

Marketing Excellence:

Persona. Как изучать аудиторию

31 июля 2018 года

Определение

Persona – персона покупателя. Вымышленный представитель целевой аудитории с типичными характеристиками (возраст, пол, достаток, интересы)*.

Персона – инструмент, который помогает нам сегментировать и структурировать информацию о нашей целевой аудитории.

* *multitrans.ru*

Демография слабо помогает маркетологам

Соц-дем профиль клиента:

Белый

Мужчина

Родился в Великобритании в 1948 году

Во втором браке

Годовой доход свыше 1 000 000 фунтов

По крайней мере, двое детей

Демография слабо помогает маркетологам

Соц-дем профиль клиента:

Белый

Мужчина

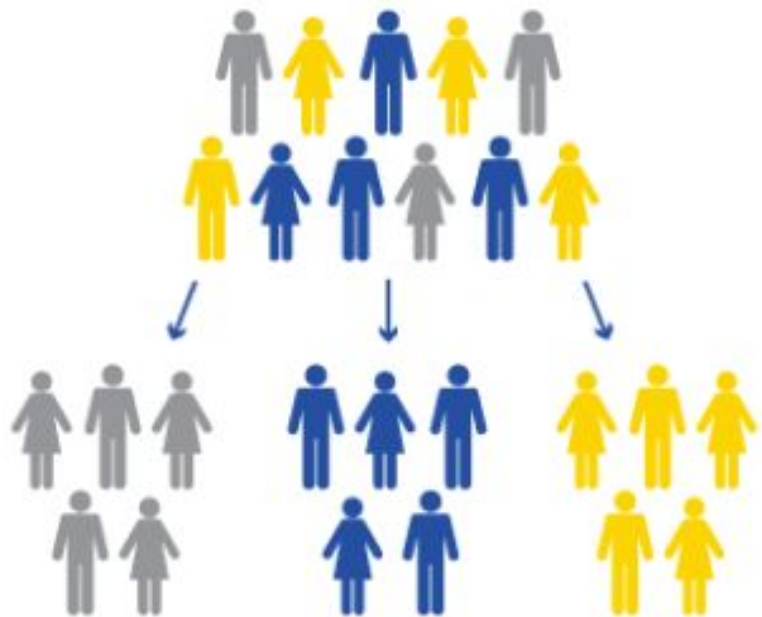
Родился в Великобритании в 1948 году

Во втором браке

Годовой доход свыше 1 000 000 фунтов

По крайней мере, двое детей





Способ структурировать аудиторию:

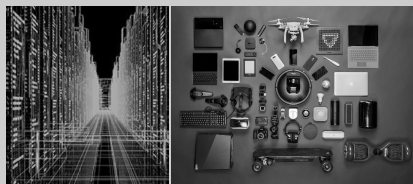
1. Разделить на небольшие группы
2. Описать отдельных представителей этих сегментов

Профиль персоны

The technology leader



Alex Nowak



Keywords:

Digital, problem solving, tech, leadership, gadgets, innovation, strategy, sport, budgets, CX, IoT, AI, data, mobile, humor

"I don't fix laptops. I contribute to the business strategy. I look at the next business model for my business"

Profile

Age: 44 (younger than counterparts)
Job: CIO, been in role for 4 years and will have another 4 years in role
Earning: £98,000 - £138,000 / year
Company: FTSE 350 media business
Qualifications: Trained to degree level in IT
Career: Majority spent in IT
Consumption habits: Google, CIO UK, Wired, MIT Tech, Information Weekly, BBC, IoD, peer networking, blogs, SxSW, Tech Crunch, Gartner, Mashable, Economist
Social media: Facebook, LinkedIn and Twitter

CIO stats

- 7%-14% of CIOs are female (2004 - 2014)
- 64% of CIOs see their role as a destination in itself
- 17% of CIOs have a role in the executive leadership team
- 48% of the C-suite do not think that the CIO needs to be involved in discussing business challenges and performance
- Consumes 5 content pieces before speaking to a company
- They want to be contacted 5 days after consuming content

