

ВВ

**Что делать, когда к
реализации CX проекта
нужно привлечь Все
направления компании**

ВВ

186

НЯ СТАРАЮСЬ НЕ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ
ОДНОРАЗОВЫЕ
ПЛАСТИКОВЫЕ ПАКЕТЫ

164

НКОГДА Я ПЬЮ ГОРЯЧИЕ
НАПИТКИ НА ХОДУ, Я
ИСПОЛЬЗУЮ ТЕРМО-
КРУЖКУ

139

РАДИ ОХРАНЫ
ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ Я
ГО-ТОВ(А) МИРИТЬСЯ С
МЕНЬШЕЙ
ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ
МОЮЩИХ СРЕДСТВ



Отношение к экологии

GfK | Портрет лояльного и
потенциального покупателя
ВкусВилл 2021

ВВ

#фандоматы
#экобонусы
#добрые крышечки
#отказ от чеков
сбор батареек
Вывоз пакетов
незабываемая сумка



ВВ



ОТТОК

16%

НЕ ХОЧУ, ЧТОБЫ
ПРОДУКТЫ
УПАКОВЫВАЛИСЬ
В БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО
ПОЛИЭТИЛЕНОВЫХ
ПАКЕТОВ, КАК ПРИ
ДОСТАВКЕ ИЛИ ХОТЯТ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПАКЕТЫ
ПОВТОРНО

ВВ



ОУ, НУ ДА.....
ЭТО Я
- Как я
докатился до
жизни такой.....
Что ж...

