

#DigitalСТРАТЕГИЯ

QMARKETING
ACADEMY

CustDev: как разобраться,
чего на самом деле
ХОТЯТ ЛЮДИ

РОМАН
КУМАР ВИАС

QACADEMY
↑
QACADEMY

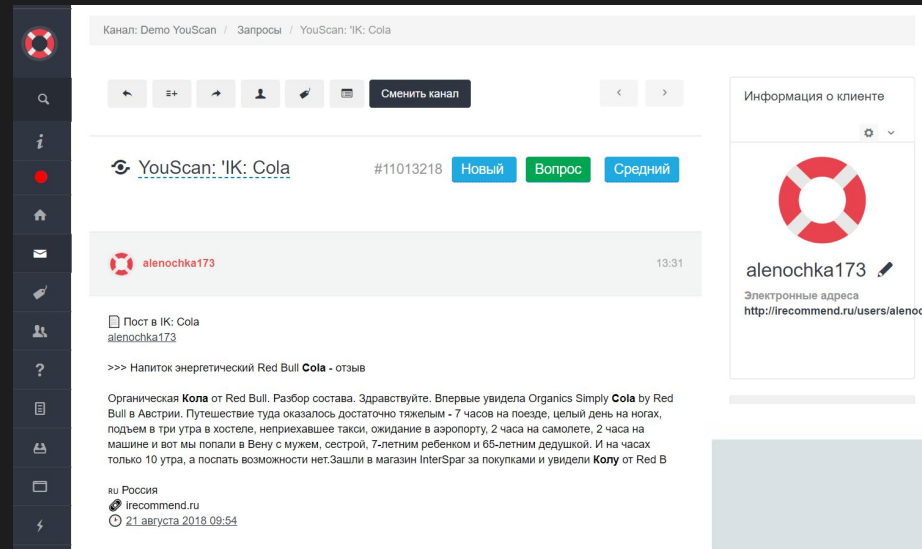
Зачем нужен CusDev

1. Запустить новый продукт
2. Расширить аудиторию для текущего продукта
3. Протестировать продуктовую гипотезу без разработки
4. Сделать эффективней перфоманс-маркетинг за счет изменения креативов и лендинга

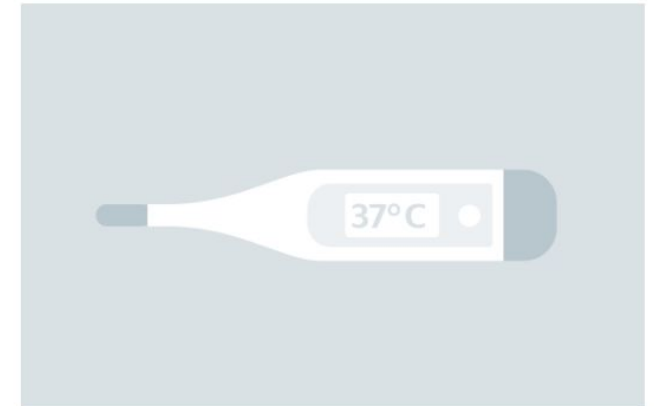


Где искать информацию

1. Открытые источники: исследования, статьи, опросы.
2. Социальные сети, форумы, блоги.
3. Самостоятельные количественные опросы онлайн (напр. Яндекс. Взгляд, Google Marketing Platform).
4. Глубинные интервью с использованием методологий CusDev / Jobs to be Done
5. Платформы для рекрутмента респондентов (напр. Respondent.io).
6. Платформы, если у вас уже есть база email'ов/телефонов (напр. pulsarplatform.com).



The screenshot shows a social media post on the YouScan platform. The post is from the user 'alenochnka173' and is titled 'Пост в ИК: Cola alenochnka173'. The content of the post is a review of Red Bull Cola, mentioning a trip to Austria and the experience of drinking the beverage. The post is dated '21 августа 2018 09:54' and is from the location 'ru Россия'. The YouScan interface includes a search bar, navigation icons, and a sidebar with user information.



Когда простужаются и чем лечатся россияне

Мы изучили запросы о болезнях, симптомах и лекарствах и выяснили, когда по стране проходят волны простудных заболеваний.

ИССЛЕДОВАНИЯ • 18 ЯНВ 2018

Что такое CusDev

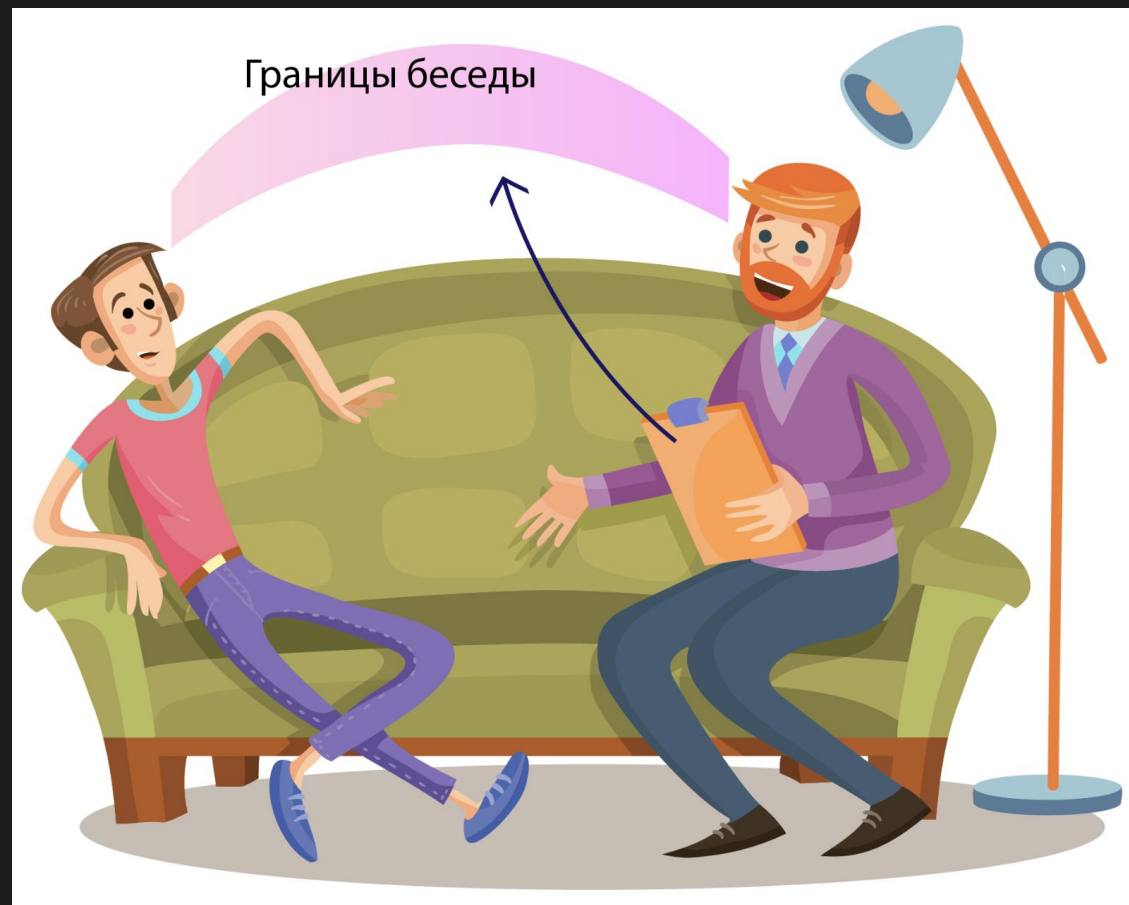
Что такое **обыкновенное интервью**? Это беседа по заранее подготовленному списку вопросов.

Цель интервьюера – узнать конкретные ответы на конкретные вопросы. При этом здесь есть один недостаток – беседа ограничена теми вопросами, которые составил интервьюер. И вполне вероятно, что респондента на самом деле волнует что-то другое, но не факт, что он об этом расскажет.

Что такое **глубинное интервью**? Это разновидность интервью без ограничивающего списка вопросов.

Интервьюер просит респондента поделиться его личным опытом и историями из жизни, давая ему возможность раскрыться и самому выбирать, о чем рассказать, помогая наводящими вопросами.

Нам важно выделить эмоциональную часть в принятии решения респондента, и это и является самой ценной находкой.