Narrative

- Alex is highly motivated, works extremely hard, works long hours and delivers on the (often too low) expectations of the leadership. There is room for improvement when it comes to communication and leadership skills. Well practiced in expecting the unexpected and enjoys his job and getting his hands dirty. On a journey that never ends. Logical and scientific in nature. Reports to the CEO and has a good rapport. Responsible for information systems, technology, computer systems, team leadership, senior executive relationships, IT security and stability

Functional needs / challenges

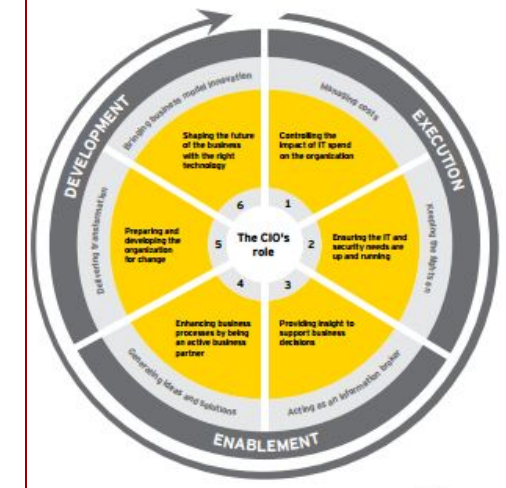
Challenges

- Getting buy in from leadership teams
- Budget and cost optimisation
- IT security
- Finding talent

Needs

- Getting core IT agenda items in order
- Keeping IT function secure and efficient
- Developing new business models
- Show art of possible - big data, cyber, innovations, AI, IoT, cloud, transformation

The core elements of the CIO's role



Emotional needs

Worries

- Sometimes not taken seriously enough with tech not seen as strategic part of the business.
 - "Where do I go from here?"
 - IT stability = business stability
 - Not knowing what he doesn't know
- #### Passions
- Keen to get a seat at the top management table
 - One day would like to be CEO

Источники информации об аудитории

Количественные исследования

- Исследования (в т.ч. любые открытые данные)
- Веб-трафик
- Соцмедиа,
- онлайн-форумы
- Анализ поисковых запросов, трендов

