

# Путь потребителя: Customer Journey

32 вебинар UX Russia  
Дмитрий Сатин, Андрей  
Сикорский

# Жизнь – это Жизнь

- Жизнь – это опыт
- Опыт – это события
- События – это контакт
- Контакт – это переживание
- Переживание – это развитие
- Развитие – это Жизнь

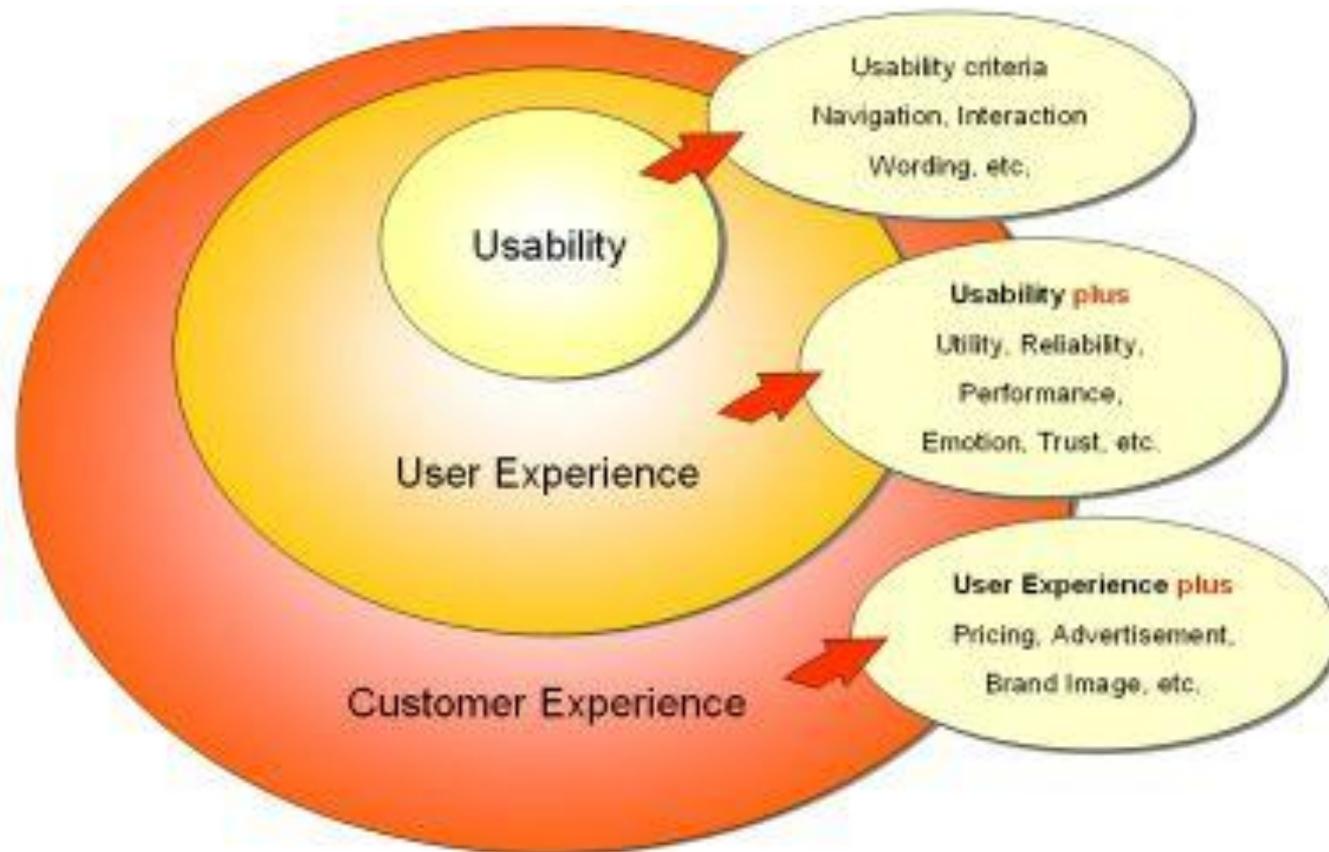


# Планирование жизни? Проектирование опыта!

- Конструирование опыта?
- Планирование событий
- Организация контакта
- Управление переживаниями
- Направление развития
- Повышение качества жизни



# Customer Experience



# Проектирование опыта

- Это планирование пути
- Путь состоит из вех-событий



# Customer journey maps

- Метод визуализации и структурирования опыта
  - Карта пути
  - Учет исходных представлений пользователя
  - последовательность взаимодействий
  - точки соприкосновения человека и системы/бизнеса



