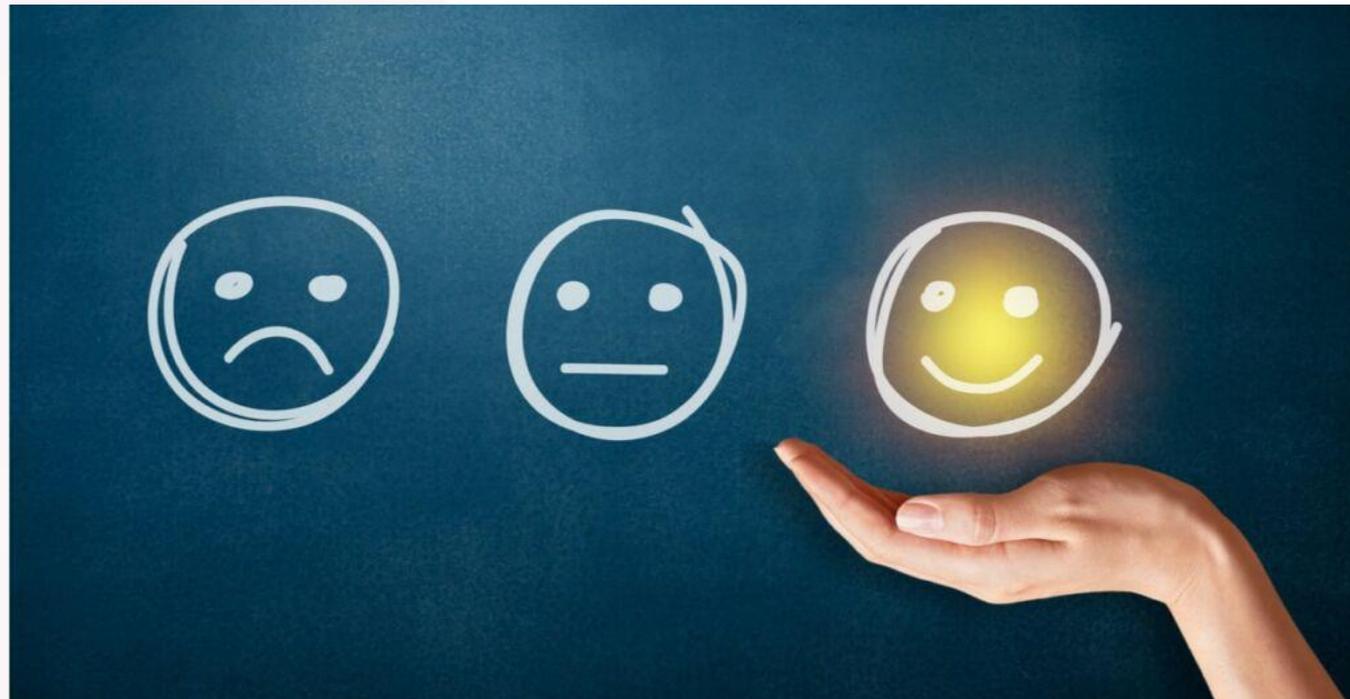
# HERRAMIENTAS PARA GESTIONAR MIS PROCESOS

## CUSTOMER JOURNEY MAP

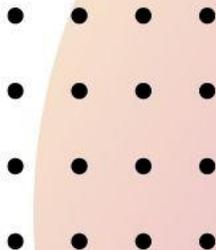
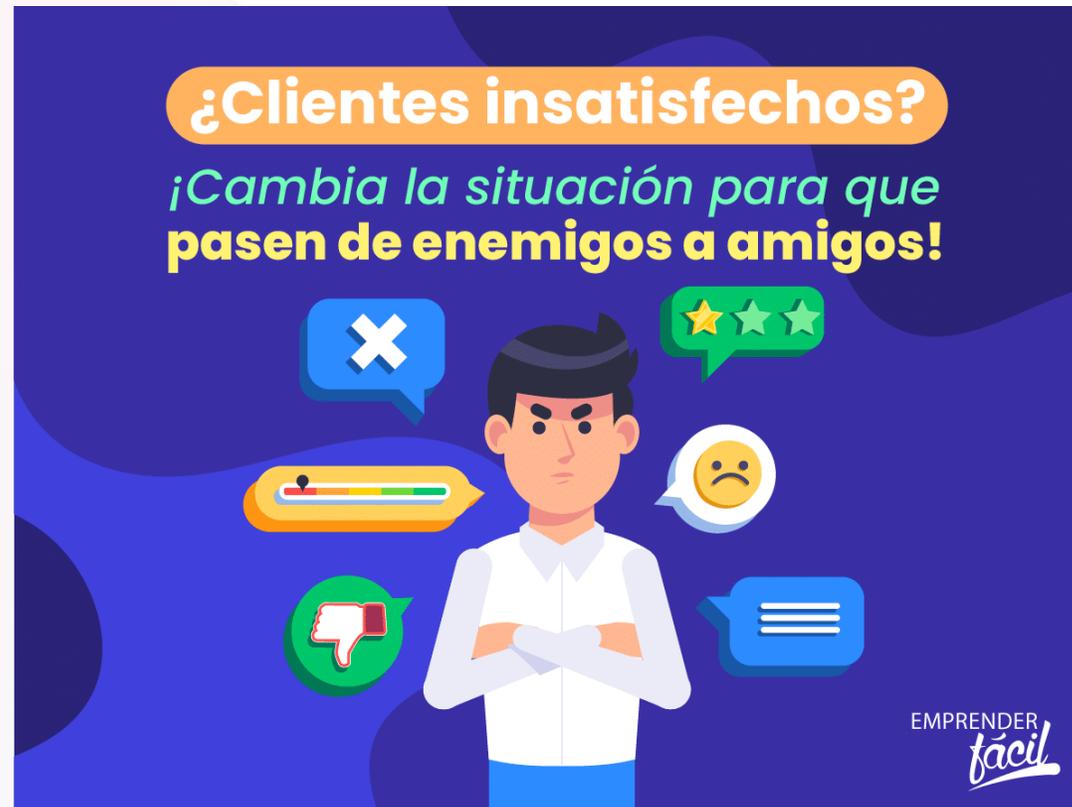
Recuerda que la clave en cualquier negocio es **generar valor para tus clientes.**

Nos permite plasmar en un mapa cada una de las etapas, interacciones, canales y elementos por los que atraviesa un cliente durante todo su proceso de compra para tus productos.

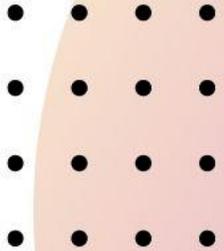
Herramienta fundamental del marketing, tanto offline como digital. Permite identificar cuáles son los puntos de dolor de tu cliente y como mitigarlos o eliminarlos. **Procesos eficientes de compra te diferenciarán de la competencia.**



**OJO** todo el desarrollo tiene que basarse desde la perspectiva del cliente. Visualízate como tu cliente y ve gráficamente todo el proceso para realizar las compras de tus procesos y / o servicios.



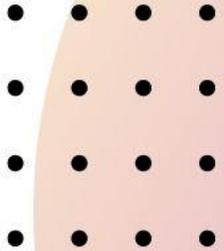
