

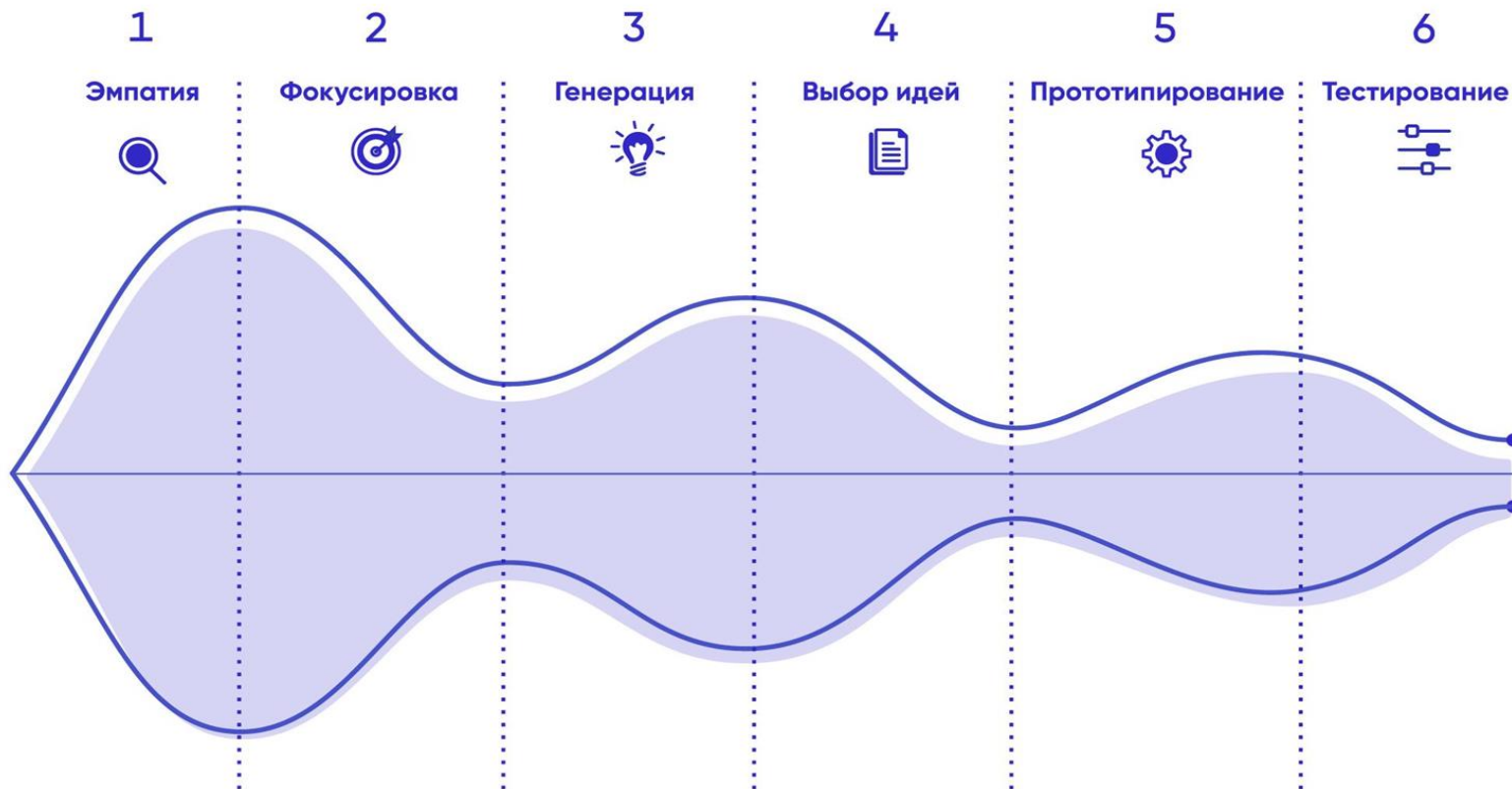
Человекоцентричные решения:

