

Storytelling a vásárlói úton.

-De milyen mesére lenne kíváncsi...?

Tolnai Ákos (CCXP), CEO & Founder, AbilityMatrix

abilitymatrix.com



A hitelkártya és én

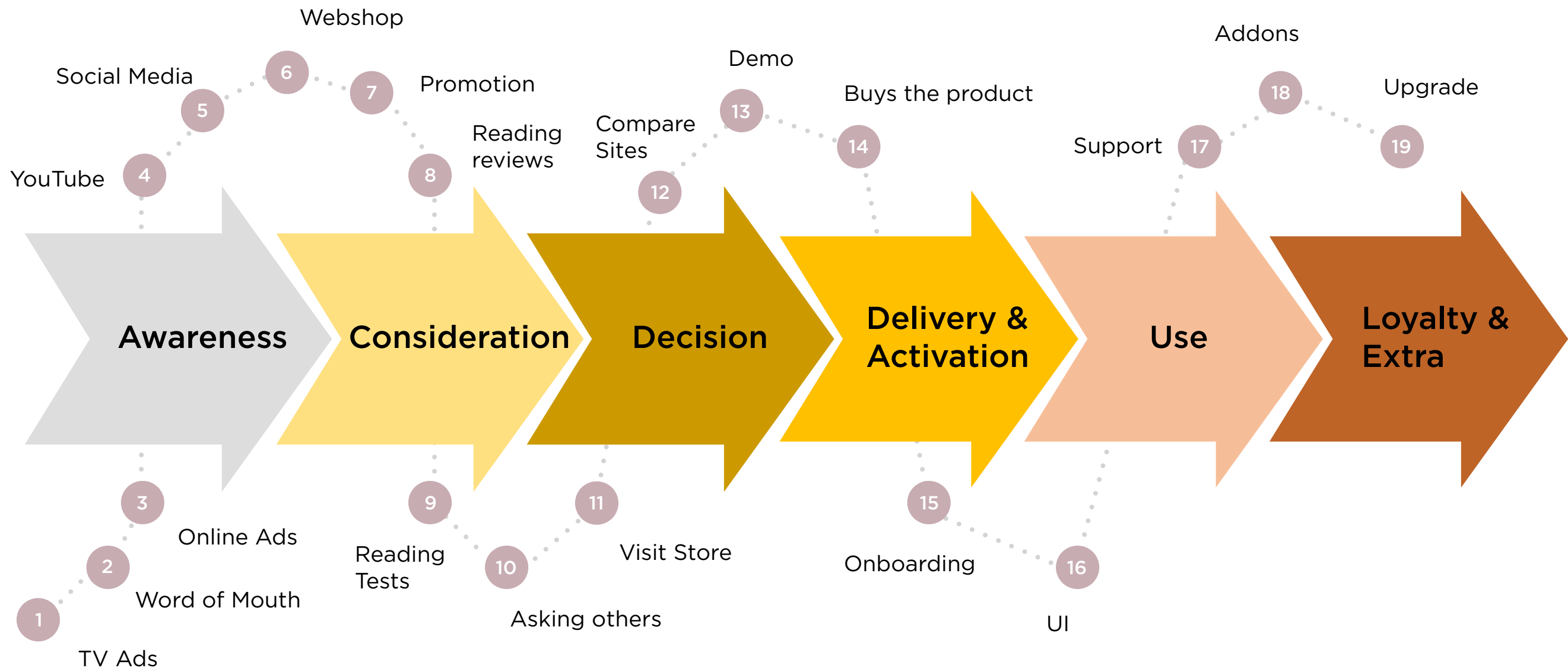


Mi a Customer Journey aka vásárlói út?

