

Customer Journey Map

Неочевидные тонкости применения

Алексей Копылов

Занимаюсь UX и usability 14 лет

Работал в: UIDG, Wargaming, iDecide

Перевел Алана Купера и другие книги

twitter [@copylove](#)

email copylove@gmail.com



1

Что такое Customer Journey Map?

Что такое услуга?



Услуга — результат, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществленного при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, нематериальна.

ГОСТ-9000-2008

Современные услуги — многоканальны

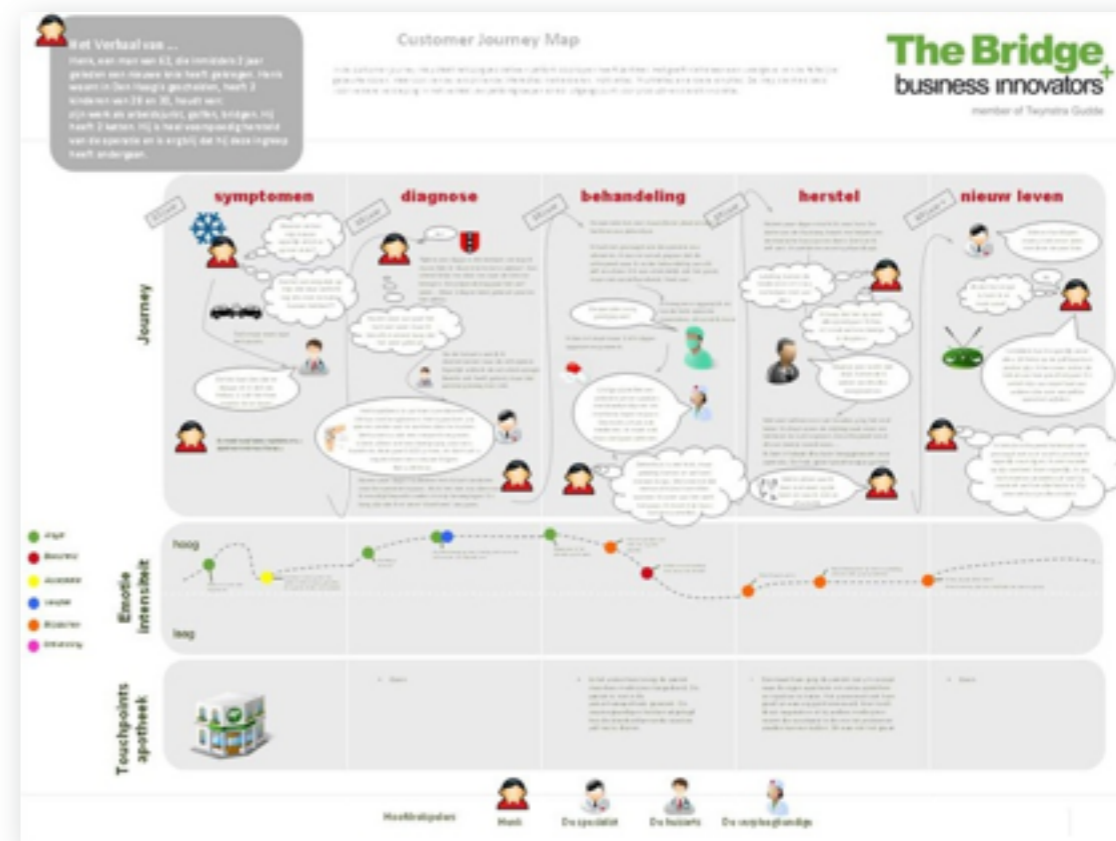
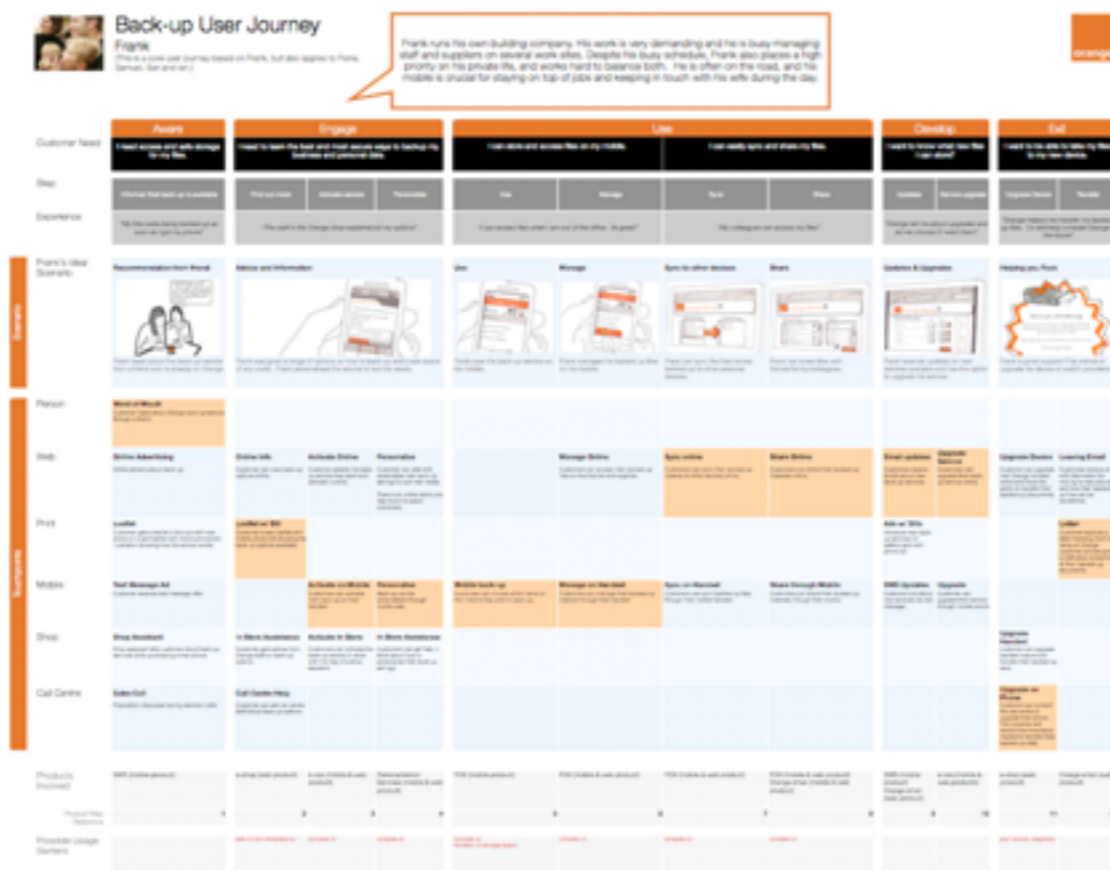


<http://econsultancy.com>

Современные потребители взаимодействуют с мобильными устройствами, веб-браузерами, людьми, средами и пространствами и так далее.

Необходим новый инструмент проектирования!

