



THIẾT KẾ TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

Giảng viên: PGS. TS Đinh Tiên Minh

Thiết kế Touchpoints và Omnichannel Experience

▶▶ Giải thích được khái niệm touchpoints và omnichannel experience trong bối cảnh thiết kế trải nghiệm khách hàng.

▶▶ Phân biệt được multichannel và omnichannel, đồng thời nhận diện vai trò của việc tích hợp touchpoints online và offline trong hành trình khách hàng.

▶▶ Phân tích được các nguyên tắc thiết kế touchpoints dựa trên persona, hành trình khách hàng và mục tiêu trải nghiệm mong muốn.

▶▶ Vận dụng được khung thiết kế touchpoints và omnichannel experience để đánh giá một thương hiệu cụ thể và đề xuất hướng cải thiện trải nghiệm liền mạch hơn cho khách hàng.

- ▶ Platform & Touchpoint
- ▶ Nguyên tắc thiết kế touchpoint
- ▶ Tổng quan về omnichannel
- ▶ Thiết kế omnichannel experience

Touchpoint là những điểm chạm - nơi mà khách hàng nhìn thấy, nghe thấy, tương tác với hoặc cảm nhận về thương hiệu. Vì vậy, một website, một quảng cáo Facebook, một cửa hàng, một nhân viên bán hàng, một bao bì, một email xác nhận đơn hàng hay một cuộc gọi chăm sóc sau mua đều có thể là touchpoints.

(Kotler, Armstrong, & Balasubramanian, 2024)

Khi khách hàng đi qua hành trình, họ không chỉ thực hiện hành vi mua mà còn liên tục tích lũy cảm nhận về độ thuận tiện, độ rõ ràng, mức độ chuyên nghiệp, sự nhất quán và mức độ quan tâm của thương hiệu.

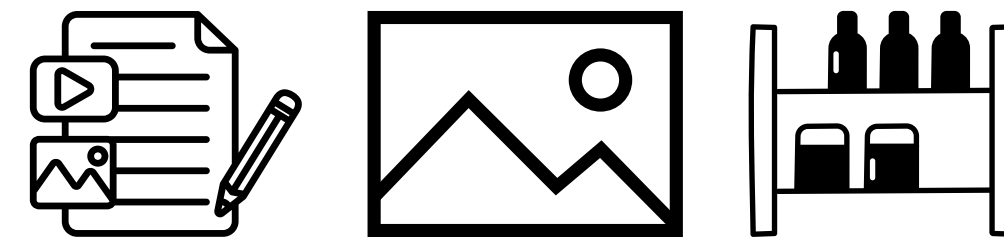
Do đó, **touchpoints là đơn vị cơ bản của thiết kế trải nghiệm khách hàng.**

(Peppers & Rogers, 2022)



Platform là nền tảng hoặc môi trường mà doanh nghiệp đầu tư, vận hành và sử dụng để tiếp cận, phục vụ hoặc tương tác với khách hàng.

Ví dụ: fanpage, cửa hàng, sự kiện, sàn thương mại điện tử, email, chatbot, sản phẩm.



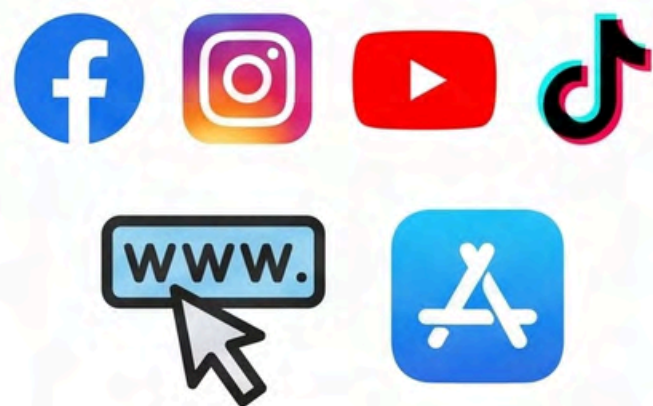
Touchpoint là điểm tiếp xúc cụ thể trong từng platform, nơi khách hàng trực tiếp nhìn thấy, cảm nhận hoặc tương tác với thương hiệu.

