



Канали клієнтів: маршрутизатор

Тренерка проекту, д.е.н, проф.
Єрмошкіна Олена Вячеславівна

11/03/2021 – м. Дніпро



Дніпропетровська
ОБЛАСНА АСОЦІАЦІЯ
органів місцевого
самоврядування
(ДОАОМС)



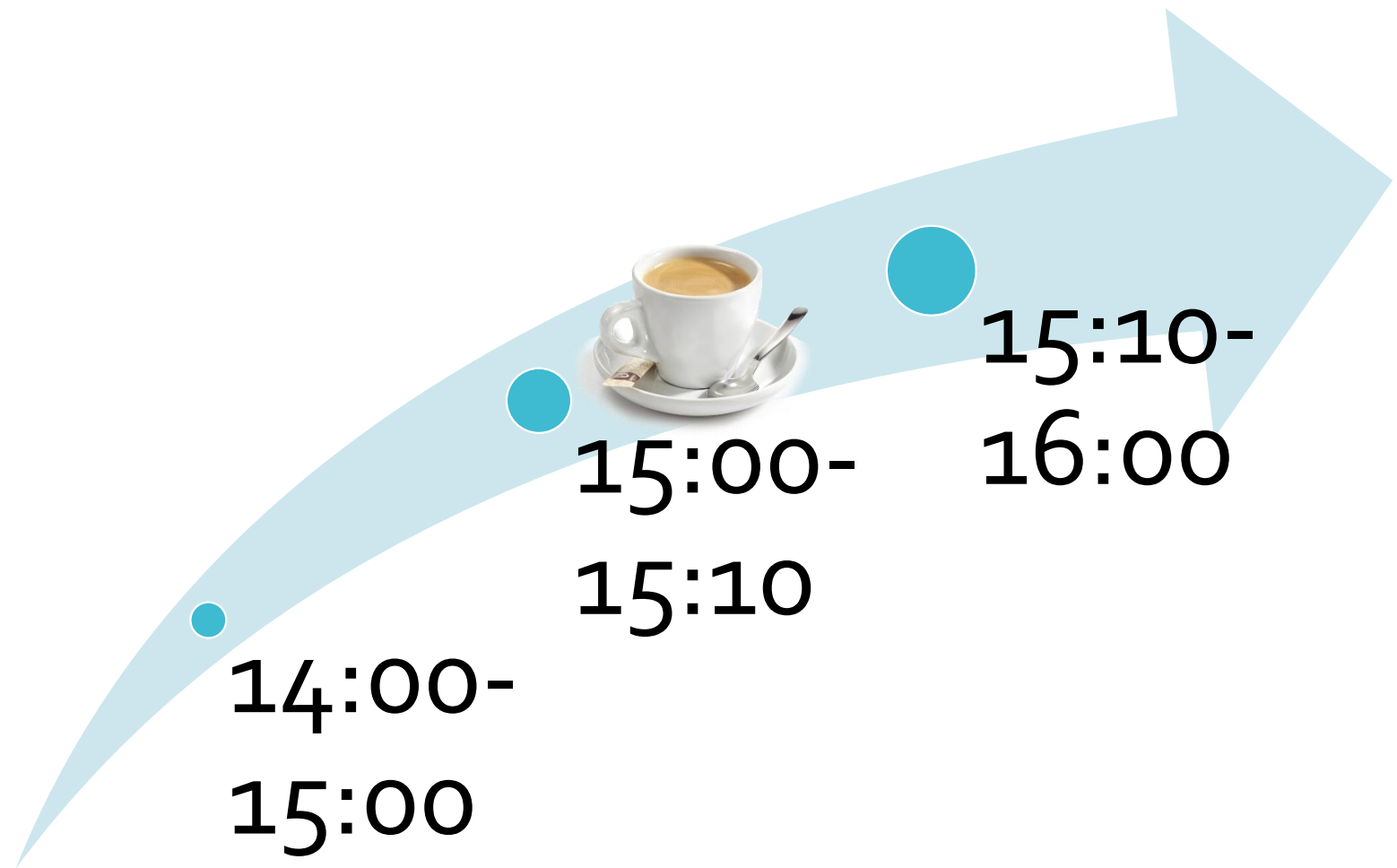
Швеція
Sverige



DNIPRO UNIVERSITY
of TECHNOLOGY
1899



План на сьогодні



Правила модулю у форматі онлайн

- ДЛЯ ЗАПИТАННЯ



- УВІМКНЕНА КАМЕРА



- МІКРОФОН



- ЦИФРОВА ТЕРПИМІСТЬ



Групове завдання 1

Час: 8 хвилин

- Розділяємось на групи по 3-4 особи
- Обираємо будь-який повсякденний продукт, яким ми зазвичай користуємось
- Визначаємо кроки, які необхідно здійснити для купівлі такого товару

