



Ольга Трунова
СберМаркет

и.о. директора по исследованиям пользовательского опыта

+7 9268631552

olga.trunova@sbermarket.ru

Практики развития ЭМПАТИИ В КОМПАНИИ:

как формировать контакт бизнеса с клиентом



Нужны ли исследователи, чтобы формировать контакт бизнеса с клиентом, если «все могут в кастдев»?

Спойлер: да

01

Как не упустить всё самое важное о клиенте: структура отдела исследований пользовательского опыта в СберМаркете.

02

Донесение информации: рассказываем командам про жизнь клиента.

03

Дискавери-процессы: строим продукт вокруг клиента.

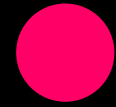
04

Общение с пользователями: переходим от абстрактного клиента к живому человеку.

01

Как не упустить всё самое важное о клиенте:
структура отдела исследований пользовательского опыта
в СберМаркете.

Какие есть подходы к исследованиям в компаниях?

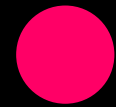


Исследователи исследуют
и приносят результаты заказчику



Продуктовая команда
проводит кастдевы

Какие есть подходы к исследованиям в компаниях?



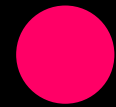
Исследователи исследуют
и приносят результаты заказчику



Продуктовая команда
проводит кастдевы

- + Профессионально.
- + Продуктовая команда не отвлекается от своих прямых функций.

Какие есть подходы к исследованиям в компаниях?



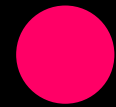
Исследователи исследуют
и приносят результаты заказчику



Продуктовая команда
проводит кастдевы

- + Профессионально.
- + Продуктовая команда не отвлекается от своих прямых функций.
- Без достаточного погружения в контекст.
- Упускаются моменты, когда исследование помогло бы команде.

Какие есть подходы к исследованиям в компаниях?



Исследователи исследуют
и приносят результаты заказчику

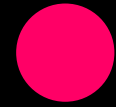
- + Профессионально.
- + Продуктовая команда не отвлекается от своих прямых функций.
- Без достаточного погружения в контекст.
- Упускаются моменты, когда исследование помогло бы команде.



Продуктовая команда
проводит кастдевы

- + Команда проникается эмпатией.
- + Понимание предыстории, контекста, целей исследования.

Какие есть подходы к исследованиям в компаниях?



Исследователи исследуют
и приносят результаты заказчику

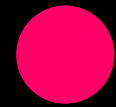
- + Профессионально.
- + Продуктовая команда не отвлекается от своих прямых функций.
- Без достаточного погружения в контекст.
- Упускаются моменты, когда исследование помогло бы команде.



Продуктовая команда
проводит кастдевы

- + Команда проникается эмпатией.
- + Понимание предыстории, контекста, целей исследования.
- Менее профессионально.
- Трудозатратно.

Какие есть подходы к исследованиям в компаниях?



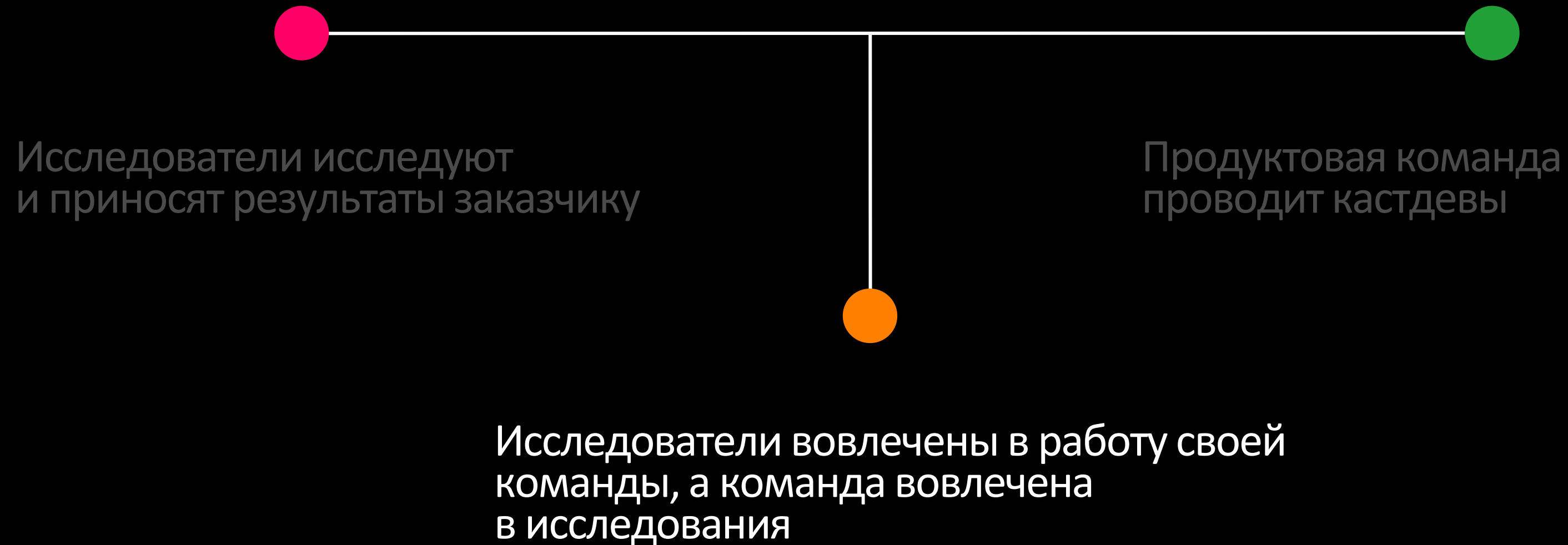
Исследователи исследуют
и приносят результаты заказчику