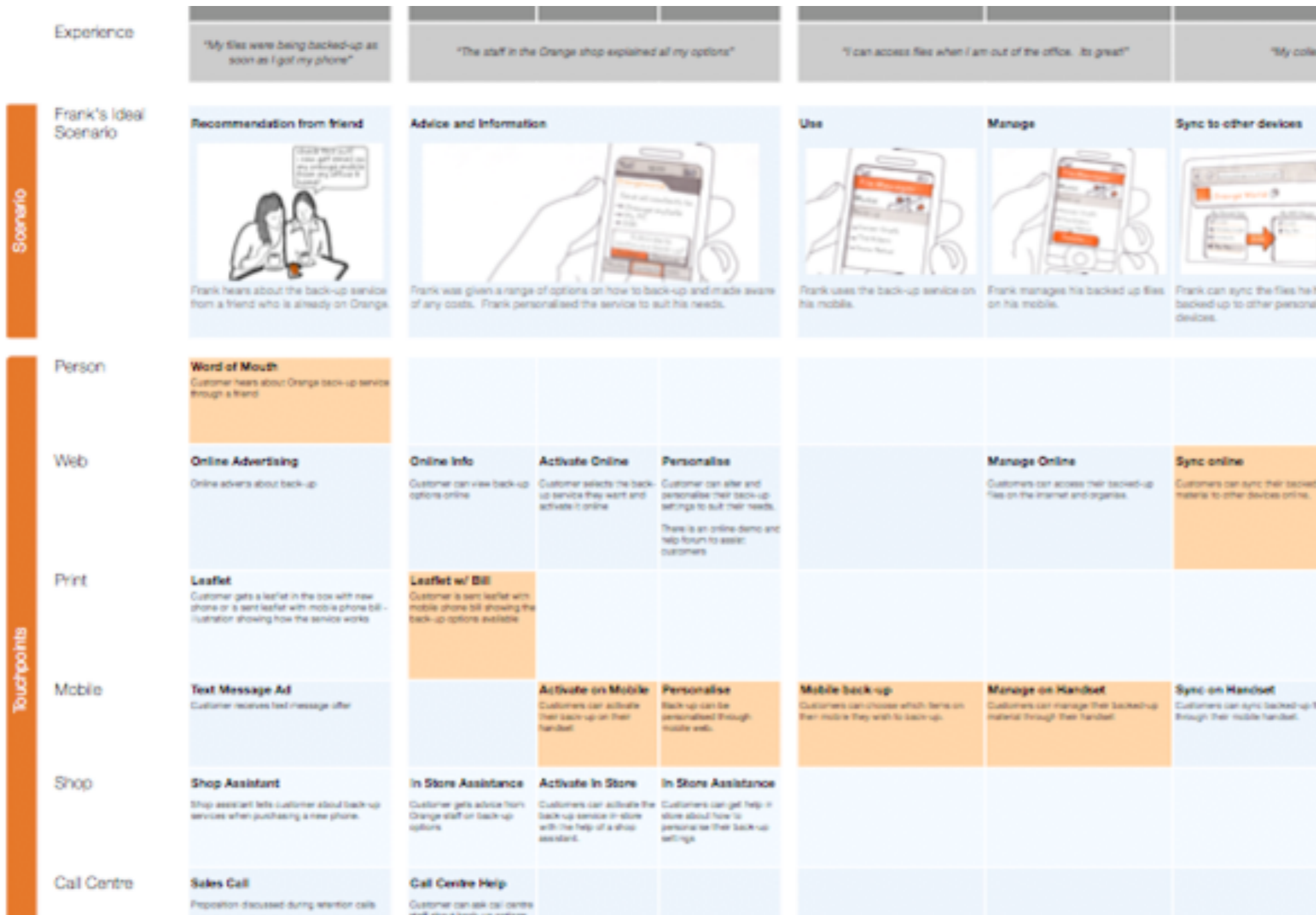
Customer Journey Map



customerexperienceplanning.com

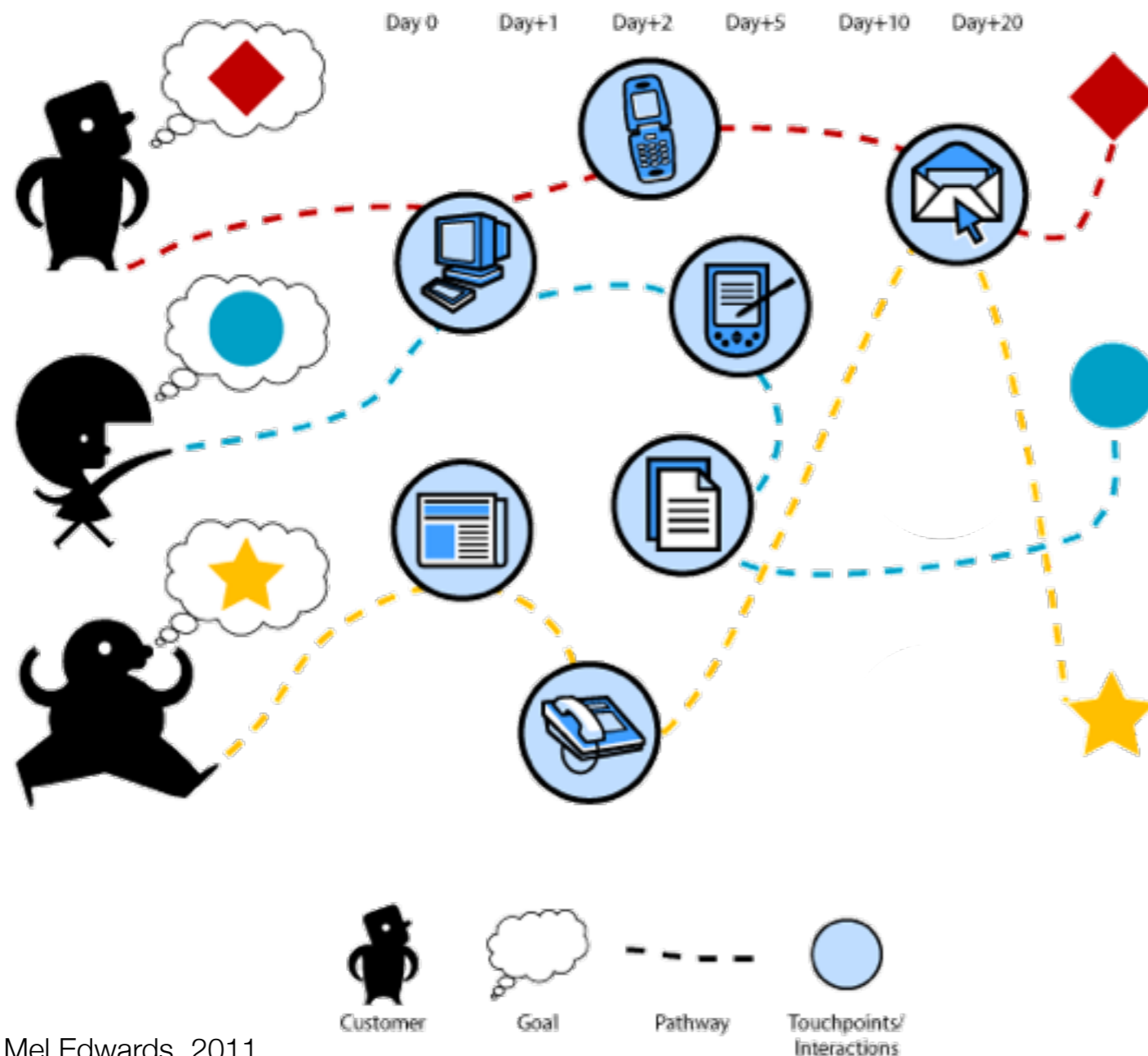
CJM это ориентированный граф, на который с помощью точек контакта отображается путь потребителя предоставляемой услуги. CJM фиксирует подробности взаимодействия с услугой.

