

# Customer Journey Map

La herramienta Customer Journey Map ayuda a **identificar cada paso** que el cliente realiza en el proceso compra, teniendo en cuenta también el antes y el después. Y dentro de estos pasos hay que identificar los **puntos de contacto** en los que intervienen nuestro producto o servicio.

En este primer Customer Journey Map, **identificamos** los **puntos de mejora** que tenía nuestro negocio, y cuáles eran los puntos en los que la percepción de nuestro cliente era más negativa o indiferente.

En conclusión, vimos que más que un paso negativo, el momento en el que entraba en contacto con la panadería en sí, formaba parte de un proceso aburrido donde no sentía nada especial o diferencial con respecto a otras panaderías.

# CUSTOMER JOURNEY MAP.EXPLORAR

