

FMO CUSTOMER JOURNEY



FMO CUSTOMER JOURNEY

การรับรู้ (Awareness) ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดการรับรู้จากการประชาสัมพันธ์ขององค์การสะพานปลา จากการบอกต่อปากต่อปาก หรือ การรับรู้จากเพจเฟซบุ๊กขององค์การสะพานปลาหรือสื่อโซเชียลมีเดีย

การค้นหาข้อมูล (Evaluation) ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีการค้นหาข้อมูลองค์การสะพานปลาผ่านช่องทางเว็บไซต์ และสื่อโซเชียลมีเดีย

การตัดสินใจซื้อ (Purchase) ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

การใช้งาน (Usage) ลูกค้าหรือผู้รับบริการขององค์การสะพานปลา ทำให้เกิดประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือ บริการ

การซื้อซ้ำ (Repurchase) ลูกค้าหรือผู้รับบริการได้รับประสบการณ์ การใช้สินค้าหรือบริการ ทำให้เกิดความ พึงพอใจในสินค้าหรือบริการอันจะนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจในการมาซื้อซ้ำ หรือการรับบริการซ้ำ

การสนับสนุน (Advocacy) ลูกค้าหรือผู้รับบริการได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความ จงรักภักดีในแบรนด์และบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้สินค้าหรือบริการ