

# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

*Los clientes son más exigentes, que esperan conseguir lo que quieren, cuándo, cómo y dónde lo quieren. Para satisfacer estos requerimientos, se precisa transformar los procesos de negocio desde una perspectiva de los puntos de contacto, tomando en cuenta las expectativas y emociones del cliente*

## Autor



**Abilio Tinoco Leon**

Transformation  
Business Consultant

## Contenido

- Resumen
- Negocio digital y la transformación de la experiencia del cliente
- Experiencia del cliente
- Diseño de recorrido del cliente
- ARIS para la transformación de la experiencia del cliente
- Modelamiento de recorrido y puntos de contacto del cliente
- Análisis de recorrido del cliente
- Análisis de los riesgos e iniciativas de los puntos de contacto del recorrido
- Análisis de los puntos de contacto en el proceso de negocio
- Análisis del punto de contacto del cliente
- Transformación de los puntos de contacto
- Conclusiones
- Referencias

## Resumen

Las empresas enfrentan el desafío de conocer las expectativas del cliente, para responder oportunamente con la transformación de la experiencia del cliente y poder mejorar su posición en su mercado. Este documento tiene el propósito de presentar el modelamiento, análisis y diseño de procesos de negocio desde una perspectiva externa (del cliente) e interna (del proceso) con la plataforma ARIS.

Los modelos de recorrido del cliente y de procesos de negocio están basados en ARIS.

El artículo presenta los modelos requeridos para la transformación de la experiencia del cliente.

## Negocio digital y la transformación de la experiencia del cliente

Uno de los conductores para el éxito de un negocio digital es la gestión de la experiencia del cliente – CXM. La CXM ayuda a entender las expectativas del cliente y cómo los clientes quieren interactuar con los procesos de negocio [Software AG, 2016].

Las empresas podrían lograr resultados disruptivos a través de la transformación a un negocio digital. Una empresa de banca transformando la experiencia de su cliente a través de un sistema de promoción de marketing personalizado a tiempo real. Una empresa de telecomunicaciones transformando la experiencia de su cliente realizando una oferta adecuada al cliente adecuado en el momento adecuado.

# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

La atención de las expectativas del cliente podría implicar la renovación del modelo de negocio y asimismo la transformación de los procesos de negocio.

## Experiencia del cliente

La experiencia está relacionado a un valor cognitivo a diferencia de la eficiencia que está relacionado al tiempo y el esfuerzo. La experiencia del cliente es la respuesta subjetiva e interna que el cliente ha tenido en algún contacto directo o indirecto con la empresa [Walden, 2017].

El punto de contacto del cliente es algún punto de contacto en algún proceso de negocio, donde se puede establecer o romper sus relaciones con el cliente, es donde se puede lograr las expectativas y emociones esperadas del cliente.

La identificación y transformación de los puntos de contacto en un proceso de negocio es un principio de la CXM.

## Diseño de recorrido del cliente

Para entender el recorrido del cliente se requiere modelar los puntos de contacto desde la conciencia hasta la compra, donde cada punto de contacto debe ser analizado para ver si el comportamiento del cliente es como se espera.

El diseño del recorrido del cliente precisa de las siguientes actividades [Riley, 2017]:

- Entender como desea que su cliente interactúa con usted.
- Modelar como interactúa con su cliente.
- Analizar el recorrido del cliente.

## ARIS para la transformación de la experiencia del cliente

ARIS permite modelar el recorrido y puntos de contacto del cliente a través de los diagramas:

- El panorama recorrido del cliente, describe las etapas del ciclo del cliente y las actividades que el cliente realiza cuando se encuentra en cada etapa.
- El mapa de recorrido del cliente, describe los pasos que el cliente realiza durante una actividad, y para cada paso las describe el responsable, canal, entrada y salida de datos, riesgos, indicadores e iniciativas
- Mapa de puntos de contacto, describe los responsable, puntos de contacto y canales.
- Diagrama de asignación de puntos de contacto, describe los puntos de contacto con el proceso de negocio, además del responsable, canal, entrada y salida de datos, riesgos, indicadores e iniciativas.

# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

## Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

ARIS permite analizar los puntos de contacto con los proceso de negocio.

ARIS permite especificar la transformación del punto de contacto para cumplir con las expectativas y emociones del cliente.

*Los modelos que se muestran en la sección de modelamiento y análisis de recorrido del cliente pertenecen a la base de datos United Motor Group hecho ARIS de Software AG.*

### Modelamiento de recorrido y puntos de contacto del cliente

El recorrido del cliente puede describirse desde una perspectiva contextual a través del panorama de recorrido de cliente y desde una perspectiva detallada a través del mapa de recorrido del cliente y los puntos de contacto del recorrido del cliente pueden consolidarse a través del mapa de puntos de contacto con el propósito de su gestión efectiva.

