

Zemljevid empatije

Napisala Johannes Lindner
in Beate Tötterström

Inspiriral Scott Matthews



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Analiza strank z zemljevidom empatije

- Razvijte model strank s pomočjo analize in zaznavanja vedenja strank, kot je npr. kaj on/ona sliši, vidi, govori, misli ali čuti.
- Perspektiva stranke: Poudarek je na stvareh, ki jih stranka dojema kot dragocene.
- Zemljevid empatije je učinkovit instrument za utemeljeno razumevanje vaših strank.

Analiza strank z zemljevidom empatije

- Z zbiranjem idej zajamemo vse možne segmente kupcev.
- Izбира treh obetavnih strank nam pomaga → izbrati eno izmed njih.
- Vaja profiliranja: Ime, demografske lastnosti (starost, prihodek, družinsko stanje)
- Za vizualizacijo in zbiranje idej z viharjenjem možganov (t.i. brainstorming) uporabite samolepilne lističe.
- Uporabite večji list papirja, da uprizarite in obdelate zemljevid empatije

Stranka zemljevida empatije:

Kaj naše stranke mislijo in čutijo?

Kaj jim je pomembno?
Poklic, življenjski standard, dejavniki

Denken und Fühlen

Koga naše stranke poslušajo?

Družino in prijatelje
Sodelavce in nadzornike
Medije

Kaj vidijo naše stranke?

Njihovo okolje.
Katere prijatelje imajo.
Kaj trg že ponuja.

Kaj pravijo naše stranke?

Kaj pravijo drugim
Odnos, dožemanja in vedenje
do drugih

Negativ

Strah, razočaranje, zadržki

Positiv

Želje, potrebe, standardi uspeha

Zemljevid empatije - stranka.

