PRCH MEMBER

ESOMAR corporate

ptbrio

CUSTOMER JOURNEY

Klient omnichannelowy: potrzeby i oczekiwania

© Inquiry sp. z o.o., 2018

inquiry MARKET RESEARCH

CO ROBIMY GDY…

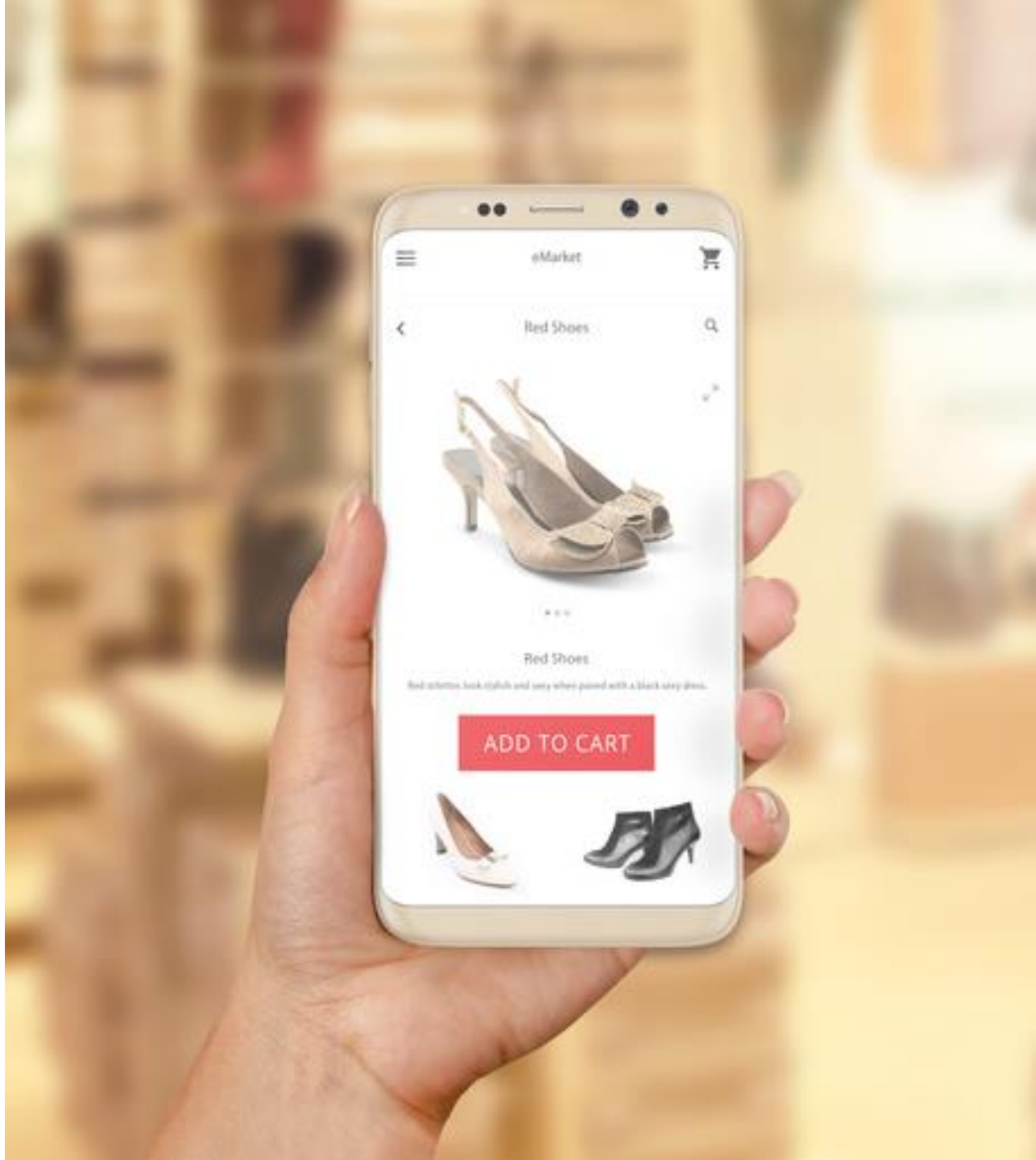
… widzimy reklamy tych rzeczy, które zamierzaliśmy kupić?

