

Исследование потребителя

это тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях

Основной инструмент – интервью

- Проблемное интервью: выявляете есть ли проблема и определяете цену ее решения для клиента
- Решенческое интервью: определяете готов ли клиент купить продукт с предлагаемой функциональностью

Проблемное интервью

①

Есть ли проблема?

②

Как клиент оценивает проблему?

③

Как он решает эту проблему сейчас?

④

Насколько Клиентский сегмент
привлекателен для бизнеса?

Решенческое интервью

①

Обозначение проблемы

②

Обозначение решения

③

Как клиент оценивает решение

④

Насколько решение ценно для клиента
и готов ли он за него платить?

Последовательность шагов

①

Разрабатываем сценарии

②

Решаем, «где брать» нашу ЦА

③

Фиксируем результаты (диктофон)

④

Анализируем полученные результаты

в команде

Что нужно получить в результате?

①

Подтвердить или опровергнуть **гипотезу**

②

Найти общие шаблоны поведения

③

Найти инсайды!

④

Улучшить свое понимание того,
«как работает» ваш рынок

Спрашивайте о **прошлом**, а **не о будущем**

Плохие вопросы:

- Что вы думаете о нашей идее?
- Вы бы купили продукт, который решает эту проблему?
- Сколько вы готовы заплатить за наше решение?

Хорошие вопросы:

- Расскажите подробно о том, как вы сталкивались с этой проблемой и как ее решили
- Сколько денег вы теряете из-за этой проблемы, есть ли у вас бюджет на это направление?
- С кем бы вы порекомендовали мне пообщаться?

Процесс интервью

- Приветствие (войдите в доверие)
- Кто ваш собеседник
- Проблема (о чем будет интервью)
- Исследование как думает клиент
- Текущий рабочий процесс
- Резюме (я вас правильно понял, что..?)
- Благодарность за время и контакты
- Документирование результатов

Где взять контакты?

- Прийти в место скопления клиентов
- Спросить первых целевых клиентов
- У друзей
- У друзей друзей
- Facebook, LinkedIn
- На сервисах типа youdo.com

Сколько интервью достаточно?



200 интервью



Маленькие
клиенты
чек до \$500



50 интервью



Средние
клиенты
чек до \$20000



10 интервью



Крупные
клиенты
чек >\$20 000

Зачем так много?!

Пока команда не общается с клиентом –
она **коллективно галлюцинирует**
о потребностях, функциях и наличии клиентов.

Задание к следующему занятию

- Выдвиньте три гипотезы о своих клиентских сегментах и постройте для этих трех гипотез карту бизнес-модели (или, если уже сделали это – используйте его)

- Составьте шаблон интервью с каждым из клиентских сегментов.

- Выберите один из клиентских сегментов и сделайте с ним 50 интервью

- Проанализируйте полученную информацию: какие гипотезы были подтверждены, какие опровергнуты, какие инсайты получили