

avito.tech

Москва — 2022

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ СЯМ

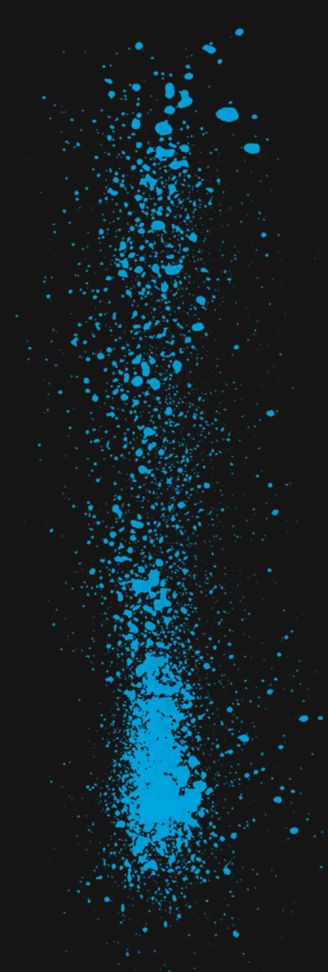
Выявляем и количественно оцениваем
боли пользователей в мессенджере

Анастасия Хапалова

UX исследователь

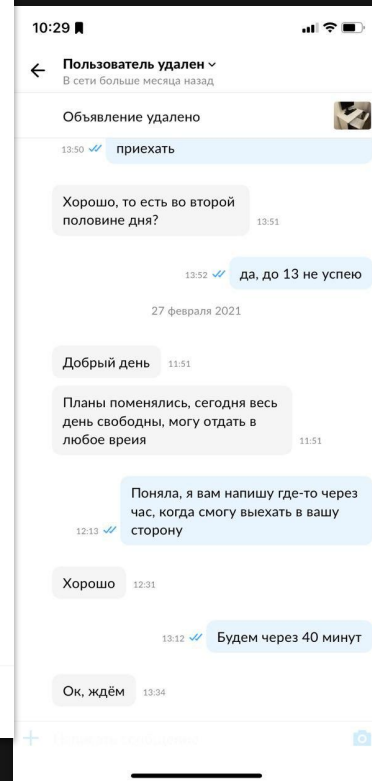
Наталья Хорцева

Исследователь

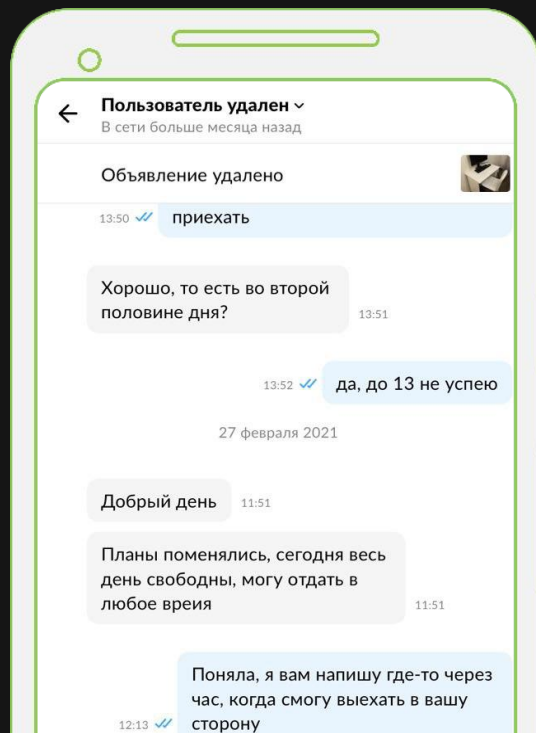
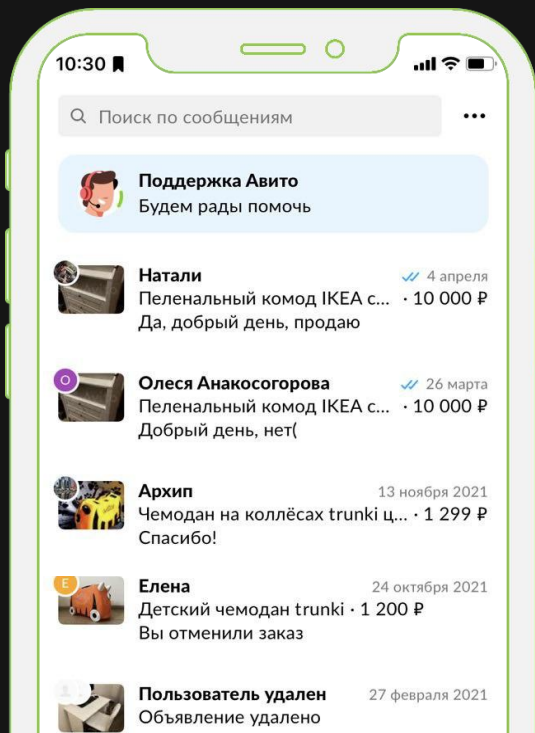


Что такое Авито мессенджер?

