

PARTE 1: EVALÚA Y ANALIZA TU CONFIGURACIÓN ACTUAL

Paso 4: representa la experiencia actual en un modelo de servicio

Ahora que has terminado tu investigación, puedes empezar a recopilar tus conclusiones en un documento compartido para que las dificultades y las lagunas queden patentes.

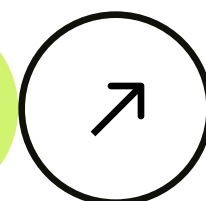
¿Qué es un modelo de servicio?

En esencia, un modelo de servicio describe las etapas clave del recorrido del cliente, por ejemplo descubrir un producto, hacer una compra o buscar asistencia, y distingue entre las interacciones visibles que tiene el cliente y los procesos internos que las hacen posibles.

Preguntas útiles que puedes hacerte al crear tu modelo de servicio

1. ¿Qué está haciendo el cliente en cada paso y qué intenta lograr?
2. ¿Qué desencadena cada paso y qué indica que está completo?
3. ¿Qué ve el cliente y qué información tiene (o no tiene)?
4. ¿Qué pasa entre bastidores para respaldar este paso (equipos, sistemas, herramientas, datos, decisiones)?
5. ¿En qué medida cada paso se basa en suposiciones, en criterios personales o en conocimientos no documentados?
(*CONSEJO: Procesos poco formales, dudosos o inconsistentes: es muy recomendable revisarlos a medida que avanzas.*)

[DESCARGA UNA PLANTILLA DE MODELO DE SERVICIO](#)



Estructura de un modelo de servicio

Empieza por las etapas del ámbito que hayas elegido en el Paso 1 y, a continuación, traza el recorrido de forma cronológica. Registra lo que hacen los clientes, lo que ven, qué desencadena cada paso y qué tareas se llevan a cabo entre bastidores, sobre todo los procesos informales o inconsistentes que merezca la pena revisar más adelante.

Plantilla de los planos de servicio



Etapas del recorrido del cliente: fases generales de la experiencia que describen lo que el cliente pretende conseguir a lo largo del tiempo.

Acciones del cliente: Pasos específicos y comportamientos que el cliente adopta en cada etapa del recorrido.


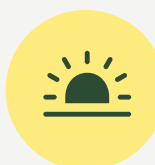



Primer plano (puntos de contacto visibles)*: las personas, los procesos, la tecnología y las comunicaciones que el cliente ve, oye o con las que interactúa directamente.

Línea de visibilidad: la línea que separa las interacciones que ve el cliente (la parte visible) de las actividades que se realizan entre bastidores (la parte oculta).

Entre bastidores (operaciones invisibles): las personas, los procesos, los sistemas y las automatizaciones que respaldan la experiencia, pero que no son visibles para el cliente, como las herramientas internas, los flujos de trabajo y las bases de conocimientos.

*Si tienes varios canales, tipos de puntos de contacto o algunas categorías de puntos de contacto, considera separar esto en varias filas para un mapeo más detallado

PLANTILLA DE LOS PLANOS DE SERVICIO

		1ª ETAPA	2ª ETAPA	3ª ETAPA	4ª ETAPA	5ª ETAPA	6ª ETAPA	7ª ETAPA
DE CARA AL CLIENTE	 Pasos del cliente							
	 Puntos de contacto con el cliente							
ENTRE BASTIDORES	 Gente							
	 Procesos							
	 Tecnología							