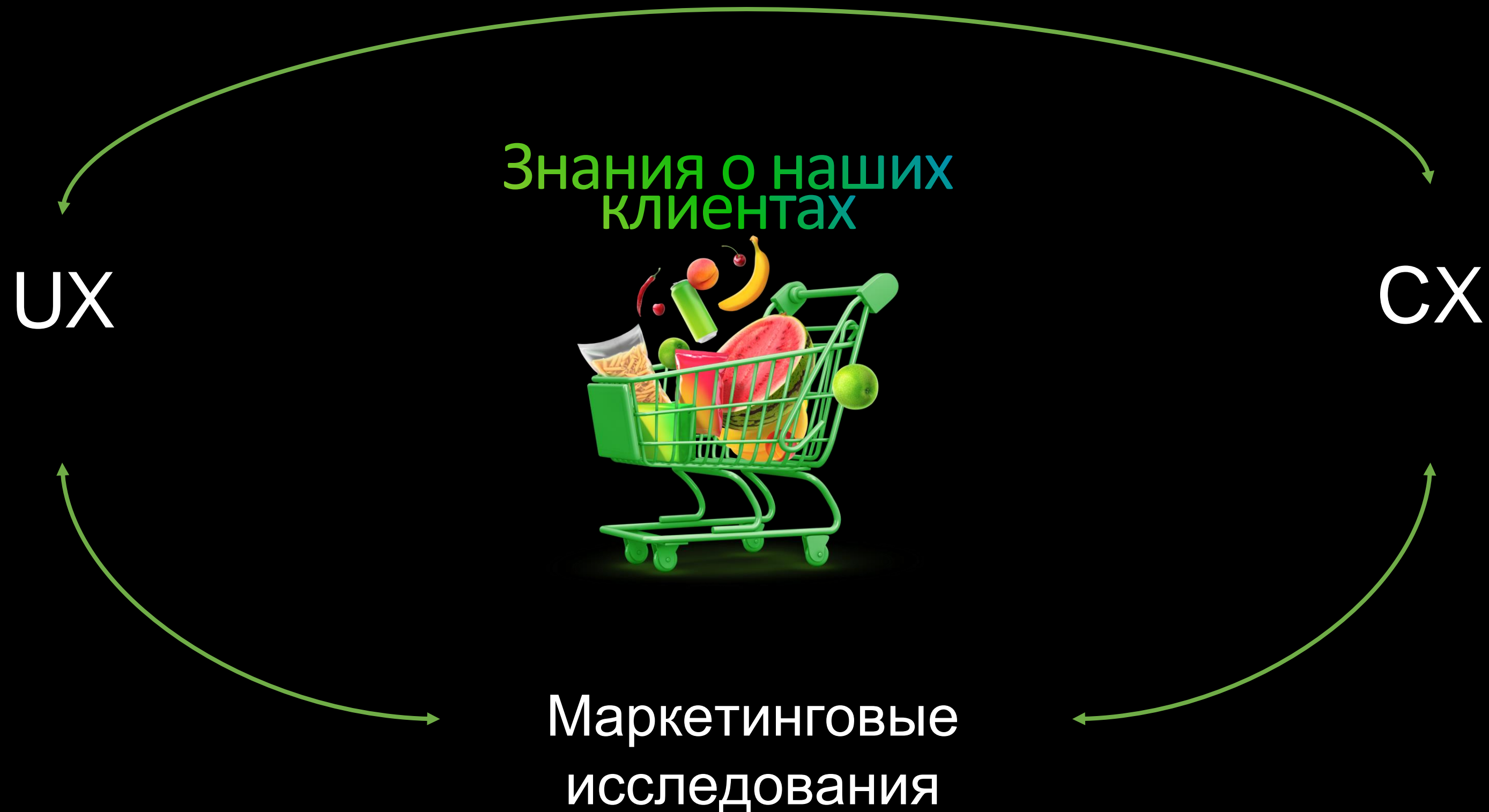
Продуктовая команда
проводит кастдевы

И общий недостаток: большая вероятность что-то упустить.

