

Canva Momentów Prawdy

1

IDENTYFIKACJA ETAPU ETAP ŚCIEŻKI KLIENTA

Określ etap podróży klienta np. Budowa świadomości, Zakup, Onboarding, Użytkowanie, Rezygnacja)

-
-
-

2

WYBÓR MOMENTU PRAWDY MOMENTY PRAWDY (KONKRETNE ZADARZENIE)

Wybierz punkt styku (interakcji), który chcesz zaadresować. przeprojektować. Tam powstają negatywne emocje, którymi chcesz zarządzić

-
-
-

3

DEFINIOWANIE ODCZUĆ OBIECANE DOŚWIADCZENIE (CO KLIENT CZUJE TERAZ)

Opisz szczerze bóle klienta używając cytatów, opini, reklamacji i feedbacku

-
-
-

4

CO KLIENT POWINIEN CZUĆ? POŻĄDANE DOŚWIADCZENIE (CO KLIENT MA POCZUĆ? JAK JEST TWOJA OBIETNICA?)

Opisz "stan idealny" - co klient ma poczuć? Jakie emocje chcesz wywołać?

-
-
-

5

IDENTYFIKACJA BARIER "HAMULEC" WEWNĘTRZNY (DLACZEGO JEST TAK, JAK JEST? CO NIE DZIAŁA: EX, TECHNOLOGIA, PROCES, ETC.?)

Zdefiniuj jakie są główne blokery? np.: złe KPI, złe procesy, procedury, brak narzędzi dla pracowników, systemy IT, inne.

-
-
-

6

WDROŻENIE PLAN DZIAŁANIA (KTO? CO? KIEDY?)

Wskaż jakie konkretne działania naprawcze trzeba podjąć i kto jest ich właścicielem?

-
-
-