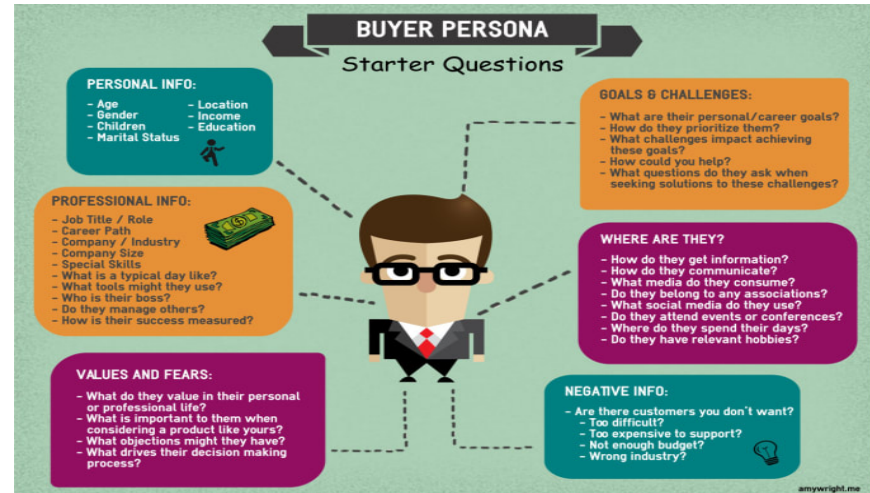


MPM LEAD STAGE 3 VIRTUAL TRAINING SERVICE PARTNERSHIP



Buyer persona

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



Job-to-be-Done?

- Functional: Help me get things done
- Social: Help me look good, gain social acceptance
- Emotional: Make me feel good

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



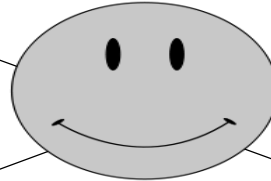
***Buyer Persona* selanjutnya dapat lebih dalam dikenali kebutuhan, keinginan dan prioritasnya dengan CUSTOMER EMPHATY MAP**

Customer Empathy Map

Apa yang dia
PIKIR and RASAKAN?

Apa yang dia
DENGAR?

Dari teman?
Dari keluarga?
Dari kolega?



Apa yang dia
LIHAT?

Dilingkungannya?
Di media?
Dijalanan?

Apa yang dia
KATAKAN dan LAKUKAN?

