

# СТРОИМ CUSTOMER JOURNEY MAP

## Теория и практика



# **ВЫ - ЛИДЕР СТАРТАПА.**

**ВАС ПРИГЛАСИЛИ ВЫСТУПИТЬ СО СВОИМ ПРОЕКТОМ В  
СКОЛКОВО.**

**ВАМ НУЖНО:**

**КУПИТЬ БИЛЕТ НА ПОЕЗД**

**ПЕРЕКУСИТЬ В КАФЕ**

**ЗАСЕЛИТЬСЯ В ГОСТИНИЦУ**

## ЗАДАНИЕ 1

**В ГРУППЕ НАПИШИТЕ ЭТАПЫ, КОТОРЫЕ НЕОБХОДИМО СДЕЛАТЬ ВАМ КАК КЛИЕНТУ , ПРЕЖДЕ ЧЕМ ВЫ СОВЕРШИТЬ ПОКУПКУ И КАКИЕ ВОПРОСЫ У ВАС ВОЗНИКАЮТ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ ?**

Этапы	1.	2	3	4	5	6	7

**СJM - это история взаимодействия клиента с компанией от момента осознания потребности и до повторных коммуникаций.**

**Составляется от имени покупателя с учетом его целей, чувств, эмоций, страхов, ценностей.**

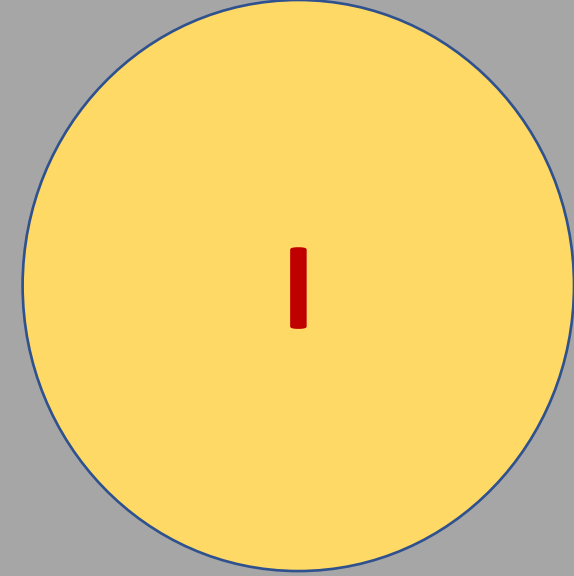
ПРИМЕР КАРТЫ  
клиентского пути

[ YAGLA ]

Этапы					
Цель	Ищу хороший сервис	Выбираю сервис, нужны наилучшие цена и качество	Хочу получить максимум выгоды от сервиса	Хочу, чтобы мои ожидания оправдались	Хочу вернуться к этому сервису в другой раз, он выгодный и надежный
Вопросы	Что решит мою проблему?	У кого лучшее предложение и большой опыт?	Есть ли экспресс-доставка?	Какие еще полезные функции есть у этого сервиса?	Подходит ли этот сервис лучше других для того, что мне нужно?
Точки соприкосновения	Google, Facebook, Instagram, Twitter	Отзывы на iRecommend, форумы, кейсы	Сайт, звонок от оператора колл-центра	Техподдержка, блог, FAQ	Партнерская программа, менеджер по Customer Success

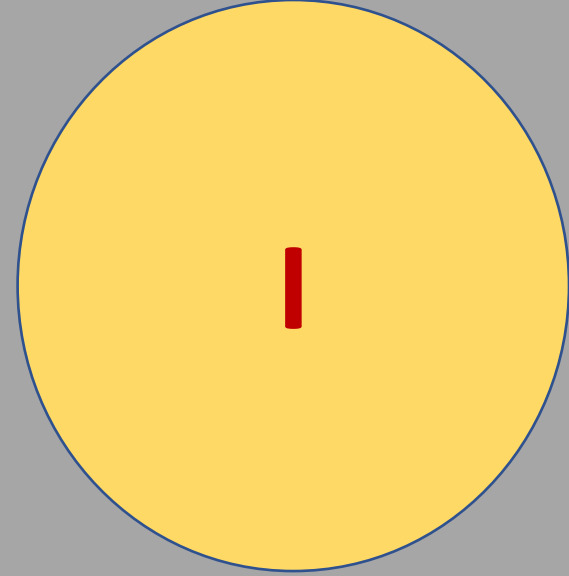


# **ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ КОТЕЛЬНЫХ**



Целевая аудитория

# Целевая аудитория



- Главные инженеры, энергетики. 33-50 лет.
- Высшее техническое образование.
- Есть люди в подчинении.
- Отвечают за техническое обслуживание предприятия,
- Отвечают за обеспечение теплом.



# СJM ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

<b>ЭТАПЫ</b>	<b>Появление потребности Сбор информации</b>	<b>Изучение рынка, выбор подрядчика</b>	<b>Выбор услуги</b>	<b>Договор, оказание услуги</b>	<b>Сопровождение</b>
<b>ЦЕЛЬ</b>					
<b>ВОПРОСЫ</b>					
<b>ТОЧКИ КОНТАКТА</b>					
<b>МОТИВЫ / БАРЬЕРЫ</b>					

# СJM ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

<b>ЭТАПЫ</b>	Появление потребности Сбор информации	Изучение рынка, выбор подрядчика	Выбор услуги	Договор, оказание услуги	Сопровождение
<b>ЦЕЛЬ</b>	понять, что нужен подрядчик	получить соотношение цены / качество	выбрать правильно	соответствие заявленному	подтвердить что все работает
<b>ВОПРОСЫ</b>	кто может помочь	сравнить цены, найти отзывы,	приоритезация и последовательность, набор услуг	услуги оказаны полностью и в срок	насколько работает , отклонения
<b>ТОЧКИ КОНТАКТА</b>	статьи на сайте, видео, email - маркетинг	менеджеры, отзовики, подготовить кейсы	менеджеры, полиграфия.	специалист на связи, оборудование работает	менеджер / обратная связь, дополнительные услуги
<b>ЭМОЦИИ / БАРЬЕРЫ</b>					

A large yellow circle with a thin blue outline, containing the text 'СJM' in red. It is positioned in the upper right corner of the slide.

**СJM**

**ЧТО ДАЕТ СJM ?**

# ЧТО ДАЕТ CJM ?



**CJM**

1. Какие маркетинговые инструменты использовать ?
2. Сформулируете свое УТП
3. Определите, какой контент создавать
4. Найдете точки роста эффективности
5. Узнаете много нового о клиентах
6. Увеличите повторные продажи
7. Повысите лояльность клиентов

**ТРИ ПОЛЕЗНЫХ ИДЕИ ДЛЯ ПРОЕКТА**