

# Внедрение **CJM** и пользовательских **исследований** в процесс создания продукта

опыт **МегаФона**

**Екатерина Акатова**  
Руководитель лаборатории по  
исследованию продуктов и услуг



# Клиентский опыт

# Задача:

**Контролировать запуск продуктов (и изменений) с точки зрения клиентоориентированности**

## **Задача:**

**Контролировать запуск продуктов (и изменений) с точки зрения клиентоориентированности**

## **Решение:**

**Стали согласующим звеном при принятии решения о запуске продукта**

## С чем столкнулись

- Недоверие продуктовых команд
- Сложно обосновать

## Что сделали

- Объясняли ценность
- Были полезными
- Выбрали формат отображения проработки

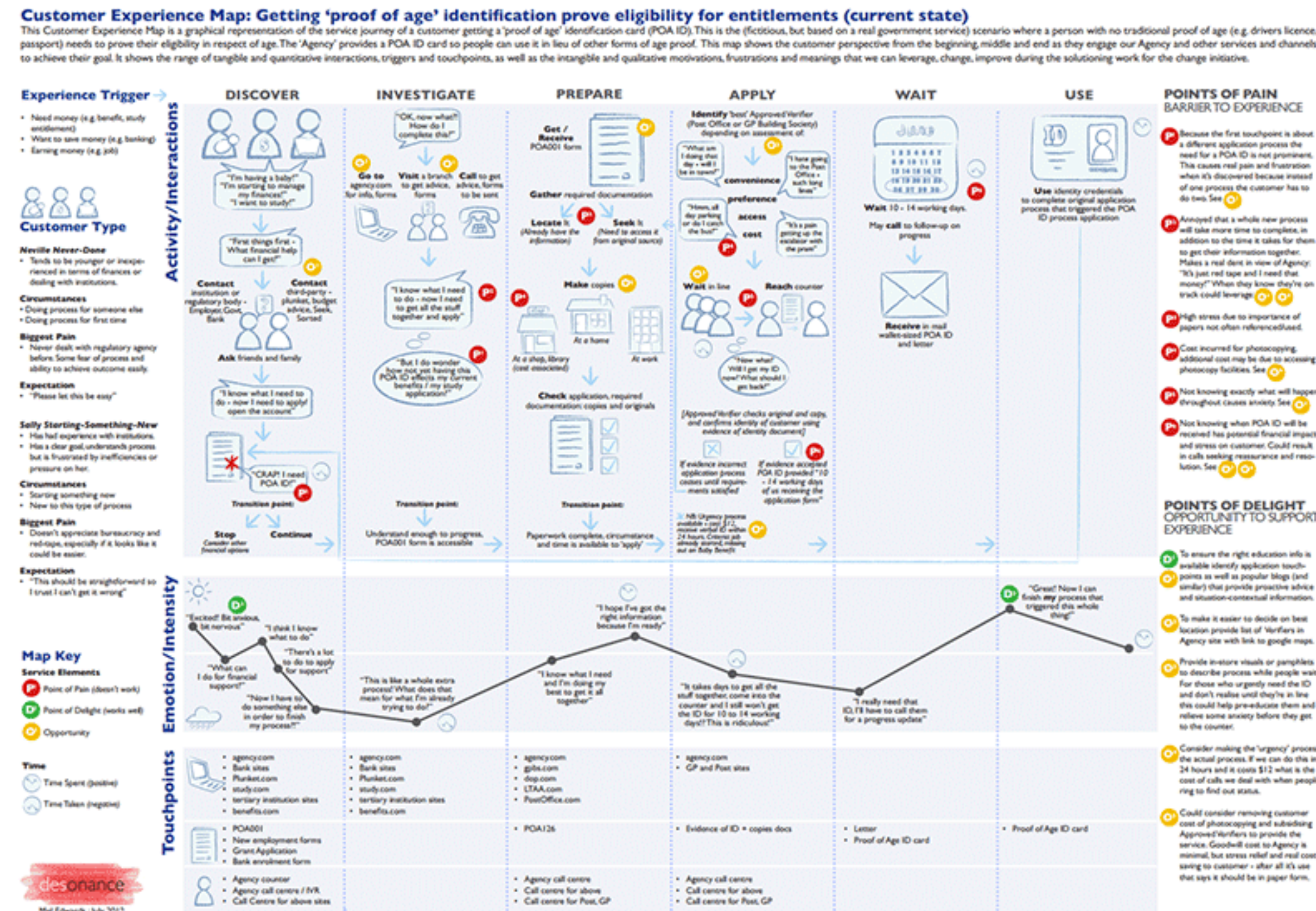
# CJM

customer journey map



# Какой формат CJM подойдет

- Какую задачу решает?
- Какая детализация необходима?
- Линейный ли сценарий?



# С чем столкнулись

- На схеме СJM могут затеряться **критичные** проблемы
- Споры о том, какие **проблемы** считать критичными
- Увеличился **ТТМ**

# Что сделали

- Проработали **чек-лист**, по которому формируются требования КО
- Разработали совместно с продуктологами **принцип** оценки критичности проблем
- **Шаблонизировали** стандартные инициативы

