

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ



УДК 006.52

Почему необходимо уметь проектировать Customer Journey Map

А.В. Ехутль

Донской государственный технический университет, (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию значимости проектирования Customer Journey Map (CJM) для веб-сайтов. Веб-сайт является основой любого крупного бизнеса и для повышения его конверсии используется CJM, которая упрощает взаимодействие клиента с веб сайтом. Цель статьи — дать понять веб-разработчикам, почему этап создания Customer Journey Map является одним из важнейших этапов их работы.

Ключевые слова: веб-сайт, CJM, веб-разработчик.

Why it is Necessary to be able to Design a Customer Journey Map

Artem V Ekhutl

Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russian Federation)

Abstract. The work is devoted to the study of the importance of CJM design for websites. A website is the basis of any large business and CJM is used to increase its conversion, which simplifies the client's interaction with the website. The work objective is to make web developers understand why the stage of creating a Customer Journey Map is one of the most important stages of their work.

Keywords: website, CJM, web developer.

Введение. В настоящее время многие компании сталкиваются с необходимостью создания и оптимизации своих бизнес-процессов. Для этого используются различные инструменты, в том числе и методика CJM (Customer Journey Mapping) — картографирование пути клиента. Задача CJM заключается в том, чтобы понять, как клиент взаимодействует с компанией на каждом этапе своего пути, а также выявить слабые места и возможности для улучшения качества обслуживания. В данной статье раскрывается проблема игнорирования CJM при разработке веб-сайтов. Цель статьи в привлечении внимания к одному из важнейших этапов работы веб-разработчика — созданию CJM. Автор провел опрос среди веб-разработчиков и выяснил, что далеко не все из них используют CJM в своих проектах, из-за чего снижается качество их работ.

Основная часть. Использование CJM в создании сайта позволяет:

1. Понимать потребности и ожидания пользователей: CJM помогает определить, какие задачи пользователи хотят выполнить на сайте и какие проблемы могут возникнуть в процессе. Это позволяет создать сайт, который будет отвечать потребностям пользователей.
2. Улучшать пользовательский опыт: CJM помогает выявить слабые места в пользовательском интерфейсе и улучшить его, чтобы сделать взаимодействие с сайтом более эффективным и приятным для пользователей.
3. Оптимизировать конверсию: CJM помогает определить, какие шаги нужно предпринять, чтобы пользователи достигли своих целей на сайте. Это позволяет оптимизировать конверсию и увеличить количество действий, которые пользователи выполняют на сайте.
4. Сократить время разработки: CJM позволяет определить ключевые задачи и требования пользователей, что упрощает процесс разработки и сокращает время, необходимое для создания сайта.

В целом, использование CJM в создании сайта помогает создать такой сайт, который будет отвечать потребностям пользователей и обеспечивать лучший пользовательский опыт (рис. 1).