Customer Journey Map



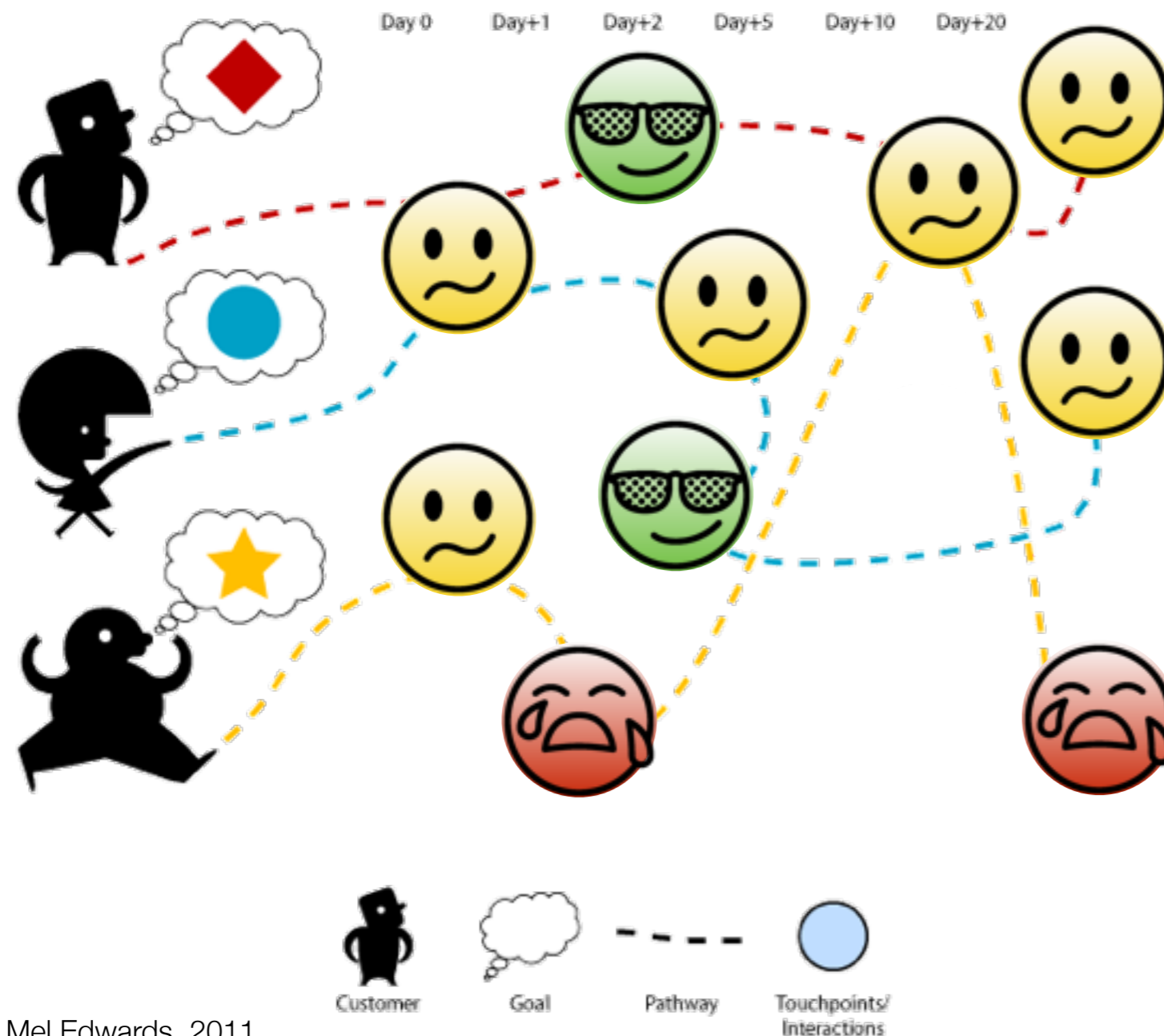
Определение

Во время взаимодействия с некоей услугой мы взаимодействуем с большим количеством различных продуктов.



