



GUATEMALA  
**INNOVATION**  
FORUM 2019

The background features a vibrant rainbow gradient from purple at the top to green at the bottom, overlaid with a pattern of small, semi-transparent dots. A large white circle is centered on the page, containing the title text.

# La Travesía del Cliente

# DAVID vs GOLIAT

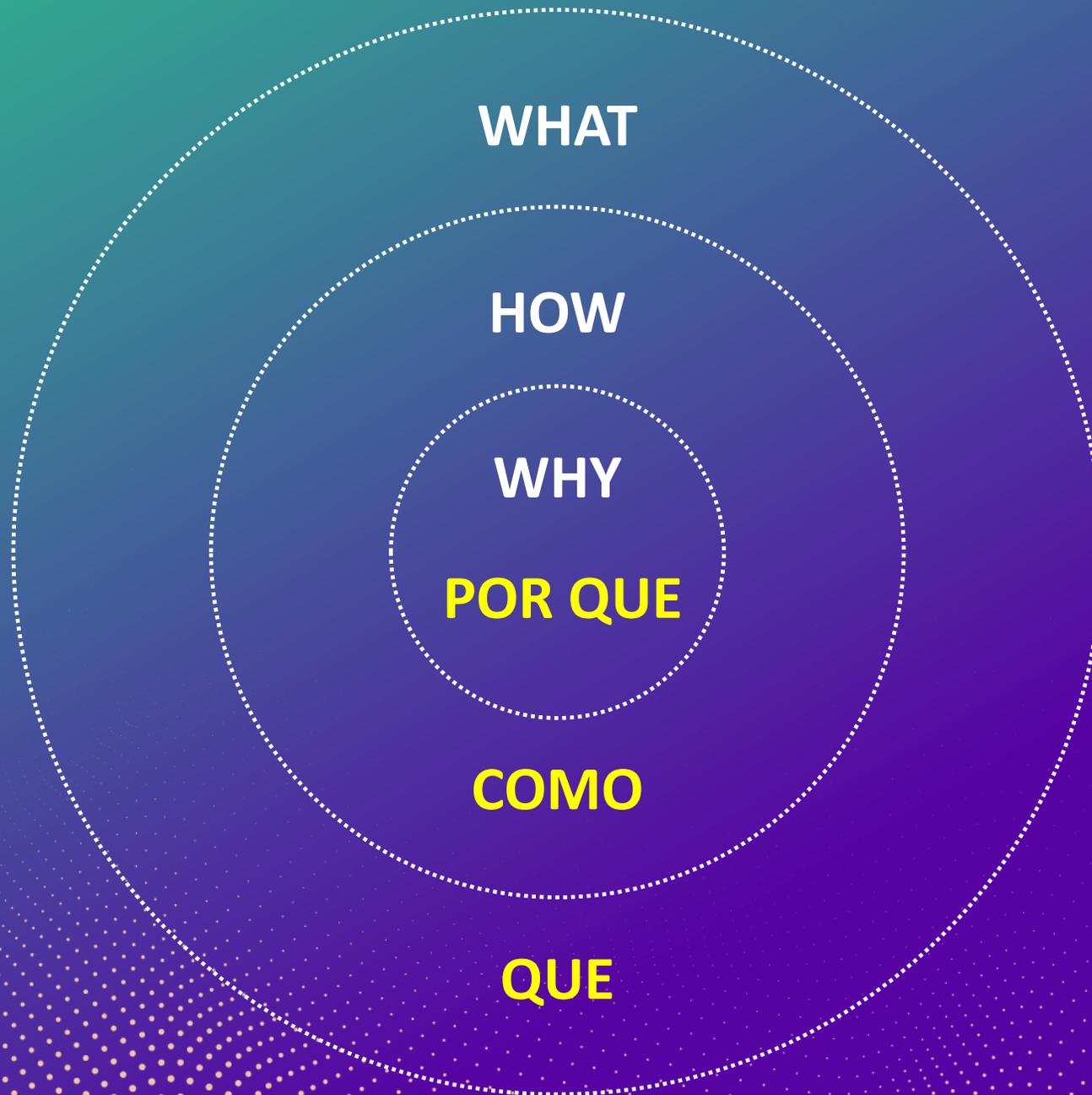
Malcom Gladwell



# PROPOSITO

(RAZON DE SER)

# START WITH WHY



## Apple

**Por qué:** Cuestiona el status quo y creemos que detrás de cada persona hay un genio

**Cómo:** Al liderar con diseño por dentro y por fuera, creamos dispositivos fáciles de usar y altamente intuitivos.

**Qué:** Teléfonos, reproductores de música, computadoras, tabletas que son algunos de los mejores del mercado. Todos tienen un diseño limpio similar y una interfaz simple.

