



Primer Paso

Expectativas de clase



Primer Paso

- Conclusiones

Punto de Partida



Características diferenciales de los servicios

Productos	Servicios
Tangibles	Intangibles
Estándar	Heterogéneos y variables
Producción y consumo separados	Producción y consumo simultáneo
Perdurables	No almacenables
Productor y consumidor distantes	Productor y consumidor juntos
Baja personalización	Personalizados
Oferta definida previamente	Oferta y servicio distintos
Calidad interna clave	Calidad externa determinante



EL CAMINO DEL SERVICIO

- ENTENDER LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- DEFINIR LOS PROCESOS
- IDENTIFICAR LOS ROLES
- INVOLUCRAR PERSONAS



**PRIMER PASO:
ENTENDER AL
PACIENTE Y SU
EXPERIENCIA**

EXPERIENCIA



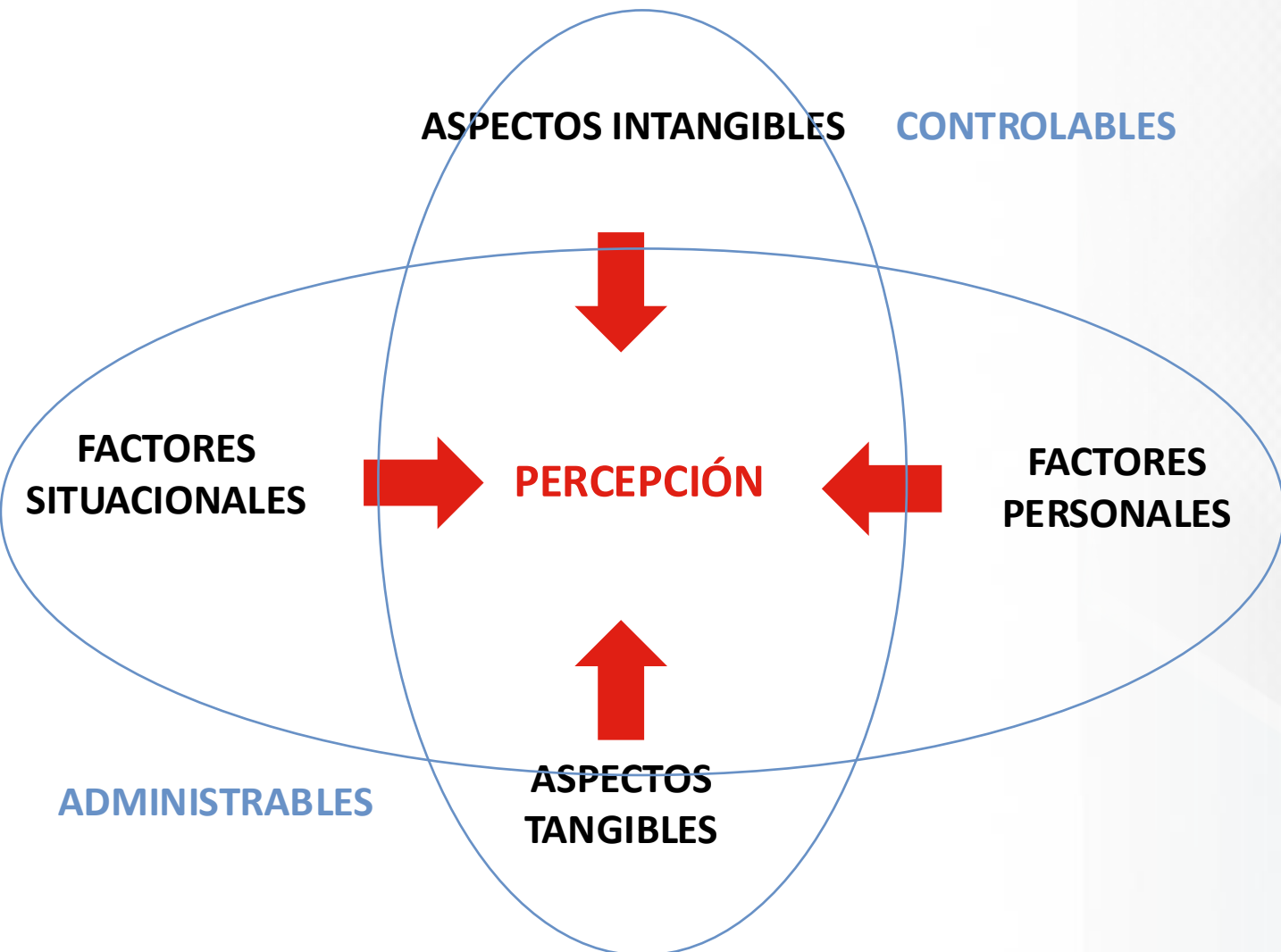
EXPERIENCIA

EXPECTATIVA

- **Profesionalidad**
- Capacidad de respuesta
- Fiabilidad
- Credibilidad
- Seguridad
- **Empatía**
- Accesibilidad
- Comunicación
- Comprensión del cliente
- Elementos tangibles



