

Mapa Podróży Użytkownika - Szablon

Poniżej znajduje się szablon Mapy Podróży Użytkownika (User Journey Map), który możesz wykorzystać podczas warsztatów MVP. Narzędzie to pozwala zrozumieć efektywnie interakcje użytkownika z produktem oraz zidentyfikować obszary, które wymagają ulepszenia.

Instrukcja

Wypełnij poniższe sekcje dla każdej fazy interakcji użytkownika z produktem. Obejmuje to działania użytkownika, jego emocje oraz potencjalne wyzwania i szanse na ulepszenia.

1. Fazy Podróży Użytkownika

Określ kluczowe etapy, przez które przechodzi użytkownik podczas interakcji z produktem. Przykłady etapów:

- Świadomość
- Rozważanie
- Decyzja
- Korzystanie z produktu/usługi
- Retencja/lojalność

Przykład dla MVP e-commerce

- **Świadomość:** Użytkownik dowiaduje się o marce/produkcie.
- **Rozważanie:** Użytkownik przegląda dostępne oferty i porównuje opcje.
- **Decyzja:** Użytkownik kupuje produkt online.
- **Korzystanie:** Użytkownik korzysta z produktu.
- **Retencja:** Użytkownik decyduje się na ponowny zakup.

2. Elementy Mapy Podróży

Wypełnij poniższe pola dla każdej fazy podróży użytkownika:

a. Działania Użytkownika

Co robi użytkownik na każdym etapie? Jakie kroki podejmuje, aby osiągnąć swój cel?

- Przeglądanie internetu w poszukiwaniu produktu.
- Rejestracja na stronie internetowej.
- Złożenie zamówienia i wybór metody płatności.

b. Emocje Użytkownika

Jakie emocje towarzyszą użytkownikowi na każdym etapie podróży?

- Podekscytowanie poszukiwaniem idealnego produktu.
- Frustracja z powodu złożonego procesu rejestracji.
- Ulga i zadowolenie po dokonaniu zakupu.

c. Problemy/Punkty Bólu

Jakie trudności napotyka użytkownik na każdym etapie? Czego brakuje, aby jego doświadczenie było idealne?

- Brak przejrzystości w opisie produktu.
- Zbyt wiele kroków w procesie zakupu.
- Problemy z obsługą klienta.

d. Szanse/Ulepszenia

Jakie działania można podjąć, aby rozwiązać problemy lub poprawić doświadczenie użytkownika?

- Wprowadzenie szczegółowych i wizualnych opisów produktów.
- Uproszczenie formularza rejestracyjnego.
- Personalizacja obsługi klienta.

3. Wizualizacja Mapy

Faza	Działania Użytkownika	Emocje	Problemy/Punkty Bólu	Szanse/Ulepszenia
Świadomość				
Rozważanie				
Decyzja				
Korzystanie				
Retencja/Lojalność				

Uwagi

- **Empatia przede wszystkim:** Postaraj się wejść w rolę użytkownika i zrozumieć jego doświadczenia z jego perspektywy.
- **Dane z badań:** Podstaw dane na rzeczywistych wynikach badań, takich jak wywiady użytkownika lub ankiety.
- **Regularna aktualizacja:** Regularnie aktualizuj mapę podróży, aby dopasować ją do zmieniających się potrzeb użytkowników.