



ai4impact

Design Thinking for Business & Marketing Chatbots

These lessons are for

Bot Creators yang ingin membangun Marketing / Sales Chatbot

Peserta yang ingin membangun Strategi Bisnis/Marketing yang Efektif

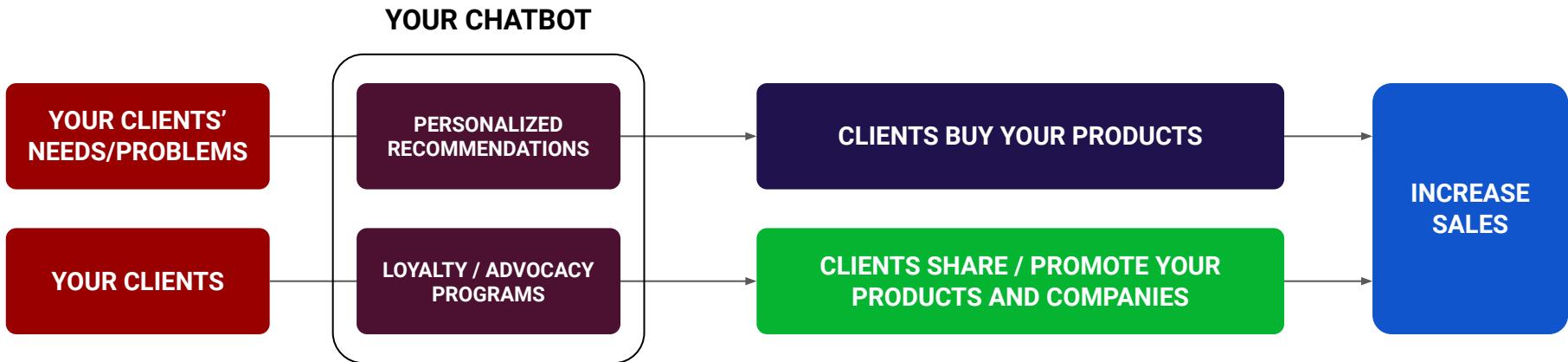
“

**Sales is not about selling
anymore, but about building
trust and educating.**

- Siva Devaki -

Bagaimana toko kita bisa *stand-out* di era internet dengan ramainya persaingan pasar?

Sales professional yang *stand-out* tidak memulai percakapan dengan menjual sesuatu. Mereka memulai dengan **membangun kepercayaan dengan calon pembeli dan mengedukasi mereka tentang solusi produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.**



Dalam bisnis digital, chatbot sangat tepat digunakan untuk 2 hal.

Pertama, **memberikan rekomendasi personal untuk menghubungkan kebutuhan klien dengan produk yang dijual**. Ini bertujuan untuk menaikkan *conversion rate* dari web visitors menjadi pembeli

Kedua, **membangun customer experience superior untuk mengubah customers menjadi advocates / evangelists**. Ini bertujuan untuk memperluas channel penjualan melalui *word-of-mouth*, dimana pembeli sebelumnya termotivasi untuk mempromosikan chatbot ke relasi / network mereka.



Dalam merancang chatbot, kamu harus memposisikan chatbot tersebut seperti asisten toko. Asisten toko yang baik sangat memahami 3 hal; **persona customers, pola pikir customers dalam proses pembelian, dan pola percakapan efektif untuk menaikkan penjualan.**

Hal pertama yang kamu harus lakukan adalah **mengidentifikasi buyer persona kamu**. Tujuannya adalah supaya kamu dapat lebih menjabarkan pola pikir customers yang akan menjadi fondasi dasar untuk perancangan *customer journey*.

Kedua, kamu harus **merancang customer journey kamu**. Customer Journey adalah cara sistematik untuk memetakan konten percakapan sesuai dengan pola pikir customers di fase yang berbeda. Tujuan ini adalah untuk mempermudah perancangan proses yang mengoptimalkan *conversion rate* dari *web visitors* menjadi *customers* menjadi *advocates*.

Di tahap ketiga, kamu dapat **merancang alur percakapan chatbot sesuai dengan customer journey**. Dalam tahap ini, kamu sudah memiliki gambaran jelas alur customer journey yang efektif, yang perlu dilakukan adalah mengubah customer journey tersebut menjadi alur percakapan yang sesuai dengan buyer persona kamu.

What You Will Learn in the Next Videos

Konsep Dasar untuk 3 Step Design Thinking Chatbot

Strategy Framework untuk Implementasi yang Efektif

Checklist untuk Memastikan Efektivitas Strategi yang Dibuat

A photograph of a grocery store aisle, likely a supermarket. The shelves are well-stocked with various food items, including dairy products like milk and yogurt, and packaged goods. A prominent sign on the ceiling reads "GOOD FOOD FAST". In the center of the image, the text "ai4impact" is displayed in a stylized font, with "ai4" in blue and "impact" in green.

ai4impact

Design Thinking for Business & Marketing Chatbots

Step 1: Identify Your Buyer Persona

Apa itu Buyer Persona?

Buyer Persona adalah karakter fiksi yang merepresentasikan ciri-ciri dan kebiasaan target customer kamu secara umum.

Jika kamu dapat mendefinisikan kebutuhan dan keinginan klien secara sistematis, kamu dapat mengembangkan alur percakapan dan strategi marketing yang sangat targeted dan efisien.

Benefit Buyer Persona

CONTENT

- Membangun konten percakapan efektif yang diminati oleh pengguna
- Membangun brand yang sangat mudah dipercaya oleh para users untuk penyelesaian masalah
- Memberikan konten edukasional yang sesuai dengan masalah pengguna sehari-hari

VIRAL MARKETING

- Menaikkan konversi viral marketing dengan aktivitas promosi yang sesuai minat pengguna
- Menaikkan aktivitas “share” dengan menawarkan incentif yang relevan dan bermanfaat
- Menghemat waktu dan tenaga dengan mengeliminasi kegiatan promosi yang tidak diminati oleh user kamu

SALES

- Menaikkan sales conversion rate dengan sistem rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna
- Menaikkan jumlah sales dengan teknik upsell sesuai kebutuhan pengguna
- Meningkatkan profit margin dengan segmentasi persona users dan personalized recommendations

[TARGET AUDIENCE KAMU]

ROLE: [Apakah dia konsumen, evangelist (rekomender), seller?]