Ví dụ: caption của bài đăng, banner trang chủ, hình ảnh sản phẩm, layout cửa hàng, lời thoại chatbot, bao bì sản phẩm.

(Nguyễn Quang Hiệp, 2024)

Các loại platform thường gặp

Trung tâm Nội dung



Truyền thông



Sự kiện/Hội thảo



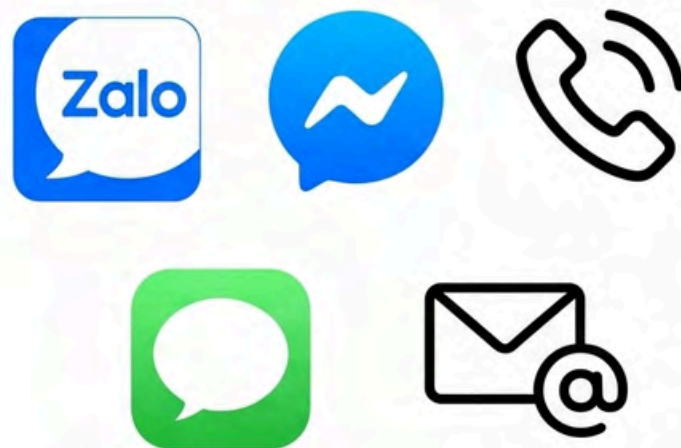
Cửa hàng Trực tiếp



Cửa hàng Trực tuyến



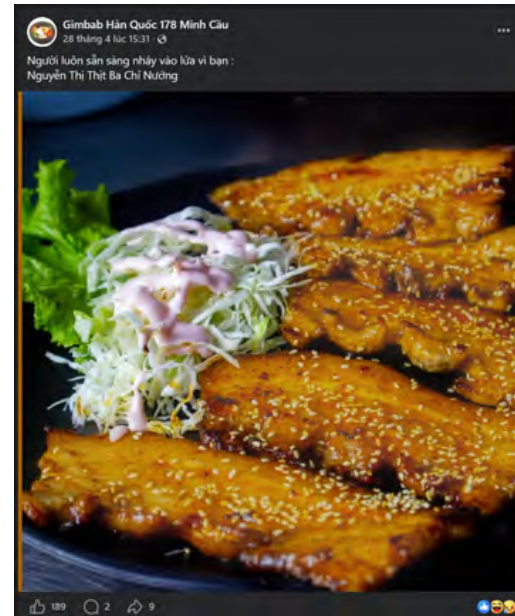
