

ЕВРАЗИЙСКАЯ
АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ
ПРОГРАММА



МИНОБРНАУКИ
РОССИИ

Jobs to be done

Методология, используемая в разработке
программных продуктов и дизайна цифровых
продуктов

Михайлова Ольга



[ПЛАТФОРМА
УНИВЕРСИТЕТСКОГО
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА]

НЕМНОГО О СЕБЕ

Михайлова Ольга

Трекер продуктового офиса Сбера, отвечаю за развитие продуктовых и исследовательских практик во всем периметре Сбербанка



Опыт

- С 2006 года в маркетинговых исследованиях, с 2014 – Product Lead и операционный директор Tiburon Research (лицензия на продукт Fastuna продана Сбери и используется в настоящее время)
- С 2017 года PL единого хаба по работе с гипотезами и продуктовой аналитике в VK ([Mail.ru Group](#)) – работа со всеми продуктами экосистемы.
- Разработала и ввела в экосистему 4 новых продукта: DIY сервис тестирования гипотез (MiniApp ВКонтакте), Новый рекламный формат для МСБ, Сегментация пользователей на основе BigData и ClickStream, Предиктивная аналитика рекламных предложений для маркетплейсов.

Экспертиза

- Запуск продуктов с нуля
- Диагностика и сопровождение зрелых продуктов
- CustDev, проблемные/решенческие интервью
- Формирование и проверка гипотез
- UX и количественные исследования (Кано, US Map, CJM, JTBD)
- Product Vision, дерево метрик, анализ бизнес-показателей

Что мы сегодня узнаем?

1. Что такое успешный продукт
2. Немного истории
3. Jobs to be done – какую же работу нужно выполнить?
4. Два подхода к JTBD
5. Специфика «работ» и создания впечатлений
6. Синтез методов
7. Кому может помочь JTBD?
8. Как проводить исследование JTBD

И много-много примеров 😊

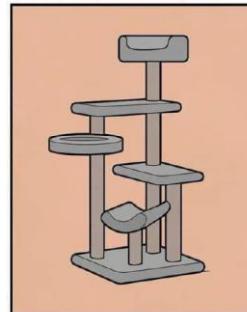
Что такое успешный продукт?

Каждый час в мире открывается около 11 тысяч стартапов — это более 100 миллионов в год. 90% из них ждет провал.
Почему?

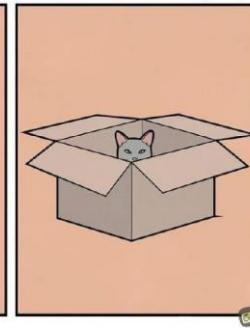


По мнению Fortune, ключевая причина: «они создают продукты, которые никому не нужны».

Функционал
продукта



Потребности
клиента



Что такое успешный продукт?



facebook Search

Mark Zuckerberg

Has worked at Facebook. Studied Computer Science at Harvard University. Lives in Palo Alto, California. From Dobbs Ferry, New York. Born on May 14, 1984.

Send Message | Poke

You and Mark

3 Mutual Friends

Sponsored Police Auctions gsauctions.gov Like a slick deal? Now you can get up to 90% retail with police seized auctions. Get in on the action.

Create an Ad SF Bucket List partners.livingsocial.com Things to do in San Francisco before you die. One huge coupon emailed daily.

Employers Facebook Feb 2004 to present - Palo Alto, California • Flix Profile

College Harvard University Computer Science - Psychology • CS182: Intelligent Machines with Andrew博斯沃思 • CS122: Introduction to Computational Theory with James Wang and Kang-Jin Jin

High School Andover High School

Philosophy Phillips Exeter Academy Class of 2002

Favorite Quotes "All children are artists. The problem is how to remain an artist once he grows up."

Stay close to your team Check the score and see highlights from the big game with AT&T High Speed Internet for only \$14.95/mo.

Craft Beer Attorney Need legal assistance with your California craft beer?

Home | Profile | Account |

The screenshot shows a Facebook profile page for Mark Zuckerberg. The profile includes a large photo of him smiling, sections for education (Harvard University), work (Facebook), family (including his mother, father, and three sisters), and high school (Andover High School). There are also sections for favorite quotes and sponsored ads for police auctions and craft beer attorneys.

