JOURNEY MAP FUTURO

	CONCIENCIA	CONSIDERACIÓN	ADQUISICIÓN	ONBOARDING	USO REGULAR	RETENCIÓN/FIDELIZACIÓN	RECOMENDACIÓN
ACCIONES DEL USUARIO	• Participan en una reunión donde presentamos la propuesta del CRM personalizado, tras haber diagnosticado las dificultades actuales. • Reciben materiales informativos que detallan cómo el CRM abordará sus necesidades específicas. • Comienzan a discutir internamente sobre las posibilidades y beneficios de la nueva herramienta.	• Revisan detenidamente la propuesta del CRM, analizando cómo se adapta a sus procesos actuales y la estrategia comercial. • Plantean preguntas y expresan preocupaciones sobre la funcionalidad, usabilidad y beneficios a largo plazo. • Consultan con colegas y superiores para tomar una decisión informada.	• Aceptan oficialmente la implementación del CRM tras la fase de consideración. • Participan en la planificación del despliegue, incluyendo fechas y recursos necesarios. • Comienzan el proceso de registro en el sistema, seleccionando su tipo de usuario (Gerente o Vendedor).	• Acceden al CRM y completan el proceso de registro de usuario. • Exploran la opción de ver **Manuales de Usuario** y realizan tutoriales interactivos. • Personalizan la interfaz del CRM según sus preferencias y necesidades.	**Vendedores:** • Utilizan el módulo de Registro de Clientes para gestionar información de manera eficiente. • Realizan la Toma de Pedidos directamente en el CRM, agilizando el proceso y reduciendo errores. • Consultan el Inventario en tiempo real para informar a los clientes sobre disponibilidad. • Analizan el Dashboard de Productos Más Vendidos para orientar sus estrategias de venta. **Gerentes:** • Monitorean el desempeño del equipo y las ventas a través de los Dashboards. • Toman decisiones informadas sobre inventario y abastecimiento. • Generan reportes personalizados para reuniones y planificación estratégica. • Supervisan y optimizan procesos basados en datos actualizados.	• Continúan utilizando el CRM como herramienta central en sus operaciones. • Participan en capacitaciones avanzadas para aprovechar nuevas funciones o actualizaciones. • Comparten sugerencias y solicitudes de mejora con el equipo consultor.	• Recomiendan el CRM a nuevos empleados y en otras áreas de la empresa. • Participan en testimonios o estudios de caso que realzamos como parte de nuestra intervención. • Comparten su experiencia positiva en redes profesionales y eventos del sector.
PUNTOS DE CONTACTO (TOUCHPOINTS)	• Presentación formal del CRM en reuniones con gerente y vendedores. • Entrega de documentos, folletos y correos electrónicos explicativos. • Interacciones directas con el equipo consultor para aclarar dudas iniciales.	• Sesiones de demostración detalladas del CRM, enfocadas en los módulos relevantes. • Talleres participativos donde pueden interactuar con prototipos o versiones preliminares. • Reuniones de seguimiento para abordar preguntas y ajustar la propuesta según sus necesidades.	• Plataforma de registro en línea del CRM personalizada para la empresa. • Comunicaciones sobre cronogramas de implementación y próximos pasos. • Soporte del equipo consultor para facilitar una transición suave.	• Asistente virtual o guía de inicio rápido dentro del CRM. • Sesiones de capacitación personalizadas, diferenciadas para gerentes y vendedores. • Soporte técnico disponible para resolver dudas en tiempo real.	• Interfaz diaria del CRM, accesible desde dispositivos de la empresa. • Notificaciones y alertas automáticas sobre eventos clave (ventas importantes, stock bajo). • Soporte y actualizaciones regulares del sistema.	• Comunicaciones periódicas sobre actualizaciones y mejoras del CRM. • Soporte proactivo para resolver problemas y optimizar el uso. • Espacios de colaboración y comunidad interna para compartir experiencias.	• Reuniones de retroalimentación y mejora continua. • Comunicaciones internas que destacan historias de éxito y buenas prácticas. • Eventos o seminarios donde se presentan los logros alcanzados gracias al CRM.
EMOCIONES O ESTADOS DE ÁNIMO DEL USUARIO	Intrigado	Indecision	Entusiasmado y optimista	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
OPORTUNIDADES DE MEJORA O PUNTOS CRÍTICOS	• Curiosidad por conocer las características y ventajas del CRM propuesto. • Esperanza de que la solución mejore su eficiencia y reduzca errores. • Cautela o escepticismo ante la introducción de una nueva tecnología por consultores externos. • Mejora: Presentar casos prácticos y demostraciones que muestren el valor tangible del CRM para sus roles específicos.	• Interés creciente al entender mejor cómo el CRM puede facilitar su trabajo. • Ansiedad por el proceso de adaptación y aprendizaje de una nueva herramienta. • Confianza al ver que sus preocupaciones son tomadas en cuenta. • Mejora: Involucrar a usuarios clave en pruebas piloto para personalizar aún más el CRM.	• Alivio al dar el paso hacia una solución que promete mejorar su trabajo. • Expectativa por ver los resultados y beneficios en acción. • Incertidumbre sobre cómo será el proceso de adaptación. • Mejora: Establecer un plan de implementación claro y accesible para todos.	• Entusiasmo al comenzar a utilizar una herramienta moderna y adaptada. • Desafío al aprender nuevas funcionalidades y flujos de trabajo. • Confianza al dominar las primeras tareas y configuraciones. • Mejora: Proporcionar recursos de aprendizaje variados (videos, guías, webinars) para diferentes estilos de aprendizaje.	• Productividad al completar tareas con mayor rapidez y precisión. • Satisfacción al ver mejoras en resultados y reducción de problemas anteriores. • Confianza en la herramienta como parte integral de su trabajo diario. • Mejora: Recopilar feedback continuo para ajustar y mejorar funcionalidades según el uso real.	• Lealtad hacia el CRM por los beneficios continuos que aporta. • Motivación para seguir mejorando y aprendiendo sobre la herramienta. • Satisfacción al ver que sus aportes son considerados y aplicados. • Mejora: Implementar programas de reconocimiento y recompensas por el uso efectivo del CRM.	• Orgullo por los avances y mejoras logradas. • Entusiasmo por compartir conocimientos y ayudar a otros. • Reconocimiento al ser valorados por su contribución al éxito de la empresa. • Mejora: Facilitar plataformas y espacios para que los usuarios compartan sus experiencias y aprendizajes.