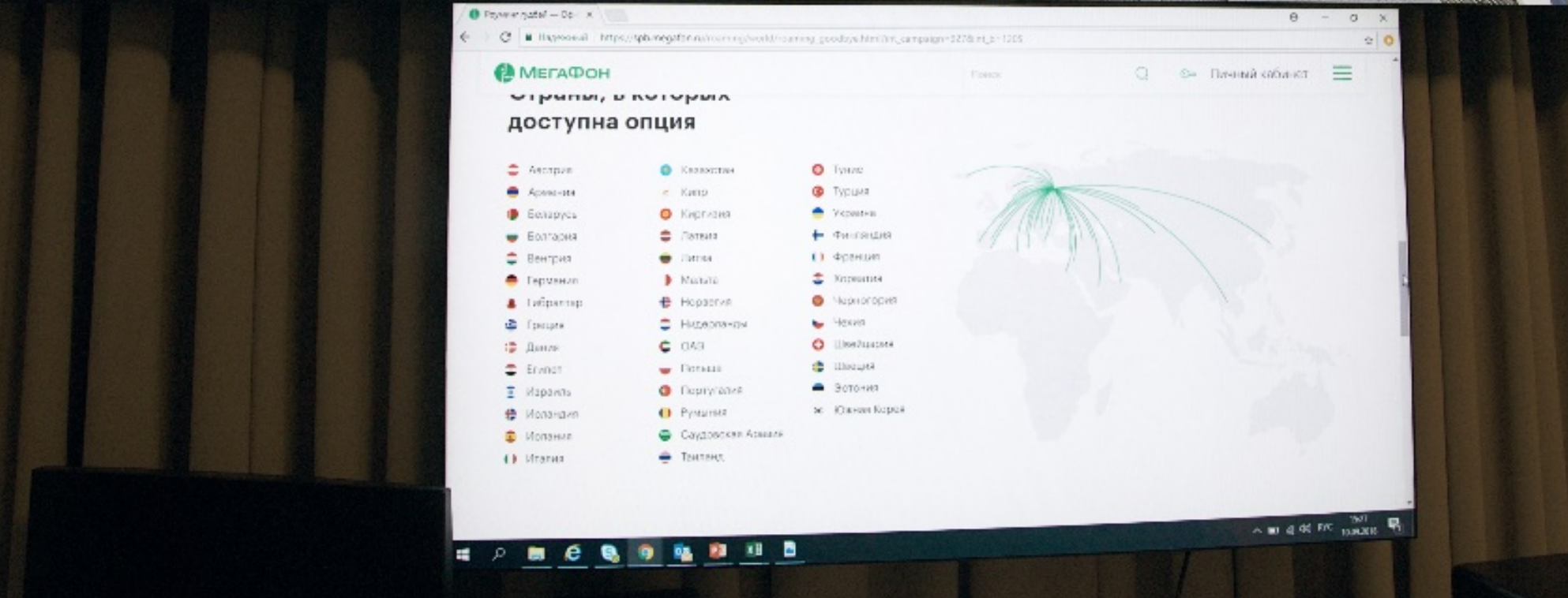