Разминка ☺

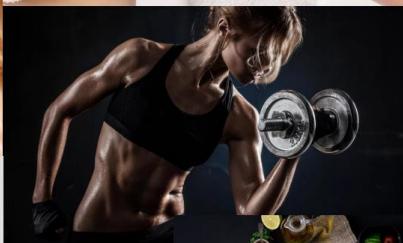
Что делают люди, чтобы казаться привлекательнее для других людей?



Разминка



Вы используете
разные
продукты, чтобы
выполнить одну и
ту же задачу



Разминка 😊

Для чего люди могут использовать этот предмет?



Разминка



ЕВРАЗИЙСКАЯ АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ

Немного истории

Продуктоцентричный подход

Цвет автомобиля может быть любым,
при условии, что он будет черным.

Генри Форд



Немного истории

Клиентоцентричный подход

Мужчины, спортсмены, атлеты 20-35

Женщины-спортсмены

Фитнес

Мода

Удобная обувь

Бренд, культурный референс



1954



Немного истории

Метод персон

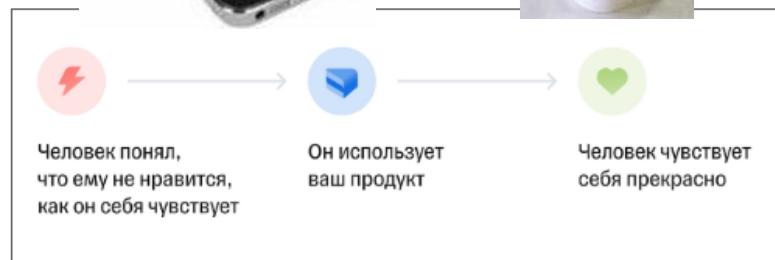


Что такое успешный продукт?

Data-driven дизайн
Проектирование на основе
данных



Design-driven подход
Проектирование на основе
ценности, которую продукт
приносит пользователю



Jobs to be done

Работа, которую важно выполнить

Клейтон Кристенсен, профессор Гарвардской школы бизнеса, определяет концепт Jobs To Be Done следующим образом:

«Большинство компаний делят свою целевую аудиторию на сегменты по пользовательским или продуктовым характеристикам. Но у пользователя другой взгляд на рынок. У него просто есть задача, которую надо выполнить (job to be done), и он ищет лучший продукт, который поможет ему в этом».



Подробности этого JTBD-исследования можно найти в работе [Know Your Customers](#)' «Jobs to Be Done» («Знайте «Работы, которые необходимо выполнить» ваших клиентов»)

Два подхода к JTBD

Jobs-As-Activities

Главный объект — функциональная «работа» (Do goals): послушать музыку, построить дом, выложить пост в соцсеть и тп.

Энтони Ульвик



Jobs-As-Progress

Главный объект — «ценностная работа», часто эмоциональная (Be goals): зарядиться энергией, быть хорошим отцом, получить внимание и тп.

Клейтон Кристенсен
Боб Моэста
Алан Клемент и др

Два подхода к JTBD

Что из списка относится к Jobs-As-Activities?

1. Дрель – дырка в стене
2. Дрель – красивый дом
3. Кредит – быстрая машина
4. Кредит – получение денег
5. ВУЗ – написать курсовую
6. ВУЗ – стать крутым специалистом



Два подхода к JTBD

Правильные ответы. Jobs-As-Activities:

1. Дрель – дырка в стене
2. Дрель – красивый дом
3. Кредит – быстрая машина
4. Кредит – получение денег
5. ВУЗ – написать курсовую
6. ВУЗ – стать крутым специалистом



Два подхода к JTBD

Jobs-As-Progress:

Пользователи не хотят это...



Инновации должны уменьшать это,

...ОНИ ХОТЯТ ЭТО.



чтобы у пользователей было больше этого.