DLACZEGO…

… odwiedzamy stronę www sklepu w celu dokonania zakupów online, a ostatecznie i tak wybieramy się po produkt do sklepu stacjonarnego?

PO CO...

... będąc na zakupach
w sklepie stacjonarnym,
sięgamy po telefon?



KIEDY…

… czujemy potrzebę poinformowania znajomych
o naszych zakupach?

WSPÓŁCZESNY KONSUMENT

#Digital

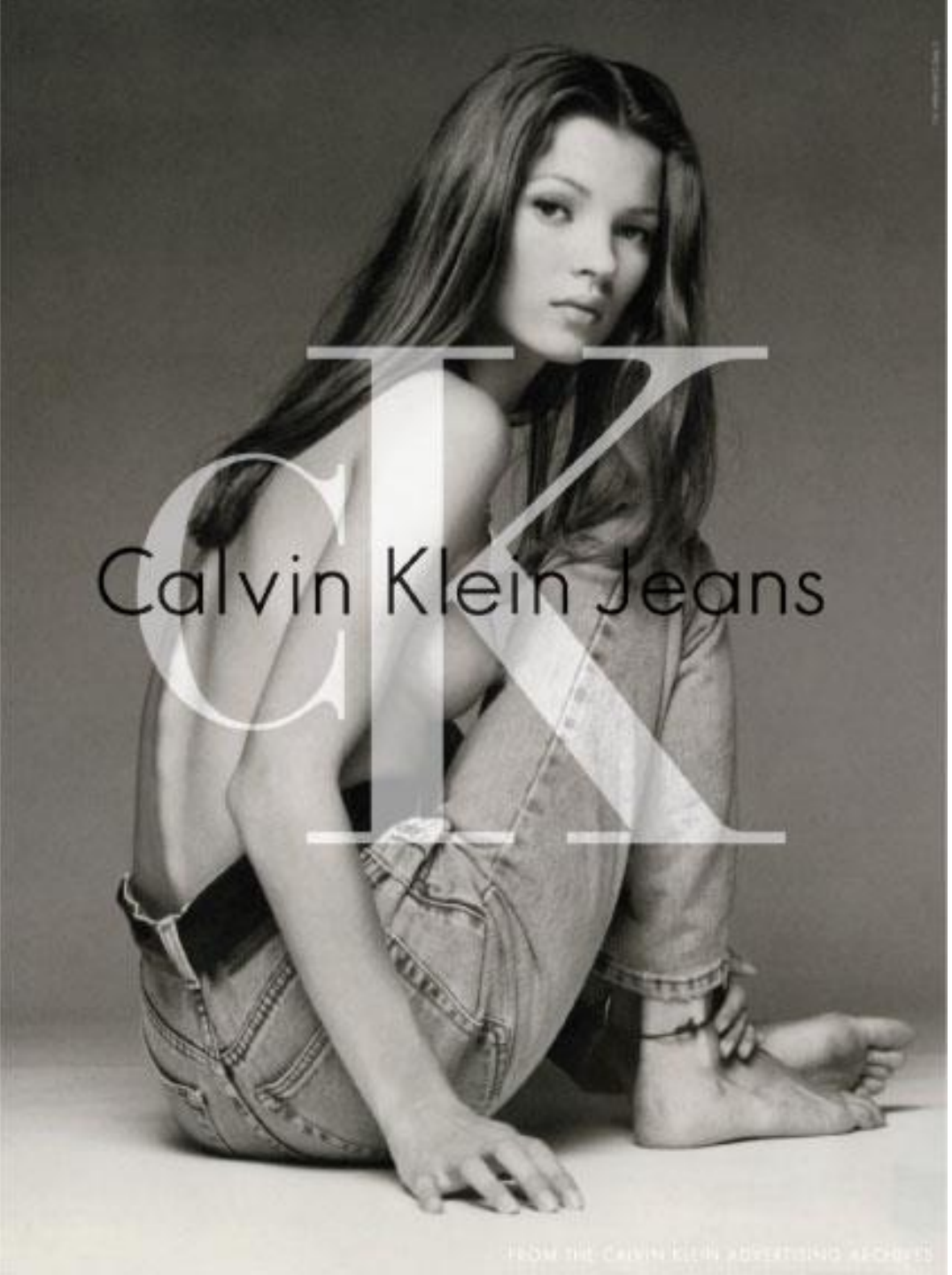
Informacji o produktach i usługach szuka przede wszystkim w sieci