ВВ

Документооборот

Химчистка

Списание

Последняя миля

ление проектом

Учет в дарксторах

Финансирование

Аналитика

Юристы

Интерфейс заказа

Бухгалтерия

Масштабирование

Разработка

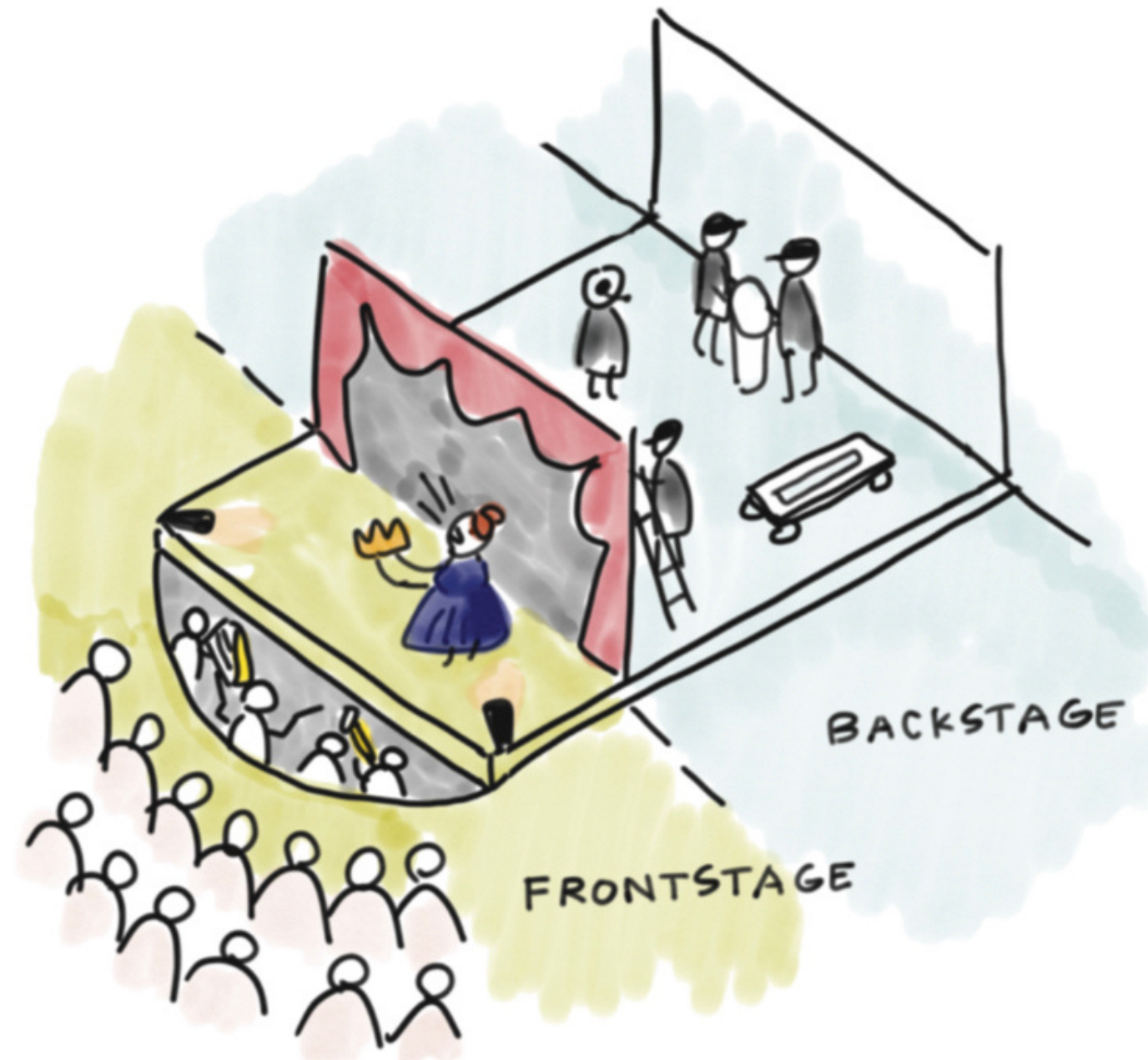
Курьеры

Service Blueprint

Это диаграмма, которая визуализирует взаимосвязи между различными компонентами сервиса — людьми, процессами — которые напрямую связаны с точками контакта на пути клиента. Инструмент, для визуализации всех переменных при проектировании сервиса.

BB

Service Blueprint



CJM

Действия клиента

ШАГИ, РЕШЕНИЯ, КОТОРЫЕ КЛИЕНТ
ПРЕДПРИНИМАЕТ ВО ВРЕМЯ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С СЕРВИСОМ ДЛЯ
ДОСТИЖЕНИЯ ОПРЕДЕЛЕННОЙ ЦЕЛИ