Что такое CusDev

Интервьюер говорит мало, в основном говорит опрашиваемый. Это позволяет беседе течь в том направлении, куда пожелает респондент, таким образом, можно понять, какие именно моменты для него наиболее важны. Интервьюер следит за тем, чтобы разговор протекал в рамках исследуемой темы. Беседа при этом напоминает разговор двух друзей. Один рассказывает истории, второй слушает.

Одна из главных задач CusDev - понять боли и JOBS клиента.

Что такое Job?

Основные принципы JBTD должны быть изложены следующим образом:
Люди нанимают товары и услуги, чтобы выполнить «работу/задачу - JOB».

“JOB” являются функциональными, с эмоциональными и социальными компонентами

.

“Хочу тратить время на другие вещи” -

“Меня тошнит от уборки”

“Меня будут уважать, зная, что я заказываю клининг”

JOB, которую нужно выполнить, не зависит от времени.

Глубокое понимание JOBS клиента делает маркетинг более эффективным.

Что такое Job?

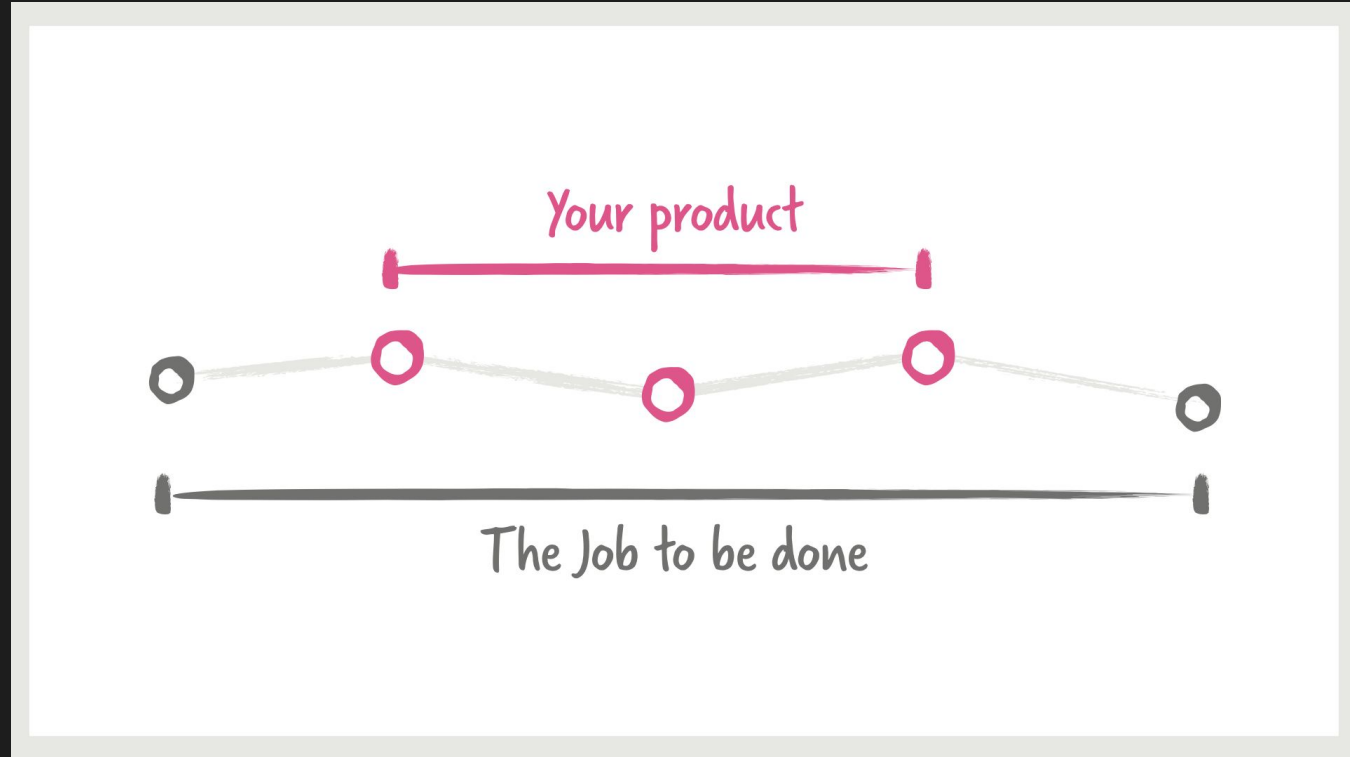
JOB - работа, которую продукт выполняет для клиента.

Отвечает на вопрос зачем?

Глагол (действие) + Объект + Контекст.

“Выучиться маркетингу для того, чтобы найти другую работу”

“Избавиться от рутины, чтобы больше времени проводить с семьей”



CustDev: этапы

1

Подготовка

Цель и задачи
Сегменты респондентов
(требования)
Скринер для поиска
респондентов
Подготовка опросника
(сценария интервью)
Отбор

2

Проведение

Проведение и запись
интервью
Корректировка опросника
(при необходимости)

3

Анализ

Анализ полученной
информации,
формирование
рекомендаций в разрезе:
продукт,
коммуникация/позиционир
ование/
стратегия продвижения.

Подготовка

Определить главные 3-5 задач для исследования.

Пример:

Главная цель - это основные боли вашего продукта или маркетинга

Ключевые цели для исследования (не более 5)

1. Понять, должен ли продукт должен выходить под брендом [] или под отдельным названием? Какие ассоциации вызывает [] у американских пользователей?
2. Определить стратегию ценообразования.
 - a. Выбранная сейчас стоимость в \$700 за курс - это дорого, нормально или дешево в глазах американских клиентов?
 - b. Сколько люди готовы платить за такой продукт?
3. Собрать обратную связь по лендингу:
 - a. Готовы ли начать бесплатный период?
 - b. Восприятие УТП, обозначенных на лендинге
4. На что обращают внимание пользователи при выборе образовательного онлайн-продукта?
5. Выявить потребности и юзер-кейсы потенциальных клиентов в продукте по онлайн-образованию.
 - a. С какими целями люди идут в онлайн-образование?
 - b. Сколько готовы платить за решение этих целей?
 - c. Что выбирают - онлайн или офлайн? Почему

Подготовка

Зафиксировать дополнительные цели тоже (отлично, если получится их реализовать, но это не самое главное).

Дополнительные цели - это nice to have, если сильно удлиняет интервью.

Пример:

