

# MAPA PODRÓŻY KLIENTA I REKOMENDACJE POPRAWY CX

# CUSTOMER JOURNEY MAP (CJM)

Customer Journey Map (CJM) jest narzędziem, dzięki któremu można zwizualizować kluczowe kroki doświadczenia klientów firmy dla jednego segmentu, i jednej osoby klienta.

Narzędzie to ułatwi zebranie kompleksowych informacji dotyczących oczekiwań i potrzeb klienta, jego emocji i problemów w doświadczeniu z Brandem oraz pomoże zidentyfikować kluczowe momenty w doświadczeniu klienta:

- love points
- hate points

Nasze podejście pozwoli odkryć przyczyny niezadowolenia lub trudności klienta oraz jego wzorce mentalne związane z obsługą. Finalna mapa podróży klientów będzie bazą do zdefiniowania rekomendacji dot. działań w kierunku poprawy doświadczeń klienta (CX).



## REZULTATY PROCESU MAPOWANIA PODRÓŻY KLIENTA

- Lepsze zrozumienie motywacji, działań i oczekiwań klientów w doświadczeniu z Brandem, szczególnie w momentach “love points” i “hate points”
- Zidentyfikowanie tych momentów doświadczenia, w których nie ma pewności co do motywacji, oczekiwań i doświadczeń klientów (tzw. “białe plamy” jako wskazanie obszarów do badań jakościowych)
- Zdefiniowanie rekomendacji zmian („quick wins” /inicjatywy strategiczne) wpływających na poprawę i uspoźnienie doświadczeń klientów
- Zaangażowanie i skupienie zespołu projektowego wokół doświadczeń klienta i wpływu działań na jego satysfakcję
- Przygotowanie zespołu projektowego do wdrożenia rekomendacji zmian standardów obsługi

# JAKI PROCES PROPONUJEMY

Rekomendowany proces bazuje na wiedzy konsultantów ProOptima dot. metodyk CJM i badań klientów oraz doświadczenia zespołu z realizacji podobnych projektów.

1

## Diagnoza AS-IS i przygotowanie

(2-3 tygodnie)

Zebranie danych i analiza informacji z organizacji oraz przygotowanie zespołu do mapowania CJM

2

## Wstępne mapowanie + głos pracownika

(6-8 tygodni)

Warsztaty i wstępne mapowanie kroków, punktów styku i zachowań klientów oraz indentyfikacja kluczowych momentów oraz "białych plam"

3

## Badania klientów i obserwacje

(4-6 tygodni)

Definiowanie hipotez badawczych, próby i metody badań, realizacja badań i obserwacji oraz opracowanie wniosków z badań

4

## Finalne mapy CJ i rekomendacje

(2-3 tygodnie)

Warsztaty definiowania finalnych map CJ na bazie wyników badań, identyfikacja obszarów do zmian i przygotowanie finalnych rekomendacji

1

## DIAGNOZA AS-IS I PRZYGOTOWANIE

(2-3 tygodnie)

### **CEL:**

Zebranie informacji z organizacji i diagnoza AS-IS oraz przygotowanie zespołu projektowego do mapowania CJM

### **REZULTAT:**

- Portrety Buyer Person
- Wstępna diagnoza wyzwań związanych z obsługą klientów firmy
- Przygotowanie merytoryczne zespołu projektowego
- Ujednolicenie wiedzy nt. procesu i metodyki mapowania CJM

## KLUCZOWE ELEMENTY

### **Analiza dostępnych danych i raportów oraz diagnoza AS-IS**

Raporty NPS klientów, badania satysfakcji, wskaźniki spełnienia standardu, opis aktualnych standardów obsługi klientów.

### **Analiza obecnej mapy podróży klientów firmy**

#### **Warsztat/webinar edukacyjny (2h):**

Edukacja/uspójnienie wiedzy dotyczącej CJM.

Uspójnienie kontekstu biznesowego i weryfikacja celu mapowania.

#### **Spotkanie ONLINE (2h)**

Dla wszystkich zaangażowanych w projekt pracowników w celu zdefiniowanie zespołów projektowych i ich liderów oraz przygotowania do warsztatów mapowania.

