Visio del projecte

A partir de la situació actual descrita en el punt anterior, comencem a descriure la nostra visió del projecte. Com a punt de partida recordarem els punts principals destacables que el departament de Customer Service i els especialistes en Data Science mitjançant entrevistes i estudis exhaustius van acabar concluint.

Els principals punts deien així:

1. *“L’experiència d’usuari és confusa i s’adonen que no han escollit el millor producte per a la seva necessitat abans de finalitzar la compra. Hi ha alternatives millors dins la nostra pròpia plataforma i no se’ls ha informat degudament abans de seleccionar els productes.”*
2. *“Molts cops, els usuaris no tenen clar quin producte necessiten i l’orientació de la nostra plataforma no els ajuda pas en aquest sentit, ja que es proporciona el catàleg en funció d’una classificació.”*
3. *“Els usuaris no accedeixen a la secció d’ajuda, i els pocs que ho fan troben que les explicacions i la jerarquització dels continguts és poc adequada i poc interessant, i que són massa genèriques i no personalitzades a la situació concreta que volen resoldre.”*
4. *“Addicionalment, si tenen més d’un dubte en diferents passes del procés de compra, han d’estar anant i tornant de la secció d’ajuda”.*

A partir d’aquí i analitzant les oportunitats de millora amb les que ens trobem, podrem definir una bona visió del projecte.

Oportunitats de millora

Les oportunitats de millora són tots aquells aspectes que es podrien millorar tenint en compte les necessitats principals dels stakeholders i la situació actual amb la que ens trobem.

A mode de resum, podriem dir que gran part dels usuaris s’adonen que potser no han escollit el millor producte ofert i perceben que no se’ls ha informat correctament de les alternatives disponibles. També a l’hora d’escollir el producte molts usuaris no tenen clar quin és el producte que necessiten, per tant el disseny de la nostra plataforma haurà de buscar la millora d’aquest. A més comunment els usuaris no accedeixen a la secció d’ajuda, i els pocs que la visiten senten que no acaba de donar una informació precisa. Si es troben durant el procés de compra han d’estar anant i tornant del menú d’ajuda, fet que encara dificulta més el fi amb el que aquest menú ha estat creat.

A continuació detallem les mesures que considerem convenients per tal d’aconseguir unes millores efectives cap als nostres usuaris.

* Ajudar, recomanacions i alternatives durant el procés de selecció del producte.

Tal i com hem esmentat abans, una de les dificultats que es troba el usuari és que entre el ventall de productes oferts no sent que hagi escollit la millor alternativa per a ell. En la nostra mà està el fer-li recomanacions personalitzades segons diversos paràmetres (preu, valoració, relació qualitat-preu…) que pugui ser-li d’ajuda a l’hora de decidir-se. Tot i que això en un primer moment podria generar més incertesa a l’usuari, podem assegurar que un cop prengui la decisió no tindrà aquesta incertesa final de si el producte que ha escollit és el millor o no per a les seves necessitats.

* Classificació dels productes.

Un catàleg ben ordenat amb les seves seccions ajuda molt a l’hora de comprar. Els productes han d’estar ordenats per categories i subcategories. També es important classificar per sexe i edats. Una bona classificació millora l’experiència de compra.

* Redefinir el nostre FAQ

Per l’opinió dels usuaris podem observar que el nostre apartat de FAQ no és lo suficientment bó com per a clarificar els dubtes que els hi sorgeixen als usuaris. Els continguts aniran classificats segons els tipus de dubtes que poden sorgir, des dels relacionats amb el departament de logística fins als dubtes que poden tenir amb els nostres propis productes. Per cada categoria tindrem ordenades per odre de freqüencia els dubtes més comuns dels nostres usuaris, i intentarem donar una explicació concisa però a la vegada útil.

* Sistema de ticketing

A més de l’apartat del FAQ, hi hauran usuaris que no trobaran ressolt el seu dubte, per aquests casos posarem a la disposició del client un sistema de ticketing per a que pugui desenvolupar la seva pregunta i el departament d’atenció al client pugui donar-li una atenció molt més personalitzada en front del seu problema o neguit i així trobar en el client un cert grau de satisfacció i seguretat en front de la compra que vol portar a terme.

* Accessibilitat del menú d’ajuda

Un dels principals problemes que trobem en el nostre menú d’ajuda és precisament la dificultat d’accedir a aquest. A més un cop començat el procés de compra resulta tediós haver d’anar cap a la pàgina d’ajuda i tornar al procés de compra pels dubtes que puguin sorgir durant aquest. La nostra proposta per millorar aquest aspecte és el de tenir un assistent virtual que et pugui aconsellar en tot moment i sigui visible a l’usuari desde el moment 0. A partir d’aquest assistent es podrà accedir al sistema de FAQ o si no es troba una possible solució “genèrica” derivar-lo cap a l’apartat de ticketing per a que pugui obtenir l’ajuda que necessita.