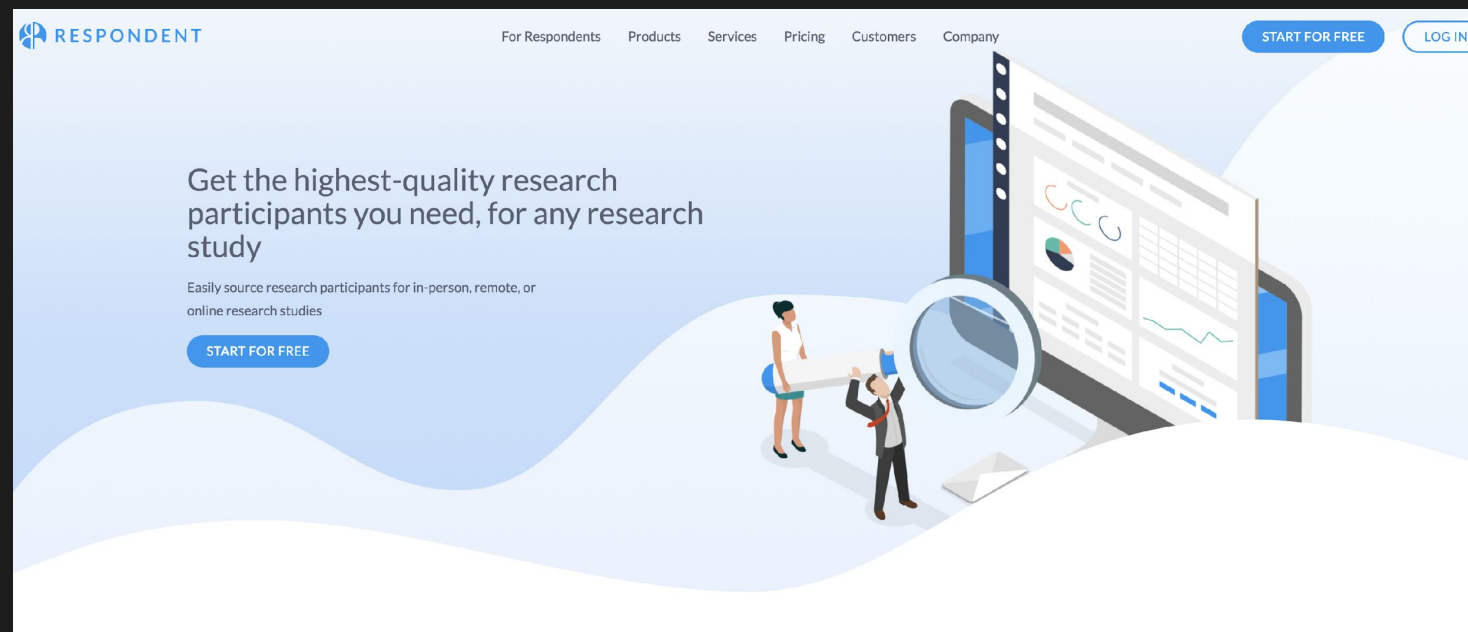
Дополнительные цели для исследования

1. Понять, какое место относительно конкурентов в головах потребителей может занять [redacted] ? С какими конкурентами и категориями конкурентов они сравнивают продукт?
2. Понять, как сейчас пользователи относятся к продуктам в сфере онлайн-образования.
 - a. Верят ли они, что онлайн-образование решит их проблему?
 - b. Какие они выделяют преимущества онлайн-образования (гибкость, адаптивность, доступность)?
 - c. Какие барьеры существуют к онлайн-образованию (не верят, что так вообще можно чему-то научиться, считают его поверхностным)?
 - d. -Готовы ли они за это платить?
 - e. Факультативно: рассматривают ли они онлайн-образование как полноценную замену буткампу или MBA?
3. Если клиенты уже пользуются продуктом конкурентов, то что может мотивировать его переключиться [redacted]
4. Составить типовой Consumer Journey Map по результатам интервью - от момента возникновения потребности до покупки.
 - a. Как пользователь начинает формулировать свою проблему, цель
 - b. Как он ищет пути её решения (советуется с другом, смотрит в интернете)
 - c. Как он выбирает обучение, на что смотрит, что выступает финальным триггером для покупки (завалили рекламой, посоветовал друг, дали скидку, понравилась бесплатная часть)
 - d. Через какие этапы проходит во время обучения, какие проблемы есть на каждом этапе (например, раскочка, стабильная учёба, накопление уверенности в своих силах и начало поиска работы)?
5. Понять, какие УТП релевантны для целевой аудитории, что можно использовать в маркетинге:
 - a. Низкая цена
 - b. Помощь в трудоустройстве
 - c. Возврат денег, если не удалось найти работу
6. Выявить общие характеристики респондентов в части digital-каналов:
 - a. Какими социальными сетями пользуется
 - b. Категории потребляемого контента (сериалы, YouTube, блогеры)

Подготовка

Как искать:

- Друзья и знакомые
- Социальные сети (facebook + linkedin)
- Рекрутеры и агентства
- Платформы для рекрутмента (Respondent.io)



Подготовка

Сегментация.

Обязательно на старте нужно выделить гипотезы по сегментам аудитории, которых нужно покрыть в рамках исследования.

NB! Часть гипотез может потом не найтись / не подтвердиться – это нормально.

Юзер-кейс	Сегмент	Гипотезы	Количество
Те, кто хотят кардинально изменить карьерный путь	Белые воротнички	Любые линейные "белые воротнички" от 28 лет в средних и крупных компаниях. Не имеют сильных карьерных перспектив или работают в стагнирующей индустрии.	3
	Recent graduates	Недавно закончили университет, возможно, успели поработать 1-2 года в индустрии и разочаровались. Думают о том, чтобы сменить вектор карьеры.	2
	Marketing Manager / Brand Manager в корпорации	Линейные сотрудники маркетинг отделов в средних и крупных компаниях без знания digital инструментов. Видят потенциал в digital, но не имеют релевантных знаний.	2
Те, кто уже пробовал самостоятельно изучать Data Science или Web Development	Бизнес-аналитики Сотрудники рекламных агентств Маркетологи	Понимают потребность в обучении, пробовали самостоятельно изучать тему (онлайн или офлайн).	3
Те, кто ищет возможности получить новые навыки для усиления позиций в своей компании и индустрии	CMO, head of digital в технологическом стартапе	Чувствует потребность в получении дополнительных навыков, чтобы повысить свой профессиональный уровень и экспертизу	2
	Product Manager в технологическом стартапе	Чувствует потребность в получении дополнительных навыков, чтобы повысить свой профессиональный уровень и экспертизу	2
	Консультанты (Big3/Big4/интеграторы)	Чувствует потребность в получении дополнительных навыков, чтобы повысить свой профессиональный уровень и экспертизу.	1

Подготовка: Respondent.io

Seeking millennial decision makers to discuss banking and mobile services 2 Followers Edit Preview ?

RECRUITED

PARTICIPANTS **107** MESSAGES CALENDARS BOOKINGS PAYMENTS ANALYTICS

Search by name or job title Sort Status Visibility Qualified Last Paid Export all

	QUALIFIED Billing Analyst Wallsend, UK December 27 2018 06:00 pm	100%	Invite	Hide
	QUALIFIED Harpden ALS, UK December 25 2018 02:49 am	100%	Invite	Hide
	QUALIFIED MSL Londres, Royaume-Uni December 23 2018 03:01 pm	100%	Invite	Hide
	QUALIFIED Licensed Real Estate Salesperson London, UK December 21 2018 03:56 pm	100%	Invite	Hide
	QUALIFIED Customer Success Manager Liverpool, UK December 21 2018 12:07 pm	100%	Invite	Hide
	QUALIFIED Made in Shoreditch magazine London, UK December 21 2018 12:07 pm	100%	Invite	Hide

СНИМОК ЭКРАНА

Seeking millennial decision makers to discuss banking and mobile services 2 Followers Edit Preview ?

RECRUITED

PARTICIPANTS **107** MESSAGES CALENDARS BOOKINGS PAYMENTS **ANALYTICS**

107 Responses

39 Qualified

3 Target

3 Invited

3 Scheduled

3 Attended

3 Paid

228 Views

134 Clicks

58.8% CTR

Job Title

- Student
- Director
- Software Engineer
- Unemployed
- Teaching Assistant
- Fashion designer
- N/A
- Personal Trainer
- Customer Assistant
- Civil Engineering Designer

Incentive

\$55 / 60 min

Remote — One-on-One

Your incentive is below average and may affect the number of responses.

Edit

Share this project

Invite and schedule your own respondents for free

app.respondent.io/proje Copy

f t in

Подготовка: Respondent.io

millennial decision makers to discuss banking and mobile services 2 Followers Edit Preview ?

107 PANTS MESSAGES CALENDARS BOOKINGS PAYMENTS ANALYTICS

Joanne C. ★
Billing Analyst
Wallsend, UK

QUALIFIED Invite Hide Close

Screeners Profile Participation Messages

Demographics

Gender	Age	Education Level	Ethnicity
Male	24	Master's Degree	White / Caucasian

LinkedIn Information

Company	Industry	Connections
eight2O	Utilities	143

Summary
GradCIWEM GMICE

Employment

Company	Industry	Seniority Level
Stantec	Civil Engineering, Utilities, Architecture & Planning.	Employee

Снимок экрана

Georgia H. ★ NOT QUALIFIED
Communications

Joanne C. ★ QUALIFIED
Billing Analyst

Qaiser H. ★ NOT QUALIFIED

Charlie W. ★ NOT QUALIFIED
Performance Reporting Analyst

Abhishek P. ★ NOT QUALIFIED

Ashanti A. ★ NOT QUALIFIED
Graduate Teaching Assistant

Liza V. ★ NOT QUALIFIED
Director, Designer at Liza Veta Ltd

erre I. ★ NOT QUALIFIED
Assistant

ates! We've
m the Project... ★ QUALIFIED

Damir D. ★ NOT QUALIFIED

Matching

Gender Age Ethnicity Education

Responses December 27 2018 06:00 pm — \$55 100%

- Both the survey and the interview will be in English Language. Are you comfortable to continue?
Yes

- What country do you live in?
United Kingdom

- How often do you visit a bank branch?
Once per month

- Have you ever used online banking services?
Yes

- Which of the following banking services have you availed recently at your online bank? (Please check all that apply)

- Transfer / Quick Pay/ Bill Payments / Wallet
- Wealth management and checking balances online
- Apply for consumer loans or credit cards online

- Have you ever used or considered using the following digital banking alternatives to traditional banks?

