



EL MAPA DE EMPATÍA

de nuestros clientes



Emprende
País

UN PROGRAMA DE:
**Fundación
Bolívar
Davivienda**



CONTENIDO:

- Mapa de Empatía	1
- B2C	2
- B2B	4
- Ejemplo	6



¿DE QUÉ SE TRATA EL MAPA DE EMPATÍA?

Es la herramienta ideal para entender a profundidad las necesidades de los usuarios que permite personalizarlos y caracterizarlos. A través de una metodología que se basa en la respuesta a interrogantes como **¿Qué siente mi cliente?** o **¿qué piensa?**. El gran reto es poder responder a estas preguntas desde el principio poniéndose en los zapatos de estos usuarios.

Para realizar el **mapa de empatía** es importante que tenga claro su cliente objetivo, sus características demográficas, de personalidad y cualquier información que pueda ser valiosa a la hora de crearlo, pues esto será determinante para poder identificar necesidades reales.



Emprende
País

UN PROGRAMA DE:
**Fundación
Bolívar
Davivienda**

OBJETIVO

Empatizar y detectar las necesidades reales del usuario para comprender a profundidad sus características y relacionarse de la mejor manera con él.

INSTRUCCIONES



1. Defina y establezca los clientes del grupo objetivo de su negocio, que pueden ser internos o externos. Igualmente el **Mapa de Empatía** varía dependiendo de si la estrategia es B2B o B2C.
2. Para cada usuario/cliente objetivo responda las preguntas de la plantilla correspondiente (B2B o B2C) teniendo en cuenta la perspectiva de cada usuario.
3. Establezca las características que definan a sus usuarios: **Demográficas, geográficas, personalidad, etc.**

MAPA DE EMPATÍA PARA MODELOS B2C

(Negocio a consumidor)

El mapa de empatía para el cliente final se realiza con un enfoque que le apunta a los sentimientos y a crear soluciones que toquen su lado emocional.

<p>¿Quién es?</p> <p>Características demográficas y diferenciadores del cliente.</p> <p>1</p>	<p>¿Qué hace?</p> <p>Actividades que realiza el cliente con frecuencia. ¿Cómo se comporta?</p> <p>2</p>	<p>¿Qué ve?</p> <p>¿Qué ve en el mercado, en el entorno, de otros clientes?</p> <p>3</p>
<p>¿Qué dice?</p> <p>¿Qué podemos imaginar que dicen?</p> <p>4</p>	<p>¿Qué escucha?</p> <p>¿Qué dicen sus colegas, amigos, familia o personas influyentes?</p> <p>5</p>	<p>¿Qué siente?</p> <p>¿Qué sentimientos influyen en su comportamiento?</p> <p>6</p>
<p>¿Qué piensa?</p> <p>¿Qué pensamientos motivan o desmotivan su comportamiento?</p> <p>7</p>	<p>¿Ganancias?</p> <p>Lo que quieren, desean, esperan de nuestro producto o servicio.</p> <p>8</p>	<p>¿Dolores?</p> <p>Miedos, frustraciones, obstáculos, dolores y ansiedades.</p> <p>9</p>

PLANTILLA MAPA DE EMPATÍA

1 ¿Quién es?

2 ¿Qué hace?

3
¿Qué ve?

6
¿Qué siente?



7
¿Qué piensa?

5
¿Qué escucha?

4
¿Qué dice?

8
¿Ganancias?

9
¿Dolores?



Emprende
País

UN PROGRAMA DE:
**Fundación
Bolívar
Davivienda**

MAPA DE EMPATÍA PARA MODELOS

B2B

(Negocio a negocio)

Durante el desarrollo del mapa de empatía de negocios, se debe tener en cuenta cada uno de los agentes que forman parte del proceso de venta (**¿con quién tenemos contacto?**, **¿Quién toma la decisión de compra?** **¿Es la misma persona?**) y se diferencia por su enfoque racional ya que la decisión de compra afecta económicamente a nuestro cliente.