Mel Edwards, 2011

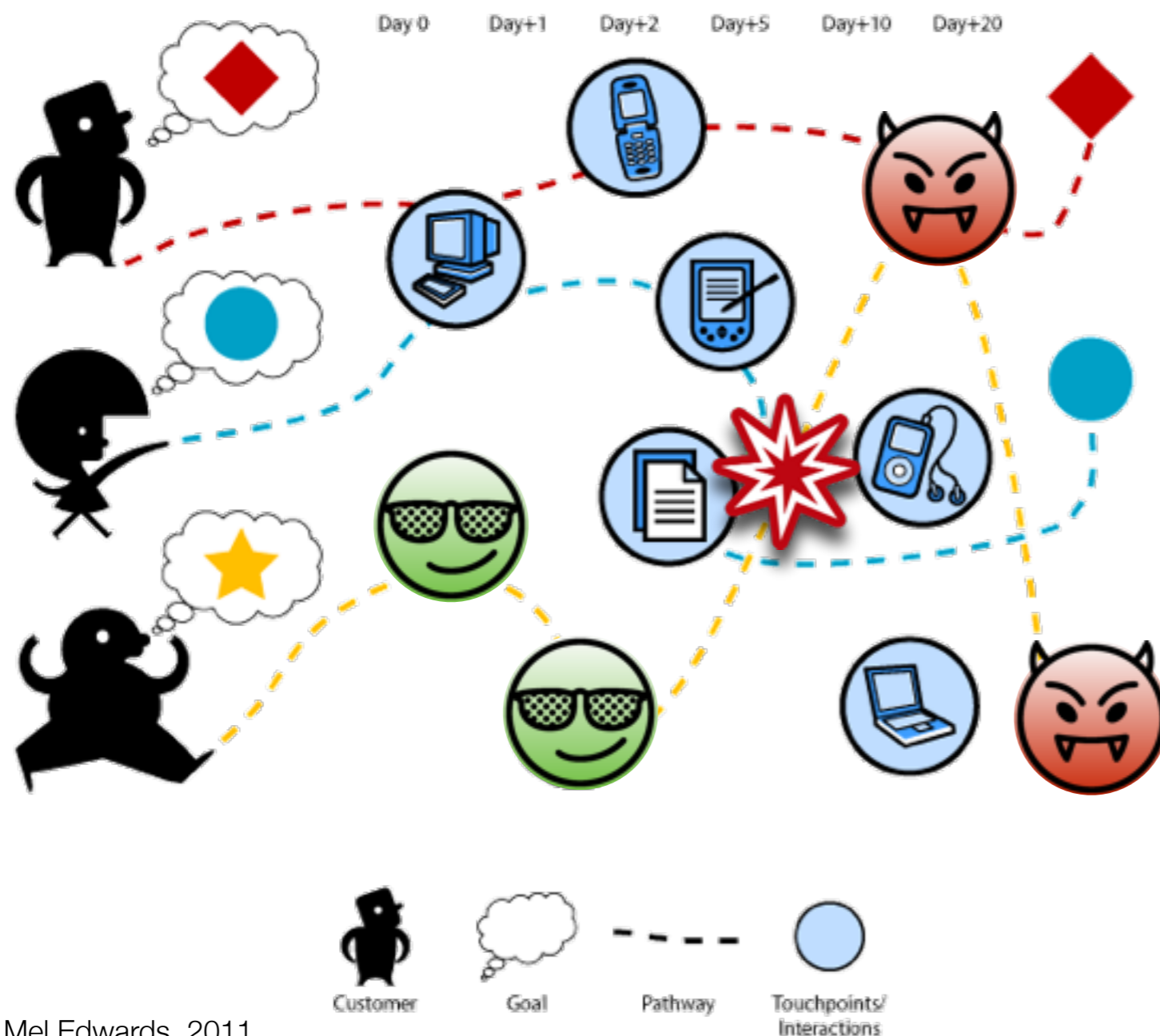
Слабое звено



Mel Edwards, 2011

Самая слабая точка взаимодействия определяет максимальный уровень качества услуги. Некачественные взаимодействия приводят к потерям потребителей.

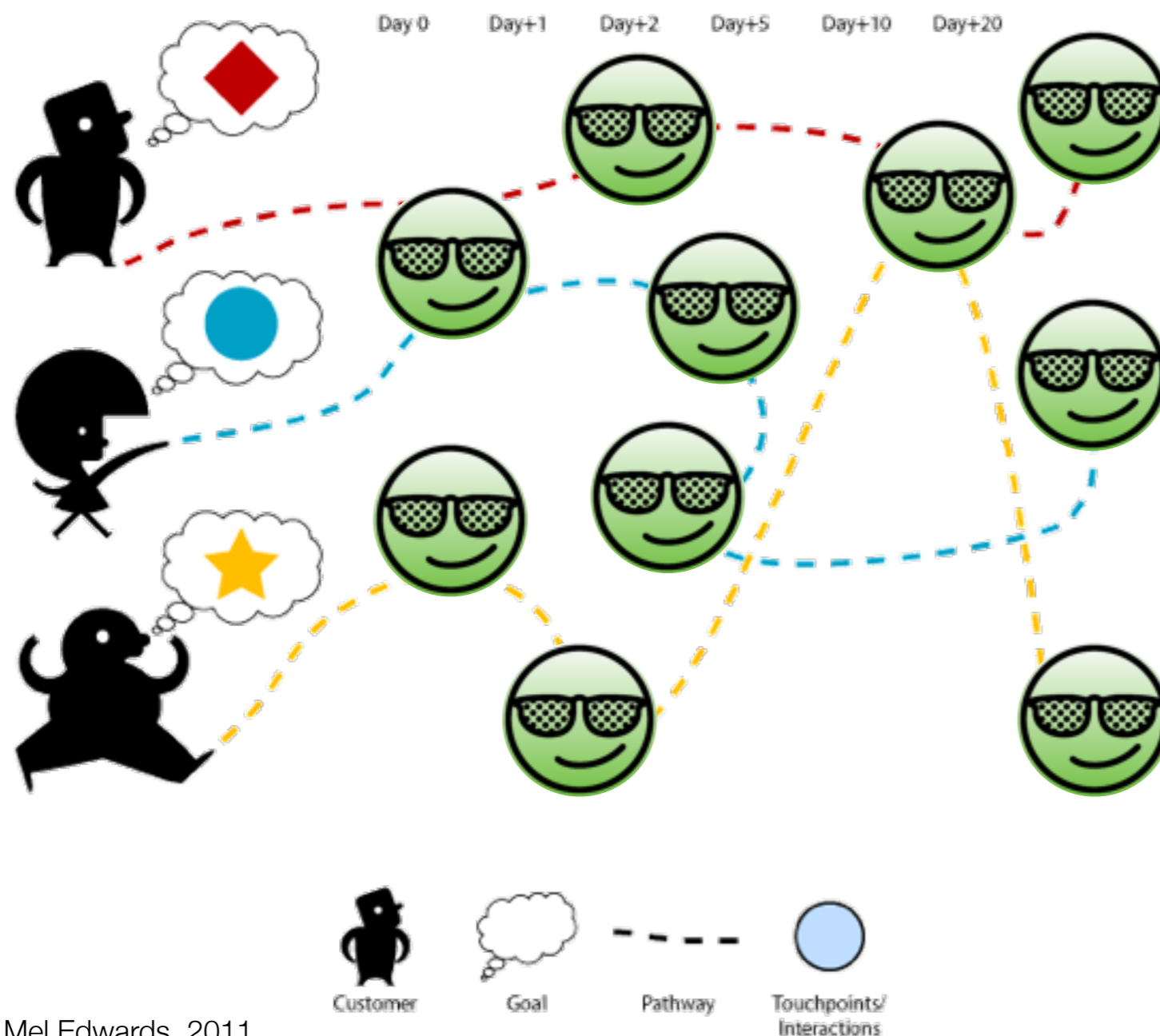
Слабое звено



Также мы теряем потребителей при переходе от одной точки контакта к другой.