AGE: [Rentang umur]

RELEVANT PRODUCTS: [produk yang bisa dijual]

Masukkan foto /
ilustrasi yang
menggambarkan
target audience
kamu

KEY PERSONA:

[Kata sifat, gaya hidup,
aktivitas sehari-hari
yang mencerminkan
target audience kamu]

BACKGROUND:

[Apa gambaran umum kamu tentang profil ini? Gaya hidup mereka sehari-hari? Hal-hal penting dalam kehidupan mereka? Kebiasaan / perilaku mereka ketika ingin membeli sesuatu?]

GOALS:

- [Tantangan apa yang ingin mereka selesaikan dalam kehidupan sehari-hari [NEEDS]]?
- [Bagaimana mereka bisa terlihat baik di mata orang lain [IMAGE]]?
- [Masalah apa yang mereka ingin hindari dalam kehidupan sehari-hari [PAIN AVOIDANCE]]?

CHALLENGES:

- [Apa saja kesulitan yang mereka hadapi dalam meraih GOALS tersebut?]
- [Apa saja tantangan yang dihadapi dalam meraih GOALS tersebut yang belum diselesaikan oleh solusi yang ada?]

TRIGGERS:

- [Kapan / kegiatan apa / event apa yang membuat mereka teringat akan GOALS tersebut]

HOW WE HELP:

- [Bagaimana kita bisa membantu mereka menyelesaikan GOALS tersebut?]
- [Bagaimana kita bisa mendukung mereka menghindari CHALLENGES yang dihadapi saat mengejar GOALS?]
- [Bagaimana kita bisa memberikan informasi yang cepat, singkat, relevan saat mereka mengalami TRIGGERS?]
- [Bagaimana kita bisa memberikan solusi yang relevan dengan KEY PERSONA dan BACKGROUND mereka?]

Mahasiswa Pencinta Makanan

ROLE: Consumer, Evangelist

AGE: 17 - 25 years old

RELEVANT PRODUCTS: dine-in food, food delivery, snacks



KEY PERSONA:

Internet Savvy
Cheap-and-Good
Educated
Discount Hunter
Influenced by Reviews
Tiktok Trend Followers
Post food photo on
instagram

BACKGROUND:

Dia adalah mahasiswa universitas yang gemar mencari makanan murah meriah. Dia sangat internet savvy dan mengambil keputusan melalui review dan konten sosmed. Budgetnya cukup terbatas karena belum memiliki penghasilan sendiri.

GOALS:

- Menemukan makanan enak murah meriah sesuai budget
- Mencari rekomendasi makanan trendy / hidden gem untuk di-share dengan teman-teman
- Mendukung produk buatan Indonesia

CHALLENGES:

- Sulit mencari makanan enak yang sesuai dengan budget mahasiswa
- Sulit menentukan menu makanan sehari-hari karena pilihan terlalu banyak
- Sulit untuk mendapatkan update diskon yang terbaru

TRIGGERS:

- Waktu makan (breakfast / lunch / dinner)
- Idle time (e.g. menunggu teman, santai di rumah, dll)
- Planning tempat makan / hangout dengan teman-teman

HOW WE HELP:

- Rekomendasi makanan berdasarkan budget mahasiswa, opening hours, halal / non-halal
- Mengedepankan crowd wisdom (e.g. review) untuk membantu decision making
- Mengupdate diskon-diskon terbaru secara instan dan cepat
- Merekomendasikan rumah makan trending / hidden gem di lokasi sekitar target audience

Buyer Persona Checklist

Sebelum masuk ke sesi selanjutnya, pastikan profil buyer persona kamu sudah memenuhi **SELURUH** kriteria di bawah:

No.	Kriteria	Yes/No?
1	Apakah kamu hanya mengisi 1 (max. 2) buyer persona secara lengkap?	
2	Apakah BACKGROUND dan KEY PERSONA yang ditulis mencerminkan karakter dan perilaku buyer sehari-hari?	
3	Apakah kamu memiliki setidaknya 3 teman/saudara yang memiliki buyer persona tersebut?	
4	Apakah GOALS yang dituliskan terkait dengan isu NEEDS/IMAGES/PAIN AVOIDANCE yang mereka hadapi sehari-hari?	
5	Apakah setidaknya 1-2 CHALLENGES yang disebutkan belum terselesaikan dengan solusi yang sudah tersedia?	
6	Apakah TRIGGERS yang disebutkan terjadi setidaknya satu kali dalam sehari?	
7	Apakah setidaknya 1-2 solusi dalam HOW WE HELP belum bisa ditemukan di platform/apps yang sudah tersedia?	



ai4impact

Design Thinking for Business & Marketing Chatbots

Step 2: Create a Customer Journey



Apa itu Customer Journey?

Customer Journey adalah proses dimana kamu memetakan perjalanan users kamu dari pengunjung, menjadi pembeli, menjadi promoter / evangelist

Proses ini sangat berguna untuk memetakan konten chatbot sesuai dengan apa yang dipikirkan customers. Perlu diketahui, setiap **buyer persona** memiliki **customer journey** yang berbeda-beda.

Customer Journey Map



Activation

Bagaimana secara instan menangkap perhatian users?

Goal: menimbulkan ketertarikan pengunjung untuk telusuri dan share chatbot kalian

Consideration

Merekomendasikan produk sesuai kebutuhan pengunjung

Goal: meningkatkan persentase jumlah pengunjung menjadi pembeli

Loyalty

Bagaimana mengajak customer untuk membeli lagi?

Goal: meningkatkan pengunjung balik atau sales per customer

Advocacy

Bagaimana mengubah customer menjadi promoter?