#### Panorama de recorrido del cliente

El panorama de recorrido del cliente provee una visión del recorrido del cliente en cada una de las etapas de su ciclo, el impacto de la experiencia cliente, el impulsor de negocio y su importancia para el negocio.



#### Mapa de recorrido del cliente

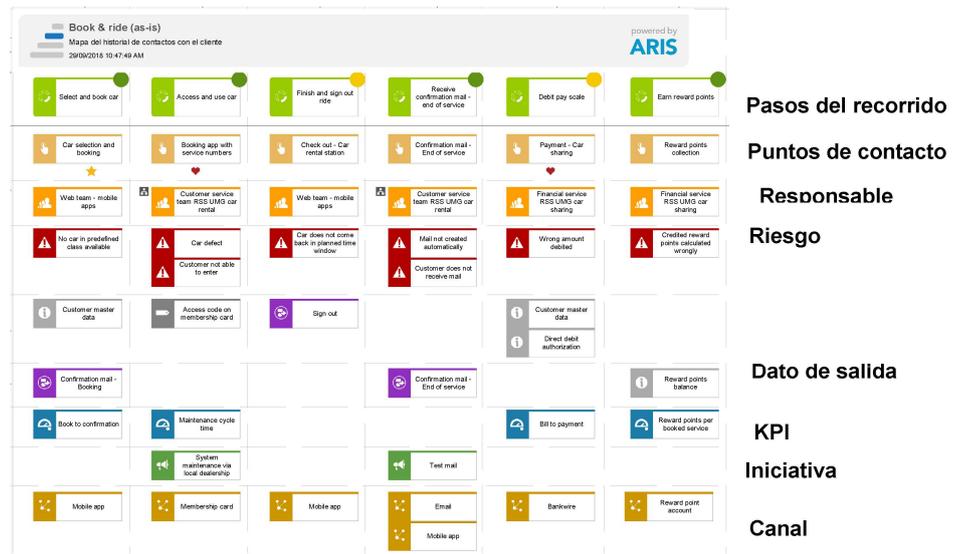
El mapa de recorrido del cliente provee una visión de los pasos del recorrido y el respectivo impacto de la experiencia cliente, el impulsor de negocio y su importancia para el negocio.

Para cada uno de los pasos del recorrido se puede describir los puntos de contacto, el responsable, los riesgos, los datos de entrada

# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

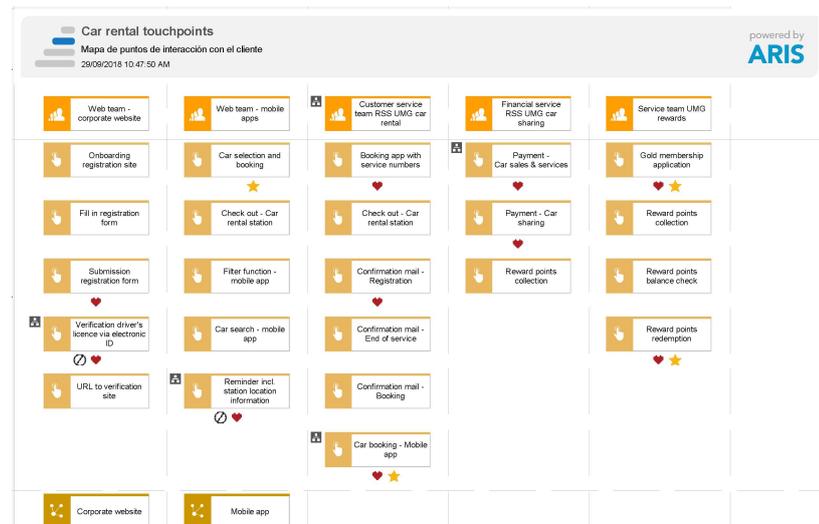
Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

y salida, los KPI, las iniciativas y canales, también puede describir las expectativas y los sentimientos del cliente. Además, se puede resaltar los puntos de contacto del cliente importantes como momentos de la verdad (MoTs), como puntos de buenas prácticas (❤️). La identificación y transformación de los MoTs permiten lograr la transformación de la experiencia del cliente.



## Mapa de puntos de contacto

El mapa de puntos de contacto provee una visión de los puntos de contacto para para priorizar, organizar, administrar, supervisar y planificar la transformación de los puntos de contacto del cliente.



# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

## Análisis de recorrido del cliente

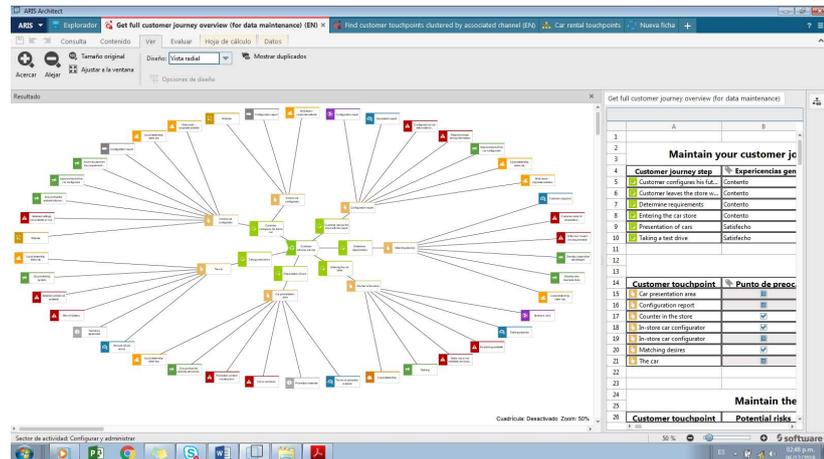
El análisis del recorrido del cliente tiene el propósito de identificar las oportunidades de mejora de la experiencia del cliente.

El análisis de recorrido del cliente puede consistir en el análisis holístico de los pasos del recorrido del cliente, el análisis de las iniciativas y riesgos en el recorrido del cliente, análisis de los puntos de contacto por canal, análisis de los puntos de contacto por responsable, el análisis de los procesos que interactúan con el recorrido, el análisis de los puntos de contacto en el proceso de negocio y finalmente el análisis del punto de contacto.

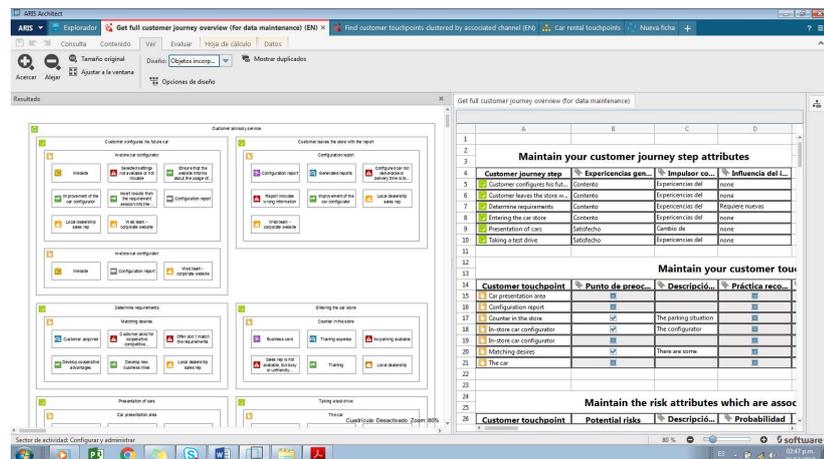
## Análisis holístico de los pasos de recorrido del cliente

Con el propósito de entender el contexto del recorrido del cliente, puede realizar el análisis holístico de los pasos del recorrido del cliente, desde una perspectiva anidada y una vista radial.