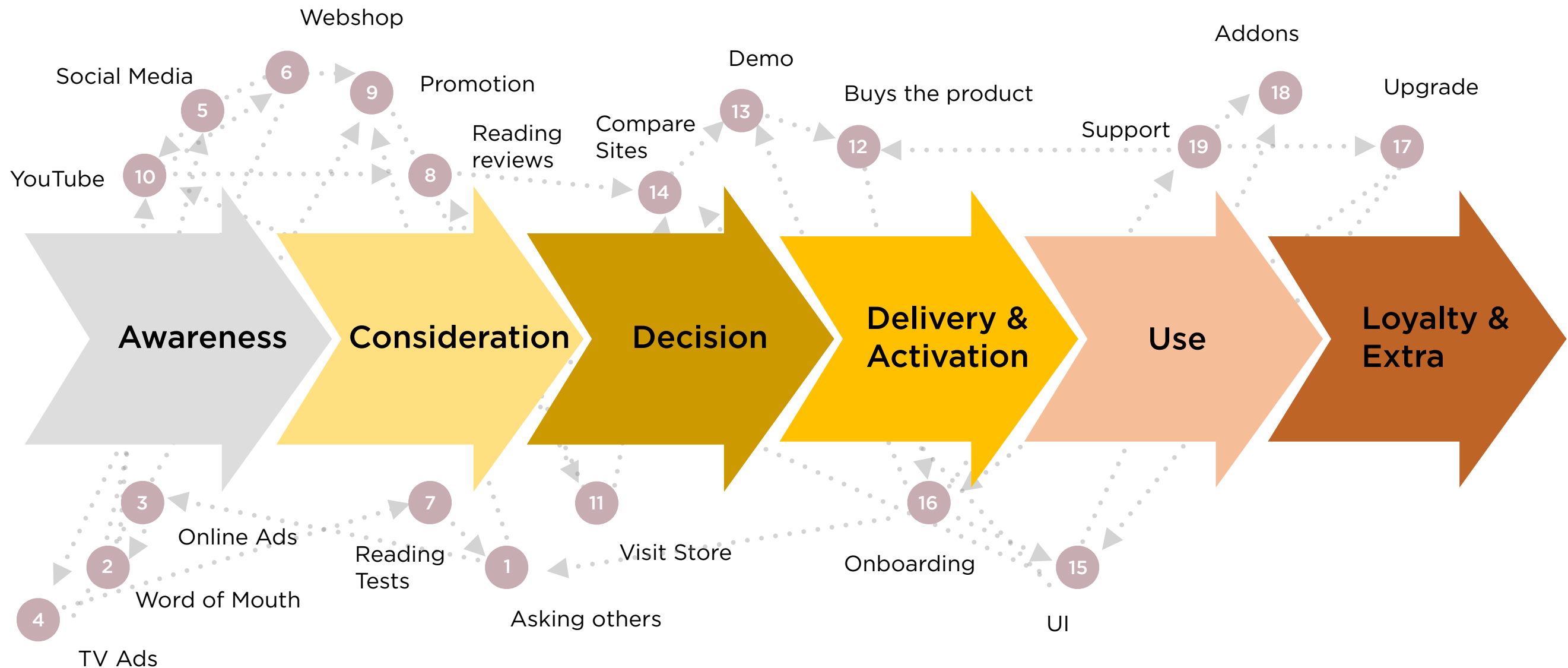
A Customer Journey az ügyfél útját mutatja be touchpointokon keresztül a probléma megfogalmazásától a vásárlásig.



Miért fontos a Journey?



Mi a kapcsolata a Journeynek és a sztoriknak?



Ami a történetekkel kapcsolatban fontos

felborul az időrend
legjobban mutatja be az ügyfél valóságát
ezt adják tovább



Storytelling, customer journey és CX

Storytelling kulcsa: az ember (**vásárló**)

Customer experience – nemcsak a termék hat rám, hanem minden, ami a vásárláshoz kapcsolódik → Ki? Hogyan? Hol? Mikor? Stb... → **Ügyfélmélmény**



Érzelmi alapon döntünk, és érzelmi információ a történetekben van, nem a tényekben



Honnan lesznek történeteink és mit lehet velük kezdeni?



Források



call center



review



interjú

Feldolgozás



call center

- Voice Analytics
- Voice2Text
- Sentiment Analysis
- Topic research
- Motivation research
- Problem search

Feldolgozás



review

- Sentiment Analysis
- Topic research
- Motivation research
- Problem search

Story gyűjtés haszna

Kontextus



Érzelmi hasznosság



Mi az érzelmi hasznosság?

