

# Product : Fridge

## Customer Journey



### Channels



### Awareness

ซื้อบ้านใหม่ จึงต้องซื้อชุดครัว เพื่อนำขนาดให้ Interior ออกแบบหน้าบานของห้องครัว และเดินผ่านโซนตู้เย็น จึงเดินดูด้วย เพื่อหาขนาดที่เหมาะสม พบว่าเราอยากเลือกเครื่องใช้ไฟฟ้าให้เป็นยี่ห้อเดียวกัน และ Match กับครัวของเรา จากนั้นได้ราคาจึงเล็งไว้ก่อน เพราะกลัวแบบไม่เข้ากับ Mood ห้อง

### Interest



#### Analytics Tools.

- Recommendation item, same mood & Tone for offline PC.
- Frequently bought together product for PC.

Note : ถ้าตอนนั้นมีแนะนำคงปิดการขายเพิ่มได้แล้ว

### Purchase

### Re-Purchase

#### Analytics Tools.

For Sellers

- Cookies Analytics and Personalize promotion

For Customer

- Scraping tools for historical price chart.
- Promotion optimization

ค้นหาข้อมูลราคาขายตู้เย็นจากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเทียบราคา ในขนาดเท่ากันทั้งยี่ห้อที่เล็งไว้ตอนแรก และยี่ห้ออื่น

- Power Buy
- Home Pro
- NocNoc
- Samsung

พบว่าราคาพอๆกัน (ต่างกันหลักร้อย) สุดท้ายเกิด Second Thought ว่าไม่ต้องรีบมากก็ได้ เก็บเงินไว้ก่อน

#### Analytics Tools.

"Traveloka of Commodities"

- Scraping all online website and compare cheapest price for customer.

เกิดภาพจำว่าซื้อออนไลน์ถูกกว่า พอซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ (ทีวี) จึงเดินดูรุ่นที่ Offline Store แล้วมาค้นหาในเว็บไซต์ แทน ค้นพบความจริงดังนี้

- Noc Noc ขายทีวีถูกที่สุด (รวมส่วนลด)
- ช่วง 6.6 Noc Noc จะให้ส่วนลด % เยอะแต่ Limit วงเงิน เช่น 20% สูงสุดไม่เกิน 3,000 บาท แต่ช่วงปกติ ให้ส่วนลด % น้อยลง แต่ได้สูงสุดมากขึ้น เช่น 15% สูงสุด 5,000 บาท ดังนั้น Timing ในการหาซื้อของที่มีราคาดีที่สุด จะมี Condition มาเพิ่มว่าสินค้าที่เราสนใจ Range ราคาเท่าไรด้วย



Homepro did a good job here !

มีโฆษณาจาก Facebook ของ Homepro ในวันที่ 6.6 ว่า มีตู้เย็นลดราคา (ซึ่งน่าจะได้อะไรจาก Cookies ที่เคย Search) และเป็นรุ่นที่ตรงกับที่ดูไว้ตอนแรกเลย และลดมากถึงเกือบ 4 พันบาท ก็เลยกดซื้อทันที โดยลืมไปว่าจะเก็บเงินไว้ก่อน