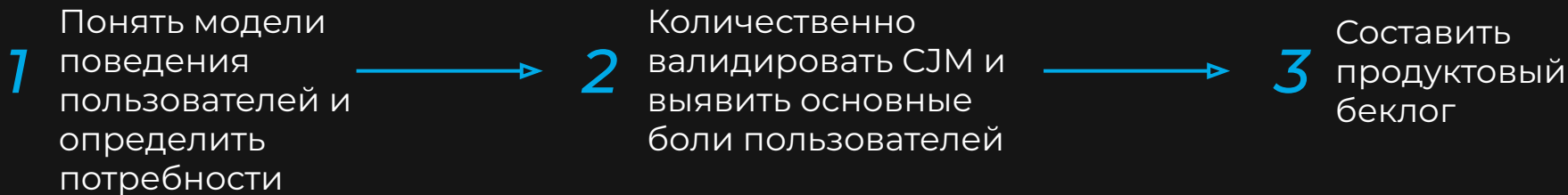
- ▶ Авито Сообщения позволяют миллионам пользователей обсуждать сделки на Авито
- ▶ Мессенджер Авито - безопасный канал общения, так как мы отслеживаем и блокируем появление фишинговых ссылок и спама
- ▶ При этом, многие пользователи предпочитают уходить в другие каналы общения (звонок, другие мессенджеры), где риск быть обманутым выше
- ▶ Безопасность пользователей - наш приоритет, поэтому мы хотим, чтобы больше пользователей общалось через мессенджер



Что такое Авито мессенджер?



