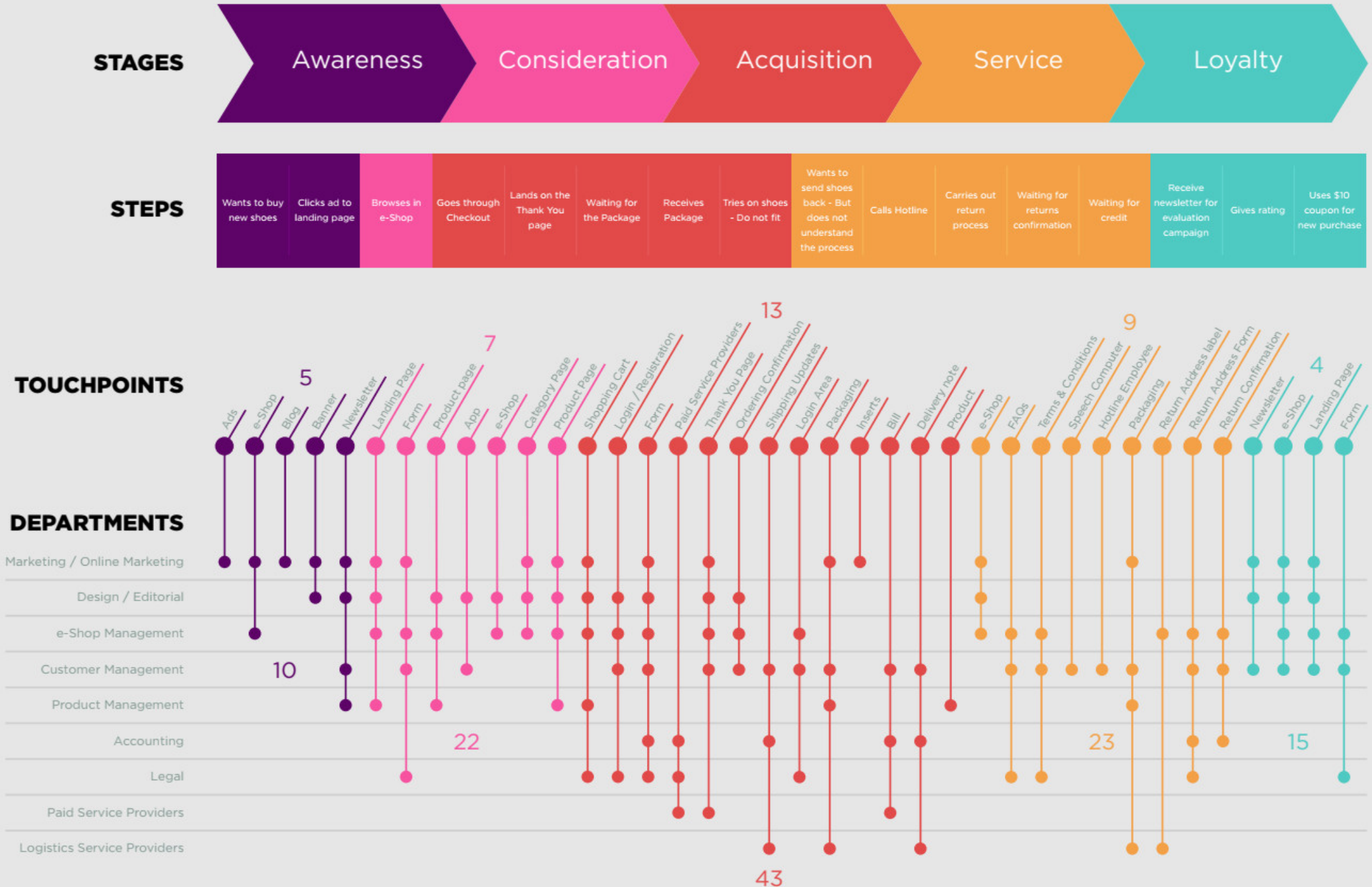







CUSTOMER JOURNEY LAYERS

BrightVessel.com



Customer Journey Map

STAGE	AWARENESS	CONSIDERATION	DECISION	SERVICE	LOYALTY
Customer's Activities	Knowing the products through Social media, friends	Research products and compare	Purchasing the product	Receive product, contact customer care, read documentation	Repeat purchase and share customer experience
Different Touchpoints	Traditional & social media, over word of mouth	Words of mouth, website and social media	Website, mobile app, phone conversation	Chat, Email, Phone	Words of mouth, social media, review sites
Customer Experience	Interested but hesitant 	Curious and excited 	Excited 	Frustrated 	Satisfied and went out 
Key Point Indicators	People reached	Latest Website visitors	Conversion rate, online sales	Reviews rating and waiting time	Customer retention ratio and satisfaction score
Business Objectives	Boost awareness and interest	Increase website visitors	Increase conversion rate, online sales	Increase customer service and minimize waiting time	Create positive reviews, boost retention ratio
Team Members/ Departments involved	Communication & Marketing	Marketing & communication approaches, sales	development via online, sales, marketing and customer service	Customer service & customer success	Online development, customer service and customer success

Chân dung khách hàng

Mr. Việt Tùng - 22 tuổi - Phát triển web

Hoàn cảnh

Công việc của Mr. Tùng cần phải làm việc trên máy tính và làm đêm nhiều. Anh ấy thích uống cafe nhưng lại không thích hương vị cafe hoà tan. Anh ấy cần sản phẩm cafe tiện lợi giúp tỉnh táo nhưng chất lượng sản phẩm phải tốt và hương vị ngon.

