

# User Journey Map

# Virtual Internship Experience



# Outline

- 1 **What is user journey?**
- 2 **Bagaimana membuat User Journey Map?**
- 3 **Elemen dalam User Journey Map**
- 4 **Step by step on making user journey map**

# Apa itu User Journey

User journey adalah alur dari pengalaman pengguna dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Biasanya user journey digambarkan dalam bentuk diagram yang terdiri dari tahapan-tahapan dari awal hingga akhir suatu pekerjaan terselesaikan, diagram tersebut dinamakan User Journey Map.

User journey digunakan untuk menggambarkan bagaimana situasi terkini dari pengalaman pengguna untuk memudahkan periset, desainer, atau product manager dalam memahami betul alur dari perspektif pengguna dan titik titik permasalahan yang dihadapi oleh pengguna dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

User journey juga digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengguna kita kelak akan berinteraksi dengan produk yang kita desain.



# Bagaimana Membuat User Journey Map

User journey dibuat berdasarkan dari hasil riset yang telah dilakukan, atau bisa juga bersifat hypothetical; masih berdasarkan dengan hipotesis yang kita miliki (hal ini diperbolehkan tapi tetap perlu dilakukan validasi melalui riset). Untuk bisa mendapatkan gambaran user journey map, ketika kita melakukan riset kita bisa menanyakan pertanyaan seperti berikut:

- Boleh ceritakan pengalaman Mas/Mba dalam melakukan pekerjaan A sebelumnya? (main question)
  - Apa saja tahapannya? (follow up question)
  - Bagaimana perasaan ketika melakukan setiap tahapannya? (follow up question)
  - Apa permasalahan yang dihadapi ketika melakukan pekerjaan A sebelumnya? Dibagian tahapan mana biasanya permasalahan tersebut muncul?

Sebelum membuat User Journey Map, kita perlu untuk menentukan terlebih dahulu scope dari user journey yang mau dibuat. Scopanya bisa bermacam macam, tergantung apakah kita mau membahas yang mendalam atau hanya gambaran besarnya saja (high level).




# Elemen yang terdapat dalam User Journey Map

User Journey Map terdiri dari:

- User Persona
- Touchpoints (titik titik aktivitas user dalam menyelesaikan suatu pekerjaan)
- User Behavior
  - Motivation
  - Channel/lokasi dimana interaksinya terjadi bisa berupa tempat atau platform.
  - Action
  - Pain Points
- User Emotions

### Young Families Segment



The Young Families Segment is primarily made up of 25-35-year-olds with 1 or 2 children. With their busy lives, they rely heavily on the Internet to do their research, whether through their computer, tablets, or smartphones. They primarily talk to friends and family (especially other young parents) to make decisions.

Access to their children's pediatrician is the make-or-break criterion for a health plan. Once that is known, premium and wellness options are also important, as are an easy-to-use website.

Short Process      Long Process  
Do Not Consider Brand      Brand Shopper  
Prefers Simplicity

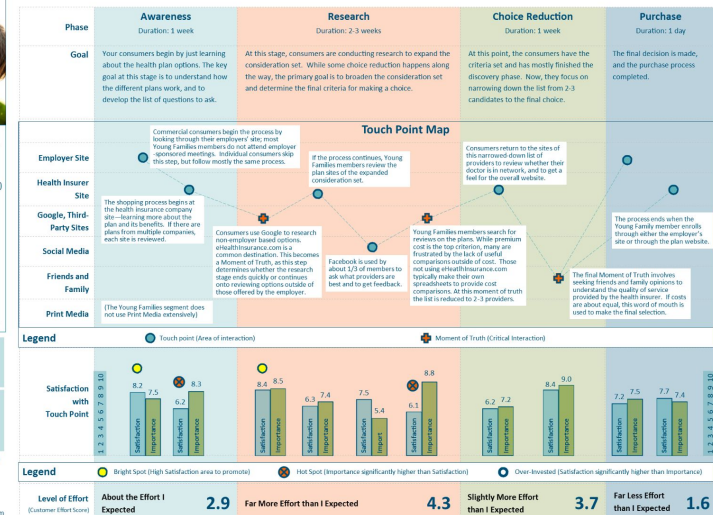
"I would have liked Frequently Asked Questions or would like to talk to an online person. I'm not a paper person so I did everything online." — Young Families Customer

"The only problem is there are so many choices. I'm not sure if that makes it easy or hard. It was overwhelming - difficult because there is a lot to think about and I felt it was hard to figure out what was best." — Young Families Non-Customer

Create your own Customer Experience Journey Map

Jim Tschir • 612-747-4021 • jim@heartofthecustomer.com  
© 2013 Heart of the Customer

## Health Insurance Purchase Journey Map



# Yang perlu diperhatikan dalam membuat user journey

Membuat user journey bisa terlihat mudah dan membingungkan dalam waktu yang bersamaan, untuk memudahkannya berikut adalah beberapa tips yang bisa kamu coba:

- Mulai dengan menggambarkan tahapannya besarnya dari suatu pekerjaan
- Kemudian dilanjutkan dengan memasukan touchpoints (interaksi atau aktivitas user) di bagian bawah dari setiap tahapan tersebut.
- Tambahkan channels, atau lokasi dimana kegiatan diatas terjadi di bawah touchpoints yang sudah digambarkan diatas.
- Masukan unsur pengguna seperti perilaku, emosi, pain points dan pandangan mereka di setiap touchpoints yang ada di bawah channels.

## Contoh

Tahapan	Discovery
Touchpoints	User melihat iklan melalui instagram ads
Channel	Instagram
Perilaku Pengguna	Pengguna merasa penasaran dan tertarik dengan ads yang ditampilkan, namun ragu untuk mempelajari lebih lanjut



# 1 persona = 1 user journey map?

Dalam membuat user journey, **kita bisa membuat satu user journey untuk seluruh segmen pengguna**. Namun, hal ini biasanya untuk user journey yang mencakup gambaran besar dari satu pengalaman dari user secara keseluruhan.

Namun, **ketika kita hendak menyelesaikan suatu permasalahan dari satu segmen maka persona menjadi elemen penting**, kenapa? Karena setiap persona biasanya memiliki perilaku yang berbeda dengan persona lainnya, hal ini juga akan mempengaruhi dalam perancangan user journeynya.





**How is it implemented in Niagahoster?**





# Thank You!



NIAGAHOSTER