



# **Projektowanie doświadczeń klientów i pracowników**

Lucjan Iżakiewicz, Customer Experience Partner

---

Forum Przedsiębiorstw  
Gdynia, 31.05.2017 r.

[www.lucjanizakiewicz.c](http://www.lucjanizakiewicz.com)

om

*Kto z Państwa był dzisiaj w roli Klienta, w relacji Klient - Pracownik?*

*Jakich emocji, wrażeń doświadczyliście Państwo w tej sytuacji?*



**Jakie mamy dzisiaj doświadczenia?**

---

- karmią nasze decyzje,
- mają swoje korzenie w doświadczeniu,
- nie wszystkie są odpowiednie dla biznesu,
- percepcja i pamięć wpływają na emocje, nie rzeczywistość,
- można regulować, a ich efekty są zmienne w czasie!



## Emocje...

---

- Większość organizacji to organizacje transakcyjne.
- Koncentrują się na racjonalnych aspektach doświadczeń.
- Emocje dotyczą ponad 50% wszystkich doświadczeń klientów.
- Niestety są one ignorowane przez większość organizacji.

**Emocje budują nasze  
doświadczenia**

---

Doświadczenie

Jak łatwe jest zrobienie tego,  
co chcę zrobić?

Dostępne

Funkcjonalne

Emocjonalne

Czy robi to czego oczekuję?

Jakie wzbudza uczucia?

## 3 komponenty doświadczeń



## Customer Experience (CX)

to odczucia zbierane (świadomie i podświadomie) przez wszystkie zmysły oraz sferę racjonalną i logiczną Klienta,

- w trakcie interakcji z firmą/institucją,
- wszystkim tym, co wytworzy firma oraz jej przedstawicielami,
- bez względu na status i relację w jakiej funkcjonuje Klient.

Punkty Styku

Mikrointerakcje

Podróż Klienta

# Doświadczenia klienta

# Odróżnienie organizacji od konkurencji w zakresie dostarczanych doświadczeń.

## Niewidzialna wojna

---

## STRATEGIA

---

„myślenie klientem”

