КАК УЛУЧШИТЬ ОНБОРДИНГ В ЦИФРОВОМ СЕРВИСЕ

Карта лучших практик онбординга составлена по результатам исследвоания Marksweb Digital Onboarding Best Practices 2020. Карта систематизирована по 8 этапам жизненного цикла клиента в цифровом сервисе и 22 задачам бизнеса, которые онбординг помогает решить.

Активация. Описание лучшей практики | Знакомство. Описание лучшей практики | Обучение. Описание лучшей практики | **ЭТАП ПУТИ КЛИЕНТА** | БИЗНЕС-ЗАДАЧА

На карте представлены лучшие практики онбординга из 212 цифровых сервисов в 10 индустриях: финтех, телеком, ритейл, здоровье, госуслуги, транспорт, образование, развлечения и игры, b2b-сервисы и сервисы для подработки. Посмотреть примеры лучших практик на сайте Marksweb.

Лучшая практика, описанная на сайте AW

Получить доступ к описанию всех решений

ЭТАП 1. ПЕРВИЧНОЕ ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТА В ЦИФРОВОЙ СЕРВИС

1.1. ОБЪЯСНИТЬ ЦЕННОСТЬ ЦИФРОВОГО СЕРВИСА ПО СРАВНЕНИЮ С ОФФЛАЙН

- Описание преимуществ приложения в welcome pack или квитанции + QR-код для установки
- Объяснение ценности приложения через QR-код на талоне электронной очереди

1.2. ЗАМОТИВИРОВАТЬ НА УСТАНОВКУ ПРИЛОЖЕНИЯ

- Блок на сайте с описанием преимуществ приложения, ссылки и QR-код для установки AW
- Блок на сайте с описанием преимуществ приложения и скриншотами интерфейса
- Welcome-письмо: описание преимуществ приложения, ссылки и QR-код для установки
- Pop-up в мобильной версии сайта со ссылкой в магазин

ЭТАП 2. ПЕРВЫЙ ВХОД В СЕРВИС, РЕГИСТРАЦИЯ

2.1. ОБЪЯСНИТЬ ЦЕННОСТЬ СЕРВИСА

- Демо-доступ до регистрации
- Демо-доступ после регистрации
- Обучающие слайды при первом входе в приложение

2.2. ПРОВЕСТИ ЧЕРЕЗ ПРОЦЕСС РЕГИСТРАЦИИ

- Регистрация в виде чат-бота и сканирование данных по фото AW
- Подсказки при создании пароля

2.3. ПРОВЕСТИ ЧЕРЕЗ ПРОЦЕСС ПЕРВОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

- Пошаговое руководство после регистрации

2.4. ПОЗНАКОМИТЬ С ИНТЕРФЕЙСОМ, ОБУЧИТЬ ФУНКЦИЯМ

- Интерактивный гид при первом входе в приложение
- Обучающие слайды при первом входе в раздел
- Pop-up и микроанимация о неочевидных интерфейсных решениях
- Последовательное обучение pop-up + обучающая метка
- Подсказки в пустых разделах
- Подробный гайд по функционалу в формате PDF
- Обучающая метка при повторном входе в раздел
- Обучающая метка после выхода из раздела и отсутствии активности в нем

ЭТАП 3. ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ: СОВЕРШИТЬ ТРАНЗАКЦИЮ, ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ФУНКЦИЕЙ

3.1. ПРОИНФОРМИРОВАТЬ О НОВОЙ ФУНКЦИИ

- Обучающие слайды при входе после обновления приложения
- Pop-up при входе после обновления приложения
- Pop-up и баннер, мотивирующий на обновление приложения
- Баннер на главной про новую функцию
- Раздел с инструкцией: как работает новая функция
- Информер, указывающий на наличие новой функции
- Информационный канал: раздел "Что нового"
- Stories с описанием новой функций
- Stories, мотивирующие подписаться на инфоканал о новых функциях
- Видео в stories с описанием новых функций

3.2. ДОНЕСТИ ИНФОРМАЦИЮ О ЦЕННОСТИ ФУНКЦИИ

- Информационная метка об эффективности функции
- Обучающая метка на экране успеха об упрощении действия в будущем
- Блок с информацией о ценности функционала
- Слайд с описанием упущенной выгоды AW
- Push-уведомление о функции, которой не пользуются
- Pop-up с разрешением дать доступ к данным
- Pop-up с триггером на заполнение e-mail для рассылки