Goal: meningkatkan jumlah sales dan marketing via word-of-mouth

Customer Journey Map

Stage	Activation <i>Bagaimana secara instan menangkap perhatian users?</i>	Consideration <i>Merekomendasikan produk sesuai kebutuhan pengunjung</i>	Loyalty <i>Bagaimana mengajak customer untuk membeli lagi?</i>	Advocacy <i>Bagaimana mengubah customer menjadi promotor</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • State of mind (e.g. hungry, bored) • Activities (e.g. hangout, meeting, dinner) • Time (e.g. weekend, new year) 	<ul style="list-style-type: none"> • Search & filter products • Compare alternatives • Ask for recommendations • Browse reviews 	Order again (same or different products)	Share experience to others
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Find new ideas • Solve problems • Learn interesting facts 	<ul style="list-style-type: none"> • Find best products suitable to their needs/preferences • Learn new knowledge to make better decisions 	<ul style="list-style-type: none"> • Reobtain good values and customer experience from previous products • Explore new products 	<ul style="list-style-type: none"> • Share good feelings • Solve others' needs and requirements • Brag achievements
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot	Increase likelihood for users to purchase your products	Increase retention rates and order value / frequency	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • No. of chatbot visitors • No. of shares 	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)	<ul style="list-style-type: none"> • Retention rate • Order value & frequency 	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales
Your Actions	Create relevant, catchy, viral contents that are relevant to what your target users think (on daily basis)	Create conversation flows that educate your users and minimize no. of options based on personal recommendations	<ul style="list-style-type: none"> • Make repeat purchase easy • Create incentives for large/repeat purchases • Recommend new products based on past purchases 	<ul style="list-style-type: none"> • Develop referral system that aligns with users' interests • Build communication channel as feedback loop between you and your customers

Activation

Activation Stage	Framework	Contoh (Mahasiswa Pecinta Makanan)
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none">• State of mind (e.g. hungry, bored)• Activities (e.g. hangout, meeting, dinner)• Time (e.g. weekend, new year)	<ul style="list-style-type: none">• Breakfast / Lunch / Dinner• Santai di rumah• Hangout dengan teman-teman
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none">• Find new ideas• Solve problems• Learn interesting facts	<ul style="list-style-type: none">• Cari tempat makan enak murah meriah• Cari promo makanan sekitar• Mencari restoran baru / trending
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot	Increase awareness and interests of your chatbot
Your KPI	<ul style="list-style-type: none">• No. of chatbot visitors• No. of shares	<ul style="list-style-type: none">• No. of chatbot visitors• No. of shares
Your Actions	Create relevant, catchy, viral contents that are relevant to what your target users think (on daily basis)	<ul style="list-style-type: none">• Quiz tebak harga makanan• Voting restoran popular by users• Bot Creator's list of recommended restaurants

Consideration

Activation Stage	Framework	Contoh (Mahasiswa Pecinta Makanan)
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Search & filter products • Compare alternatives • Ask for recommendations • Browse reviews 	<ul style="list-style-type: none"> • Browsing review di internet • Cari promo e-commerce app • Browsing ide via IG / Tiktok • Bertanya teman2 via WA
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Find best products suitable to their needs/preferences • Learn new knowledge to make better decisions 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari makanan berdasarkan budget, rating, lokasi, promo • Melihat promo-promo terbaik secara instan • Mencari restoran dengan promo / review terbaik di daerah sekitar
Your Goals	Increase likelihood for users to purchase your products	Increase likelihood for users to purchase your products
Your KPI	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)
Your Actions	Create conversation flows that educate your users and minimize no. of options based on personal recommendations	<ul style="list-style-type: none"> • Filter makanan based on budget, review, promo • Best promo on 1st chatbot bubble • Location-based resto finder • Tampilan review user chatbot

Loyalty

Activation Stage	Framework	Contoh (Mahasiswa Pecinta Makanan)
Customer Activities	Order again (same or different products)	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari rekomendasi baru di dalam chatbot • Mencari promo terbaru di dalam chatbot • Mencari rekomendasi users baru
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Reobtain good values and customer experience from previous products • Explore new products 	<ul style="list-style-type: none"> • Cari tempat makan enak murah meriah baru • Mencari deals / promosi terbaru
Your Goals	Increase retention rates and order value / frequency	Increase retention rates and order value / frequency
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • Retention rate • Order value & frequency 	<ul style="list-style-type: none"> • Retention rate • Order value & frequency
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Make repeat purchase easy • Create incentives for large/repeat purchases • Recommend new products based on past purchases 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengupdate chatbot dengan review users setiap minggu • Menunjukkan restoran baru berdasarkan filter sebelumnya • Mengupdate promo secara regular • Membuat loyalty card untuk memicu pemesanan berulang

Advocacy

Activation Stage	Framework	Contoh (Mahasiswa Pecinta Makanan)
Customer Activities	Share experience to others	<ul style="list-style-type: none"> • Merekomendasikan makanan ke teman-teman lain • Share promo ke teman lain • Mengajak teman-teman untuk mereview tempat makan favorit
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Share good feelings • Solve others' needs and requirements • Brag achievements 	<ul style="list-style-type: none"> • Share informasi menarik / terbaru kepada teman-teman • Mendapatkan promo • Membangun reputasi sebagai pecinta makanan
Your Goals	Increase motivation and clear incentives for your users to share	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales 	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Develop referral system that aligns with users' interests • Build communication channel as feedback loop between you and your customers 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat user leaderboard untuk sharing tempat makan • Memberikan promo eksklusif untuk evangelists • Memasukkan tombol 'share' dalam setiap pilihan makanan