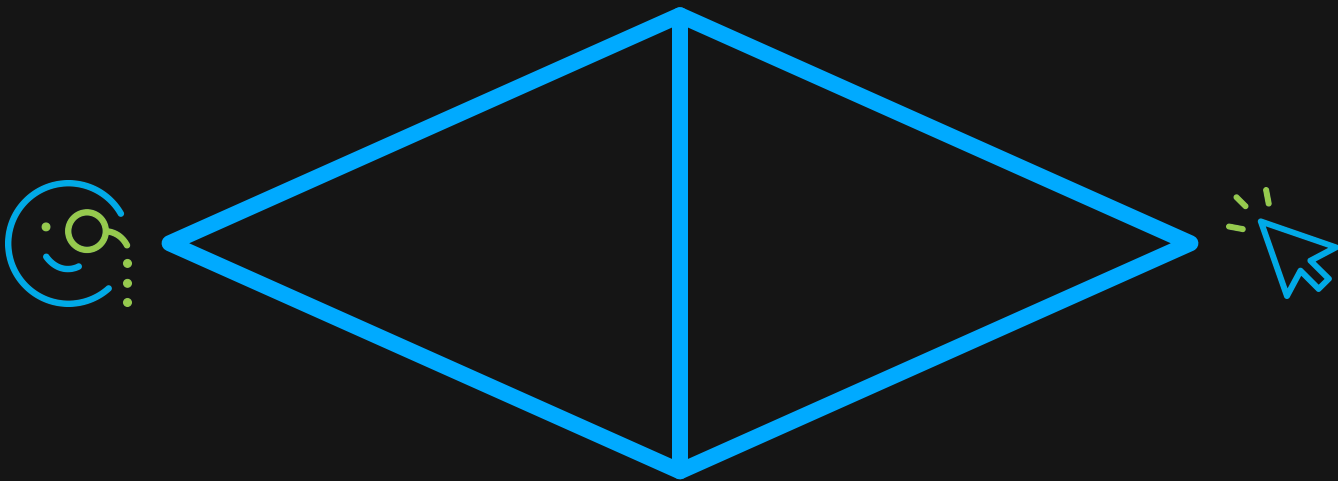
Формирование стратегии мессенджера



Качественный CJM

Количественный CJM

Формирование стратегии мессенджера



Выявление потребностей пользователей

Качественное исследование CJM



5 *

вертикалей

(4 + 1) *

сегмента по
размеру
бизнеса
продавцов

покупатели

4

варианта
отношения к
мессенджеру

🤖 = 100

	Вертикаль	Про/Частник	Игнор/не игнор	Уводят/не уводят в другие мессенджеры
Респ 1	Недвижимость	Про	Игнор	
Респ 2	Недвижимость	Про	Не игнор	Уводит
Респ 3	Недвижимость	Частник	Игнор	
Респ 4	Недвижимость	Частник	Не игнор	Не уводит
Респ 5	Услуги	Про	Не игнор	Уводит
Респ 6	Услуги	Про	Не игнор	Не уводит
Респ 8	Услуги	Частник	Не игнор	Уводит
Респ 9	Гудс	Про	Игнор	
Респ 10	Гудс	Про	Не игнор	Не уводит
Респ 11	Гудс	Частник	Не игнор	Уводит
Респ 12	Гудс	Частник	Не игнор	Не уводит
Респ 13	Транспорт	Про	Игнор	
Респ 14	Транспорт	Про	Не игнор	Уводит
Респ 15	Транспорт	Частник	Игнор	
Респ 16	Транспорт	Частник	Не игнор	Не уводит

Оптимизация рекрутинга

- ▶ Отказались от ранее исследованных сегментов
- ▶ Объединили роли продавцов и покупателей
- ▶ Распределили разные признаки по сегментами
- ▶ Следили за повторяемостью инсайтов

Модели поведения покупателей

Расслабленный



Я хочу найти подходящую мне вещь и купить ее как в маркетплейсе - без лишнего общения и разглашения своей личной информации

