



Проработка запроса

Не всегда задача сформулирована чётко и исчерпывающе. Чтобы решить её самостоятельно, нужно собрать больше информации. Привыкните к тому, что это на вашей ответственности.

Вы сэкономите себе время и силы, если сделаете один за другим 6 шагов:

1. Уточните, кто конечный «заказчик» результата.

Кто угодно, включая высшее руководство. Исполнительный директор вряд ли явится собственной персоной, но через тимлида задачу поставить может. Зная, кто конечный заказчик, можно понять, что именно выводить на графики и писать в комментариях.

2. Выясните, зачем нужен результат вашей работы.

Вас попросили посмотреть, насколько эффективны разные каналы рассылки. Цели «поиск канала для дальнейших инвестиций» и «решить, от какого канала нужно отказаться» определяют различную глубину проработки запроса и разный смысл итоговых рекомендаций.

3. Уточните все параметры, которые хочет знать заказчик задачи. Нет ли подводных камней?

Вот тимлид сказал: «Хочу получить статистику продаж по месяцам». А в ходе разговора выясняется, что нужна ещё и разбивка по группам товаров, и по дням недели.

4. Проговорите и зафиксируйте образ идеального конечного результата.

Где фиксировать: в тикете, в почте, в таск-менеджере — зависит от компании. Даже если заказчик утверждает, что устной договорённости достаточно, мы рекомендуем записать вводные параметры, чтобы было с чем сверяться.

5. Набросайте прототип решения — и сверьтесь с заказчиком, подойдёт ли оно?

Возможны несколько циклов «прототип —> обратная связь —> исправления», пока вы не согласуете удобную форму.

6. Предоставьте заказчику конечный результат.

Если была письменная коммуникация, завершите её — закройте тикеты или задачу в таск-менеджере.