#### **Definiowanie Buyer Person (online)**

Praca na bazie informacji z organizacji. Przygotowanie 3 głównych person do mapowania CJM.

#### **METODY PRACY:**

Analiza danych  
Konsultacje  
Warsztat online  
Webinar  
Buyer Persona canvas

2

## WSTĘPNE MAPOWANIE CJM + GŁOS PRACOWNIKA

(6-8 tygodni)

### CEL:

Wstępne mapowanie podróży klienta na bazie obecnej wiedzy i głosu pracownika

### REZULTAT:

- 1. Iteracja mapy podróży klienta /Brand
- Identyfikacja potencjalnych “love points” i “hate points”
- Identyfikacja “białych plam” do badań jakościowych
- hipotezy dot. doświadczeń klientów do badań jakościowych

## KLUCZOWE ELEMENTY

### Warsztaty z zespołem projektowym (2 dni na sali / Brand)

Mapowanie podróży klienta na bazie głosu pracownika (“wydaje nam się”) i dostępnej wiedzy o kliencie.

Wspólne zdefiniowanie:

- kroków doświadczenia i zachowań klientów
- punktów styku z Brandem
- potencjalnych momentów CJM (“love points” i “hate points”)
- “białych plam” i wstępnych hipotez do badań klientów

### Warsztaty follow-up w podzespołach

Wspierane przez konsultantów ProOptima w celu zbudowania 1. iteracji podróży klienta (CJM)

### Konsultacje z liderami podzespołów

### METODY PRACY:

Warsztaty na sali: 2 dni / 1 Brand

Facylitacja warsztatów online

Praca z CJM Canvas

Praca z metodyką Modelu Mentalnego

Konsultacje z liderami podzespołów

3

## BADANIA KLIENTÓW I OBSERWACJE

(4-6 tygodni)

### CEL:

Zebranie feedbacku klientów dot. ich doświadczeń, oczekiwań oraz trudności w kontakcie z Brandami oraz obserwacje doświadczenia “w butach klienta”

### REZULTAT:

- Raport z wynikami badań klientów dot. obecnych doświadczeń i oczekiwań w formie prezentacji ppt
- Wyniki hipotez badawczych
- 2. iteracja CJM

## KLUCZOWE ELEMENTY

### Zdefiniowanie hipotez badawczych

Na bazie diagnozy AS-IS i warsztatów CJM

### Badania jakościowe:

- badanie doświadczeń w “love points” i “hate points” + badanie oczekiwań
- badanie hipotez badawczych
- wywiady IDI, zdefiniowane próby dla 3 Brandów
- badania przeprowadzone przez badaczy ProOptima

### Obserwacje konsultantów ProOptima:

- obserwacje w punktach Olren, PGNiG i Energa metodą service safari

### Raport z wynikami badań w formie prezentacji ppt

### Zdefiniowanie 2. iteracji mapy podróży klienta z wynikami badań

Praca konsultantów ProOptima i nałożenie wyników badań na CJM

### METODY PRACY:

- Hypothesis canvas
- Wywiady pogłębione IDI (wywiady indywidualne)
- Service safari
- Mapowanie wniosków
- Prezentacja ppt

4

## FINALNE MAPY CJM I REKOMENDACJE

(2-3 tygodnie)

### CEL:

Opracowanie finalnych map CJM wzbogaconych o wyniki badań oraz zdefiniowanie rekomendacji do poprawy doświadczeń klientów

### REZULTAT:

- Wizualizacja map CJ dla 3 Brandów (w Miro i ppt)
- Action Plan z kategoriami działań
- Rekomendacje do uspojnienia standardów obsługi 3 Brandów

## KLUCZOWE ELEMENTY

### Warsztat z zespołem projektowym na sali (1 dzień / Brand)

- aktualizacja zachowań klientów
- aktualizacja sentymentu klienta i odczuć (na podst. badań)
- wypracowanie działań poprawiających hate points

### Analiza konsultingowa dot. poprawy doświadczeń klienta

Wypracowanie rekomendacji działań

### Warsztat strategicznej na sali (1 dzień)

(Zarząd / Dyrektorzy CX i Obsługi Klienta)

Analiza finalnych map podróży klientów dla 3 Brandów i kluczowych wniosków

Wypracowanie obszarów rekomendacji do uspojnienia standardów obsługi 3 Brandów zgodnych ze strategią firmy

### Finalne rekomendacje i prezentacja

Action Plan inicjatyw (quick wins, zmiany w procesie, projekt).