# PROCESO PARA TU CUSTOMER JOURNEY MAP



# LÍNEA DE TIEMPO

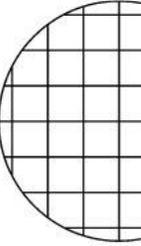
Se determinará cómo se hará el proceso. Comienza antes de que el cliente llegue a realizar la compra.

FASES						
OBJETIVO						
QUÉ ESPERA						
QUÉ RECIBE						
PUNTOS DE CONTACTO						
SENSACIONES						
CONCLUSIONES						

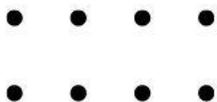


# FASES

Todos los pasos que el cliente debe hacer en cada uno de los procesos de la línea del tiempo.

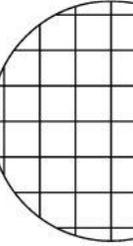


FASES	RESERVA	LLEGADA	MESA	COMIDA	CUENTA	SALIDA
OBJETIVO						
QUÉ ESPERA						
QUÉ RECIBE						
PUNTOS DE CONTACTO						
SENSACIONES						
CONCUSIONES						

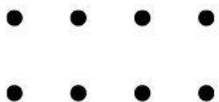


# OBJETIVOS

¿Qué intentarás mejorar? Debemos observar desde afuera el funcionamiento de nuestra empresa y de la competencia.