3.3. ОБУЧИТЬ, КАК ВЫПОЛНИТЬ СЛОЖНУЮ ОПЕРАЦИЮ

- Обучающие слайды при первом использовании функции
- Pop-up и микроанимация про новую функцию при входе
- Иллюстрированные и текстовые подсказки к полям ввода или при регистрации
- Переадресация на чат при невыполнении действия
- Stories с обучением сложному функционалу

3.4. СОЗДАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ МОТИВАЦИЮ НА СОВЕРШЕНИЕ ЦЕЛЕВОГО ДЕЙСТВИЯ

- Персонализация интерфейса
- Персонализация обучения
- Персонализация контента
- Геймификация: получение бонусов, достижение статуса, достижение уровня, участие в рейтинге
- Кнопка с предложением помочь
- Чат-бот после оформления подписки
- FAQ на экране совершения целевого действия
- Stories о текущем функционале сервиса
- Текстовая подсказка перед совершением действия
- Информационный блок на странице товара
- Обучающая метка или баннер при низком балансе
- Баннер на экране оформления заказа + обучающие слайды
- Push-уведомление, мотивирующее на совершение целевого действия
- E-mail после регистрации

3.5. ПРОСТИМУЛИРОВАТЬ ДОВЕСТИ ДЕЙСТВИЕ ДО КОНЦА

- Обучающая метка перед совершением целевого действия
- Индикатор процесса при оформлении заявки + указание вероятности одобрения кредита
- Pop-up с мотивацией и похвалой + индикатор процесса

ЭТАП 4. РЕДИЗАЙН

4.1. ПРОИНФОРМИРОВАТЬ И ОБЪЯСНИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ

- Информационный баннер об изменениях в навигации AW

4.2. РАССКАЗАТЬ, КАК ТЕПЕРЬ РАБОТАТЬ С СЕРВИСОМ

- Stories после редизайна

ЭТАП 5. АПГРЕЙД КЛИЕНТА

5.1. ПЕРЕКЛЮЧИТЬ КЛИЕНТА НА БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ ТАРИФ

- Push + pop-up после окончания бесплатного пользования
- Pop-up при совершении действия
- Pop-up + обучающие слайды при совершении действия
- Pop-up при входе в приложение
- Карусель с описанием преимуществ статусов

5.2. ДОПРОДАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ПРОДУКТ

- Баннер на главной странице и в других разделах
- Pop-up после совершения операции
- Stories, мотивирующие оформить дополнительный продукт AW
- Кросс-селл на странице товара

5.3. УВЕЛИЧИТЬ ЧЕК В КОРЗИНЕ ЗАКАЗА

- Индикатор прогресса в корзине
- Кросс-селл в корзине

5.4. СДЕЛАТЬ КЛИЕНТА БОЛЕЕ КВАЛИФИЦИРОВАННЫМ И ОСОЗНАННЫМ

- Памятка о безопасном использовании
- Push-уведомление + памятка о безопасном использовании
- E-mail после регистрации про обучающий вебинар
- Stories с обучающими материалами

ЭТАП 6. БРОШЕННЫЙ ЗАКАЗ

6.1. СОЗДАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ МОТИВАЦИЮ ДЛЯ ЗАВЕРШЕНИЯ ЗАКАЗА

- Push-уведомление о брошенной корзине
- Push-уведомление о незавершенном действии AW
- E-mail после незавершенного заказа
- Push-уведомление после входа в сервис и отсутствия активности
- Pop-up на сайте о брошенной корзине

ЭТАП 7. ПРОБУЖДЕНИЕ СПЯЩЕГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

7.1. ПРОИНФОРМИРОВАТЬ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ С МОМЕНТА ПРЕКРАЩЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕРВИСА

- E-mail про обновление контента в сервисе и новый функционал
- Push-уведомление об изменениях и новой функции

7.2. СОЗДАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ МОТИВАЦИЮ ДЛЯ ВОЗВРАЩЕНИЯ К ПОЛЬЗОВАНИЮ

- Push-уведомление после прекращения использования сервиса
- E-mail после прекращения использования сервиса AW
- Push-уведомление «спящему» пользователю

ЭТАП 8. ЗАВЕРШЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА КЛИЕНТА ОФФБОРДИНГ

8.1. НАПОМНИТЬ О ПРИБЛИЖЕНИИ ПЕРИОДА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ

- E-mail об окончании пробного периода и приближении первой оплаты подписки

8.2. ПОДВЕСТИ ИТОГИ И ПРЕДЛОЖИТЬ ПРОДОЛЖЕНИЕ

- E-mail после прекращения использования сервиса с опросом и материалом для обучения
- E-mail после покупки с полезными материалами и информацией AW
- Отчет о выгоде от использования сервиса