## Nike

**Por qué:** Equipamos a los mejores atletas (y a cualquiera que se esfuerce por ser) en el mundo.

**Cómo:** Ayudando a los atletas a elevar su rendimiento y a que se den cuenta de su potencial.

**Qué:** Tennis, ropa deportiva y equipo para hacer deporte.

## Pulpey

**Por qué:** Queremos hacer el emprendimiento mas fácil

**Cómo:** Desarrollando productos y servicios disruptivos que democratizen el acceso a la información y el desarrollo constante de productos

**Qué:** Estudios de mercado, metodologías de desarrollo de productos y asesorías.

# LA TRAVESIA

DEL CLIENTE

# La Travesía del Cliente

Motivación



Objetivo



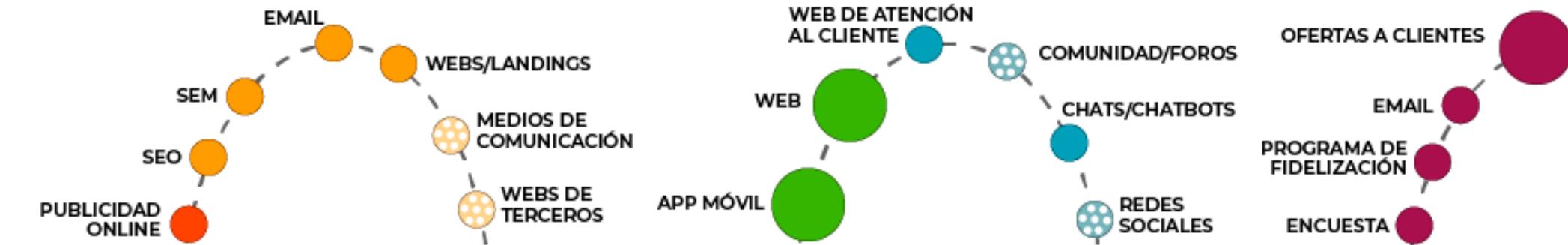
# La Travesía del Cliente



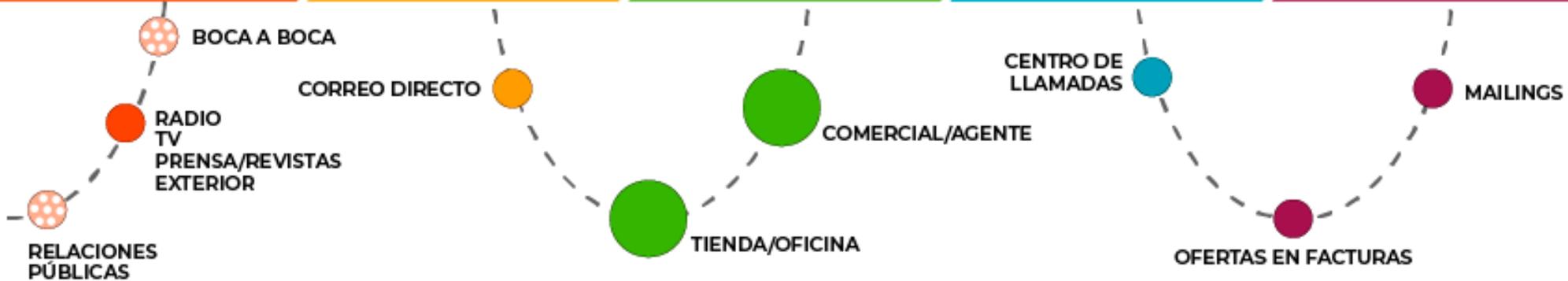
EXPERIENCIA DEL CLIENTE

# La Travesía del Cliente

## PUNTOS DE CONTACTO DIGITAL



## PUNTOS DE CONTACTO OFFLINE



-  PUNTO GANADO
-  PUNTO TRABAJADO

NETFLIX

Google

ANFORA



# Decodificando la Experiencia

¿Cuál es la motivación?