CRM & Hỗ trợ Bán hàng



Sản phẩm

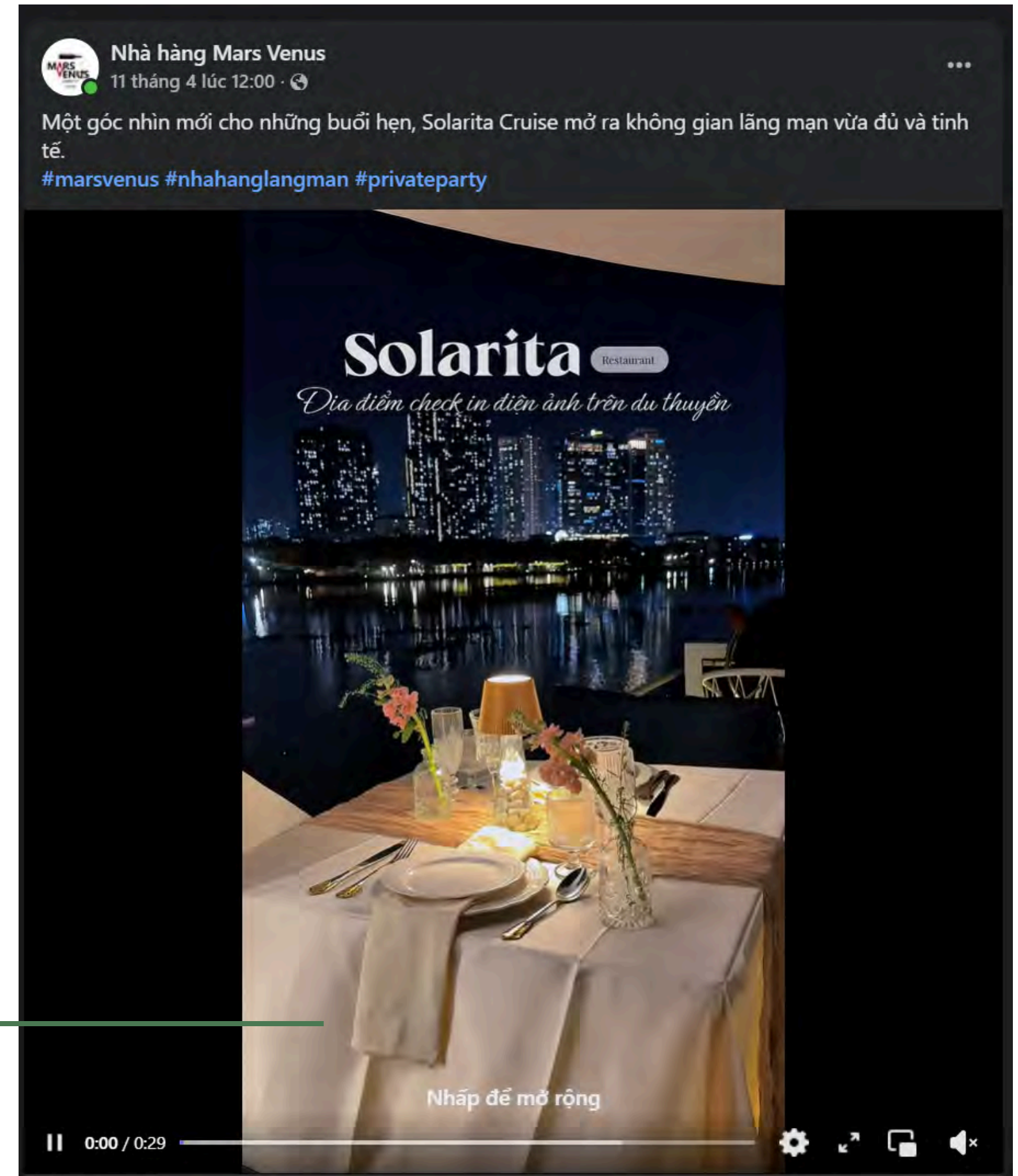


Chiến lược từ platform đến touchpoints



Fanpage hướng tới đối tượng genZ sẽ tạo ra tuyến content hài hước, gần gũi, tạo cảm giác thân thiện với Target Audience

Fanpage nhà hàng có thể tạo ra tuyến content về không gian, tạo cho khách hàng cảm giác “muốn trải nghiệm”