Pains

Ketakutan, Keluhan, Hambatan

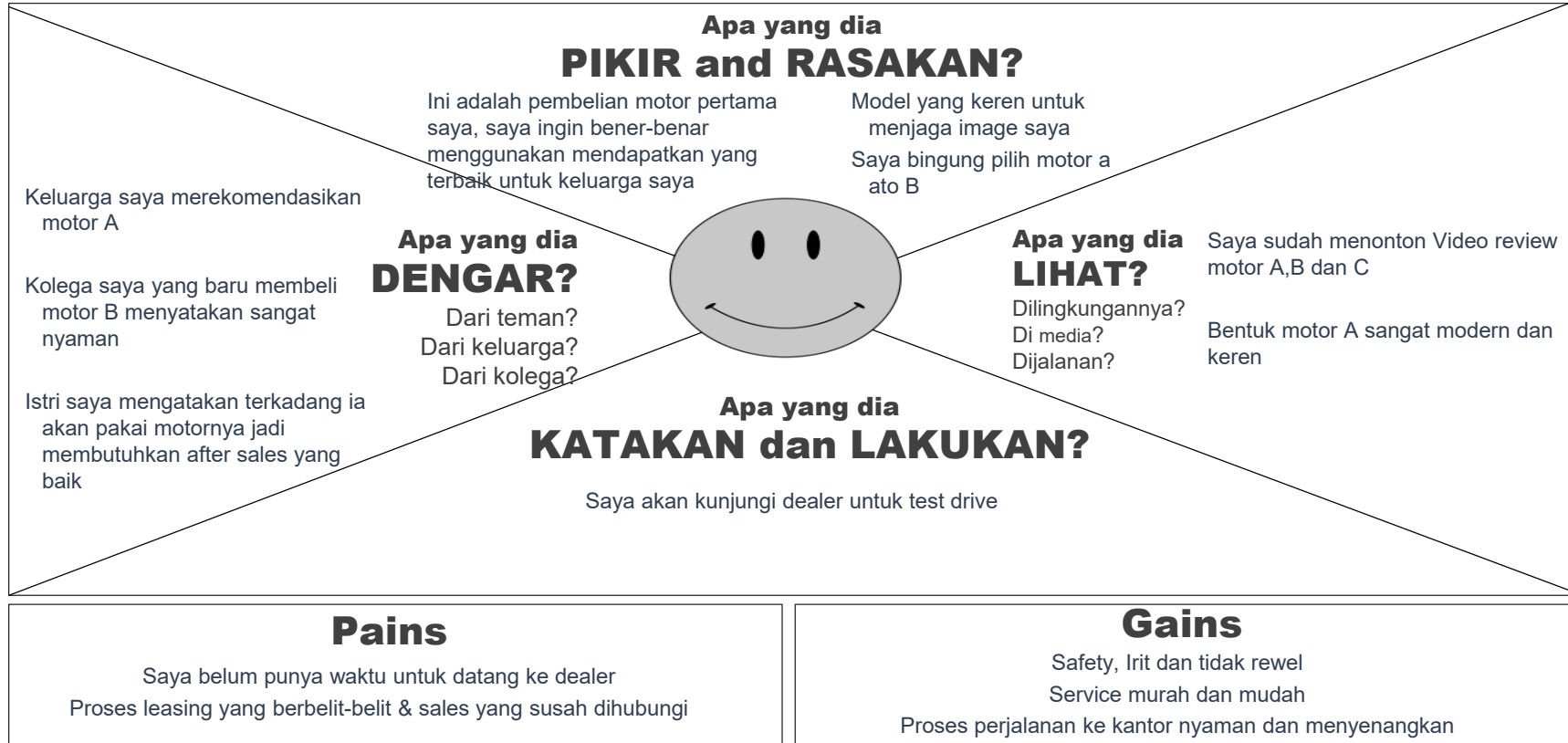
Gains

Keinginan, ukuran sukses

Customer Empathy Map

Nama: Akmal (35-45 tahun)

Latar Belakang: Eksekutif Muda dengan keluarga muda



Design Thinking

Emphatize: 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

Modul 3

Defining My Customers' Problems (DEFINE)



Insight

- Pengertian mendalam mengenai alasan pengguna membuat keputusan/ bertindak
- Needs, pain points, delighter

Problem

- Hambatan/ ketegangan di dalam ekosistem / organisasi yang menyebabkan kesulitan terjadi

How Might We (Arahan Desain)

- Bagaimana kita dapat menghilangkan hambatan tsb

Insight

- Peter ingin pulang tepat waktu untuk makan malam Bersama keluarga, namun tidak mungkin karena harus lembur akibat banyaknya berkas di akhir waktu kerja

Problem

- Banyaknya berkas di akhir waktu kerja disebabkan oleh proses yang manual dan hal ini membuat Peter harus lembur.

How Might We

- Kita akan mendesain untuk Peter supaya bisa pulang tepat waktu dengan cara mengurangi/ mengotomasi berkas kerja

Kita memerlukan “Design Thinking Squad” yang terdiri dari:

- *Design Thinking Master / Process Owner*
- *Business / Problem Owner*
- *Subject Matter Expert*
- *End User Experts*

Agar mampu mendesain sebuah **HMW** yang akurat

Customer Engagement Journey

	Search	Visit	Purchase	Obtain	Own
Action	<ul style="list-style-type: none"> Mencari cicilan motor di internet 	<ul style="list-style-type: none"> Mengunjungi dealer untuk test kendaraan 			
Question	<ul style="list-style-type: none"> Dealer motor terbaik di surabaya? 				
Happy moment (Service)	<ul style="list-style-type: none"> Dapat tawaran diskon besar 				
Problem (Service)	<ul style="list-style-type: none"> Harus kunjungan padahal lagi pandemi 				
HMW?					