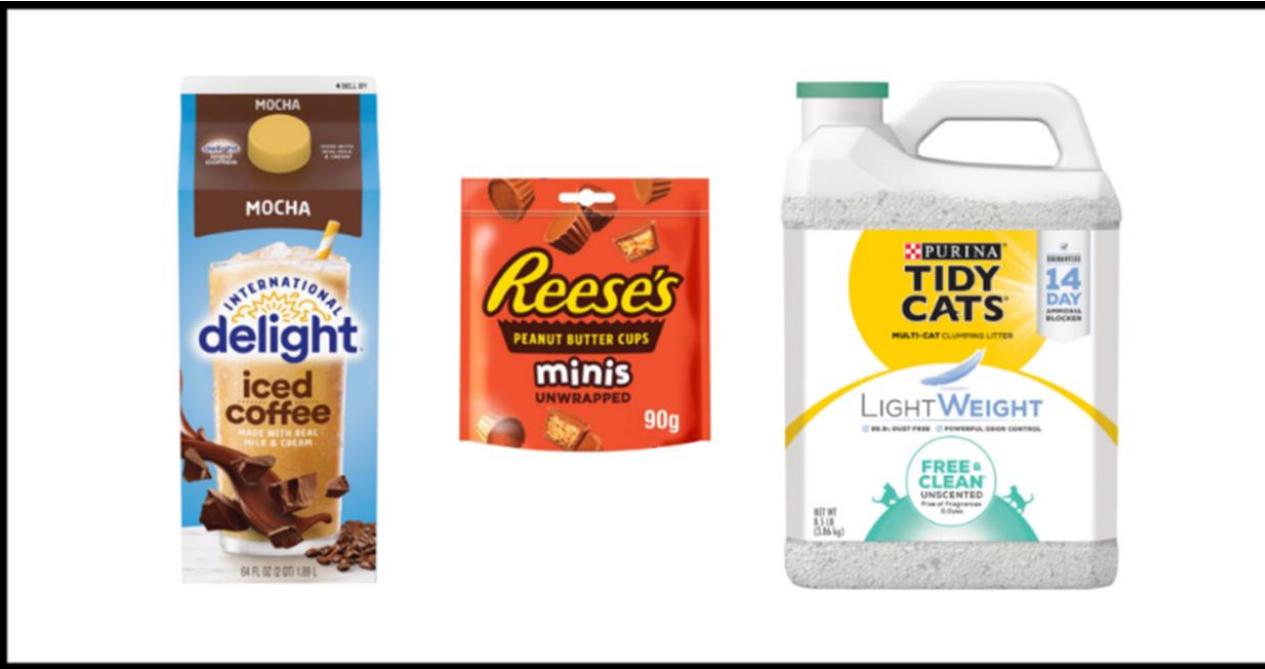
Что значит «работа»?

Это шаблон для записи «работы». Он называется Job Story



Продукт не соответствует особенностям человека, он соответствует его проблемам

Специфическая «работа»



Создание впечатлений



Синтез JTBD



Синтез JTBD

Бессонница перед важным событием

Факторы, влияющие на создание «работы»

Катализатор



Предстоящее выступление на семинаре вызывает тревогу, поэтому мне трудно заснуть.

