

# Customer journey map Описание UX-персон

Мастер-класс



# Олег Извеков

**основатель группы компаний «Стратегия Роста»  
Руководитель комитета по стратегии о  
прикладным инновациям организации «Опора  
России»**

Предприниматель. Автор книг  
«Стратегия в эпоху перемен», «Квазипотребности».

Крупнейший специалист в сфере Smart City  
и стратегического планирования.  
Федеральный эксперт платформы НТИ.

Человек года 2019 по версии журнала «Собака.RU».

Автор методики стратегического планирования.

Автор тренинговых программ:

- «Эффективных бизнес программ»;
  - «Антихрупкость бизнеса и личности»;
  - «Квазипотребности: что хочет клиент?»;
  - Методика проектного управления «Суровый российский Agile».
- 
- Проведение стратегических сессий и тренингов;
  - Разработка стратегии развития бизнеса;
  - Сопровождение реализации стратегии развития.



@olegizvekov1979

**Ваша ниша – это что?**  
**Ниша это про кого?**  
**В чем отличия ниши от ЦА?**

**Ниша и ЦА**



**СТРАТЕГИЯ РОСТА**  
СОБИРАЕМ БУДУЩЕЕ

# **Неизбежность постоянных неожиданных изменений контекста в современных реалиях.**

**Стратегия – это программа для достижения образа будущего Вашего бизнеса с учетом исторического контекста и набором уникальных Стратегических целей, адаптивно меняющихся в зависимости от вызовов внешней среды.**

**Стратегия**



**СТРАТЕГИЯ РОСТА**  
СОБИРАЕМ БУДУЩЕЕ

**Сумма тактических побед часто  
приводит к стратегическому  
поражению.**

**Стратегический  
КОГНИТИВНЫЙ  
ДИССОНАНС.**



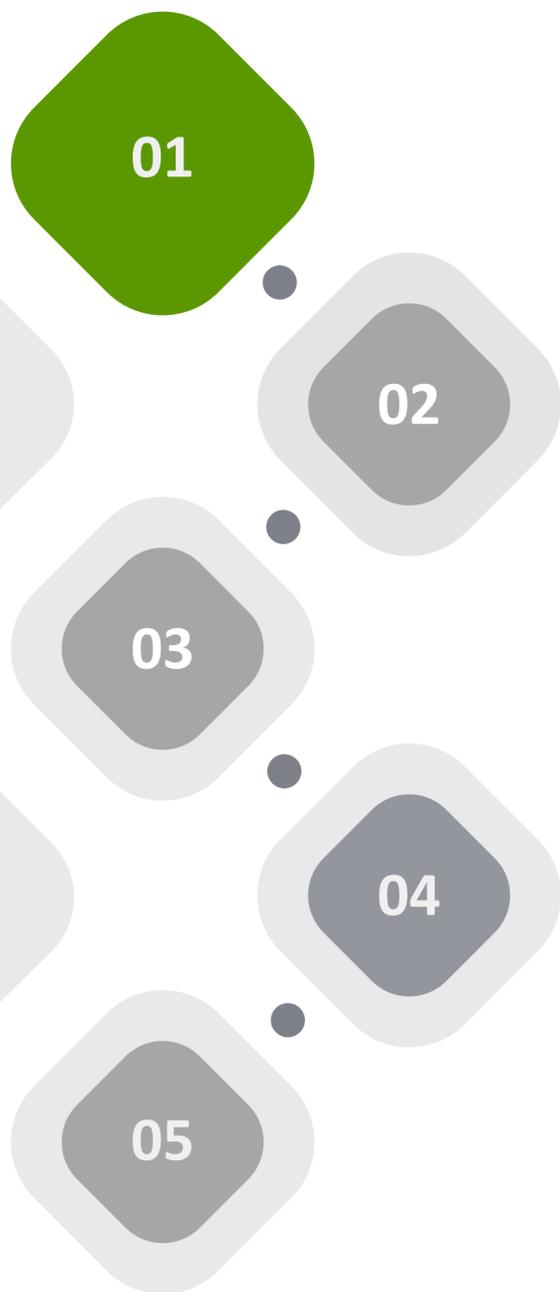
**СТРАТЕГИЯ РОСТА**  
СОБИРАЕМ БУДУЩЕЕ

**CJM**



**СТРАТЕГИЯ РОСТА**

СОБИРАЕМ БУДУЩЕЕ



## Квазипотребности.

1. Мы ничего не знаем о себе
2. Мы ничего не знаем о наших истинных ценностях
3. Мы подвержены влиянию
4. Мы постоянно врем.

