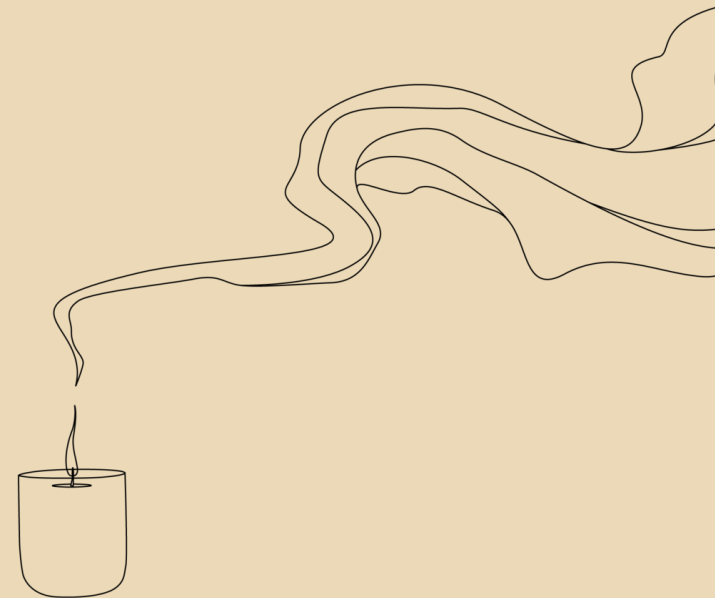


Домашнее задание 2.

