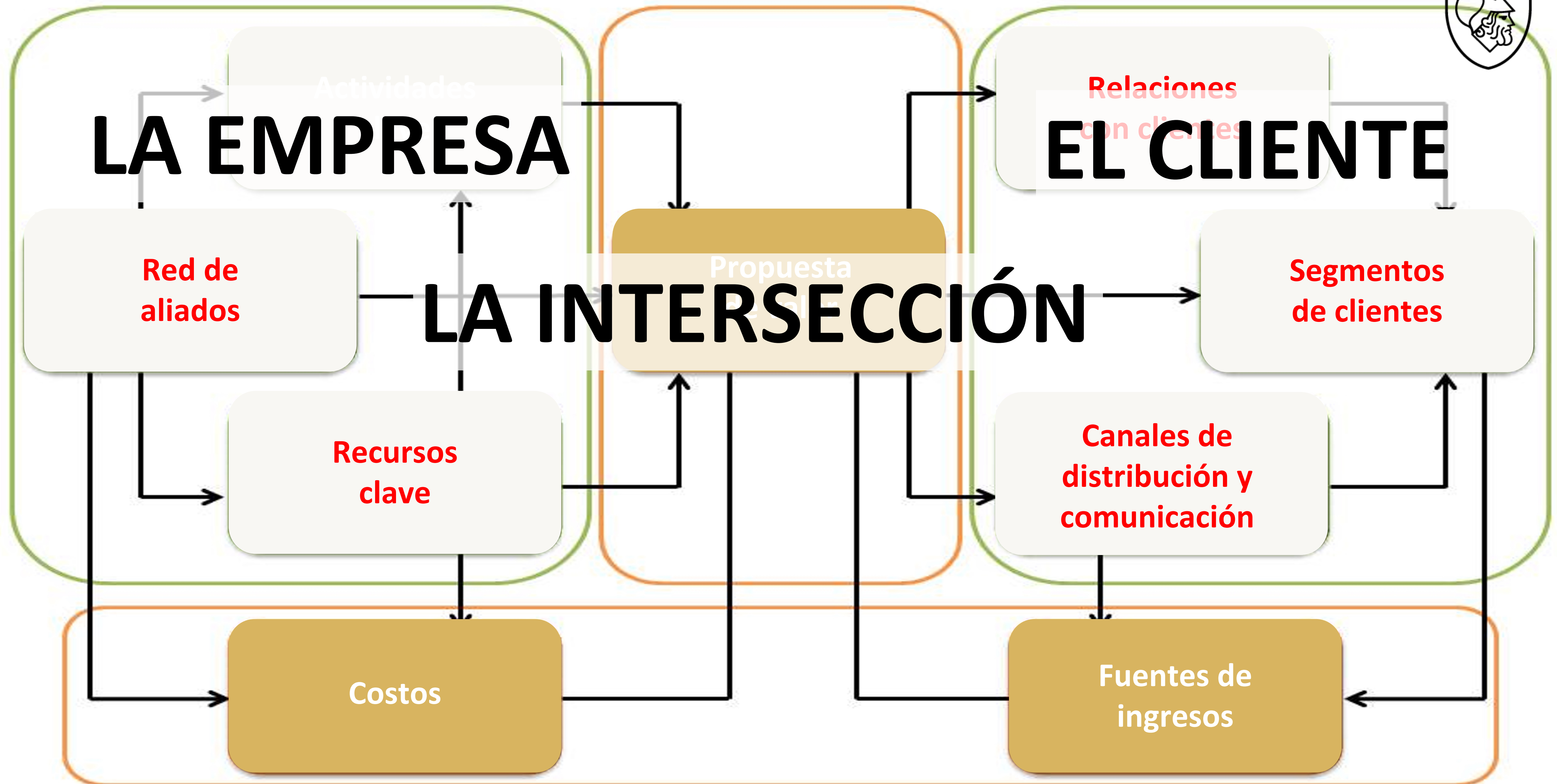


# **PENSAMIENTO ESTRATÉGICO**

**COMERCIALIZACION  
2023**



# **LA MODELIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA (basada en Osterwalder)**





# **LA BAJADA DE LA ESTRATEGIA CONDUCE AL VIAJE DEL CLIENTE**

Producto / Categoría **1**

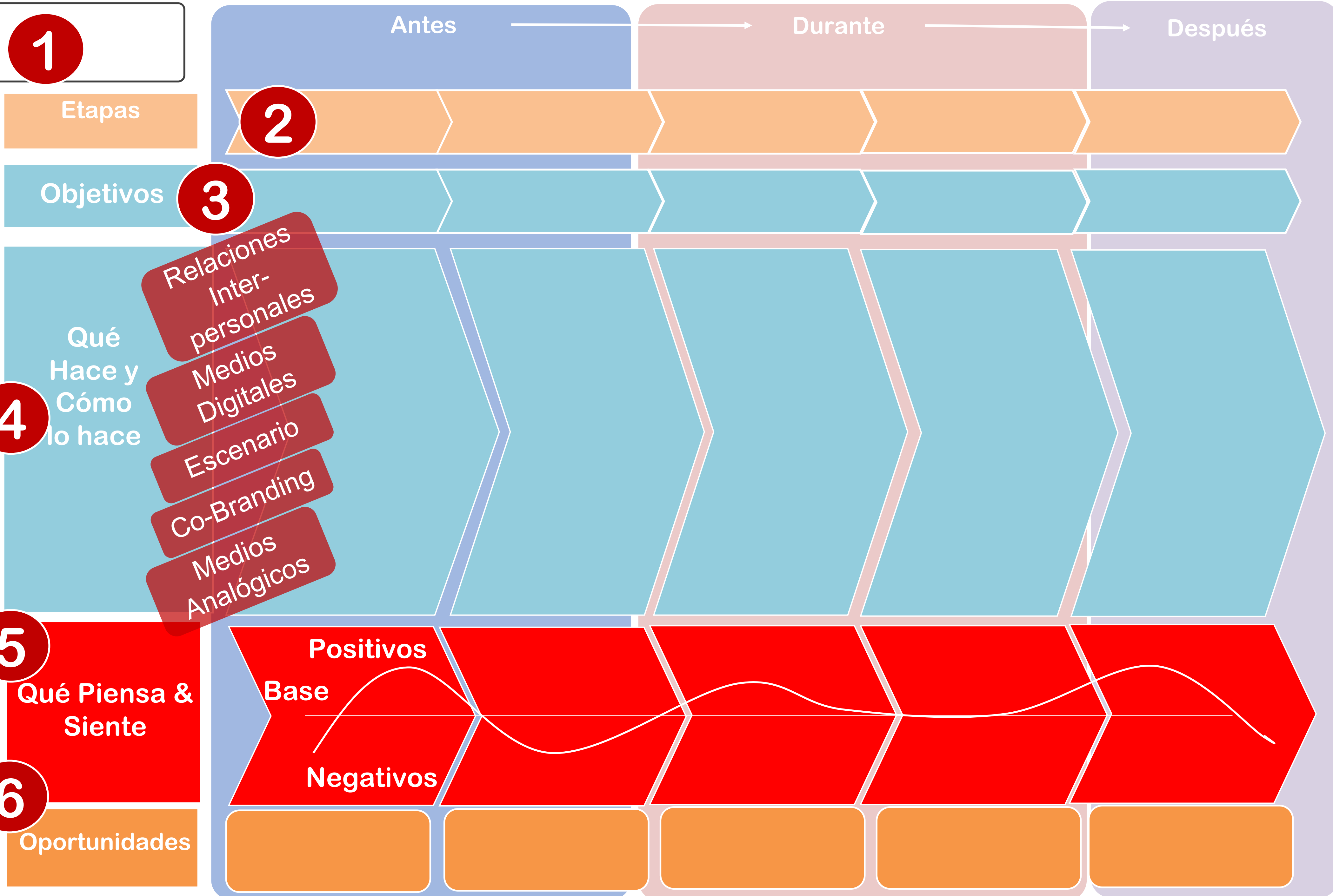
Segmento / Avatar **2**

Perfil / Background



Motivación/es  
Qué Motivación tiene el cliente para la (compra) de este producto como categoría?.

Expectativas / Preocupaciones  
Qué expectativas / miedos específicos tiene (funcional / emocional / social)?.



# 1.- Identificar los **Segmentos de Clientes / Avatars** del proceso.

## Quiénes son?

Qué rol / función cumplen en el proceso?

