Interreg Co-funded by the European Union

Central Baltic Programme

Silver Entrepreneurs

Klientu segmenti un vērtību radīšana

Tutta un Taija

Rīta un Elīna

Tamperes Lietišķo zinātņu universitāte , Somija

22.5.2024

Klientu segmenti un profili

Tutta un Taija

Tamperes Lietišķo zinātņu universitāte, Somija

22.5.2024

Klientu segmenti, kas tie ir ?

- Klientu segmentēšana ir process, kurā klienti tiek sadalīti mazākās personu grupās, ar līdzīgas īpašības.
- Tipisks veids, kā izveidot klientu segmentus, ir sadalīt šādi: ģimenes, vientuļi cilvēki, sievietes, vīrieši, vecuma grupas utt.
- Piemēram:
  - Demogrāfiskā segmentācija (dzimums, vecums, ģimenes stāvoklis, nodarbošanās)
  - Ģeogrāfiskā segmentācija (valoda, apkaime, pilsēta, valsts...)
  - Psihogrāfiskā segmentācija (intereses, vērtības, personības iezīmes)

Klientu profili , kas tie ir ?

- Klientu profili apraksta, **kā dažādi klienti darbojas/rīkojas, kad viņi izmanto pakalpojumu**.
- Klientu profili apraksta arī klientu **vērtības, kad viņi izmanto pakalpojumus.**
- Klientu profila pazīme ne vienmēr ir vecums, dzimums, precējies vai nē…
- Piemērs: **bibliotēkas klientu profili:**

1. “Perētājs”

2. Ātrais

3. Meklētājs

4. Palīdzības prasītājs

Kāpēc man vajadzētu izveidot klientu profilus manam uzņēmumam ?

- Dažādiem klientiem ir dažādas vajadzības. Produktus un pakalpojumus var optimizēt katram klienta profilam, atbilstoši viņu vajadzībām un novērtējumam.
- Ja esat izveidojis klientu profilus saviem pakalpojumiem, **ir vieglāk tos optimizēt dažādām klientu vajadzībām un nodrošināt labāku klientu apkalpošanu.**
- Ja klientiem būs patiešām laba pieredze, viņi arī turpmāk vēlēsies palikt jūsu uzņēmuma klienti.
- Ilgstošas attiecības ar patstāvīgiem klientiem ir laba prakse, jo Jums nav visu laiku jākoncentrējas uz jaunu klientu atrašanu.

Atcerieties, ka Jums vajadzētu tikai dažus klientu profilus !

Jums vajadzētu izveidot tikai dažus klientu profilus (3-5), jo, ja profilu nav pārāk daudz, tos ir vieglāk atcerēties un vieglāk izmantot.

Kā izveidot klientu profilus?

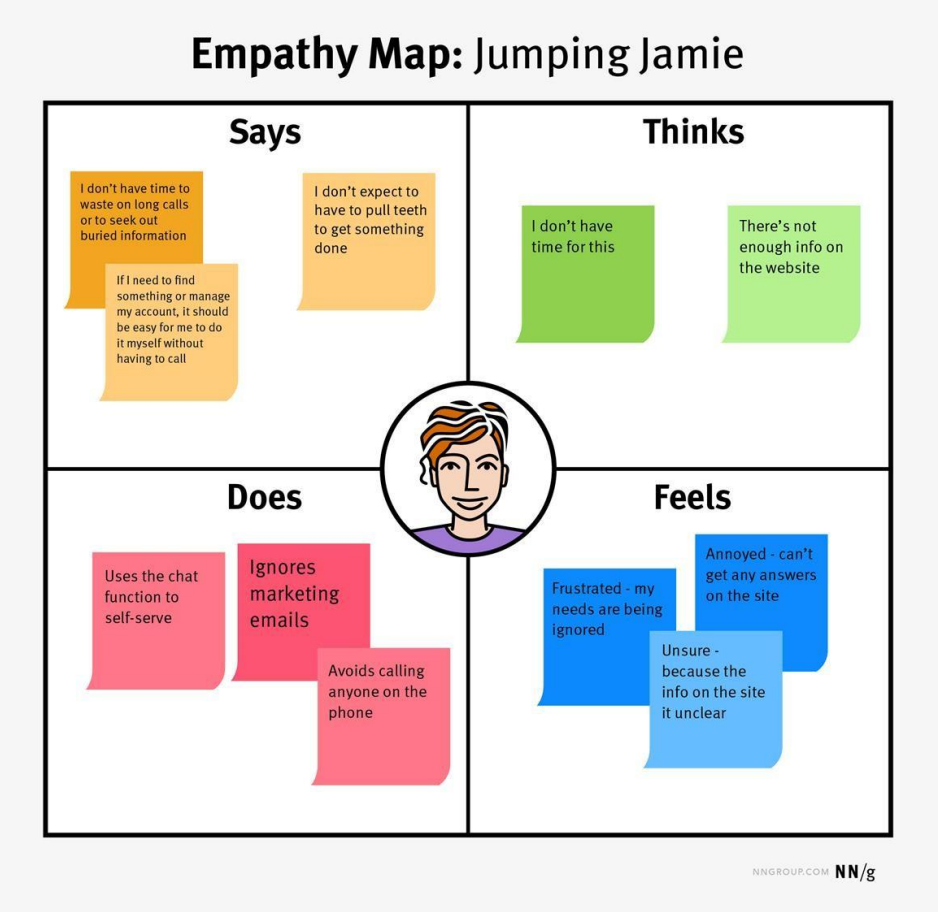
- Lai izveidotu klienta profilu, Jums ir jāapkopo dati par saviem klientiem.
- Jūs varat apkopot klientu datus, izmantojot aptaujas, sociālo mediju analīzi, vietņu analīzi.
- Papildus tam, Jūs varat novērot pakalpojumu izmantošanas situācijas un/vai veikt intervijas ar saviem klientiem.
- Analizējiet un kategorizējiet datus:
  - Vajadzības
  - Vērtības
  - Gaidas
  - Kā klienti rīkojas, kad viņi izmanto Jūsu pakalpojumus

