

CUSTOMER JOURNEY

The Italian Coffee Company

| Etapas de la experiencia | Conciencia y Descubrimiento | Consideración y Primer contacto | Decisión | Servicio | Post-Servicio y fidelización |
|--|---|--|--|---|---|
| Objetivos ¿Qué busca resolver o lograr el usuario? | Un cliente se da cuenta que necesita salir con sus amigos a platicar. | Investiga más sobre la cafetería y considera visitarla. | Decide visitar la cafetería. | Disfrutar de la experiencia en la cafetería. | Reflexiona sobre su experiencia y decide si volverá. |
| Acciones ¿Qué hace el usuario en el proceso? | <ul style="list-style-type: none"> Redes sociales Publicidad online Recomendaciones de amigos o familiares | Lee reseñas y calificaciones en Google, Yelp, TripAdvisor y mira publicaciones y fotos en redes sociales. | <ul style="list-style-type: none"> Elige un día y hora para visitar la cafetería. Verifica la ubicación y el horario de apertura. | <ul style="list-style-type: none"> Llega a la cafetería y hace su pedido. Interactúa con el personal y consume su pedido. | Publica una reseña o foto en redes sociales. |
| Puntos de Contacto ¿De qué manera interactúan con el servicio? | <ul style="list-style-type: none"> Se comunican por medio de Redes Sociales como Instagram Dm Via WhatsApp | Reseñas online | Google Maps para la ubicación y horario. | Personal de la cafetería. | <ul style="list-style-type: none"> Encuestas de satisfacción. Redes sociales. |
| Experiencia del usuario ¿Cómo se siente el usuario con cada interacción? | <ul style="list-style-type: none"> Se siente curioso y emocionado por encontrar un nuevo lugar para socializar. | Siente expectativa y emoción al ver buenas reseñas y fotos atractivas. | Siente seguridad y entusiasmo por visitar un nuevo lugar. | Siente satisfacción y comodidad por el buen servicio y ambiente agradable. | Siente satisfacción y lealtad. |
| Pains & Gains ¿Qué fricciones hay con el usuario? ¿Qué disfruta? | Pains: Puede sentirse disgustado por la ubicación Gains: Encuentra una cafetería que se ve interesante y acogedora. | Pains: Puede encontrar información inconsistente o escasa. Gains: Encuentra buenas reseñas y fotos atractivas que lo motivan a visitar. | Pains: Puede preocuparse por la disponibilidad de asientos o el tiempo de espera. Gains: Encuentra la ubicación fácilmente y confirma que está abierto. | Pains: Posible tiempo de espera. Gains: Recibe un servicio amable y un producto de calidad. | Pains: Puede olvidarse de la experiencia si no hay seguimiento. Gains: Recibe beneficios de programas de fidelización y se siente valorado. |
| Soluciones ¿Cómo se podría mejorar la interacción? | <ul style="list-style-type: none"> Publicaciones atractivas en redes sociales. Publicidad dirigida y efectiva. | <ul style="list-style-type: none"> Fomentar reseñas positivas. Mantener las redes sociales activas y atractivas. | <ul style="list-style-type: none"> Ofrecer reservas online. Proveer información clara sobre horarios y ubicación. | Mantener consistencia en la calidad de los productos. | <ul style="list-style-type: none"> Enviar encuestas de satisfacción. Ofrecer programas de fidelización atractivos. Mantener comunicación constante con los clientes. |