Mahasiswa Pecinta Makanan Customer Journey Map

Stage	Activation <i>Bagaimana secara instan menangkap perhatian users?</i>	Consideration <i>Merekomendasikan produk sesuai kebutuhan pengunjung</i>	Loyalty <i>Bagaimana mengajak customer untuk membeli lagi?</i>	Advocacy <i>Bagaimana mengubah customer menjadi promotor</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Breakfast / Lunch / Dinner • Santai di rumah • Hangout dengan teman-teman 	<ul style="list-style-type: none"> • Browsing review di internet • Cari promo e-commerce app • Browsing ide via IG / Tiktok • Bertanya teman2 via WA 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari rekomendasi baru di dalam chatbot • Mencari promo terbaru di dalam chatbot • Mencari rekomendasi users baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Merekomendasikan makanan ke teman-teman lain • Share promo ke teman lain • Mengajak teman-teman untuk mereview tempat makan favorit
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Cari tempat makan enak murah meriah • Cari promo makanan sekitar • Mencari restoran baru / trending 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari makanan berdasarkan budget, rating, lokasi, promo • Melihat promo-promo terbaik secara instan • Mencari restoran dengan promo / review terbaik di daerah sekitar 	<ul style="list-style-type: none"> • Cari tempat makan enak murah meriah baru • Mencari deals / promosi terbaru 	<ul style="list-style-type: none"> • Share informasi menarik / terbaru kepada teman-teman • Memenuhi rasa ingin tahu • Membangun reputasi sebagai pecinta makanan
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot	Increase likelihood for users to purchase your products	Increase retention rates and order value / frequency	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • No. of chatbot visitors • No. of shares 	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)	<ul style="list-style-type: none"> • Retention rate • Order value & frequency 	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Quiz tebak harga makanan • Voting restoran popular by users • Bot Creator's list of recommended restaurants 	<ul style="list-style-type: none"> • Filter makanan based on budget, review, promo • Best promo on 1st chatbot bubble • Location-based resto finder • Tampilan review user chatbot 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengupdate chatbot dengan review users setiap minggu • Menunjukkan restoran baru berdasarkan filter sebelumnya • Mengupdate promo secara regular • Membuat loyalty card untuk memicu pembelian berulang 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat user leaderboard untuk sharing tempat makan • Memberikan promo eksklusif untuk evangelists • Memasukkan tombol 'share' dalam setiap pilihan makanan

YOUR Customer Journey Map

Stage	Activation <i>Bagaimana secara instan menangkap perhatian users?</i>	Consideration <i>Merekomendasikan produk sesuai kebutuhan pengunjung</i>	Loyalty <i>Bagaimana mengajak customer untuk membeli lagi?</i>	Advocacy <i>Bagaimana mengubah customer menjadi promoter</i>
Customer Activities	•	•	•	•
Customer Goals	•	•	•	•
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot	Increase likelihood for users to purchase your products	Increase likelihood for users to purchase your products	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • No. of chatbot visitors • No. of shares 	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales
Your Actions	•	•	•	•

Customer Journey Checklist

Sebelum masuk ke sesi selanjutnya, pastikan customer journey kamu sudah memenuhi **SELURUH** kriteria di bawah:

No.	Kriteria	Yes/No?
ACTIVATION		
1	Apakah CUSTOMER ACTIVITIES terjadi setidaknya satu kali dalam sehari?	
2	Apakah YOUR ACTIONS sudah menjawab CUSTOMER GOALS yang dihadapi?	
2	Apakah YOUR ACTIONS menimbulkan rasa ingin tahu buyer kamu untuk mengeksplor chatbot lebih dalam?	
3	Apakah YOUR ACTIONS memicu buyer kamu untuk share chatbot kamu ke teman-temannya?	
CONSIDERATION		
5	Apakah kamu melihat perilaku CUSTOMER ACTIVITIES dalam kehidupan sehari-hari buyer kamu?	
6	Apakah CUSTOMER GOALS yang ditulis sudah sesuai dengan priority list buyer kamu ketika mencari produk/jasa?	
7	Apakah mekanisme filter dan daftar YOUR ACTIONS dapat mengarahkan buyer kamu ke 1 rekomendasi produk / jasa yang sesuai dengan apa yang mereka cari?	

Customer Journey Checklist

Sebelum masuk ke sesi selanjutnya, pastikan customer journey kamu sudah memenuhi **SELURUH** kriteria di bawah:

No.	Kriteria	Yes/No?
LOYALTY		
1	Apakah CUSTOMER ACTIVITIES yang disebutkan dilakukan oleh buyers kamu secara sering dan berulang-ulang?	
2	Apakah chatbot kamu menyimpan data yang cukup untuk membantu buyers mencapai CUSTOMER GOALS?	
2	Apakah YOUR ACTIONS yang disebutkan memberikan insentif kepada buyers untuk cek chatbot secara reguler?	
3	Apakah seluruh informasi YOUR ACTIONS yang disebutkan 100% relevan dengan apa yang diinginkan buyers?	
ADVOCACY		
5	Apakah kamu melihat perilaku CUSTOMER ACTIVITIES dalam kehidupan sehari-hari buyer kamu?	
6	Apakah CUSTOMER GOALS yang ditulis sudah sesuai dengan hobi / kebiasaan / motivasi buyer kamu?	
7	Apakah mekanisme YOUR ACTIONS tersebut 100% tidak akan menimbulkan kerugian untuk kamu dan mitra?	



ai4impact

Design Thinking for Business & Marketing Chatbots

Step 3: Create Your Chatbot Conversation Flow

“

**Don't find customers for
your products, find products
for your customers.**

- Seth Godin -

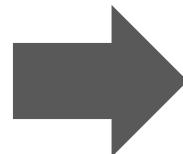
Prinsip Membangun Conversation Flow Business Chatbot

Untuk membangun sales chatbot yang efektif, kamu harus memberikan value atau saran kepada customers kamu, sesuai dengan **customer journey** yang optimal untuk **buyer persona kamu**.