Инструмент — глубинное интервью

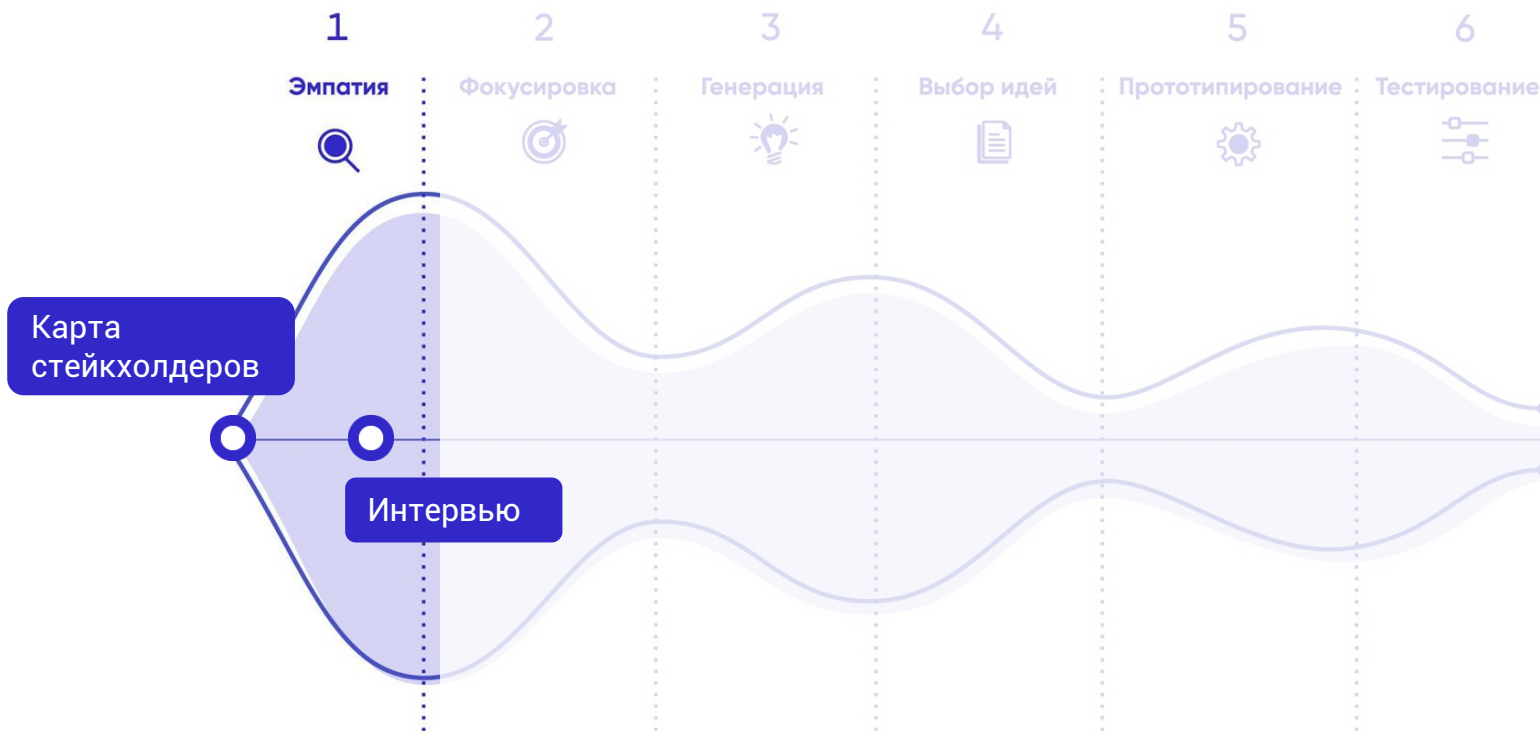
Форматы исследований потребностей целевой аудитории

15.03.2023

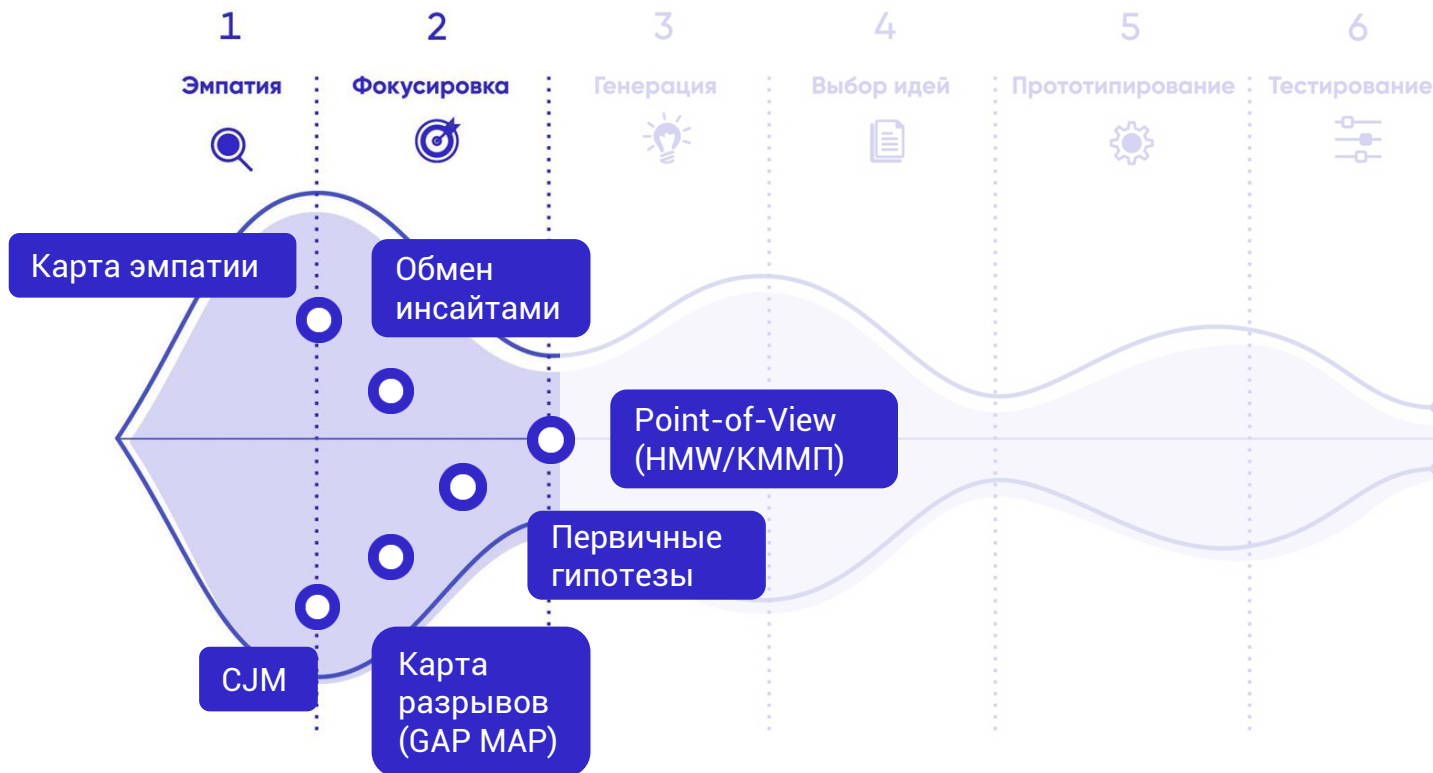
Процесс дизайн-мышления



Дизайн-мышление. Эмпатия



Дизайн-мышление. Фокусировка



Лучшие практики дизайн-мышления

Дизайн-мышление в Сбере

ВЫЗОВ

Как мы можем помочь мамам вернуться из декрета в рабочий режим?