У меня переодически случается такая бессонница

Желание



Уснуть

Не просыпаться

Не гонять мысли в голове перед сном

Если я проснусь посреди ночи, то смогу сразу уснуть

Ограничения



Я сплю с мужем, он храпит

Я чутко сплю

В окно светит фонарь

Мне сложно перестать гонять тревожные мысли по кругу

Настрой



Проснуться свежей

«Работа» сформулирована

Таблетки для сна

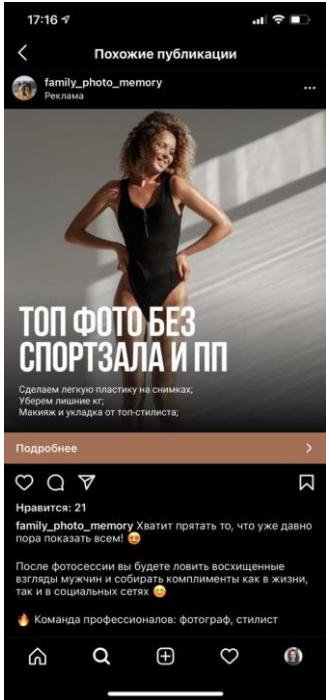
Медитация

Прослушивание подкаста, музыки

Физические упражнения

+ +

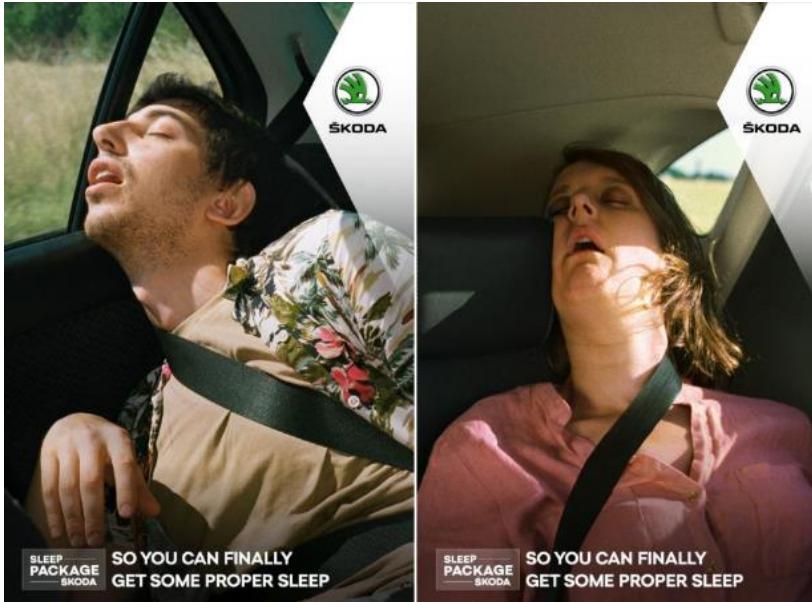
Кому может помочь JTBD?



ВСЕМ!



Примеры хорошей рекламы



Хорошая реклама — та, в которой клиент узнает свои потребности и увидит, что ваш продукт их удовлетворит

Примеры хорошей рекламы



Хорошая реклама — та, в которой клиент узнает свои потребности и увидит, что ваш продукт их удовлетворит

Инструменты JTBD помогают:

1. Понять мотивации пользователей
2. Решить, в каком направлении двигаться дальше
- 3. Правильно определить ваших конкурентов**

3 вида конкуренции:

Прямая конкуренция — продукты выполняют одну и ту же работу одинаковым способом (McDonalds и BurgerKing).

Вторичная конкуренция — продукты выполняют одну и ту же работу разными способами. Например, Skype соперничает с полетами бизнес-классом, потому что у них одинаковая работа — провести деловую встречу.

Непрямая конкуренция — продукты выполняют разную работу с конфликтующим результатом. Например, Петя любит бургеры, но в то же время хочет быть спортивным. Бургер в BurgerKing и фитнес-браслет FitBit решают разные проблемы, но борются за одну целевую аудиторию.