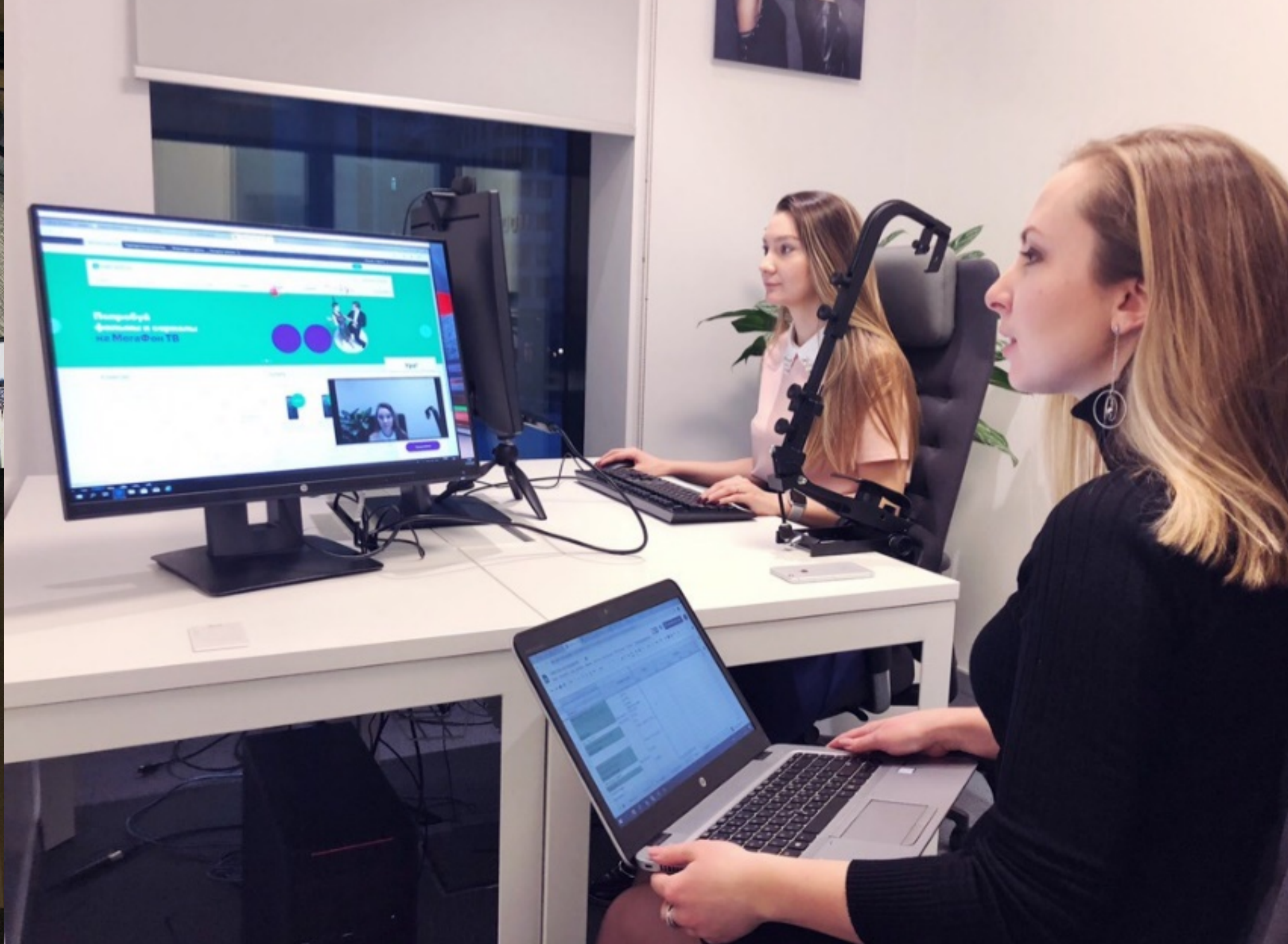