Осторожный

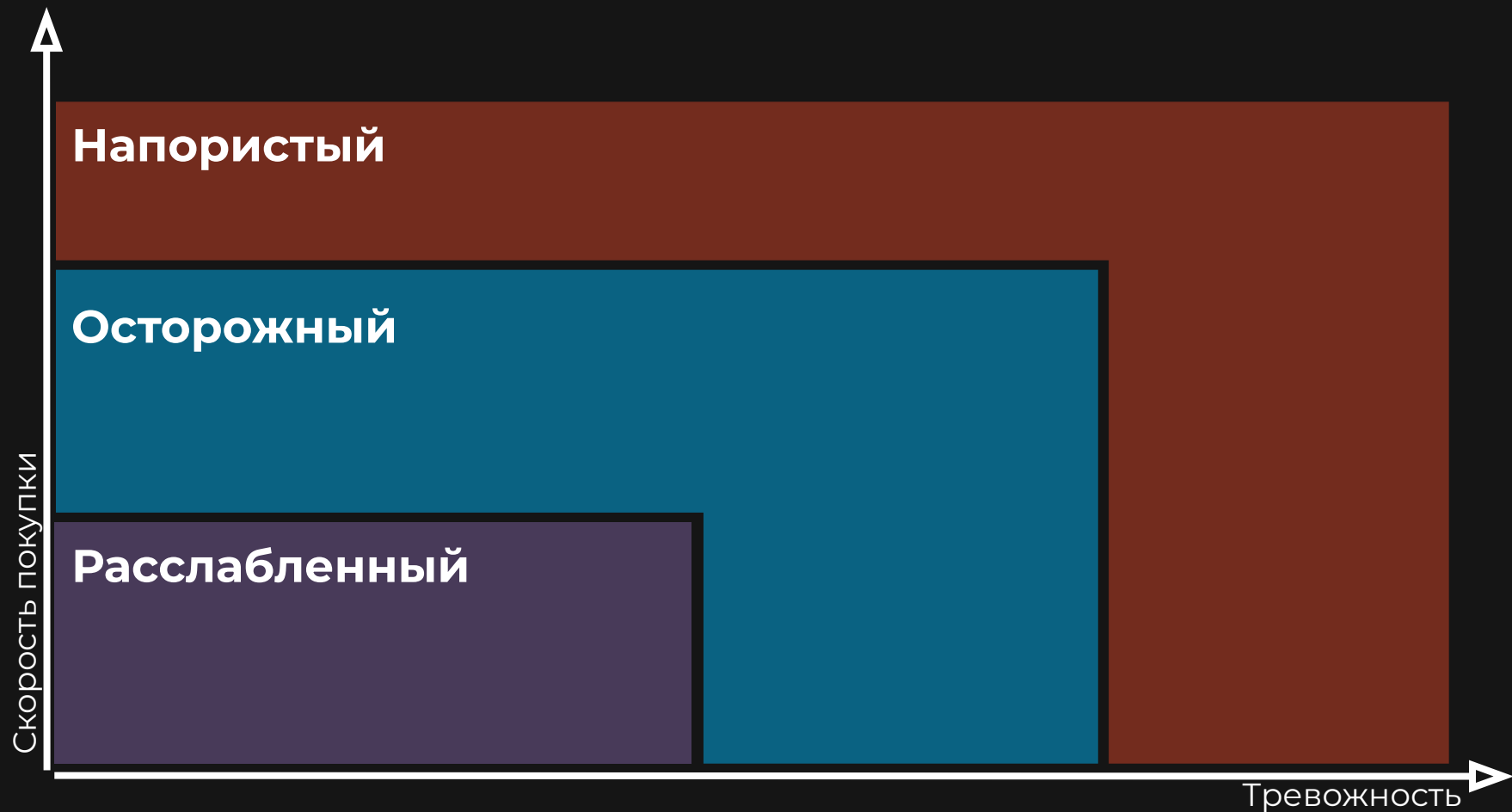


Я хочу отобрать из многих предложений самое подходящее и наладить с продавцом/исполнителем услуг "человеческий контакт", чтобы избежать обмана

Напористый



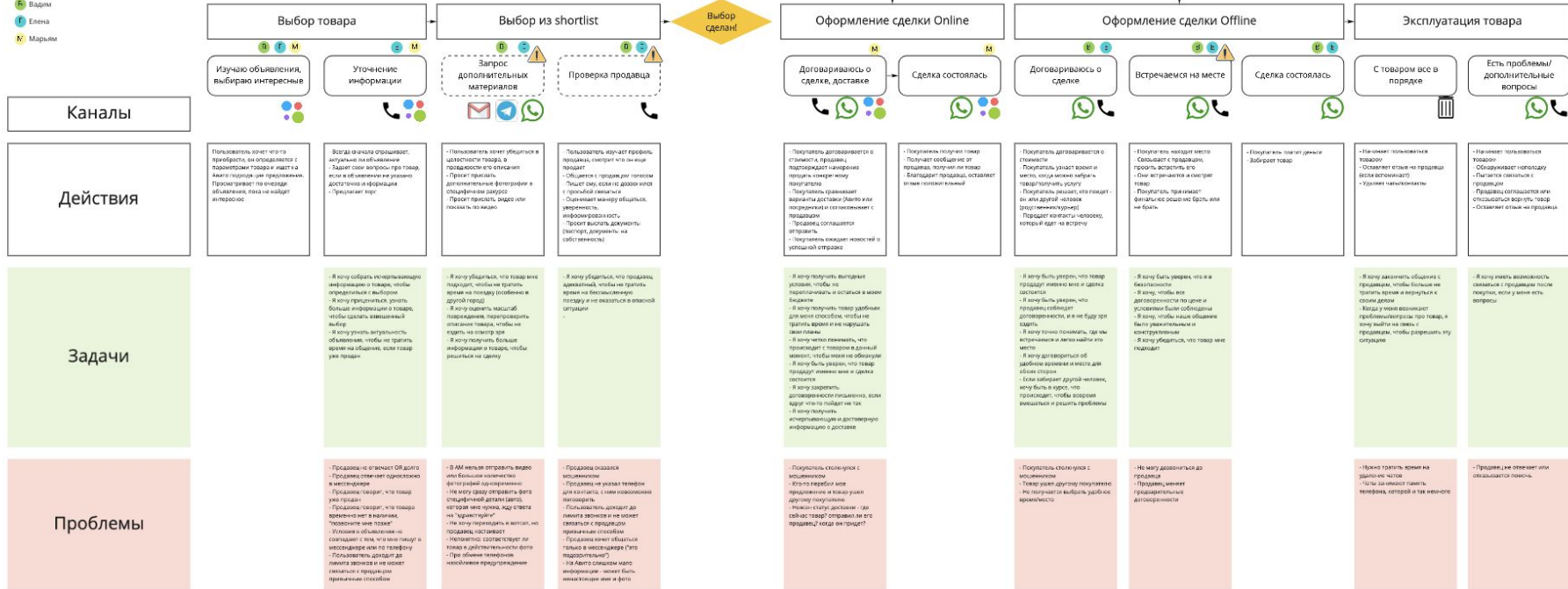
Я хочу быстро прийти к финальной сделке с адекватным продавцом



