|  |  |
| --- | --- |
| Проблема | Недостаточно информации о доступных вакансиях (указано лишь 3) и условиях работы/компесанции. Данную информацию возможно получить после регистрации, однако указание персональных данных может являться стоп-фактором для искателей, что может уменьшать конверсию на этапе регистрации. |
| Портрет клиента | ЦА сервиса могут являться: молодые люди в возрасте 18-21 год, без релевантного опыта/образования; женщины в декретном возрасте/с детьми; люди 45+, которым сложно найти работу после, например, длительного ухода за детьми. В кейсе акцент сделан на первую группу, хотя интуитивно кажется, что как вторая категория, так и третья (хотя возможно и не подходит под формат компании) может быть интересной. Указанная проблема, в свою очередь, актуальна именно для зетов, поскольку им свойственно искать всю информацию предварительно в интернете. |
| Метод | В рамках задачи был выбран метод этнографии, поскольку фокус-группу для учебного проекта (а еще и во время карантина) собрать непросто, эта проблема не для usability тестирования, а интервью показалось несколько избыточным. |
| Вопросы | Какие ощущения были испытаны в процессе?  А как было бы удобнее на Ваш взгляд?  Что бросилось в глаза?  Какой информации о работе Вам не хватило?  Какого Ваше итоговое впечатление о сервисе? |
| План интервью | Респонденту было предложено изучить страницу сервиса и ознакомиться с вакансиями и условиями работы. После подачи мне сигнала об окончании процесса мы обсуждали вопросы из списка исходя из мнения респондента. В течение наблюдения я старался отмечать сложности, возникающие в процессе и делать другие пометки у себя на листочке. |
| Выборка | Молодые люди в возрасте 18-21 год, желательно без высшего образования (школа, колледж). В идеале в состоянии поиска работы, прописанный вне территории Московской области. Желательный объем выборки – до повторения результатов этнографии. |
| Сколько человек опрошено | Был найден один доброволец – юноша 19 лет, в настоящий момент находится в поиске работы после прохождения срочной военной службы. Ищет работу в сфере продаж. |
| Какие инсайты выявлены | Респондент немного задумался на регистрации, но довольно быстро прошел дальше. Потратил достаточно времени на изучение информации о вакансиях на базовой странице. Процесс работы с сервисом дошел до изучения доступных вакансий в аккаунте пользователя, после чего мы его завершили. |
| Какие выводы сделаны | В конкретном случае заявленная проблема не нашла подтверждения экспериментом – респондента не смутила необходимость регистрации, а причиной задержки на телефоне была мысль о том что во время процесса он получит ответный звонок, к которому был готов, но не во время интервью. Скорее всего, мне бы не удалось это узнать будь мы менее знакомы изначально. В целом, респондент хотел бы больше информации об условиях работы. По итогам общения сошлись на том, что информацию об условиях труда он предпочел бы черпнуть в интернете и потом пытаться идти дальше по воронке, а там она надо признать явно не в пользу сервиса. |
| Что получилось, что не получилось, что было сложно? | В качестве сложностей хочется отметить два момента. Во-первых, найти добровольцев было весьма непросто. Наверное, будучи работающим специалистом в области это решается проще. Во-вторых, и это даже важнее, было крайне сложно найти и оценить проблему без каких-либо статистических данных и понимания концепции продукта в целом. Я не исключаю вариант, что даже если проблема будет детектирована и эксперименты покажут ее статистическую значимость, политика явного указания условий труда может не входить в идеологию компании, а значит, проблема заведомо была неактуальной. Не являясь ЦА сервиса и не имея данных о его работе, найти что-либо иное, что стоило бы изучить качественно, было трудно.  Не получилось, к сожалению, выявить явных паттернов в данном вопросе, поскольку фактически опрошен был один человек. Возможно удастся сделать более глубокие выводы в рамках курсовой работы, когда проблема будет выявлена на основании эмпирических данных и, возможно, средствами онлайн-интервью.  Получилось черпнуть для себя довольно необычный опыт социолога и подумать не только логически над проблемой, но и с некоторой эмпатией. |