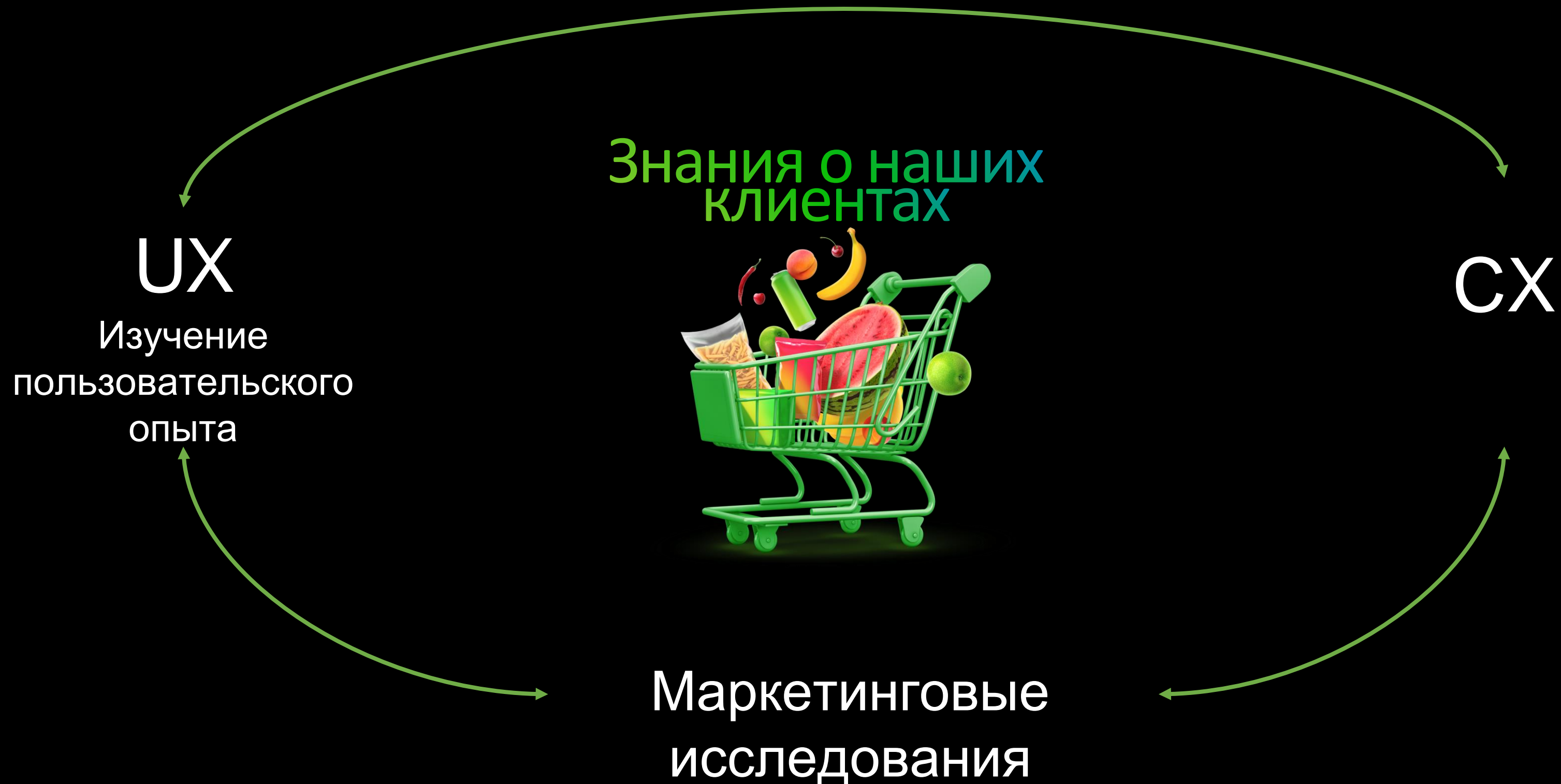
Есть еще один подход, которого придерживаемся мы в СберМаркете



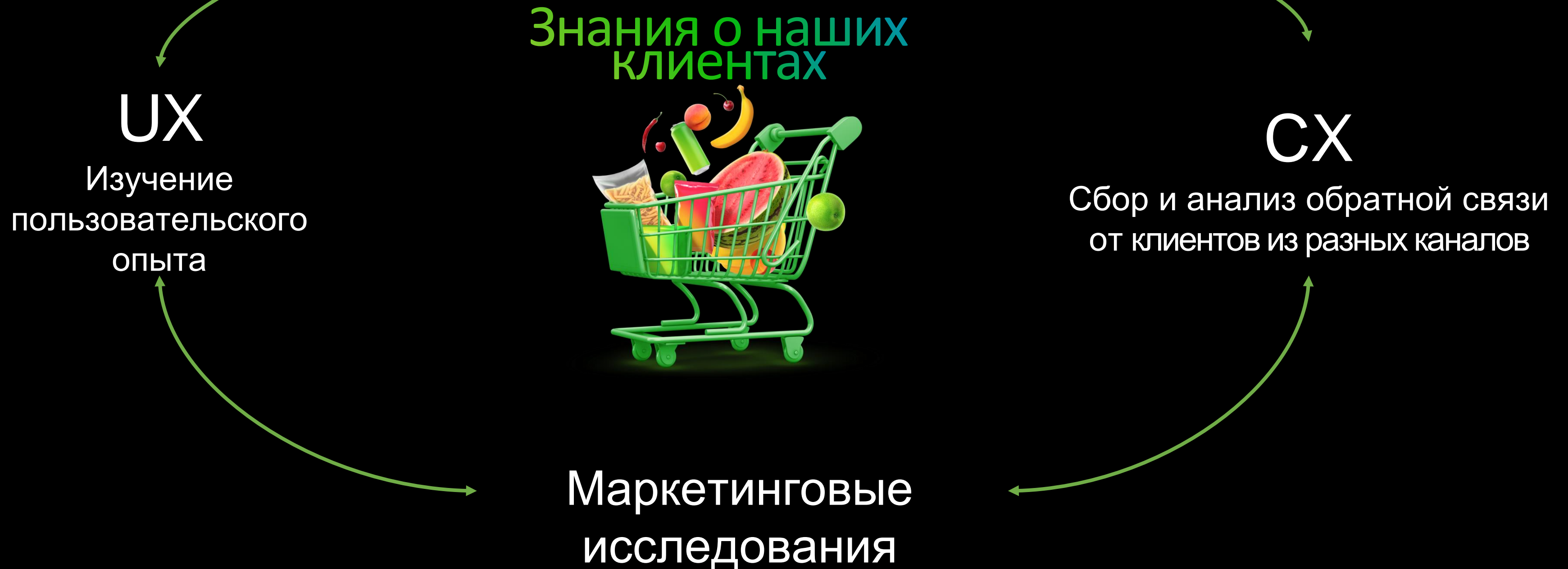
Структура отдела знаний о клиенте в СберМаркете