- Monzo

- Which of the following devices do you personally own and/or regularly use? Please select all that apply?

- Tablet

Снимок экрана

Подготовка

Итоговая выборка исследования

	Age	City, State	Ed platform(s)	Specialty
1 John D	30-40	Richmond, VA	Linux academy, Acloudguru	Fullstack, security, cloud computing
2 Kimson D	30-40	Berkeley, CA	General Assembly	Frontend development
3 Sundar A	18-29	Edison, NJ	Linux academy, LinkedIn Learning	Web development
4 Aleena T	30-40	Township, MI	Udacity	Data analysis
5 Ashley	30-40	Boston, MA	Udemy	Backend developer
6 Shenae R	41-50	New York, NY	Per Scholas, General Assembly, Skillcrush	Web development
7 Prat B	18-29	Chicago, IL	Purdue University Global	Web development
8 Nicholas C	18-29	Streamwood, IL	Coursera	Entry level IT
9 Stav S	18-29	Alpharetta, GA	New York University	Web development
10 Raphael E	18-29	Boulder, CO	Udacity, Udemy, EdX	Data analysis
11 Cassandra C	30-40	Portland, OR	Capella University, Udemy	Data analysis
12 David V	30-40	New Braunfels, TX	Udacity, DeVry University, Datacamp, Pluralsight	Web development
13 Davies R	30-40	Los Angeles, CA	Udemy	Web development
14 Joe F	30-40	Rochester, NY	Pluralsight, DeVry University, Skillshare	Machine learning



Соотношение респондентов по образованию: только среднее/в процессе получения высшего/высшее – 1/4/9

Соотношение респондентов по тому, откуда родом они или их родители: США/другая страна – 12/2

Соотношение респондентов по сегментам: Новая профессия/Управлять карьерой(Pro/Adv) – 8/6

Подготовка

Хороший скринер (анкета для отбора респондентов) = хорошие и продуктивные интервью на выходе.

Пример:

1. What online education platforms that provide education in IT specialties do you know?

2. Have you ever been enrolled in any kind of paid online educational course with IT specialty?

- a. No, never - STOP
- b. Yes, I'm currently doing a paid online course in IT specialty and I have started it less than 2 months ago - STOP
- c. Yes, I'm currently doing a paid online course in IT specialty and I have started it more than 2 months ago
 - i. If (c) then on what platform is this course _____
- d. Yes, I have graduated from a paid online course in IT specialty less than 6 months ago
 - i. If (d) then on what platform was this course _____
- e. Yes, I have graduated from a paid online course in IT specialty more than 6 months ago - STOP
- f. Yes, I have been enrolled in a paid online course in IT specialty less than 6 months ago, but I've decided not to continue my education and dropped out
 - i. If (f) then on what platform was this course _____
- g. Yes, I have been enrolled in a paid online course in IT specialty more than 6 months ago, but I've decided not to continue my education and dropped out - STOP

3. What kind of specialty do/did you study?

- a. Data analysis
- b. Frontend development
- c. Web development
- d. Backend development
- e. Data engineering
- f. Machine learning
- g. Neural networks
- h. Interface design
- i. Product management
- j. Test engineering
- k. Other
 - i. Which one? _____

4. What is/was the course's length?

- a. Less than 2 months - STOP
- b. 2-5 months - STOP
- c. 6-9 months
- d. 10 months or more

Подготовка

Хороший скринер (анкета для отбора респондентов) = хорошие и продуктивные интервью на выходе.

Пример:

5. What is/was the price of the full course?

- a. It's free - STOP
- b. Less than \$100 - STOP
- c. \$100-499 - STOP
- d. \$500-999
- e. \$1000-1999
- f. \$2000-4999
- g. More than \$4999

6. Read the statements below carefully and choose the one that better describes your situation and your motivation behind enrollment to the paid online course in IT specialty:

- a. I currently work in IT or strongly plan to work in IT. I've enrolled in the course to obtain a new specialty in IT and to work in this specialty.
- b. I currently work in IT or in a somewhat related (e.g. marketing, product management, design, etc.). I've enrolled in the course to gain deeper knowledge in the adjacent field, but not planning to change current occupation.
- c. I currently work in IT or in a somewhat related field (e.g. marketing, product management, testing, design, management in an IT company, etc.). I've enrolled in the course to gain deeper knowledge in a related field, but I also consider an option to switch from my current occupation to the one in the course in future.
- d. I don't work in IT or in a somewhat related field and/or I've enrolled in the course without a strong motivation to apply the knowledge gained within the course. - STOP

7. What is your current age?

- a. Less than 18 - STOP
- b. 18-29
- c. 30-40
- d. 41-50 - STOP
- e. Above 50 - STOP

8. What is your current education level?

- a. Less than secondary - STOP
- b. Only finished secondary
- c. Currently studying in college or university
- d. Graduated from college or university

9. What is your and your family's origin?

- a. Me and my family were born in the US
- b. Me and/or my family were born outside of the US
 - i. If (b) than specify what is your and/or your family's country of origin _____

Подготовка

Сценарий для интервью (список вопросов) – это **примерный** план для интервью.

Пример:
«разогрев» (про человека и тему/индустрию)

Guide for CustDev interviews for [REDACTED]

Intro from an interviewer: thank you for participating in our research! Today we are going to talk about career building and education in IT. This research is funded by a specific company that provides education for current and future IT specialists, and I will tell you the name of this company later on. I also want to emphasize that I'm not working in that company. I'm an independent researcher, so I ask you not to feel reluctant telling me everything you think – I'm looking for the honest information and feedback and there's no chance you can anyhow offend me.

Block 1 – Warm up, info about an interviewee

1. Please, tell me a short story about yourself. Where did you study? How did you choose your current occupation? Do you like it? Is it your first occupation? (If necessary, talk about the previous, non-IT occupation – why did he/she decided to switch)
2. How does the future look like for you regarding your career? In what direction are you heading?

Block 2 – Education environment in the US and personal education motives

3. What is your approach to career advancement? What motivates you to learn and get better? Do you only focus on your specialty or try to educate yourself in related areas? Are you an I-shaped or a T-shaped?
4. How does the job market in your area of interest looks like? Is there a severe competition?
5. What external resources can you name that help you to “stay in the game”? (Ask for top of mind and then remind about others - projects at work, peers, books, various forms of online and offline education) Which of these do you consider useful for yourself regarding your career advancement? Why? Compare and talk about the pros and cons.

Подготовка

Сценарий для интервью (список вопросов) – это **примерный** план для интервью.

Пример:
основной блок (в данном случае – опыт респондента по получению онлайн-образования в IT в США)

Block 3 – Personal education experience

Now let us talk about your personal hands on experience in IT education.

6. What courses that have something to do with IT have you entered in the last couple of years? Let's discuss the last one/the one you are currently enrolled in (if there's one more that seems interesting from the past, return to it at the end of the interview in case we have time):

a. What was the initial motivation to enter the course? How did you picture yourself and your future after the course? What did you plan to do after it?

b. How did you learn about the course? Which other sources of information did you use to learn about education in IT?

c. Why did you decide to enroll in the specific course? What was the major driver? Other drivers? How important is a course provider or core partner (e.g. a university or an IT company or a specific software tool provider)?

d. What were the barriers to enroll? What served as the last trigger to pay?

e. What were the alternatives at that moment? Why didn't you chose one of them? Did you consider going to self-study course (coursera or other MOOCs) or to a bootcamp?

f. Talk about the price of the course – did it feel like value for money before the enrollment? What were the alternatives' prices? Does anyone offer a money-back option and how do you feel about it?

g. Did it meet your expectations? What was the emotional highlight of the course (first feeling of confidence, first project, certificate/diploma, application of knowledge after the course)? Can you name 2-3 best features of the course? Do/did you get positive emotions from the education process or is/was it just OK?

h. [For CHURNED] Why did you eventually stop and quit the course? What served as the last drop in the bucket?

h. Did the course help with your career? In what way? Did the platform promise anything specific in terms of helping you with the career? Did they hold the promise?

i. Did you ever recommend the course to someone else? How and when did it happen? On the opposite, did you ever recommend NOT to enroll in a specific course?