# Откуда брать данные для проработки CJM

- **экспертная** оценка (самостоятельное прохождение пути)
- любая доступная **аналитика** (обращаемость)
- **исследования** с пользователями



# Пользовательские исследования



# UX-лаборатория

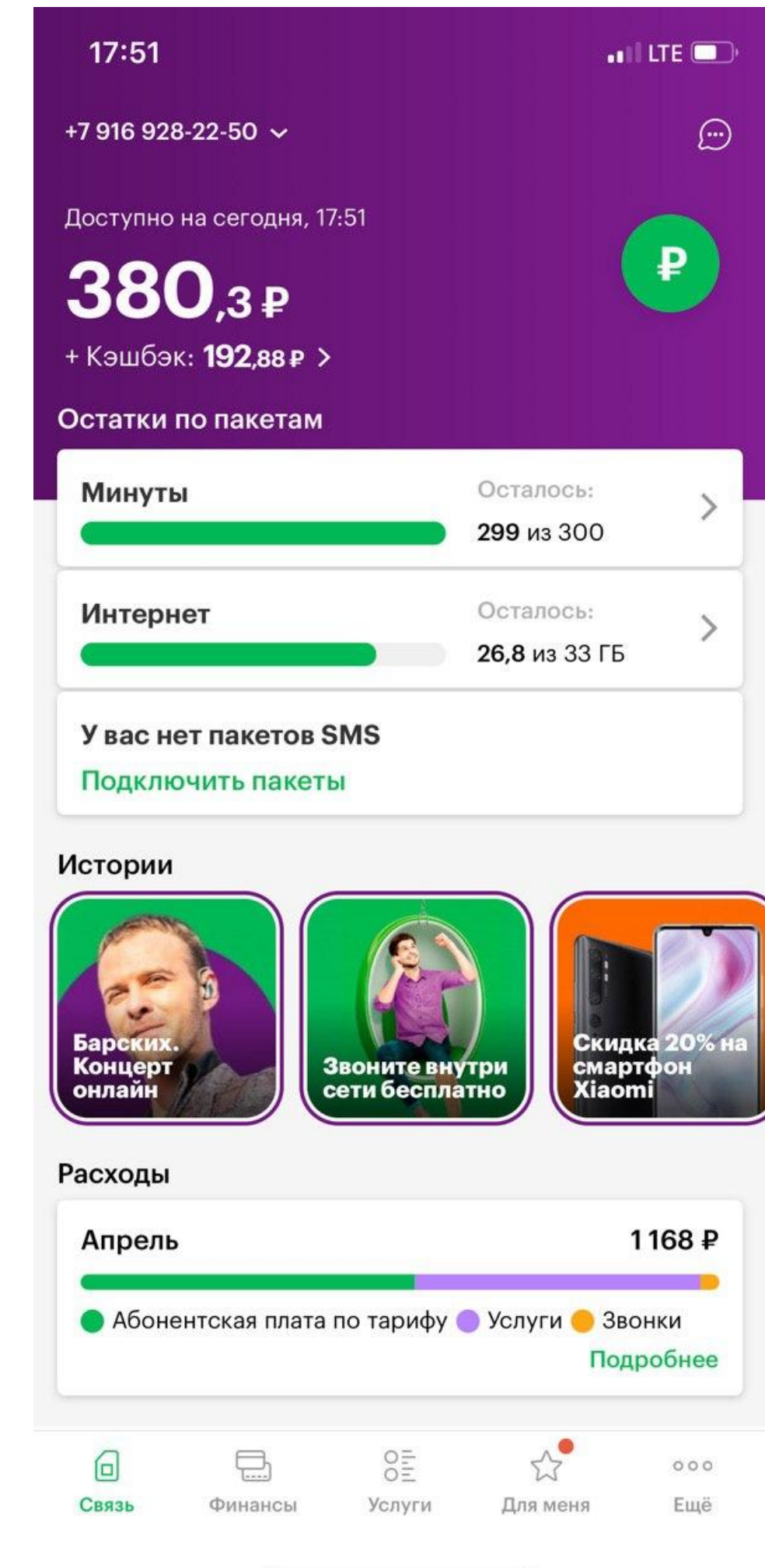
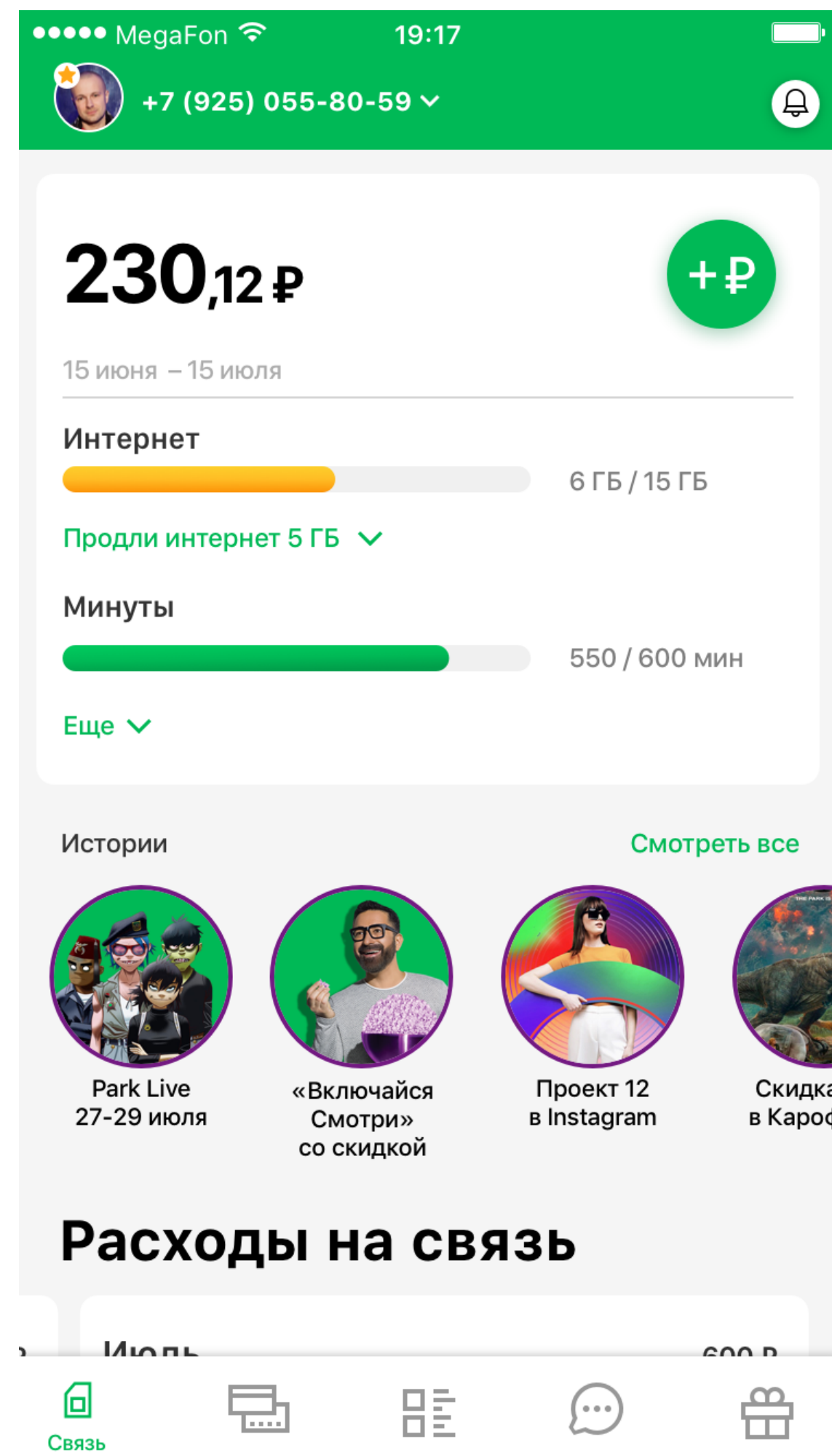