#Social

Jest obecny w mediach społecznościowych, śledzi działania znajomych, a także ulubionych marek

#Mobile

Dzięki smartfonowi jest online 24 h na dobę

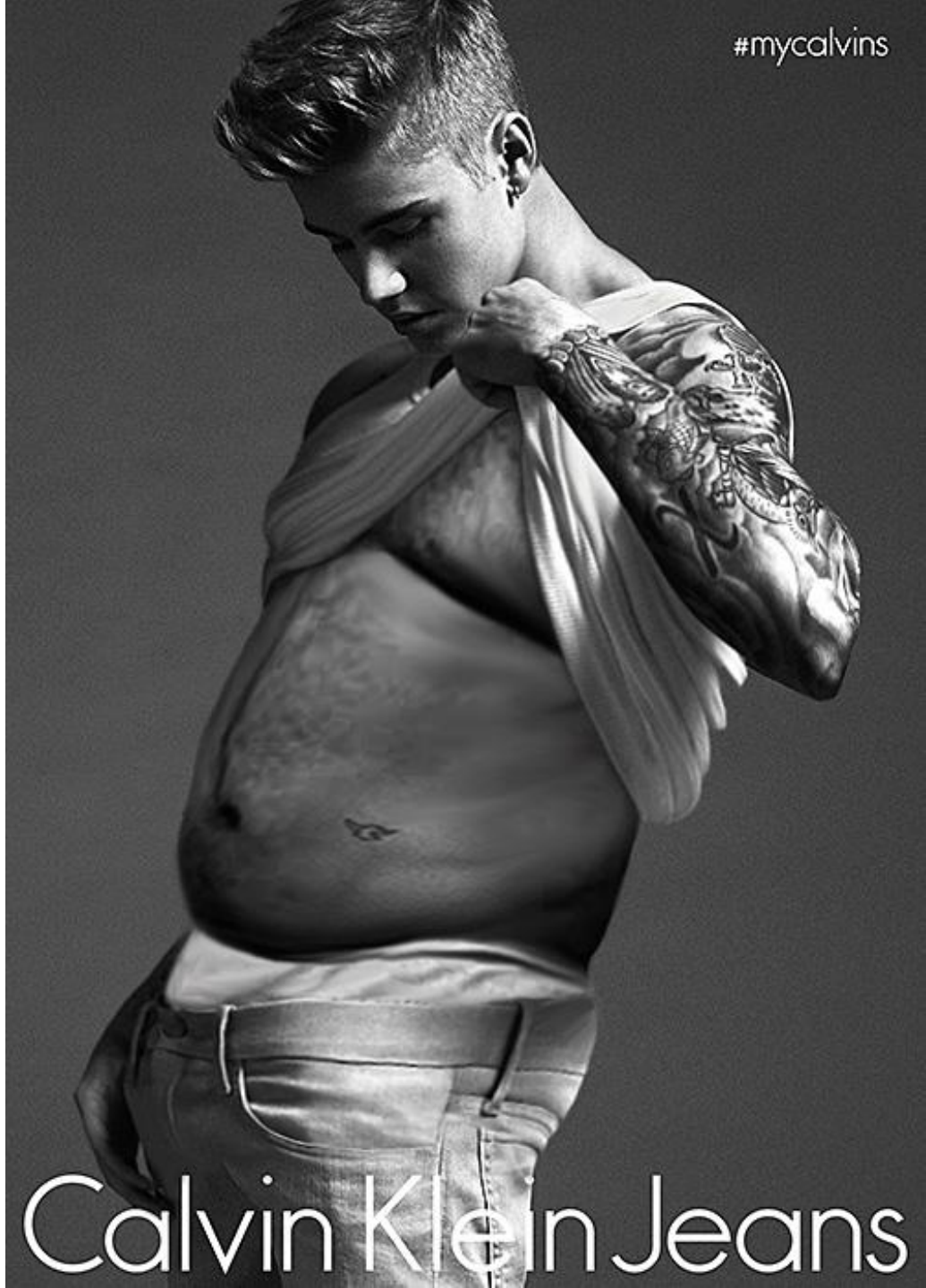


TAK BYŁO KIEDYŚ

- ✓ Marki wybierały media zgodnie a grupą docelową
- ✓ Marketerzy kontrolowali przekaz
- ✓ Budżet reklamowy decydował o zasięgu reklamy
- ✓ Silna marka gwarantowała sukces