Действия на переднем плане

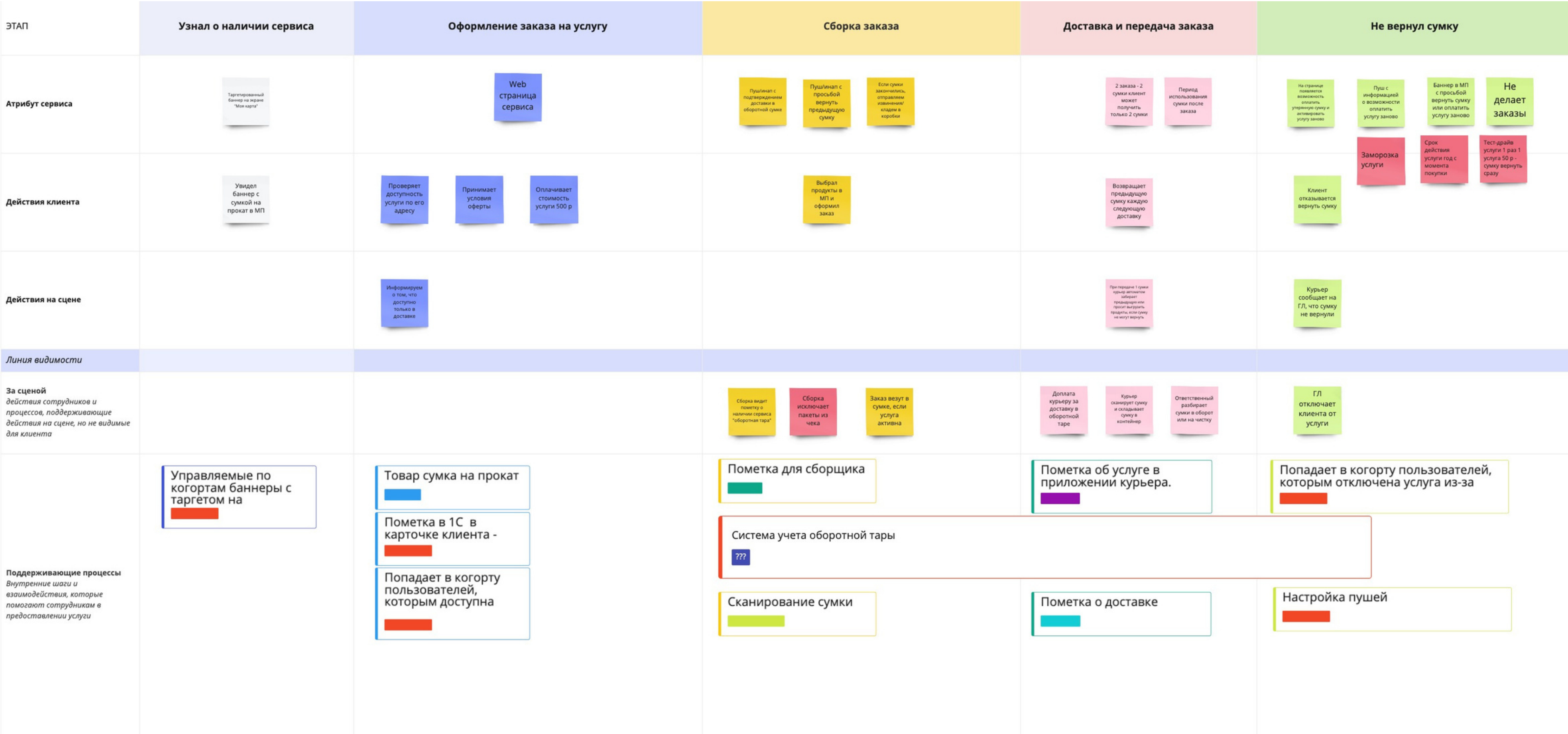
ДЕЙСТВИЯ СОТРУДНИКА, КОТОРЫЕ
ПРОИСХОДЯТ НЕПОСРЕДСТВЕННО НА ГЛАЗАХ У
КЛИЕНТА. ЭТИ ДЕЙСТВИЯ МОГУТ БЫТЬ
ДЕЙСТВИЯМИ ОТ ЧЕЛОВЕКА К ЧЕЛОВЕКУ ИЛИ
ОТ ЧЕЛОВЕКА К КОМПЬЮТЕРУ

Закулисные действия

ШАГИ И ДЕЙСТВИЯ, КОТОРЫЕ
ПРОИСХОДЯТ ЗА КУЛИСАМИ,
ЧТОБЫ ПОДДЕРЖАТЬ СОБЫТИЯ
НА СЦЕНЕ

Процессы поддержки

ВНУТРЕННИЕ ШАГИ И
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, КОТОРЫЕ
ПОДДЕРЖИВАЮТ
СОТРУДНИКОВ В
ПРЕДОСТАВЛЕНИИ УСЛУГ



Преимущества Service Blueprint

1. Визуализация и оценка пользовательского опыта

Помогает визуализировать (ранее) неосознанный пользовательский опыт, определять связи и зависимости в сервисе и выявить потенциальные пробелы и сбои в процессах. Подсвечивает слабые стороны сервиса.

2. Создание общего языка и понимания

Объединяет команду вокруг общей цели. Облегчает обсуждение между отделами. Привлекает заинтересованные стороны к клиентскому опыту. Служит единственным источником истины. Объединяет усилия всех отделов.

3. Форсирует целостное мышление

Углубляет понимание опыта. Поощряет мыслить масштабно, а не изолированно. Помогает поместить продукт в контекст. Делает невидимые сервисные компоненты видимыми.

4. Измерение и отслеживание сервиса

Раскрывайте ценность и взаимодействие нематериальной услуги с помощью физической или цифровой точки соприкосновения. Измерьте время и деньги, потраченные организацией.

5. Информирование о планировании проекта

Помогает выявить нарушенные процессы. Определит области улучшения и оптимизации. Расставляет приоритеты в проектах.

ВВ

МЕДИА