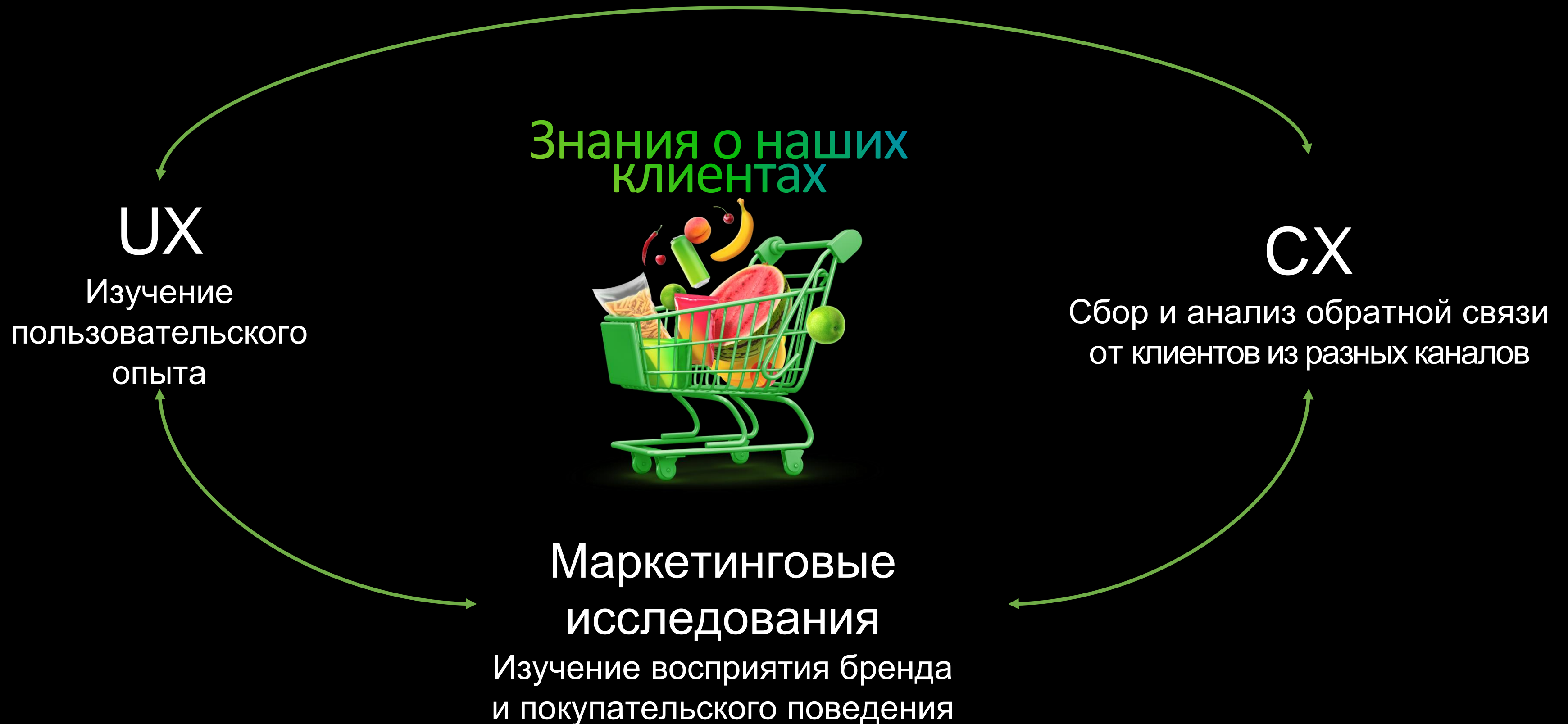
Структура отдела знаний о клиенте в СберМаркете



Структура отдела знаний о клиенте в СберМаркете



Структура отдела знаний о клиенте в СберМаркете



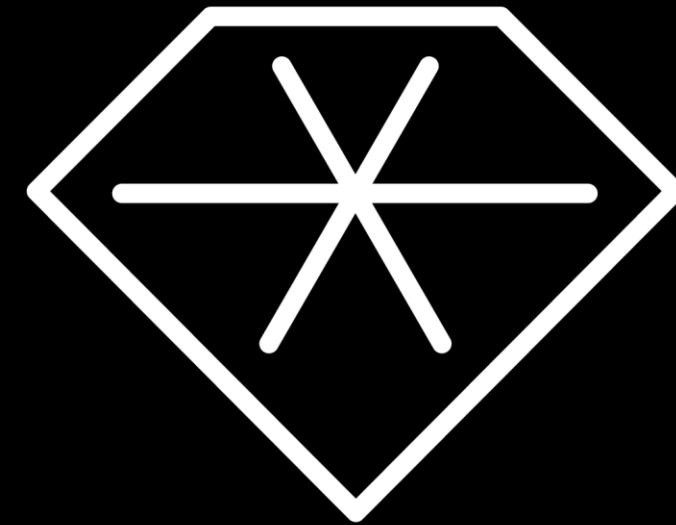
02

Донесение информации: рассказываем командам про жизнь клиента

Рассказываем про клиентов



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)