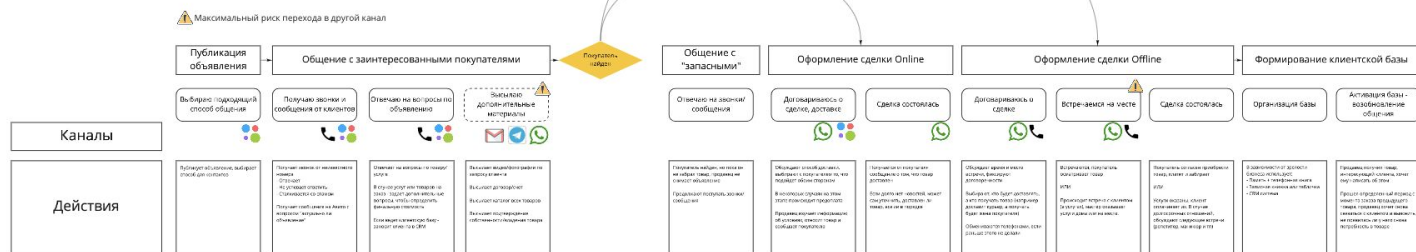
Персона:

- Вадим
- Елена
- Марьям

Максимальный риск перехода в другой канал



Проблемы
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1y8wARegVn9y57ACBpFp_cqb0y5Uwn7mxw8eQ-7W0w/edit#gid=572570856



Продающая
на своих
условиях
Татьяна

Задачи

Проблемы



Клиентоориентированная
Айгуль

Задачи

Проблемы



Деловой
Тимур

Задачи

Проблемы



Продажник
Магомед

Задачи

Проблемы

НЕТ ТАКИХ ЗАДАЧ

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

Есть задача, которая стоит перед мной, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

Есть задача, которая стоит перед мной, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

Есть задача, которая стоит перед мной, чтобы продать

Самой сложной задачей является...

Не актуально, так как сделка подразумевает личную встречу

Не актуально, так как не требует объявления

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

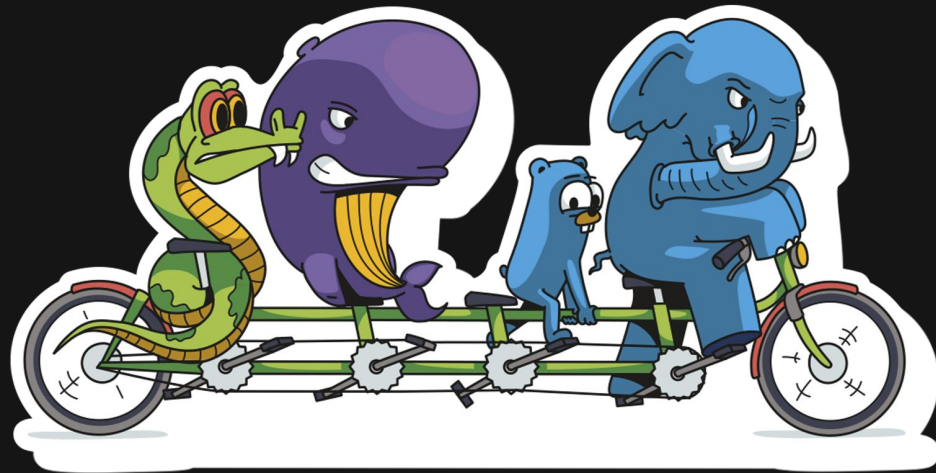
В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

В процессе, есть задачи, которые нужно решить, чтобы продать

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО?

