

MPM LEAD STAGE 3 VIRTUAL TRAINING SERVICE PARTNERSHIP



Modul 2

Understanding My Customers (Want, Need, & Priorities)



Design Thinking

Emphasize: Mempelajari customer, karena Anda akan mendesain sesuatu untuk mereka

Define: Membangun sebuah sudut pandang yang didasari dari kebutuhan dan insight customer (How Might We)

Ideate: Brainstorming dan menghasilkan solusi-solusi kreatif

Prototype: Membuat sesuatu yang mewakili sebuah ide yang akan ditunjukkan pada orang lain

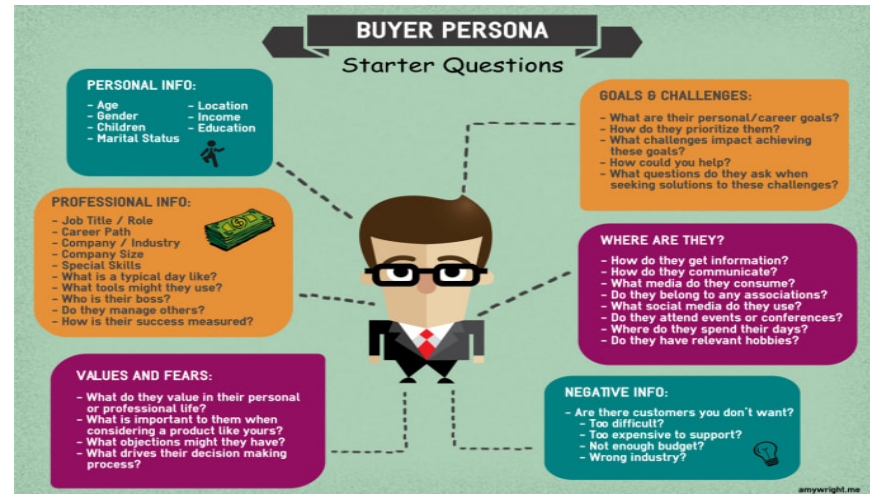
Test: Kembali ke user dan melakukan pengujian ide Anda untuk mendapatkan feedback





Buyer persona

Tokoh fiktif yang sengaja diciptakan dengan karakteristik tertentu sebagai target konsumen.



Hal-Hal yang Bisa di Riset dalam Menyusun Buyer Persona

- Demografi : lokasi, umur, gender, etnis..
- Kepribadian : spontan, perencana, metodikal, skeptis.
- Sasaran : apa yang mereka inginkan?
- Gaya hidup : pekerjaan, rata-rata pemasukan, dimana saja mereka berada

Breakout Room:

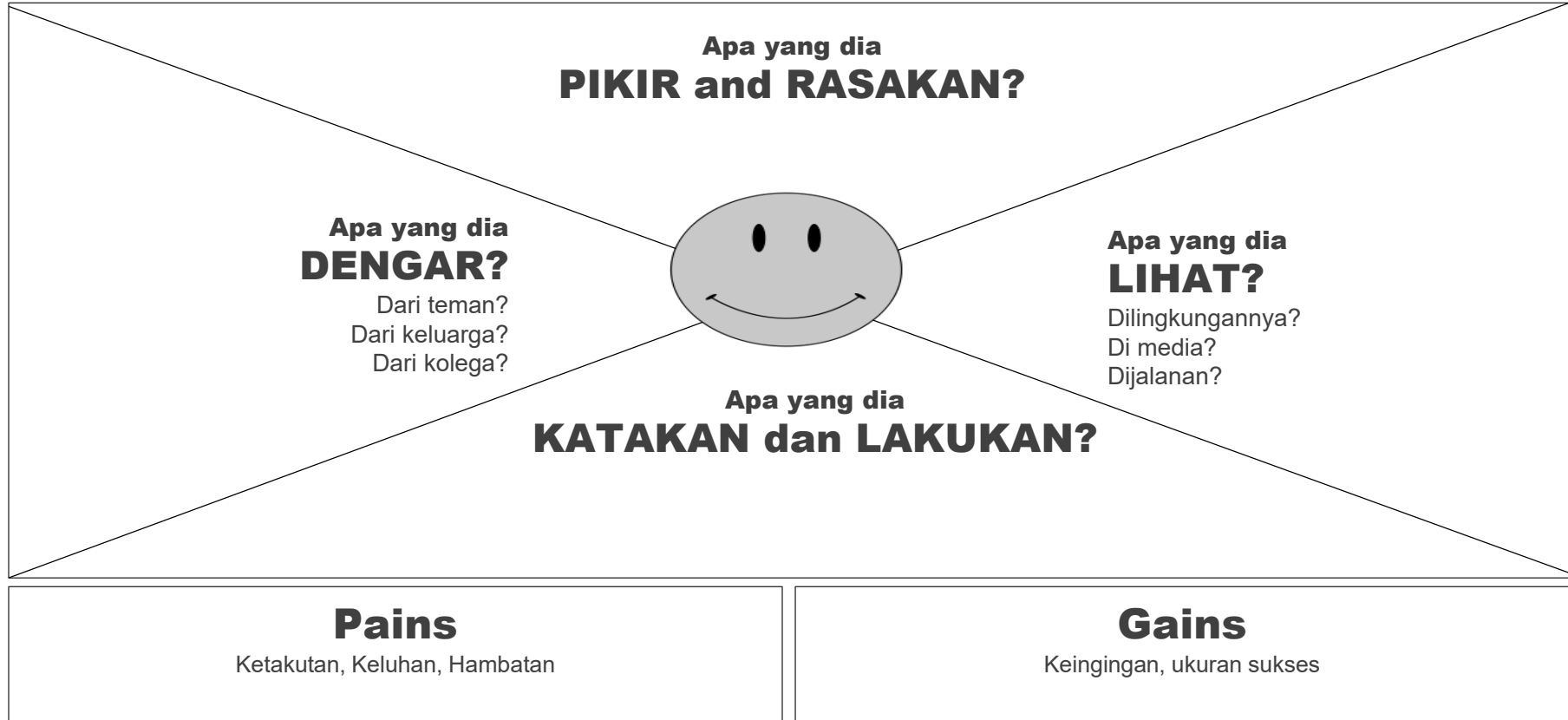
Dalam kelompok buatlah **Buyer Persona** yang sesuai dengan profile pelanggan Anda.