Percakapan ini dimulai dengan mengambil perhatian buyers kamu, mendengarkan dan memberikan saran produk sesuai kebutuhan mereka, membangun kepercayaan dengan customers, dan mengubah mereka menjadi advocates / evangelists

Chatbot Conversation Flow (first time use)

1st Conversation



2nd - 8th Conversation



Users
mengeksplor
chatbot kamu

ACTIVATE
*Buat pernyataan /
permainan yang
mencuri perhatian users*

Tips:
Jangan memulai dengan
menjual. Mulai dengan
mengambil perhatian user
kamu

CONSIDERATION
*Mencari produk / jasa
yang tepat sesuai
kebutuhan users*

Tips:
Rancang percakapan kamu
seperti asisten toko yang
ramah. Jangan berikan terlalu
banyak opsi ketika
merekomendasikan barang

After Purchase Conversation



Users membeli
produk / jasa

ADVOCACY
*Mendorong users kamu
untuk menjadi promoter
/ evangelists*

Tips:
Pastikan kegiatan ADVOCACY yang
ditawarkan memberikan
keuntungan kepada users, dan
sesuai dengan kebiasaan yang
mereka lakukan ketika berbelanja

Chatbot Conversation Flow (subsequent use)

1st Conversation



LOYALTY
Membuat users kamu termotivasi untuk membeli kembali

Tips:

Tawarkan promo/produk baru yang relevan dengan pembelian sebelumnya.

2nd - 4th Conversation



Users mengeksplor produk / info terbaru di chatbot

CONSIDERATION
Mencari produk / jasa yang tepat sesuai kebutuhan users

Tips:

Gunakan data pembelian sebelumnya untuk mengdesain sistem rekomendasi yang lebih personal. Masukkan kolom feedback untuk mendengarkan aspirasi users

After Purchase Conversation



Users membeli produk / jasa

ADVOCACY
Mendorong users kamu untuk menjadi promoter / evangelists

Tips:

Pastikan kegiatan ADVOCACY yang ditawarkan memberikan keuntungan kepada users, dan sesuai dengan kebiasaan yang mereka lakukan ketika berbelanja

Mahasiswa Pecinta Makanan Customer Journey Map

Stage	Activation <i>How to instantly catch user's attention?</i>	Consideration <i>How to match product to users' needs?</i>	Loyalty <i>How to persuade buyers to order again?</i>	Advocacy <i>How to turn your buyers into evangelists?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Breakfast / Lunch / Dinner • Santai di rumah • Hangout dengan teman-teman 	<ul style="list-style-type: none"> • Browsing review di internet • Cari promo e-commerce app • Browsing ide via IG / Tiktok • Bertanya teman2 via WA 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari rekomendasi baru di dalam chatbot • Mencari promo terbaru di dalam chatbot • Mencari rekomendasi users baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Merekendasikan makanan ke teman-teman lain • Share promo ke teman lain • Mengajak teman-teman untuk mereview tempat makan favorit
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Cari tempat makan enak murah meriah • Cari promo makanan sekitar • Mencari restoran baru / trending 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari makanan berdasarkan budget, rating, lokasi, promo • Melihat promo-promo terbaik secara instan • Mencari restoran dengan promo / review terbaik di daerah sekitar 	<ul style="list-style-type: none"> • Cari tempat makan enak murah meriah baru • Mencari deals / promosi terbaru 	<ul style="list-style-type: none"> • Share informasi menarik / terbaru kepada teman-teman • Memenuhi rasa ingin tahu • Membangun reputasi sebagai pecinta makanan
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot	Increase likelihood for users to purchase your products	Increase retention rates and order value / frequency	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • No. of chatbot visitors • No. of shares 	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)	<ul style="list-style-type: none"> • Retention rate • Order value & frequency 	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Quiz tebak harga makanan • Voting restoran popular by users • Bot Creator's list of recommended restaurants 	<ul style="list-style-type: none"> • Filter makanan based on budget, review, promo • Best promo on 1st chatbot bubble • Location-based resto finder • Tampilan review user chatbot 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengupdate chatbot dengan review users setiap minggu • Menunjukkan restoran baru berdasarkan filter sebelumnya • Mengupdate tampilan promo setiap hari 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat user leaderboard untuk sharing tempat makan • Memberikan promo eksklusif untuk evangelists • Memasukkan tombol 'share' dalam setiap pilihan makanan

Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Activation <i>How to instantly catch user's attention?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none">• Breakfast / Lunch / Dinner• Santai di rumah• Hangout dengan teman-teman
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none">• Cari tempat makan enak murah meriah• Cari promo makanan sekitar• Mencari restoran baru / trending
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot
Your KPI	<ul style="list-style-type: none">• No. of chatbot visitors• No. of shares
Your Actions	<ul style="list-style-type: none">• Quiz tebak harga makanan• Voting restoran popular by users• Bot Creator's list of recommended restaurants



Lagi ngidam #FriedChicken sambil nunggu dinner buka puasa? Main tebak harga yuk!

Berapa harga promo Fried Chicken termurah di Tangerang?

Rp.25k/porsi

Rp.50k/porsi

Rp.15k/porsi

Saya sudah lapar min,
langsung rekom
makanan aja

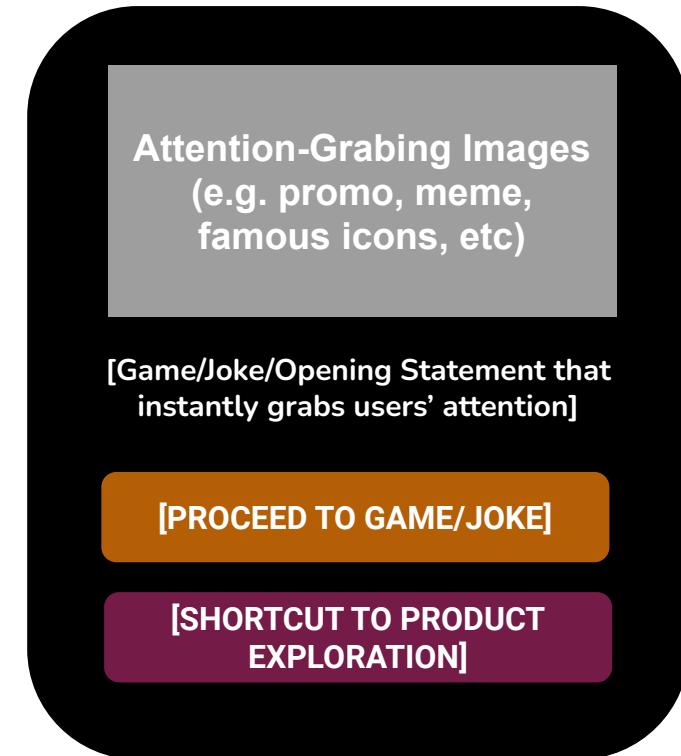
Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Activation <i>How to instantly catch user's attention?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none">• Breakfast / Lunch / Dinner• Santai di rumah• Hangout dengan teman-teman
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none">• Cari tempat makan enak murah meriah• Cari promo makanan sekitar• Mencari restoran baru / trending
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot
Your KPI	<ul style="list-style-type: none">• No. of chatbot visitors• No. of shares
Your Actions	<ul style="list-style-type: none">• Quiz tebak harga makanan• Voting restoran popular by users• Bot Creator's list of recommended restaurants