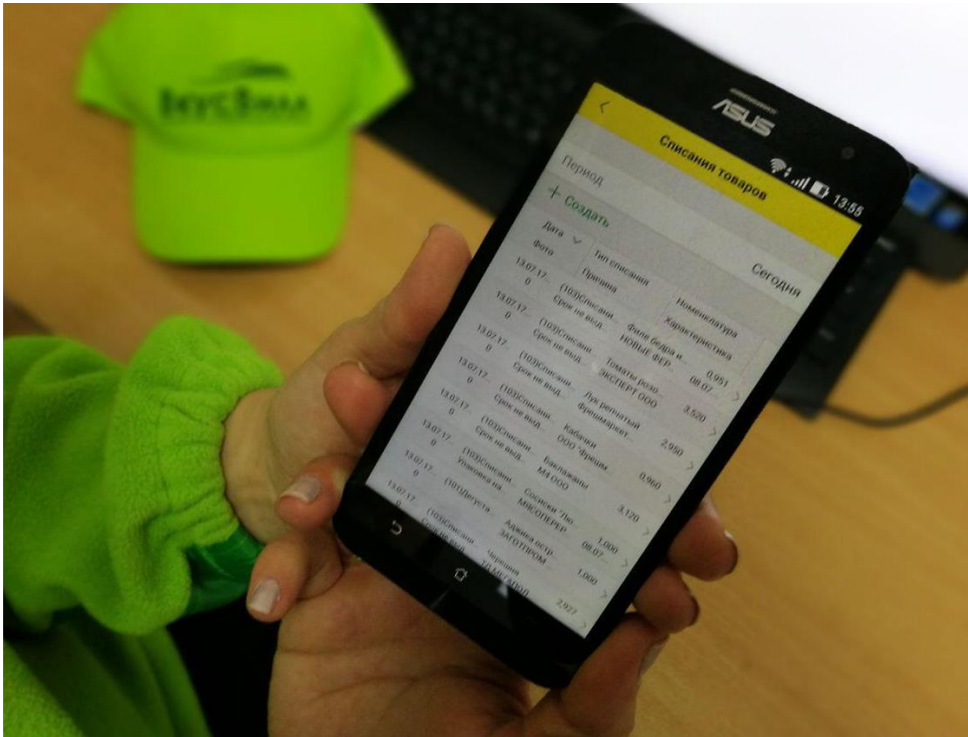
РЕЗУЛЬТАТ

Мама возвращается из декрета могут работать по несколько часов в день из дома.

[Кейс Сбер](#)



Эмпатия к сотрудникам: приложение ВкусВилл



«ВкусВилл» не только следует общемировому тренду диджитализации, но даже немного опережает его. Одно из интересных внедрений – собственное мобильное приложение для сотрудников. Теперь операционная система есть у каждого в телефоне, и вся информация от возвратов, списаний товара до поломок оборудования идет через него в единую систему. Сломался холодильник – сделал фото – отослал – и информацию тут же получили в центральном офисе.

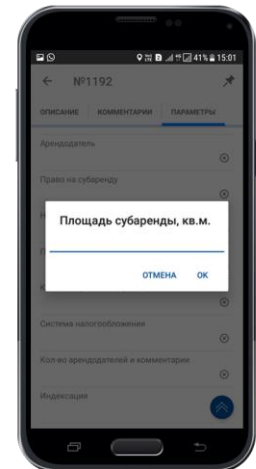
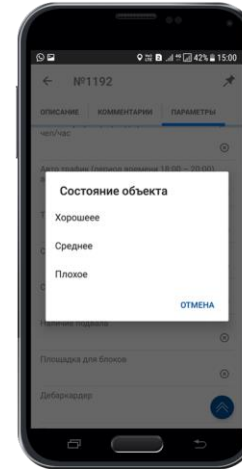
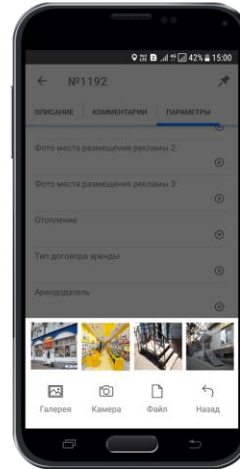
Источник: <https://www.retail.ru/cases/vkusvill-kak-upravlyat-rozничной-setyu-s-pomoshchyu-smartfona/>

Проект **ВкусВилл**, 2017 год.

Эмпатия к сотрудникам: приложение ВкусВилл

Функционал мобильного приложения:

- Автоматизирована работа мерчендайзеров через механизм задач и фотоотчетов,
- Инвентаризация товара,
- Списание товара,
- Приемка товаров в магазине,
- Корпоративный телефонный справочник,
- Система оповещений и сообщений в мобильном,
- Регистрация рабочего времени аутсорсеров,
- График регламентных работ в магазинах,
- Механизм заявок на ремонт.