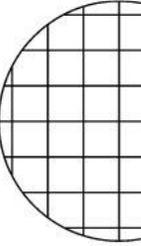


FASES	RESERVA	LLEGADA	MESA	COMIDA	CUENTA	SALIDA
<b>OBJETIVO</b>	EL CLIENTE HAGA SU RESERVA EN LÍNEA	QUE SEA EXPEDITA Y ORDENADA	SABER QUÉ MESAS ESTÁN DISPONIBLES SIEMPRE	QUE AL CLIENTE LE GUSTE	QUE EL CLIENTE SIENTA QUE PAGA LO JUSTO	QUE NO TENGA PROBLEMAS CON SU VEHÍCULO
<b>QUÉ ESPERA</b>						
<b>QUÉ RECIBE</b>						
<b>PUNTOS DE CONTACTO</b>						
<b>SENSACIONES</b>						
<b>CONCUSIONES</b>						

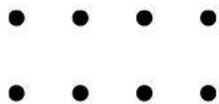


# EMOCIÓN

Picos y valles que ilustran lo que sienten los usuarios (Por ejemplo ira, felicidad, frustración, curiosidad, etc.) Se debe separar en dos áreas: **lo que el cliente quiere y lo que realmente le damos.**



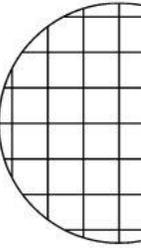
FASES	RESERVA	LLEGADA	MESA	COMIDA	CUENTA	SALIDA
OBJETIVO	EL CLIENTE HAGA SU RESERVA EN LÍNEA	QUE SEA EXPEDITA Y ORDENADA	SABER QUÉ MESAS ESTÁN DISPONIBLES SIEMPRE	QUE AL CLIENTE LE GUSTE	QUE EL CLIENTE SIENTA QUE PAGA LO JUSTO	QUE NO TENGA PROBLEMAS CON SU VEHÍCULO
QUÉ ESPERA	FÁCIL – ÚTIL - AGRADABLE	DISPONIBLE	RÁPIDO - AMABLE	RÁPIDO – SABROSO	ACORDE A LA CARTA	EXPEDITA
QUÉ RECIBE	WEB LENTA - NO ES INTUITIVA	DISPONIBLE - AMABLE	LENTO - AMABLE	LENTO - SABROSO	ACORDE A LA CARTA	LENTO
PUNTOS DE CONTACTO						
SENSACIONES						
CONCUSIONES						



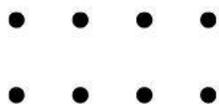
# PUNTOS DE CONTACTO



Personas u objetos con los cuales interacciona el cliente durante la fase que está. Interacciones y acciones del cliente con el producto , servicio u organización.

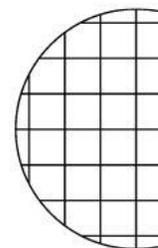


FASES	RESERVA	LLEGADA	MESA	COMIDA	CUENTA	SALIDA
<b>OBJETIVO</b>	EL CLIENTE HAGA SU RESERVA EN LÍNEA	QUE SEA EXPEDITA Y ORDENADA	SABER QUÉ MESAS ESTÁN DISPONIBLES SIEMPRE	QUE AL CLIENTE LE GUSTE	QUE EL CLIENTE SIENTA QUE PAGA LO JUSTO	QUE NO TENGA PROBLEMAS CON SU VEHÍCULO
<b>QUÉ ESPERA</b>	FÁCIL – ÚTIL - AGRADABLE	DISPONIBLE	RÁPIDO - AMABLE	RÁPIDO – SABROSO	ACORDE A LA CARTA	EXPEDITA
<b>QUÉ RECIBE</b>	WEB LENTA - NO ES INTUITIVA	DISPONIBLE - AMABLE	LENTO - AMABLE	LENTO - SABROSO	ACORDE A LA CARTA	LENTO
<b>PUNTOS DE CONTACTO</b>	WEB	VALET PARKING	MESERO	CARTA / MESERO	MESERO / SISTEMA DE PAGO	VALET PARKING
<b>SENSACIONES</b>						
<b>CONCUSIONES</b>						

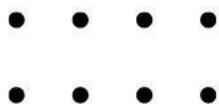


# SENSACIONES

Vamos a poner una carita triste si el consumidor no está a gusto, una carita neutra si esta fase fue indiferente y una carita feliz, si el cliente le agradó la experiencia (de esa fase).