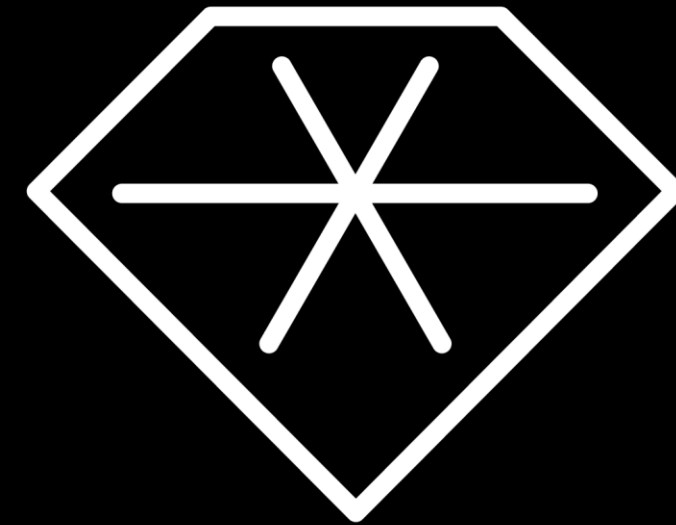
Уровень: вся компания

Рассказываем про клиентов



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)

- Презентации результатов.
- Шаринг с командой результатов исследований в других направлениях.



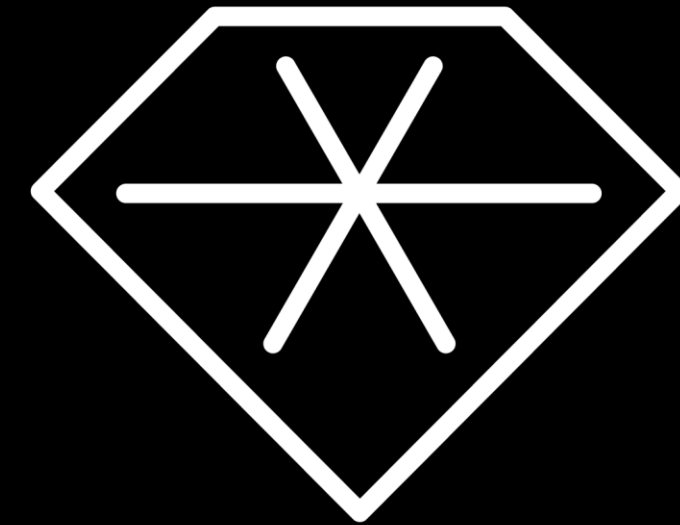
Уровень: вся компания

Рассказываем про клиентов



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)

- Презентации результатов
- Шаринг с командой результатов исследований в других направлениях



Уровень: вся компания

- Выступление на еженедельной встрече сотрудников компании.
- Демо исследовательского отдела.
- Дайджест компании, дайджест исследовательского отдела.



ДАЙДЖЕСТ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

Приветствуем второй выпуск дайджеста команды исследователей!

Исследователи СберМаркета — это команда, которая помогает понять поведение, потребности и эмоции наших клиентов и партнёров, чтобы улучшить наш сервис.

Мы постоянно проводим исследования и собираем фидбэк — и хотим поделиться самым интересным за Q4(22)-Q1(23).

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В Q1 мы провели 80⁺ исследований

...и это были не только юзабилити-тесты



-1:21:15



Демо Дайджест



Карта коммуникаций результатов исследований

Карта коммуникации результатов исследований и клиентских метрик

Создатель Наталья Спирог, отредактировано мар 01, 2023

На VP-Team

Цель	Что доносим	Канал	Частота	Статус
Понимание ключевых метрик про клиента	Выступление с апдейтом про клиента (в основном ВНТ + важные исследования) - 20 минут	VP-Meeting	1 раз в месяц	ПИЛОТИРУЕМ
Личное погружение Бориса в ключевые исследования 🤔	Рассказ на 15 минут о важном исследовании из свежих	Краткий рассказ на 1-1	еженедельно	ЕСТЬ

На M-Team

Цель	Что доносим	Канал	Частота	Статус
Статус по клиентским метрикам	Тематики обращений + отзывы из соцсети + результаты Product Quality Warroom за неделю	чат в MM #CR-product-quality-warroom	еженедельно	ЕСТЬ
	Ключевые метрики клиентского опыта (CR, NPS, отзывы, отмены) + ключевые изменения по результатам деятельности Product Quality Warroom	почта	1 раз в месяц	ЕСТЬ
	Price Index отчет ежеквартальный	почта	1 раз в квартал	ПИЛОТИРУЕМ
	Ежемесячный отчет ВНТ – знание, пользование, конкурентные позиции	почта	1 раз в месяц (рассылает Тамила)	ЕСТЬ
Осведомленность о проходящих продуктовых исследованиях	Выжимка результатов и ссылка на отчет по важным исследованиям	Дайджест Лены Калинченко	1 раз в неделю	ЕСТЬ
		почта	1 раз в неделю	ЕСТЬ
Эмпатия к клиенту (пока был запрос от Асана и Бори)	Передача видео интервью на просмотр (сейчас берем интервью в рамках проекта по выгоде)	почта	1 раз в месяц	ПИЛОТИРУЕМ