Эмпатия к сотрудникам: приложение ВкусВилл

2,5

месяца

Проектирование
MVP

5

месяцев

Разработка и
запуск MVP

1,5

месяца

Опытная
эксплуатация

2

месяца

Внедрение

Эмпатия к сотрудникам: приложение ВкусВилл

2,5
месяца

Проектирование
MVP

5
месяцев

Разработка и
запуск MVP

1,5
месяца

Опытная
эксплуатация

2
месяца

Внедрение

Клиенто-
центричная
разработка

Эмпатия:

- Е.М сотрудников
- Карта бизнес-процессов
- Карта проблем (GAP map)
- Job Stories
- Прототипирование

Разработка:

- User Journeys
- JTBD-канвасы
- Инструменты разработки

Тестирование:

- Запуск в 3 магазинах
- Доработка
- Перетряхивание бэклогов
- Апгрейд

Масштабирование:

- Обучение сотрудников
- Небольшие доработки в сценарии
- Расширение функционала

Эмпатия к сотрудникам: приложение ВкусВилл



Смартфоны от “Мегафон”. Цена 1 телефона -
1 рубль



Разработка приложения: входит в контракт с
1С. Стоимость ПО -
0 рублей



Внедрение и интеграция с другими системами -
5 миллионов рублей



Ежемесячная экономия -
10-ки миллионов рублей

Этап «Эмпатия»: Методы исследования клиентского опыта

Что такое эмпатия?