***Buyer Persona* selanjutnya dapat lebih dalam dikenali kebutuhan, keinginan dan prioritasnya dengan CUSTOMER EMPHATY MAP**

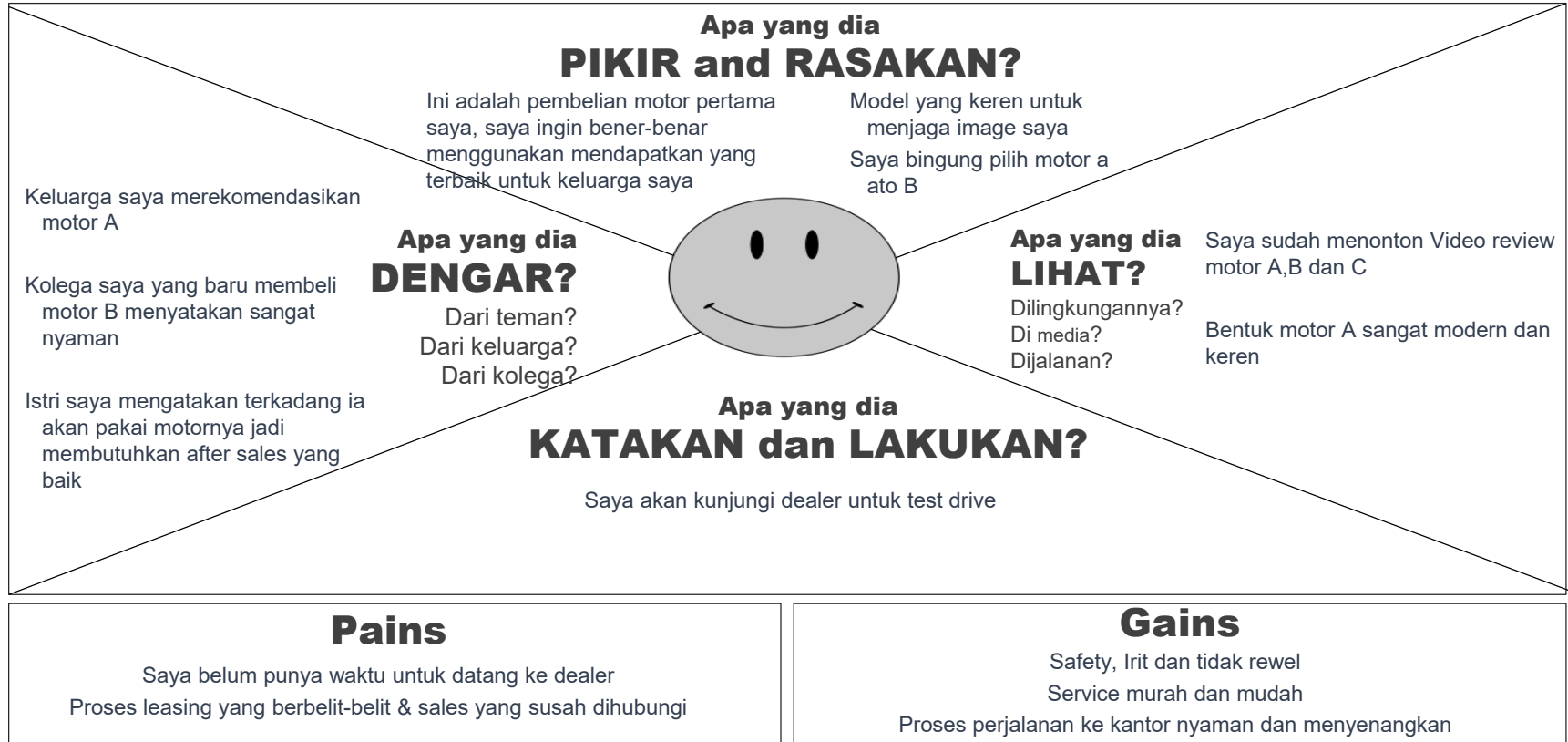
Customer Empathy Map



Customer Empathy Map

Nama: Akmal (35-45 tahun)

Latar Belakang: Eksekutif Muda dengan keluarga muda



Service in New Normal

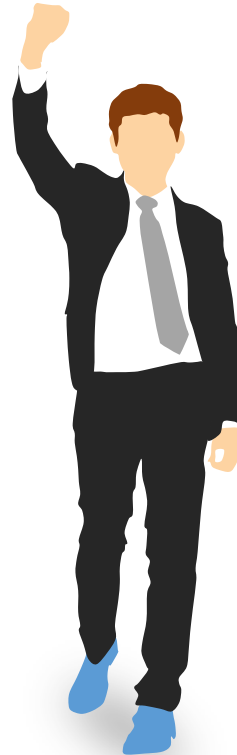
1. Touchless



2. Hygiene



3. Omni Channel



4. Self-Services



5. Data
Driven