Mel Edwards, 2011

Слабое звено



Mel Edwards, 2011

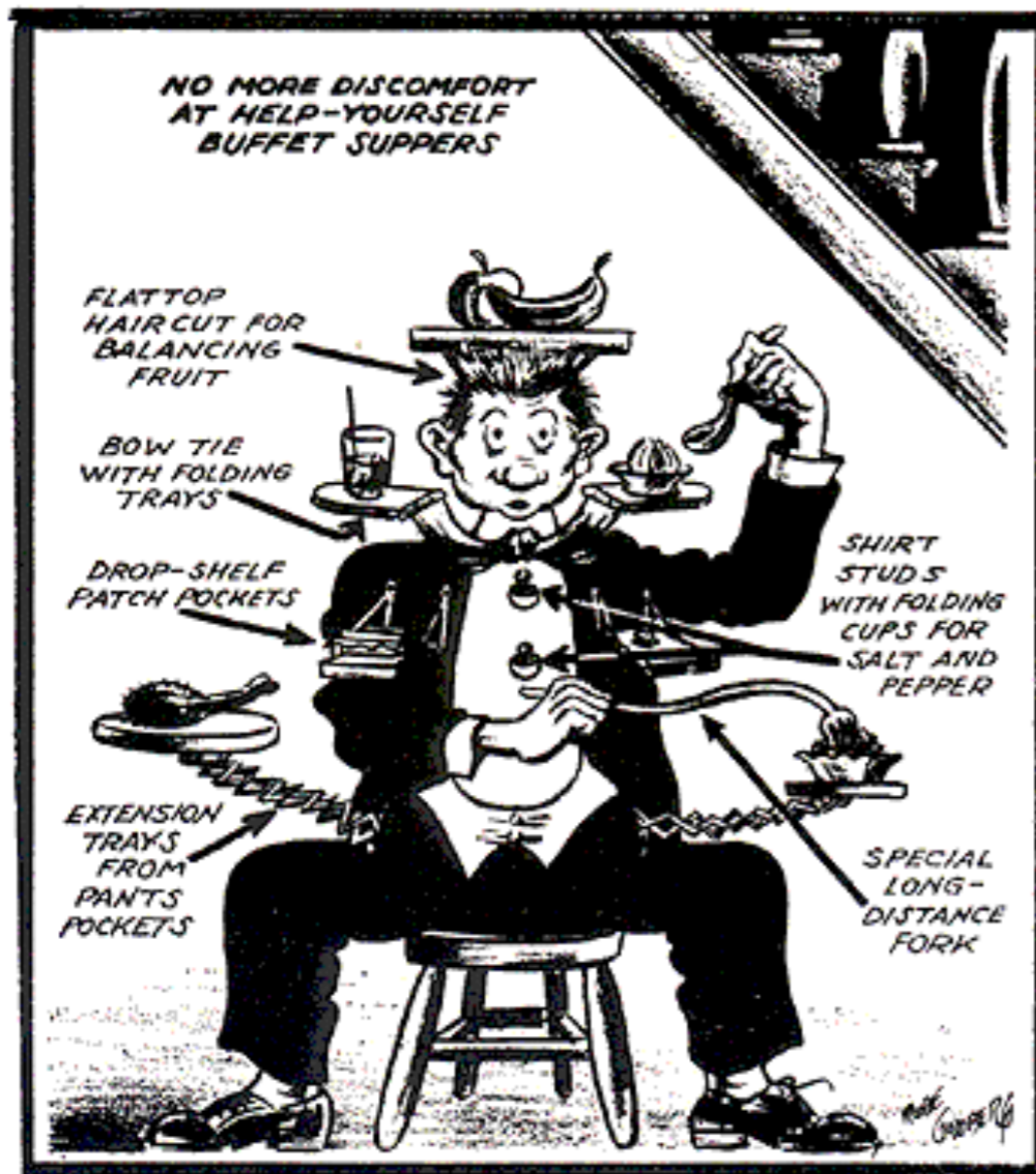
СJM позволяет поставить под контроль процесс проектирования услуг, которые реализованы с помощью различных интерактивных продуктов.

Задачи решаемые CJM

1. Создание непрерывного UX на протяжении всего потребления услуги
2. Увеличение конверсии потребителей
3. Повышение их лояльности (retention rate)
4. Повышение ответственности специалистов компании
5. Ускорение разработки многоканальных услуг и продуктов
6. Создание новых захватывающих взаимодействий

Задачи решаемые СДМ

Повышать качество услуги
в целом и в деталях



2

Проблемы CJM

Типов клиентов много



Типичная сцена в банке

Типов клиентов много

Сложности с большим количеством типов клиентов:

1. Часть сценариев совпадает, часть не совпадает
2. Очень сложно сопровождать изменение сценариев так как отсутствует готовый инструмент для этого

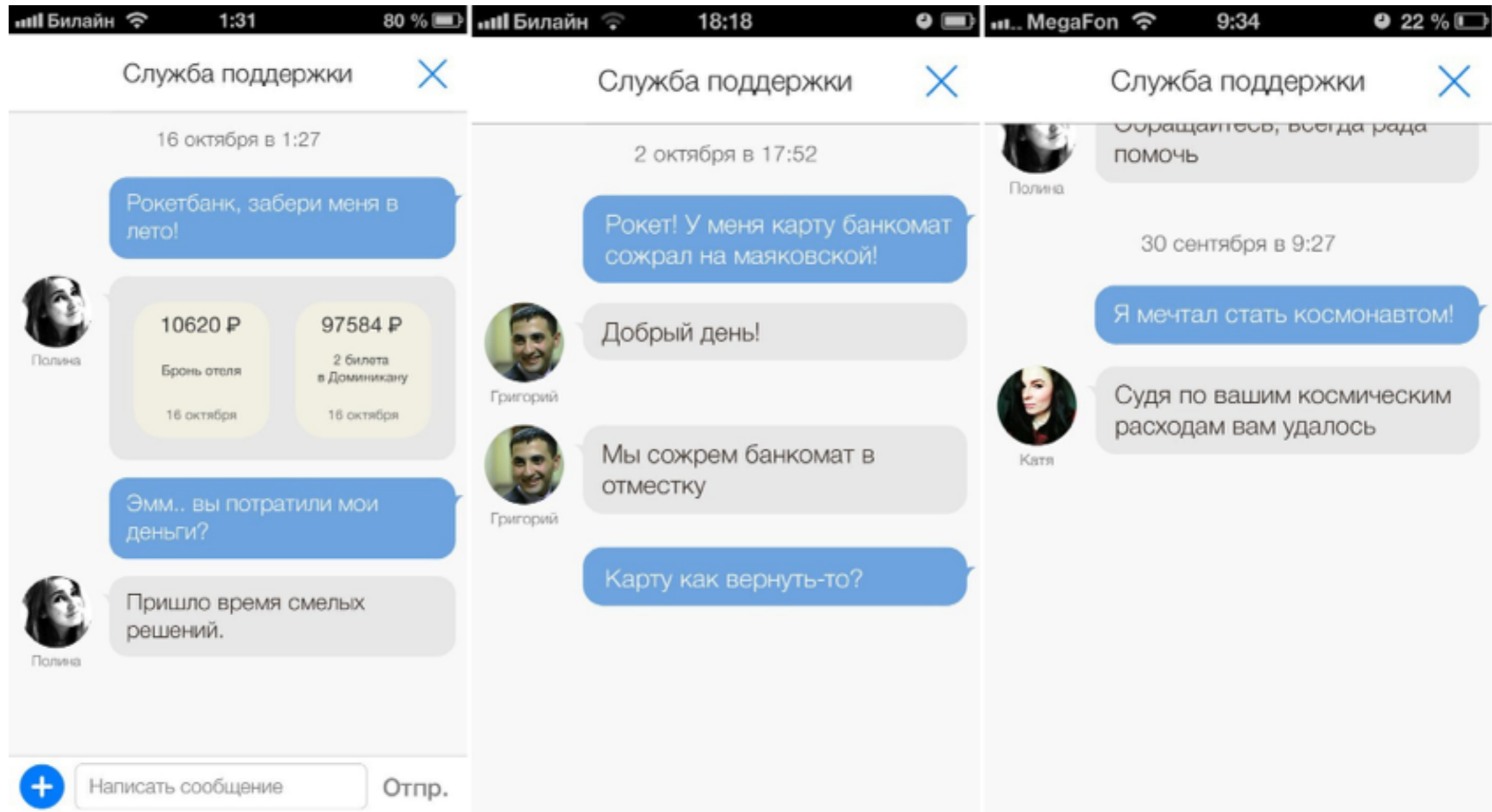
Типов клиентов много



Решение (плохое)