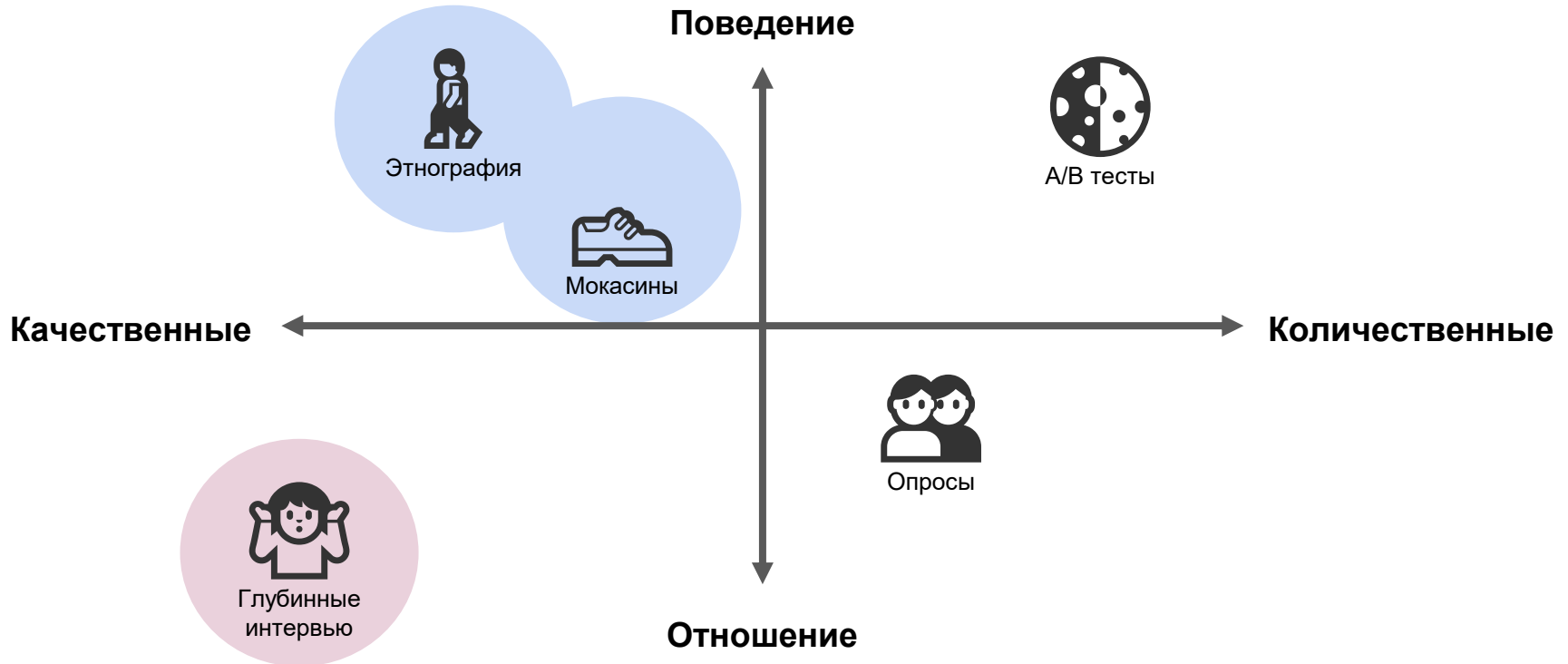
Эмпатия

— **осознание разрыва**
между нашим опытом и
опытом другого человека

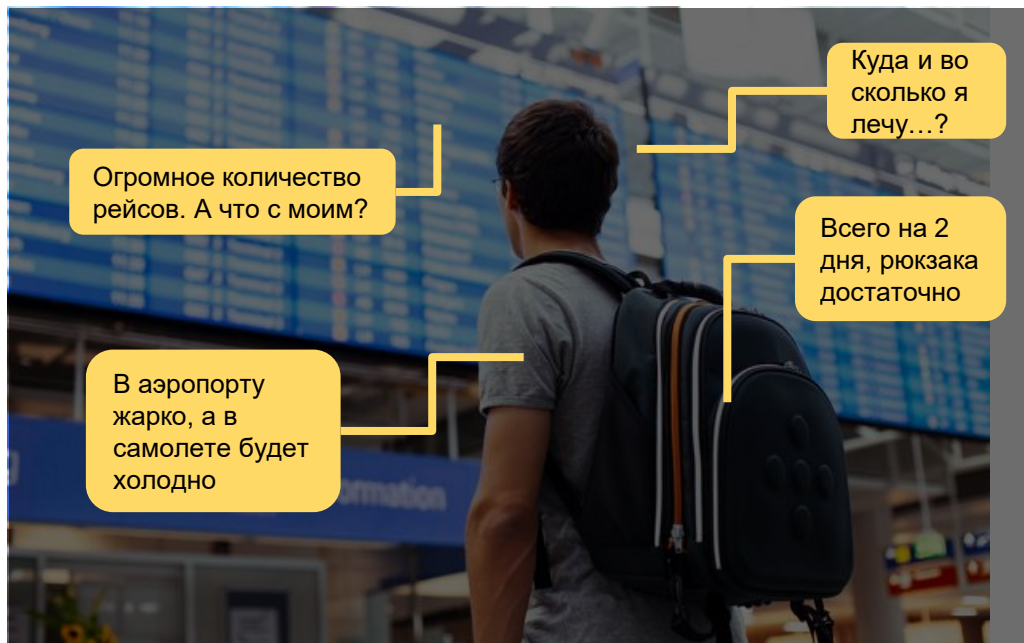
И **желание его преодолеть**



Методы исследований



Наблюдения



Роли на этнографии

«Тень»



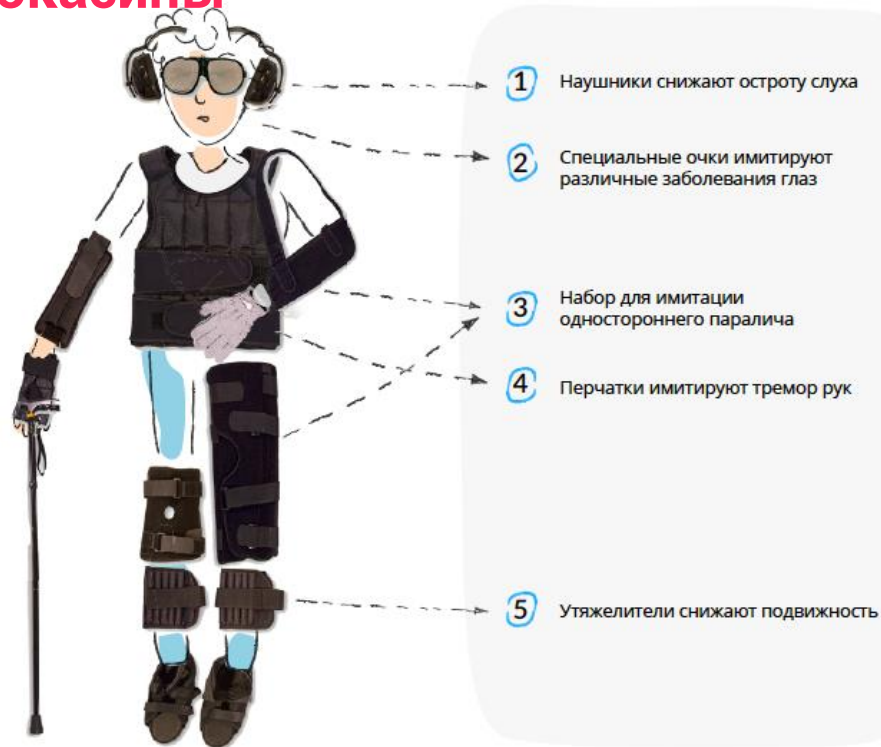
«Наблюдатель»



Мокасины



Мокасины



Глубинное интервью

Сколько нужно респондентов?

Количество
найденных
проблем %

100

75

50

25

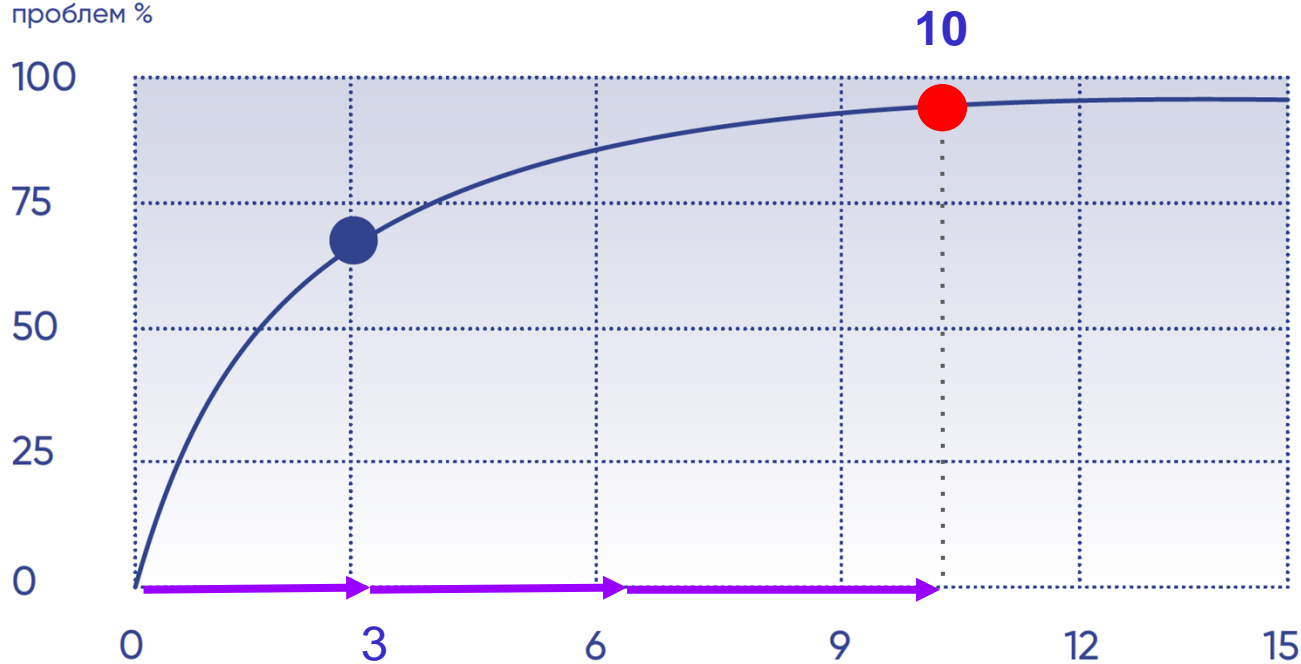
0

Количество
респондентов

Nielsen, Jakob, and Landauer, Thomas K.: "A mathematical model of the finding of usability problems," Proceedings of ACM INTERCHI'93 Conference (Amsterdam, The Netherlands, 24-29 April 1993), pp. 206-213