¿Cuál es el objetivo final?

Jornada

Etapa

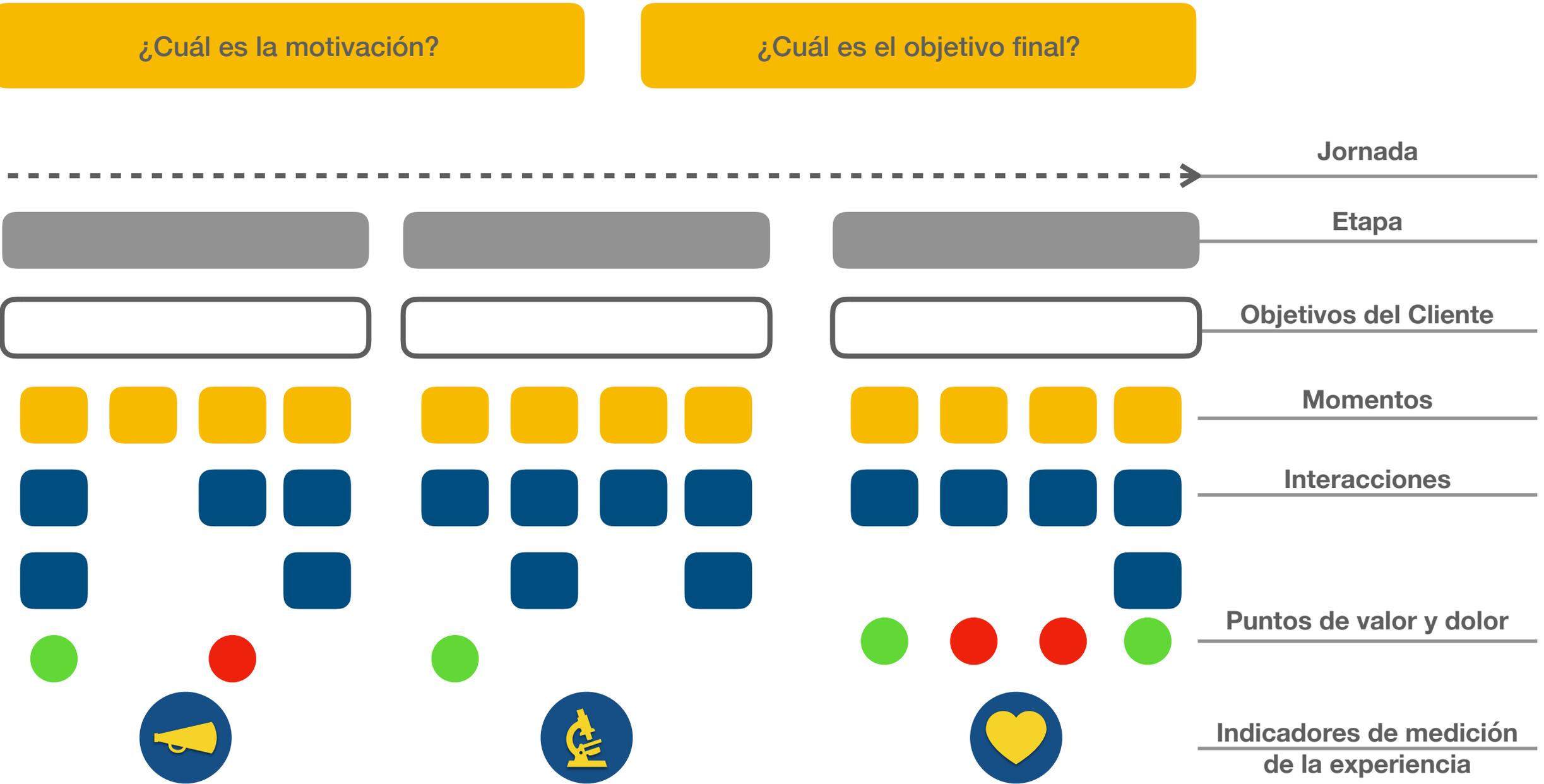
Objetivos del Cliente

Momentos

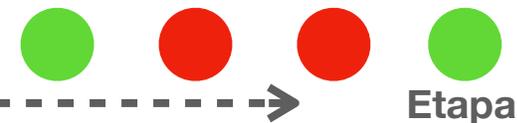
Interacciones

Puntos de valor y dolor

Indicadores de medición de la experiencia



# Cita al Consultorio



Consideración	Realización Cita	Cita	Compra Med	Terapia	Fidelización
<p>Buscar al mejor Dr.</p> <p>Busco la especialidad</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pregunto, busco en internet, llamo al seguro, busco en el directorio</li> </ol> <p>Busco al doctor de la especialidad</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. (1.1)</li> </ol>	<p>Realizar cita ASAP</p> <p>1. Llamo</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llamo a la clínica</li> <li>2. Hablo por Whastapp</li> <li>3. Envié un correo</li> <li>4. Busco espacio en mi calendario</li> </ol>	<p>Encontrar la razón</p> <p>1. Voy hacia la clínica</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Busco en waze</li> <li>2. Llamo para buscar referencias del lugar</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Me anuncio</li> <li>3. Entro con el doctor</li> </ol>	<p>Encontrar el mejor \$</p> <p>1. Voy a la farmacia</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Busco la más cercana</li> <li>2. Busco la más barata</li> </ol>	<p>Aliviarme</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leo como debo tomarme o dosificarme el medicamento</li> <li>2. Pongo el medicamento cerca</li> <li>3. Pongo recordatorios</li> <li>4. Empiezo tratar de sentir mejorías</li> </ol>	<p>Sentirme bien</p>