СJM каждого типа клиента сделать независимо
от других

2 стороны взаимодействия



Диалоги со службой поддержки в Рокетбанке

2 стороны взаимодействия

Сотрудники компании такие же пользователи услуг компании, в которой работают.

Недостаточно проектировать только путь клиента, нужен путь сотрудника, а также взаимодействующие пути того и другого.

2 стороны взаимодействия (как минимум)



Решение

Использовать Swimlanes для отображения взаимодействия всех сторон (методика BPM)

Swimlanes (BPM)

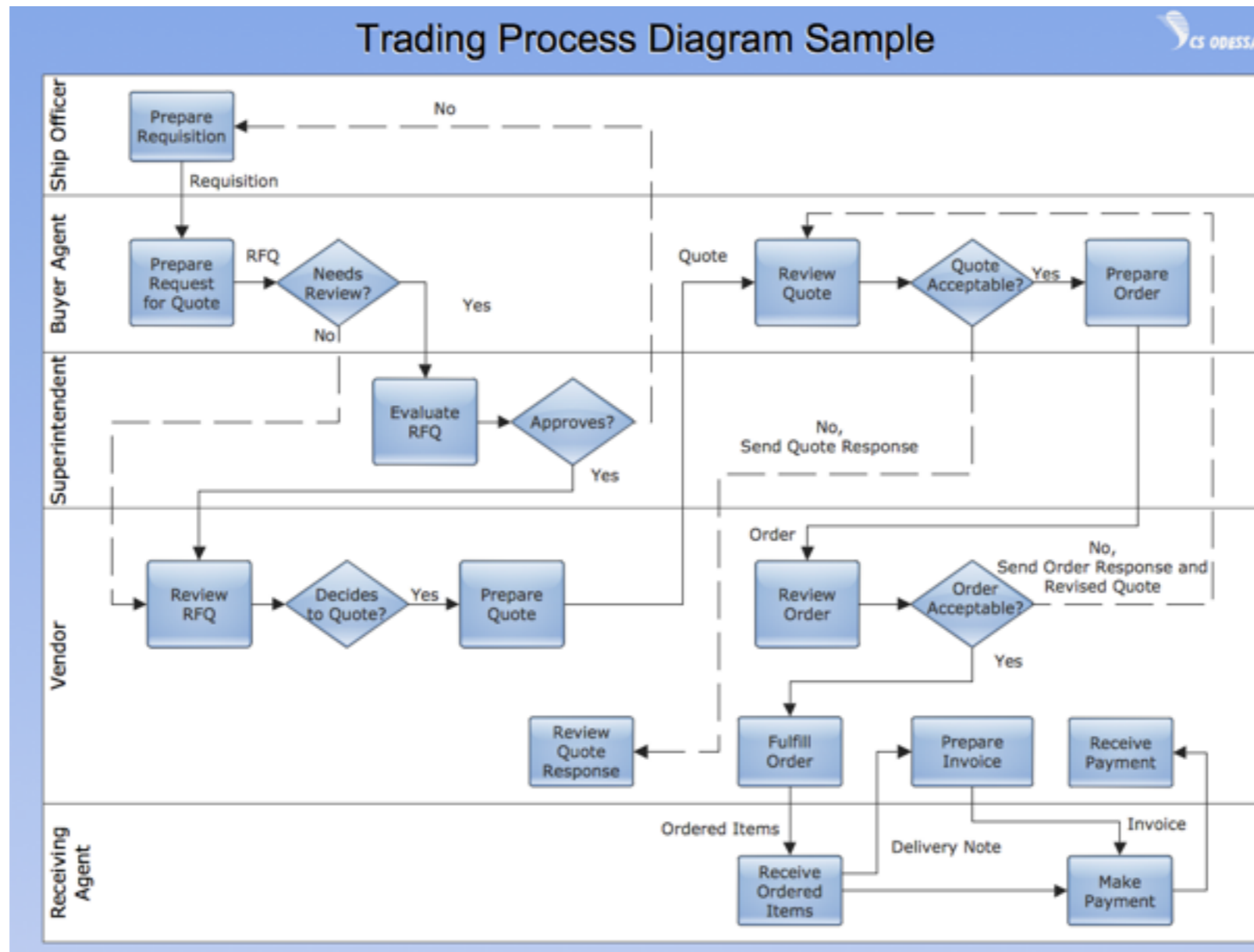
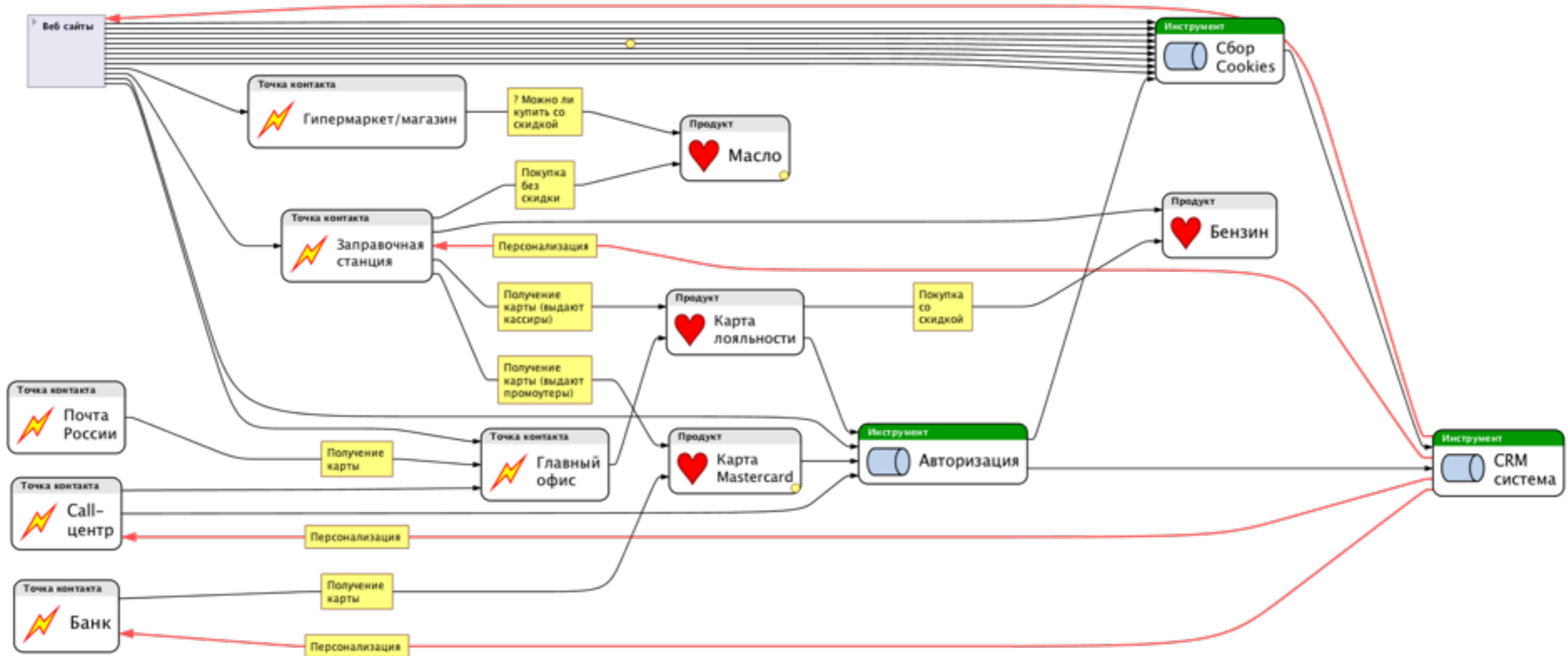


