



# MARKETING FUNNEL CANVAS

A model describing the customer journey from awareness to purchase

BUSINESS :

DESIGNER :

PRODUCT/  
SERVICE :

CUSTOMER  
PERSONA :

 AWARENESS

 PUBLIC

 INTEREST

 PROSPECT

 CONSIDERATION

 LEAD

 PURCHASE

 CUSTOMER

 KEEP CUSTOMER

 GROW CUSTOMER: UP-SELL, NEXT-SELL, AND CROSS-SELL

 GROW CUSTOMER: REFERRAL

top of funnel  
middle of funnel (lead nurturing)  
bottom of funnel (sales)

VIRAL LOOP



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

FORM ID: MFC-01

DESIGNED BY: [EVODEMY.COM](http://EVODEMY.COM)



# MARKETING FUNNEL CANVAS

Canvas Instructions (English Version)

1. The canvas is made for one product/service. If your business has more than one products/services, create one canvas for each different product/service.
2. The canvas is also made for one customer persona and role. Different customer persona/role may experience different journey.
3. Always start with the Purchase stage first, and moving backwards to the Awareness stage.
4. The canvas' main objective is to understand and visualize the customer's journey, hence try your best to put yourself in your customer's shoes. One of the ways to do this is by interviewing your customers directly.

5. **Purchase** Acting as the customer, think about the moment where you made the purchase.

*Where did you buy the product/service? How did you buy it? What payment method are you using? Is there another person involved in the purchase itself?*

6. **Consideration** Acting as the customer, think about all the questions you had about the product/service prior to purchasing. At this stage, you already had the intent to purchase.

*What kind of questions do you have before you can make the decision to purchase? Whom did you ask your questions to? Where did you go (both offline and online) to find out the answers to your questions?*

Think also about all the possible alternatives and competitors that your customer might be evaluating.

*Can I get it for free? Can I ask someone for it? Can I borrow it? Can I rent or lease it? Can I buy a cheaper alternative? Can I assess what other providers are offering? Can I get it through a different business model?*

7. **Interest** Acting as the customer, think about the time when you started to have interests in the product/service and tried to look for more information. At this stage, you don't have the intent to purchase yet.

*What kind of information are important to you at this stage? Where did you go (both offline and online) to find out more information about the product/service?*

8. **Awareness** Acting as the customer, think about the time when you first heard/read about the product/service.

*Where did you hear/read about it the first time? Where were all the other places that you hear/read about it – before you decide to find out more about it?*

9. Now, as you complete the entire GET funnel from awareness to purchase, you can start working on the KEEP and GROW funnels. Most startups may need to focus on the GET funnel first, and revisit the KEEP and GROW funnels at later stages.



## MARKETING FUNNEL CANVAS

Canvas Instructions (English Version)

10. **Keep** Acting as the customer, think about all the interactions that you have with the business after you have made the purchase.

*What kind of information do you keep receiving from the business? What other purchases did you make that are still directly related to your initial purchase?*

11. **Grow: Up-Sell and Cross-Sell** Acting as the customer, think about all the other products/services that you purchased from the same business, after you made the initial purchase.

*What are those products/services?*

12. **Grow: Next-Sell** Acting as the customer, ask yourself whether you would buy the same product/service again in the future.

*What changes would you require from the business before you can make the next purchase of the same product/service?*

13. **Grow: Referral** Acting as the customer, think about the moments when you tell others (friends, families, followers) about the product/service you have purchased.

*What positive moments did you share that could potentially inspire/influence others to purchase the same product/service?*

14. If the business is not the producer (e.g. retailers), examine each item on the canvas, and identify which ones are provided by the producer, and which ones are provided by the business.

15. Now that the canvas is complete, go and test with other customers whom you believe are within the same persona. Every new and different things you discover will allow you to develop better and more specific persona – or will allow you to confirm the details of customer journey as outlined in this canvas.



# MARKETING FUNNEL CANVAS

Canvas Instructions (versi Bahasa Indonesia)

1. Kanvas ini dibuat untuk satu jenis produk atau layanan. Jika bisnis Anda memiliki lebih dari satu produk/layanan, buatlah satu kanvas untuk setiap produk/layanan yang berbeda.
2. Kanvas ini juga dibuat untuk satu persona dan peran pelanggan. Persona/peran pelanggan yang berbeda akan mengalami perjalanan yang berbeda.
3. Selalu mulai dengan tahap *Purchase* terlebih dahulu, dan bergerak mundur ke tahap *Awareness*.
4. Tujuan utama dari kanvas ini adalah untuk memahami dan memvisualisasikan perjalanan pelanggan. Oleh karena itu, cobalah sebaik mungkin untuk menempatkan diri Anda pada posisi pelanggan Anda. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan mewawancarai pelanggan Anda secara langsung.
5. **Purchase** Bertindak sebagai pelanggan, pikirkan saat-saat Anda melakukan pembelian.

