

# Customer Journey Mapping во индустријата за забава: Примерот на Канал 5

Изработил: Филип Илиев, 231008

## Вовед

**Customer Journey Mapping** претставува основна компонента на ITIL рамката, чија цел е детално разбирање на интеракцијата меѓу клиентите и услугите на една организација. Оваа компонента игра важна улога во **Service Value System (SVS)**, каде што овозможува создавање на вредност преку идентификување на критични точки на контакт со клиентите и оптимизација на услугите. „Customer Journey Mapping“ им помага на организациите да го разберат патот на клиентите од првиот контакт со услугата до нивната лојалност како редовни корисници. Во SVS, оваа компонента ја поддржува интеграцијата на различни активности и ресурси за да се испорача конзистентно и подобро искуство.



Слика 1: <https://zeve.au/sitecentre/uploads/2022/05/customer-journey-mapping.jpg>

Во контекст на индустријата за забава, особено за телевизиските станици како **Канал 5**, значењето на „Customer Journey Mapping“ е клучно за задржување на конкурентноста. Во свет каде што традиционалните медиуми се под постојан притисок од стриминг платформите како Netflix и YouTube, разбирањето на

потребите и очекувањата на гледачите станува неопходно. Оваа методологија им овозможува на ТВ станиците да ги следат трендовите, да ги идентификуваат интересите на својата публика и да креираат стратегии за подобрување на програмската шема и интеракција.

### **Иновации и стратегии на Канал 5 преку „Customer Journey Mapping“**

Со примена на „Customer Journey Mapping“, Канал 5 има можност да ги анализира и предвиди промените во навиките на гледачите. Оваа алатка помага за воведување нови интерактивни програми кои директно ги вклучуваат гледачите преку анкети во реално време, гласање за избор на содржини и други активности.

Дополнително, Канал 5 може да ги идентификува времињата кога гледаноста е најголема и со тоа да ја оптимизира програмската шема. На пример, создавањето на програми што одговараат на различни возрастни групи и интереси (спорт, музика, вести, култура) е дел од нивната стратегија за задржување на конкурентноста.

### **Предизвици и можности**

Иако Канал 5 има водечка позиција во македонската ТВ индустрија, главните предизвици се конкуренцијата од дигиталните медиуми и промените во навиките на публиката. Преку „Customer Journey Mapping“, телевизијата може да ги идентификува слабите точки во услугите и да работи на нивно подобрување.

Канал 5, основан во 1998 година, е една од најпознатите телевизиски станици во Македонија, позната по своите информативни емисии и забавни програми. Компанијата се стреми да обезбеди разновидна програмска содржина која ги задоволува интересите на широк спектар на гледачи. Покрај тоа, Канал 5 активно користи дигитални платформи и социјални медиуми за подобрување на комуникацијата со својата публика.



Слика 2: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSpNPQo1HpfzsA8VcdY-c8u5O-U0TN9MuNzZQ&s>

### Компанијата нуди вредности како:

1. Пристап до релевантна и локално приспособена содржина: Гледачите добиваат програми кои ја рефлектираат нивната култура и интереси.
2. Интерактивност: Преку анкети, апликации и социјални медиуми, Канал 5 ги вклучува гледачите во креирањето на програмите.
3. Доверливост и професионалност: Телевизијата е позната по своите објективни и квалитетни информативни содржини.

### Исходи кои клиентите би ги сметале за вредности:

1. Достапност на квалитетна и разновидна содржина која ги исполнува нивните очекувања
2. Учество во програмите преку интерактивни платформи
3. Гледање на програми кои нудат едукативна, информативна и забавна вредност.



Слика 3: [https://www.qualtrics.com/m/assets/wp-content/uploads/2022/12/1524287\\_customer-journey-stages\\_1B\\_121422.png](https://www.qualtrics.com/m/assets/wp-content/uploads/2022/12/1524287_customer-journey-stages_1B_121422.png)

Со примена на „Customer Journey Mapping“, Канал 5 има можност да ги подобри своите процеси, да го оптимизира искуството на гледачите и да ја зацврсти својата позиција како лидер во индустријата за забава.

## Customer Journey Mapping

„Customer Journey Mapping“ е суштинска ITIL компонента која ја нагласува потребата за детално разбирање како клиентите ги користат услугите и комуницираат со нив на различни начини. Оваа компонента игра клучна улога во создавање вредност во рамките на **Service Value System (SVS)**, каде што помага да се идентификуваат критичните моменти на интеракција со клиентите и да се оптимизира искуството кое го добиваат.

Главната цел на „Customer Journey Mapping“ е:

1. Да обезбеди јасна визуализација на сите чекори низ кои клиентот поминува.
2. Да помогне во разбирањето на емоциите, интересите и потребите на клиентите.
3. Да се идентификуваат можностите за подобрување на услугите.

### Врска со ITIL принципите:

1. **Фокус на вредност:** „Customer Journey Mapping“ го става клиентот во центарот на сите активности, обезбедувајќи дека услугите се креирани според нивните очекувања и потребите.
2. **Континуирано подобрување:** Оваа компонента овозможува идентификација на слабости во клиентското искуство и преземање мерки за нивно подобрување.
3. **Соработка и транспарентност:** Информациите собрани преку оваа методологија се споделуваат низ целата организација за да се поддржи тимската работа.

### Врска со ITIL димензиите:

1. **Организација и луѓе:** Ги вклучува сите релевантни тимови за создавање и оптимизација на клиентското искуство.
2. **Информации и технологии:** Користи податоци за анализа на клиентското однесување и идентификување на клучните точки на интеракција.
3. **Партнери и добавувачи:** Помага во координација со надворешни партнери за унапредување на услугите.
4. **Процеси:** Вклучува интегрирање на „Customer Journey Mapping“ во процесите за подобрување на тековните услуги.

