



СПРОСИ МАМУ

Как общаться с клиентами и
подтвердить правоту своей
бизнес-идеи, если все кругом
врут?

РОБ ФИТЦПАТРИК

Последовательность шагов

- Выберите клиентский сегмент
- Сформулируйте цели сбора информации
- Продумайте идеальный сценарий последующих шагов и обязательств
- Выберите респондентов и предположите, что их заботит
- Избегайте формализма
- Задавайте правильные вопросы, которые пройдут «Тест для мамы»
- Игнорируйте информацию, которая может ввести в заблуждение
- Делайте заметки
- Добивайтесь обязательств и фиксируйте очередные шаги
- Проанализируйте записи и важные реплики клиента
- Внесите коррективы в ваши концепции и планы

Положительные результаты

- Факты

Конкретная и актуальная информация, чем занимаются и зачем это делают

- Обязательства

Демонстрируют серьезность намерений.
Вкладывают время, репутацию или деньги

- Поступательное движение

Перешли на очередную ступень воронки продаж и приблизились к покупке

Тест для мамы

- Говорите о жизни собеседника, а не о вашей идее
- Спрашивайте о конкретных вещах, которые происходили в прошлом
- Меньше говорите, больше слушайте

Методология Яндекса: первый опыт

- Предметная область: сервис для продажи ПО для ЭБУ двигателей.
- Наше влияние: разработка и поддержка протоколов защиты и всего сервиса в целом на протяжении 7 лет.
- Цель: приоритезация бэклога (поэтому сегменты нерепрезентативные).

Кто бы мог подумать:

- Составлять вопросы сложно
- Сложно не курить при систематизации

Хорошие и плохие вопросы

- — *Расскажите о дальнейших целях по работе с Ad Acta?*

Ожидание: «Стать корпоративным партнером, открыть второй сервис»

Реальность: «Будем работать! Только вперед!»

- — *Часто ли клиенты возвращаются на сток?*

Ожидание: узнаем, есть ли проблема с отсутствием стока и как ее решает

Реальность: эмоциональная болтовня

- — *Вопросы по спорным паттернам на странице партнера*

Ожидание: «Забыл/не было времени/не нашел»

Реальность: «Не знал про это обновление сервиса»