Групове завдання 2

Час: 8 хвилин

- Розділяємось на групи по 3-4 особи
- Обираємо будь-який продукт, який ми купуємо 1-2 рази на квартал
- Визначаємо кроки, які необхідно здійснити для купівлі такого товару

Групове завдання 3

Час: 8 хвилин

- Розділяємось на групи по 3-4 особи
- Обираємо будь-який продукт, який ми купуємо 1-2 рази на рік
- Визначаємо кроки, які необхідно здійснити для купівлі такого товару

Типовий маршрут клієнта

- 1) усвідомлення потреби;
- 2) формування інтересу до продукту;
- 3) попереднє дослідження продукту;
- 4) взаємодія з конкретним брендом;
- 5) здійснення покупки.

Додаткові кроки клієнта

- 1) Використання товару
- 2) Оцінка якості післяпродажного обслуговування
- 3) Формування лояльності до бренду
- 4) Адвокація бренду

Приклад

- виникнення потреби - захопився ЗСЖ і захотів переглянути раціон;
- інтерес - знайшов інтернет-магазини, де продаються смачні і корисні продукти для збалансованого харчування;
- дослідження - порівнює асортиментний ряд, вивчає відгуки в мережі;
- покупка - вибирає кращу пропозицію, купує 1-3 позиції;
- досвід використання - оцінює якість сервісу в магазині, пробує продукти;
- повторна покупка - повертається на сайт, оформляє замовлення на більшу суму;
- конвертація в постійного клієнта - замовляє продукти регулярно, користується вигідними умовами програми лояльності;
- рекомендація - розповідає про власний досвід, ділиться враженнями з іншими.

Схема маршруту клієнта

візуальне уявлення етапів,
через які клієнт проходить з
компанією для досягнення
мети

Враховуйте
всі канали
взаємодії

- пошукові системи;
- контекстна реклама;
- соціальні мережі;
- прайс-агрегатори;
- influence-маркетинг;
- маркетплейси;
- email-маркетинг;
- офлайн-точки.

Крок 1

Подивіться на процес продажів
з точки зору покупця.