CusDev | Как провести

1. Определить, кто ЦА. Для кого вы создаете продукт? Кто дополнительная аудитория? Пример: беременные женщины + мужья, акушеры, врачи.
1. Найдите способ встретиться с представителями ЦА лично. Найти и установить контакт с нужными людьми можно с помощью поста в социальных сетях или через друзей.
1. Будьте готовы к отказам – это нормально.
1. Выбирайте самых разных представителей аудитории.
1. Скорее всего, организовать личную встречу со всеми не получится. Ничего, хоть глубинное интервью и предполагает беседу с глазу на глаз, вы можете созвониться по видеосвязи или по телефону. Главное заложить на звонок 30-40 минут.
1. Заранее расскажите респондентам о цели и теме исследования, обозначьте сколько на это потребуется времени (как правило, около часа). Попросите разрешения использовать на встрече диктофон.
1. Начинайте разговор с общих фраз и вопросов. Например, о том, как он добрался, как прошел его день, как у него настроение. Это нужно, чтобы расположить его к себе и вести более открытый диалог.



Игорь 14:17

Артем, добрый день.



(вот ссылка -

тслеживает сигналы и

помогает зарабатывать на торговле валютой, криптой и сырьём. Мы сейчас проводим исследование среди тех, кому может быть потенциально интересен наш продукт и кто сам инвестирует - для того, чтобы учесть пожелания пользователей.

Буду очень признателен, если вы сможете уделить нам полчаса для звонка (телефон или Skype) для того, чтобы мы могли проинтервьюировать вас.

В качестве бонуса за ваше время - мы подарим вам целый месяц пользования нашей платформой, то есть у вас будет целый месяц бесплатно доступ к финансовой аналитике, которая поможет принимать правильные решения по инвестициям. В настоящий момент у нас завершается этап тестирования, и уже скоро будет запущена коммерческая версия продукта.

Что скажете?



Артём 14:26

Иди на завод

CusDev | Как провести

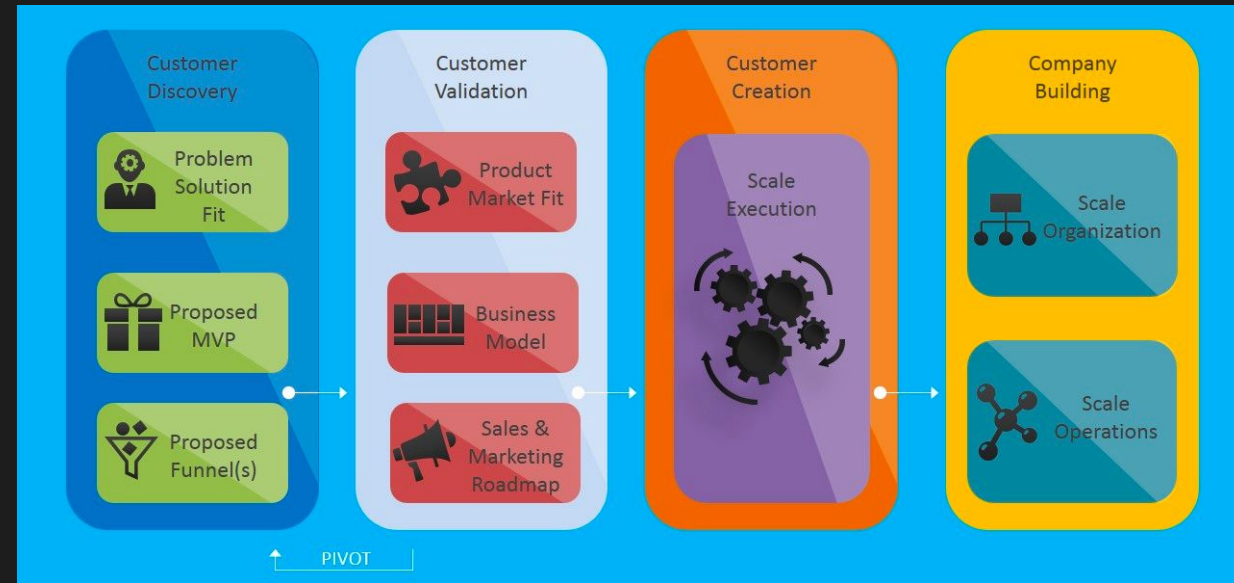
- Постепенно переходите к сути. Ваша цель – услышать истории из жизни. Так и спросите: «Расскажите историю о ...». Когда респондент начнёт рассказ, задавайте уточняющие вопросы в том ключе, в котором он сам ведёт беседу. Вопросы должны быть открытыми. Пример – беременность.
- Попросите рассказать о том, что их больше всего беспокоит, а что радует. Что больше всего запомнилось? Важны как отрицательные, так и положительные моменты. Отрицательные расскажут о проблемах, которые вы можете решить. А положительные можно использовать в продукте для вовлечения аудитории.

Сколько нужно провести интервью? (идеально 100)

Сколько заложить времени? (1-1,5 месяца)

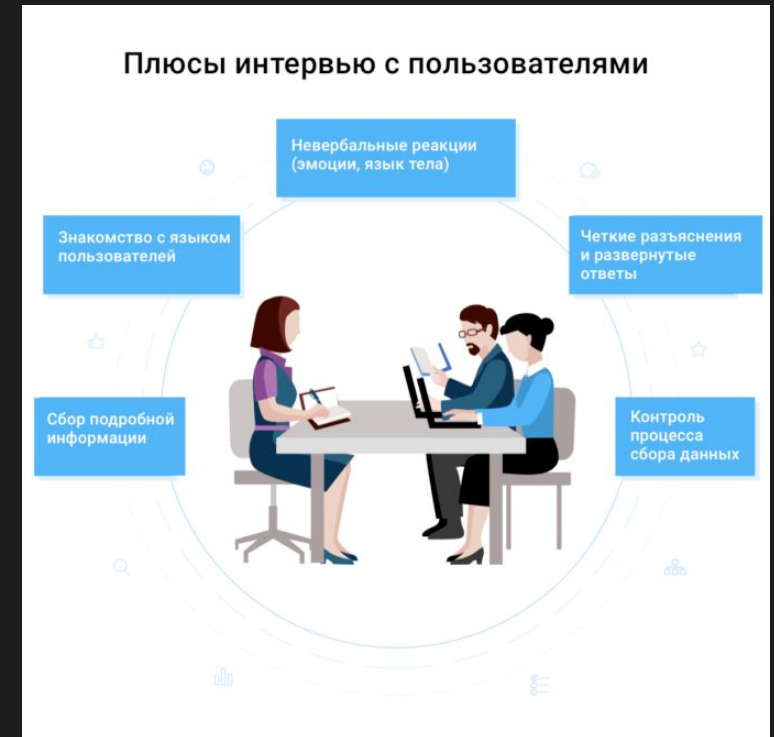
Customer Development: 50 вопросов для интервью

<https://vc.ru/marketing/33082-customer-development-50-vopros-ov-dlya-intervyu>



Золотые правила интервью (Тест для Мамы)

- Говорите с ними об их жизни, а не о вашей идее. Вопросы должны быть посвящены жизни ваших или потенциальных клиентов: их проблемам, заботам, целям, ограничениям.
- Спрашивайте о прошлом, а не о будущем. Факты важны, мнения бесполезны. Спрашивайте о конкретных вещах, которые происходили в прошлом, а не о взглядах или мнениях на перспективу в будущем.
- Меньше говорите, больше слушайте