TAK JEST DZIŚ

- ✓ Publiczność jest rozproszona, często większy zasięg mają sami konsumenci niż tradycyjne media
- ✓ Konsumenci aktywnie współtworzą wizerunek marki
- ✓ Pomysł decyduje o zasięgu reklamy

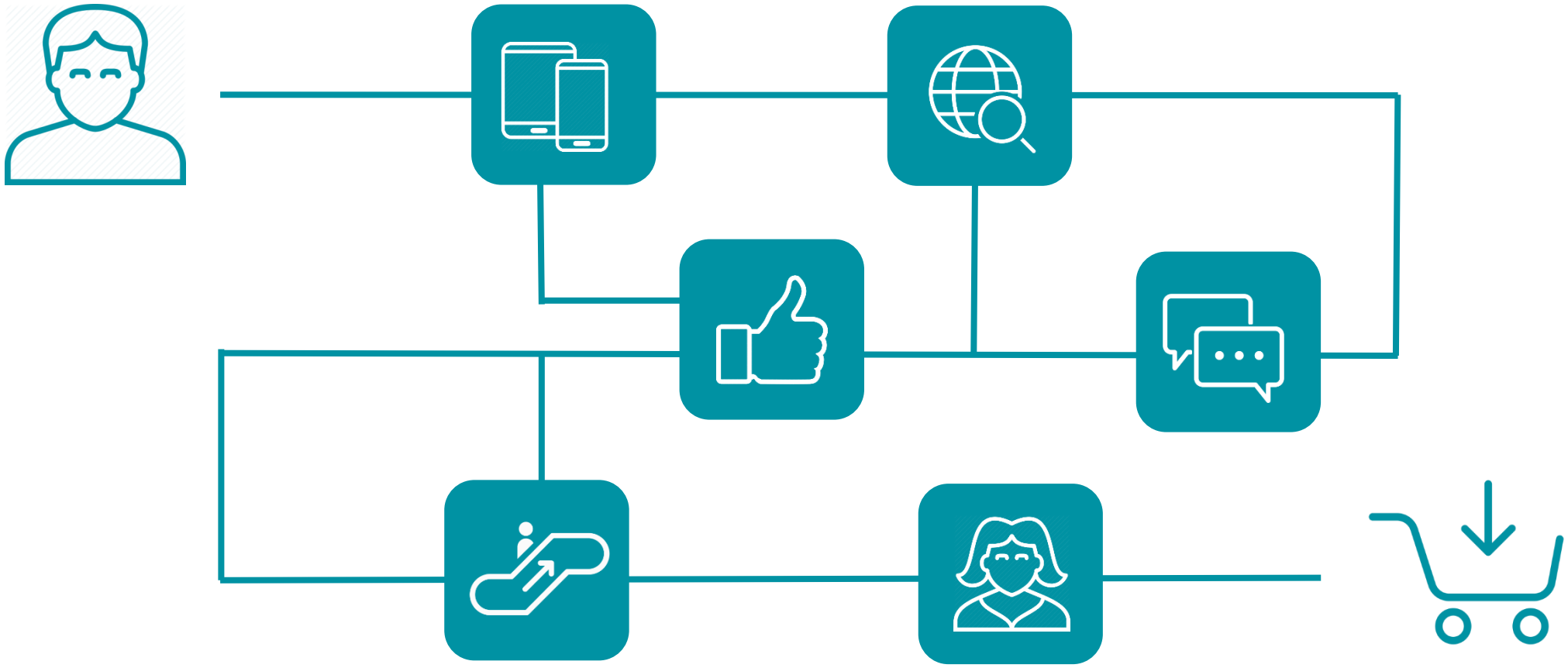


CUSTOMER JOURNEY

Proces podejmowania decyzji jest wieloetapowy i na każdym z etapie może nastąpić zmiana wyboru.