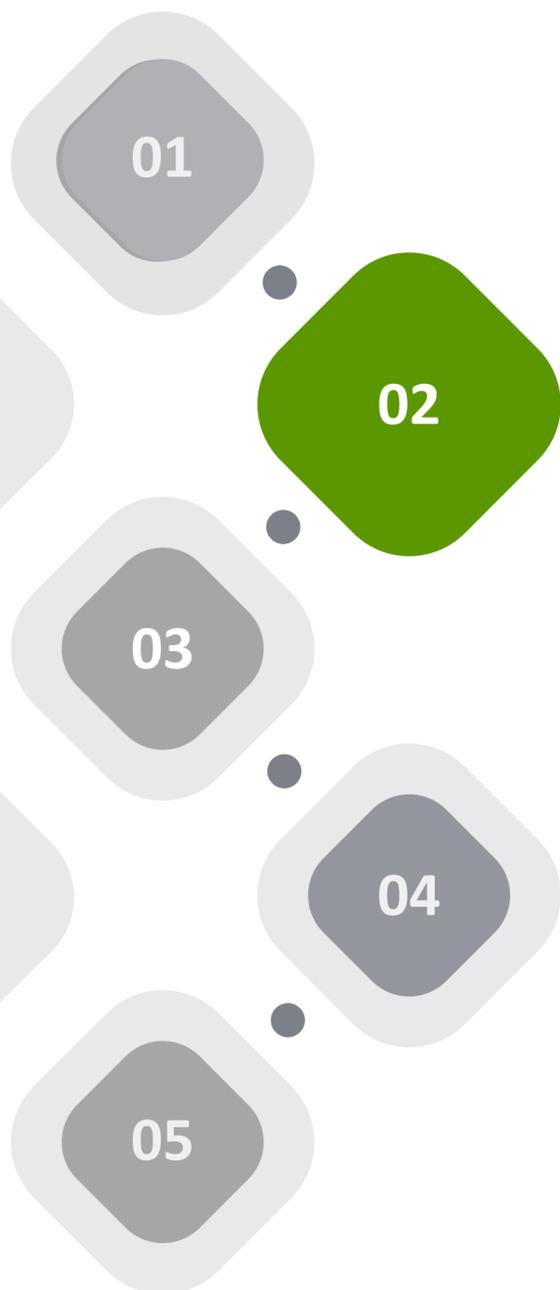


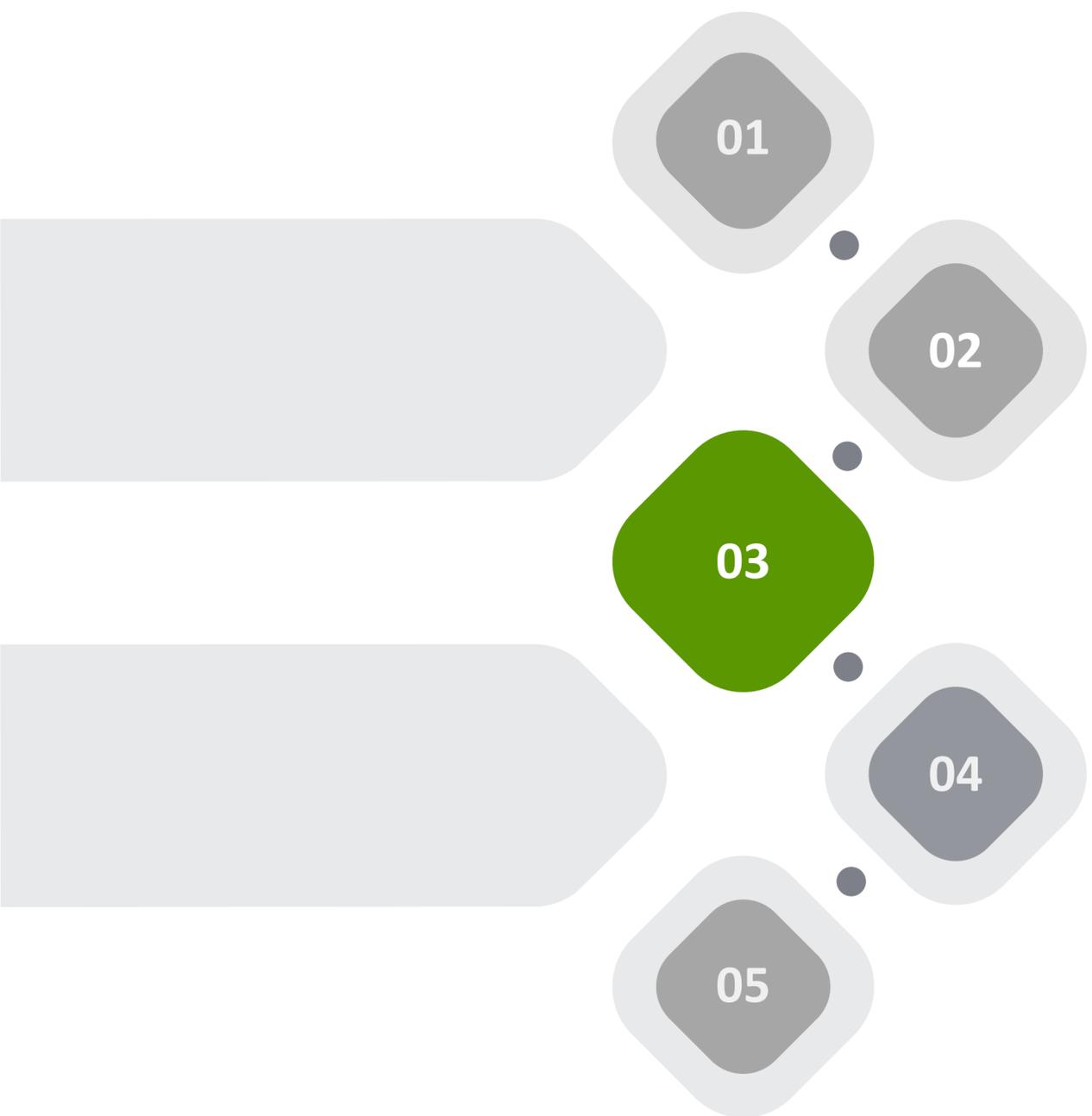
## Аналитический этап.