MPM LEAD STAGE 3 VIRTUAL TRAINING SERVICE PARTNERSHIP

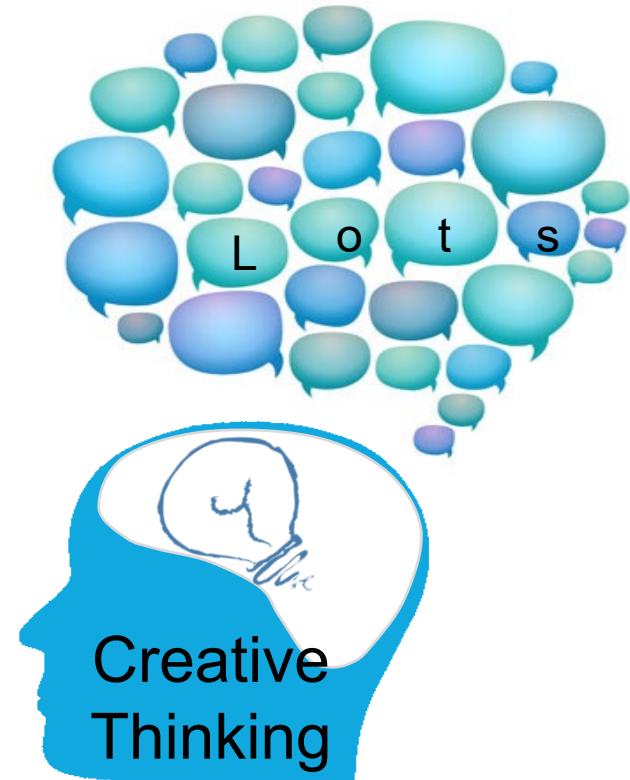
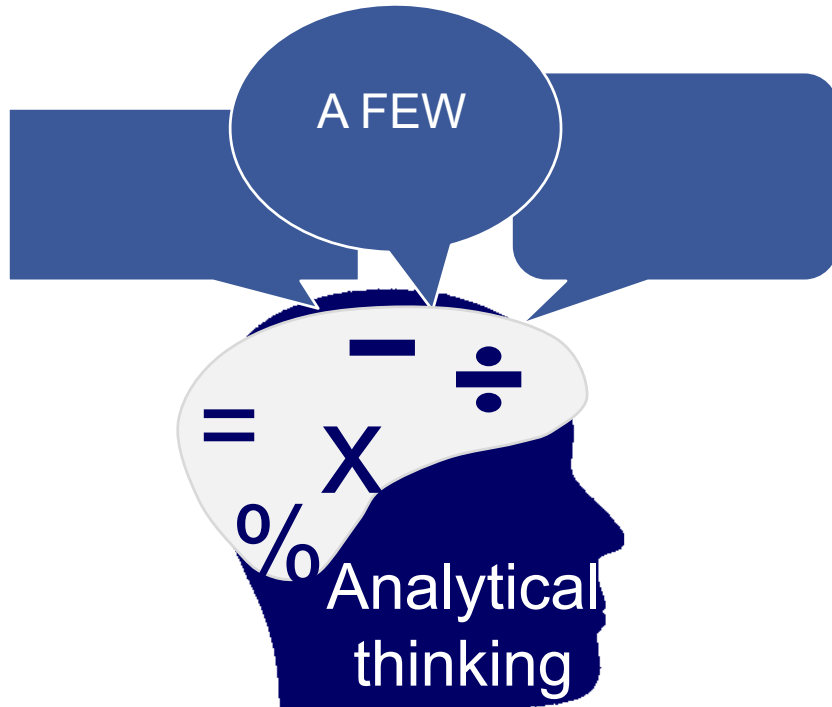


Modul 4

Ideating Better Value for My Customers (IDEATE)



