

Spis treści

Wprowadzenie	7
Po co i dla kogo ta książka powstała?	7
Rzeczywistość 2023 roku	9
Jak korzystać z tej książki?	9
Wstęp	13

Część I Teoria

01 Zanim zaczniesz projektować doświadczenia klientów: co wpływa na Customer Experience?	17
Dlaczego kiedyś było łatwiej?	17
Dlaczego doświadczenie klienta jest takie ważne?	26
W jakich obszarach będziemy projektować?	42
Wizerunek marki i jej oferta	46
Omnichannel — wielokanałowość marketingu i sprzedaży	55
Organizacja procesów wewnątrz firmy	66
Zapamiętaj	78
 02 W czym jesteśmy do siebie podobni?	81
Czy to, że klient widzi, oznacza, że zauważa, angażuje się i zapamiętuje?	82
Przyciąganie uwagi	82

Opowieści — doświadczanie na poziomie wyobraźni ..	91
Marketing sensoryczny —	
doświadczanie na poziomie zmysłów	99
Czy klient jest racjonalny?	121
Czy pamięć klienta wiernie odzwierciedla	
jego doświadczenia z marką?	130
Zapamiętaj	136
 03 Czym różnimy się od siebie?	139
 Motywacje i potrzeby a wartości	139
Insighty konsumenckie i motywacje nieujawnione	150
Segmentacja psychograficzna	162
Masowość czy personalizacja?	177
Zapamiętaj	189
 04 Przez ekonomię doświadczeń do ekonomii transformacji	191
 Nowy typ konsumenta	199
Marki, które naprawdę cenimy	201
Odpowiedzialność biznesu na poważnie	205
Chcemy pracować inaczej	214
Czas zauważyć, że zmiana nadchodzi	
wielkimi krokami lub... już nadeszła	219
 Podsumowanie części I	222

Część II Praktyka

05	Metodyka Design Thinking – wprowadzenie	227
	Dlaczego Design Thinking?	227
	Etapy procesu projektowania	240
	Najważniejsze pojęcia	246
06	Proces projektowania	253
	Empatyzacja	253
	Krok 1. Zdefiniowanie problemu lub wyzwania	254
	Krok 2. Identyfikacja Interesariuszy	263
	Krok 3. Badania	271
	Krok 4. Persona i mapa empatii	299
	Krok 5. Customer Journey	304
	Definiowanie problemów	331
	Krok 6. Wybór problemów do dalszych prac	331
	Krok 7. Zdefiniowanie zadania	335
	Ideacja	339
	Krok 8. Generowanie pomysłów	342
	Krok 9. Wstępna ocena pomysłów	348
	Prototypizacja	351
	Krok 10. Budowanie prototypów	351
	Testowanie	354
	Krok 11. Testy prototypów	354

07 Wdrażanie rozwiązań i ich ewaluacja	359
Przygotowanie do wdrożenia	359
Krok 12. Service Blueprint i Service Model Canvas	360
Krok 13. Business Model Canvas	366
Wdrażanie rozwiązań	381
Krok 14. Harmonogram wdrożenia i zarządzanie projektem	381
Ewaluacja i pomiary skuteczności	386
Krok 15. Badanie doświadczeń i satysfakcji klienta	387
Podsumowanie	407