

Как создать продукт за 30 дней и 30 ночей

ДЕНЬ 7: Customer Research:
Валидируем гипотезы
(Количественные и качественные
исследования)





Анчаков Кирилл

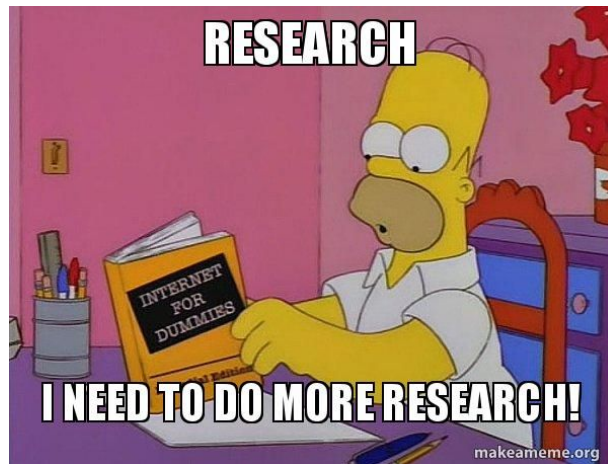
Product Owner Client Service in Garage Eight



- работал с криптой, фаст-фудом, ювелиркой, строительством, государством и другими сферами,
- участвовал в 3 стартапах,
- 5+ лет в интернет-маркетинге,
- 2 раза полностью пересобирал команду на одном месте работы,
- выкатил совершенно нерабочую фичу, но пользователи этого не заметили,
- отправил лишних 6000 промокодов, с ущербом на 19 млн. рублей,
- 😊 **автор популярнейшего телеграм-канала - [@kirill_reklama](https://t.me/kirill_reklama)**

Как будем работать мы?

Продолжим исследованиями
потенциальной аудитории:



Customer Research: Определяем риски продукта, почему мы провалимся?

Customer Research: Определяемся с моделями монетизации. Разбираем цели и стратегию нашего продукта и способы их достижения.

Customer Research: Генерируем и приземляем гипотезы по продукту: Мультивселенные идеи.

Customer Research: Валидируем гипотезы (Количественные и качественные исследования)



Гипотеза -

предположение, потенциал которого необходимо доказать или опровергнуть с помощью фактических данных.



Как валидировать гипотезы быстро и дешево?

Критерии валидации гипотез

1

Метрика

- Доход с 1 привлеченного пользователя (ARPU)
- Число новых пользователей
- Конверсия в заполнение профиля
- Увеличение числа заказов на 1 покупателя

2

Целевая аудитория

- Новые / старые пользователи
- Определенная когорта или сегмент пользователей (Trial, VIP и тд)
- Ушедшие пользователи (Churn Rate)
- Пользователи, которые совершили определенные действия в продукте



Критерии валидации гипотез

3

Способ валидации

- Качественные исследования (CustDev, глубинные интервью)
- Количественные исследования (сбор статистически значимых данных)
- А/Б тестирование

4

Аналитика

- Как узнаем, что гипотеза сработала / не сработала?
- Срок проверки гипотезы

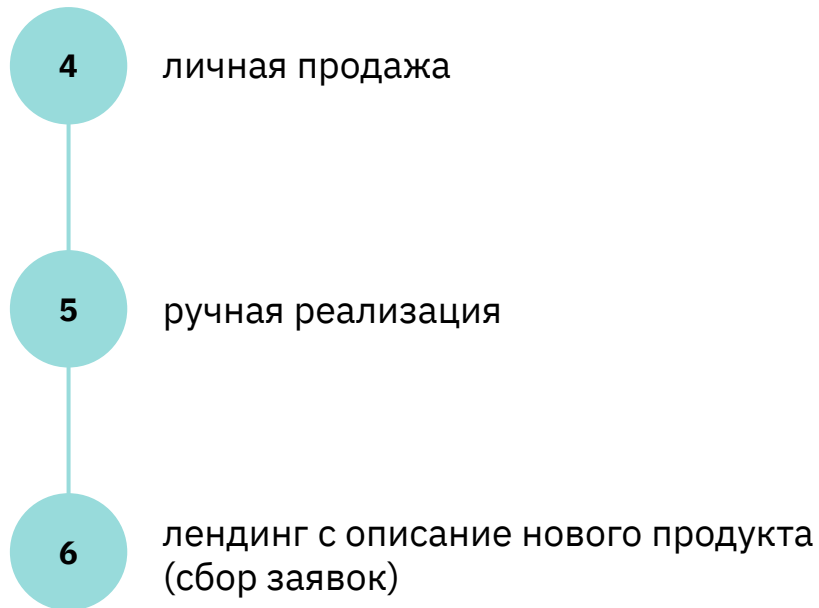
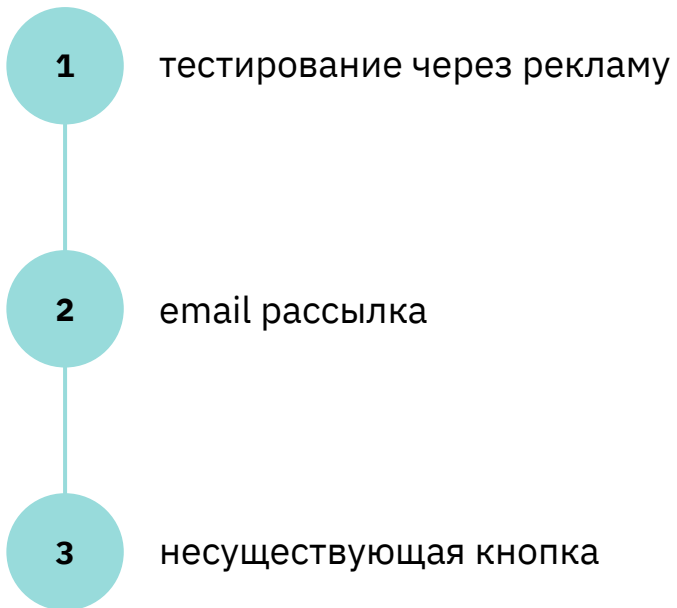
5