Качественные исследования

- Интервью
- Фокус-группы
- Этнографические исследования

Источники PwC

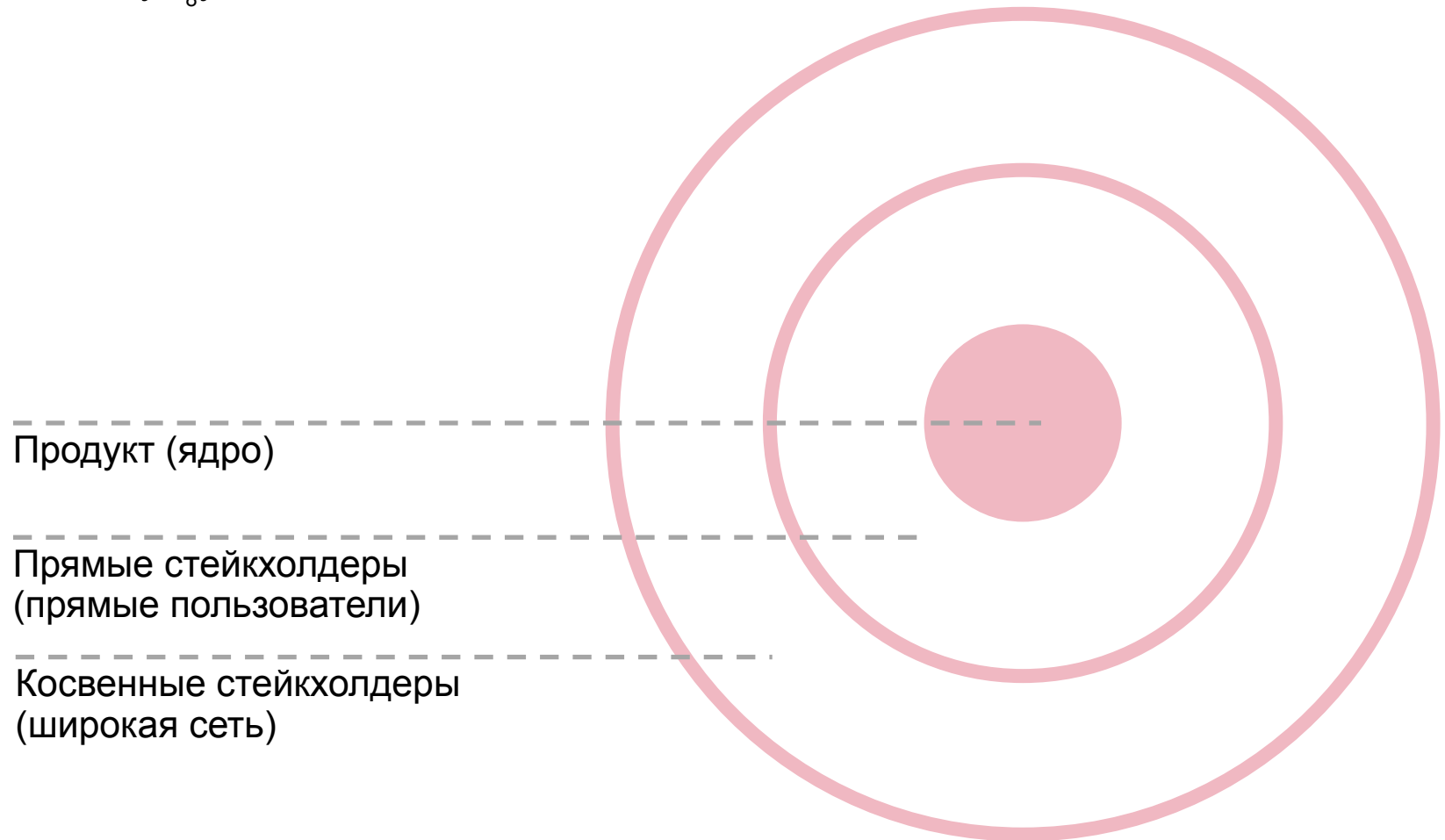
- Мероприятия
- Результаты продвижения контента (количество просмотров, скачиваний, перепостов и т.д.)
- Аналитика соцмедиа
- Client Feedback
- Salesforce
- Alumni data

Методы дизайн-мышления

- Глубинное интервью
- Экспертное интервью
- Наблюдение и этнография
- Мокасины
- Исследование аналогов

Карта стейкхолдеров

Определяем и фиксируем на карте позиции всех, кто соприкасался с продуктом или услугой, чтобы учесть интересы всех.



Глубинное интервью

Изучаем прошлый опыт и мотивацию пользователей, чтобы выявить проблемы и узнать о возможностях для новой услуги или лучшего продвижения.

С кем делать? С экстремальными пользователями, обычными пользователями и НЕ-пользователями.

Этапы интервью	Ключевые вопросы
Знакомство и разогрев <i>Представление участников, целей интервью, условий конфиденциальности и временных затрат</i>	<ul style="list-style-type: none">- Здравствуйте, меня зовут... , я провожу...- У вас найдется 10-15 минут- Расскажите, пожалуйста...
Фокусировка и погружение <i>Приближение к теме исследования, углубление в контекст и погружение в мир пользователя</i>	<ul style="list-style-type: none">- Где вы...?- Как вы планировали...?- Как вы справляетесь с ...?
Истории из жизни <i>Самая глубокая точка интервью! Здесь пользователь делится своим прошлым опытом</i>	<ul style="list-style-type: none">- С какими сложностями вы сталкиваетесь...?- Что больше всего испортило...?- Расскажите историю, как вы справились...?- Что лично вам помогло бы...?
Завершение и расслабление <i>Завершение разговора на позитивной ноте и выход из интервью</i>	<ul style="list-style-type: none">- Спасибо- Есть ли у вас вопросы...?