На команду продукта

Цель	Что доносим	Канал	Частота	Статус
Осведомленность о проходящих продуктовых исследованиях	Результаты важных/интересных исследований	Сабантуй	По факту исследования	ЕСТЬ
	Анонсы исследований, приглашение на поля, ключевые результаты, ссылки на отчеты	Продуктовые чаты: #product-ux-research, #product-chat	По факту исследования	ЕСТЬ Нужно добавить охвата на чатики команд разработки и аналитики (консультация с devrel)
	Интересные инсайты из последних исследований, кейсы применения исследований в разных ситуациях, видео для эмпатии	Ежеквартальное Demo Research команды	1 раз в квартал	ЕСТЬ
	Выжимка результатов и ссылка на отчет по важным исследованиям	Дайджест Лены Калинченко	1 раз в неделю	ЕСТЬ

Хорошо,
но недостаточно



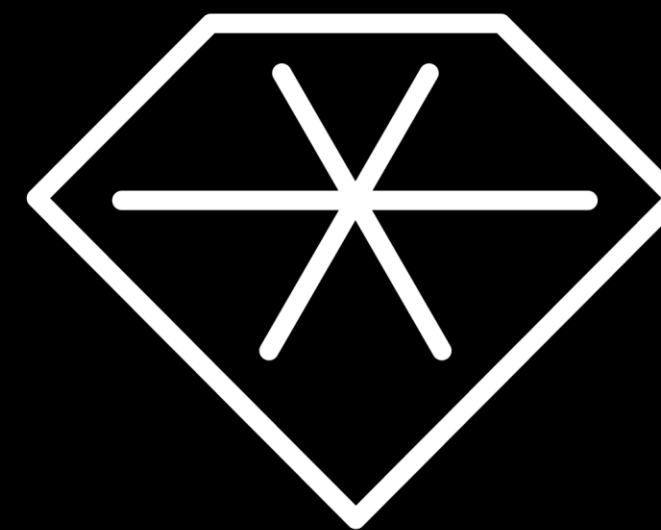
03

Дискавери-процессы: строим продукт вокруг клиента

Строим продукт вокруг клиента



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)



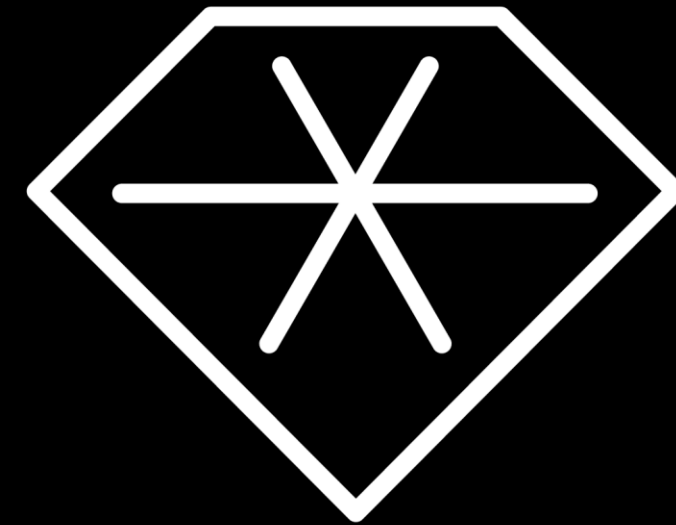
Уровень: вся компания

Строим продукт вокруг клиента



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)

- Совместное формирование идей, гипотез, их оценка по RICE.
- Совместное формирование бэклога, планирование квартала.



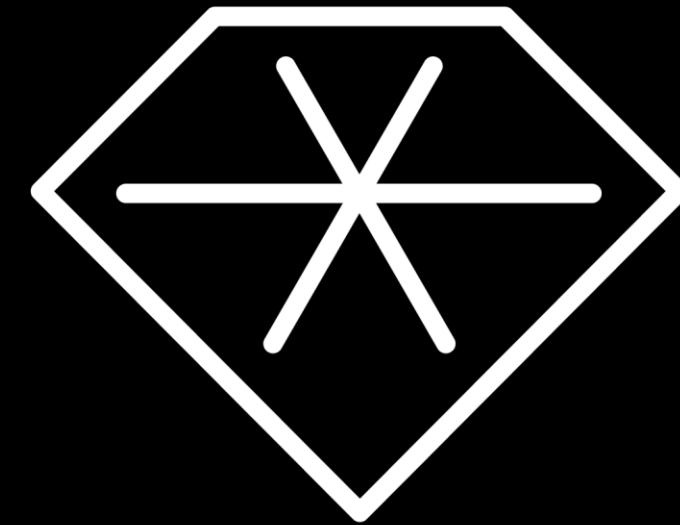
Уровень: вся компания

Строим продукт вокруг клиента



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)

- Совместное формирование идей, гипотез, их оценка по RICE.
- Совместное формирование бэклога, планирование квартала.



Уровень: вся компания

- Участие в формировании стратегии доменов.
- Воркшопы с топ-менеджментом (например, для выбора фокусных сегментов).

Отлично,
но можно
еще лучше?