Nhận thức vấn đề

Tìm kiếm thông tin

So sánh - Đánh giá

Quyết định mua

Phản ứng sau mua

Hành vi người dùng

- Thấy đồng nghiệp chia sẻ về loại cafe mới.
- Xem được review về cafe trên Internet.
- Đọc được bài báo nói về uống cafe khiến tỉnh táo.

- Tìm kiếm thông tin bằng từ khoá " Cafe hoà tan" trên internet.
- Tìm kiếm qua bạn bè, người thân.

- Lựa chọn 2 - 3 sản phẩm cafe của thương hiệu khác nhau để so sánh.
- Chọn ra sản phẩm phù hợp với tiêu chí của mình nhất.

- Đến cửa hàng để mua.
- Đặt mua online.

- Cảm thấy hài lòng khi sử dụng sản phẩm.
- Giới thiệu cho bạn bè, người thân.

Điểm chạm

- Chia sẻ của đồng nghiệp.
- Các review sản phẩm trên Internet.

- Các công cụ tìm kiếm: Google, Facebook,...
- Người thân, bạn bè.

- Website.
- Mạng xã hội
- Bao bì sản phẩm.

- Nhân viên tư vấn.

Thông tin tiêu chí

- Nguồn ký ức: đã từng biết, sử dụng sản phẩm.
- Nguồn Marketing: website, báo, đài...
- Nguồn trải nghiệm: các bài review trên Internet.

- Hương vị, chất lượng sản phẩm.
- Giá cả sản phẩm hợp lý.
- Thành phần chứa lượng cafe in đủ để giúp tỉnh táo.

- Dễ dàng mua sản phẩm.
- Được thêm ưu đãi.
- Vị trí gần nhà, công ty.
- Thanh toán dễ dàng.

Cảm xúc






Điểm không hài lòng

- Thông tin của sản phẩm không đồng nhất.
- Có quá nhiều thông tin tràn lan.
- Nhiều sản phẩm nhái khiến tìm kiếm thông tin khó khăn.
- Tốn nhiều thời gian.



Vy

CUSTOMER JOURNEY MAP

	AWARENESS	CONSIDERATION/ RESEARCH	PURCHASE	POST-EXPERIENCE
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none"> Social Network (Facebook, Insta, ...) Ads Bạn bè giới thiệu Kinh nghiệm bản thân 	<ul style="list-style-type: none"> Google Sàn TMĐT: Tiki, Shopee, Lazada Hiệu sách quen 	<ul style="list-style-type: none"> Sàn TMĐT: TIKI 	<ul style="list-style-type: none"> Tiki Các online community về sách
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none"> Click vào xem các ads trên mạng xã hội Tìm kiếm các thông tin về sách Xem review trên các blog, đọc thử vài trang 	<ul style="list-style-type: none"> So sánh về giá, chất lượng, tốc độ giao hàng, so sánh kinh nghiệm những lần mua trước đó, chất lượng dịch vụ, bản quyền, chính sách hậu mã 	<p>Tiến hành đặt sách:</p> <ul style="list-style-type: none"> lựa chọn sách phương thức thanh toán khuyến mãi chính sách chăm sóc khách hàng nếu có 	<ul style="list-style-type: none"> Đánh giá, review về nội dung sách, về dịch vụ Tiki, và các community review sách Giới thiệu cho bạn bè, người thân để được hưởng ưu đãi
MOTIVATIONS	<ul style="list-style-type: none"> Xem review trên các blog, đọc thử vài trang và cảm thấy hứng thú 	<ul style="list-style-type: none"> Tìm sách với giá và chất lượng tốt nhất 	<ul style="list-style-type: none"> Review tốt từ các khách hàng đã từng mua trên Tiki Phương thức thanh toán COD thuận tiện 	<ul style="list-style-type: none"> Nhận được email của Tiki khuyến khích khách hàng để lại feedback
QUESTIONS	<ul style="list-style-type: none"> Cuốn sách nào hấp dẫn và đáng để mua? 	<p>Đứng trước các lựa chọn:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mua online hay ra các hiệu sách? Ưu tiên chất lượng hay giá cả? Mua trang uy tín hay trang được review? Nên lựa chọn sách có bản quyền hay không? 	<ul style="list-style-type: none"> Chất lượng sách trên web giới thiệu và sản phẩm nhận được liệu có sự khác biệt? 	<ul style="list-style-type: none"> Có nên chia sẻ cảm nhận về sách với cộng đồng hoặc giới thiệu cho người quen không?
PAINPOINTS	<ul style="list-style-type: none"> Lời giới thiệu liệu có đáng tin cậy? 	<ul style="list-style-type: none"> Có quá nhiều sự lựa chọn 	<ul style="list-style-type: none"> Không có 	<ul style="list-style-type: none"> Không có
CUSTOMER EXPERIENCES	Bình thường 	Hứng thú 	Hài lòng 	Hài lòng 