Chiến lược từ platform đến touchpoints



Hoạt động - Chuyên gia y tế chia sẻ kiến thức



Hoạt động - Tặng quà cho người cao tuổi



Hoạt động - Khám sức khỏe định kỳ



Địa điểm - Cao cấp & Rộng rãi



Hoạt động - Trình diễn thời trang

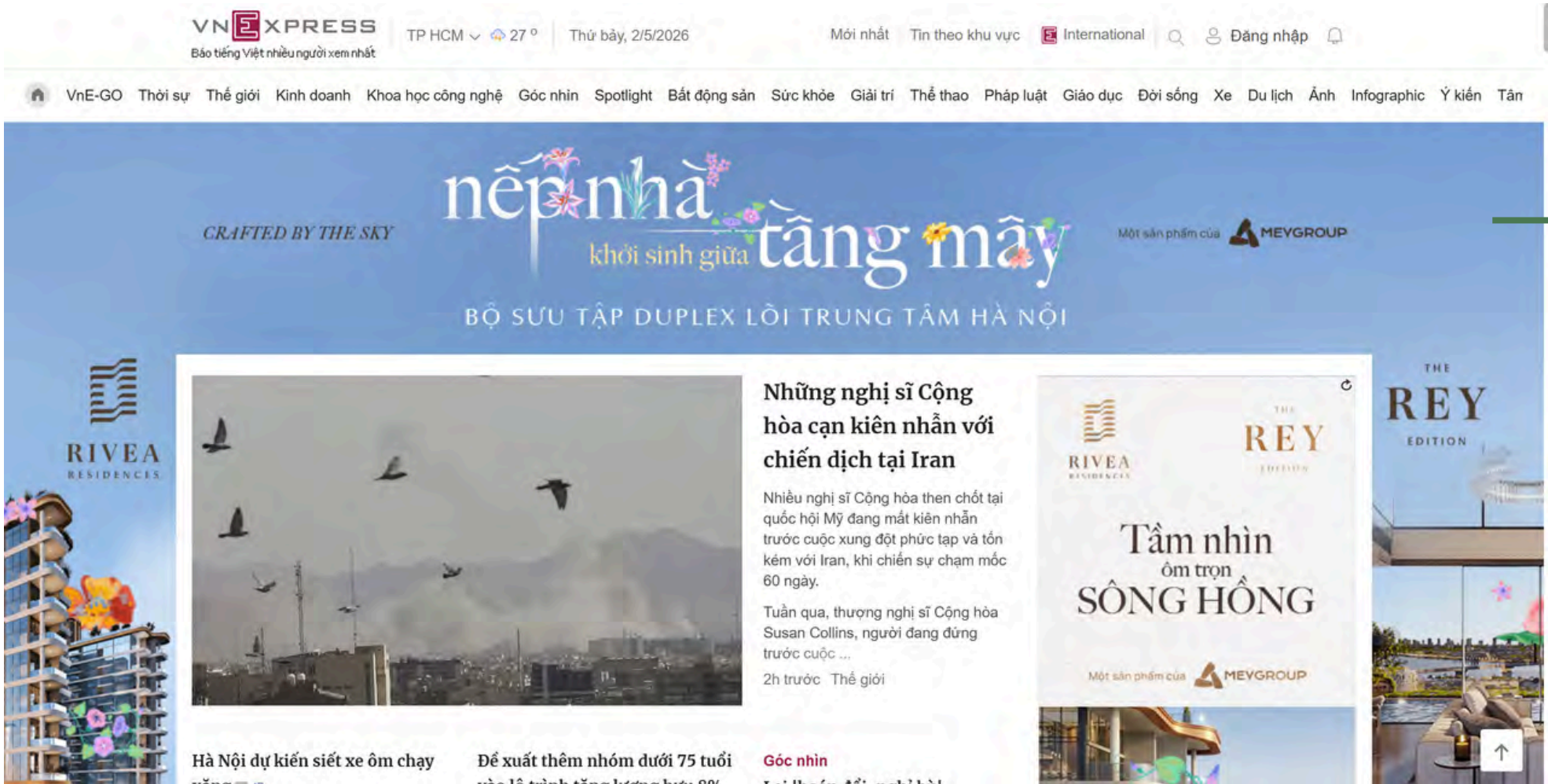


Hoạt động - Biểu diễn âm nhạc



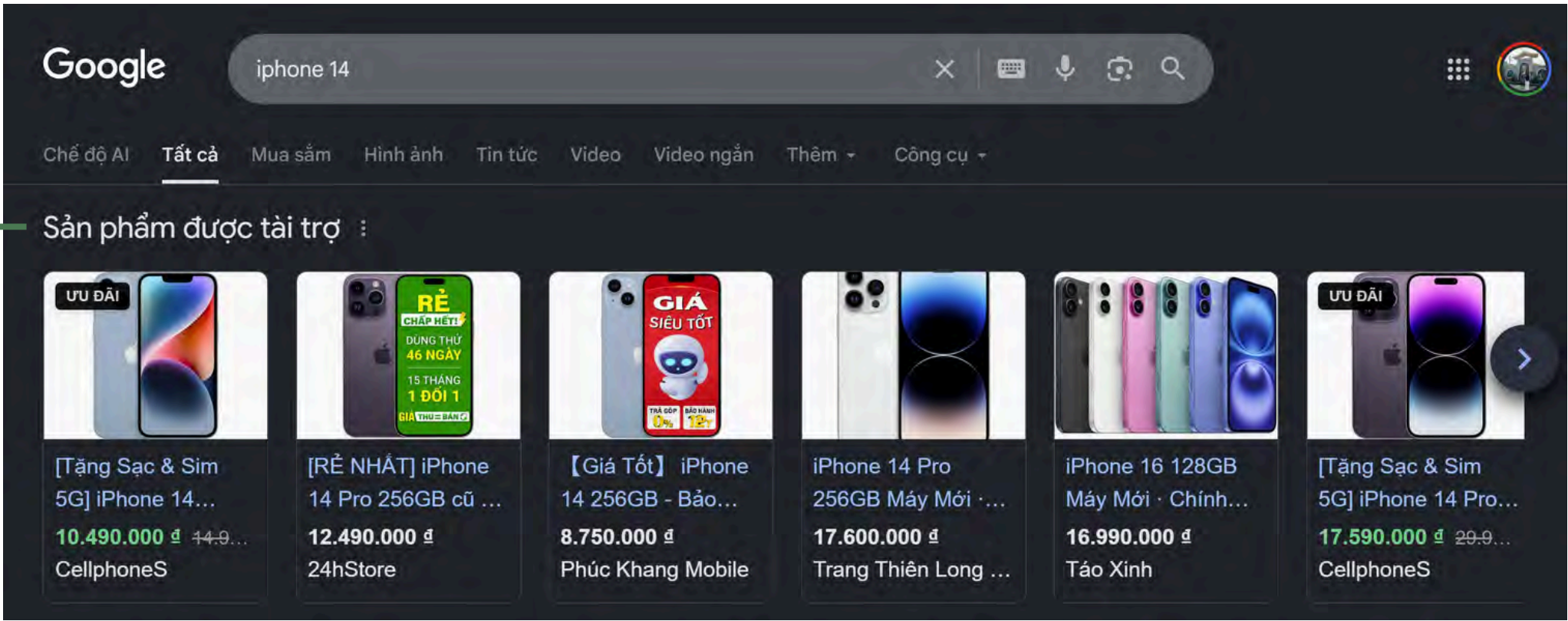
Hoạt động - Các tín đồ thời trang xuất hiện

