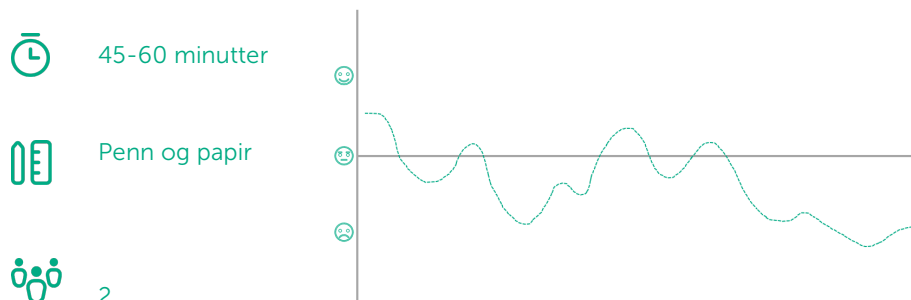


Kundeopplevelse



Hva

En kartlegging av hva målgruppen opplever som PLUSS (bra) og PES (utfordringer) i prosessen mot å nå et mål eller få utført en oppgave. Fokus er spesielt på opplevelsen en kunde har. Dette tegnes under et dybdeintervju – gjerne sammen med intervjuobjektet – eller som en rask oppsummering etter intervjuet.

Hvorfor

Denne metoden er egnet for å forstå hva en kunde opplever når hun skal ha utført en jobb, og hva som er hovedårsakene til PES og drivere for PLUSS..

Hvordan

1. Skriv ut malen.
2. La intervjuobjektet fortelle en historie knyttet til en bestemt situasjon hvor hun skal ha utført en oppgave eller nå et mål. Oppmuntre intervjuobjektet til å fortelle om opplevelsene (PLUS og PES) knyttet til dette. Det beste er å løsrive deg fra egne produkter og tjenester.
3. Fokuser på historien og prosessen til kunden. Hvordan startet reisen hva skjer underveis og hva skjer etter at målet er nådd. Hva er bra (PLUS)? Hva er ikke bra (PES)? Her skal du oversette hva intervjuobjektet sier til en opplevelseskurve.
4. Få frem viktige sitater eller poenger som forklarer opplevelsene. Merk av viktige punkter i kurven og noter hva opplevelsen er i de ulike punktene.
5. Oppsummer gjerne denne innsikten (PLUS og PES) i metodekortet *Målgruppen og målgruppens behov*.

Hva får du ut av det

En forståelse av hvordan en kunde opplever en prosess mot å nå et mål. Dette danner et godt utgangspunkt for å forstå hva som driver gode opplevelser og hva som kan være årsakene til de dårlige opplevelsene.