Крок 2

Проведіть дослідження

Крок 3

Сегментуйте
клієнтів

Крок 4

Визначте на карті
цілі клієнта

Крок 5

Концентруйте
на емоціях

Крок 6

Визначте ключові точки
взаємодії з клієнтом

Крок 7

Визначте ключові
етапи взаємодії

Крок 8

Порівняйте якість
споживчого досвіду
та Вашої пропозиції

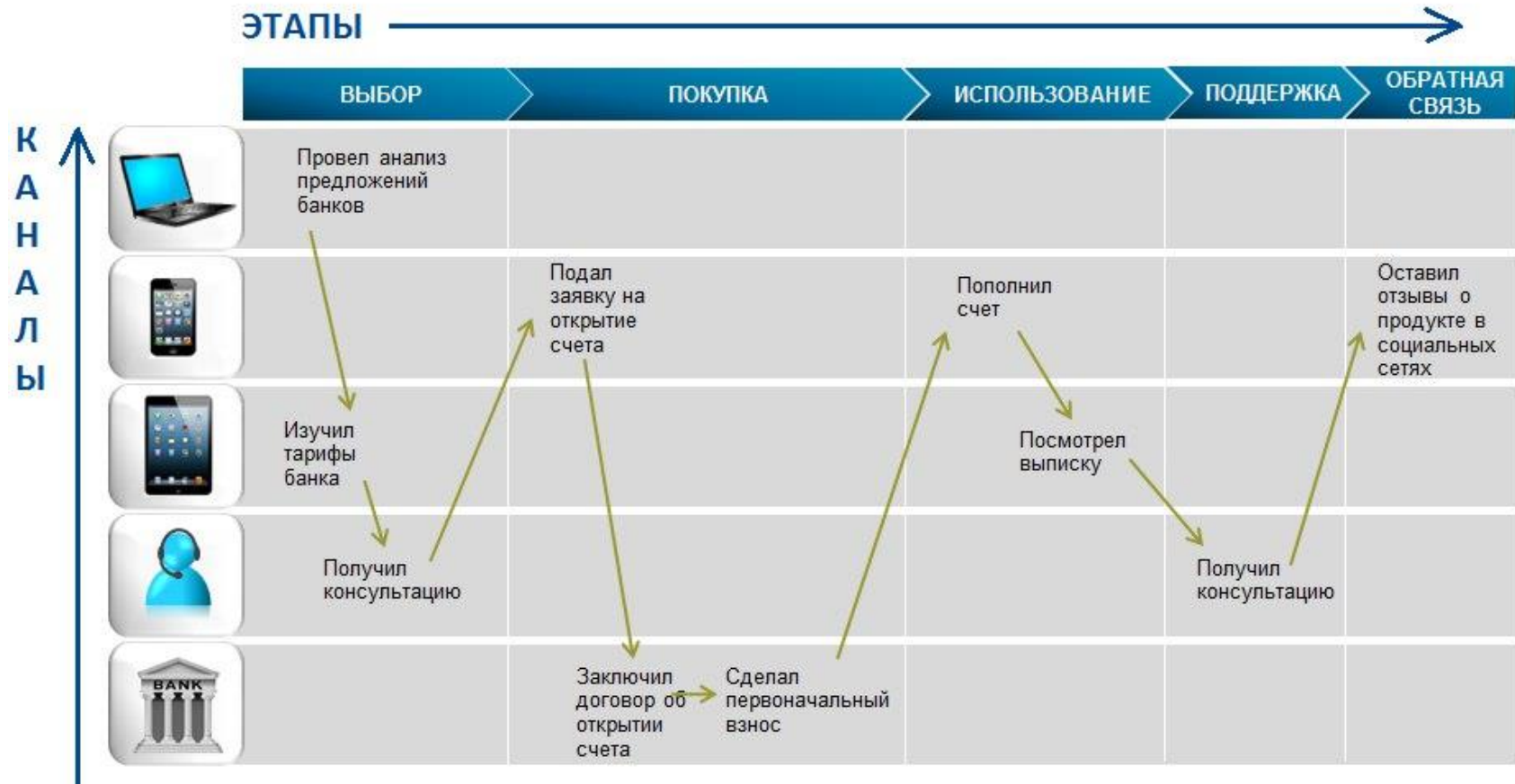
Крок 9

Визначте часові рамки
кожного кроку клієнта

Крок 10

Побудуйте карту на папері
з використанням
аркушу паперу та стікерів
здля її доопрацювання