Сколько нужно респондентов?

Количество
найденных
проблем %

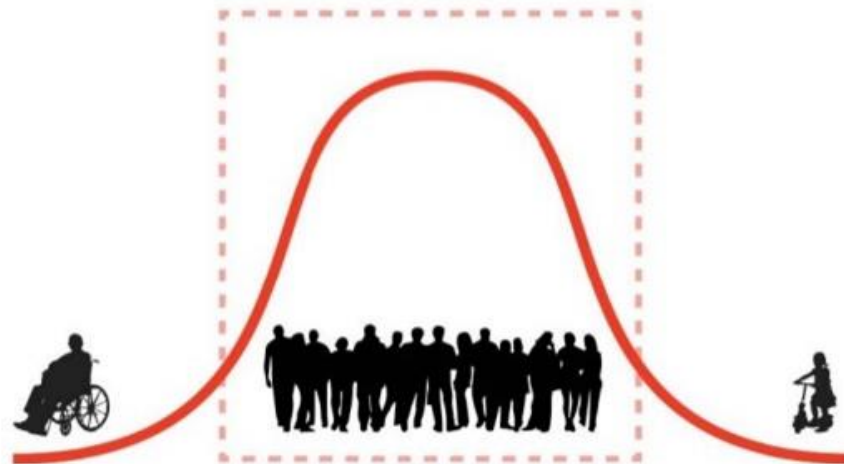


Количество
респондентов

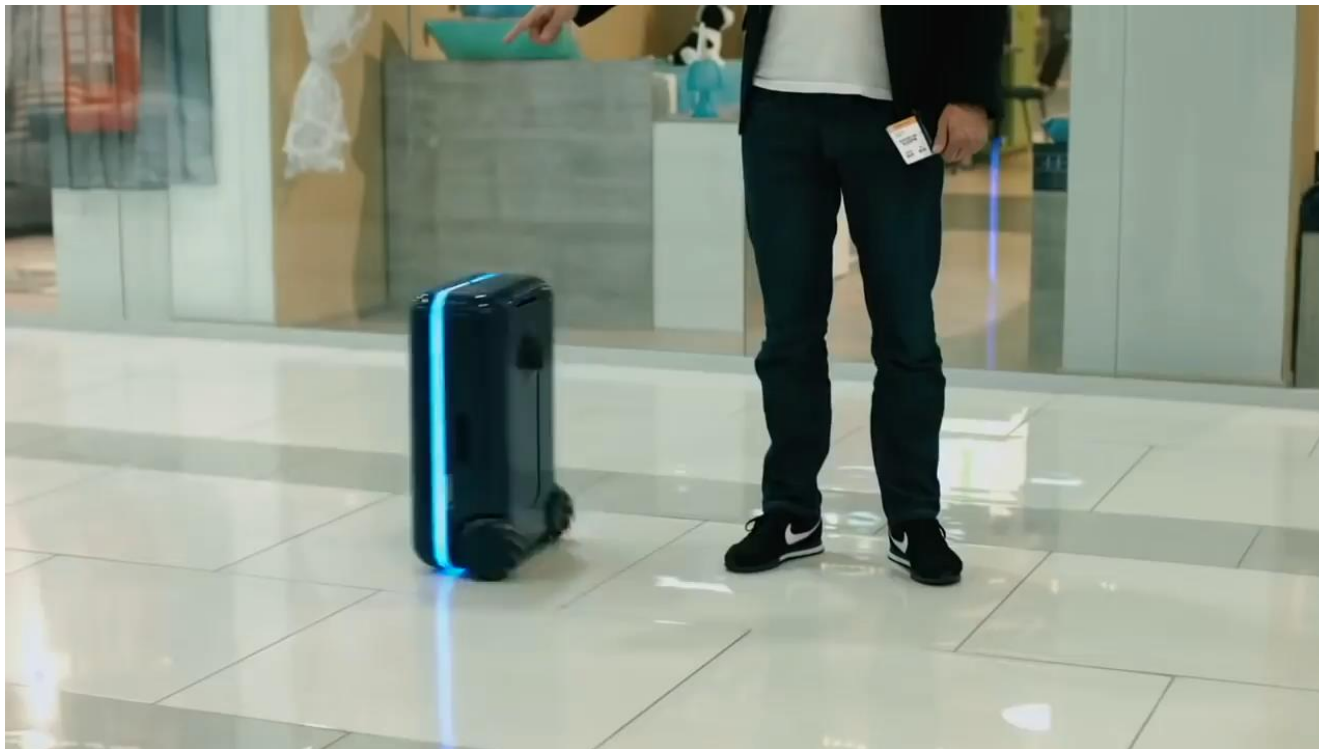
Nielsen, Jakob, and Landauer, Thomas K.: "A mathematical model of the finding of usability problems," Proceedings of ACM INTERCHI'93 Conference (Amsterdam, The Netherlands, 24-29 April 1993), pp. 206-213

С кем общаться?