Chiến lược từ platform đến touchpoints



Banner quảng cáo của thương hiệu

Từ khóa – Thuyết phục người dùng click



Chiến lược từ platform đến touchpoints



Trưng bày kệ hàng sản phẩm theo phân loại hàng hoặc theo chủ đề



Tạo wobblers nổi bật cho các sản phẩm đang có chương trình khuyến mãi

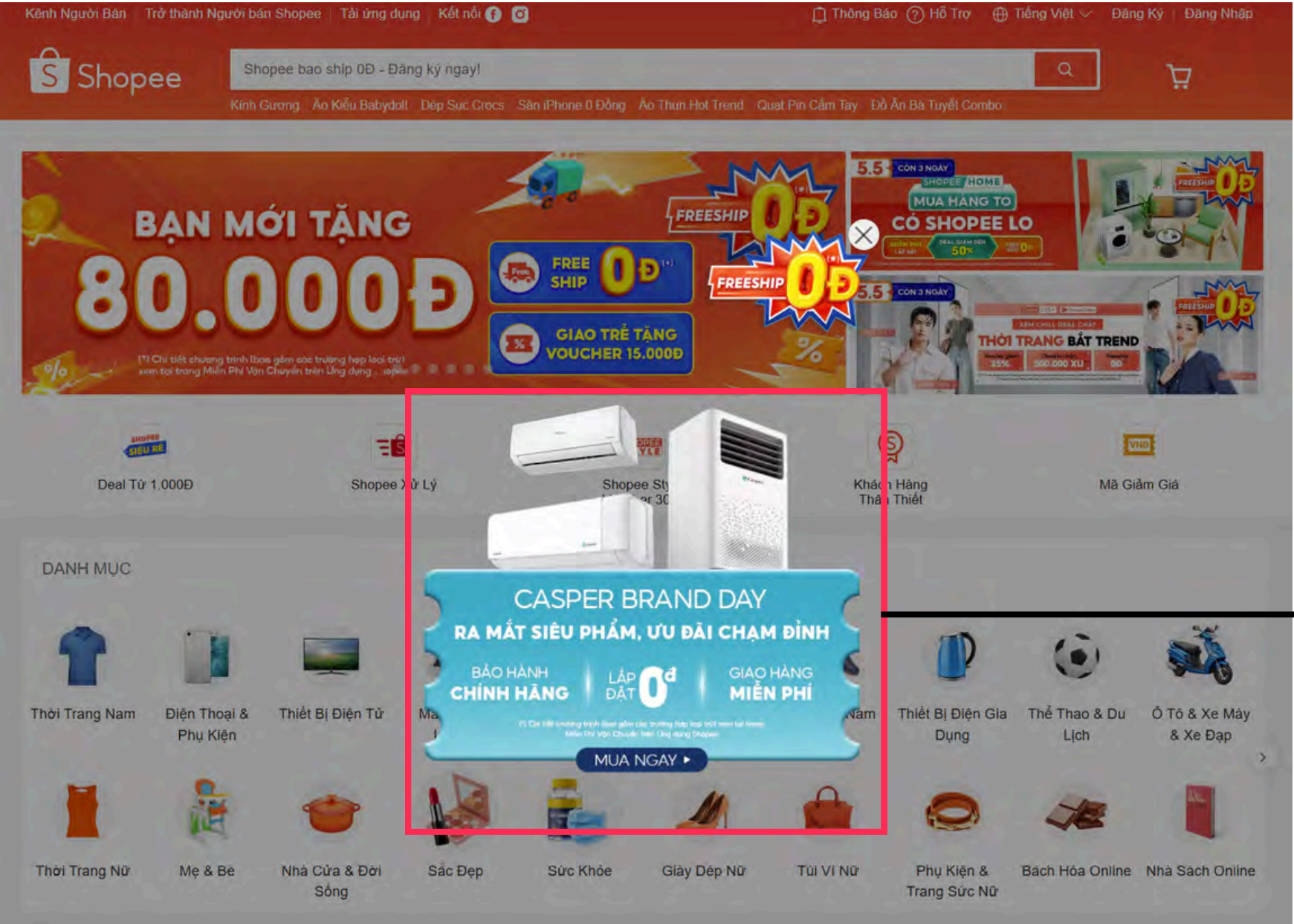


Tạo điểm nhấn nổi bật cho quầy sản phẩm

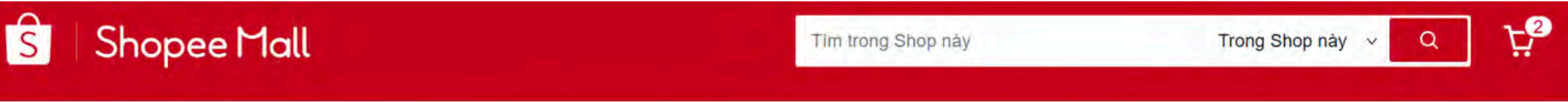


Thiết kế không gian cửa hàng phù hợp với tính chất sản phẩm/dịch vụ

Chiến lược từ platform đến touchpoints



Pop-up banner



Thông tin gian hàng

Chiến lược từ platform đến touchpoints



SAMSUNG Official Store

Galaxy A06 5G (4GB/128GB)

Chipset 5G nhanh mạnh mượt mà | Ổn định bảo mật dài lâu | IP54 kháng nước kháng bụi

Ưu đãi

500.000 đồng

Trả góp

0%

5.5

VOUCHER XTRA

Chia sẻ:

Đã thích (2k)

Xử lý Mall Điện Thoại Samsung Galaxy A06 5G 4GB/128GB

4.8

★★★★★

 600 Đánh Giá Đã Bán 10k+

?

Tổ cáo

2.900.000đ - 3.990.000đ

3.990.000đ

-27%

Mã Giảm Giá Cửa Shop

Giảm 300kđ

Vận Chuyển

Nhận từ 3 Th05 - 5 Th05 >

Phí ship 0đ

Tặng Voucher 15.000đ nếu đơn giao sau thời gian trên.

An Tâm Mua Sắm Cùng Shopee

Shopee Xử Lý • Trả hàng miễn phí 15 ngày • Chính hãng 100% • Miễn ph...

Phân Loại

Green

Gray

Black

Green+Tai nghe+Sạc25W

Gray+Tai nghe+Sạc25W

Black+Tai nghe+Sạc25W

Số Lượng

-

1

+

CÒN HÀNG

Thêm Vào Giỏ Hàng

Mua Ngay

Tối ưu mọi thông tin có trong sản phẩm, từ tên đến mô tả chi tiết, đánh giá sản phẩm, hình ảnh sản phẩm...