[YOUR CHATBOT] Conversation Flow

Stage	Activation <i>How to instantly catch user's attention?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none">•
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none">•
Your Goals	Increase awareness and interests of your chatbot
Your KPI	<ul style="list-style-type: none">• No. of chatbot visitors• No. of shares
Your Actions	<ul style="list-style-type: none">•



Ideas for ACTIVATION Stage



Lagi nganggur enakan tebak-tebakan nih! Tahun 2021, saham mana yang lebih cuan return of investmentnya?

Tesla!

SEA (Shopee)

Quiz / Game Relevan



50% KFC PROMO!
WHILE STOCK LASTS

Ngidam KFC tetapi uang bulanan habis? Kita ada paket murmer 50% promo lho!

Mau ikutan!

Menu yang lain aja ka

Eye-Catchy Promo /
Useful Information



Ingin masak makanan sehat bayi tapi sibuk kerja? Yuk kita pelajari resep masak praktis!

Yuk Telusuri!

Lihat semua resep

Rhetorical Questions about
Your Buyers' Daily Challenges

Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Consideration <i>How to match product to users' needs?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Browsing review di internet • Cari promo e-commerce app • Browsing ide via IG / Tiktok • Bertanya teman2 via WA
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari makanan berdasarkan budget, rating, lokasi, promo • Melihat promo-promo terbaik secara instan • Mencari restoran dengan promo / review terbaik di daerah sekitar
Your Goals	Increase likelihood for users to purchase your products
Your KPI	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Filter makanan based on budget, review, promo • Best promo on 1st chatbot bubble • Location-based resto finder • Tampilan review user chatbot



Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Consideration <i>How to match product to users' needs?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Browsing review di internet • Cari promo e-commerce app • Browsing ide via IG / Tiktok • Bertanya teman2 via WA
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari makanan berdasarkan budget, rating, lokasi, promo • Melihat promo-promo terbaik secara instan • Mencari restoran dengan promo / review terbaik di daerah sekitar
Your Goals	Increase likelihood for users to purchase your products
Your KPI	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Filter makanan based on budget, review, promo • Best promo on 1st chatbot bubble • Location-based resto finder • Tampilan review user chatbot



50% Off Mother's Day [13-17 May]

Korelindo Fried Chicken

Rp. 15k/pax | 9/10 - 321 reviews

Spesialis ayam goreng berbumbu Korea, Korelindo menjual fried chicken pedas dengan harga paling terjangkau di Jakarta Selatan :)

★★★★★

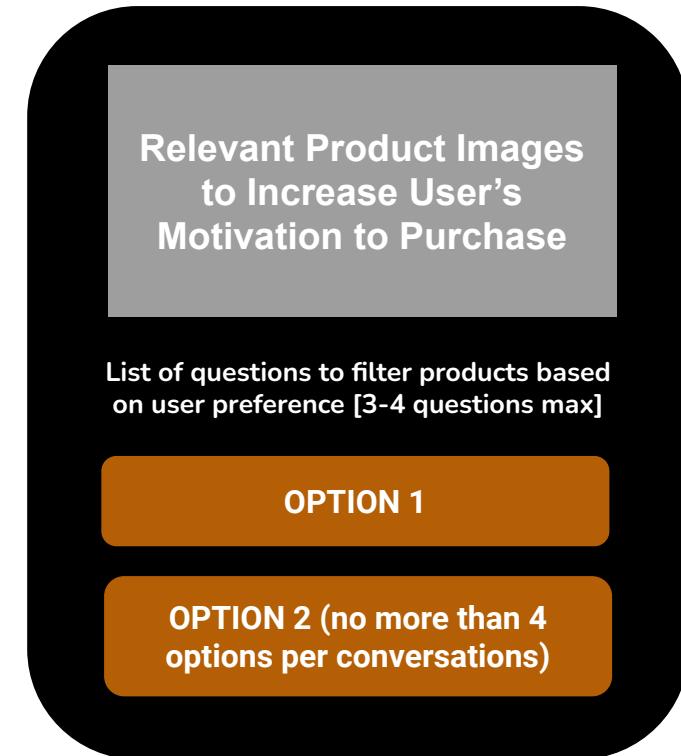
Ayamnya empuk dan pedasnya nendang banget! - Amanda

[Cek Lokasi](#) [Share ke Teman](#)

[Beli Sekarang!](#) [Mau lihat yang lain Min](#)

[YOUR CHATBOT] Conversation Flow

Stage	Consideration <i>How to match product to users' needs?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none">•
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none">•
Your Goals	Increase likelihood for users to purchase your products
Your KPI	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)
Your Actions	<ul style="list-style-type: none">•