Rekomendacje dot. uspojnienia standardów obsługi

Prezentacja ppt

### METODY PRACY:

Warsztaty na sali

Konsultacje

Analiza konsultingowa

Prezentacja



# Konsultanci CEM



Anna Piosik

Konsultantka CX/UX, Trener i Coach/PM

Projektantka usług i doświadczeń klienta, strateg biznesowy z wieloletnim doświadczeniem w projektach strategicznych w obszarach: telco, e-commerce, ed-tech, innowacji cyfrowych, rozwoju produktu i doświadczeń klienta. Certyfikowana moderatorka Design Thinking i facylitatorka warsztatów.



Anna Mikołajczyk

Konsultant CX | Trener biznesowy | Facylitator

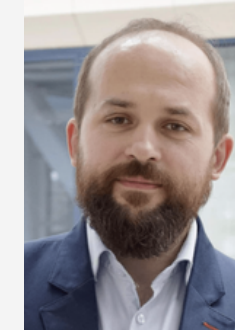
Ekspert CX, EX, TQM wieloletni praktyk biznesu. Wykształcenie magister dziennikarstwa i komunikacji społecznej (Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych w Poznaniu). Doświadczony menadżer zespołów operacyjnych oraz eksperckich.



Tomasz Kras

CEO ProOptima, CX Evangelist

CX Ewangelista, CEO ProOptima ale i coach, doradca i trener. Kierując firmą doradczą, i pracą kilkudziesięciu ekspertów, zrealizował kilkadziesiąt różnej skali wdrożeń z obszaru Customer Experience Management. Jest partnerem dla właścicieli i zarządów firm, które w obszarze Customer Experience chcą wzmacniać swoją przewagę konkurencyjną i rozwijać biznes.



Wacław Kisiel-Dorohinicki

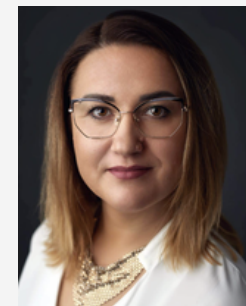
Trener kompetencji obsługowych, konsultant CX

Psycholog biznesu, trener i konsultant. Specjalizuje się w tematyce rozwoju kompetencji interpersonalnych pracowników obsługi klienta (zarządzanie emocjami i stresem) oraz wsparciu procesów sprzedaży i zarządzania.



Marcin Supranowicz

Konsultant, trener i coach. Ekspert w zakresie doskonalenia procesów, zarządzania zespołami. Wykorzystuje biegłą znajomość zagadnień Lean Management do usprawniania procesów zarządzania procesami, działem, firmą oraz doświadczenie menedżerskie do pracy z liderami.



Beata Szykowska

Senior konsultant CX, trener, interim manager

Doświadczona konsultantka doskonalenia procesów sprzedaży i obsługi Klienta i szerzej Customer Experience. Trenerka i menedżer projektów budowy i rozwoju działów obsługi Klienta, call center.



Monika Kunkowska

Senior badacz, analityk ilościowy

Badaczka z bogatym doświadczeniem w marketingu FMCG: zarządzaniu marką, rozwojem nowych produktów oraz projektowaniem. Prelegentka na Uniwersytecie Jagiellońskim i Uniwersytecie Ekonomicznym.