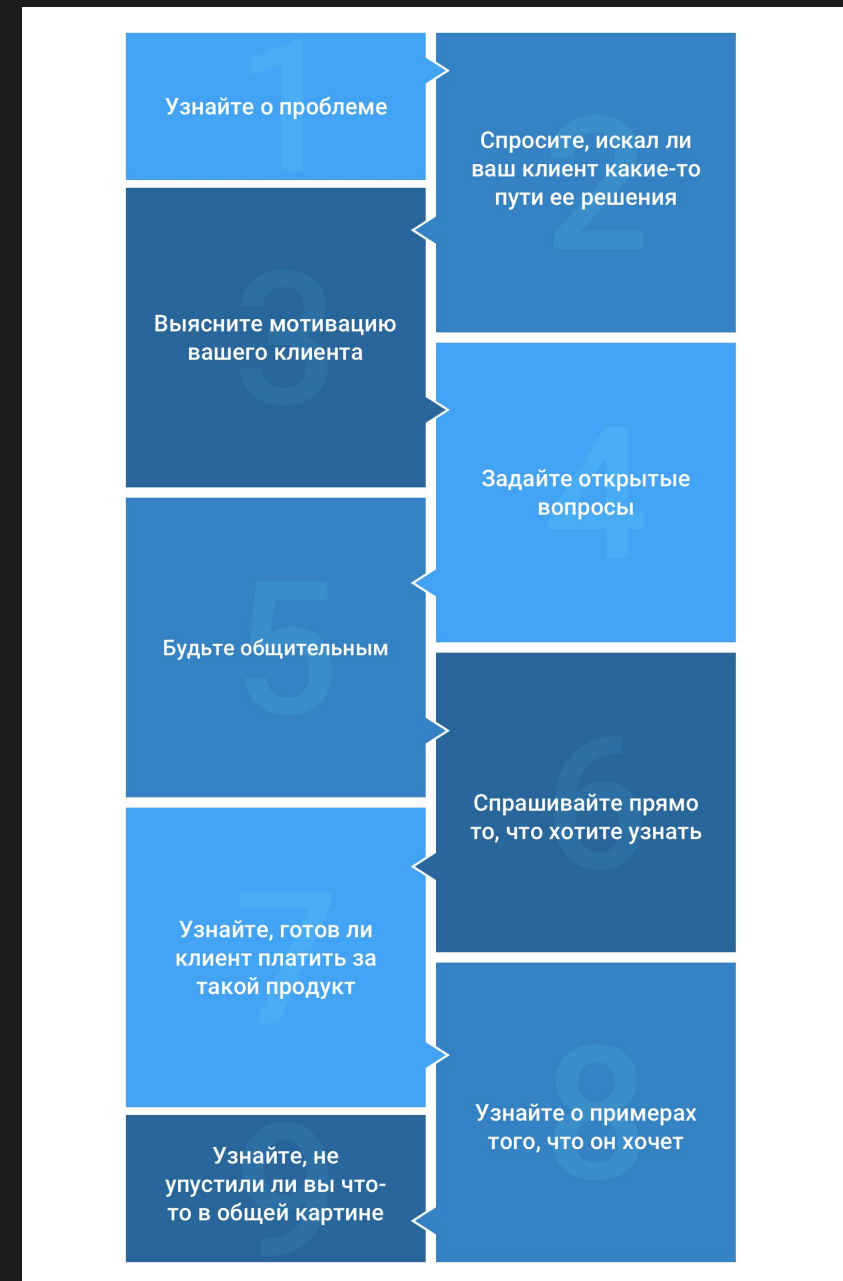


ЛЮДИ ЗНАЮТ В ЧЁМ ЗАКЛЮЧАЮТСЯ СТОЯЩИЕ ПЕРЕД НИМИ ПРОБЛЕМЫ, НО НЕ ЗНАЮТ КАК ИХ РЕШИТЬ

CusDev | Как провести

Задавайте открытые вопросы

- Открытые вопросы построены так, чтобы получить пространные ответы. Они отлично подходят для нашей цели, так как вызывают более глубокие эмоции и ассоциации и даже могут помочь нам взглянуть на проект под неожиданным углом.
- Открытые вопросы в интервью дадут наиболее ценные данные. Всегда интересуйтесь, почему пользователь сделал то или это, знание его мотивов поможет вам чётко обозначить свои приоритеты.



CusDev | Как провести

Задавайте вопрос про решение:

1. Какие сильные и слабые стороны у продукта?
2. Решает ли продукт потребность/боль человека?
3. Сравнение с конкурентами: в чем вы сильнее/слабее их?
4. Кто конкурент вашего продукта в голове человека?
5. Ценовое восприятие: дорого/дешево, сколько готов заплатить?
6. Готов ли купить прямо сейчас продукт?



CusDev | Как провести

Примеры вопросов

1 Примеры продукто-ориентированных вопросов

- Какую проблему вы хотели решить, когда начали использовать приложение?
- Какую основную пользу вы извлекли из приложения?
- Что еще нужно в приложении, чтобы оно больше соответствовало вашим потребностям?

2 Примеры вопросов исследующих рынок

- Какая ваша самая большая проблема, которую должно решить это приложение?
- Что мешает вам решить эту проблему?
- Какие препятствия вы встречаете в этой конкретной области?

3 Примеры вопросов о поведении в сети

- Когда вам любопытно, что происходит в этой области, какие медиа\газеты вы читаете?
- Какие социальные медиа вы используете?
- Как много времени вы проводите в сети?

4 Примеры вопросов о пользовательском опыте

- Почему вы поставили наше приложение?
Где вы о нем узнали?
- Вам нравится приложение?
Можем ли мы что-то улучшить?
- Устраивает ли вас наша пользовательская поддержка?

Несколько слов о процессе интервью

Перед началом разговора

- Если этого не было сделано раньше, выберите чёткий клиентский сегмент, представителей которого вы сможете найти
- **Вместе с вашей командой сформулируйте три основные цели сбора информации**
- Если общение для вас — подходящий и эффективный инструмент, подумайте, с кем именно вам следует поговорить
- Попробуйте предположить, что больше всего заботит ваших будущих собеседников
- Если на вопросы, которые вы хотите задать, можно ответить с помощью «кабинетного исследования», сначала проведите такое исследование

Во время разговора

- Чётко сформулируйте тему
- Избегайте формализма
- Задавайте правильные вопросы, которые пройдут «Тест для мамы»
- Уклоняйтесь от комплиментов, сдерживайте болтовню
- Докапывайтесь до сути (методика 5 почему). Почему и как? Главные вопросы
- Делайте заметки
- Если это возможно, добивайтесь твёрдых обязательств и фиксируйте очередные шаги

После окончания разговора

- Просмотрите свои заметки сразу же после окончания беседы, чтобы повысить качество интервью в будущем и суммировать услышанное.
- Проанализируйте записи и важные реплики, прозвучавшие из уст клиента, вместе с вашей командой
- Внесите коррективы в ваши предположения и планы
- Продумайте очередную «большую тройку» вопросов

СКРИПТ ПРОБЛЕМНОГО ИНТЕРВЬЮ

1. Как вы сейчас **решаете свою потребность**? Сколько вы за это платите? Довольны? Нет? Расскажите.
2. Что для вас успех? Как вы поймёте что решили свою потребность классно?
3. Что произойдёт, если вы не сможете решать потребность?
4. Что вообще (при решении потребности) доставляет вам неудобство? С чем вам приходится справляться каждый день?
5. Расскажите пожалуйста про последний раз, когда вы сталкивались с этими сложностями. Как часто это происходит?
6. Почему это было тяжело? Какие у этого последствия? Я не понимаю, объясните пожалуйста
7. Какую эмоцию вы испытывали в тот момент? Опишите её
8. Оцените силу эмоции по 10-бальной шкале. Что для вас 10-ка?

По кругу

Рекомендации

custdev.me

Очень крутой курс Вани Замесина

<https://www.growthacademy.ru/jobs-to-be-done>

Очень крутой курс Юрия Дрогана про JBTD

Почему 10 интервью достаточно?