04

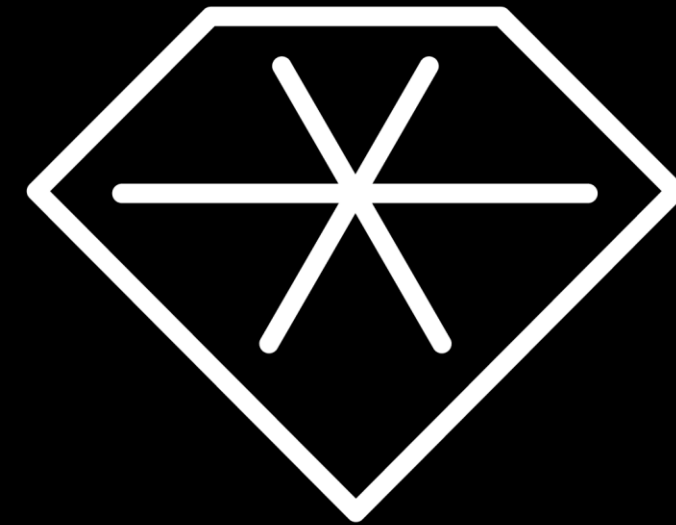
Общение с пользователями: переходим от абстрактного клиента к живому человеку

Увидеть людей, для которых мы работаем



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)

- Посещение командой интервью/ фокус-групп.
- Проведение интервью (при методологическом саппорте исследователя).
- Просмотр записей интервью/ фокус-групп.
- Дизайн-спринты.



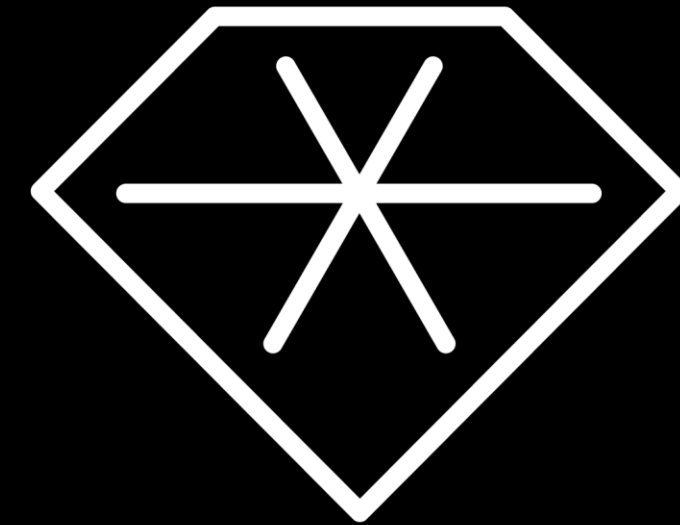
Уровень: вся компания

Увидеть людей, для которых мы работаем



Уровень: своя команда
(продукт, маркетинг)

- Посещение командой интервью/ фокус-групп.
- Проведение интервью (при методологическом саппорте исследователя).
- Просмотр записей интервью/ фокус-групп.
- Дизайн-спринты.



Уровень: вся компания

- Дни эмпатии.
- Спид-дэйтинги.
- Обзор небольшой части интервью на общей встрече сотрудников компании.

Команда 1

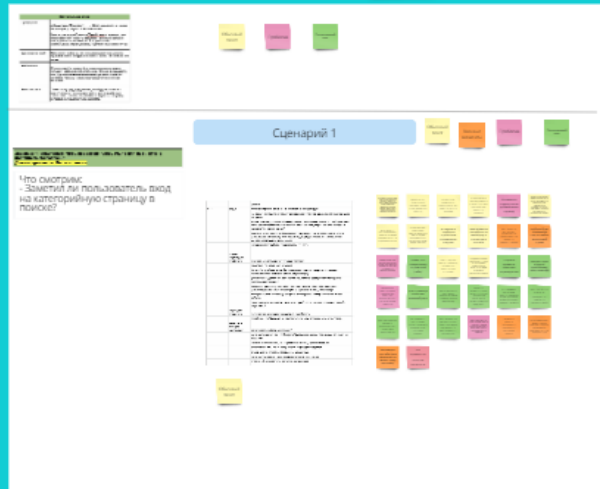
Frame 6

Нечетов
Дмитрий

Группа 1
 • Интервьюер:
 Олег
 • Делает записи в
 мире: Костя
 • Наблюдает за
 экраном: Аделина