„Customer Journey Mapping“ може да биде искористено за подобрување на интеракцијата со гледачите, идентификување на нивните интереси и креирање програми кои се прилагодени на нивните потреби.

Пример: Анализа на патот на гледачот од моментот кога гледа реклама за нова емисија до неговата одлука дали да ја следи и дали да коментира преку социјалните медиуми.



Слика 4: <https://www.peoplemetrics.com/hs-fs/hubfs/customer-journey-map-template.jpg?width=1800&name=customer-journey-map-template.jpg>

„Customer Journey Mapping“ не само што е алатка за визуализација на патот на клиентите, туку таа овозможува континуирано подобрување, со цел да се обезбеди врвно клиентско искуство и задоволство.

Слика 5: Генерирано од ChatGPT

## Пример: Канал 5 и Customer Journey Mapping

Канал 5 успешно го имплементира Customer Journey Mapping со:

1. Интерактивни анкети преку социјалните медиуми за избор на програми.
2. Употреба на веб страница за најавување на нови емисии.
3. Анализа на навиките на гледачите преку платформите како YouTube и Facebook за да се создаде релевантна содржина.

## Заклучок

Со ефективна примена на Customer Journey Mapping, Канал 5 не само што го подобрува задоволството на гледачите, туку и ја зголемува својата конкурентност на пазарот. Customer Journey Mapping овозможува постојано приспособување кон трендовите, со што Канал 5 станува лидер во индустријата за забава.

## Канал 5

### Значењето на Customer Journey Mapping за Канал 5

За Канал 5, Customer Journey Mapping е од суштинско значење, бидејќи овозможува разбирање на гледачите не само како пасивна публика туку и како активни учесници во создавањето на вредност. Оваа алатка помага телевизиската станица да ги идентификува точките каде што губи или добива публика, како и факторите што ја зголемуваат нивната лојалност. Во медиумскиот пејзаж, каде што гледачите имаат безброј избори, Канал 5 мора да го користи Customer Journey Mapping за континуирано адаптирање на своите услуги.

### Примери за специфична примена:

#### 1. Прецизно таргетирање на публика преку програмирање:

Преку користење на податоци од анкетни истражувања и мерки за гледаност, Канал 5 може да ги лоцира најактивните времиња и демографските групи, што овозможува да се планира програмската шема со најголема ефективност.

#### 2. Создавање содржини според интересите на различни групи:

Customer Journey Mapping помага да се разберат навиките на младите гледачи, кои се повеќе се насочуваат кон дигиталните платформи. На пример: Канал 5 може да понуди кратки, динамични видеа за социјалните мрежи, како и долгометражни емисии за традиционалните ТВ гледачи.

#### 3. Платформи за директна комуникација со гледачите:

Воведувањето на мобилна апликација или систем за оценување на емисиите во реално време би создало нов канал за комуникација, каде што гледачите би можеле веднаш да дадат повратни информации, овозможувајќи подобрување на содржините во текот на емитувањето.



## Оценка на моменталната имплементација

И покрај тоа што Канал 5 успешно ја користи Customer Journey Mapping за подобрување на интеракцијата со гледачите, постојат области за раст. На пример, социјалните медиуми и дигиталните канали се само делумно интегрирани во пошироката стратегија на телевизијата. За максимален ефект, неопходно е сите канали од традиционалната телевизија до мобилните платформи да работат заедно и да се усогласат, со цел да обезбедат конзистентно искуство за гледачите. Со ваков пристап, Канал 5 не само што ќе ги задржи своите постоечки гледачи, туку и ќе привлече нова публика, со што ќе ја засили својата конкурентна позиција.

## Заклучок

Customer Journey Mapping се покажува како клучна алатка во ITIL рамката за оптимизирање на процесите и подобрување на клиентското искуство. Преку истражувањето, јасно е дека Канал 5, како еден од водечките медиумски претставници во Македонија, има значителен потенцијал за унапредување на своите услуги преку оваа методологија.

Анализата потврди дека сегашните процеси на Канал 5, иако солидни, можат да се надградат со попрецизно таргетирање на различните гледачки групи, динамичко прилагодување на програмските содржини и интеграција на повеќеканална комуникација. Специфичните препораки како персонализација на содржините и воведување на целосна мапа на искуството на клиентите покажуваат како компанијата може да го подобри своето позиционирање на пазарот.

Со успешна имплементација на Customer Journey Mapping, Канал 5 не само што ќе ги оптимизира своите внатрешни работни процеси, туку и ќе го зајакне својот однос со публиката. Оваа стратегија ќе го зацврсти Канал 5 како лидер во медиумската индустрија, кој не само што ги следи трендовите туку и ги поставува новите стандарди за иновација и корисничко искуство.

## Литература

1. **Axelos Limited.** (2019) *ITIL Foundation: ITIL 4 Edition* TSO(The Stationery Office).  
Линк: <https://www.mizekhedmat.com/wp-content/uploads/2022/07/ITILFoundation-ITIL4Edition.pdf>
2. **Официјална веб-страница на Канал 5.**  
Линк: <https://kanal5.com.mk/>
3. **Nielsen Norman Group.** (2016). *Customer Journey Mapping*.  
Линк: <https://www.nngroup.com/articles/customer-journey-mapping/>
4. **Википедија.**  
Линк: [https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB\\_5](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB_5)
5. **Qualtrics.** Линк: <https://www.qualtrics.com/experience-management/customer/customer-journey-mapping/>

# Забелешки

ChatGPT имам користено за вовед и заклучок