- Экстремальные пользователи:
 - Инвалиды
 - Пожилые люди
 - Клиенты конкурентов
 - От нас отказались
 - Недавно начали пользоваться
 - Нас обожают
 - Нас ненавидят
 - Нами никогда не пользовались
- Эксперты



Travelmate Robotics



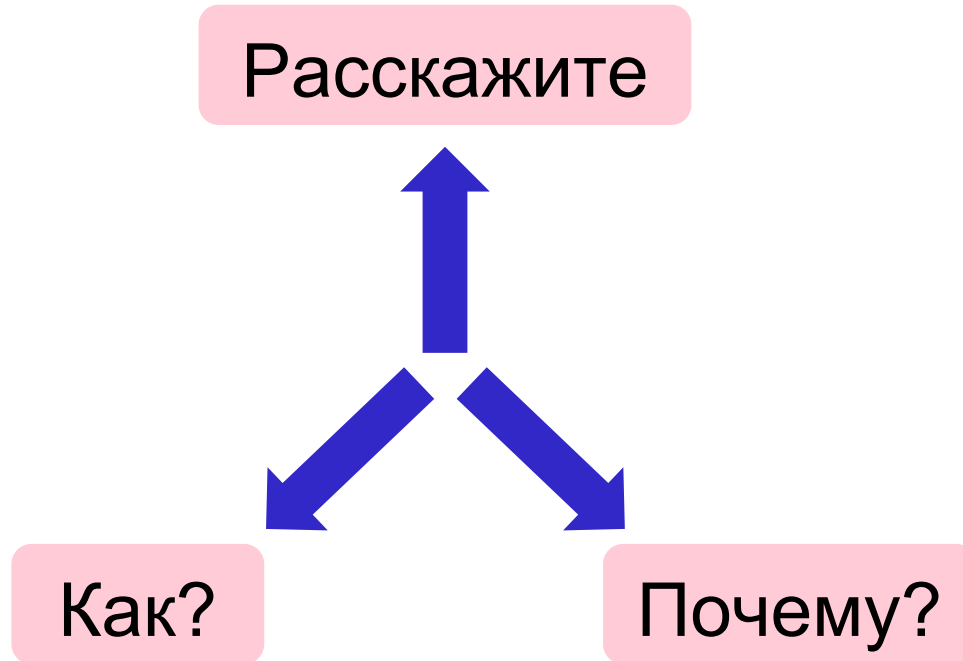
<https://travelmaterobotics.com/>

Уточнение сегмента аудитории



- Какие пользователи испытывают потребность в вашем продукте?
- Какие у них особенности? Что отличает их от других людей из тех же демографических и психографических сегментов?
- В каких жизненных ситуациях их потребность обостряется?
- Есть ли люди, которые решили проблему без вашего участия?
- Кому ещё, кроме прямых пользователей важно чтобы ваш продукт работал? Кому важно благополучие ваших пользователей?

Открытые вопросы



5 Почему

Почему?

Почему?

Действие

Цель

Ценность



5 элементов хорошей истории



Что мешает провести хорошее интервью?

- Разговор на отвлеченные темы
- Стремление продать свою идею
- Позиция всезнайки
- Споры с респондентом
- Страх получить неприятную обратную связь

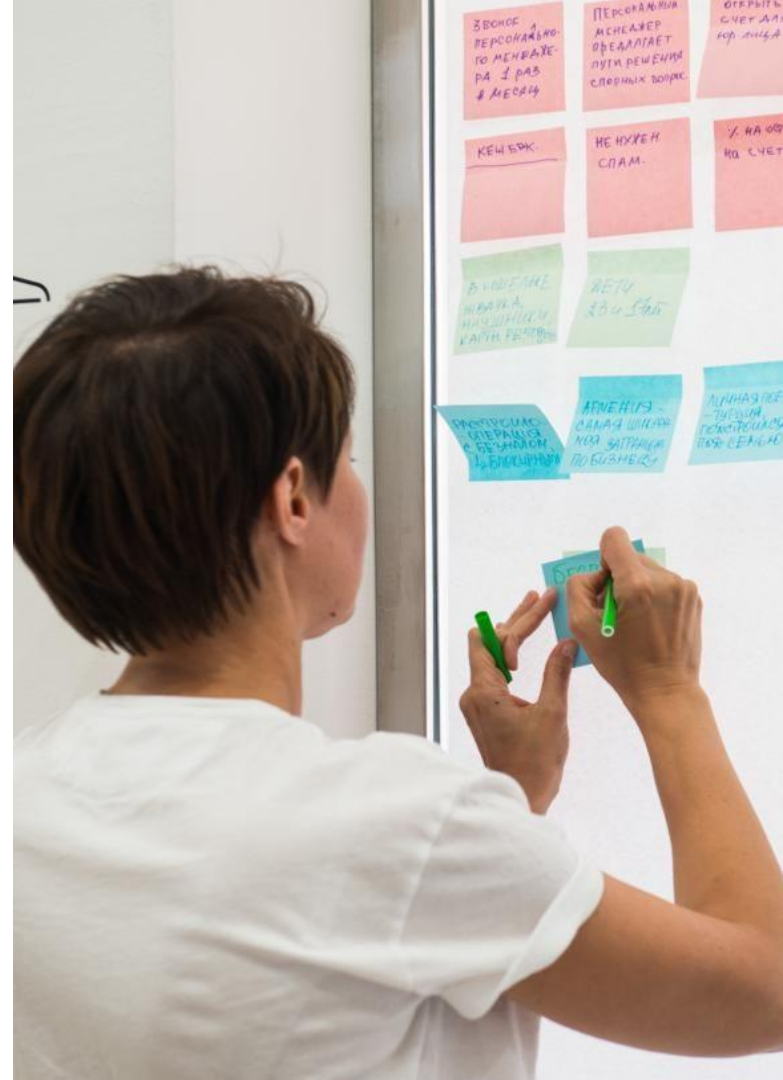


Гайд-интервью

Гайд-интервью

Это опорный сценарий для вашей беседы с респондентам.

