

Customer Journey

Frank van Leijsen, 1843626

1 februari 2023

Inhoudsopgave

1	Customer Journey Map	3
2	Huidige tekortkomingen	4
3	Customer Journey Canvas	5
4	Bijlage	7

1 Customer Journey Map



Hierboven is de Customer Journey Map van Steam met betrekking tot de verkoop van videospellen en enkele veelgebruikte tools die daaraan gerelateerd zijn, en klanten met Steam binden.

Hieronder staat mijn klad voor het maken van de CJM, waarin te zien is hoe ik tot deze map ben gekomen en of jullie andere keuzes zouden maken over wat er op de map hoort te staan.

”Belangrijk om te weten is dat Steam niet het doel van de klant is, maar een middel om zijn doel te bereiken. Dus Steam wordt gebruikt om videospellen aan te schaffen/installeren zodat de klant het videospel kan spelen.

1. Bewustzijn: De meeste gebruikers zullen over het bestaan van Steam te weten zijn gekomen door ofwel, van vrienden die games spelen, of via een doorverwijzing van een videospelwebsite naar de Steam website. Discord, andere sociale media
2. Overweging: Vrijwel alle gebruikers die Steam hebben geïnstalleerd, zullen dit gedaan hebben om een videospel te spelen. Wanneer iemand een videospel op zijn computer wil spelen, en geen fysieke kopie wil/kan gebruiken, zal, vroeger in vrijwel alle, tegenwoordig in veel situaties dit spel via Steam moeten kopen, omdat er weinig alternatieven zijn, en geen met een evenarende videospelbibliotheekgrootte. Reviews. Gemak, kan online gekocht worden. Hun eigen spellen.
3. Aankoop: Wanneer een klant op een medium van Steam terecht komt, is vaak al besloten, met welk doel de klant daar is. In de meeste gevallen zal de klant een videospel willen spelen en kan deze ofwel, enkel via Steam aangeschaft worden, ofwel, heeft de klant de keuze gemaakt om Steam te kiezen. Wanneer dit is gebeurd

zal er vrijwel altijd een aankoop van het desbetreffende videospel plaatsvinden. Giftcards, wishlist, badges (cards), game redeem, soundtrack

4. Service: Steam Support (Refunds,), Steam points, wishlist, sociale media
5. Loyaliteit: Gemak, grootste in de markt, weinig nadelen, sales, recommendations, notifications, profiel, game updates (news and updates), stats (achievements), friends, mods(workshop), connections (Discord, game accounts), videospeluitnodingen, Steam overlay, music player, Steam authentication als je de game opstart.

Door loyaliteitstoepassingen, blijft Steam populair voor gamers.”

2 Huidige tekortkomingen

Valve heeft Steam jaren geleden al ontwikkeld en een vrijwel vlekkeloos product ontwikkeld voor de wereld van PC gaming. Wanneer iemand een videogame op de PC wil spelen, zal deze persoon, wanneer hij dit opzoekt, vrij vaak op de Steam website terechtkomen. De efficiëntie hiervan is vrijwel perfect. The moment of truth al snel bereikt, wanneer er een aankoop is gedaan. Deze aankoop is namelijk accountsgebonden, en dus zullen mensen Steam gedownload houden en ingelogd blijven om het spel te kunnen spelen. Dit is kost echter noch geld, noch moeite.

Echter, hoewel alle informatie in Steam beschikbaar is, is het maken van vergelijkingen tussen jou en jouw vrienden niet altijd even gemakkelijk. Wat houdt jouw vrienden bezig? En wat voor progressie maken zij?

Steam mist een makkelijk navigeerbaar dashboard, waarin de recente activiteiten en prestaties van jouw vrienden worden weergegeven.

3 Customer Journey Canvas

ABOUT MIKE

Age 22
Occupation IT-student
Income <€1000
Status Single
Archetype Architect

Myers&Briggs Graphs

Extravert ☐ ☒ Introvert
Sensing ☐ ☒ Intuition
Feeling ☐ ☒ Thinking
Perceiving ☐ ☒ Judging

Made with **Visual Paradigm**
For non-commercial use

Mike Oxmaul
Hij/Hem

Gaming Habits

De interacties die Mike heeft in de wereld van PC gaming, zijn redelijk divers.

Mike speelt op zijn vrije avonden en in weekenden graag enkele games met zijn vrienden, of verdiept zich in de wereld van een singleplayer RPG-game.

Veel van zijn spellen heeft Mike via de Steam desktop app aangeschaft, en hij heeft op dit moment enkele videogames op zijn verlanglijstje staan, waarvoor hij een melding krijgt op zijn telefoon waarmee deze in de aanbieding zijn.

Zijn doelen:

- Een leuke avond met zijn vrienden doorbrengen via video games.
- Een game spelen waarin hij zich kan laten verliezen in de wereld.

Hierboven is Mike Oxmaul beschreven. Aan de hand van deze persona zullen wij de toekomstige Customer Journey Canvas invullen.



Hierboven is de Customer Journey Canvas van de huidige situatie. Mike heeft onze applicatie gedownload. Deze start automatisch op wanneer hij zijn pc opstart, waardoor hij de activiteit van zijn vrienden makkelijk in de gaten kan houden. Ook kan hij de achievement progressie van zijn vrienden zien en deze met die van hemzelf vergelijken. Zo ontstaan er mogelijkheden voor wat vriendschappelijke opschepperij de volgende keer dat hij met zijn vrienden een gamesessie houdt. En wie weet? Als een van zijn vrienden een nieuwe interessante videogame speelt, kan dit hem zeker aansturen om ook dit spel aan te schaffen.

4 Bijlage

Potentiële interview vragen:

- Hoe ben jij in aanraking gekomen met Steam?
- Als een videospel elders beschikbaar is (voor pc, niet Steam, niet op Xbox game pass), koop jij het in dat geval liever daar?
- Heb jij videospellen gekocht die jij niet verlangde, maar omdat het videospel in de aanbieding was?
- Gebruik jij Steam buiten het kopen van videospellen? Zo ja, welke onderdelen?
- Wanneer een videospel een account vereist, gebruik jij dan jouw Steam account/connectie, voor het account als de mogelijkheid er is?
- Heb jij een Steam connectie op Discord of iets dergelijks?
- Ik heb een game gerefund. Waar/niet waar.
- Wat is voor jou de beste eigenschap van Steam?
- Van welke sociale aspecten van Steam maak jij gebruik (profiel, vriendenlijst, chat, comments, forum etc.)?
-