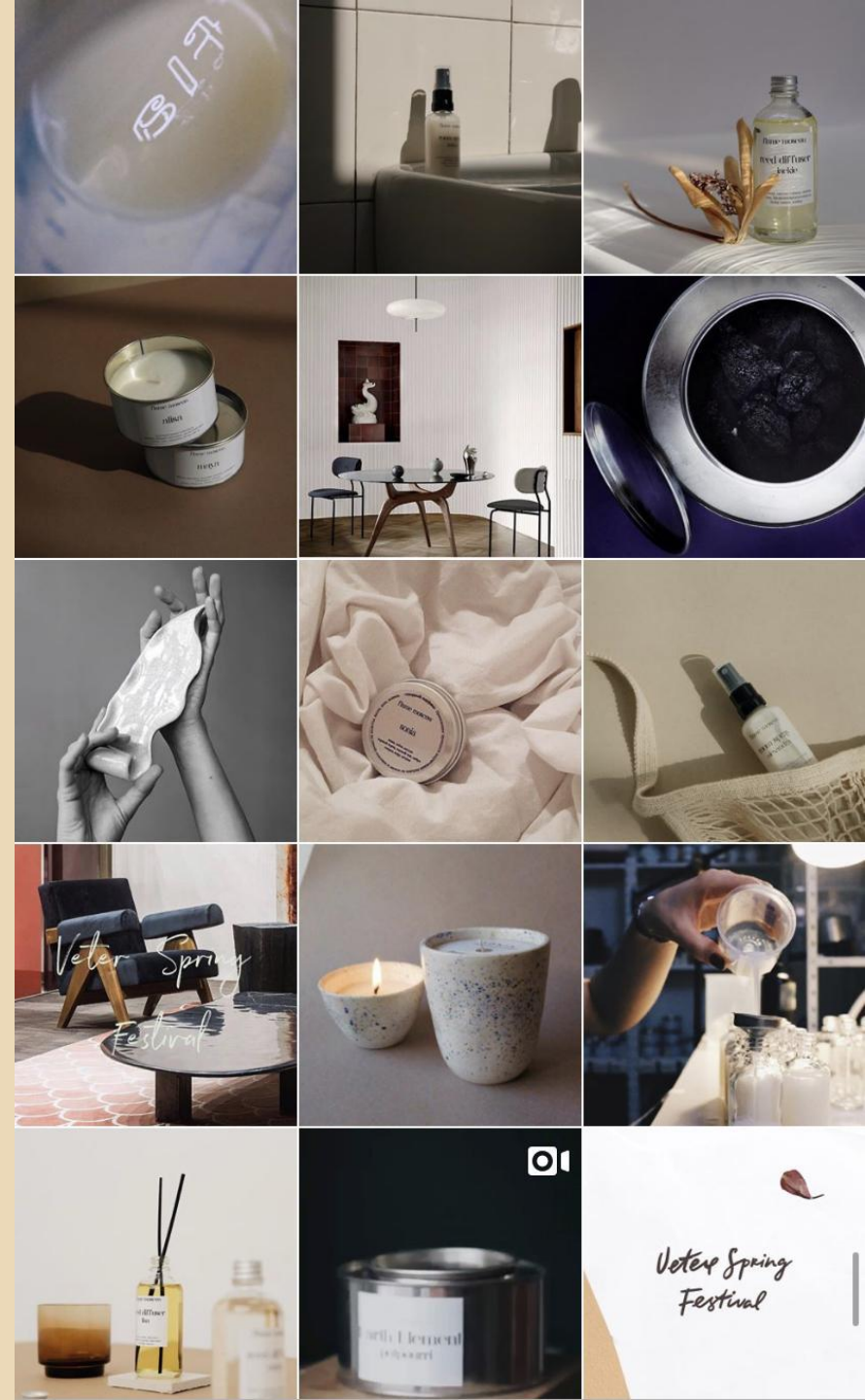
Составление Customer Journey Map

Выполнила: Ким Екатерина гр.102

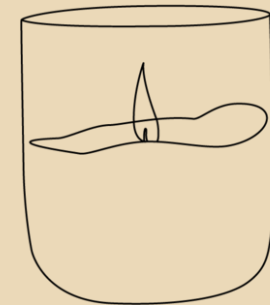


Описание деятельности компании

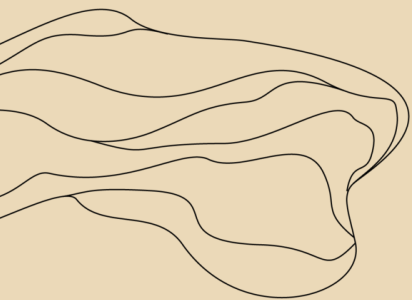
- **«ТЕПЛО»** – это онлайн-магазин свечей и ароматов для дома. В ассортимент входят ароматические свечи, соевые свечи, благовония, диффузоры, ароматические палочки.
- Магазин существует с ноября 2018 года. Но до этого не имел сформированный фирменный стиль.
- Есть аккаунт в инстаграме, а также онлайн-магазин на сайте.



Awareness



- **Процесс:** Покупатель начинает свое «путешествие», задумавшись о покупке товаров для дома. Он начинает просматривать в Инстаграме онлайн -магазины и видит наш.
- Клиент просматривает аккаунт в Инстаграм. Так как наши товары - это скорее импульсная покупка, то покупатель будет основывать свой выбор на чувствах и эмоциях.
- **Точки входа:** Instagram аккаунт магазина



Awareness

• Точки соприкосновения:

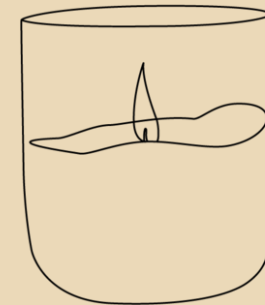
flame.moscow

522 6 623 1 560
Публикации Подписчики Подписки

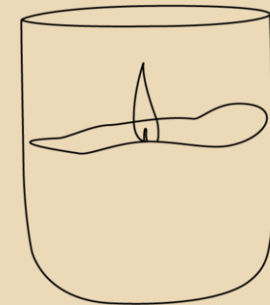
Ароматы для дома, свечи и духи
Домашний декор
✘ Мастерская на Бережковской наб.
Пн-Пт 10.30 -19.20
✘ Доставка по всей России и СНГ!
www.flame.moscow/
Berezhkovskaya 20s5, Moscow, Russia

