

## ТЕОРИЯ

### Тема: Поведение на онлайн потребителите и клиентски път (customer journey)

#### 1. Въведение в поведението на онлайн потребителите

– Поведението на онлайн потребителите описва начина, по който те взаимодействат с дигиталните платформи и вземат решения за покупка. Разбирането на това поведение е ключово за създаването на ефективни маркетингови стратегии.

- Фактори, влияещи върху поведението
- Мотивация и нужди на потребителите
- Значение за дигиталния маркетинг

#### 2. Етапи в клиентския път (Customer Journey)

– Клиентският път представлява процесът, през който преминава потребителят от първия контакт с марката до извършване на покупка и след това. Всеки етап изисква различен подход за комуникация и ангажиране.

- Осъзнаване (Awareness)
- Обмисляне (Consideration)
- Решение (Decision)
- Действие и лоялност (Action & Loyalty)

#### 3. Анализ и оптимизация на клиентския път

– Анализирането на клиентския път позволява на бизнеса да разбере къде и как потребителите взаимодействат с марката. Чрез тези данни се подобряват потребителското изживяване и ефективността на кампаниите.

- Използване на карти на пътуването (Customer Journey Maps)
- Персонализация на съдържанието
- Измерване на ключови показатели (KPI)
- Подобряване на ангажираността и удовлетвореността

Изготвил: Цветелин Борисов