IDENTIFIKASI SOLUSI



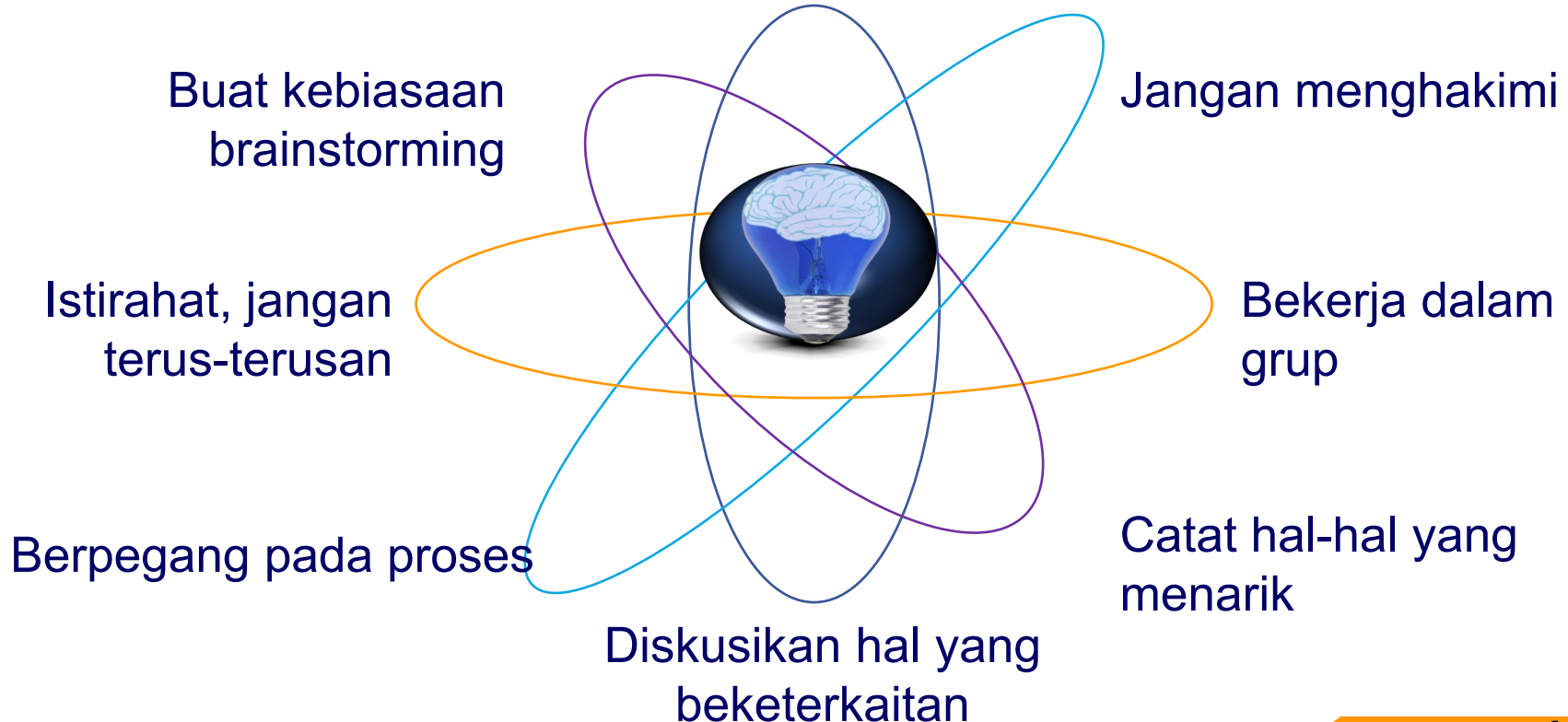
Creative



Thinking Tools

- Meta-planning
- Pembalikan
- Analogi
- Warna

Brainstorming



TEKNIK PENGEMBANGAN IDE

Substitute.

- Mengganti dengan yang lain

Combine.

- Menggabungkan dengan hal lain

Adapt.

- Di adaptasi dari hal lain

Modify.

- Dirubah, Diperkecil atau diperbesar

Put to another use.

- Digunakan untuk kegunaan yang lain

Eliminate.

- Ada bagian yang Dihilangkan

Reverse.

- Dibalik

S = “Apa yang bisa saya **subtitusi** di event ini?”

C = “Bagaimana saya bisa **menggabungkan** dengan cara service orang lain?”

A = “Apa yang bisa saya **adaptasi** dari metode service orang lain?”

M = “Apa yang bisa saya **perkecil atau perluas** dari metode service ini?”

P = “Bagaimana saya dapat menempatkan metode service yang saya lakukan agar dapat **menghasilkan manfaat lain?**”

E = “Apa yang bisa saya **hilangkan /sederhanakan** dari metode service ini?”