CHI TIẾT SẢN PHẨM

Danh Mục

Shopee > Điện Thoại & Phụ Kiện > Điện thoại > Samsung

Kho

CÒN HÀNG

Thương hiệu

SAMSUNG

Gửi từ

Thành phố Hồ Chí Minh

MÔ TẢ SẢN PHẨM

Điện thoại Samsung Galaxy A06 5G (4/128GB)

Điện thoại 5G - Số 1 về giá trong Galaxy A

Thông số kỹ thuật

Màn Hình

- Công nghệ màn hình: PLS LCD

- Độ phân giải: 720 x 1600 (HD+)

- Kích thước: 6.7 inch

- Tần số quét: 90Hz

- Độ sáng tối đa: 480 nits

- Mặt kính cảm ứng: Glass

Các loại touchpoints trong hành trình khách hàng



NHẬN BIẾT



THU HÚT



TÌM HIỂU



HÀNH ĐỘNG



ỦNG HỘ

GIAI ĐOẠN TRƯỚC MUA

MUA

GIAI ĐOẠN SAU MUA

Là các điểm tiếp xúc giúp khách hàng nhận biết thương hiệu, hình thành quan tâm và tìm hiểu thông tin trước khi ra quyết định mua.

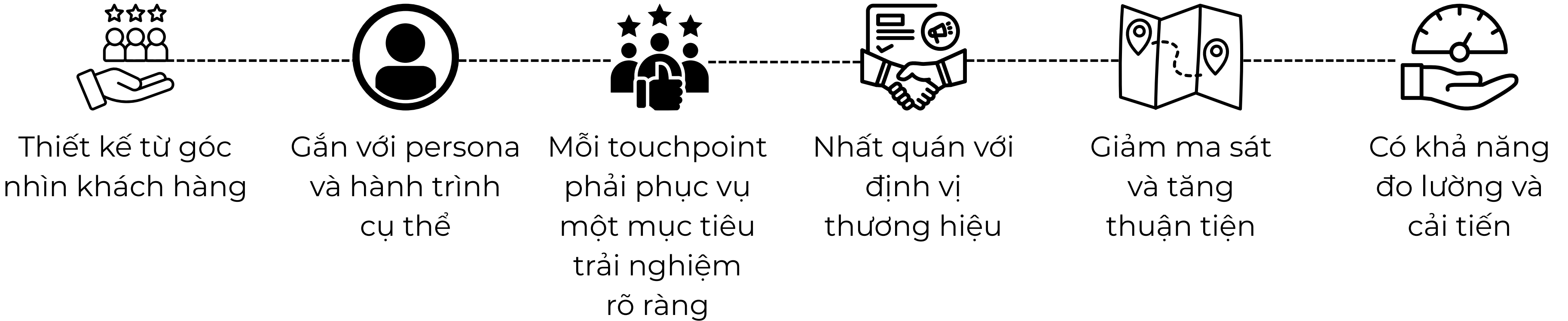
Ví dụ: quảng cáo hiển thị, bài đăng mạng xã hội, caption, video ngắn, review, bài PR, landing page, banner trang chủ, nội dung từ KOL/KOC.

Là các điểm tiếp xúc tác động trực tiếp đến quyết định mua và quá trình chuyển đổi.

Ví dụ: trang sản phẩm, hình ảnh sản phẩm, nút mua hàng, giao diện checkout, giá và khuyến mãi, tư vấn viên, quầy thanh toán, chat hỗ trợ.

Là các điểm tiếp xúc giúp duy trì quan hệ sau giao dịch và khuyến khích khách hàng quay lại hoặc ủng hộ thương hiệu.

Ví dụ: email xác nhận đơn hàng, tin nhắn chăm sóc, giao diện theo dõi đơn hàng, hỗ trợ bảo hành, phản hồi khiếu nại, khảo sát hài lòng, ưu đãi tái mua.