6/6

7/8

8/10

9/12

10/14

11/16

12/18

13/20

Научное объяснение:

<https://www.evanmiller.org/sequential-ab-testing.html>



Анализ результатов

Анализ результатов

Продукт

Насколько продукт интересен
Ценовая стратегия –
дорого/дешево
Недостаток продуктовых фич
Тест лендинга/лого/баннеров
Цикл принятия решений

Коммуникация

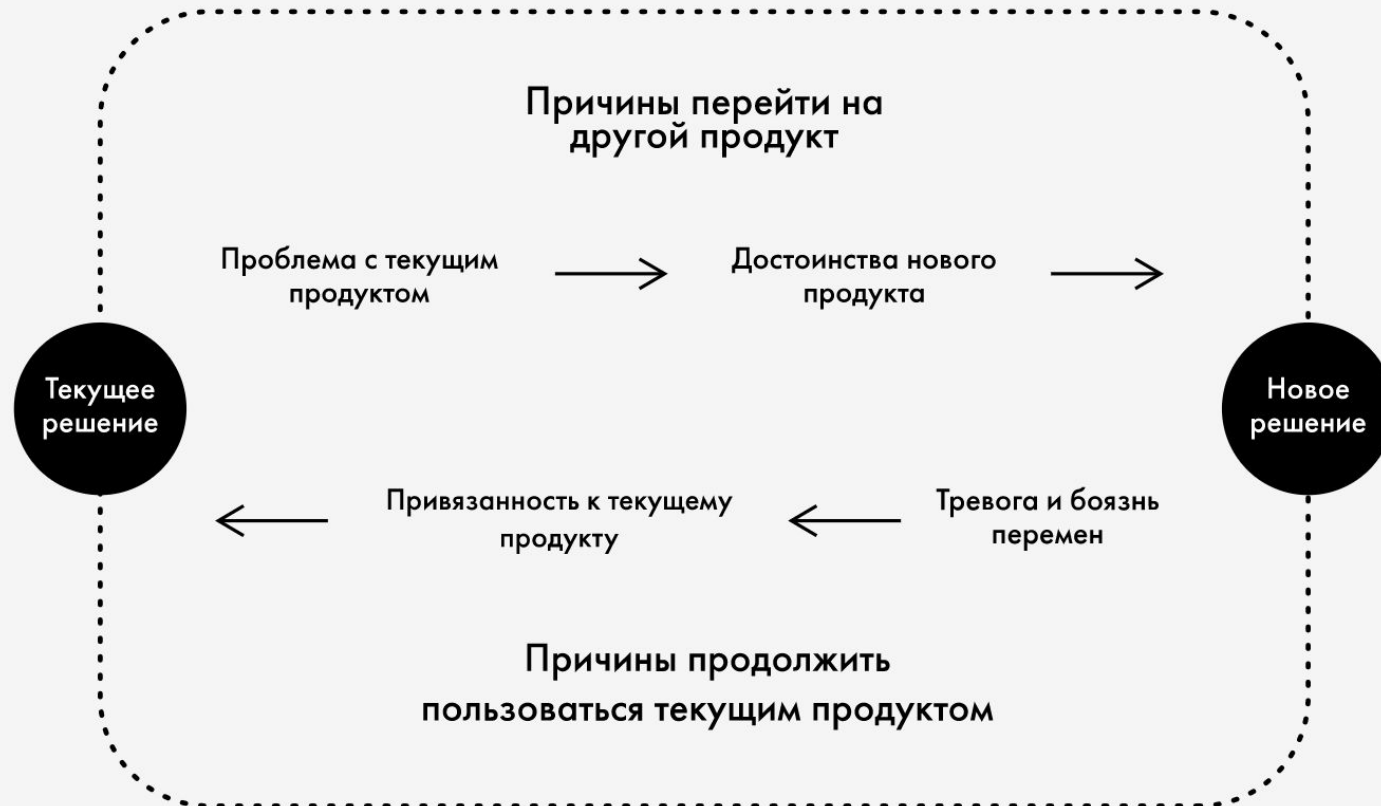
Позиционирование
Отстройка от конкурентов
Ключевые сегменты аудитории
Сообщения – как говорить про
продукт в рекламе
Какие УТП релевантны, а какие
нет

Продвижение

Подходящие каналы
продвижения
Идеи для контент-маркетинга
Понимание CJM и воронки
продаж

Анализ результатов: 4 силы

4 силы, которые влияют на решение о смене продукта



Анализ результатов: 4 силы

The Four Forces of influencing a customer switch

Anxiety of change (Push)



- Lack of trust. App goes down or startup fails vs Established Banking with Human Touch in Branches
- Waiting for more Social Proof/Adoption (friends & reviews). Things and apps based on recommendations/word of mouth/ otherwise needs more information about the product
- Waiting for more financial services under 1 roof to manage (loans, mortgages, insurance etc.)
- Still more like a fun account, the user wants to be convinced that he/she can trust the bank with serious money
- Speed and efficiency of solving an issue via Customer Support
- Administrative/Extra step: account switching (direct debits), paperwork hassle
- No Banking license
- Unavailable ATMs High costs for cash withdrawals
- Low interest rates / Doesn't understand the benefits of saving spaces
- Cool communication isn't enough, lack of rational stance on marketing a value proposition

New Product Attraction (Pull)



- High priority:
- Word of mouth and High rate of adoption
 - Intuitive and esthetic smooth design is good, but wants to be able to switch accounts easily
 - Fast transactions/transfers with low currency-exchange fees
 - If I can do everything with my phone I'd be very happy to do that. Proper mobile banking.
 - Flexibility: ATMs no fee withdrawals (country-specific), easy interface, card delivery
 - Good saving rates (saving pots like Chip)
 - Multiple currency account
 - Notifications and card freezing security
- Low/Mid priority:
- Quick online customer service
 - Digital App = Positive social spending
 - Cryptocurrency investing / virtual wallet
 - Roboinvesting

Existing habits (Push)



- Transition period – testing phase, doesn't put all the eggs in one basket. Wants to know the information and the value proposition of the product before making decisions
- Subscriptions and autopayments in the old traditional bank account
- Old relationship with a traditional bank (doesn't use it, but the account still exists) – hassle
- Doesn't understand the benefits of saving pots/no clear explanation on how to use it etc.

Old Product Pain Point (Pull)



- I don't want complicated stuff like Lloyds/Santander/Société Générale/Deutsche Bank (administrative hassle)
- Inflexibility and rigidity with customer service (card delivery, holding the line, going to branches, etc.) – waste of time
- No access to a contactless card
- Formal communication vs Positive emoji-style / open tone of voice
- Horrible interface
- No English language support
- Slow international transactions and high conversion rates
- Astronomical fees with card abroad

Анализ результатов / Примеры

Зачем люди идут в IT?

Восприятие IT-отрасли

Основная причина №1 – там деньги.

- Это постоянно растущая отрасль, в ней уже сейчас много денег и будет становиться только больше.
- В рейтингах зарплат специальности из IT всегда в топе.
- Часто у людей есть примеры знакомых и близких, делающих или сделавших успешную карьеру в IT.

Что закономерно, эта причина является основной для людей, которые выросли в небогатых семьях или в семьях, ориентированных на материальные ценности.

Основная причина №2 – мне с детства нравились компьютеры.

- Люди часто рассказывают, что с 10-12-14 лет активно взаимодействовали с компьютерами. Разбирали и собирали, работали в различных редакторах, начинали программировать и т.д.
- Для таких людей ответ на вопрос о выборе карьеры был простым, тем более, что из-за потенциальной высокой зарплаты у родителей не было причины отговаривать детей от выбора карьеры в IT.

Эта причина чаще всего встречается в более обеспеченных семьях, хотя бы потому, что в таких семьях у детей с раннего детства был доступ к компьютеру.

"After college I started as a customer service worker on Amazon. The job was monotonous. I was thinking about going somewhere else, maybe management fuild. My uncle from IT field gave me an advice to go to IT, because it's a growing field with a lot of investment."



Sundar, Pro

"So the list came out for the highest paid certifications... the highest paid certifications were all IT related, and mostly which were cyber security. So I said, well, I want to make more money and I'm in the security type field already, I'm in law enforcement, so it's kind of like law enforcement for the cyber world."



John, Pro

"I was really good in computers since childhood. But that was just a hobby. I've built my first computer when I was 20."



Nicholas, Pro

"It makes me happy to do web development - and it's the future of IT. We are a backbone of technologies."



Davies, Adv

* Примечание: здесь и далее приводятся не только дословные цитаты, но и просуммированная в формате цитаты мысль респондента, произнесенная им более развернуто в реальном интервью.

Анализ результатов / Примеры

Сегмент №1. Получить новую профессию в IT

Описание сегмента

Инсайты, драйверы, барьеры

- Это люди **без опыта в IT-индустрии**, не разбираются в разных типах образования, чаще всего полагаются на советы знакомых или идут на узнаваемые бренды.
- **Все драйверы и барьеры людей имеют непосредственное отношение к цели – получить работу!**
- Люди боятся потратить деньги и время на что-то, что не поможет на собеседовании.
- Главные вопросы – **“how will it improve my resume/portfolio?”**, **“how will it help me land a new job?”**, **“how will it help me get the foot in the door?”**.