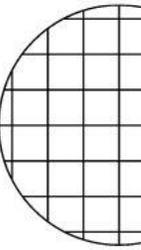


FASES	RESERVA	LLEGADA	MESA	COMIDA	CUENTA	SALIDA
<b>OBJETIVO</b>	EL CLIENTE HAGA SU RESERVA EN LÍNEA	QUE SEA EXPEDITA Y ORDENADA	SABER QUÉ MESAS ESTÁN DISPONIBLES SIEMPRE	QUE AL CLIENTE LE GUSTE	QUE EL CLIENTE SIENTA QUE PAGA LO JUSTO	QUE NO TENGA PROBLEMAS CON SU VEHÍCULO
<b>QUÉ ESPERA</b>	FÁCIL – ÚTIL - AGRADABLE	DISPONIBLE	RÁPIDO - AMABLE	RÁPIDO – SABROSO	ACORDE A LA CARTA	EXPEDITA
<b>QUÉ RECIBE</b>	WEB LENTA - NO ES INTUITIVA	DISPONIBLE - AMABLE	LENTO - AMABLE	LENTO - SABROSO	ACORDE A LA CARTA	LENTO
<b>PUNTOS DE CONTACTO</b>	WEB	VALET PARKING	MESERO	CARTA / MESERO	MESERO / SISTEMA DE PAGO	VALET PARKING
<b>SENSACIONES</b>						
<b>CONCLUSIONES</b>						

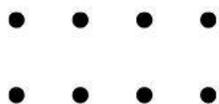


# CONCLUSIONES

Debemos descubrir y estudiar lo que se ha aprendido y desarrollar las maneras de las cuales se van a superar las brechas entre lo que nuestro cliente espera y lo que nosotros como emprendedores le estamos dando.

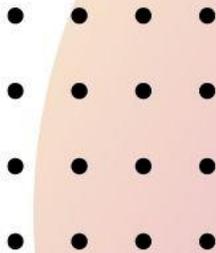


FASES	RESERVA	LLEGADA	MESA	COMIDA	CUENTA	SALIDA
<b>OBJETIVO</b>	EL CLIENTE HAGA SU RESERVA EN LÍNEA	QUE SEA EXPEDITA Y ORDENADA	SABER QUÉ MESAS ESTÁN DISPONIBLES SIEMPRE	QUE AL CLIENTE LE GUSTE	QUE EL CLIENTE SIENTA QUE PAGA LO JUSTO	QUE NO TENGA PROBLEMAS CON SU VEHÍCULO
<b>QUÉ ESPERA</b>	FÁCIL – ÚTIL - AGRADABLE	DISPONIBLE	RÁPIDO - AMABLE	RÁPIDO – SABROSO	ACORDE A LA CARTA	EXPEDITA
<b>QUÉ RECIBE</b>	WEB LENTA - NO ES INTUITIVA	DISPONIBLE - AMABLE	LENTO - AMABLE	LENTO - SABROSO	ACORDE A LA CARTA	LENTO
<b>PUNTOS DE CONTACTO</b>	WEB	VALET PARKING	MESERO	CARTA / MESERO	MESERO / SISTEMA DE PAGO	VALET PARKING
<b>SENSACIONES</b>						
<b>CONCUSIONES</b>	MEJORAR LA WEB	MANTENER EL SERVICIO	MEJORAR LA DISPONIBILIDAD DE MESAS	MEJORAR LA VELOCIDAD DE PREPARACIÓN	MANTENER PRECIOS BAJOS	MEJORAR EL SISTEMA DE SALIDA



# BENEFICIOS

- Facilita la implementación de un servicio proactivo al cliente.
- Mejora la tasa de retención de clientes.
- Desarrolla un enfoque total al cliente.



# ¡REALIZA TU JOURNEY MAP!



Realízalo identificando tu proceso de venta desde que te contacta el cliente hasta que generas la venta y entregas tu producto y/o servicio. Si tu proceso es distinto según el tipo de venta, enfócate en tu giro de venta más frecuente.

**RECUERDA: SER SINCERA, Y ENFOCARTE DESDE LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE.**

**SUBIRLO AL MOODLE MIÉRCOLES 13 / 07 / 2022 ANTES DE LAS 11 P.M.**