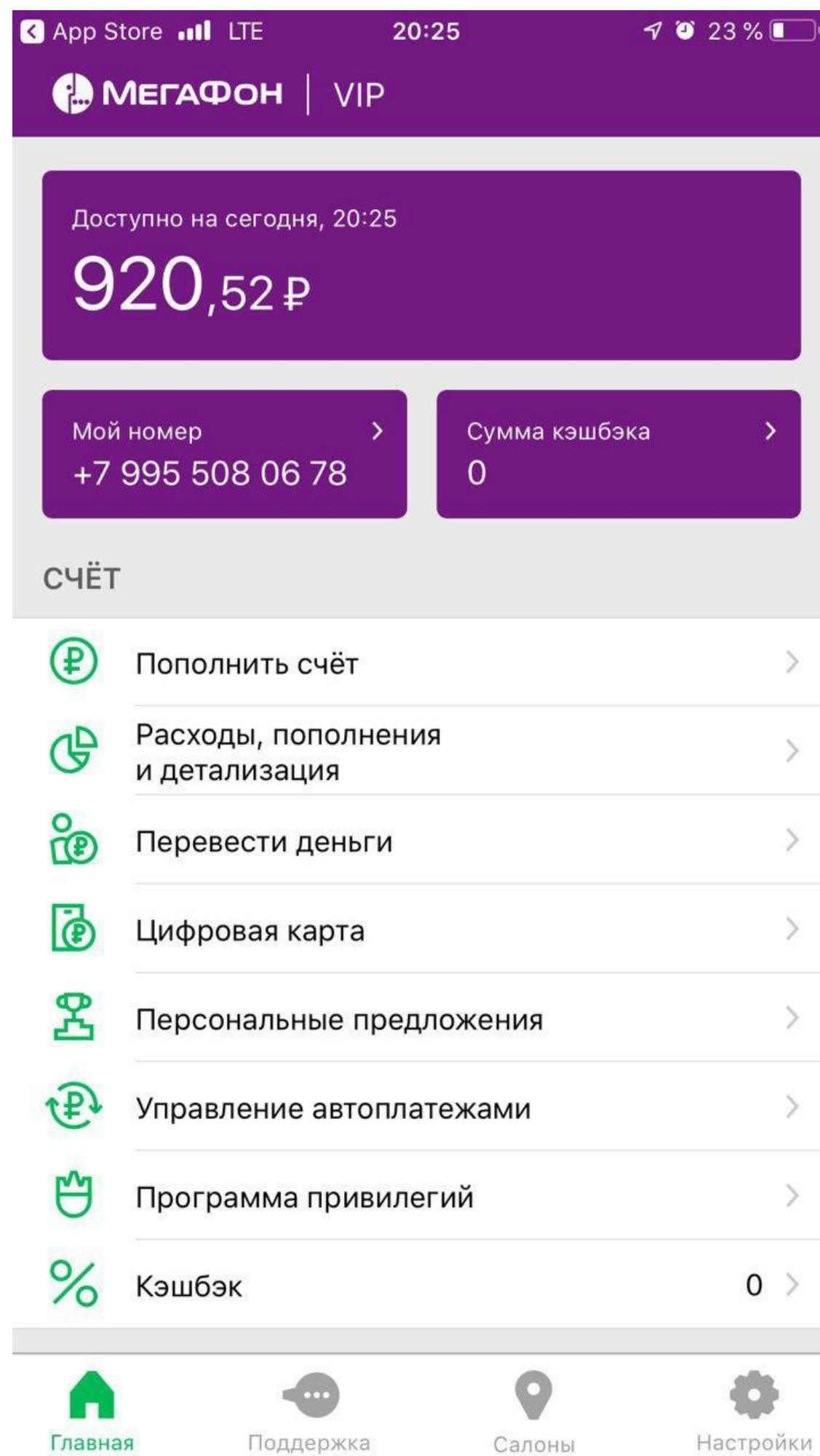
- 3 тестовые, 2 наблюдательные комнаты
- Видео\аудио трансляция
- Айтреккер
- Мобильный стенд
- Камера 360