Мастерска... Ароматы Петербург! Спреи для... Body by CHxf

13:23
Поиск
flame.moscow



Awareness



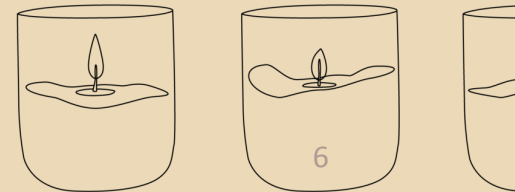
• Решения:

1. Нужно сделать так, чтобы покупатель вышел на наш аккаунт. Для этого нужно в описании написать ключевые слова: «ароматы для дома/свечи...»
2. Обеспечить привлекательность аккаунта. Нужно оформить не только общий визуал аккаунта, но и «highlights». Необходимо тем самым сподвигнуть его подписаться или же добавить в «сохранённое» одно из предложений.

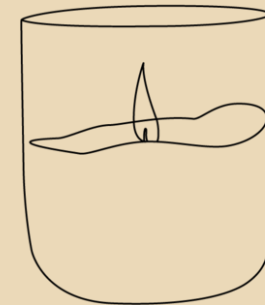


Interest

- **Процесс:** После просмотра нескольких магазинов покупатель заинтересовывается, у кого лучшее предложение. Он выбирает несколько магазинов и сравнивает их.
- На этом этапе покупатель переходит на сайт и скролит страницу. Осматривает ценовую политику в целом, переходит во вкладку доставка.
- Переходит во вкладку «отзывы».



Interest



• Решения:

1. Нужно указать ссылку на сайт в описании инстаграм.
2. Тут необходимо поместить отзывы, в том числе отзывы нескольких блогеров. Это нужно для того, чтобы покупатель осознал, что наши продукты оправдывают ожидания многих.
3. Сделать сайт максимально удобным, чтобы покупатель ассоциировал магазин с приятными эмоциями.

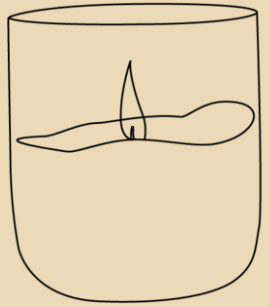


Desire

- **Процесс:** В этой фазе покупатель останавливается на нескольких из просмотренных магазинов.
- Он возвращается на аккаунт или сайт, и смотрит конкретно, что ему нужно.

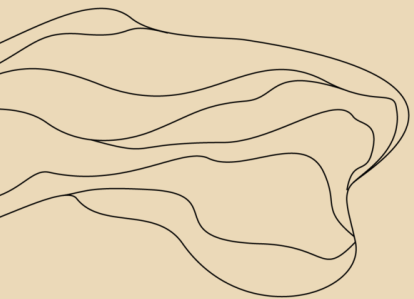


Desire



• Решения:

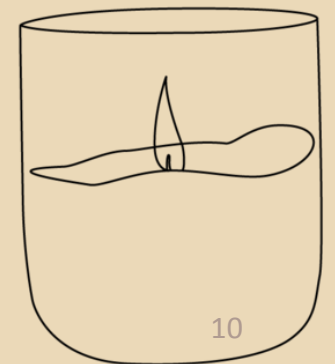
1. Нужно напоминать покупателю о магазине. Если он подписался на нас, то достаточно постить сториз. Если же нет – то необходимо запустить таргет.
2. С помощью рассылки при подписке нужно предложить скидку 10% на первый заказ. А также проинформировать о том, как сделать заказ и о доставке.



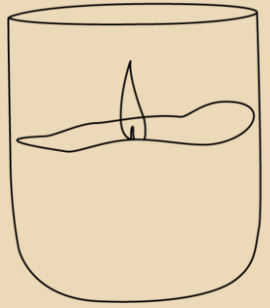


Action

- **Процесс:** Покупатель останавливается на нашем магазине. Он делает заказ.