## ZROZUMIENIE KLIENTA

---

Voice of Customer   Voice of Employee   Kontekst Klienta   Interesariusze

## PROJEKTOWANIE

---

Product Experience   Customer Journey   Punkty styku   Procesy&Standardy

## MIERZENIE

---

Voice of Customer   NPS   Customer Effort Score   Efektywność procesów

## ZARZĄDZANIE

---

DOŚWIADCZENIAMI

## KULTURA

---

Pracownicy   Język komunikacji z Klientem   Komunikacja/Empatia   Standardy

# Nie każdy jest gotowy

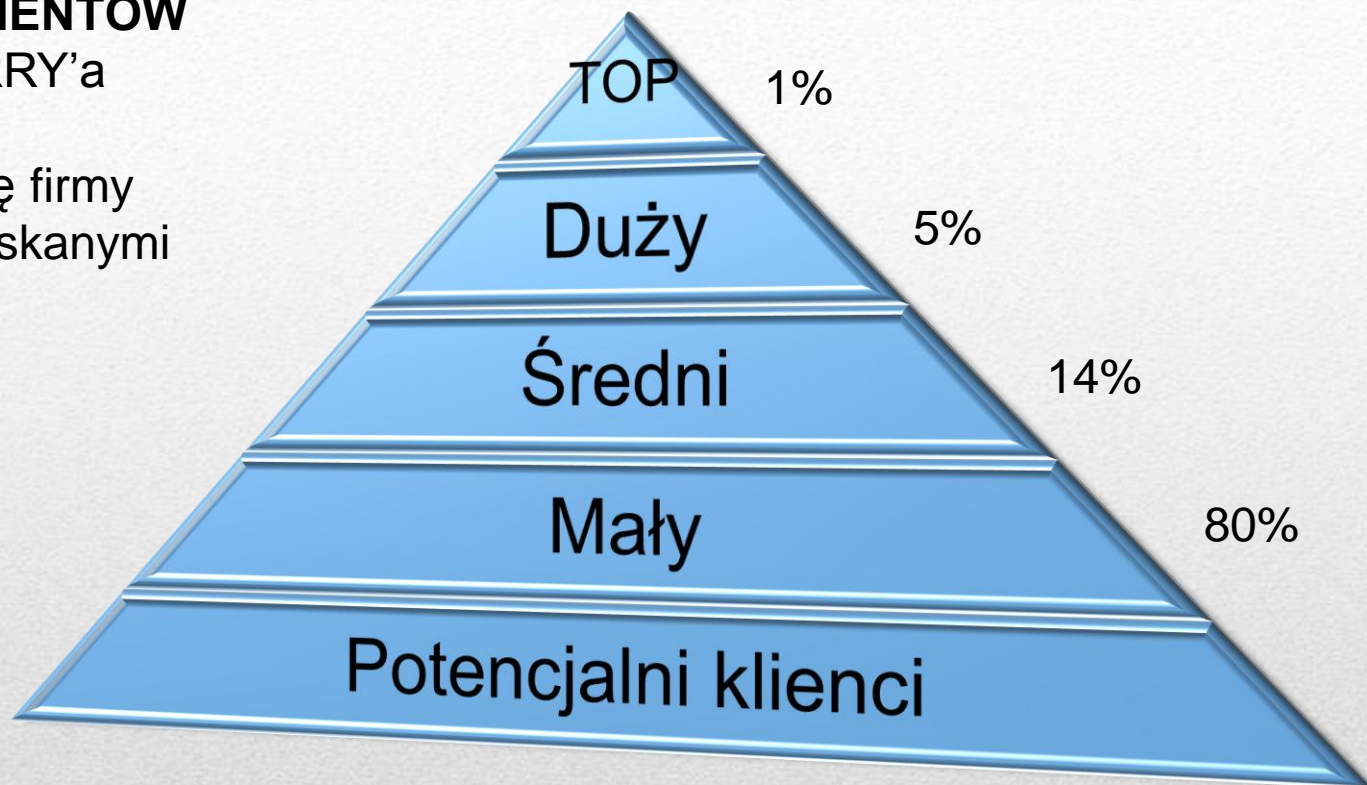
---



## SEGMENTACJA KLIENTÓW

Model Piramidy CURRY'a

Wspiera koncentrację firmy na zarządzaniu pozyskanymi już klientami.



# Klient – statystyka

**AGE** 35  
**EDUCATION** Bachelor's  
**SKILLS** Java, JavaScript, PHP, HTML5, CSS3  
**LOCATION** Seattle, WA

**PERSONALITY**  
Extrovert, Intuitive, Sensing, Judging, Thinking, Feeling, Judging, Perceiving

**TECHNOLOGY**  
IT and Internet, Software, Mobile Apps, Social Networks

**MOBILE USAGE**  
Medium

**LIKES ABOUT HER JOB**

**DISLIKES ABOUT HER JOB**

**NEEDS (TOPICS, GAPS IN KNOWLEDGE)**

**WHERE CAN WE HELP?**

**BIO**  
Fred is a web developer. He likes to cook, play guitar and go to the gym. He is interested in new technologies like VR and AR. He is also interested in AI and ML. He is a member of the local Python community.

**Fred Fish: Corporate Chef**  
"Get me out of the office & into the kitchen."

Employee: Bobi Corrali  
Background: Master's from Arizona & White University  
Computer skills: Novice

**Key goal**  
Fred doesn't get his hands dirty for work for most of the day. He wants to get out of the office and into the kitchen. He wants to get his hands dirty for work for most of the day. He wants to get out of the office and into the kitchen.

**Check Out on Fred**

Gender	Male
Age	35
Education	Master's
Location	Seattle, WA
Occupation	Software Engineer
Personality	Extrovert, Intuitive, Sensing, Judging, Thinking, Feeling, Judging, Perceiving
Technology	IT and Internet, Software, Mobile Apps, Social Networks
Mobile Usage	Medium

**Key goal**  
Fred doesn't get his hands dirty for work for most of the day. He wants to get out of the office and into the kitchen. He wants to get his hands dirty for work for most of the day. He wants to get out of the office and into the kitchen.

**Key goal**  
Fred doesn't get his hands dirty for work for most of the day. He wants to get out of the office and into the kitchen. He wants to get his hands dirty for work for most of the day. He wants to get out of the office and into the kitchen.

# PerfectPersona

**AGE** 23  
**EDUCATION** Bachelor's  
**SKILLS** Java, JavaScript, PHP, HTML5, CSS3  
**LOCATION** Seattle, WA

**PERSONALITY**  
Extrovert, Intuitive, Sensing, Judging, Thinking, Feeling, Judging, Perceiving

**TECHNOLOGY**  
IT and Internet, Software, Mobile Apps, Social Networks

**LIKES ABOUT HER JOB**

**DISLIKES ABOUT HER JOB**

**NEEDS (TOPICS, GAPS IN KNOWLEDGE)**

**WHERE CAN WE HELP?**

**BIO**  
Emmy is a hard working full-time undergraduate student at University of Washington. She checks Canvas several times a day to check the assignment due time and what she needs to do. She does not want to miss the deadline of any assignment. Emmy would like to get notification when something new happen in Canvas, eg. the grade change. She is also interested in academic events in school and it is inconvenient to find these information sometimes. Emmy cares about her GPA and wants to know the grade curve.