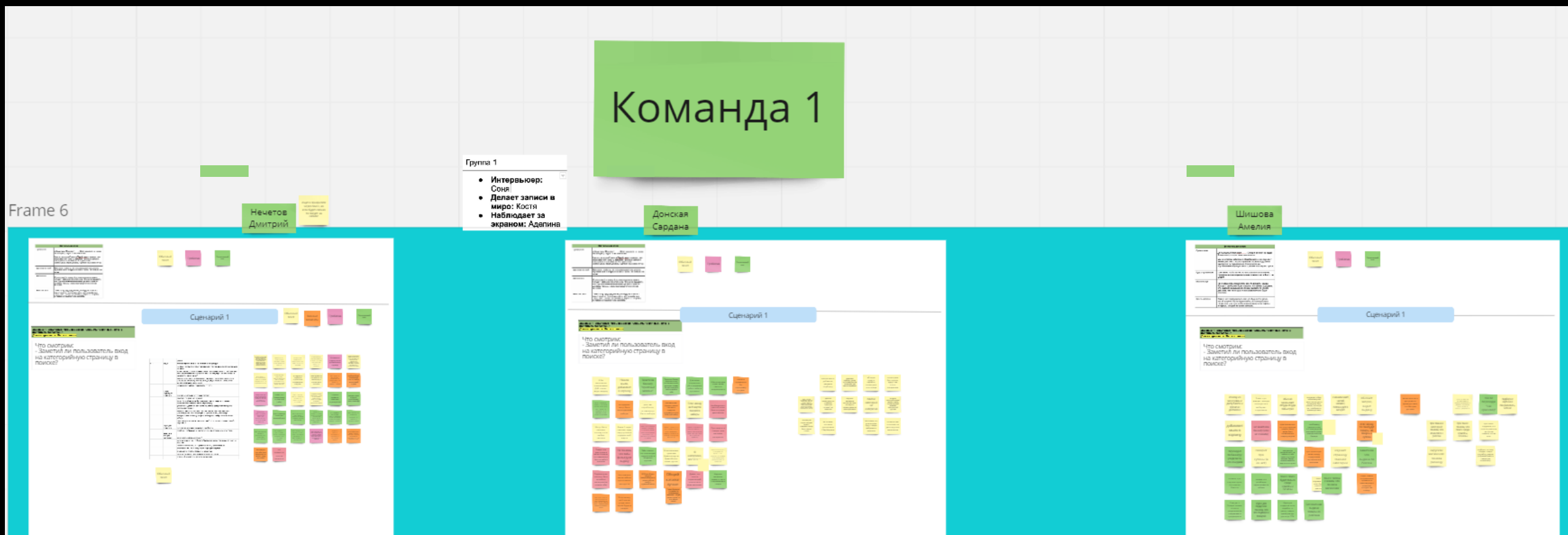
Донская
Сардана

Шишова
Амелия



Дизайн-спринты

- Кроссфункциональный состав на всех этапах дизайн-спринта.
- На интервью присутствуют все функции.



Дизайн-спринты

- Кроссфункциональный состав на всех этапах дизайн-спринта.
- На интервью присутствуют все функции.

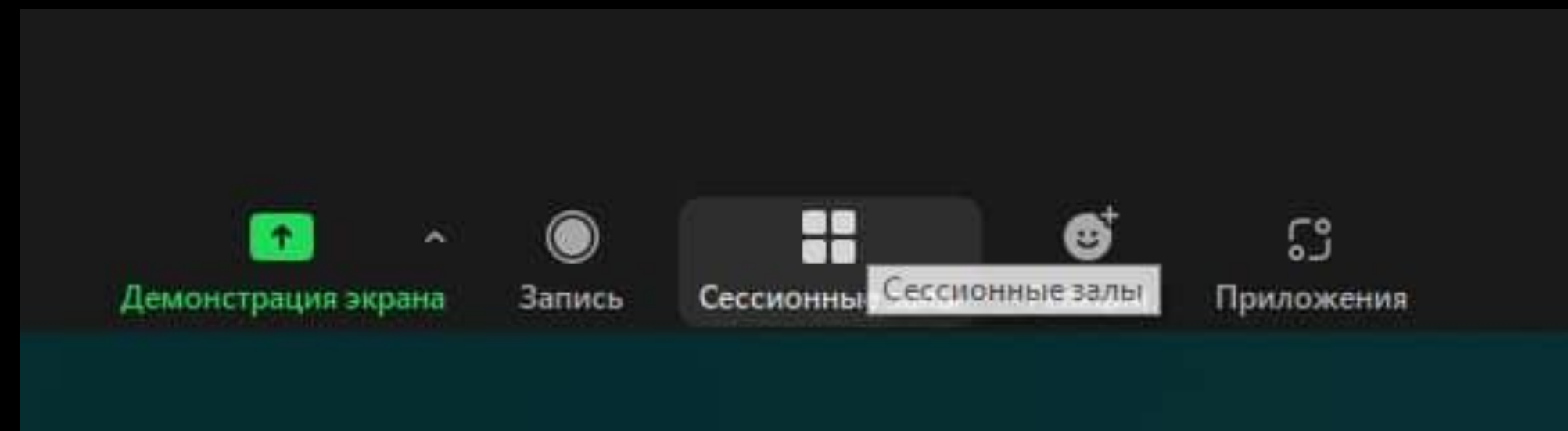
Спид-дэйтинги и День эмпатии

День эмпатии

Представитель продукта проводит интервью на определенную тему, коллеги слушают. В конце — рефлексия.

Спид-дэйтинг

Короткие интервью для быстрого тестирования макетов/прототипов или проверки гипотез.



Клиент превращается...

Клиент превращается



В ЖИВОГО ЧЕЛОВЕКА!

Клиент превращается

Когда ты в магазин приходишь оффлайн, ты не сможешь посмотреть вообще всё изобилие. А так ты можешь посмотреть в доставке, что из продуктов есть, полистать, позалипать.

И вы знаете, что я еще заметила? Когда заказываешь через СберМаркет, я не знаю почему, но на самом деле дешевле, чем при походе в магазин. И я это подругам говорю

Вы только не смейтесь, но СберМаркет для меня стал как соцсеть — я просто сажусь вечером и начинаю листать, смотреть, что есть интересненькое

Если у вас есть дети, вы знаете, что такое поход с ними в магазин. Поэтому СберМаркет — мое спасение



В ЖИВОГО ЧЕЛОВЕКА!

Великолепно!
А вывод какой?



Контакт между компанией и клиентом

Помогает выбирать курс корабля

Помогает экономить ресурсы компании

Усиливает понимание, для кого и зачем работает компания

Повышает мотивацию. Что драйвит сильнее, чем слова благодарности и любви в адрес твоего продукта?

если вам близок наш подход,
приходите работать в
высокопродуктивную команду!

у нас открыто несколько исследовательских вакансий

<https://hh.ru/vacancy/76784726?>

<https://hh.ru/vacancy/80231353?>

olga.trunova@sbermarket.ru

 tech



спасибо за внимание



Ольга Трунова
СберМаркет
И.О. директора по исследованиям пользовательского опыта

+7 9268631552

olga.trunova@sbermarket.ru