



DATOS DESCRIPTIVOS, SOCIALES, FAMILIARES	FASES Descritas por el cliente					
ESTILO DE VIDA: COMO ES SU DÍA A DÍA	NECESIDADES Del cliente en cada momento de las fases					
VALORES DE VIDA	ACTIVIDADES Del cliente para satisfacer sus necesidades					
RELACIÓN CON EL SERVICIO O PRODUCTO EN GENERICO	CANALES PUNTOS DE CONTACTO EMPRESAS IMPLICADAS					
RELACIÓN CON MI EMPRESA PRODUCTO O SERVICIO	EXPECTATIVA Del cliente en cada momento de las fases					
OBJETIVO QUE TIENE EN RELACIÓN A NOSOTROS	EXPERIENCIA Percepción del cliente real positiva, negativa o neutra					
	EXPERIENCIA MEMORABLE Experiencia perfecta					
	OPORTUNIDADES Derivadas de este análisis					

El Customer Journey Map o «Mapa de la Experiencia del Cliente» define las distintas actividades que desarrolla un usuario en el uso de un producto o servicio.