Советы и подсказки

- *Слушайте внимательно, не перебивайте*
- *Задавайте вопрос «Почему?» так часто, как это возможно*
- *Работает правило 80/20: во время интервью 80% времени говорит ваш респондент, а 20% - вы.*
- *Главная цель интервью – собрать позитивные или негативные истории из прошлого опыта пользователя.*
- *Если вы делаете продукт для банковского сектора, а пользователь рассказывает вам о парковках – изучите его опыт и в этой области.*
- *Попросите пользователя здесь и сейчас продемонстрировать взаимодействие с продуктами или сервисами, которые ему нравятся или не нравятся (по возможности).*

Экспертное интервью

Получаем компетентные оценки и знания от экспертов в исследуемой области.
Разновидность глубинного интервью.

Подходит, если хотим подробнее узнать о работе того или иного продукта, специфических характеристиках, подводных камнях и тонких моментах, которые могут оцениваться только экспертами.

Советы и подсказки

- *Лучше провести 3-5 интервью с разнопрофильными экспертами, вся сессия может занять несколько месяцев. При этом даже один эксперт может сильно обогатить опыт.*
- *По возможности, проводите интервью в естественной для эксперта среде, так вы сможете еще и наблюдать за ним в рабочей обстановке.*
- *Экспертов можно искать в отличных от вашей областях, где решаются схожие задачи.*

Наблюдение и этнография

Проводим включенные наблюдения за пользователями и процессами на месте, в контексте решаемой задачи.

Кейс: проектирование приложения для гостей города Москвы

Цель: Команда Wonderfull изучала пользовательские сценарии гостей Москвы. Провели более 50 встреч. На базе исследований определили задачи продукта и сформировали продуктовую гипотезу.

Что нравится <i>Наблюдайте за персональными предпочтениями</i>	Что не нравится <i>Наблюдайте за конкретными проблемами</i>	Привычки <i>Наблюдайте за установленными шаблонами поведения</i>	Место: метро Москвы Кто: семейная пара из Испании Цель наблюдения: поиск ключевых проблем в навигации по городу на метро для иностранных туристов.
Доброжелательность. Даже если люди не понимают, стараются помочь, объяснить	Языковой барьер. Сложно объясняться с кассиром при покупке билета.	Видят значок бесплатного WiFi, подключаются. Не понимают, почему ничего не работает (нужен русский номер).	
Действия <i>Наблюдайте, как человек действует в определенной ситуации</i>	Объекты <i>Наблюдайте, как человек пользуется различными предметами</i>	Пространство <i>Наблюдайте за воздействием окружающей среды</i>	Ключевые находки: <ol style="list-style-type: none">1. Языковой барьер – основная проблема.2. Иностранцы готовы пользоваться телефонами для решения своих задач, но нужно приложение, работающее оффлайн.3. Иностранцы испытывают сложности в навигации по метро, нуждаются в советах.
Не понимают надписи на русском, пытаются переводить с помощью телефона. Интернета нет, освещения не хватает для распознавания текста на фотографиях.	Заинтересовал билетный автомат, есть меню на английском. Покупают билеты там.	Смотрят и пытаются ориентироваться по указателям и цвету линий в метро.	

Советы и подсказки

- В конце ваших наблюдений вы можете обратиться к участникам событий, рассказать им о своей исследовательской работе и попросить и прокомментировать только что случившийся опыт.
- Возможно, одно и то же место нужно посетить в разные часы суток или в разные дни недели. Опыт путешественника в аэропорту большого города вечером 1 мая и 15 мая будет сильно отличаться.
- Важно не нарушать правила нахождения в том месте, где вы проводите исследование, или умело скрывать свои нарушения.