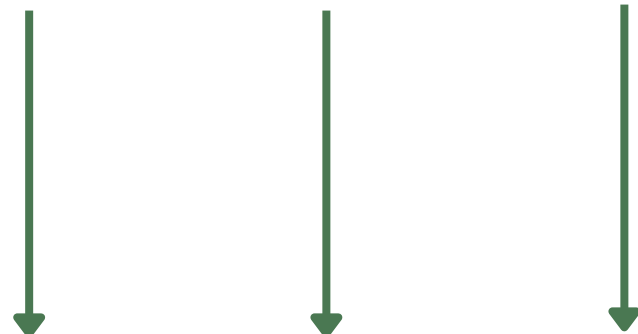


Single Channel



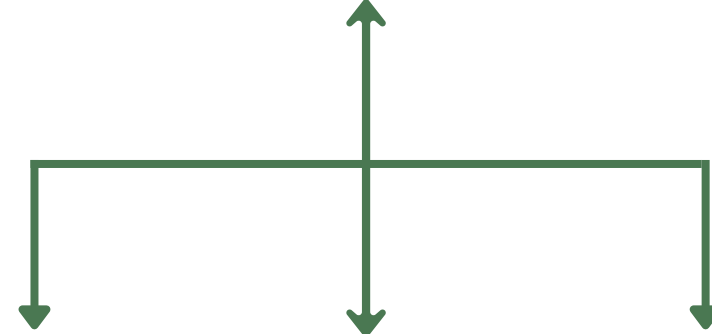
Một lựa chọn
kênh mua hàng

Multi Channel



Nhiều kênh
mua hàng rời
rạc

Cross Channel



Nhiều kênh có liên
kết từng phần

Omni Channel



Trải nghiệm liên
mạch trên tất cả
kênh

- **Multichannel** là khi doanh nghiệp hiện diện trên nhiều kênh khác nhau như cửa hàng, website, app, email, mạng xã hội, nhưng các kênh này có thể hoạt động độc lập.
- **Omnichannel** thì khác: doanh nghiệp tích hợp các kênh đó thành một hệ thống trải nghiệm thống nhất, giúp khách hàng chuyển tiếp mượt mà giữa online và offline.

(Kotler, Armstrong, & Balasubramanian, 2024)

Khách hàng ngày nay không mua theo một con đường duy nhất. Họ có thể xem quảng cáo trên mạng xã hội, tìm thêm thông tin trên website, đến cửa hàng trải nghiệm, rồi mua qua app hoặc sàn thương mại điện tử.

Nếu các điểm chạm này không được kết nối, khách hàng sẽ cảm thấy hành trình rời rạc. Vì vậy, omnichannel trở thành yêu cầu tất yếu trong thiết kế trải nghiệm hiện đại.

(Kotler, Armstrong, & Balasubramanian, 2024)

Bản chất của trải nghiệm đa kênh không phải là “có mặt trên mọi kênh”, mà là làm cho các kênh cùng vận hành như một trải nghiệm duy nhất. Dữ liệu, thông điệp, mức độ hỗ trợ và cảm nhận thương hiệu cần được duy trì xuyên suốt giữa các điểm chạm.

(Kotler, Armstrong, & Balasubramanian, 2024)

THIẾT KẾ TRẢI NGHIỆM OMNICHANNEL

BẮT ĐẦU TỪ HÀNH TRÌNH KHÁCH HÀNG



Hiểu rõ khách hàng di chuyển giữa các điểm chạm nào, ở giai đoạn nào và với mục tiêu gì.

Tránh tối ưu kênh riêng lẻ.

THIẾT KẾ SỰ LIÊN TỤC GIỮA CÁC ĐIỂM CHẠM



Trọng tâm là thiết kế mối nối liên mạch giữa các touchpoints.
Ví dụ: FB -> Website, Giỏ hàng App -> Cửa hàng không mất dữ liệu.
Không lặp lại câu chuyện.

ĐỒNG BỘ DỮ LIỆU VÀ THÔNG ĐIỆP



Đồng bộ dữ liệu KH, lịch sử tương tác, ưu đãi, trạng thái đơn hàng và thông điệp thương hiệu.
“Sự thật duy nhất”.
Tránh bối rối

KẾT HỢP TOUCHPOINTS SỐ, VẬT LÝ VÀ HẬU MÃI



Omnichannel không chỉ là digital. Bao gồm cửa hàng, nhân viên, bao bì, dịch vụ sau mua, CRM.
Thương hiệu “nhớ” và hỗ trợ xuyên suốt

ĐÁNH GIÁ VÀ CẢI THIỆN OMNICHANNEL EXPERIENCE



Đánh giá: mức độ thuận tiện, tỷ lệ chuyển đổi kênh, hài lòng, quay lại, giảm lặp lại thông tin, pain points ở điểm nối.
Tối ưu hệ thống

thank you