### #1.- Como individuo,

a través de su perfil demográfico, personalidad, intereses, historia personal



### #2.- Como Cliente, en el contexto del

**ecosistema del servicio:** necesidades, preocupaciones, y expectativas específicas en torno al producto.

### Fuentes de información para su configuración.

- Equipos Comerciales
- Servicio al Cliente
- Comunidades on-line
- Analítica
- Clientes (Paneles / Entrevistas)



# 1.- Identificar los **Segmentos de Clientes / Avatars** del proceso.

## Quiénes son?

### Qué rol / función cumplen en el proceso?

**#1.- Como individuo,**  
a través de su perfil demográfico, personalidad, intereses, historia personal



# 1.- Identificar los **Segmentos de Clientes / Avatars** del proceso.

## #2.- Como Cliente, en el contexto del ecosistema del servicio



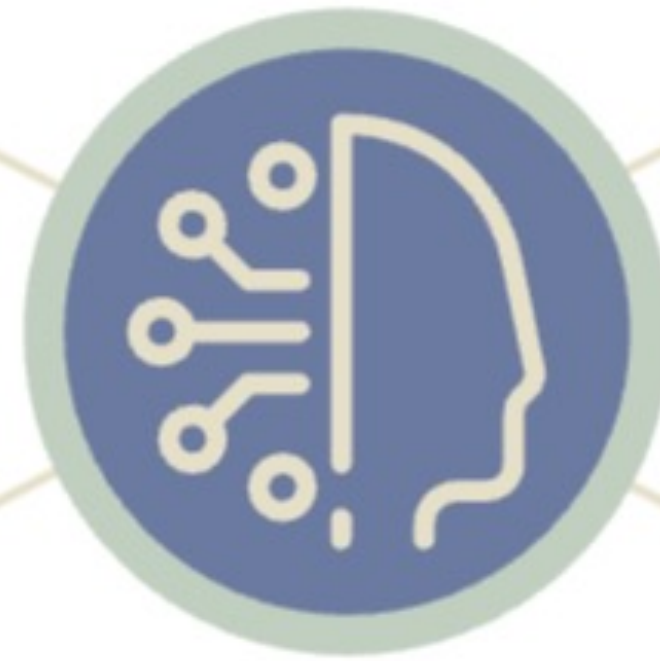


# MAPA DE EMPATÍA

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?  
Inserta texto aquí

¿QUÉ OYE?  
Inserta texto aquí

¿QUÉ VE?  
Inserta texto aquí



¿QUÉ DICE Y HACE?  
Inserta texto aquí

ESFUERZOS

Inserta texto aquí

RESULTADOS

Inserta texto aquí

UXPRESSIA DESHACER REHACER COPIAR PRESENTE EXPORTAR VER COMENTARIOS FUENTE GCUARAND...


PERSONAS (1)

GASTON CUARANDA

|| Gaston Cuaranda

TAMAÑO DE MERCADO 4%

TIPO Artesano



|| Consequir un banco que me permita una experiencia de usuario 100% digital, billetera virtual, cuenta bonificada, crédito hipotecario a las mejores tasas, y beneficios en cuanto a mis intereses: viajes (millas), vinos, amigos, naturaleza, libros y familia.

|| Demográfico

Masculino 32 años

Argentina

Soltero

Consultor / Facilitador

Ingresos

+ AGREGAR CAMPO

|| Cita

La experiencia de usuario, no resiste un mal servicio. Cuando busco resolver un problema, pienso que debe resolverse en no más de 3 minutos. Me gusta la customización de la propuesta de valor, 100% digital.

|| Antecedentes

32 años. Soltero. Sin hijos. Clase Media. Vivienda Unipersonal. Profesional. Autónomo (independiente). Consultor / Facilitador. 100% digital. Tecnológico. Multiplataforma. Utilización frecuente de billetera virtual y app similares. + info en "Persona"

|| Motivaciones

- Independencia financiera
- Inmediatez de atención
- Plan de fidelización en Millas
- Productos customizados
- Asesoramiento crediticio

|| Frustraciones

- Claves complejas.
- Sistema de identidad no biométrico
- Onboarding físico obligatorio
- Costo de cuenta base
- Tarjetas físicas (excluyente)

|| Competencias / habilidades

Pensamiento Digital 0 25 50 75 100

Gestión Multiplataformas 0 25 50 75 100

Utilización de Criptomonedas 0 25 50 75 100

Educación Financiera 0 25 50 75 100

|| Marcas

+ AGREGAR IMAGEN

AVATAR ACTUAL

LOS DESEOS Y NECESIDADES DEL CLIENTE