

¿Tu journey map lo usa alguien?

O es solo decoración de Drive.



**Framework de 5 pasos para un Journey Map
que realmente mueve la aguja en tu negocio.**

¿Por qué fallan los Journey Maps?

3 errores que los convierten en decoración

01



Sin datos reales

Se arma con opiniones internas. No con lo que el cliente realmente vive.



02



Scope demasiado amplio

Mapear todo el ciclo de vida es demasiado general para ser accionable.



03



Sin dueño ni revisión

Nadie es responsable. El mapa queda desactualizado y sin uso.



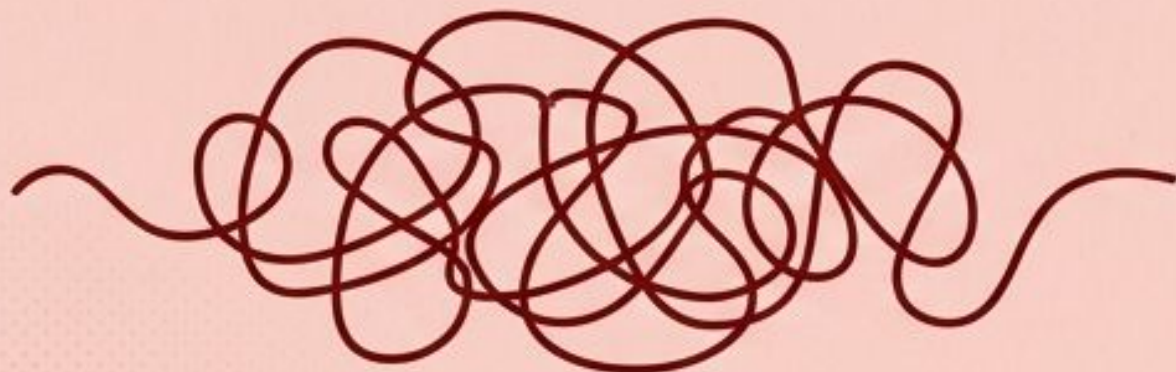
Framework TomclieCX: El Journey Map Accionable



1 Definí el scope con precisión quirúrgica

No mapees todo. Mapeá el momento que más duele hoy.

✗ Demasiado amplio



Experiencia completa del cliente desde el primer contacto hasta la fidelización

✓ Acotado y accionable



Proceso de reclamo postventa en canal de atención telefónica

La pregunta clave para definir el scope:

¿En qué momento del journey se pierde más retención o se genera mayor costo operativo hoy?

Ese es tu punto de partida.