Justyna Jakubczyk

Konsultant CX

Dyplomowana CX ekspertka, projektantka usług i doświadczeń klientów Projektantka usług i doświadczeń klientów, prezeska firmy edukacyjnej CX House. Od 8 lat pomaga firmom finansowym wdrażać inicjatywy Customer Experience. Realizowała projekty m.in. dla Europejskiego Funduszu Leasingowego, Credit Agricole, Axia Ubezpieczenia



Grzegorz Jeżowski

Konsultant, trener, coach

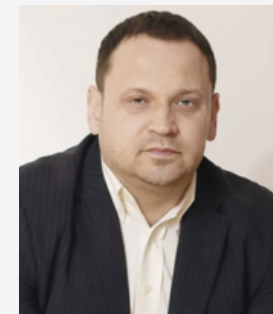
Specjalizuje się w standaryzacji sił sprzedaży i zarządzania oraz w coachingu sprzedażowym. Procesy, które tworzy bądź współtworzy, stanowią o kulturze i marce Pracodawcy, co z kolei przekłada się na zysk. Wdraża i monitoruje standardy pracy w sprzedaży bezpośredniej i wypracowuje zachowania zgodne z oczekiwaniem firmy.



Piotr Krawczyk

Badacz, konsultant CX/SD

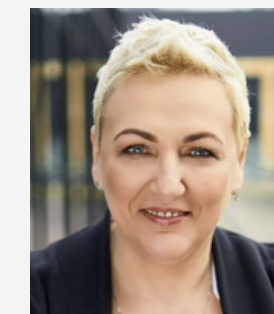
Doświadczony badacz jakościowy i konsultant Human Experience, (CX+EX/UX) Moderator Design Thinking oraz metodyki pracy Scrum i Agile, wykorzystywane przy tworzeniu innowacyjnych rozwiązań.



Marcin Fijot

Konsultant CEM, trener, interim manager

Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (Wydział Ekonomii, specjalność Public Relations) oraz studiów podyplomowych Marketing Usług Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. Praktyk wsparcia sprzedaży z doświadczeniem managerskim w Działach Obsługi Klienta agencji reklamowych w kraju i za granicą oraz jako Dyrektor Marketingu franczyzowej sieci handlowej FMCG.



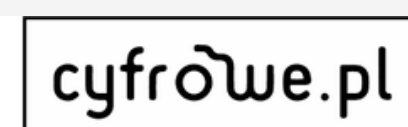
Elżbieta Gierczyńska

Senior konsultant CX/EX | Wieloletni praktyk biznesu, trener.

Wykształcenie pedagogiczne (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie) oraz podyplomowe studia zarządzania i marketingu dla branży ubezpieczonej na SGH w Warszawie. Doświadczony menadżer zespołów obsługi klienta i sprzedaży w firmie ubezpieczeniowej Aviva, ex doradca zarządu ds. wdrażania kultury kliento-centrycznej.



## Mapowania podróży klientów uczyliliśmy i realizowaliśmy dla:



# Portfolio klientów, których wspieraliśmy w obszarze Customer Experience Management



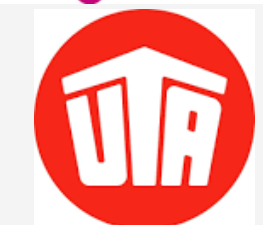
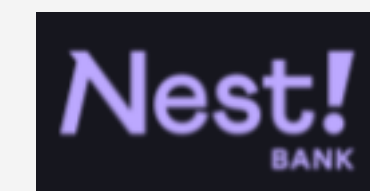
POLSKIE  
KOLEJE  
LINOWE



PHILIP MORRIS  
INTERNATIONAL



ORLEN



# Zapraszam do współpracy

**Tomasz Kras, CEO ProOptima Sp. z o.o.**



600 058 299 lub +48 12 397 79 51



[tomasz.kras@prooptima.pl](mailto:tomasz.kras@prooptima.pl) lub [biuro@prooptima.pl](mailto:biuro@prooptima.pl)



[www.prooptima.pl](http://www.prooptima.pl)



al. Daszyńskiego 12/13, 30-548 Kraków



[@prooptimakonsulting](https://www.youtube.com/@prooptimakonsulting)



[prooptima-customer-experience-management](https://www.linkedin.com/company/prooptima-customer-experience-management)