EXPERIENCIA

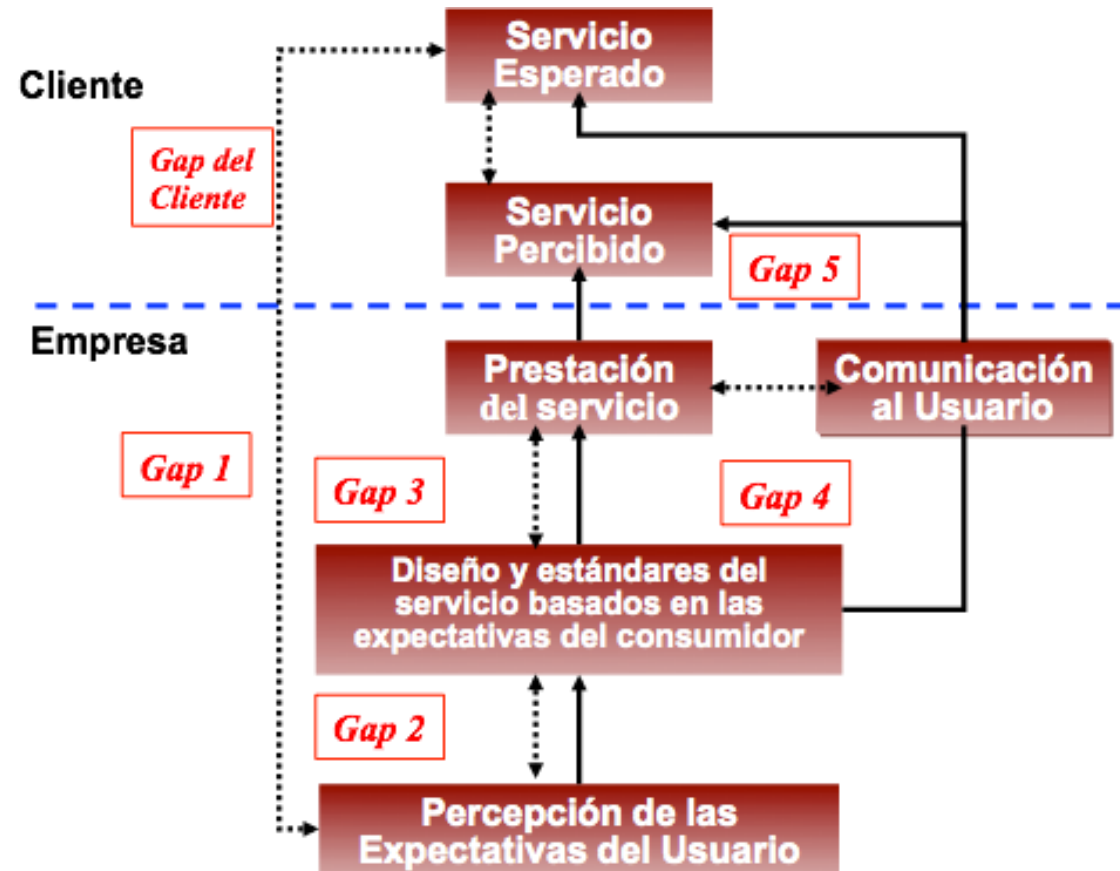




Calidad del Servicio



MODELO DE LAS BRECHAS



LA EXPERIENCIA



SIEMPRE ES UNA PERCEPCIÓN

¿EXPERIENCIA?

**CUÁL ES EL CONJUNTO
DE LOS ELEMENTOS
PERCIBIDOS Y
VALORADOS
DIFERENCIALMENTE**

¿QUIÉN?

¿QUÉ?