Основные требования, предъявляемые к образованию

1. Получить практические навыки, которые **возможно будет продемонстрировать при устройстве на работу**. Иметь портфолио проектов.
2. Факт успешного завершения образования **должен что-то «говорить» потенциальному работодателю**. Само учреждение и выдаваемый сертификат должны иметь хорошую репутацию, поддержку известных работодателей. В идеале это должен быть «индустриальный сертификат».
3. Об образовательном учреждении должно быть **много положительных отзывов**, его должны рекомендовать друзья и работники индустрии.
4. Активная **помощь в поиске работы**. Наличие ментора, чей KPI – чтобы ты нашел работу.

“I was a line cook and then a restaurant manager, I hated to work night shifts and weekends. There's also no room to grow there.”

Shenae, Pro



“I worry about my job being automated. I've hit a ceiling in my job and there's also more money in IT. Recently my parents moved far away so I'm looking for remote work opportunities. IT has a lot of opportunities. Every company has an IT department. The demand will only grow.”

Cassandra, Pro



Анализ результатов / Примеры

Подробнее о ряде аспектов

Отношение к ценообразованию

- **В США люди привыкли к месячным планам.** Во-первых психологически несколько маленьких платежей воспринимаются проще, чем один большой. Во-вторых есть понимание, что человек в любой момент может перестать платить, если внешние обстоятельства вынудят прервать обучение.
- При равной стоимости подписки за 6 месяцев на всю платформу и покупки конкретного курса первый вариант выигрывает, так как человек получает **доступ сразу к нескольким курсам на платформе.**
- **Опция возврата полной или частичной стоимости** обучения в случае неудовлетворенности существенно повышает доверие.
- Модель, по которой **оплата обучения производится за счет вычета из зарплаты будущим работодателем, кажется людям опасной.** Они воспринимают это как «кабалу» и не готовы так долгосрочно планировать свое будущее.

Отношение к менторству

- Ментор в восприятии американцев – это в первую очередь человек, **KPI которого – трудоустройство человека.** Проверка заданий и помощь с обучением – это задача преподавателя.
- Люди сталкиваются с менторством только при обучении в буткэмпах и в университетах. Т.е. **большинство имеет очень смутные представления** о том, как происходит менторство. Но гипотетические ожидания очень позитивные.

Отношение к сертификатам

- Всем приятно получить по окончании обучения сертификат – это как «бэйдж», **повышает самооценку.**
- При этом люди **сомневаются, что какой-либо сертификат сможет сыграть существенную роли при поиске работы** (только если это не индустриальный сертификат вроде Amazon Web Services).
- Ценность сертификата значительно повышается, если есть информация, что **с этим сертификатом берут на работу в известные компании.**
- **Также больше доверия, если за курсом стоит какой-либо именитый университет** – получается, что сертификат как бы выдается этим университетом.

Анализ результатов / Примеры

Откуда узнают про платформы, CJM поиска

- **Чаще всего советуют друзья или коллеги по работе.** Многие респонденты отмечали важность Word of Mouth.
- Опытные люди читаю Reddit.
- Поиск.
- Таргетированная реклама не является обычно источником первичного знания, но **мелькание логотипа платформы создает положительный образ надежного, известного бизнеса.**

I reddit instead of google.

Ashley, Adv



"I made a Google Doc to compare all the universities. They all turned out to be pretty similar. Mainly I looked at reviews and what do people say who have studied there."

Prat, Pro



Основные этапы в процессе поиска образования (CJM*):

ЧТЕНИЕ МЕДИА
С ИТ-СПЕЦИФИКОЙ

ЧТЕНИЕ РАССЫЛОК
ОТ ПЛАТФОРМ



КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ
С ДРУЗЬЯМИ



ПОИСК И ПРОСМОТР
САЙТОВ, ЧТЕНИЕ
ОТЗЫВОВ



FREE
TRIAL



\$\$\$

* Последовательность может быть другой

Анализ результатов / Примеры

Восприятие отдельных элементов первой посадочной страницы

Stay strong
Just get started and, naturally, don't give up. We'll help you take your first steps and overcome any difficulties.

Create something new
Experts in digital technology create new products for real users. Your tasks might be technical, but there's an element of creativity.

Take action
You'll enter the profession taking small, but steady steps. It won't be easy, but you can do it.

Этот блок обычно пролистывался достаточно быстро – **люди не видели в нем особой ценности**. Скорее всего это связано еще и с контекстом тестирования, в рамках которого мы уже до этого много времени говорили о практических аспектах образования.

"Be bold. About what? The intro is not specific. Maybe I'm on the wrong platform."
Raphael, Pro



Learn by doing
Every profession is a set of applied skills. We give you need-to-know information, and then teach you how to apply it in practice.

Намек на практическую работу в процессе обучения воспринимается хорошо.

We support and inspire
Our mentors will help you successfully complete your training.

Создается понимание, что в процессе обучения будет менторская поддержка, при чем в режиме скайп-общения.

Udemy lacks this – it's a unique VP. Only bootcamps would do this. Even on Udacity you don't get 1-on-1 mentorship.



Raphael, Pro

You'll get it
We don't bury you in theory and terminology. You'll see real-life examples and tasks from actual projects.

На этот блок никто не обратил внимание.


Develop in-demand skills
We analyzed 400,000 jobs in the IT industry from the past four years and identified the most in-demand skills and technologies.

Большинство респондентов заметили этот блок и прокомментировали, что это **очень хорошее сообщение, повышающее уверенность в актуальности обучения**.

Проверка гипотез из CusDev

Яндекс.Взгляд / Google Marketing Platform

1. Выборка: 50 млн. пользователей РСЯ,
2. Типы задач:
 - Обратная связь (NPS, Customer satisfaction index) и оценка лояльности.
 - Тест дизайна, логотипа, упаковки. Прямое тестирование и А/В тесты, ценовое восприятие.
 - Анализ рынка (оценка спроса). Оценка жизнеспособности идеи продукта.
 - Brand health tracking.
 - Тест названий.
 - Brand lift – оценка эффективности медийной кампании.
 - Собственное исследование.
3. Минимальный бюджет: 7000 руб. за 100 анкет.

Сбор обратной связи От 7 000 ₽	Тестирование дизайна От 11 200 ₽	Анализ рынка От 14 700 ₽
Оценка лояльности пользователей От 8 050 ₽	Тестирование концепции продукта От 11 900 ₽	Анализ бренда и его конкурентов От 22 400 ₽
Оценка удовлетворенности пользователей От 8 400 ₽	Тестирование названий От 8 400 ₽	Оценка эффективности медийной кампании От 21 000 ₽
Оценка сильных и слабых сторон продукта От 15 400 ₽	 Создать опрос с чистого листа	

Краткое повторение

Кто ваши клиенты?

Какие проблемы у бизнеса?

Какие гипотезы и цели интервью, которые мы хотим проверить?

От чего зависит их поведение? За что вас выбирают или почему уходят?

За какие новые функции они готовы платить?

Как отстроиться от конкурентов?



Что почитать и д/з

Что почитать

На английском:

- [Блог про CusDev](#)
- [Гид по CusDev от Product Tribe](#)
- [Lecture 16 - How to Run a User Interview \(Emmett Shear\)](#)

На русском:

- [Книга «Спроси маму. Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут?»](#)
- [Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development](#)
- [Курс по CusDev от Ивана Замесина](#)
- [Что такое cusdev. Лекция Ивана Замесина](#)
- [Гид по Customer Development для продуктовых менеджеров](#)
- [Customer Development: 50 вопросов для интервью](#)
- [Пользовательские интервью: когда они нужны и как сделать их эффективными](#)



Домашнее задание

Выбрать проект из списка ниже (или свой) и провести 1-2 интервью по методологии CusDev

- Кухня на Районе (localkitchen.ru)
- Qlean (Qlean.ru)
- Qacademy (qacademy.ru)

Что нужно предоставить в рамках задания:

- Краткое описание респондентов (customer portrait)
- Сценарий для интервью (список вопросов)
- Анализ интервью в виде выводов и рекомендаций для продукта/сервиса

Условия проведения:

