חווית לקוח היא חווית השירות של הלקוח עם נותן שירות או ארגון. כדי שחווית הלקוח תהיה מוצלחת וחיובית, נאפיין את מסע הלקוח, שהוא סדרה של צעדים הממפים את האינטראקציה של משתמש, עם מוצר או שירות מסוים.

לפני שניגש לאפיון מסע הלקוח, עלינו להבין מי הוא. זאת אומרת, לאיזה קהלי יעד ספציפיים של מוצר או שירות שאנו מספקים הוא משתייך. כל ייצוג של קהל יעד ספציפי מהווה פן באישיות הלקוח, וכל פן כזה נקרא פרסונה. בעצם, אפיון המסע של הלקוח, ייעשה בהתאם לכל פרסונה שלו.

נתחיל בהצפת "טיפוסים" של תושבים, חשבו וכתבו למטה סוגים של תושבים שהנכם מכירים. לדוגמא, הורים לילדים.

"טיפוסים" של תושבים

הורים לילדים			

סוגים אלה של תושבים מהווים איזשהו בסיס מחשבה ממנו נמשיך לצעד הבא של בניית פרסונות. ברגע שנבין מי הן הפרסונות שלנו, מה מעסיק אותן ומה מביא אותן להשתמש במוצרים או בשירותים שלנו, נוכל לקבל החלטות מדויקות יותר בתכנון שלהם.

נבנה את הפרסונות באמצעות תיאור פרופיל תושב, חשבו על סוג של תושב וכתבו למטה את כל המידע לגביו לפרטי פרטים. התחילו בשם ותיאור קצר וכללי שלו, עברו לנתונים דמוגרפיים כמו גיל, מין ומצב משפחתי. המשיכו להתנהגות ולפעילות היומיומית, מה כולל סדר היום שלו? והפיקו את הצרכים מהם הוא נובע.

פרופיל תושב

שם ותיאור קצר	פרטים דמוגרפיים
התנהגות ופעילות יומיומית	צרכים

עכשיו כשהבנו מי הן הפרסונות שלנו, ניגש לאפיון מסע של הלקוח. מסע הלקוח הוא מיפוי התהליך המלא שעובר הלקוח שלנו מנקודת מפגש ראשונה שלו עם מוצר או שירות ועד לנקודת הסיום, במטרה להבין טוב יותר את חווית השירות שאנו מציעים, להשפיע טוב יותר על המשתמש ולנתב אותו אל המקום הנכון.

כתבו למטה על חיי היומיום של התושב, בהתייחס לכל חלקי היום. מה הפעילויות שהוא עושה ומה האינטראקציות בהן מעורב, באיזה כלים דיגיטליים הוא משתמש, על מה הוא חושב ומה הוא מרגיש, מה האפשרויות העומדות בפניו? חשבו על איזה שירותים העירייה יכולה להציע לו.

חיי היומיום

עושה מה הפעילויות שעושה, מה האינטראקציות ומי מעורב			
כלים דיגיטליים אילו כלים דיגיטליים עוזרים לו בזה			

חושב.ת מרגיש.ה צרכים, חסרים, בעיות וחסמים בהם נתקלים			
הזדמנויות איזה שירותים העירייה יכולה להציע כדי לעזור, יוזמות עתידיות			

לסיום האפיון, רכזו את כלל המידע והשירותים לפי נושאים וצרכים.
זה יסייע לנו למקד את המוצרים והשירותים שנוכל להציע לתושב.

ריכוז כלל המידע והשירותים

לאחר שהעמקנו בחוויית השירות, בנינו פרסונות, תיארנו פרופילים של תושבים, מיפינו את חיי היומיום שלהם ואפיינו את מסע הלקוח, נוכל לפנות ליישום, באמצעות מסמך ייזום.