Гайд помогает разбить ваше интервью на блоки и вопросы, чтобы лучше погрузиться в опыт пользователя.





Генри Форд

«Если бы я спрашивал людей,
чего они хотят, они бы попросили
более быструю лошадь»



3 важных момента в глубинных интервью

- ❑ Говорите с респондентам об их жизни, а не о вашей идеи
- ❑ Спрашивайте о конкретных вещах, которые происходили в прошлом, а не о взглядах или мнениях на перспективу
- ❑ Меньше говорите, больше слушайте



Проведение и обработка интервью

Подготовка к интервью

- Выберите подходящее место
- Расскажите о цели интервью
- Расскажите об условиях конфиденциальности
- Объясните формат интервью и продолжительность
- Представьте команду респонденту
- Попросите у респондента разрешение на запись аудио/видео
- Уточните есть ли у респондента вопросы
- Задаете вопросы для установки контакта и разогрева
- Начинаете задавать вопросы для проверки ваших гипотез



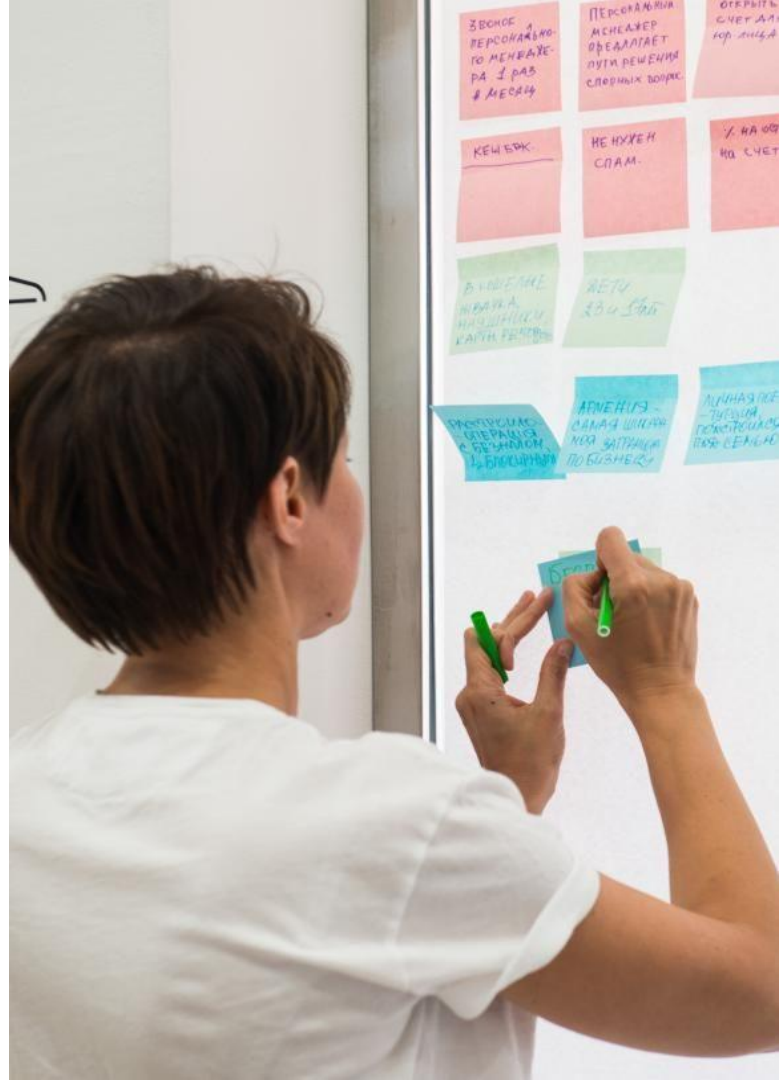
Роли исследователей в полях

- **Интервьюер** — задаёт вопросы, ведёт беседу
- **Писатель** — слушает, делает записи



Обработка интервью

1. Разберите интервью на цитаты на стикерах – можете сначала составить транскрипт, можете сразу слушать и записывать цитаты, как вам будет удобнее;
2. Одна цитата = один стикер = одна часть информации;
3. В одном стикере не более 4 строк;
4. Соблюдайте правила русского языка - орфография, грамматика, пунктуация;
5. Цитаты начинаются с большой буквы, в конце точка не ставится;
6. Названия компаний / продуктов / сервисов пишите на английском (на русском только если в оригинале так и пишется);
7. Чтобы визуально лучше воспринималось - разбивайте цитаты на логические блоки, выделяйте самые важные цветом



Telegram-канал

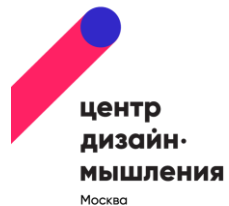


t.me/dtcenter_moscow

Практическая работа и следующие шаги

Задание к следующей встрече (22 марта 23):

1. Выбрать 1-2 сегмента, с кем хочется поговорить;
2. Понять сколько будет интервью;
3. Описать процесс рекрутирования пользователей, собрать предварительные договорённости о готовности;
4. Составить гайд, сделать тестовое интервью



@ mail@dtcenter.ru
w dtcenter.ru
f t.me/dtcenter_moscow