<p>No todas las personas conocen las especialidades</p> <p>Los directorios son confusos</p> <p>Termino con el mismo dr.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No contestan</li> <li>2. Me atienden hasta dentro de 2 semanas</li> <li>3. Solo pueden de 8 a 5</li> <li>4. El mero día se me olvida</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Casi nunca están en waze</li> <li>2. No dan buenas referencias</li> <li>3. Parqueo está lleno</li> <li>4. La cita es a las 10 me atienden a las 12</li> <li>5. El doctor ni me escuchó todo</li> <li>6. No sé como usar el seguro</li> <li>7. El parqueo es carísimo</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No se entiende la letra del doctor</li> <li>2. No tienen exacto lo que me pidió el doctor (medicamento o terapia)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No recuerdo bien como era</li> <li>2. Se me olvida tomarmelo</li> <li>3. No sé que debo de sentir</li> <li>4. Solo me siento bien y no terminó el medicamento</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El doctor ya ni me preguntó como me siento</li> <li>2. Cuando voy con otro Dr y me pregunta que tuve ni me acuerdo</li> </ol>
<p>El doctor es reconocido</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tenemos varios doctores y eso nos da disponibilidad</li> <li>2. Atendemos en horarios</li> </ol>				
<p>Google Ad Words con palabras clave "Dolor de, especialidad estómago"</p> <p>Poner información en el</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilizar Calendy con Fb Calendars para dar disponibilidad</li> <li>2. Llamar/ enviar SMS un</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enviar por correo toda la información</li> <li>2. Indicar cual es la mejor farmacia</li> <li>3. Tener una farmacia</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enviar por correo toda la información de la terapia</li> <li>2. Enviar recordatorios diarios</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar llamada de seguimiento</li> <li>2. Enviar encuesta de validación</li> </ol>

