



**Carrywater** Consulting

ON TIME PROJECT MANAGEMENT



## User Experience w kanałach komunikacji

(w jaki sposób świadomie zarządzać punktami styku firmy z klientami)

*Paweł Biarda,  
Dyrektor Domeny IT & Business Consulting*

Kraków, 21 października 2009



- 1.** Kontekst
- 2.** Indywidualne podejście do celów i potrzeb klientów
- 3.** Profilowanie klientów (persony)
- 4.** Zarządzanie transferami klientów pomiędzy kanałami kontaktu
- 5.** Podsumowanie

- Poprzez ogół doświadczeń z produktem, usługą oraz obsługą, Klient buduje swoją opinię o firmie.
- Każdy produkt, każda usługa podlega procesowi projektowania – w szczególności z punktu widzenia realizacji potrzeb użytkowników.
- Czy tak samo traktujemy kanały kontaktu?
  - Projektujemy je biorąc pod uwagę potrzeby ich użytkowników?
  - Badamy, jak Klienci je wykorzystują?
  - Czy robimy tak ze wszystkimi kanałami kontaktu?
- Usługi **User Experience**, pozwalają w systematyczny sposób zadbać o to, by nasi klienci budowali pozytywne doświadczenia z naszą firmą. Dzięki temu będą pozostawać wobec nas lojalni i będą reagowali pozytywnie na proponowane przez nas sugestie zakupu produktów i usług, czy korzystanie ze wskazanych kanałów kontaktu.

- „Czy wiesz ilu mamy klientów? Tylko jednego – Ciebie.” – slogan, czy praktyka?
- Czy projektując i budując kanał kontaktu budujemy go dla siebie, czy dla klienta?
- Jak o to dbamy?
- Budujemy kanał kontaktu/sprzedaży dla klienta, czy dla segmentu?
- A czy to w ogóle możliwe – budować go dla indywidualnego klienta?





- **Persony** – profile nazwanych (choć wyobrażonych) klientów, którzy będą korzystać z danego kanału kontaktu.
- Pozwalają zrozumieć w jaki sposób naszemu klientowi zapewnić funkcjonalność kanału kontaktu adekwatną do jego potrzeb.
- Profile (Persony) – nie powinny oddawać jedynie różnic demograficznych (wiek, płeć, poziom dochodu, miejsce zamieszkania), ale przede wszystkim obrazować zachowania, potrzeby, cele i obawy klientów.
- Stworzenie Person na etapie projektowania kanału kontaktu umożliwia podjęcie świadomych decyzji dotyczących jego funkcjonalności, co przekłada się na:
  - prostotę i intuicyjność użytkowania kanału kontaktu przez klienta;
  - utrzymanie rozsądnego poziomu inwestycji – budujemy jedynie te funkcjonalności, które spełniają potrzeby naszych klientów.



- **Krzysztof**  
(dziennikarz)
- Na stronę NovaMuza wchodzi po ogólne informacje o zespołach i stylach muzycznych – szczególnie tych starszych.
- Bieżące informacje dotyczące zespołów muzycznych i ich aktywności ma bezpośrednio od zespołów, menedżerów, producentów muzycznych i innych dziennikarzy.
- Ma zawsze za mało czasu i za dużo pracy. Nie chce więcej bieżących informacji. Chce ich mniej, ale wyselekcjonowanych – nadających się na dobry „temat”. Wszystkie najważniejsze fakty i liczby chciałby dostać w jednym pliku, który zawsze byłby pod ręką.