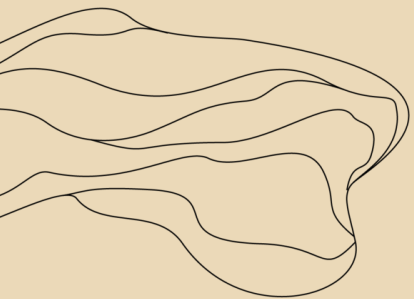


Action



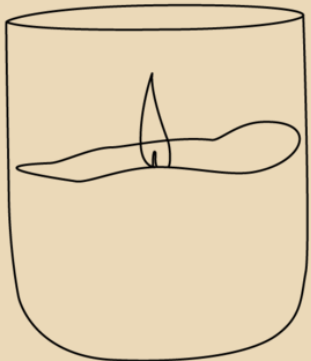
• Решения:

1. Нужно смягчить этот этап и сделать его наиболее приятным.
2. Необходимо обеспечить информирование о удобном способе доставки, чтобы данный этап прошел максимально гладко.

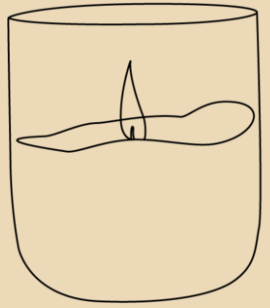


Loyalty

- **Процесс:** на данном этапе покупатель получает заказ. Пользуется им. И анализирует преимущества покупки. Взвешивает плюсы и минусы.

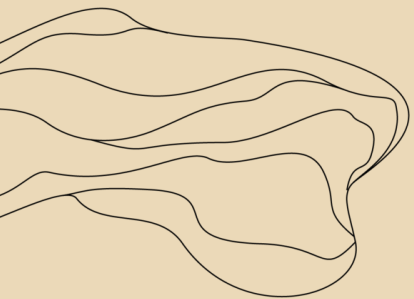


Loyalty



• Решения:

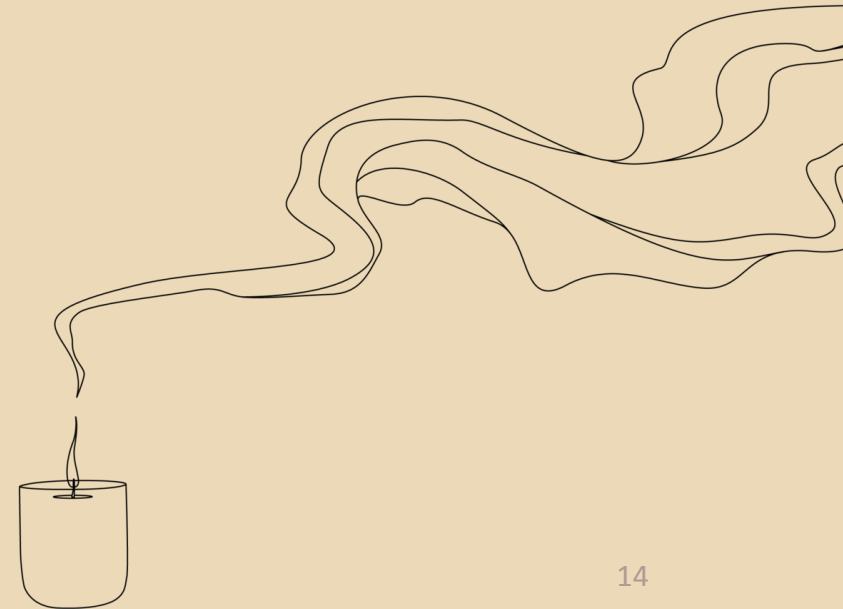
1. Нужно помочь покупателю осознать, что наш магазин способен наилучшим образом удовлетворить его запросы.
2. Собирать фидбек.
3. Продолжать постить красивый визуал, чтобы клиент чувствовал себя «в теме»
4. Создавать рубрики подарков. А также информировать о сезонных новинках.



Выводы и рекомендации

Фирменный стиль

- Логотип
- Нейминг товаров
- Фирменные цвета
- Визуальный ряд
- Шрифт
- Полиграфия



Выводы и рекомендации

- Введение социальных сетей
- Сотрудничество с блогерами
- Реклама в сми
- Рассылки подборок на праздники