PÁGINAS WEB



PROYECTOS Y EQUIPOS



CREACIÓN CONTENIDO



GUARDAR Y COMPARTIR DATA

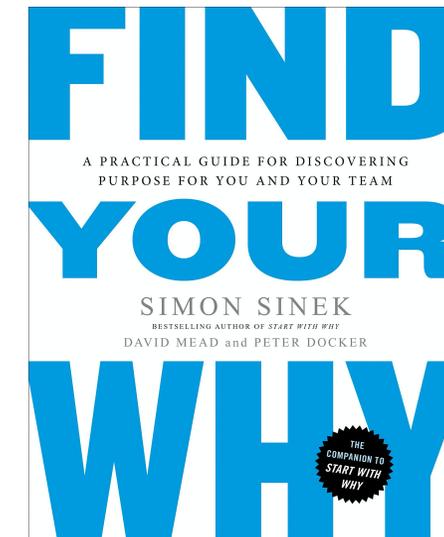
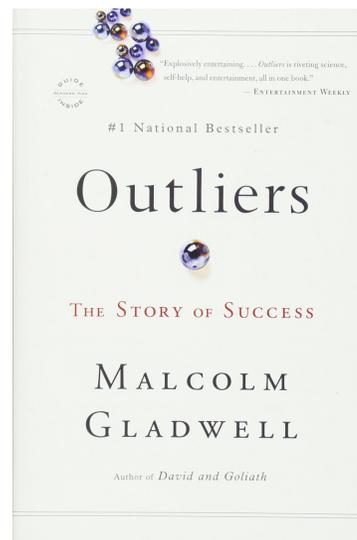
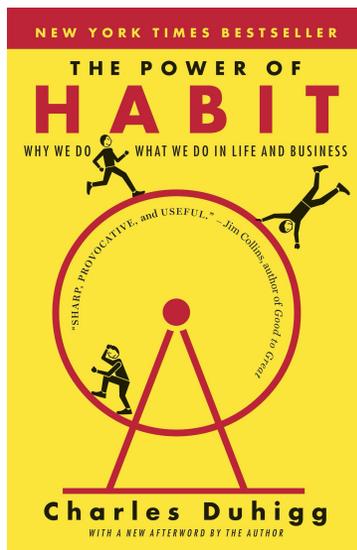
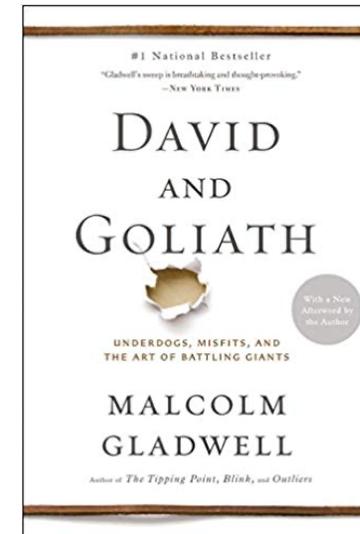
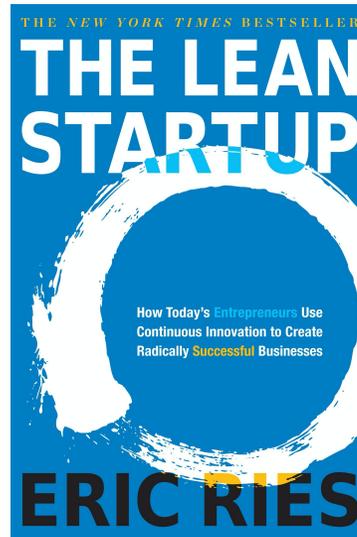
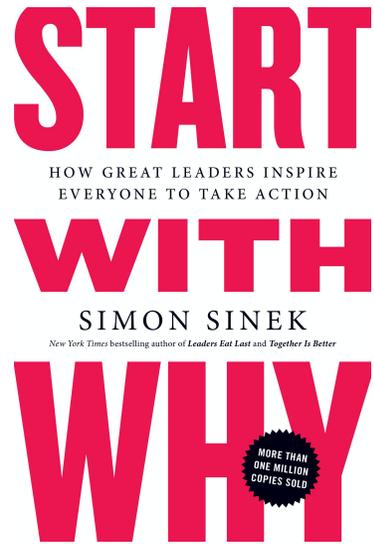


ESTUDIOS DE MERCADO / UX



ESTUDIOS DE MERCADO / UX







GUATEMALA  
INNOVATION  
FORUM 2019

**#GIF2019**  
📺 🐦 📘 📷 in / PronacomGT