Диаграмма BPM (Business Process Management)

Нелинейность CJM



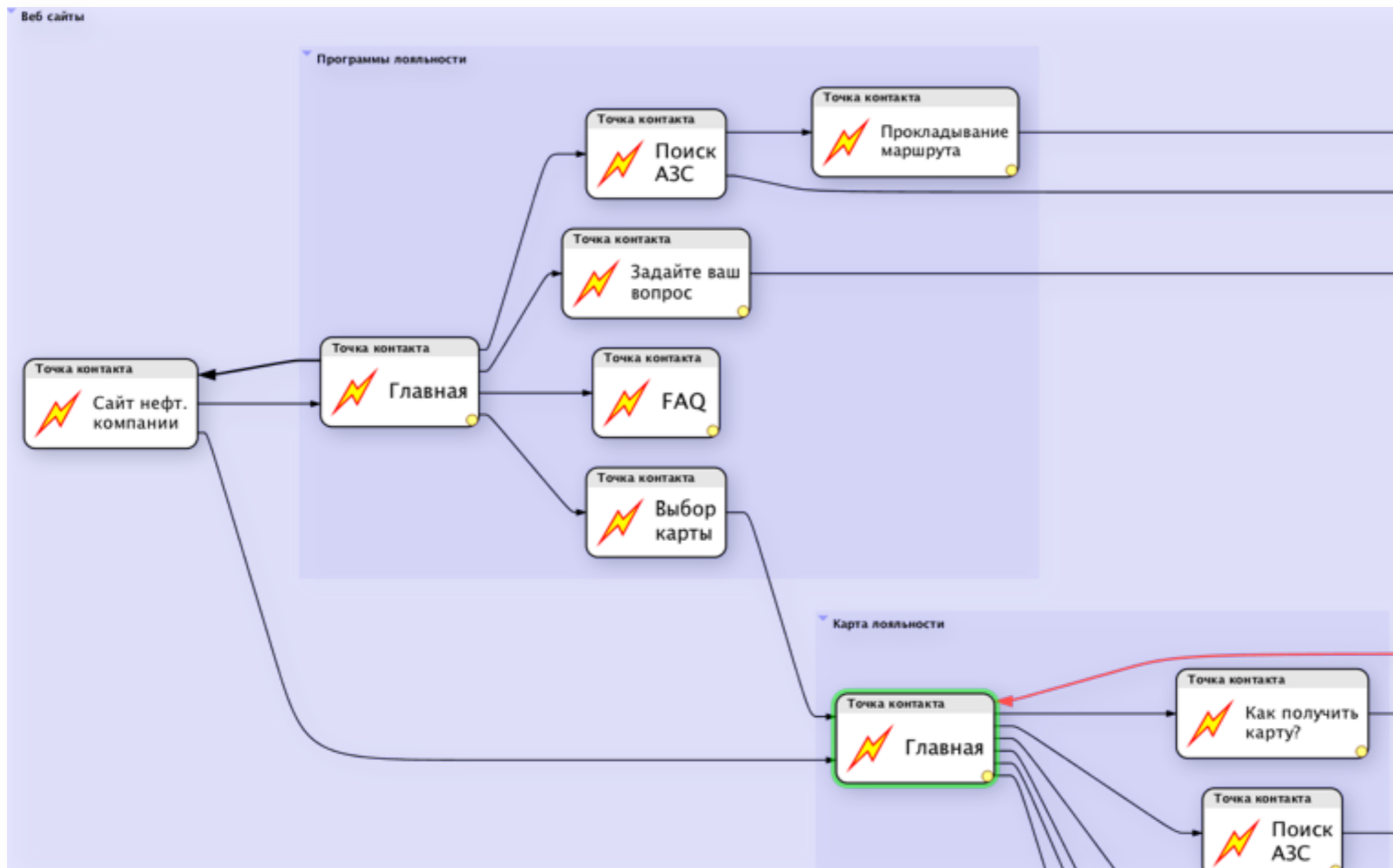
В процессе потребления услуги пользователи взаимодействуют с различными устройствами и в различной комбинации.

Нелинейность CJM

Нелинейности CJM обуславливается:

1. Развилками сценариев
2. Сменой каналов взаимодействия

Развилки сценариев



Типичные развилки сценариев на веб-сайте

Развилки сценариев

Из наблюдений за реакцией больных после оглашения им смертельного диагноза Кюблер-Росс выделила пять стадий:

1. Отрицание. Больной не может поверить, что это действительно с ним случилось.
2. Гнев. Возмущение работой **врачей**, **ненависть** к здоровым людям.
3. Торг. Попытка заключить сделку с судьбой. Больные загадывают, допустим, что они поправятся, если монетка упадет орлом.
4. Депрессия. Отчаяние и ужас, потеря интереса к жизни.
5. Принятие. «Я прожил интересную и насыщенную жизнь. Теперь я могу умереть». Не более 2 % людей переживают эту стадию.

Мотивы и потребности кардинально меняются в зависимости от этапа развития клиента

Развилки сценариев



Решение

Необходимо фиксировать информационные и эмоциональные потребности каждого клиента в каждом сценарии

Для каждого этапа развития клиента создавать отдельный персонаж (и CJM)

Смена каналов

Проблемы с каналами:

1. Сложно предсказать моменты смены каналов
2. Есть ли задачи и ситуации, когда лучше подходит тот или иной канал?