Empātijas karte

Empātijas karte ir vizuāls rīks savākto klientu izpratnes datu strukturēšanai.

Empātijas karte

- Vizuāls rīks, lai izprastu savu lietotāju. Tā palīdz izcelt klienta vajadzības, jūtas, gaidas un bailes, saistībā ar klienta pieredzi.
- Empātijas karti var izmantot arī kā pamatu intervijai vai semināram, lai palīdzētu cilvēkiem runāt par savu dzīvi, vadot sarunu un atbalstot ar jautājumiem no empātijas kartes.



Saka

Domā

Lietotājs

Dara

Jūtas

Anxiety when I take tests
I think I'm not good enough
I need to organise my time better
My mother complaining about my grades
My phone all the time buzzing
Voices in my head reminding me to be cool
Boring teachers
the noisy tv from my roomate
I hear my classmates complaints about the assignments
other students chatting in class
THINKING & FEELING
SEEING
HEARING
Study up until very late at night
Do what is necessary to get the job done
PAINS

Tampere University
Tampere University of Applied S

Lietotājs

Saka

Man nav laika gariem telefona zvaniem vai informācijas meklēšanai

Ja man kas jānokārto vai jāveic darbības savā kontā, visam jābūt man viegli saprotamam un izdarāmam, nemeklējot palīdzību vai nezvanot konsultantam.

Negribu pārpūlēties, lai kaut ko izdarītu

Domā

Man tam nav laika

Mājas lapā nav pietiekošas informācijas

Dara

Izmanto tērzēšanas funkciju

Izvairās zvanīt pa telefonu

Ignorē marketinga e-pastus

Jūtas

Aizkaitināts – nevaru iegūt nevienu atbildi mājas lapā

Neapmierināts - manas vajadzības tiek ignorētas

Nepārliecināts – informācija mājas lapā ir neskaidra

Kādus jautājumus var uzdot, izmantojot empātijas karti ?

- **Saka un dara?** kā klients reaģē un rīkojas pakalpojuma izmantošanas situācijā? Kāda ir viņa attieksme pret pakalpojumu?
- **Redz?** Aprakstiet pakalpojuma situāciju un vidi, kur tas notiek. Kāda ir klienta attieksme pret apkalpošanas vidi? Kādi izaicinājumi ir videi?
- **Jūt un domā?** Kādas lietas ir svarīgas klientam? Ko viņš jūt apkalpošanas situācijā? Kādas domas un iekšējie motīvi vada viņu uzvedību apkalpošanas situācijā?
- **Dzird?** Kādi ārējie faktori ietekmē viņa rīcību un attieksmi?
- **Baidās?** Kādi ir pakalpojuma sāpju punkti klientam? Kādas lietas apkalpošanas situācijā rada klientam problēmas?
- **Gaidas?** Kādus panākumus klients cer gūt no pakalpojuma? Kādi apkalpošanas aspekti viņam sagādā prieku?
- https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-asiakaskuvaukset/

- Kas ir jūsu uzņēmuma klienti? Kādus jautājumus jūs varētu izmantot, lai iegūtu informāciju par sava uzņēmuma klientu profiliem?