Синхронизация с командой

- Запуск тестов на одну и ту же ЦА
- Информирование о проведении теста



Способы валидации



Виды исследований

Количественные исследования

Валидируем на статистически значимых цифрах наши гипотезы

Опросы Google/MailChimp, Я.Взгляд, смс-опросы, баннерная/контекстная реклама и клики, лендинги, ретроспективная аналитика, готовые исследования, MVP

Качественные исследования

Качественно исследуем клиентский опыт и контекст

Интервью (CustDev проблемное или решенческое, JTBD), usability-исследования, дизайн-мышление, MVP

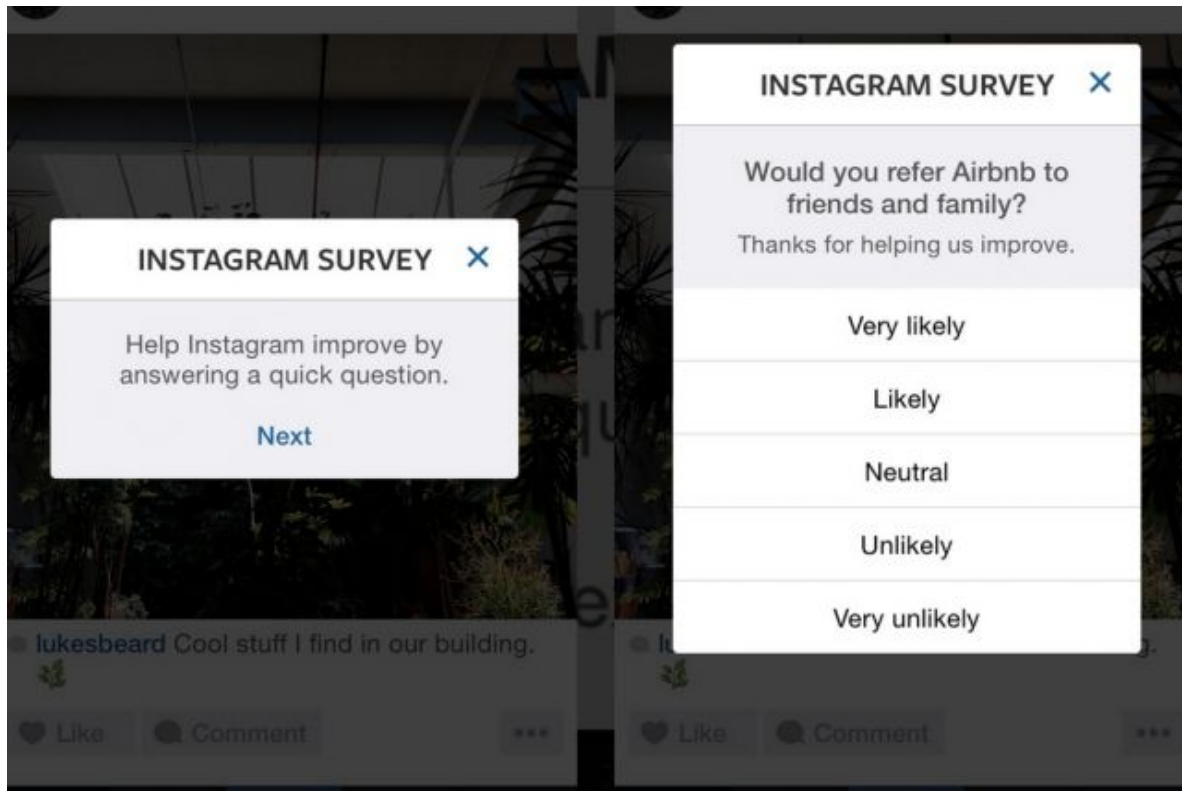
Что делаем в первую очередь?



