SP-02 · Bài 2

Mỗi vai chấm sản phẩm ở một lúc khác nhau, bằng một thước đo khác nhau

Lớp Người dùng, khách hàng và người mua — ba người khác nhau

Học xong bài này bạn sẽ

- với một sản phẩm cụ thể, ghi được người dùng, người mua và khách hàng mỗi bên chấm sản phẩm vào lúc nào và chấm bằng những thứ gì.
- Chỉ ra được lời chấm của mỗi vai quay về công ty qua con đường nào, và trễ bao lâu.
- Tìm được ít nhất một chỗ trên sản phẩm của bạn mà thước đo của hai vai kéo ngược nhau.

1 · Người mua chấm sản phẩm ở lúc chọn, và lúc đó họ chỉ thấy được một phần của nó

- Người mua gặp sản phẩm ở lúc chọn (point of purchase): đứng trước kệ hàng, lướt một trang bán hàng trên mạng, hoặc xem một bảng báo giá.
- Ở lúc chọn, người mua chỉ chấm được những thứ nhìn thấy, đọc thấy hoặc cầm thử được trong chốc lát.
- Có những thứ người mua không chấm được ở lúc chọn, dù họ rất muốn.
- Khi mua trên mạng, người mua có thêm một nguồn để đoán: lời đánh giá của những người đã dùng.
- Điều đó dẫn tới một hệ quả cho người thiết kế.

2 · Người dùng chấm ở lúc dùng, lặp lại hàng trăm lần, bằng những thứ không thấy được ở lúc mua

- Người dùng gặp sản phẩm ở lúc dùng, và lúc này không phải một lần mà là rất nhiều lần.
- Người dùng chấm bằng những thứ người mua không thấy được.
- Lời chấm của người dùng không về công ty ngay.
- Đây là chỗ cần nói rõ khi người dùng khác người mua.
- Hệ quả cho nhóm làm sản phẩm là lời chấm của người dùng gần như không bao giờ tự tìm về.

3 · Khách hàng chấm sản phẩm bằng chuyện nó có đi qua được khâu bán của họ hay không

- Khi khách hàng là một bên trung gian, như nhà phân phối, chuỗi bán lẻ, hay chủ nhãn hàng đặt gia công, thì họ là vai chấm sớm nhất.
- Thước đo của khách hàng là thước đo của một việc kinh doanh.
- Với xưởng làm hàng gia công, khách hàng là chủ nhãn hàng, và họ chấm theo một cách hơi khác.
- Khách hàng không chấm sai khi dùng những thước đo này.
- Lời chấm của khách hàng về công ty nhanh nhất và rõ nhất trong ba vai.

4 · Ba thước đo có lúc kéo ngược nhau, và sản phẩm phải qua được cả ba cửa

- Đặt ba mục trên cạnh nhau, bạn thấy một thứ tự.
- Khách hàng chấm trước, người dùng chấm cuối, còn lời chấm về tới công ty theo thứ tự ngược lại, nên lời của người dùng về chậm nhất. -->
- Phần lớn thời gian, ba thước đo đi cùng chiều.
- Sách của chúng tôi chốt nguyên lý ở chỗ này: sản phẩm phải qua được cả hai cửa, cửa lúc mua và cửa lúc dùng.
- Một cách làm cho nguyên lý này thành việc cụ thể: với mỗi dòng trong bản yêu cầu sản phẩm, hãy ghi dòng đó phục vụ vai nào.

Bảng tổng hợp

Bảng tổng hợp ba vai chấm sản phẩm

	Khách hàng	Người mua	Người dùng
Chấm lúc nào	sớm nhất, lúc quyết nhận hàng vào danh mục bán	lúc chọn, thường rất ngắn	lúc dùng, lặp lại nhiều lần trong nhiều tháng
Chấm bằng gì	dễ bán, lãi, chỗ kho và kệ, vận chuyển, ít trả về	hình dáng, giá, thương hiệu, lời hứa trên hộp, sự an tâm	dễ dùng, dễ lau, bền, vừa chỗ, hỏng ra sao
Không thấy được gì	sản phẩm sống ra sao trong tay người dùng	những phẩm chất chỉ lộ ra khi dùng	lý do người mua đã chọn món này

Bảng tổng hợp ba vai chấm sản phẩm tiếp

	Khách hàng	Người mua	Người dùng
Lời chấm về công ty qua đâu	đơn đặt hàng, cuộc gặp của phòng kinh doanh	số bán, tỉ lệ chọn so với món bên cạnh	mua lại, giới thiệu, đánh giá, bảo hành, trả hàng
Về nhanh hay chậm	nhanh và rõ nhất	khá nhanh, qua số bán	chậm nhất, có khi không về

Phần giá trị nhất của bài

Chỗ người ta hay làm sai

- **Đo thành công bằng số bán của những tháng đầu**

  Cách tránh là ngay từ lúc đặt mục tiêu, ghi thêm một con số chỉ người dùng mới tạo ra được, như tỉ lệ mua lại hoặc số lần gọi bảo hành, và hẹn ngày đọc nó.

- **Đem mẫu ra phòng họp hỏi ý kiến rồi tưởng đã nghe người dùng**

  Cách tránh là tách hai việc: xem mẫu thì ghi là ý kiến lúc chọn, còn muốn biết lúc dùng thì phải để người ta dùng mẫu trong đúng hoàn cảnh của họ, nhiều ngày.

- **Coi đòi hỏi của khâu bán là không phải việc của thiết kế**

  Cách tránh là đưa mẫu thô cho phòng kinh doanh hoặc một khách hàng trung gian xem sớm, lúc thiết kế còn sửa rẻ.

Ví dụ để khái niệm sáng ra

Ví dụ minh hoạ

- Nhiều món điện tử nhỏ và đồ chơi từng được bán trong vỉ nhựa cứng hàn kín (clamshell).
- Tháng 11 năm 2008, Amazon mở chương trình Frustration-Free Packaging, tạm hiểu là bao bì không gây bực.

Điều rút ra: khi khách hàng đổi thì thước đo đổi, và một chỗ kéo ngược với người dùng có thể biến mất.

Ví dụ dưới đây có thông cáo báo chí công khai của chính hãng, đăng ngày 3 tháng 11 năm 2008, nên bạn tra lại được.

Bài tập tự chấm

Thử nhìn lại việc của mình

- [ ] Lấy sản phẩm bạn đã dùng ở bài tập của bài 1.
- [ ] Kẻ lại bảng tổng hợp với ba cột ba vai, và điền hai hàng đầu cho đúng sản phẩm ấy: mỗi vai chấm lúc nào, chấm bằng những gì.
- [ ] Mỗi ô ghi ít nhất hai thứ cụ thể.
- [ ] Sau đó điền hàng thứ tư: trong ba tháng vừa qua, công ty bạn đã nhận được lời chấm nào của từng vai, qua đường nào.
- [ ] Cuối cùng, tìm một chỗ trên sản phẩm mà thứ một vai muốn làm khó cho vai khác, và ghi ai đã quyết chỗ đó.

Cách tự chấm và lời giải mẫu nằm trong bài trên trang web.

m.school

Đọc trọn bài và làm bài tập tại

mschool.meslab.org/lop/SP-02/bai-02.html

m.school by MES LAB · học không mất phí, không cần đăng nhập