#### Co to jest?

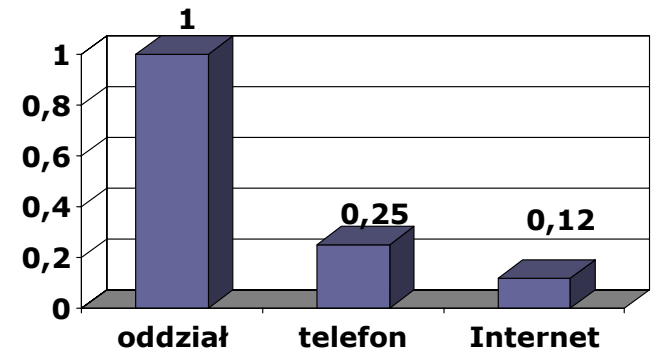
Ten dokument to *persona* – profil fikcyjnego użytkownika stanowiący podstawę dla projektu serwisu [www.novamuza.pl](http://www.novamuza.pl)

#### Jak z tego korzystać?

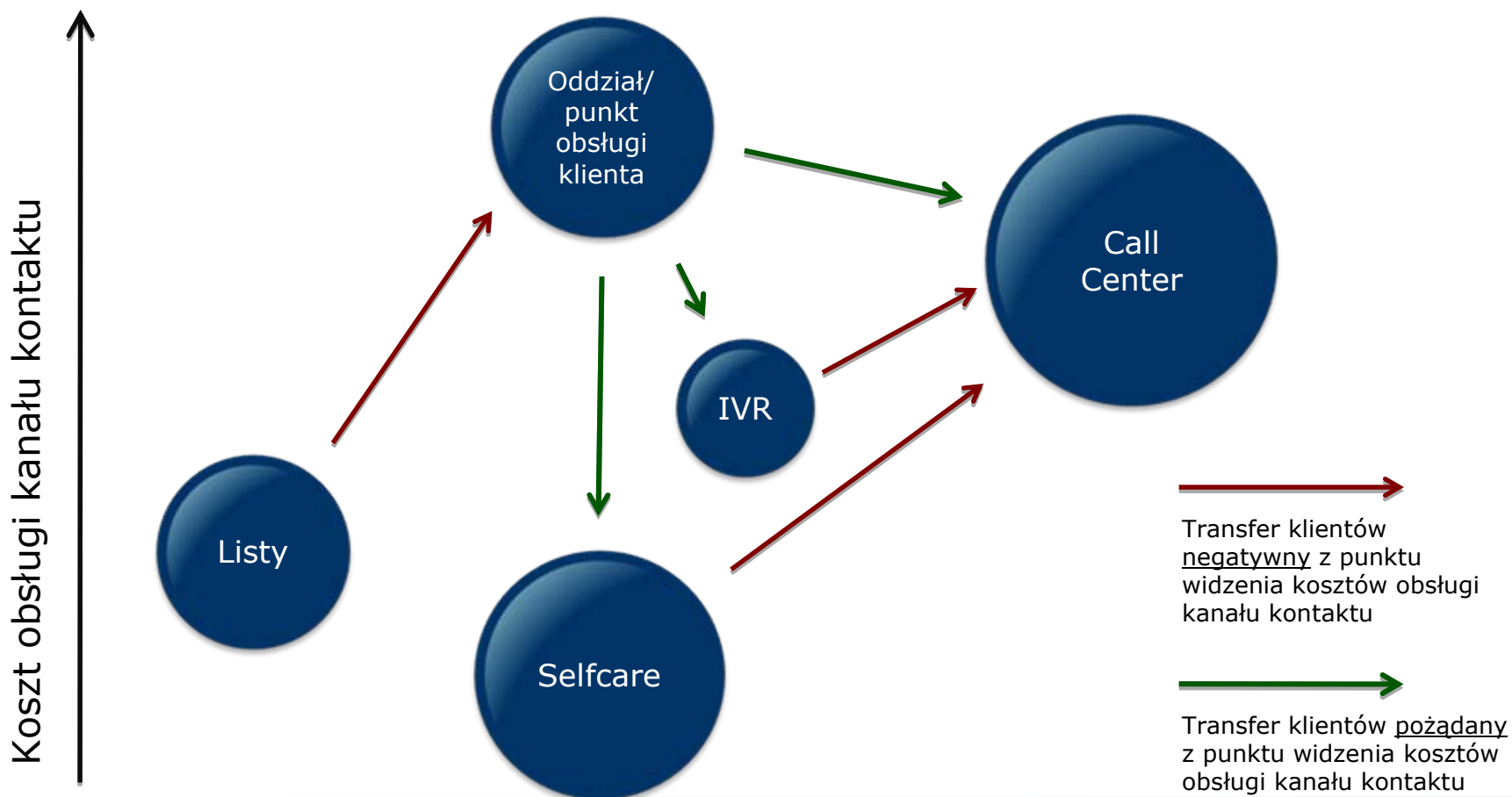
Za każdym razem, gdy będziesz przygotowywał element serwisu myśl o personach, dla których została stworzona. Pisz lub projektuj tak, jakby ta konkretna osoba była przyszłym odbiorcą Twojej pracy.

