**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**KHOA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**



**CUSTOMER JOURNEY MAP**

**Học phần:** Capstone Project 2

**Giảng viên:** Trương Hồng Tuấn

**Lớp:** 45K22.2

**Nhóm:** G211

**Thành viên:** Trần Đình Tiến (Leader)

Vũ Thanh Nga

Nguyễn Đức Hiền Nhi

Nguyễn Thị Thảo

Ngô Lê Thục Yến

**Đà Nẵng, ngày 20 tháng 2 năm 2022**

**CUSTOMER JOURNEY MAP** *Simple Parking*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Giai đoạn | Nhận thức | Tìm hiểu | Ra quyết định | | Sử dụng dịch vụ | | | Lòng trung thành và sự ủng hộ | |
| Hoạt động của khách hàng | Từ bạn bè, người thân, đồng nghiệp. Nền tảng mạng xã hội Facebook.  Quảng cáo online. | -So sánh và đánh giá so với các ứng dụng tương tự  -Đọc review trên các hội nhóm Facebook, feedback từ những người dùng trước trên app | Tải ứng dụng về điện thoại | Đăng ký tài khoản người dùng | Tìm kiếm, lựa chọn bãi đậu xe phù hợp | Thanh toán dịch vụ | Đến bãi xe theo lịch đặt | Tiếp tục đặt chỗ để xe thông qua ứng dụng | Giới thiệu cho những người xung quanh  Feedback, review lên các hội nhóm |
| Mục đích của khách hàng | Chưa có mục đích vào thời điểm này | Tìm được ứng dụng thích hợp nhận được nhiều đánh giá tích cực. | Sử dụng ứng dụng | Đăng nhập vào ứng dụng | Trải nghiệm quá trình sử dụng ứng dụng | Đặt trước vị trí đậu xe | Nhận vị trí đậu xe | Tiếp tục trải nghiệm dịch vụ và ứng dụng | Chia sẻ cảm nhận và đưa ra các nhận xét, phản hồi |
| Điểm tiếp xúc | Truyền miệng, phương tiện xã hội như Facebook, Google. | Truyền miệng, website, mạng xã hội. | App Simple Parking | | App Simple Parking | Ví điện tử liên kết với ứng dụng | Quét mã QR để vào bãi | Feedback tại app sau khi sử dụng dịch vụ, email, phone | Truyền miệng |
| Trải nghiệm | Do dự và thích thú | Hào hứng, tò mò | Hào hứng | | Dễ sử dụng | Dễ sử dụng, tin cậy | Hài lòng, tin cậy | Phiền phức | Thỏa mãn và hài lòng |
| Mục tiêu kinh doanh | Tăng sự nhận diện thương hiệu | Tăng số lượng khách hàng ghé thăm fanpage, website | Tăng lượt tải ứng dụng | Tăng số lượng thành viên sử dụng dịch vụ | Cung cấp các bãi đậu xe phù hợp | Đảm bảo ràng buộc giao dịch giữa hai bên | Đảm bảo mô hình kinh doanh diễn ra hiệu quả | Tăng tỉ lệ giữ chân khách hàng, xây dựng cộng đồng khách hàng thân thiết để có những chính sách đặc biệt cho nhóm KH này | Tạo hiệu ứng truyền miệng từ những khách hàng cũ như tạo ra các chính sách có hiệu ứng “ chia sẻ” từ đó có nhiều khách hàng biết đến và sử dụng dịch vụ |
| KPIs | Đặt KPI cụ thể cho số người đã “nhìn thấy” ứng dụng. | Đặt KPI theo tuần, tháng cho các bài viết | Đặt mục tiêu cụ thể về số lượng khách hàng sẽ sử dụng ứng dụng. | Đặt KPIs về số lượng thành viên đăng ký ứng dụng | Số lượng bãi đậu xe trong mỗi khu vực nhất định | Gia tăng tỷ lệ đặt trước | Tăng tỷ lệ sử dụng dịch vụ | Tăng tỉ lệ giữ chân KH | Tăng số lượng khách hàng mới theo từng tháng, quý, |
| Hoạt động của tổ chức | Tạo các chiến dịch tiếp thị và các nội dung hấp dẫn cả online lẫn offline, chủ động quản lý các quan hệ giao tiếp cộng đồng để tạo dựng và giữ gìn một hình ảnh tích cực của Doanh nghiệp. | Tiếp tục tạo các chiến dịch tiếp thị, các nội dung online trên các diễn đàn, trang và cả offline. | Tối ưu hóa những trải nghiệm của khách hàng như thiết kế trang web dễ sử dụng, thân thiện với khách hàng. | Tối ưu hóa giao diện và cách thức, quy trình đăng ký. | Tạo điều kiện cho khách hàng chọn được vị trí tốt, nhanh nhất | Cung cấp nhiều dịch vụ CSKH như email, trò chuyện trực tuyến, truyền thông xã hội.. | Đảm bảo quy trình nhận chỗ đậu xe diễn ra thuận lợi, nhanh chóng. | Chia thị trường thành các phân khúc, tập trung vào phân khúc chính. Tạo điều kiện cho việc đặt chỗ trở nên dễ dàng, luôn nâng cấp sản phẩm liên tục và bán thêm các sản phẩm đi kèm. | Quản lý, xử lý những phản hồi của khách hàng và các phương tiện truyền thông. Phát triển khả năng chia sẻ mời gọi. |
| Trách nhiệm | DN đảm bảo trách nhiệm trong việc Tiếp thị và truyền thông | Đảm bảo trách nhiệm trong việc Tiếp thị và truyền thông | Phát triển trực tuyến và dịch vụ khách hàng | Phát triển trực tuyến, hậu cần | Kho hàng và dịch vụ hậu cần | Dịch vụ khách hàng | Trách nhiệm trong việc phát triển sản phẩm và việc thu mua | Tiếp thị và phát triển trực tuyến | Dịch vụ khách hàng và phát triển trực tuyến |
| Nền tảng công nghệ | CRM, Mạng xã hội, phân tích hành vi khách hàng | CRM,  CMS,  phân tích, tự động hoá tiếp thị | CRM, CMS,  phân tích, tự độnghoá tiếp thị | CRM,  phân tích | CRM,  phân tích | CRM, Chat, App, ứng dụng phần mềm phân tích | CRM,  scan QR | CRM,  Phân tích, Tiếp thị tự động làm tăng trải nghiệm tốt sau mua cho khách hàng | CRM, Phương tiện truyền thông xã hội, phân tích hành vi, trải nghiệm của khách hàng |