*Dimanakah Anda melakukan pembelian produk/layanan? Bagaimana Anda membelinya? Metode pembayaran apa yang Anda gunakan? Apakah ada orang lain yang terlibat dalam pembelian itu sendiri?*

6. **Consideration** Bertindak sebagai pelanggan, pikirkan pertanyaan (pertimbangan) yang Anda miliki tentang produk/layanan sebelum melakukan pembelian. Pada tahap ini, Anda sudah memiliki keinginan untuk membeli.

*Pertanyaan macam apa yang Anda miliki sebelum Anda membuat keputusan untuk membeli? Kepada siapakah Anda mengajukan pertanyaan? Kemana Anda pergi (offline dan online) untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan Anda?*

Pikirkan juga semua kemungkinan alternatif dan pesaing yang mungkin akan dievaluasi oleh pelanggan Anda.

*Bisakah saya mendapatkannya secara gratis? Dapatkah saya meminta seseorang untuk mendapatkan itu? Bisakah saya meminjamnya? Dapatkah saya menyewanya? Dapatkah saya membeli alternatif yang lebih murah? Dapatkah saya pertimbangkan penyedia lain (kompetitor) untuk produk/layanan yang sejenis? Bisakah saya mendapatkannya melalui model bisnis yang berbeda?*

7. **Interest** Bertindak sebagai pelanggan, pikirkan saat Anda mulai memiliki minat pada suatu produk/layanan dan mencoba mencari informasi lebih lanjut. Pada tahap ini, Anda belum memiliki niat untuk membeli.

*Informasi apa yang penting bagi Anda pada tahap ini? Kemana Anda pergi (offline dan online) untuk mengetahui lebih banyak informasi tentang produk/layanan?*

8. **Awareness** Bertindak sebagai pelanggan, pikirkan saat pertama kali Anda mendengar/membaca tentang produk/layanan tersebut.

*Darimana Anda mendengar/membaca tentang produk/layanan ini untuk pertama kalinya? Di tempat mana saja Anda mendengar/membaca tentang produk/layanan ini - - sebelum Anda memutuskan untuk mencari tahu lebih banyak tentang hal itu.*



## MARKETING FUNNEL CANVAS

Canvas Instructions (versi Bahasa Indonesia)

9. Setelah Anda menyelesaikan keseluruhan GET *funnel* (corong) mulai dari *Awareness* sampai pada *Purchase*, Anda dapat mulai mengerjakan tahap KEEP dan GROW. Kebanyakan *startups* mungkin perlu fokus pada tahap GET terlebih dahulu dan mengunjungi kembali saluran KEEP dan GROW pada tahap selanjutnya.

10. **Keep** Bertindak sebagai pelanggan, pikirkan semua interaksi yang Anda hadapi dengan bisnis tersebut setelah Anda melakukan pembelian.

*Informasi apa yang Anda terima dari bisnis ini? Pembelian apa lagi yang Anda lakukan yang masih terkait langsung dengan pembelian awal Anda?*

11. **Grow: Up-Sell and Cross-Sell** Bertindak sebagai pelanggan, pikirkan semua produk/layanan lain yang Anda beli dari bisnis yang sama, setelah Anda melakukan pembelian awal.

*Apa saja produk/layanan itu?*

12. **Grow: Next-Sell** Bertindak sebagai pelanggan, tanyakan pada diri sendiri apakah Anda akan membeli produk/layanan yang sama lagi di masa depan.

*Perubahan apa saja yang Anda butuhkan dari bisnis sebelum Anda dapat melakukan pembelian kembali pada produk / layanan yang sama?*

13. **Grow: Referral** Bertindak sebagai pelanggan, pikirkan saat-saat ketika Anda memberi tahu orang lain (teman, keluarga, pengikut) tentang produk / layanan yang telah Anda beli.

*Apa saat-saat positif yang Anda bagikan yang berpotensi menginspirasi / mempengaruhi orang lain untuk membeli produk / layanan yang sama?*

14. Jika bisnis bukan merupakan produsen (misalnya pengecer), periksa setiap item di kanvas, dan identifikasi mana yang disediakan oleh produsen, dan mana yang disediakan oleh bisnis.

15. Setelah Anda menyelesaikan kanvas, pergilah dan ujilah dengan pelanggan lain yang Anda yakini berada dalam kategori persona yang sama. Setiap hal baru dan berbeda yang Anda temukan akan memungkinkan Anda untuk mengembangkan persona yang lebih baik dan lebih spesifik - atau akan memungkinkan Anda untuk mengkonfirmasi rincian perjalanan pelanggan sebagaimana diuraikan dalam kanvas ini.