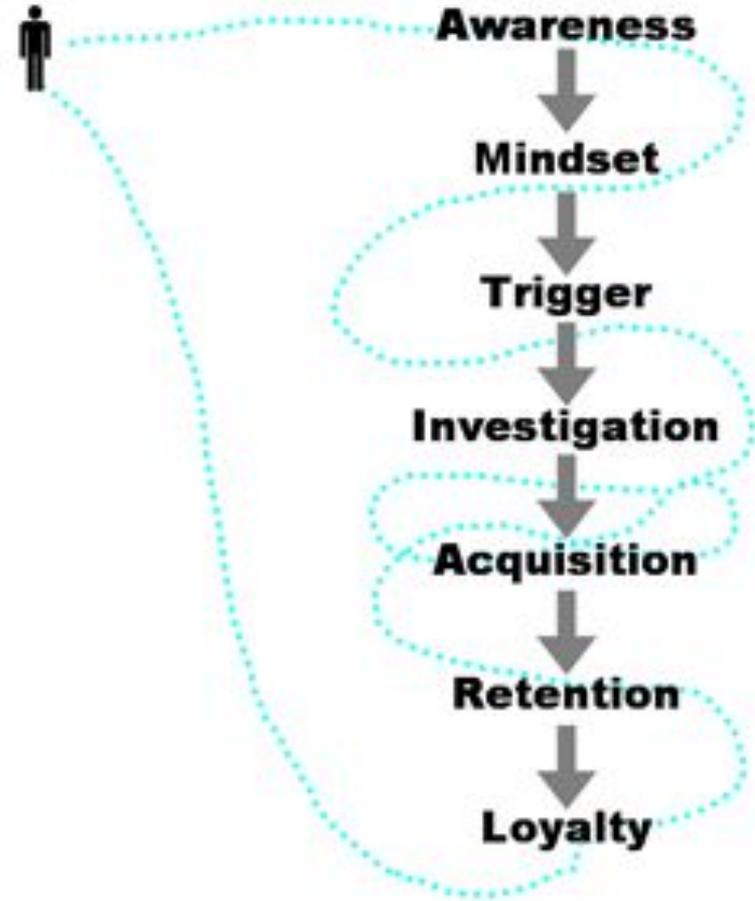
# Исходные данные

- Профиль пользователей
- Сценарии использования
- Поток задач



# Планирование развития

- Путь потребителя (Customer journey) – опыт потребителя в конкретной среде потребления
- Продвижение по этому пути вызывает изменение состояния потребителя



# Touch point – Точка контакта

- Для выстраивания коммуникации необходимо знать предполагаемую последовательность точек соприкосновения с потребителем



# Барьеры

- Существуют естественные барьеры для перехода из одного состояния в другое:
  - Тачпоинт может оказаться непройденным.
  - Контакт разрушится.



# Мотиваторы – решение проблем

- Преодолевать барьеры помогают мотиваторы
- Сила мотиватора должна быть больше отталкивающей силы барьера



# Customer Journey

- Это процесс отслеживания и описания всего опыта, который переживает потребитель, сталкиваясь с услугой
- Во внимание принимается не только происходящее с потребителем, но и его реакции на это



# Пример: полет

	Getting to the airport	Check-in	Comfort until flight	In-flight comfort	Arrival	Getting to destination
Feelings	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stressful</li><li>• Complicated</li><li>• Parking</li><li>• Heavy luggage</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Long, frustrating queues</li><li>• Only necessary to the airline</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Want/need to work</li><li>• Want/need to relax</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planes are uncomfortable by nature</li><li>• Long time spent in a seat</li><li>• Boredom</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Unkempt</li><li>• Unshowered</li><li>• Clothes a mess</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Traffic</li><li>• Unfamiliar place</li></ul>
Customer Experience						
Service solution	<ul style="list-style-type: none"><li>• Transport to airport provided</li><li>• Driver handles luggage</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Faster check-in</li><li>• Airline knows where you are</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Area with Internet access &amp; fax</li><li>• Salon, massages, beauty</li><li>• Entertainment facilities (e.g. driving range)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Full sleeper seats</li><li>• Mood lighting</li><li>• Bar</li><li>• You decide meals</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Arrival valet</li><li>• Showers</li><li>• Makeup &amp; shave</li><li>• Clothes pressed</li><li>• Hot &amp; cold breakfast</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chauffeured delivery to destination</li><li>• Comfortable ride door-to-door</li><li>• Knowledgeable local driver</li></ul>

# Пример: StarBucks

## elements at steps of cycle



incentives

follow-up

decide

find

community

# Обобщим

- Начальная точка – незнание
- Конечная точка - приверженность



# Воронка продаж

- Эффективность бизнеса измеряется деньгами
- Неуспешное прохождение тачпоинта – потерянные деньги
- Обычно деньги в конце пути
  - Путь должен быть управляемым