# Методики

- Юзабилити-тестирования
- Глубинные интервью
- Исследования с айтрекером
- Дневниковые исследования
- Опросы

# Мобильный личный кабинет



# Запуск новой тарифной линейки

## Идея продукта

Глубинные интервью  
Фокус-группы  
Тест концепций  
Воркшопы по итогам

## До запуска

Юзабилити-тестирование  
витрины тарифов  
Тестирование скриптов  
обслуживания  
Тестирование тарифного  
навигатора

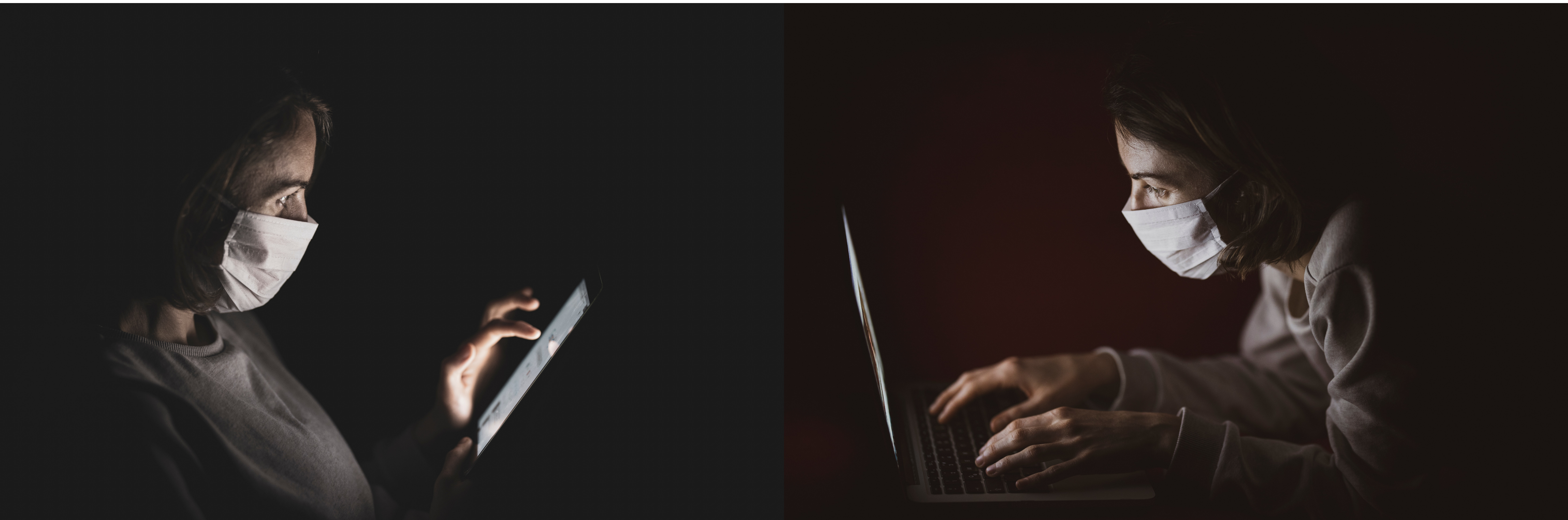
## После запуска

Дневниковые исследования  
Юзабилити-тестирования по  
управлению тарифом

# Исследования в условиях ИЗОЛЯЦИИ

# Что делать?

- Не отчаиваться :)
- Переводить всё в онлайн формат
- Использовать Zoom
- Подходить к проблеме творчески
- Радоваться тому, что респондентов легче найти





# Спасибо за ВНИМАНИЕ!



**Екатерина Акатова**

 <https://www.facebook.com/ekaterina.akatova.7>

 @akatus