بیان تجربه استفاده کاربران از سیستم

1) پرسونای 1 که قصد خرید لباس از سیستم ما را دارد می‌تواند تجربه‌های متفاوتی داشته باشد.

* **اگر سیستم به درستی و بدون مشکل کار کرده باشد:**

این حالت به این معنا است که محصول مورد نیاز خود را در بین محصولات موجود در سیستم ما پیدا کرده و بدون مشکل اقدام به سفارش و پرداخت کرده است و محصول مطلوب مشتری به درستی و در زمان درخواستی مشتری و با بسته بندی مناسب به دست او رسیده است و رفتار کارکنانی که با مشتری برخورد داشته‌اند نیز رفتار مناسب و حرفه‌ای بوده است. اگر چنین اتفاقی افتاده باشد مشتری حس خوبی به سیستم ما پیدا می‌کند احتمالا مشتری به مشتری وفادار ما تبدیل شده و فرآیند بازارایابی معکوس رخ می‌دهد (مشتری خود بازاریاب ما می‌شود). اگر مشتری چندین بار این حس خوب را تجربه کند قطعا او یکی از حامیان ما بین مخالفان‌مان خواهد بود.

* **اگر در تجربه اول مشتری سیستم دارای نقص و مشکل باشد:**

این حالت به این معنا می‌باشد که مشتری به دلیل تنوع کم محصولات نتواند حتی محصول نزدیک به مطلوب خود را پیدا کند یا در فرآیند سفارش و پرداخت دچار مشکل شود یا محصول ارسالی متفاوت از محصول انتخابی باشد یا در حمل و نقل دچار آسیب شده باشد یا در زمان تعیین شده به دست مشتری نرسد یا کارکنانی که ارتباط مستقیمی با مشتری دارند، رفتار غیر حرفه‌ای داشته باشند. اگر چنین اتفاقی بیافتد، ممکن است مشتری با توجه به نوع اتفاق افتاده اقدامات مختلفی انجام دهد. برای مثال اگر به چند مشکل از مشکلات بیان شده برخورد کند احتمال خیلی زیاد ما این مشتری را از دست خواهیم داد و او منتقد و مخالف سیستم ما در همه بسترهایی که حضور دارد خواهد بود. در این حالت تجربه بدی برای مشتری رقم خورده است و از آن‌جا که در اولین برخورد مشتری با سیستم ما است، تصحیح این تجربه کار دشواری خواهد بود.

* **اگر مشتری در یک یا چند سفارش هیچ مشکلی نداشته است ولی در سفارش آخرش با مشکلی روبرو شده باشد:**

در این حالت ممکن است دو حالت به وجود بیاید:

* اگر مشکل پیش آمده جزئی و کوچک باشد:

در این حالت مشتری احتمالا مشکل پیش آمده را اتفاقی می‌داند و با گزارش آن، به ما کمک می‌کند تا ان مشکل را رفع کنیم. در واقع در این حالت مشتری خود را دوست ما می‌داند و به ما در رفع مشکل کمک می‌کند و هم‌چنان به ما اعتماد دارد. البته به شرطی که این مشکل برا مشتری پر تکرار نشود، زیرا او در این حالت حس خواهد کرد که ما به کمک‌های او نه گفته‌ایم.

* اگر مشکل پیش آمده بزرگ باشد:

این حالت بستگی به اعتماد مشتری به ما دارد. اگر توانسته باشیم اعتماد مشتری را به خوبی جلب کنیم، او نیز این مشکل را اتفاقی می‌داند و به ما تذکر می‌دهد و ما باید سعی کنیم این مشکل برای این مشتری هرگز تکرار نشود.

اما اگر مشتری در سطح پایینی از اعتماد به ما باشد، او ممکن است این مشکل را سو استفاده از اعتمادش بداند و در صورت پشتیبانی نادرست از او، ممکن است نه تنها این مشتری را ازدست بدهیم بلکه او به دشمن ما نیز تبدیل شود!

2) پرسونای 2 که نقش پیک موتوری را در سیستم ما دارد که از آن‌جا که با مشتری و صاحب فروشگاه برخورد دارد نقش بسیار مهمی است. تجربه رقم خورده برای این دسته از کاربران سیستم نیز می‌تواند حالت‌های زیر را در پی داشته باشد:

* تجربه کاربری مثبت و خوب زمانی برای این کاربر رخ می‌دهد که بتواند به در سیستم ثبت نام کند و به راحتی و بدون نیاز به دانش خاصی از سیستم سفارش دریافت کند، کارمزد دریافتی سیستم ما از او کم باشد، طرح‌های تشویقی و پاداش‌های بسیاری به او داده شود، بتواند در زمان کمتری پول بیشتری در بیاورد (برای مثال راه بهینه‌ای به او پیشنهاد بشود که در یک راه چند سفارش را دریافت کند و تحویل دهد)، پرداخت‌های منظم و به موقعی داشته باشیم.
* تجربه کاربری منفی زمانی برای این کاربر رخ خواهد داد که ثبت نام در سیستم ما برای او سخت باشد، کار با سیستم ما سخت باشد، کارمزد زیادی را از او دریافت کنیم، به مسائل جانبی حول این کاربر نپردازیم، پرداخت‌های نامنظم و خارج از تعهدی داشته باشیم. در این حالت ممکن است کاربران با سیستم ما قطع همکاری کرده و با سیستم‌های رقیب ما همکاری کنند.

3) پرسونای 3 که نقش صاحب فروشگاه را در سیستم ما دارد. این نقش از آن جهت برای ما حائز اهمیت است، که تحویل کالای درست و مطلوب مشتری توسط این دسته از کاربران سیستم رخ خواهد داد. تجربه کاربری‌های مثبت یا منفی بسته به موقعیت‌های مختلف ممکن است برای این کاربران رخ دهد. این موقعیت‌ها عبارتند از:

* تجربه کاربری و حس مثبت برای صاحبان فروشگاه زمانی رخ خواهد داد که به راحتی در سیستم ما ثبت نام کنند، به راحتی با سیستم ما کار کنند، سیستم ما باعث افزایش فروش و مشتریان او شود، پیک موتوری دارای رفتار مناسبی باشد، مشکلات پیش از آمده از سوی دسته دیگر کاربران گریبان او را نگیرد، کارمزد دریافتی کم باشد.
* تجربه کاربری و حس منفی برای صاحبان فروشگاه زمانی رخ خواهد داد که ثبت و کار با سیستم سخت باشد، سیستم ما باعث تغییری در فروش او نشود، مشکلات به وجود آمده از سوی دسته دیگر کاربران به او نسبت داده شود، کارمزد دریافتی زیاد باشد. در این حالت ممکن است کاربر رقیبان ما به ما ترجیح دهد.