

برگه یک صفحه‌ای مسیر مشتری



از راست شروع کنید؛ واقعیت امروز را بنویسید و فقط یک نقطه ریزش را برای اصلاح انتخاب کنید.

۱ ورود مخاطب

مخاطب مناسب معمولاً از کجا با شما آشنا می‌شود؟

• کانال اصلی ورود

• مخاطب مورد نظر

۲ پیام و پیشنهاد

در چند ثانیه اول چه وعده روشنی از شما می‌بیند؟

• مسئله‌ای که حل می‌کنیم

• پیشنهاد اصلی

۳ اعتماد

برای باور کردن شما به چه شاهد یا محتوایی نیاز دارد؟

• سؤال یا نگرانی اصلی

• شاهد اعتماد

۴ اقدام

بهترین قدم بعدی مخاطب چیست و چقدر ساده انجام می‌شود؟

• اقدام اصلی

• محل انجام اقدام

۵ پیگیری و بازگشت

پس از اقدام، چگونه پیگیری می‌کنید و رابطه ادامه پیدا می‌کند؟

• روش و زمان پیگیری

• دلیل بازگشت

بزرگ‌ترین نقطه ریزش

یک اصلاح در ۷ روز آینده

شاخص نتیجه

قاعده: اگر مخاطب در یک مرحله متوقف می‌شود، مرحله بعد را تبلیغ نکنید؛ همان مانع را برطرف کنید.

راهنمای پرکردن برگه مسیر مشتری

قرار نیست پاسخ‌ها کامل باشند؛ قرار است ابهام‌ها دیده شوند.

هر خانه را با یک عبارت کوتاه و واقعی پر کنید. اگر پاسخی ندارید، همان جای خالی یک نشانه مهم است.

۱	ورود مخاطب	معنی	مثال ساده	اگر نمی‌دانم، از کجا بفهمم؟
		جایی که مشتری مناسب برای نخستین بار شما را می‌بیند.	جست‌وجوی گوگل، اینستاگرام یا معرفی مشتری قبلی.	از سه مشتری اخیر پرسید نخستین بار از چه طریقی با شما آشنا شدند.
۲	پیام و پیشنهاد	معنی	مثال ساده	اگر نمی‌دانم، از کجا بفهمم؟
		جمله‌ای که روشن می‌کند چه مشکلی را برای چه کسی حل می‌کنید.	تعمیر فوری دستگاه برای فروشگاه‌هایی که توقف کارشان پرهزینه است.	صفحه اصلی و شبکه اجتماعی را به فردی ناآشنا نشان دهید و پرسید چه چیزی فهمید.
۳	اعتماد	معنی	مثال ساده	اگر نمی‌دانم، از کجا بفهمم؟
		چیزی که ترس و تردید مخاطب را پیش از اقدام کمتر می‌کند.	نمونه کار، نظر مشتری، ضمانت، معرفی تیم یا پاسخ یک سؤال مهم.	پیام‌ها و تماس‌های مشتریان را مرور کنید؛ پرتکرارترین نگرانی را یادداشت کنید.
۴	اقدام	معنی	مثال ساده	اگر نمی‌دانم، از کجا بفهمم؟
		یک قدم مشخص و ساده که می‌خواهید مخاطب همین حالا انجام دهد.	تماس، ثبت درخواست، دریافت راهنما، رزرو یا خرید.	خودتان با موبایل مسیر را امتحان کنید و تعداد کلیک‌ها و ابهام‌ها را بنویسید.
۵	پیگیری و بازگشت	معنی	مثال ساده	اگر نمی‌دانم، از کجا بفهمم؟
		کاری که پس از اولین اقدام، ارتباط را منظم و قابل ادامه می‌کند.	پیام تأیید، تماس روز بعد، یادآوری یا پیشنهاد خرید مجدد.	از مسئول فروش یا پاسخ‌گویی پرسید درخواست‌ها کجا ثبت و چه زمانی پیگیری می‌شوند.

چطور نقطه ریزش را انتخاب کنم؟

مرحله‌ای را انتخاب کنید که در آن بیشترین پاسخ مبهم، جای خالی، تأخیر یا فراموشی وجود دارد. فقط همان یک مرحله را طی هفت روز اصلاح کنید.

مثال: اگر مخاطب وارد سایت می‌شود اما تماس نمی‌گیرد، پیش از تبلیغ بیشتر، پیام و دکمه اقدام را روشن کنید.