

A faded, light-colored background image of a woman's face, likely the person whose name is written in the foreground. The image is centered and occupies most of the upper half of the page.

Luisa Bernhardt

MAPA DE EXPERIENCIA DEL **CLIENTE INTERNO Y EXTERNO**

# Sobre la formación:



¿Sabías que tanto el cliente interno como el externo realizan un viaje dentro de la organización y que este tiene diferentes etapas? Esto es lo que se denomina Mapa de Experiencia del cliente.

Este instrumento no solo sirve para garantizar que los colaboradores tengan experiencias positivas a lo largo de todo el viaje dentro de la organización sino también en poder identificar, evaluar, proponer mejoras o ajustes en las etapas que así lo necesiten.

# Metodología:

Práctica

# Beneficios del programa:

B

- Mejora la agilidad en la relación
- Organización-colaborador-procesos-clientes.
- Contribuye a potenciar las relaciones entre áreas y a su vez los colaboradores.
- Reducción de los conflictos dentro de la organización.
- Incremento de la productividad.
- Disminución y detección de errores a tiempo.
- Mejorar la experiencia tanto del cliente interno como externo.

# Temas abordados:

B

## **Visión de la organización**

### **Definir puntos de encuentro o interacción:**

**Definir las etapas de los procesos como punto de partida, en el proceso de los clientes internos y externos.**

### **Expectativas:**

**Definir e identificar cuáles respuestas o resultados espera la organización**

# Temas abordados:

B

## **Visión del cliente**

- **Experiencia:** Validar la experiencia que está viviendo el cliente dentro de la organización.
- **Emociones:** Analizar qué siente el cliente en los puntos de interacción.
- **Valor:** Conocer la valoración del cliente en cuanto a su experiencia con la organización.
- **Dolor:** Identificar los puntos de dolor tanto con los puntos de encuentro como con la experiencia con la organización.
- **Momentos OMG:** Validar los momentos memorables que experimenta el cliente y cómo extrapolarlos a otras áreas y procesos.



# MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO

Luisa Bernhardt  
ROMPIENDO PATRONES

## VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

¿Cuáles son los puntos de interacción con el cliente?						
¿Qué respuesta espera la organización recibir?						

## VISIÓN DEL CLIENTE

¿Cómo es la experiencia que vive el cliente en cada punto?						
¿Qué emociones experimenta el cliente en cada punto?	😊	😊	😊	😊	😊	😊
	😡	😡	😡	😡	😡	😡
¿Qué valora más el cliente de la experiencia?						
¿Cuáles son los puntos de dolor?						
¿Cuáles son los momentos OMG?						

Recursos

*“Los empleados altamente comprometidos crean una gran experiencia del cliente. Los empleados desconectados, la rompen”*

 829-317-9672

 luisabernhardt.com

 @luisabernhardt

 info@luisabernhardt.com