Awareness → Trigger → Consideration → Shopping → Experience

ILE RAZY KONSUMENT MOŻE ZMIENIĆ ZDANIE?



OTACZA NAS CHAOS INFORMACYJNY

Ważne jest zidentyfikowanie bodźca, który wyzwala reakcję.

JAK TO ROBIMY?

Badania mobilne i online pozwalają nam towarzyszyć konsumentom podczas zakupów i na bieżąco zadawać im pytania

Wynikiem badania jest mapa Customer Journey

CUSTOMER JOURNEY

Opis ścieżki zakupu roweru

	Wiedza	Szukanie informacji	Zakup	Dostawa (zakupy online)	Serwis/ Reklamacje	Ponowne zakupy	Dzielenie się z innymi
Działania	Kontakt z mediami Rozmowy ze znajomymi	Opinie o produkcie Video producentów Rozmowa ze znajomymi Fora tematyczne	Oglądanie oferty w sklepach i online Wybór Zakup Płatność	Śledzenie przesyłki Umówienie kuriera	Reklamacje Serwis gwarancyjny	Zakup usług, części i akcesoriów	Polubienie strony sklepu na FB Opublikowanie recenzji produktu Relacje z wycieczek
Myśli	Chciałabym mieć taki rower... Będę mogła jeździć na wycieczki	Jaki typ roweru wybrać? Gdzie można kupić taki rower? Jaka marka? Gdzie kupię najtaniej? Na co zwrócić uwagę?	Ile będzie kosztować dostawa? Czy wszystko wzięłam pod uwagę? Co jeszcze będzie mi potrzebne? Jak mogę go ubezpieczyć?	Czy kurier przyjedzie w oznaczonym czasie? Czy rower będzie taki, jak oczekuję?	Dlaczego muszę jechać do serwisu zaraz po zakupie? Czy dostanę gotówkę z powrotem? Czy uwzględnią reklamację?	Gdzie kupię mapę ścieżek rowerowych? Kto organizuje wycieczki zagraniczne? Co zrobię, jeśli w drodze złapię gumę?	Jestem zadowolona i chcę, żeby inni o tym wiedzieli Chcę wiedzieć więcej o nowych możliwościach
Emocje	Zaciekawienie Oczekiwanie	Tak! Chcę mieć taki rower! Potrzeba zaufania	Niechęć do sprzedawcy	Niepokój Satysfakcja z zakupu	Frustracja	Satysfakcja lub frustracja związana z zakupami	Zadowolenie Realizacja marzeń Podziw znajomych

CUSTOMER JOURNEY

Co mierzyć? (przykłady)

Wiedza	Szukanie informacji	Zakup	Dostawa (zakupy online)	Serwis/ Reklamacje	Ponowne zakupy	Dzielenie się z innymi
Znajomość marki Wizerunek marki Obecność w mediach/wydatki	Monitoring treści w internecie/ Google Analytics Statystyki YouTube Statystyki blogerów Statystyki FB (fanpage)	Konwersja Satysfakcja z zakupu	Satysfakcja z dostawy % zwrotów	% reklamacji Satysfakcja z rozpatrzenia reklamacji	% ponownych zakupów (usługi, akcesoria)	Net Promoter Score Monitoring treści na FB

Spójny system raportowania danych z wielu źródeł, oparty o potrzeby konsumentów

”

Customer Journey to ścieżka, którą idzie klient. Skuteczny marketing towarzyszy mu w tej podróży.

KONTAKT

Agnieszka Górnicka

CEO

phone +48 601 406 624

e-mail a.gornicka@inquiry.com.pl

inquiry MARKET RESEARCH

www.inquiry.com.pl