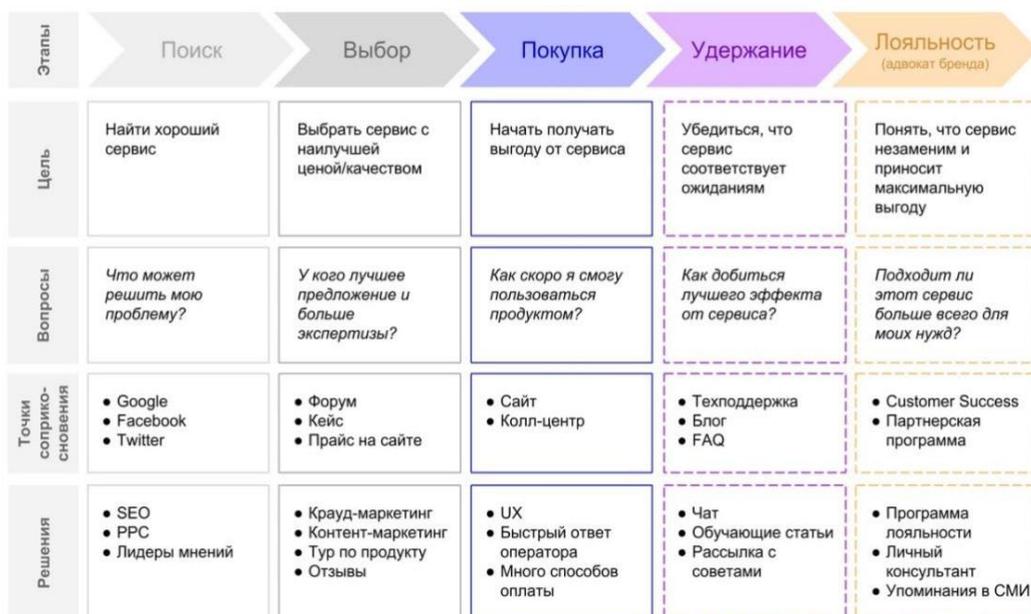


Рис. 1. Пример customer journey map (<https://vk.com/club117221854>)

Принципы построения CJM

1. Ориентация на клиента. Вся работа по созданию CJM должна быть ориентирована на потребности клиента. Необходимо изучить его поведение и потребности на каждом этапе взаимодействия с компанией.

2. Использование множества источников информации. Для создания CJM необходимо использовать различные источники информации, такие как данные о клиентах, результаты опросов, статистика продаж и т.д.

3. Командный подход. Построение CJM должно быть командным процессом, включающим в себя сотрудников разных отделов компании, таких как маркетинг, продажи, сервис и т.д.

4. Фокус на ключевых моментах. В CJM необходимо выделить ключевые моменты взаимодействия клиента с компанией, которые могут повлиять на его удовлетворенность и лояльность. Таким образом, можно сделать вывод, что CJM значительно ускоряет и облегчает взаимодействие пользователя с веб-сайтом.

Из вышеперечисленного следует вывод, что если веб-разработчик в своей работе не использует CJM (особенно если в работе находится многостраничный и многофункциональный сайт), то многие пользователи будут путаться и, в большинстве случаев, покидать сайт, не совершив целевое действие, а это, в свою очередь, может привести бизнес к банкротству.

Так как большая часть веб-разработчиков обучаются на курсах или получают высшее образование по данной профессии, то для привлечения внимания будущих веб-разработчиков к CJM их преподавателям и наставникам нужно:

1. Объяснить важность CJM: рассказать о возможных последствиях неправильной разработки сайта и о том, как CJM помогает избежать этих проблем.

2. Предоставить примеры успешных проектов, где использовался CJM, и показать, как он повлиял на конверсию и удовлетворенность пользователей.

3. Обучить веб-разработчика использованию CJM: проводить тренинги или предоставлять доступ к онлайн-курсам.

4. Включить CJM в процесс разработки: установить требование использования CJM для каждого проекта, чтобы веб-разработчик знал, что это необходимо для успешного завершения работы.

5. Предоставить веб-разработчику доступ к инструментам для создания CJM: существует множество онлайн-сервисов и программ для создания CJM, которые могут значительно упростить процесс.

Данная статья необходима для привлечения внимания к проблеме некачественной и непродуманной системы построения некоторых веб-сайтов, где не используется CJM.

Заключение. В статье были рассмотрены основные этапы проектирования CJM и выделена значимость её построения при разработке веб-сайта.

Цель статьи состояла в привлечении внимания к одному из важнейших этапов работы веб-разработчика, знания о котором помогут веб-разработчикам, которые столкнулись с проблемой логической структуризации

сайта, так как создание CJM является важным инструментом для повышения качества обслуживания клиентов и повышения конверсии сайта. Это позволяет брендам лучше понимать своих клиентов, предоставлять им более удобный и приятный опыт взаимодействия и повышать свою конкурентоспособность на рынке.

Об авторе:

Ехутль Артём Вячеславович, обучающийся Института опережающих технологий «Школа Икс» Донского государственного технического университета (344003, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), ekhutl.a@gs.donstu.ru

About the Author:

Artem V Ekhutl, student of the Institute of Advanced Technologies "School X", Don State Technical University (1, Gagarin Sq., Rostov-on-Don, 344003, RF), ekhutl.a@gs.donstu.ru