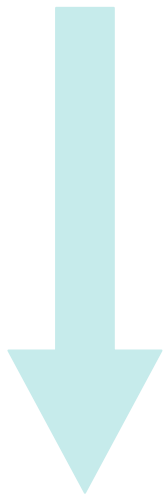
Количественные исследования

Обращение к широкой аудитории

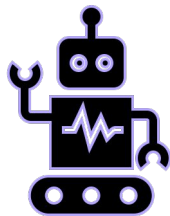
Инстаграм, выборочно, определенным категориям пользователям иногда задает вопросы. Обычно опрос состоит из 3 вопросов. Функционал встроен в сам продукт, но доступен только разработчикам



Алгоритм исследования



1. Пишем гипотезы по продукту
2. Сегментируем пользователей
3. Составляем сценарий интервью
4. Ищем людей
5. Уточняем сценарий после нескольких интервью
6. Общаемся с нужным количеством пользователей
7. Суммируем инсайты и превращаем их в продуктовые требования



Важно

- Мы не меняем методы и инструменты в процессе исследования.
- Мы тщательно формулируем вопросы, иначе есть вероятность, что результаты получатся **недостоверными**.
- Мы проверяем формулировки вопросов и варианты ответов, чтобы они были нейтральны и объективны. Ответы должны отражать реальные потребности, боли и интересы целевой аудитории, а не взгляды и представления исследователей.



Как собрать информацию

Мы составляем анкету и адаптируем ее под задачи исследования, уделяя особое внимание формулировке вопросов.

Вопросы бывают трёх типов:

- Открытый вопрос (респондент сам формулирует ответ)
- Полуоткрытый вопрос (респондент дает конкретный или короткий ответ)
- Закрытый вопрос (респондент выбирает вариант ответа)



Три принципа составления опросов:



Спрашиваем только
личный опыт и
впечатления



Один вопрос - один ответ



Простые, понятные,
короткие формулировки



Качественные исследования - точечное взаимодействие с аудиторией

Usability-исследование в Kokos Lab.
Общение 1 на 1 с человеком, стоит
техника, которая фиксирует действия
испытуемого. Обычно исследование
длится от 10 до 90 минут.



Что вы думаете про идею нашего сервиса?



Оформили бы вы подписку на наш сервис?



Как на ваш взгляд выглядит идеальный сервис (такси/доставки/стрельбы лазером со спутника по тараканам)?



Какой продукт вы сейчас используете для решения своих задач? Как вы пришли к выбору именно этого продукта?



Расскажите, как сейчас организован процесс доставки корреспонденции между офисами вашей компании?



Сколько, на ваш взгляд, должна стоить месячная подписка на наш сервис:

500/1000/1500/3000 руб.



Какие проблемы в настоящий момент существуют при работе с данным решением?



[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.
6. **Почему** это было тяжело? 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?
9. Есть что-то, что я еще не спросил?

Как понять что это оно самое

**инсайты
должны
повторяться или
присутствует
эмоциональный окрас**

6/6

7/8

8/10

9/12

10/14

11/16

12/18

13/20

...