R = “Bagaimana saya dapat **mengubah dan menyusun ulang** prosedur service ini?”

COST

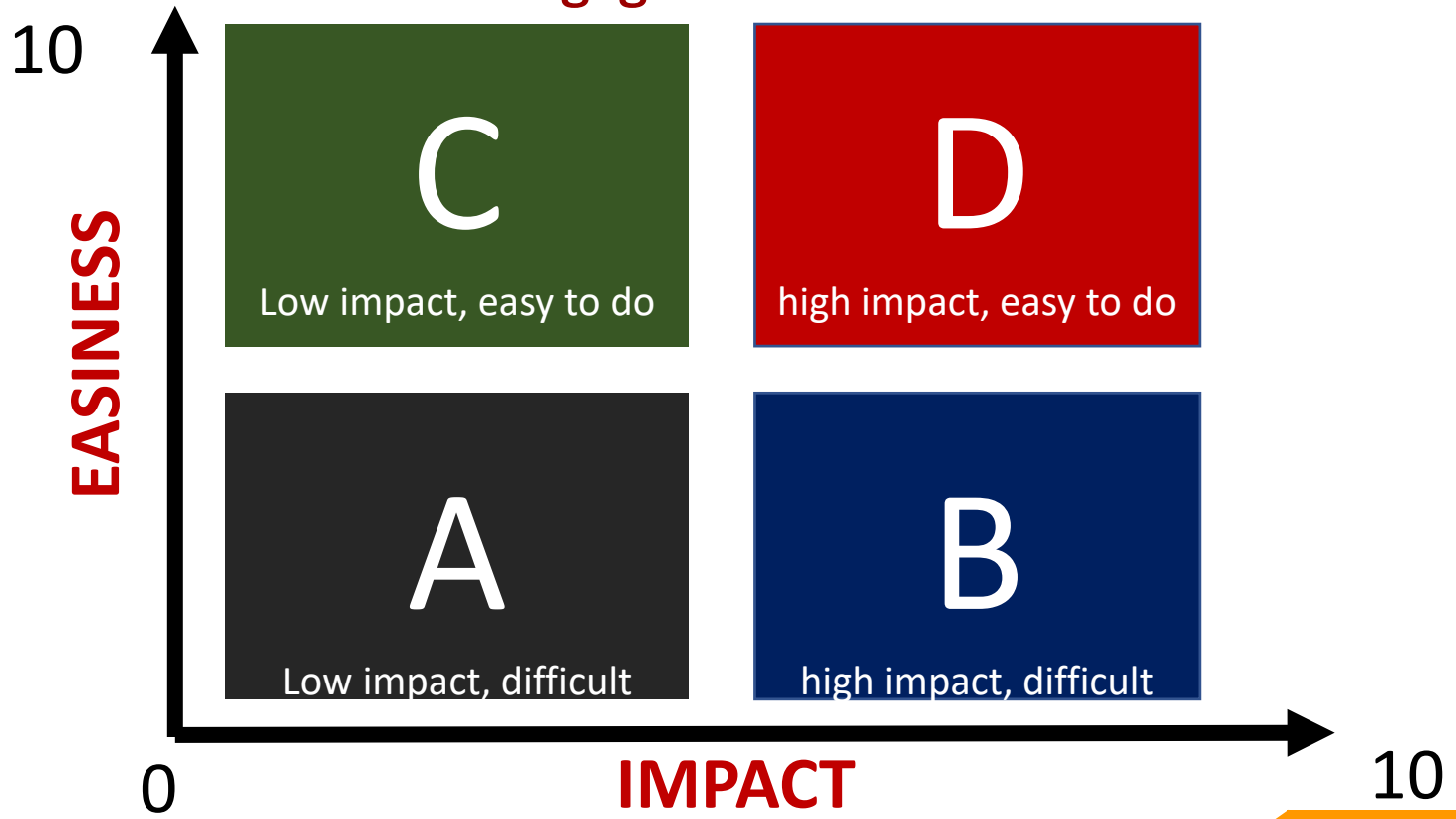
- Biaya
- Investasi:
Rp, waktu, energi
- Dampak negatif
- Kerugian potensial
- Peluang yang hilang