### Vista radial



### Vista anidada

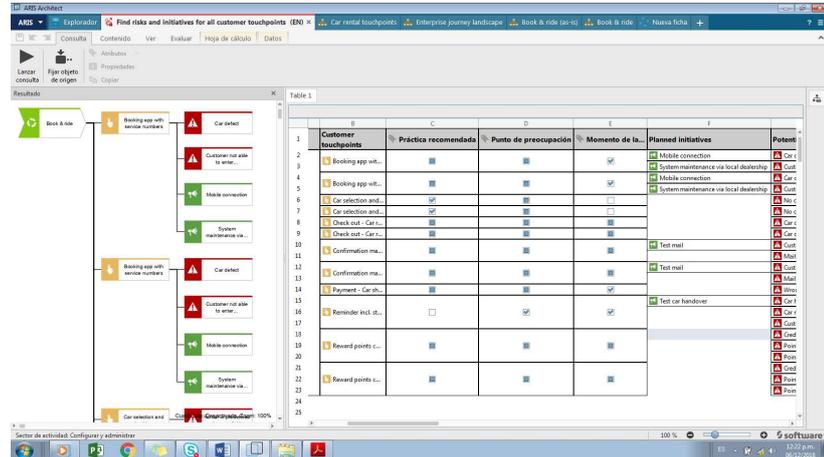


# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

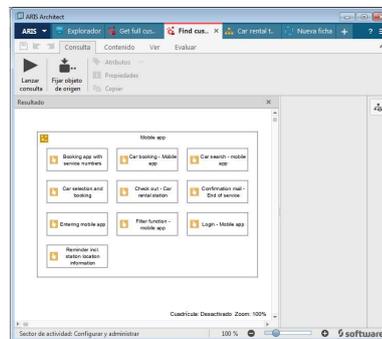
## Análisis de las iniciativas y riesgos en el recorrido del cliente

Con el propósito de evaluar las iniciativas y los riesgos se puede realizar el análisis los riesgos e iniciativas en el recorrido del cliente.



## Análisis de los puntos de contacto por canal

Con el propósito de evaluar la importancia del canal utilizado para interactuar con el cliente se puede hacer el análisis de puntos de contacto por canal.

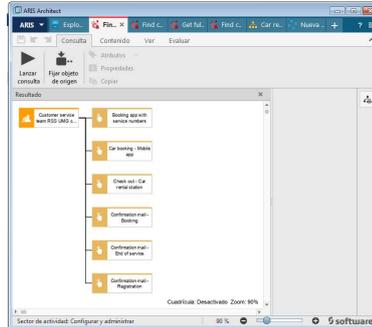


## Análisis de los puntos de contacto por responsable

Con el propósito de evaluar la importancia del responsable empleado para interactuar con el cliente se puede hacer el análisis de puntos de contacto por responsable.

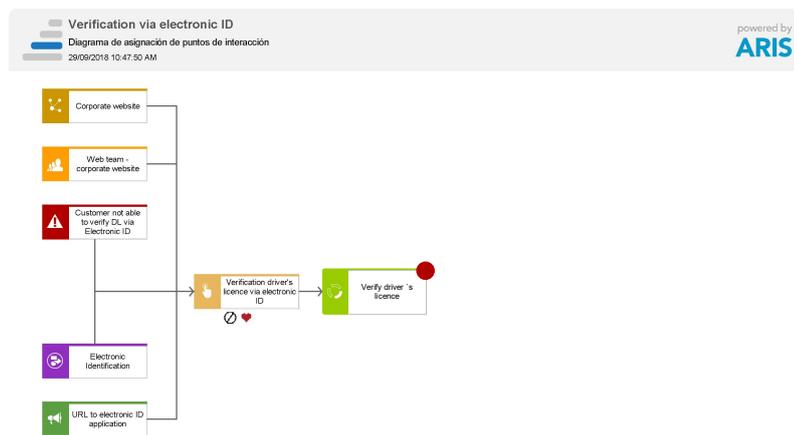
# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes



## Análisis del punto de contacto del cliente

Con el propósito de identificar las oportunidades de mejora de los puntos de contacto del cliente, se puede hacer el análisis de cada punto de contacto, a través del diagrama de asignación de punto de contacto del cliente.

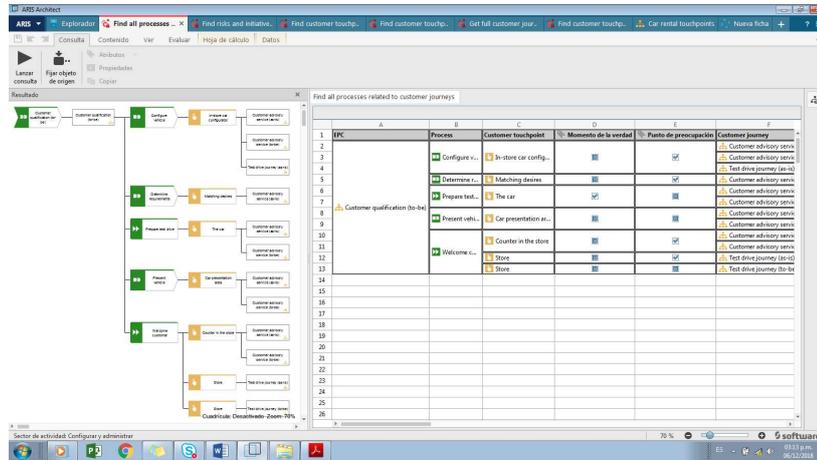


## Análisis de los procesos que interactúan con el recorrido

Con el propósito de evaluar la importancia de los procesos que interactuar con el recorrido se puede hacer el análisis de los procesos que interactúan con recorrido.