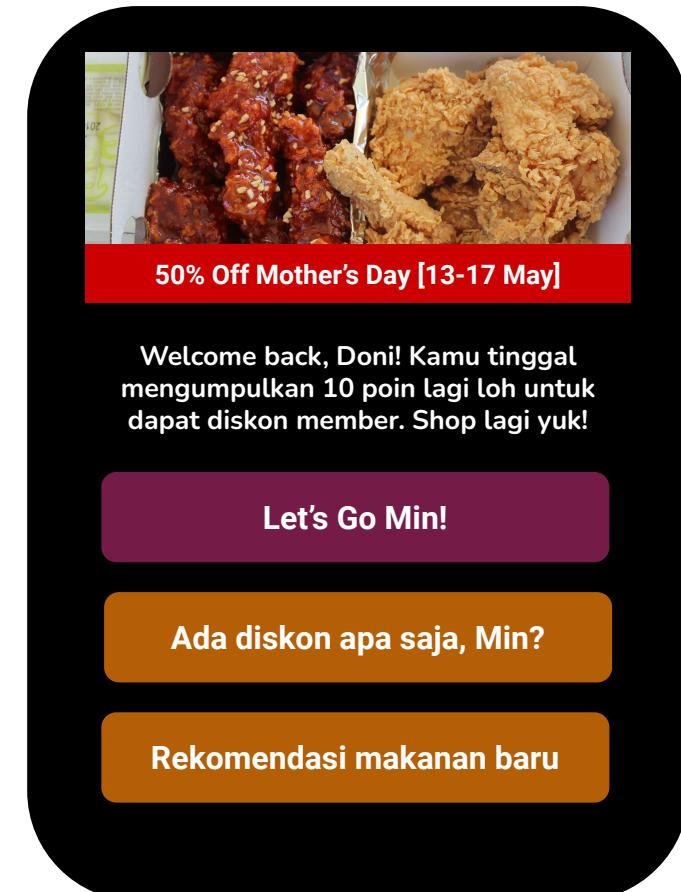
Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Loyalty <i>How to persuade buyers to order again?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari rekomendasi baru di dalam chatbot • Mencari promo terbaru di dalam chatbot • Mencari rekomendasi users baru
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Cari tempat makan enak murah meriah baru • Mencari deals / promosi terbaru
Your Goals	Increase retention rates and order value / frequency
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • Retention rate • Order value & frequency
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Mengupdate chatbot dengan review users setiap minggu • Menunjukkan restoran baru berdasarkan filter sebelumnya • Mengupdate tampilan promo setiap hari



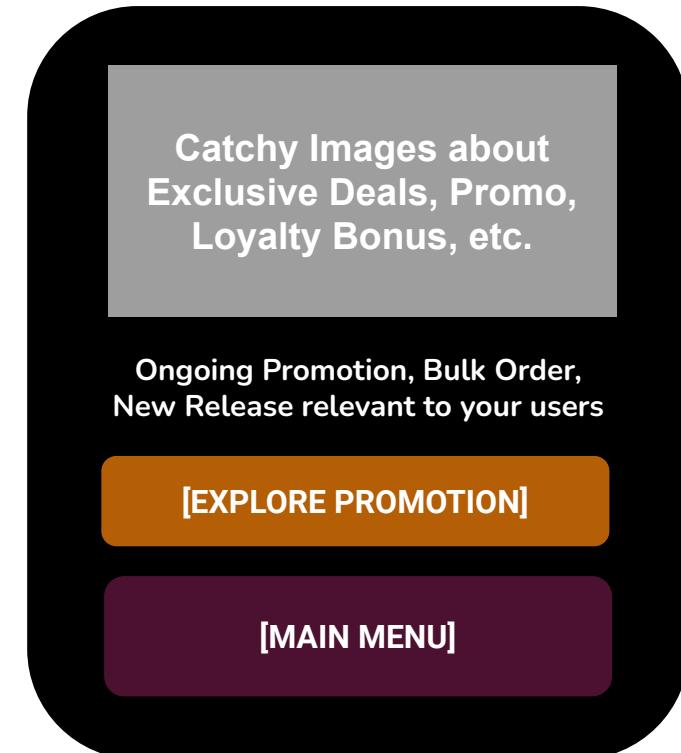
Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Loyalty <i>How to persuade buyers to order again?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari rekomendasi baru di dalam chatbot • Mencari promo terbaru di dalam chatbot • Mencari rekomendasi users baru
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Cari tempat makan enak murah meriah baru • Mencari deals / promosi terbaru
Your Goals	Increase retention rates and order value / frequency
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • Retention rate • Order value & frequency
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Mengupdate chatbot dengan review users setiap minggu • Menunjukkan restoran baru berdasarkan filter sebelumnya • Mengupdate tampilan promo setiap hari



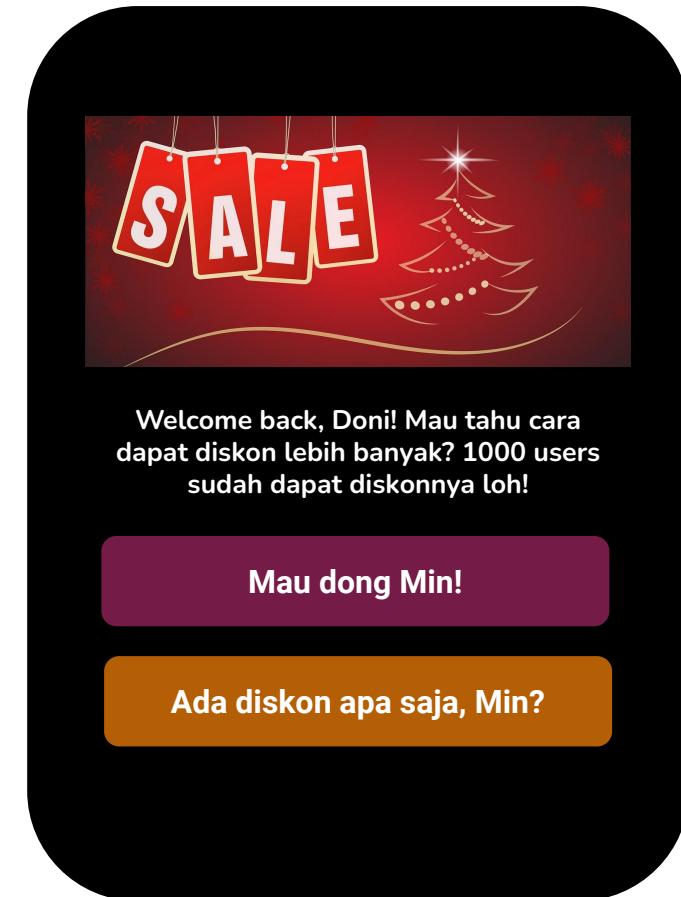
[YOUR CHATBOT] Conversation Flow

Stage	Loyalty <i>How to persuade buyers to order again?</i>
Customer Activities	•
Customer Goals	•
Your Goals	Increase likelihood for users to purchase your products
Your KPI	Sales conversion rate (no. of orders / no. of visitors)
Your Actions	•



Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Advocacy <i>How to turn your buyers into evangelists?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Merekomendasikan makanan ke teman-teman lain • Share promo ke teman lain • Mengajak teman-teman untuk mereview tempat makan favorit
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Share informasi menarik / terbaru kepada teman-teman • Memenuhi rasa ingin tahu • Membangun reputasi sebagai pecinta makanan
Your Goals	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat user leaderboard untuk sharing tempat makan • Memberikan promo eksklusif untuk evangelists • Memasukkan tombol 'share' dalam setiap pilihan makanan



Mahasiswa Pecinta Makan Conversation Flow

Stage	Advocacy <i>How to turn your buyers into evangelists?</i>
Customer Activities	<ul style="list-style-type: none"> • Merekomendasikan makanan ke teman-teman lain • Share promo ke teman lain • Mengajak teman-teman untuk mereview tempat makan favorit
Customer Goals	<ul style="list-style-type: none"> • Share informasi menarik / terbaru kepada teman-teman • Memenuhi rasa ingin tahu • Membangun reputasi sebagai pecinta makanan
Your Goals	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none"> • No. of user shares • No. of referrals • No. of sales
Your Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat user leaderboard untuk sharing tempat makan • Memberikan promo eksklusif untuk evangelists • Memasukkan tombol 'share' dalam setiap pilihan makanan

50% Off Mother's Day [13-17 May]

Korelindo Fried Chicken

Rp. 15k/pax | 9/10 - 321 reviews

Spesialis ayam goreng berbumbu Korea, Korelindo menjual fried chicken pedas dengan harga paling terjangkau di Jakarta Selatan :)

★★★★★

Ayamnya empuk dan pedasnya nendang banget! - Amanda

Cek Lokasi

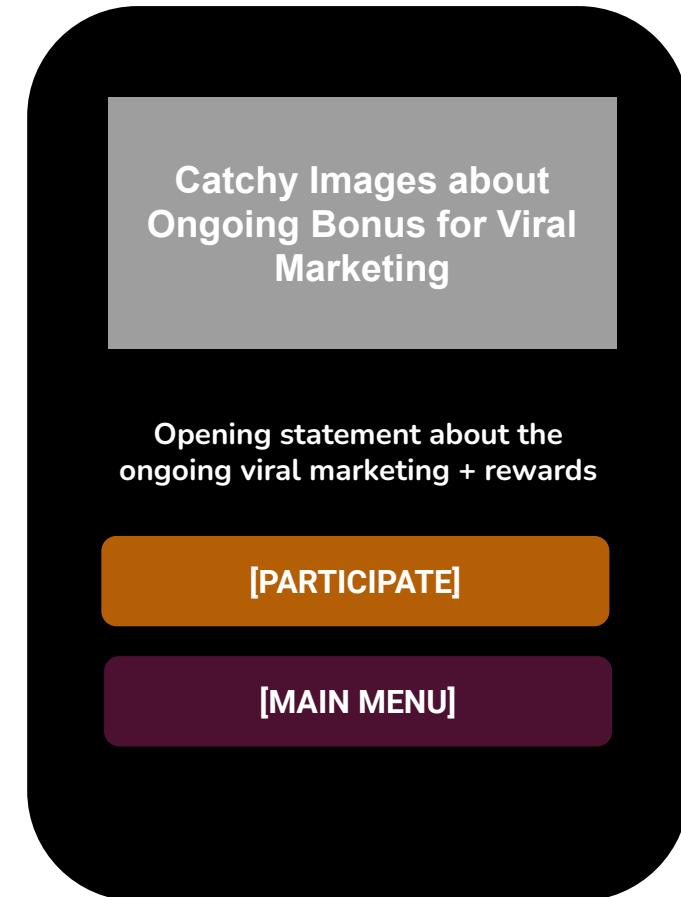
Share ke Teman

Beli Sekarang!

Mau lihat yang lain Min

[YOUR CHATBOT] Conversation Flow

Stage	Advocacy <i>How to turn your buyers into evangelists?</i>
Customer Activities	•
Customer Goals	•
Your Goals	Increase motivation and clear incentives for your users to share
Your KPI	<ul style="list-style-type: none">• No. of user shares• No. of referrals• No. of sales
Your Actions	•



IDK (I Don't Know) Responses

Funny Image / Meme /
Product Images that
Entertain Users

Statement yang menghibur /
mengingatkan users tentang bagaimana
kita bisa membantu mereka

[PROMO/JOKER/PERSONAL
RECOMMENDATION]

MENU UTAMA

Customer Journey Checklist

Untuk conversation flow, kamu sudah memenuhi **SELURUH** kriteria di bawah:

No.	Kriteria	Yes/No?
1	Apakah konten grafis (gambar/video/gif, dll) yang kamu tampilkan sudah mendapat izin penggunaan dari pemilik foto atau bersifat <i>open license</i> ?	
2	Apakah chatbot kamu tidak memiliki konten negatif yang melanggar undang-undang pemerintah?	
3	Apakah chatbot kamu setidaknya memiliki konten ACTIVATION dan CONSIDERATION untuk membantu users kamu mendapatkan produk yang sesuai?	
4	Apakah mekanisme CONSIDERATION kamu dapat mengarahkan buyer ke 1-2 rekomendasi produk / jasa yang sesuai dengan apa yang mereka cari?	
5	Apakah kamu sudah mengdesign <i>shortcut</i> / kata kunci untuk mengarah ke menu?	
6	Apakah kamu sudah mempersiapkan konten yang menarik dan relevan untuk situasi IDK?	