BENEFIT

- Manfaat
- Revenue potensial:
Rp, waktu, energi
- Dampak positif
- Penghematan potensial
- Peluang yang didapat

Low Cost - High Benefit

Petakan semua gagasan ke dalam kuadran



MPM LEAD STAGE 3 VIRTUAL TRAINING SERVICE PARTNERSHIP



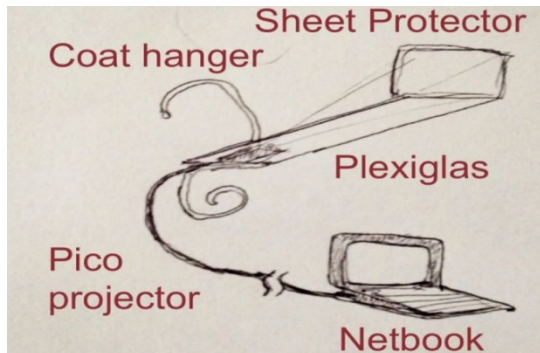
Modul 5

Prototyping & Fine-tuning the Value Solution (PROTOTYPE)



Prototype

Prototyping berguna untuk mewujudkan ide dan pemikiran kedalam bentuk yang lebih rill



Prototype

Mengapa membuat prototipe?

- Jika gambar bernilai ribuan kata-kata, prototype bernilai ribuan gambar
- Menyelesaikan perbedaan pendapat.
- Meminta feedback dari orang lain
- Murah dan cepat

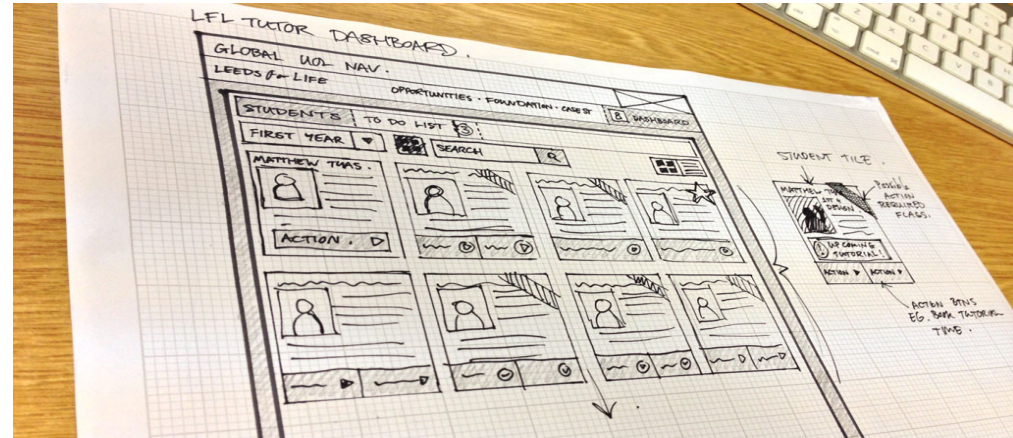
Jenis-Jenis Prototype

- Ruang fisik
- Benda fisik
- Wire-frame
- Roleplay
- Konsep
- Kertas/materi cetak
- Storyboarding

Contoh Prototype



Contoh Prototype



Contoh Prototype



MPM LEAD STAGE 3 VIRTUAL TRAINING SERVICE PARTNERSHIP



Modul 6

TESTING FOR FEEDBACK (TEST)



Mengapa Test perlu dilakukan?

1. Melakukan validasi dari keluaran yang dihasilkan
2. Menyelaraskan harapan end user
3. Mendapatkan umpan balik
4. Mengkomunikasikan keluaran pada end user



Siapa yang perlu hadir?

End user atau pelanggan

Pemangku kepentingan

Pemasok



5 Langkah Test

1. Mendefinikan tujuan dari proyek
2. Merekrut User, pemangku kepentingan dan vendor
3. Melakukan Tes
4. Menganalisis dan mengusulkan rekomendasi
5. Mempresentasikan hasil dari tes

Kriteria Evaluasi Tes Prototype:

1. Fungsi
2. Manfaat
3. Menarik bagi user
4. Biaya
5. Harga yang disarankan
6. Lain lain....