LA PROPUESTA EXPERIENCIAL

LA PROPUESTA TIENE QUE
CONTENER LOS ELEMENTOS

**PERCEPTUALES ACORDES AL ROL, A
LAS EXPECTATIVAS, A LOS DESEOS Y LAS
NECESIDADES A CUBRIR**





DRAM OF THE WEEK		
CAYNET (SB)	(distilled malted)	540
SUPER NICKA	(apple)	400
PEAT MONSTER	(distilled malt)	420
SPICE TREE	(distilled malt)	420
OAK COCKTAILS		
ROB-ROY	(GARDONNE DSK)	480
BLOODY SAND		520
BAR WACK		
PICKLED EGGS		180

SEGUNDO PASO: DEFINIR EL PROCESO DE SERVICIO

LA EXPERIENCIA





BUSQUEDA

EXPERIENCIA

CREDIBILIDAD

Ciclos cortos de satisfacción
Orientación a la búsqueda puntual
(sumatoria de atributos)
Facilidad de copia
Mayor requerimiento comunicacional

Ciclos largo de satisfacción
Orientación a la credibilidad
Dificultad de copia
Comunicación boca oreja



EL PROCESO

PROCESO



PERSPECTIVA

SITUACIÓN

TIPO DE INNOVACIÓN

PRESTACIÓN INSUFICIENTE

CLIENTE POCO SERVIDO

COMPLEMENTARIA

MEJORA CONTINUA

CLIENTE SATISFECHO

INCREMENTAL

CAMBIO PARADIGMAS

CUESTIONAMIENTO

DISRUPTIVA

**Pérdida de compatibilidad
Fragilidad competitiva**

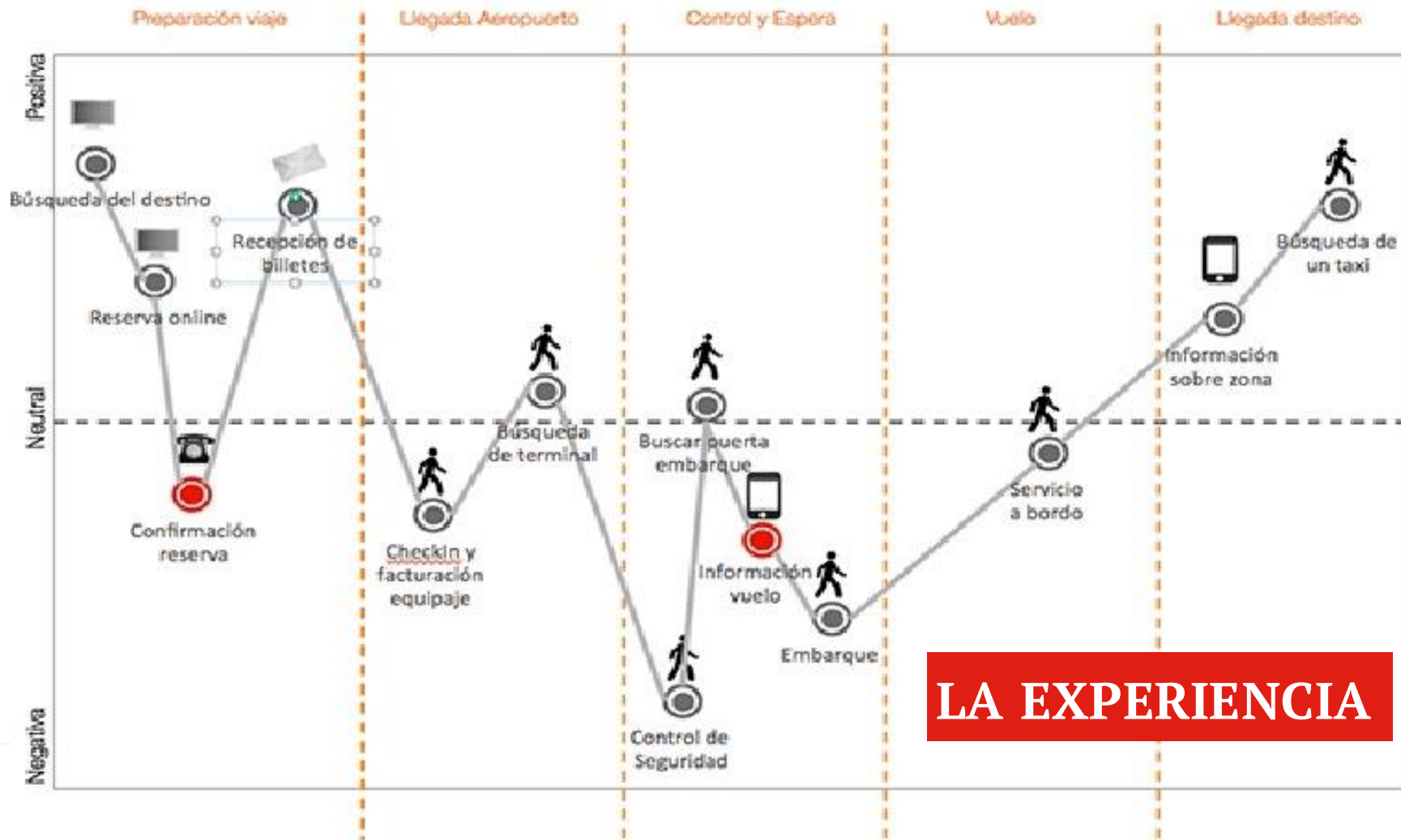
PÉRDIDA CLIENTES

NUEVA PERSPECTIVA

OPORTUNISTA

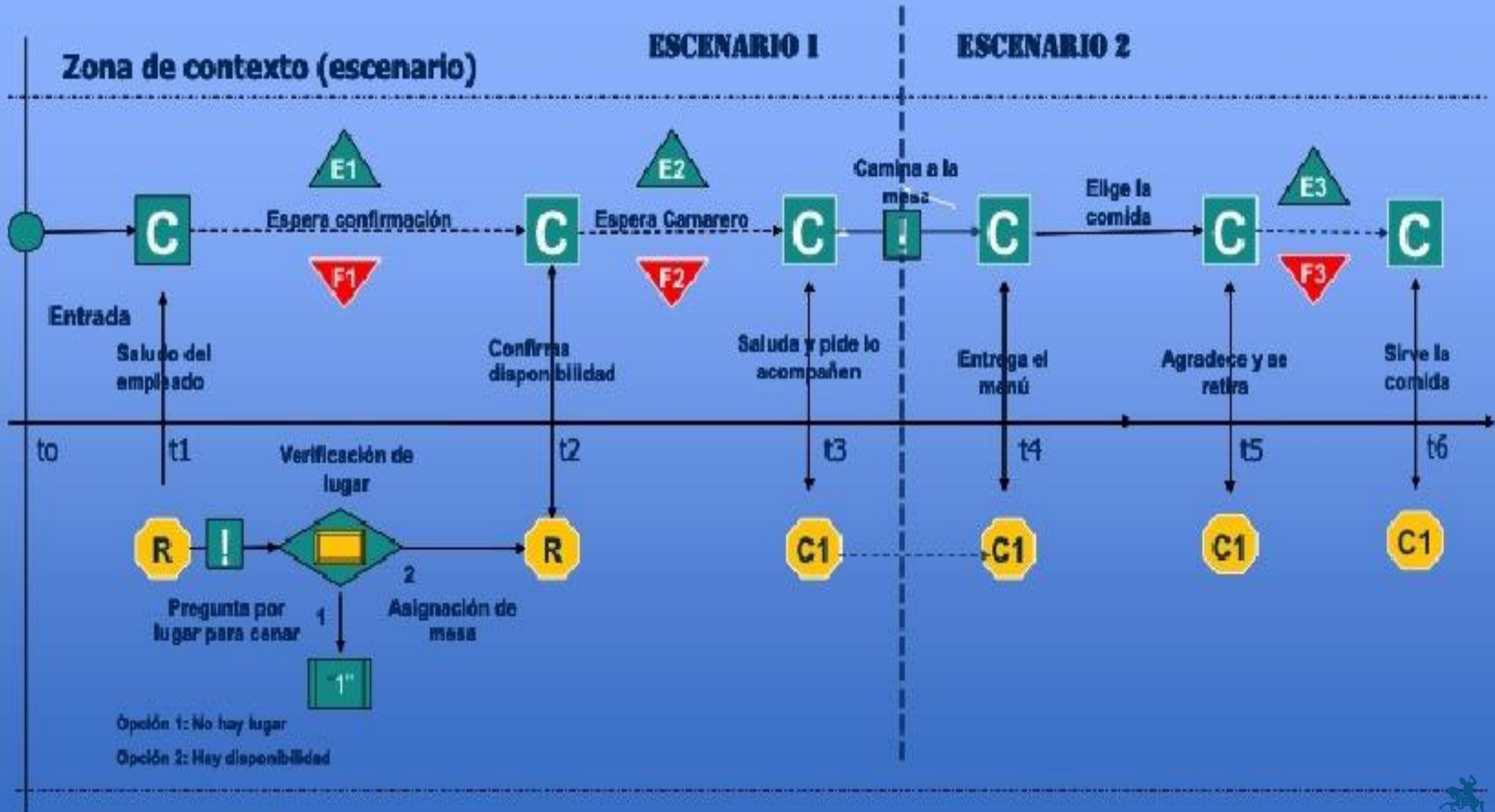
**Nuevas formas de valor
Re creación de la relación
Barreras cognitivas/ afectivas**

CUSTOMER JOURNEY MAP



LA EXPERIENCIA

EL PROCESO: MAPEO DE SERVICIOS



Zona de texto