Смена каналов



В каких ситуациях, какое устройство предпочтительнее и что заставит сменить устройство?

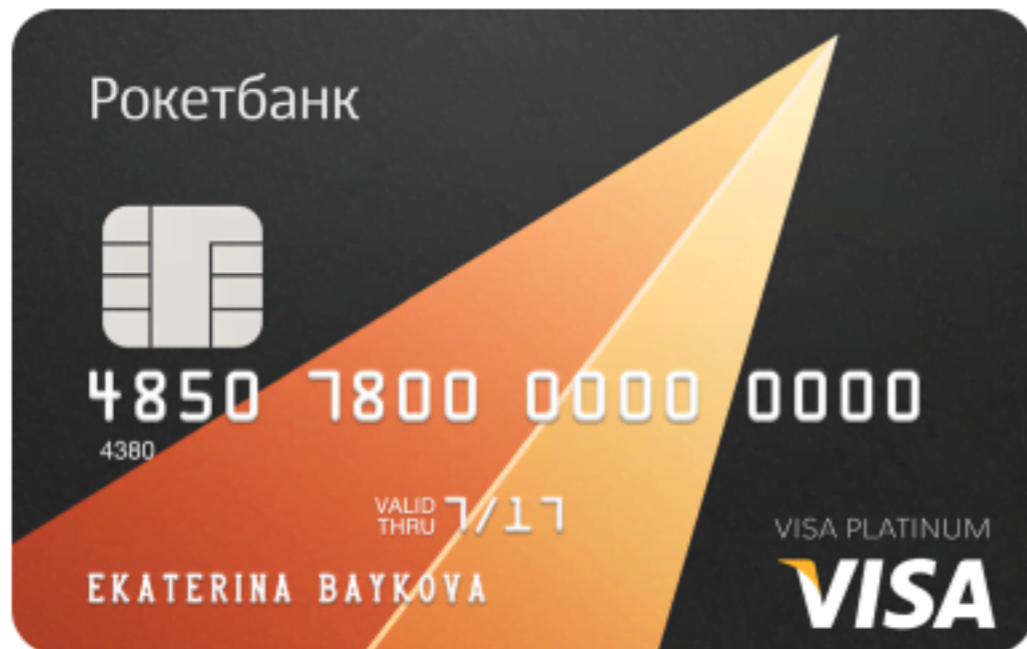
Смена каналов



Радикальное решение

Можно просто выкинуть ненужные каналы

Rocketbank: Mobile First



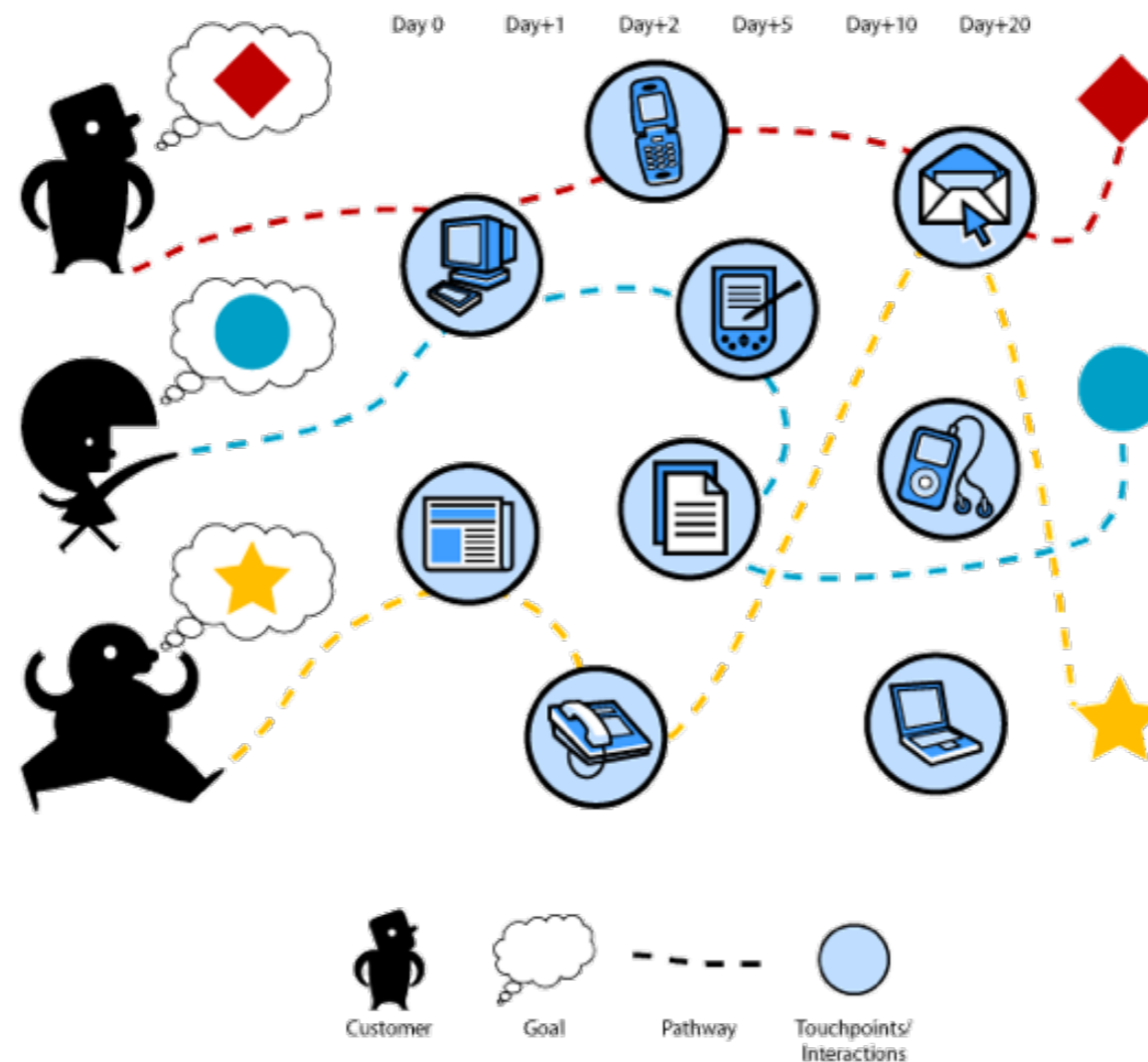
- + Одностраничный сайт
- + Мобильное приложение
- + Поддержка по телефону
- Физические отделения банка
- Веб-доступ
- Доступ по телефону

«Пучковость» каналов



В одну точку контакта клиенты попадают разными путями

«Пучковость» каналов



В зависимости от траектории барьеры в точке контакта будут разными!

«Пучковость» каналов



Плохое решение

Не учитывать то, что барьеры при разных траекториях отличаются

Найти инструмент

Спасибо!

Вопросы?

twitter @copylove

email copylove@gmail.com