# EMMY BLUE

**AGE** 23  
**OCCUPATION** Student  
**UNIVERSITY** University of Washington  
**MAJOR** HCDE  
**LOCATION** Seattle, WA  
**FREQUENCY** Several times per day

**PERSONALITY**  
Extrovert, Intuitive, Sensing, Judging, Thinking, Feeling

**TECHNOLOGY**  
IT and Internet, Software, Mobile Apps, Social Networks

**LIKES ABOUT HER JOB**

**DISLIKES ABOUT HER JOB**

**NEEDS (TOPICS, GAPS IN KNOWLEDGE)**

**WHERE CAN WE HELP?**

**BIO**  
Emmy is a hard working full-time undergraduate student at University of Washington. She checks Canvas several times a day to check the assignment due time and what she needs to do. She does not want to miss the deadline of any assignment. Emmy would like to get notification when something new happen in Canvas, eg. the grade change. She is also interested in academic events in school and it is inconvenient to find these information sometimes. Emmy cares about her GPA and wants to know the grade curve.






**FRUSTRATIONS**

- It takes effort to find the information I check regularly.
- I can not get notification directly from the system.
- I miss many academic events.

**GOALS**

- To know due time and do not miss any assignment
- To know new study information
- To know study schedule including academic events

# Klient – człowiek - Persona

	Navigate website	Visit FAQ section	Submit a request	service	Resolution
Customer process	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arrive at website</li> <li>• Navigate for help section</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Look for relevant question</li> <li>• Look for topic answers</li> <li>• Search for contact numbers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Find query form</li> <li>• Enter personal details</li> <li>• Find account number</li> <li>• Submit query</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wait for call back or email from customer services</li> <li>• Can it be dealt with, or does it need to be referred?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problem is solved by customer services</li> </ul>
Internal Process	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internal process example</li> <li>• Internal process example</li> </ul>
Experience	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examples of positive experience</li> <li>• Examples of positive experience</li> <li>• Examples of positive experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examples of negative experience</li> <li>• Examples of negative experience</li> <li>• Examples of negative experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examples of negative experience</li> <li>• Examples of negative experience</li> <li>• Examples of negative experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examples of average experience</li> <li>• Examples of average experience</li> <li>• Examples of average experience</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examples of positive experience</li> <li>• Examples of positive experience</li> <li>• Examples of positive experience</li> </ul>
Improvements and key learnings	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Improvement, or learnings to maintain high performance</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Improvement, or learnings to improve poor performance?</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reduce the form down to Improvement, or learnings to improve poor performance?</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reduce the form down to Improvement, or learnings to improve average performance?</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Improvement, or learnings to maintain high performance</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> <li>6.</li> </ol>

# Podróż Klienta

## Punkty styku/Mikrointerakcje

Proces kliencki – krok po kroku.

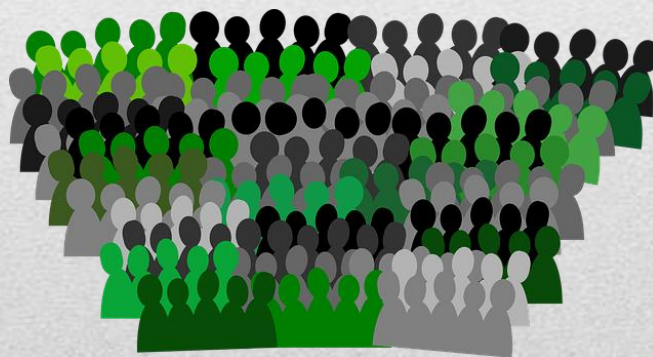
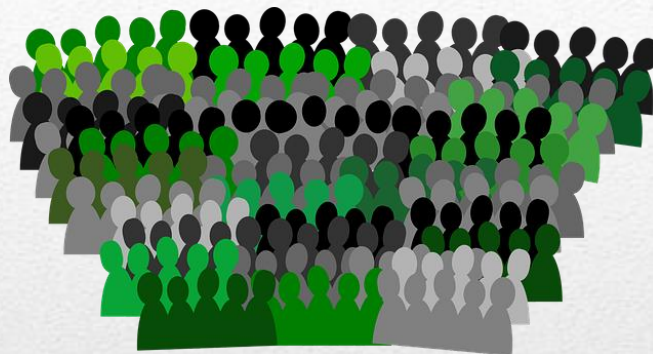
- |                          |               |
|--------------------------|---------------|
| 1. Co robię jako Klient? | CZYNNOŚCI     |
| 2. Czego oczekuję?       | OCZEKIWANIA   |
| 3. Co myślę, czuję?      | DOŚWIADCZENIA |