Рассматривая путь пользователей с разных перспектив, мы собираем больше информации

- ▶ Боль “Напористого” - продавец не указал в объявлении номер телефона
- ▶ Боль “Расслабленного” - продавец не разрешил писать ему через чат
- ▶ Модели поведения складываются из контрастных задач и позволяют увидеть CJM со всех сторон



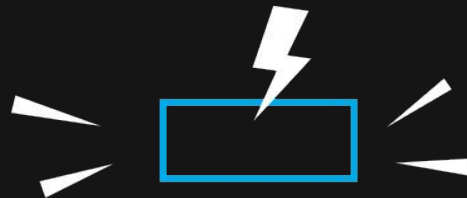
Приоритизация потребностей и выявление болей

Онлайн опрос

Формирование списка этапов и задач для анкеты

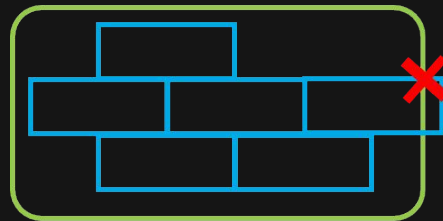
Формирование списка этапов и задач для анкеты

- ▶ Задачу нельзя разбить на 2 задачи



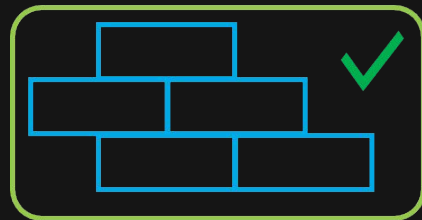
Формирование списка этапов и задач для анкеты

- ▶ Задачу нельзя разбить на 2 задачи
- ▶ **Задачи соответствуют этапу и не выходят за его рамки**



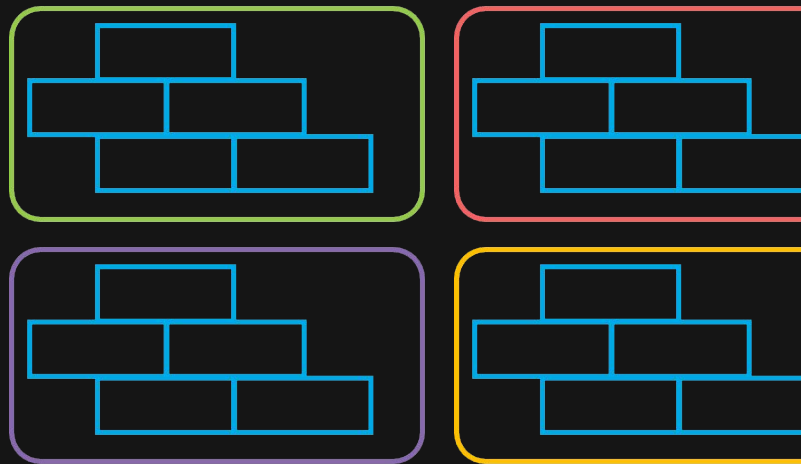
Формирование списка этапов и задач для анкеты

- ▶ Задачу нельзя разбить на 2 задачи
- ▶ Задачи соответствуют этапу и не выходят за его рамки
- ▶ **Этапы содержат минимум 5 задач**



Формирование списка этапов и задач для анкеты

- ▶ Задачу нельзя разбить на 2 задачи
- ▶ Задачи соответствуют этапу и не выходят за его рамки
- ▶ Этапы содержат минимум 5 задач
- ▶ **Этапы включают примерно одинаковое количество задач**



Проверка списка задач



Задачи и этапы
релевантны для
всех подгрупп



Задачи
соответствуют
сервису,
который их
решает



Респонденты
однозначно
понимают задачи
и этапы

13

Этапов

5 этапов для
покупателей и
8 этапов для
продавцов

78

Задач

27 задач для
покупателей и
51 задача для
продавцов

60

Проблем

31 проблема для
покупателей и
29 проблем для
продавцов

Методология исследования

01. Просим отметить, в каких этапах респондент лично **участвовал**

02. По каждому отмеченному этапу просим отметить **важность** и **сложность** задач

03. Для каждой важной и сложной задачи спрашиваем, как Авито и конкуренты **решили задачу**

