

LIFTA.SPACE NO LIMITS

The Disney Compass

План обслуговування клієнтів компанії Disney

The Disney Compass:

план обслуговування клієнтів компанії Disney

Компанія Disney виокремила **4 напрямки**, які характеризують основні поведінкові стимули. Саме задовольнивши їх, компанія може заволодіти клієнтом повністю.

Йдемо за компасом!

The Disney Compass:

Північ (покупець потребує)

Визнач, що потрібно клієнтові, коли він звертається до твоїх продуктів. Які проблеми продукт вирішує, як саме?

Наприклад, клієнту потрібен якісний мобільний додаток для відстеження калорій. Твій додаток простий у використанні, точний, швидко завантажується, має вичерпний перелік продуктів і т. д.

Підказка: не забудь розповісти про унікальні властивості свого продукту на сайті і в соцмережах.

The Disney Compass:

Захід (покупець хоче)

Визнач, чого насправді хоче клієнт, навіть якщо йому твій продукт.

У випадку з додатком — клієнт хоче вести здоровий спосіб життя, змінити харчову поведінку, молодше виглядати. Заяви про те, що твій продукт — про ті ж цінності. І ти готовий удосконалювати його: додати нові функції (крокомір, міні-тренування), підтримати в мотивації (короткі історії успіху, позитивні установки), оновити інтерфейс і т.д.

Підказка: запитай у клієнта, чого б йому хотілося.

The Disney Compass:

Південь (стереотипи покупця)

Стереотипи про бізнес є у всіх. Твоя задача — дізнатися, які уявлення керують твоїми клієнтами.

Подумай, як ти можеш спростувати негативні установки про мобільні лічильники калорій (марно, незручно, занудно кожен раз відкривати і все підраховувати, аналіз якийсь мутний) і підтвердити позитивні уявлення.

Підказка: про це можна розповісти в інфо-розсилці з докладним туторіали.

The Disney Compass:

Схід (покупцеві потрібні емоції)

Забезпеч емоцію у використанні твого продукту, щоб обійти конкурентів зі схожою послугою.

Зроби використання продукту джерелом радості і несподіванок, щоб кожен раз, коли клієнт відкриває його, був предметом прекрасних спогадів і натхнення.

The Disney Compass:

план обслуговування клієнтів
компанії Disney

Компас Діснея — чудова розминка для креативної маркетингової команди і команди продактів.

Так вони зможуть краще зрозуміти клієнта, доповнити функціонал продукту і рекламну стратегію з утримання (і залучення) клієнтів.