Hogyan érezte magát?

Hogyan akarta volna magát érezni?

Azaz hogyan (és nem mit) kellett volna csinálnunk.



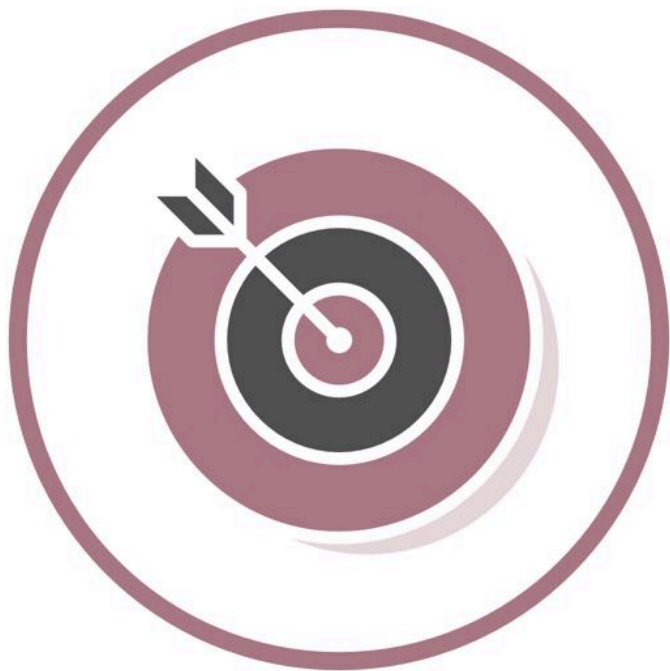
Mi változott?



Egyszerre lehet nagy mennyiségű szöveges adatot elemezni és lehet kvalitatív és kvantitatív módszert használni.

Végeredmény

Kommunikáció nem fiktív, hanem



tényszerű



megélhető



elmesélhető

Végeredmény

**A termék vagy szolgáltatás nem fiktív,
hanem**



megélhető



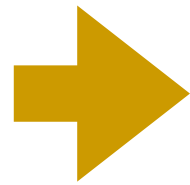
elmesélhető



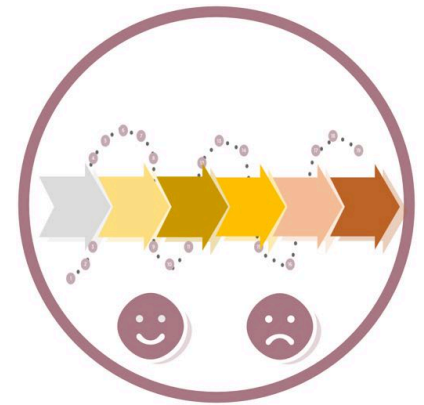
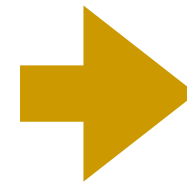
Végeredmény



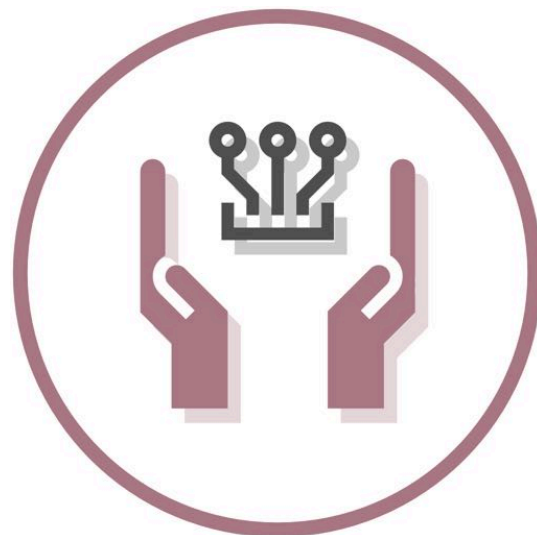
vevői vélemény



történetek



érzelmi motiváció



termék/szolgáltatás