04. Просим отметить, с какими проблемами из списка **лично столкнулись**

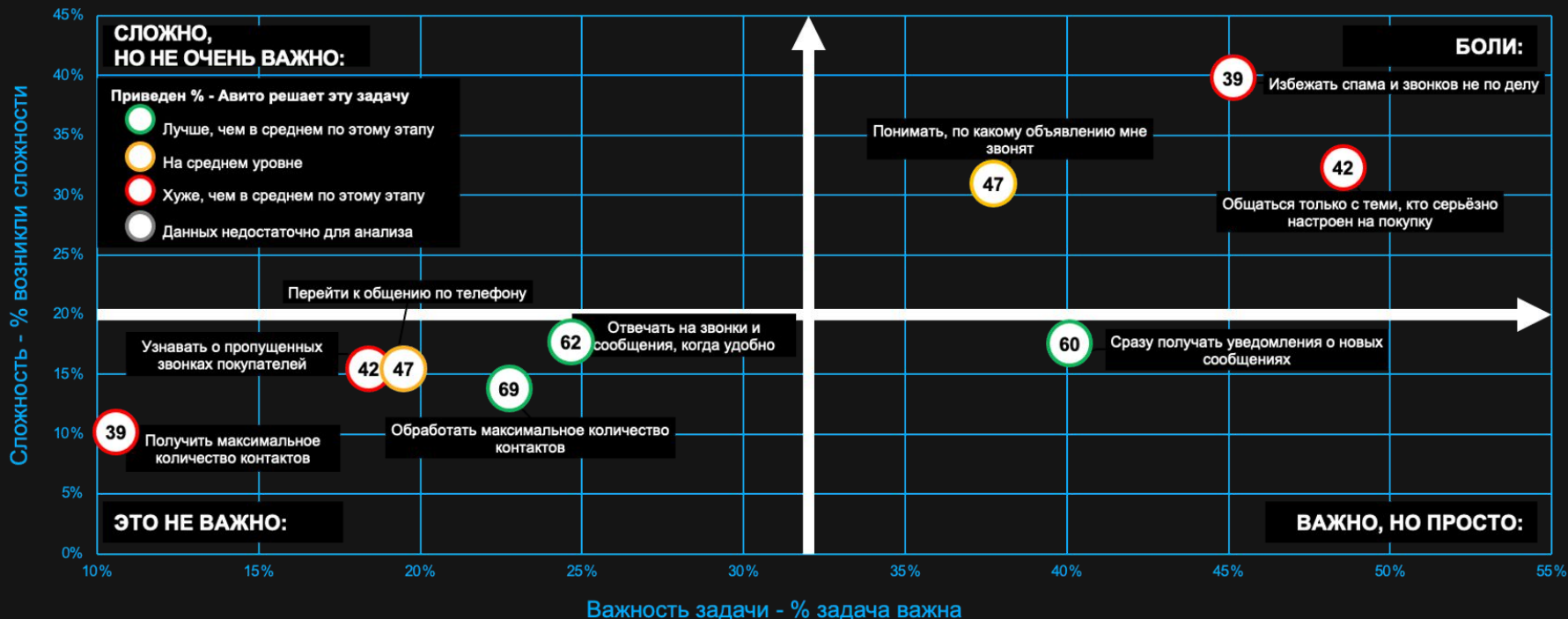
Результаты - формат

Насколько успешно Авито решил задачу?

- Лучше, чем в среднем по этапу
- На среднем уровне
- Хуже, чем в среднем по этапу
- Недостаточно данных



Пример карты



Результаты

13

Карт
построили

Составили карту для
каждого этапа

27/78

Болевых
задач

Выявили 18 важных и
одновременно
сложных задач для
продавцов и 9 для
покупателей

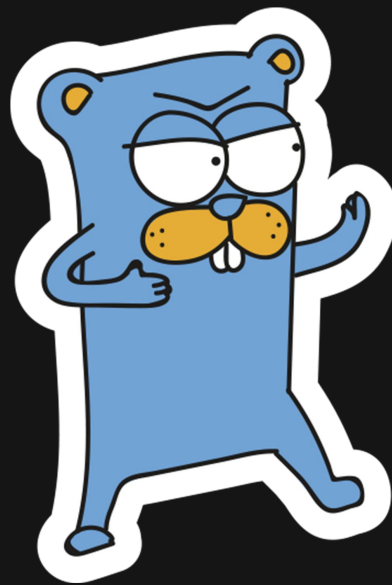
8/27

Болевых задач,
которые Авито
плохо решает

И почему Авито
их плохо решает

Саммари

- ▶ Сочетание качественного и количественного этапа позволяет получить более глубокое представление о пути пользователя
- ▶ Такой подход можно использовать для любого CJM
- ▶ Несмотря на то, что дизайн исследования довольно простой, нужно уделить особое внимание формированию списка задач и сбору данных



Москва — 2022

Настя Хапалова

UX researcher

✉ aikhapalova@avito.ru

✈ [akhapalova](https://www.instagram.com/akhapalova)

Наташа Хорцева

Исследователь

✉ ngkhortseva@avito.ru

✈ [khortseva](https://www.instagram.com/khortseva)