Приклад 1



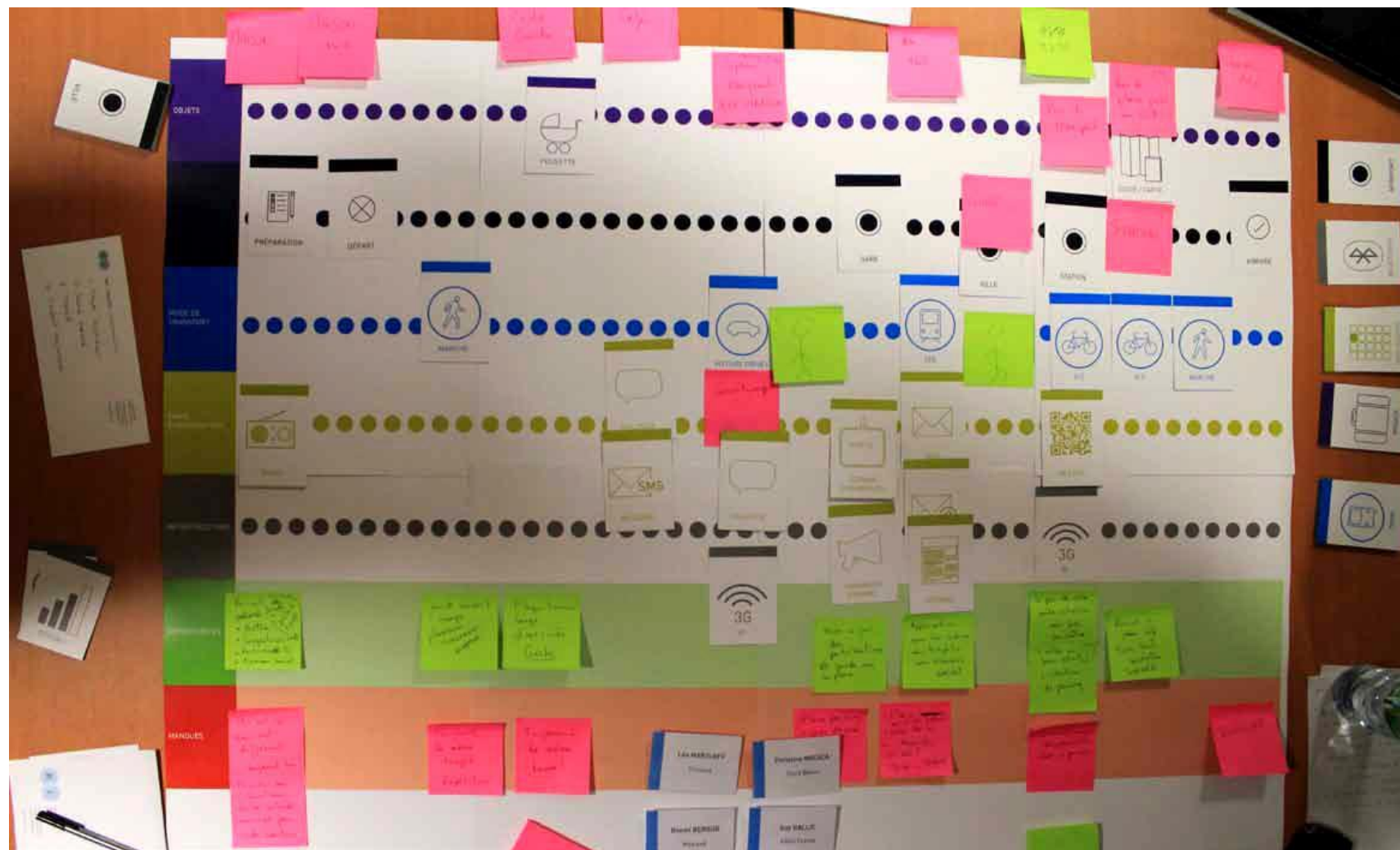
Приклад 2

Этапы	Поиск	Выбор	Покупка	Удержание	Лояльность (адвокат бренда)
Цель	Найти хороший сервис	Выбрать сервис с наилучшей ценой/качеством	Начать получать выгоду от сервиса	Убедиться, что сервис соответствует ожиданиям	Понять, что сервис незаменим и приносит максимальную выгоду
Вопросы	<i>Что может решить мою проблему?</i>	<i>У кого лучшее предложение и больше экспертизы?</i>	<i>Как скоро я смогу пользоваться продуктом?</i>	<i>Как добиться лучшего эффекта от сервиса?</i>	<i>Подходит ли этот сервис больше всего для моих нужд?</i>
Точки соприкосновения	- Google - Facebook - Twitter	- Форум - Кейс - Прайс на сайте	- Сайт - Колл-центр	- Техподдержка - Блог - FAQ	- Customer Success - Партнерская программа
Решения	- SEO - PPC - Лидеры мнений	- Крауд-маркетинг - Контент-маркетинг - Тур по продукту - Отзывы	- UX - Быстрый ответ оператора - Много способов оплаты	- Чат - Обучающие статьи - Рассылка с советами	- Программа лояльности - Личный консультант - Упоминания в СМИ

Приклад 3

Стадии путешествия	Мотивация	Поиск в интернете				Поиск на сайте	Оценка товаров		Оплата	
Активности	Хочет купить подарок другу на новый год	Ищет товары в интернете по ключевым словам	Переходило по первому объявлению в результатах поиска	Еще раз сравнивает с другими сайтами в поисковой выдаче	Изучает текущие скидки и предложения	Открывает страницу товара, чтобы изучить детали	Открывает страницы других товаров, чтобы сравнивать информацию	Переходит к оплате выбранного товара	Связывается со службой поддержки для помощи	
Чувства										
Счастлив										
В целом доволен										
Несчастлив										
Опыт	Приятно сделать подарок другу	Нравится большой выбор, но не знает как выбрать	Не нравится много бесполезной информации	Доволен обилием информации. Не уверена как найти лучшую цену	Удивлен обилием скидок	Разочарован отзывами других покупателей	Нравится дизайн и функциональность. Расстраивает, что многих товаров нет в наличии	Расстроен, что есть только один способ оплаты	Расстроен, что есть только один способ оплаты	
Ожидания	Получать легкий доступ к информации о скидках	Релевантные результаты поисковой выдачи	Возможность скрывать ненужные объявления	Понятный и современный дизайн сайта	Больше праздничных скидок	Высокое качество товаров	Большой ассортимент и быстрая доставка	Больше способов оплаты	Высокая скорость работы сайта	

Приклад 4



Домашка

Розробити
маршрут
Вашого
ТИПОВОГО
клієнта