# Труба продаж?

- В идеале воронка – это труба
  - Но могут быть и другие формы, например расширяющаяся вниз



# Применимость техники

- Проективно (дизайн)
- Ретроспективно (редизайн)



# Особенности ретроспективы

- Улучшение эффективности определенного тачпоинта может привести к стрессу на следующих этапах
  - Недостаток пропускной способности
  - Инерция изменений



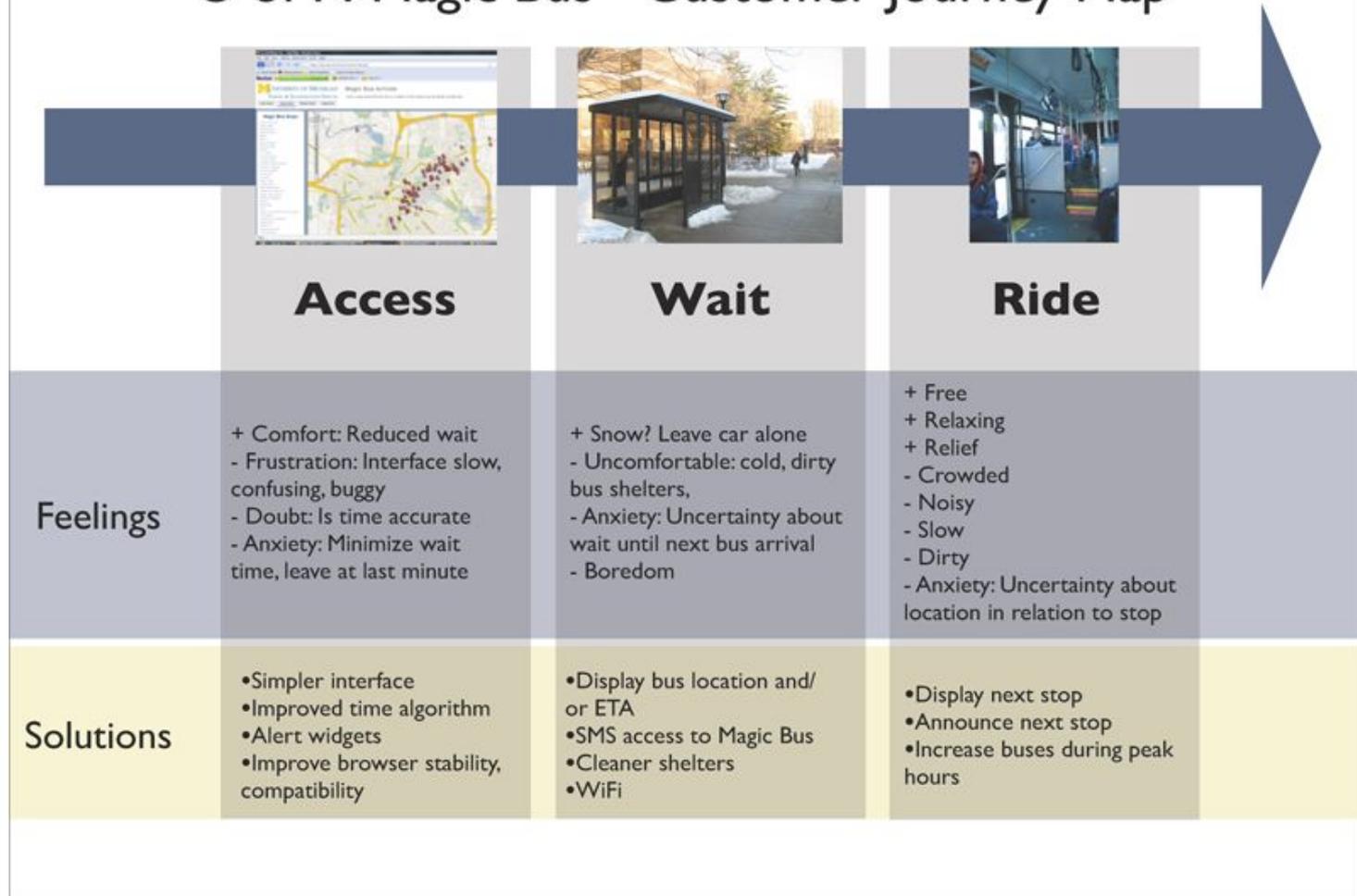
# А что дальше?

- Улучшение взаимодействия с потребителем приводит к необходимости улучшения внутренних процессов



# Пример: Студенты творят

## U of M Magic Bus - Customer Journey Map



**Вопросы?**

Обсуждаем?