

People Decision Journey

Tüketiciler farklı kanallardaki satın alma kararlarını nasıl veriyor?



Doğru müşteriye, doğru temas noktasında, doğru mesajla, doğru zamanda yakalayın! Pazarlama stratejilerinizi optimize edip, müşteri odaklı stratejiler oluşturun.

People Decision Journey (PDJ) modelimizle, satın alma kararına götüren farklı temas noktaları, etkileşimler ve deneyimlerden oluşan "**alışveriş yolculuğu**"nu anlamaya yönelik kapsamlı bir yaklaşım sunuyoruz.



PDJ ile hangi iş sorularına cevap veriyoruz?

Alışverişçilerin **karar alma süreçlerini** nasıl etkileyebiliriz?

Hangi temas noktalarında bulunmalı ve **satın alma deneyimini** iyileştirmek için ne söylemeliyiz?

Maksimum etki için dikkatimizi ve yatırımlarımızı nasıl **önceliklendirmeliyiz**?

Pazarlama harcamalarının etkisini farklı temas noktalarında nasıl **en üst düzeye** çıkarabiliriz?

Her temas noktasında müşteri deneyimini nasıl **optimize** edebiliriz?

PDJ ile bu cevaplara nasıl ulaşıyoruz?

1.

Müşteri yolculuğunun farklı aşamalarını haritalar.

2.

Temas noktalarının etkisini ölçer.

3.

Temas noktalarının karar sürecindeki rolünü belirler.

4.

En etkili ve iyileştirilmesi gereken temas noktalarını tespit eder.

5.

Müşteri segmentlerini ve bu segmentlerin farklılaşan ihtiyaç ve motivasyonlarını belirler.

6.

E-ticaret satın alımları için yolculuğun nasıl farklılaştığını gösterir.



Detaylı bilgi için Eda.Dobrucali@ipsos.com ile iletişime geçebilirsiniz.