*Proces zmienia się, gdy uwzględnimy emocje, odczucia, satysfakcję i percepcję Klienta.*

# Zaplanuj podróż Klienta

PROBLEM



# Diabeł tkwi w...

## Pracowników i Klientów:

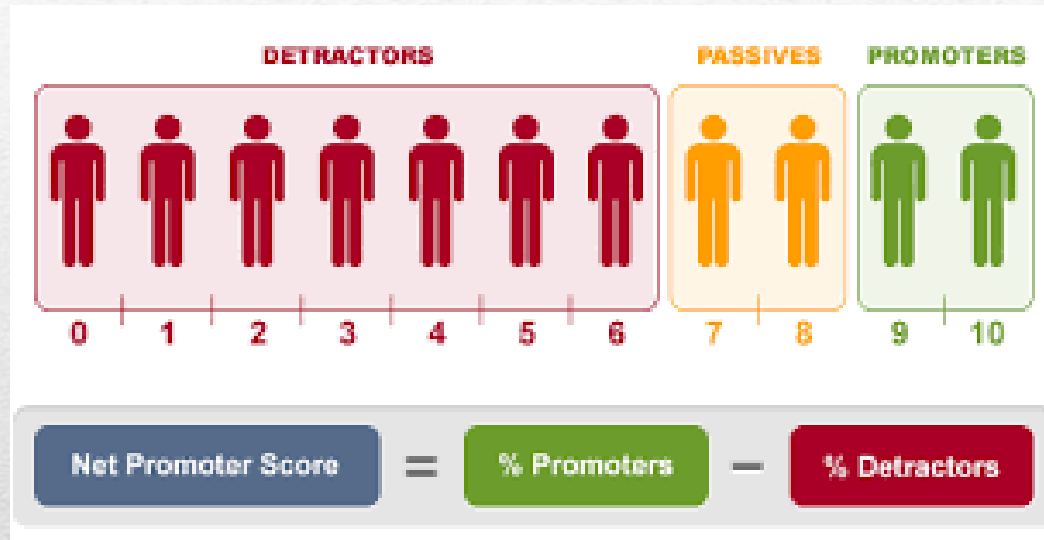
- Naprawa istniejących produktów, usług, procesów.
- Projektowanie doświadczeń.
- Tworzenie nowych produktów i usług.



# Słuchaj głosów

---

*Jakie jest prawdopodobieństwo, że zarekomendujesz firmę X  
swojemu przyjacielowi lub kolegom?*



# Promotor czy krytyk?

- Zatrudniaj dla DNA nie dla MBA.
- Traktuj Pracowników jak swoich Klientów.
- Zaangażuj Pracowników w wielofunkcyjne zespoły do projektowania doświadczeń.
- Naucz Pracowników „myśleć klientem” i wykorzystywać tę umiejętność w codziennej pracy.
- Doceniaj, wyróżniaj i celebruj proklienckie zachowania – oficjalnie, na forum całej organizacji.



# Pierwsza linia - Pracownicy

---



## Projektowanie doświadczeń:

- to nie projekt, to **podejście do prowadzenia biznesu** od A do Z,
- **wspiera pozyskiwanie nowych informacji i przewagę konkurencyjną,**
- **integruje Pracowników** wokół jednego celu jakościowego jakim jest Klient,
- pomaga **pozyskiwać i utrzymywać Klientów** – bez nich biznes nie istnieje.
- wpływa na **poprawę wyników finansowych.**



# Podsumowanie

---

# Dowiedz się czego potrzebują Twoi Klienci i daj im TO!



Zapraszam do kontaktu.

Lucjan Iżakiewicz

t. 518 440 584

e. [lucjan@lucjanizakiewicz.com](mailto:lucjan@lucjanizakiewicz.com)

## **Dziękuję za uwagę!**

---