¿Quién es? Nombre y cargo. 1	Empresa Descripción, información relevante, contexto. 2	Trabajos ¿Qué tiene que hacer mi cliente para conseguir su objetivo? 3
Características Diferenciadores del cliente (edad, estilo de vida, etc). 4	Otros perfiles Aquí se listarán todas las personas en caso de tener varios puntos de contacto en la misma empresa. 5	Motivadores Beneficios que espera obtener al comprar nuestro producto o servicio. 6
Objeciones Que pueda tener el cliente frente a nuestro producto. 7	Presupuesto Cuál es el rango de precios que el cliente está dispuesto a pagar? 8	Conocimiento Sobre el producto o servicio que va a adquirir. 9



Emprende
País

UN PROGRAMA DE:
**Fundación
Bolívar
Davivienda**

PLANTILLA MAPA DE EMPATÍA

1 ¿Quién es?

2 Empresa

3 Trabajos

Motivadores 6



7 Objeciones

Otros perfiles

5

Características 4

8 Presupuesto

9 Conocimiento



Emprende
País

UN PROGRAMA DE:
**Fundación
Bolívar
Davivienda**

EJEMPLO MAPA DE EMPATÍA

Para llenar el mapa de empatía se tendrá en cuenta la plantilla de la página 3. Cada uno de los compartimientos se llena según aplique el caso, ya sea B2B o B2C con las indicaciones de cada número mencionadas anteriormente.

En este caso utilizaremos el ejemplo B2C para la empresa Rappi.

1 ¿Quién es?

Nombre: Mónica.
Edad: 37 años.
Estado civil: Madre soltera.
Estrato socioeconómico: Medio - alto.

- Administradora de empresas.
- Barranquillera, reside en Bogotá Vive con sus hijos de 7 y 10 años.
- Divorciada.

2 ¿Qué hace?

-Es ejecutiva de cuentas en una reconocida empresa
-En su tiempo libre le gusta leer y jugar tenis
-Lleva a su hijo al colegio todos los días
-Sale a trotar con su perro
-Hace carritos de compra en tiendas pero online nunca termina comprando nada.

3

¿Qué ve?

-Ve noticias a diario.
-Reality TV de diseño de interiores.
-Tutoriales diy.
-Ve a sus amigos y familiares con frecuencia.
-Observa a su Jefe.

5

¿Qué escucha?

-“Tómame unas vacaciones, tienes mucho estrés”
-“Hay muchas empresas que hacen todo muy fácil para sus usuarios”
-“¿te ayudo con eso?”
-“¿Por qué no le haces la lonchera a tus hijos?”
-“No creo que puedas pagar esa factura en otro horario”

6 ¿Qué siente?

Siente que su tiempo es limitado
Que debería pasar más tiempo con sus hijos
No puede reducir su carga laboral
Se siente sola

7 ¿Qué piensa?

Piensa en mantener el hogar próspero
En si pudiera dividirse para cumplir con todas sus responsabilidades
Lleva un estilo de vida ocupado pero le gusta

4 ¿Qué dice?

-“Ojalá pudiera hacer esto por internet”
- Pregunta por alternativas rápidas.
- Pide consejos a sus amigos y familiares.
- “Tengo la cabeza en otra parte”

8 ¿Ganancias?

- Poder aumentar su tiempo de ocio con sus hijos tener que pedir horas libres en el trabajo para hacer vueltas.
- Tener más tiempo libre para descansar.

9 ¿Dolores?

- No poder balancear la vida laboral y familiar sin sacrificar el ocio.
- No tener tiempo para las tareas del hogar.
- El horario de oficina le impide hacer muchas vueltas entre semana.



Emprende
País

UN PROGRAMA DE:
**Fundación
Bolívar
Davivienda**



Conozca más en:

www.fundacionbolivardavivienda.org



Emprende
País

UN PROGRAMA DE:
**Fundación
Bolívar
Davivienda**