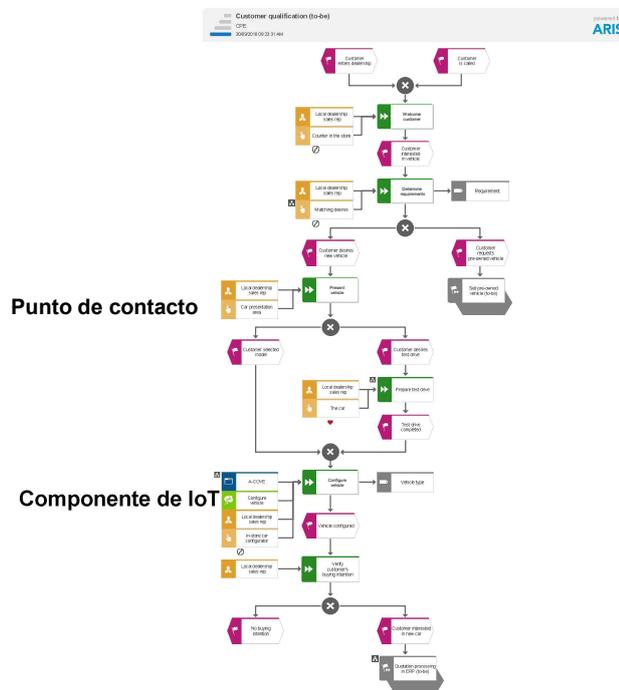
# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes



## Análisis de los puntos de contacto en el proceso de negocio

Con el propósito de identificar las actividades del proceso de negocio que interactúan con los puntos de contacto, y que posiblemente requieren rediseñarse, puede realizar el análisis de los puntos de contacto en el proceso de negocio, a través del diagrama EPC.



# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

## Transformación de los puntos de contacto

La transformación de los puntos de contacto puede ser resultado de la mitigación de los riesgos a través de los controles, la renovación de los canales por tecnologías utilizados en negocios digitales, por cambio de la estructuración de los datos de no estructurado a estructurados, por cambio de los datos por información proveído la analítica de negocio.

La transformación de los puntos de contacto puede especificarse en el rediseño de los procesos de negocio, para su digitalización y así cumplir con las expectativas y emociones del cliente.

## Conclusión

La transformación de la experiencia del cliente requiere de la identificación y transformación de los puntos de contacto (MoTs).

La identificación de los puntos de contacto (MoTs) se logra con el análisis del recorrido del cliente.

La transformación de la experiencia del cliente se logra con la digitalización de los procesos de negocio, rediseñados a partir de la transformación de los puntos de contacto (MoTs).

La renovación del modelo de negocio puede ser conducido por la transformación de la experiencia del cliente.

## Referencias

- [Software AG, 2016] Improving customer experience with ARIS, White Paper Software AG 2016.
- [MWD Advisors, 2016] Giving customer journeys the respect they deserve, MWD Advisors 2016.
- [Riley, 2017] How to analyze the customer experience of your company using ARIS Aware, Sean Riley - August 1, 2017.
- [Walden, 2017] Customer Experience Management Rebooted- Are you an Experience Brand or an Efficiency brand?, Steven Walden, Ed Springer Nature, 2017.
- [Software AG, 2015] Real-Time Marketing For Retail Banking By Cognizant, White Paper Software AG 2015.
- [Software AG, 2015] Customer Experience Management for Telecommunications, Software AG 2015.

# Transformación de la experiencia del cliente con ARIS

Para cumplir con las expectativas y emociones de tus clientes

## Transforme la experiencia de sus clientes

Con nuestra colaboración, DBC-T tiene un equipo experimentado para la transformación de la experiencia del cliente, quienes hacen uso de las buenas prácticas de CXM y la Plataforma ARIS de Software AG.

Proveemos la Plataforma ARIS de  software<sup>AG</sup> AG, empresa reconocida como líder mundial por los analistas top de la industria.

### Contáctenos

 (511) 748 1634

 (51) 983 046 646

 sales@dbc-t.com

 [www.dbc-t.com.pe](http://www.dbc-t.com.pe)  
[www.dbc-t.com.br](http://www.dbc-t.com.br)  
[www.dbc-t.com](http://www.dbc-t.com)

### Acerca de DBC-T

DBC-T provee soluciones para la excelencia de negocio digital. DBC-T tiene más de 15 años transformando las empresas con el propósito de mejorar la satisfacción de sus clientes y de sus accionistas.

Copyright © 2023, DBC-T SAC todos los derechos reservados