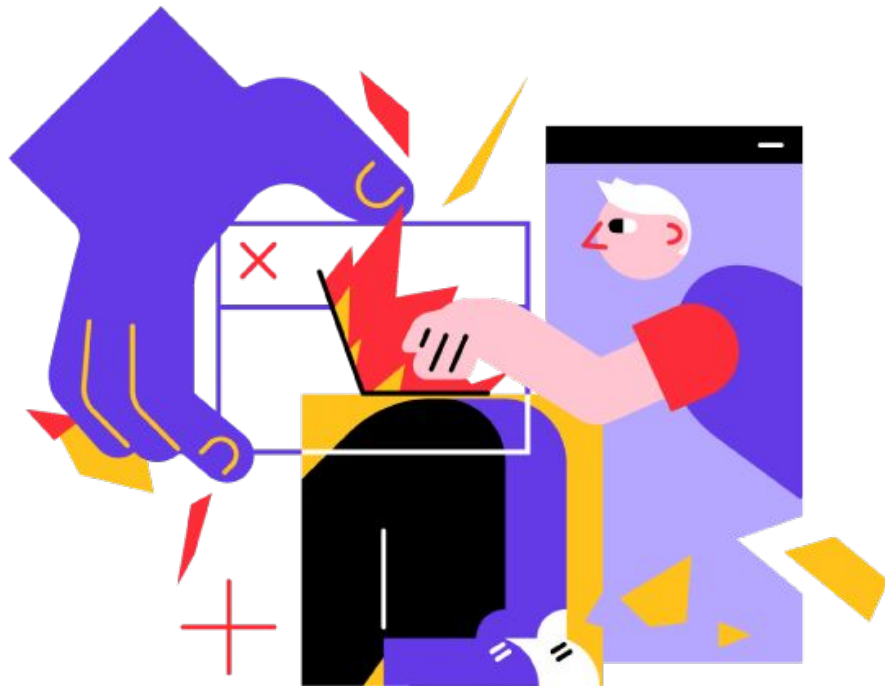
Хитрости ч.1

- Заставляйте думать вслух
- *Проводите интервью с партнером*
- Максимально неформально
- Говорите меньше
- Не спрашивайте про будущее
- Не спрашивайте гипотетически
- Пишите заметки во время интервью
- Помечайте инсайты сразу
- Улыбаемся
- Держите руки открыто и жестикулируйте

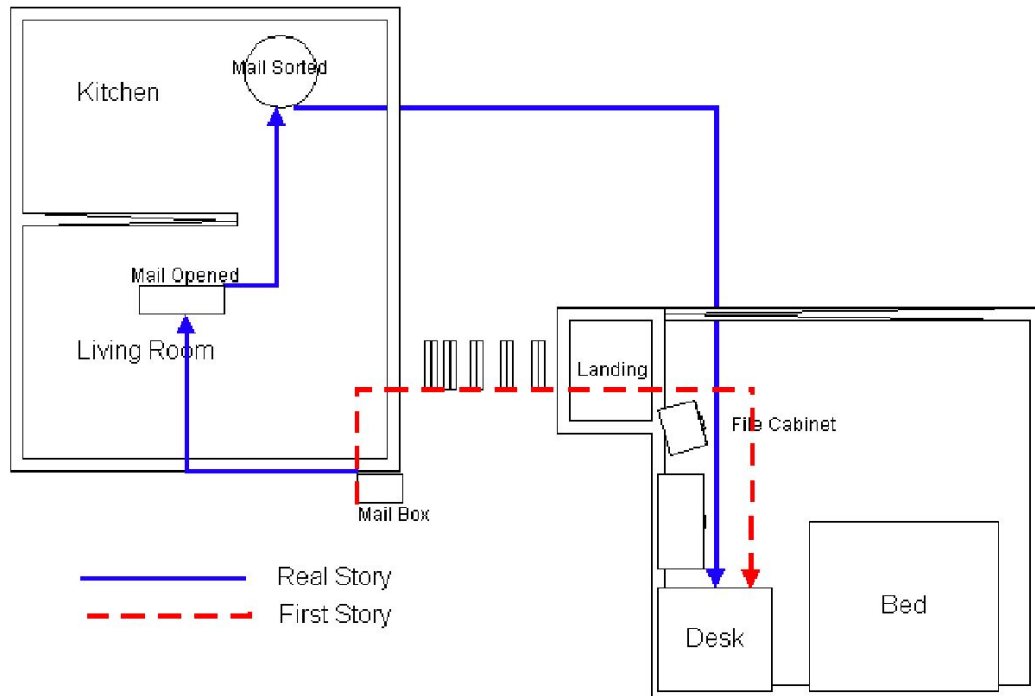


Хитрости ч.2

- Ведите себя уверенно
- Приоденьтесь
- Если вас заочно знают – супер
- Сделайте искренний комплимент
- Активно слушайте
- Перефразируйте
- Находим что-то общее
- Фрустрация – тоже метод
- Не надо «Мнений» или «обобщений»
- Просите оценить по 10-бальной шкале



В чем может проблема Cust Dev'a ?



Пользователь при решении какой-либо задачи, часть активностей может выполнять на автомате. Поэтому в ходе ответов на вопросы может намеренно, но ввести в заблуждение.



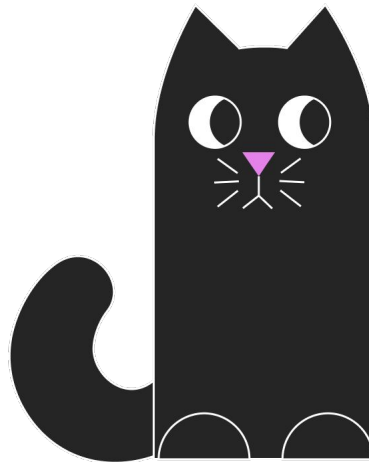


А что будет дальше?

ДЕНЬ 8: Как привлечь пользователей? Выбираем каналы продвижения для нашего продукта

Домашнее задание:

Подготовить каналы привлечения пользователей в наш продукт





Вопросы?





Спасибо
за внимание

A yellow smiley face is drawn over the text. It has two vertical lines for eyes and a curved line for a mouth, positioned to the right of the word 'Спасибо' and below the word 'за'.