- Różne aspekty różnicowania obsługi klienta w kanałach kontaktu:
  - **Koszty** (operacyjne, inwestycyjne)<sup>1</sup>
  - **Wizerunek** (strategia)
  - **Preferencje** klientów

przybliżone koszt transakcji w euro



<sup>1</sup> na podstawie badań wielu firm doradczych i analitycznych, m.in. Booz Allen Hamilton





Złe doświadczenia i emocje klientów – czyli złe User Experience

- **Niezadowolenie** – gdy namówiliśmy klienta, żeby zaczął korzystać z call center, a tam wita go IVR, który wymaga od niego podawania 8 ostatnich cyfr konta (których nie pamięta)
- **Frustracja** - gdy system transakcyjny permanentnie odmawia klientowi możliwości wklejania kwoty przelewu z elektronicznego rachunku telefonicznego informując, że podał złą kwotę
- **Złość** – gdy system self-care uniemożliwia zamówienie usługi, która jest szeroko reklamowana w mediach

Ale złe User Experience może także spowodować

- **Potrzebę zmiany produktu bądź usługi (firmy)** – gdy powyższe sytuacje powtarzają się
- **Potrzebę podzielenia się swoimi złymi doświadczeniami ze znajomymi !!!**

- Należy zapewnić klientom **możliwość realizacji swoich potrzeb** w dowolnym, wybranym przez nich kanale kontaktu i przez to **budować pozytywne User Experience**.
- Następnie, poprzez system informacji i zachęt, można wspomagać transfer klientów do kanałów mniej kosztownych w utrzymaniu.
- Wybrane usługi związane z User Experience:
  - **Badanie użyteczności / ergonomii kanałów kontaktu**, w szczególności samoobsługowych, np.: internetowego systemu bankowego, czy systemu IVR
  - **Optymalizacja korespondencji papierowej**, czy quasi papierowej: faktur, komunikatów, wyciągów, itp.
  - **Projektowanie kanału kontaktu zorientowane na użytkownika** (klienta), znane też jako User-Centered Design z zastosowaniem Person

- Kanały kontaktu wpływają na doświadczenia klienta z firmą i powinny podlegać procesowi projektowania podobnemu jak projektowanie produktów i usług.
- Profilowanie klientów za pomocą Person zapewnia, iż kanały kontaktu, które zapewniają klientowi realizację jego potrzeb, a dzięki temu wpływają pozytywnie na decyzję o zakupie produktów i usług.
- Odpowiednio sprofilowane i ergonomiczne kanały kontaktu zapewniają możliwość pozytywnych transferów klientów pomiędzy kanałami kontaktu.
- Powyższe cele można osiągnąć dzięki usługom User Experience:
  - badaniu użyteczności / ergonomii kanałów kontaktu
  - optymalizacji korespondencji papierowej, czy quasi papierowej
  - projektowaniu kanałów kontaktu zorientowanym na użytkownika

W przypadku pytań związanych z niniejszym materiałem bardzo prosimy o kontakt ze wskazaną poniżej osobą

**Paweł Biarda**

Konsultant Zarządzający

Carrywater Consulting Sp. z o.o.

E: [Pawel.Biarda@Carrywater.pl](mailto:Pawel.Biarda@Carrywater.pl)

M: +48 509 295 599

Bierzemy pod uwagę również to, czego nie widać