Мокасины

Погружаемся в опыт пользователя и проходим весь путь в его «обуви».

Как делать?

1. Составьте сценарий погружения в опыт пользователя. Подумайте, что делает пользователь, какие у него особенности.
2. Постарайтесь максимально вжиться в образ.
3. Прodelайте путь вашего пользователя в реальных условиях. Собирайте весь опыт.
4. Отрефлексируйте свой опыт сразу после прохождения исследования. Опишите.

Советы и подсказки

- *Погружение в опыт пользователя может длиться от нескольких часов до нескольких дней, зависит от задачи.*
- *Для понимания физических особенностей подойдут специальные костюмы, утяжелители, ограничители.*
- *Сниматься видео и записывать открыто не получится, вы можете выдать себя и нарушить естественный поток повседневной жизни. Лучше спрячьте диктофон в карман.*
- *Выявляйте несоответствия между тем, что люди вас рассказали, и что вы почувствовали сами.*

Исследования аналогов

Используем силу метафоры для поиска новых идей продуктов и услуг.

Как делать?

1. Составьте список ключевых характеристик вашего продукта, опишите процесс взаимодействия с пользователем.
2. Подумайте, где, в каких отраслях есть аналоги подобных задач.
3. Исследуйте аналогичный опыт: наблюдайте, испытывайте, проводите интервью, изучайте открытые данные.
4. Собирайте все находки на доске вдохновения: фотографии, цитаты, сценарии, ключевые идеи.
5. Проведите мозговой штурм и перенесите полезные свойства аналогов на свой процесс.


Советы и подсказки

- *Аналоги позволяют объяснить сложные вещи простым языком. Например, работу сердца сравнивают с насосом.*
- *Ищите аналоги в совершенно разных отраслях, как это сделал Генри Форд, когда наблюдал за работой систем на зернохранилищах при разработке сборочной линии автомобилей.*


Работа с персоной



Профиль персоны

Segment/cluster name	<i>“Representative quote - what might we hear them say or what might they think, with respect to the relevant context”</i>	<p>Narrative</p> <p>What the persona is going through. The ‘story’ behind their needs and challenges. The context in which these sit.</p> <p>Bring their situation to life What are their daily and longer term concerns How do they spend their working day? Who do they rely on in the organisation and outside of the organisation? What is their direction of travel career wise? What is their relationship to PwC?</p> <p>.</p>	<p>Visual representation of the segment/cluster</p>
	<p>Profile - characteristics specific to persona</p> <p>Age: Job: Earning: Company: Qualifications: Career: Consumption habits: Social media:</p>		
<p>Persona name</p>	<p>Statistics - about the segment/cluster</p> <p>- - - - - - - -</p>	<p>Functional needs / challenges</p> <p>Challenges</p> <ul style="list-style-type: none"> - Problems or pain points - - <p>Needs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Specific solutions - May be expressed/unknown to them - 	<p>Emotional needs</p> <p>Worries</p> <ul style="list-style-type: none"> - What is keeping them awake? - - <p>Passions</p> <ul style="list-style-type: none"> - What drives and inspires them? - -
<p><i>Summary of persona, including key defining characteristics, and context if relevant - a snapshot</i></p>		<p>Keywords: What’s top of mind for them? What do they search for online?</p>	

Профиль персоны

	“ ”	<i>Narrative</i>	Visual representation of the segment/cluster
	<i>Profile - characteristics specific to persona</i> Age: Job: Earning: Company: Qualifications: Career: Consumption habits: Social media:		<i>Emotional needs</i>
	<i>Statistics - about the segment/cluster</i>	<i>Functional needs / challenges</i>	
<i>Summary</i>			
Keywords:			