2

Levantá datos antes de opinar

El Triángulo de Evidencia



Voz del Cliente
Encuestas · Entrevistas ·
Reseñas · Tickets



**Perspectiva
del Equipo**
Operadores · Agentes ·
Observación directa



Datos Operativos
Tiempos · Tasas ·
Costos · Escalaciones



3

Mapeá desde el cliente, no desde el proceso

Las 6 columnas que no pueden faltar

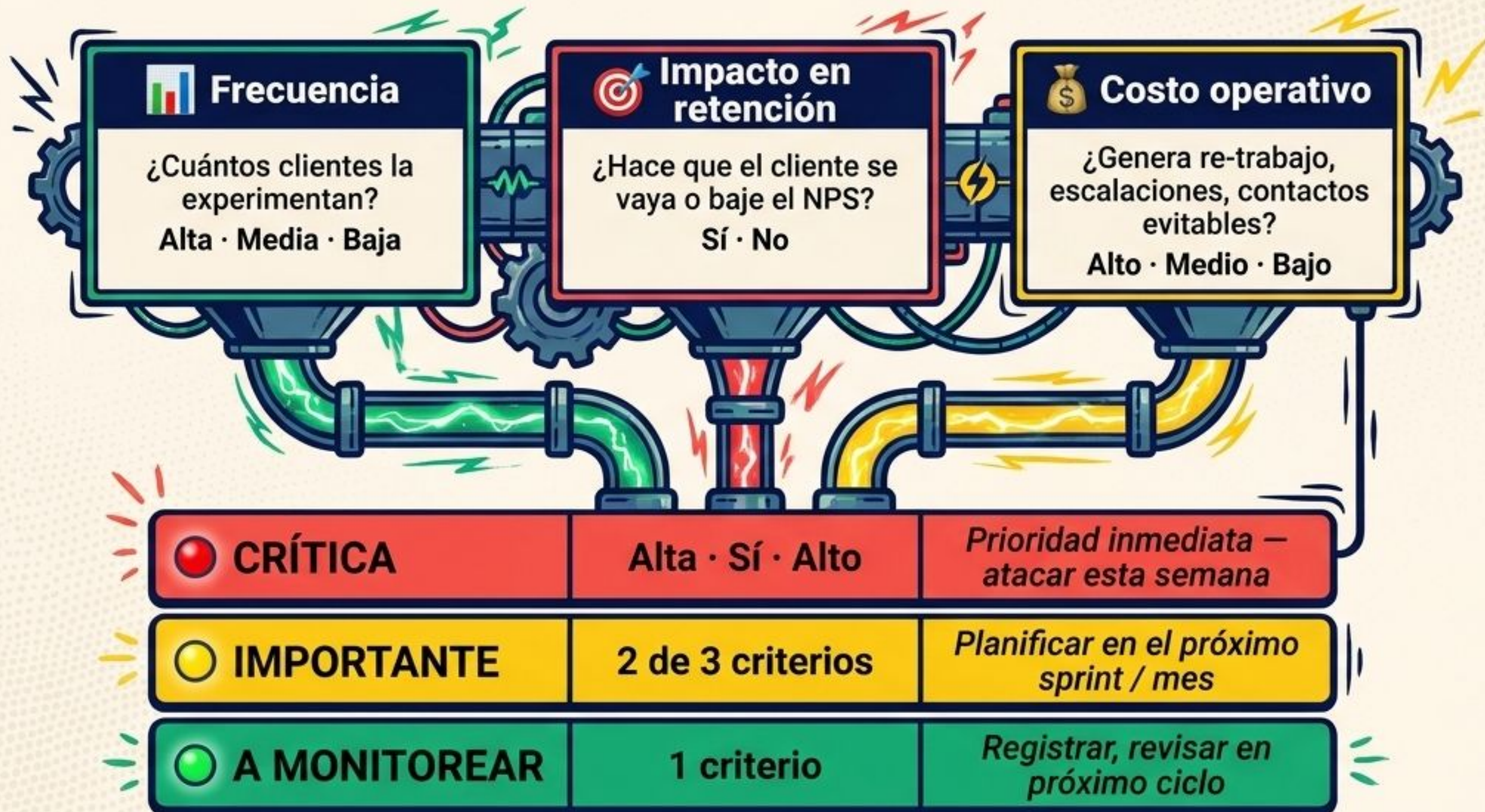
 ETAPA Cómo la llama el cliente	 ACCIONES Qué hace en esa etapa	 PENSAMIENTOS Qué se pregunta, qué duda tiene	 EMOCIONES Frustración, confianza, alivio, confusión	 DOLORES Dónde se traba, dónde se pierde	 OPORTUNIDAD Qué podrías hacer diferente
Reclamo postventa	Llama al 0800	¿Cuánto tardo?	😞 Frustrado	Espera > 10 min	Bot de pre-atención

↑ Ejemplo de fila

4

Calificá las fricciones con criterio de negocio

3 dimensiones para priorizar qué atacar primero



5

Asigná dueño y ciclo de revisión

Un journey map sin dueño es un documento muerto.

Character Selection Screen



Journey Owner

Una persona, no un área.

- › Actualiza el mapa cuando cambia el negocio
- › Incorpora nuevos datos de clientes
- › Asegura seguimiento de mejoras identificadas
- › Es la voz del cliente en el equipo

Mission Badge



Revisión de métricas

Cada 30 días

NPS, CES, tasas de resolución



Revisión completa del journey

Cada 6 meses

Rediseño del mapa + validación con clientes

Resumen del Framework

Journey Map Accionable — TomclieCX

1

Scope preciso

Un momento específico. El que más duele hoy.

2

Datos reales

Triángulo de evidencia: VOC + operativos + equipo.

3

Mirada cliente

6 columnas: etapa, acciones, pensamientos, emociones, dolores, oportunidades.

4

Priorizar fricciones

Frecuencia × retención × costo operativo.

5

Dueño y revisión

Una persona responsable. Revisión 30 días / 6 meses.

De 'creemos que hay un problema'... a 'sabemos exactamente dónde duele'.

— Gusti Falco, TomclieCX

-  Comentá: ¿cuál es el mayor dolor en tu journey hoy?
-  Sesión de diagnóstico gratuita → link en la descripción
-  Suscribite para más contenido de CX aplicado

TomclieCX
Customer Experience