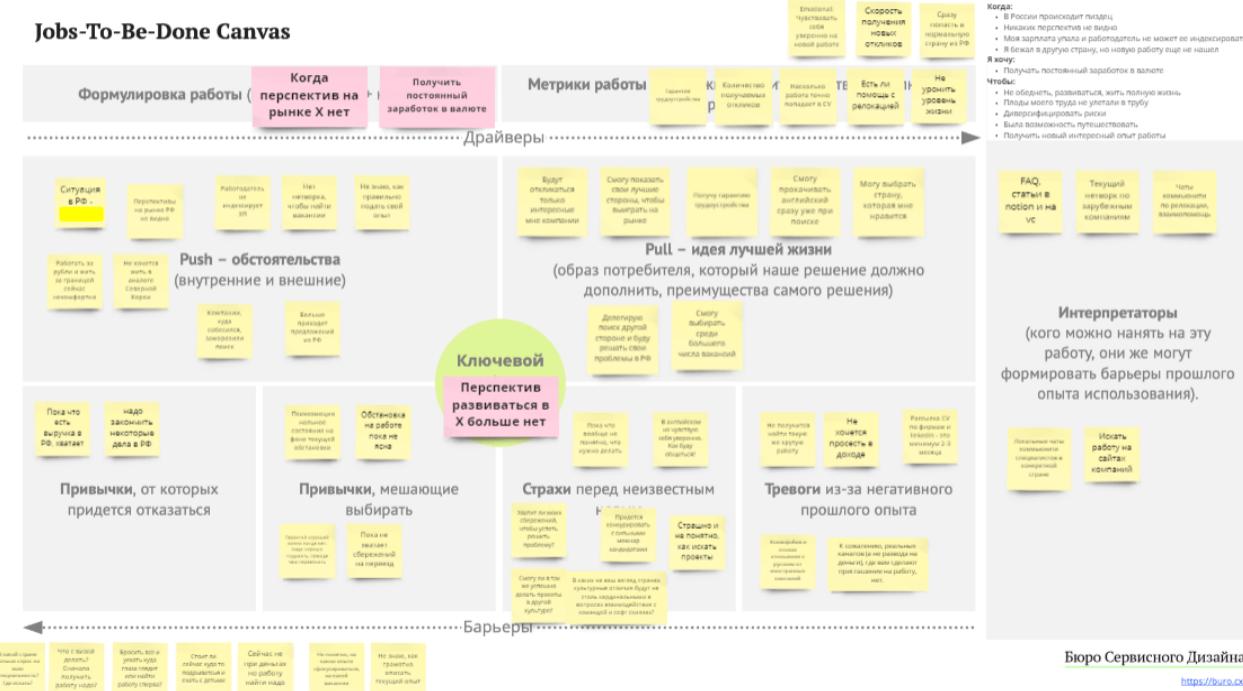
Определение конкурентов



Как исследовать с помощью JTBD?

JTBD Mapping

Jobs-To-Be-Done Canvas



Бюро Сервисного Дизайна

<https://buro.sx>

Как исследовать с помощью JTBD?

JTBD Интервью (глубинное – понять потребности, количественное – приоритизировать их)

1. Четко определите цель исследования
2. Сформулируйте гипотезы работ
3. Определите объект исследования
4. Составьте скриннинговый блок вопросов
5. Проведите интервью и обработайте результаты
6. Создайте Job Stories
7. Придумайте решения

