



Проектирование карты клиентского пути VoxWeb

Для быстрого и качественного создания CJM есть несколько основных моментов:

- Выделить полный перечень шагов, которые совершает пользователь или клиент.
- Определить критерий успеха - что является достижением шага или цели пользователя.
Названия в системе аналитики должны соответствовать.
- Добавить показатель возврата, при условии достижения конкретного шага. Retention rate.
- Показатель конверсии, при переходе от одного шага к другому.
в последствии поможет выявить барьеры на пути пользователя.
- Точка контакта продукта и потребителя - реклама, сайт, мобильное приложение, электронное письмо и т.д.
- Измерять процент аудитории на каждом шаге.
- Описание эмоционального состояния на каждом шаге пользователя.
«Кажется, я запутался», «Не бросить ли это все?», «Я близок к цели», «То, что нужно!», также эмоциональное состояние можно описать с помощью emoji.
- Степень критичности точки.

Барьеры.

Важно правильно выделить и иметь самое полное представление о том, что мешает использовать продукт или услугу. С целью устранения этих преград на пути пользователя.

Чек-лист создан на основе статьи компании МАНУФАКТУРА.

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?