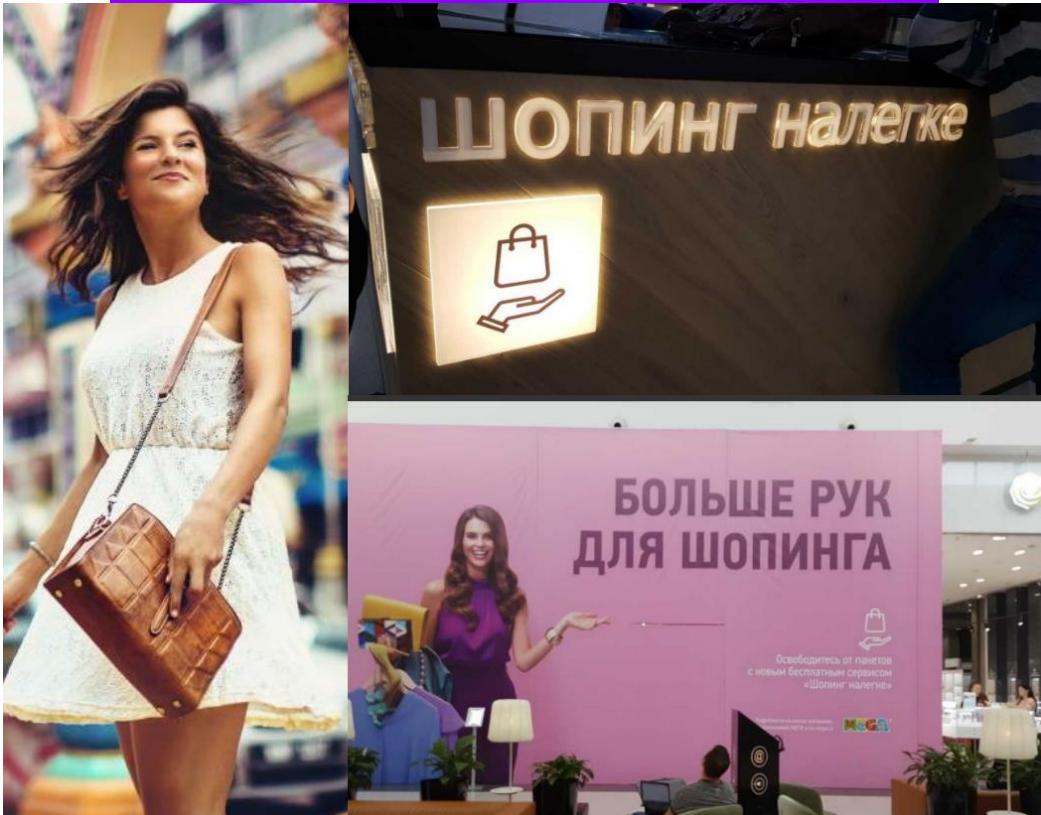
КЕЙС №1

Шопинг налегке

Бизнес-задачи:

- увеличить время пребывания посетителей в торговом центре
- увеличить средний чек
- увеличить количество посещаемых магазинов «МЕГИ» за один визит

Как бы вы стали решать эти задачи с помощью JTBD?



КЕЙС №1

Шопинг налегке

Бизнес-задачи:

- увеличить время пребывания посетителей в торговом центре
- увеличить средний чек
- увеличить количество посещаемых магазинов «МЕГИ» за один визит

Как бы вы стали решать эти задачи с помощью JTBD?

JTBD использовался для определения потребностей – нужно было понять, какие «работы» сейчас выполняют гости торгового центра и какие потребности не закрыты, чтобы создать наиболее подходящий продукт.

Основной ауткам – пользователи испытывают дискомфорт, когда пользуются примерочными, туалетами, фудкортом с пакетами в руках. Пользователи ищут камеру хранения, чтобы дольше оставаться в торговом центре

КЕЙС №1

Шопинг налегке

Суть решения:

Сервис «Шопинг налегке» помогает посетителям торгового центра совершать покупки, не уставая, т.к. все купленные товары клиент оставляет на кассе, затем они консолидируются торговым центром и возвращаются посетителю, когда он примет решение уехать из торгового центра

- Покупатели меньше устают, т.к. не носят с собой сумки, получают больше свободы и комфорта, особенно если семья с детьми
- Покупатель может после окончания шопинга получить все покупки в любом месте в ТЦ или оформить доставку домой

Результат:

- ✓ время пребывания увеличено на 8 минут
- ✓ средний чек увеличен на 35%
- ✓ количество посещаемых магазинов увеличено в 4 раза

КЕЙС №2

Ромашка

Бизнес-задача: развивать экосистему Сбера.

Мы развиваем цифровую экосистему сервисов для людей и бизнеса, в центре которой — наш клиент. Экосистема помогает созданию новых рабочих мест, развитию предпринимательской культуры, способствует обмену опытом и компетенциями



КЕЙС №2



«Ромашка» – это инструмент комплексного взгляда на клиента

- 0** Клиент
Профиль
 - 1** Базовая потребность
Крыша над головой
 - 2** Жизненная ситуация
Купить квартиру
 - 3** Потребности
 - Выбрать жилье для покупки
 - Найти информацию об ипотеке...
 - 4** Сервисы
 - Поиск квартиры/ дома
 - Оформление ипотеки, страховки
 - Регистрация права собственности
 - ...

Что в итоге?

Классные компании думают о своих пользователях.

Очень классные компании думают о проблемах и потребностях своих пользователей.

Инновационные компании думают о проблемах и потребностях своих пользователей и тех, кто пока еще не использует продукт.

Что почитать?

Энтони Ульвик — [«Jobs To Be Done: Theory to Practice»](#), 2018

Алан Клемент — [«Когда кофе и капуста конкуренты»](#), 2018

[Блог](#) Дмитрия Капаева по исследованиям методом JTBD

Статья про [анализ результатов исследования](#) по JTBD

ЕВРАЗИЙСКАЯ АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ ПРОГРАММА

СПАСИБО!

КОНТАКТЫ

8 926 590 43 33

t.me/oligacanthous



Михайлова Ольга