Изучение реальных потребностей.

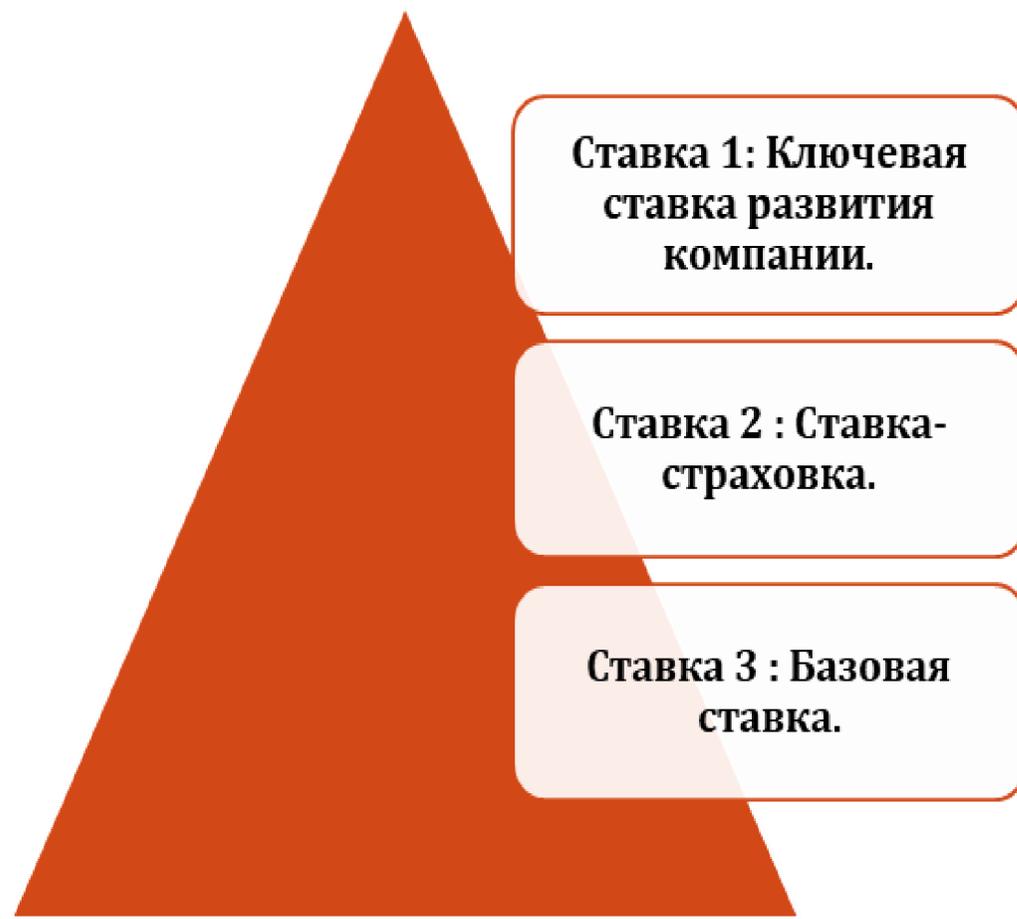
Какие вопросы нужно задавать мужчинам?

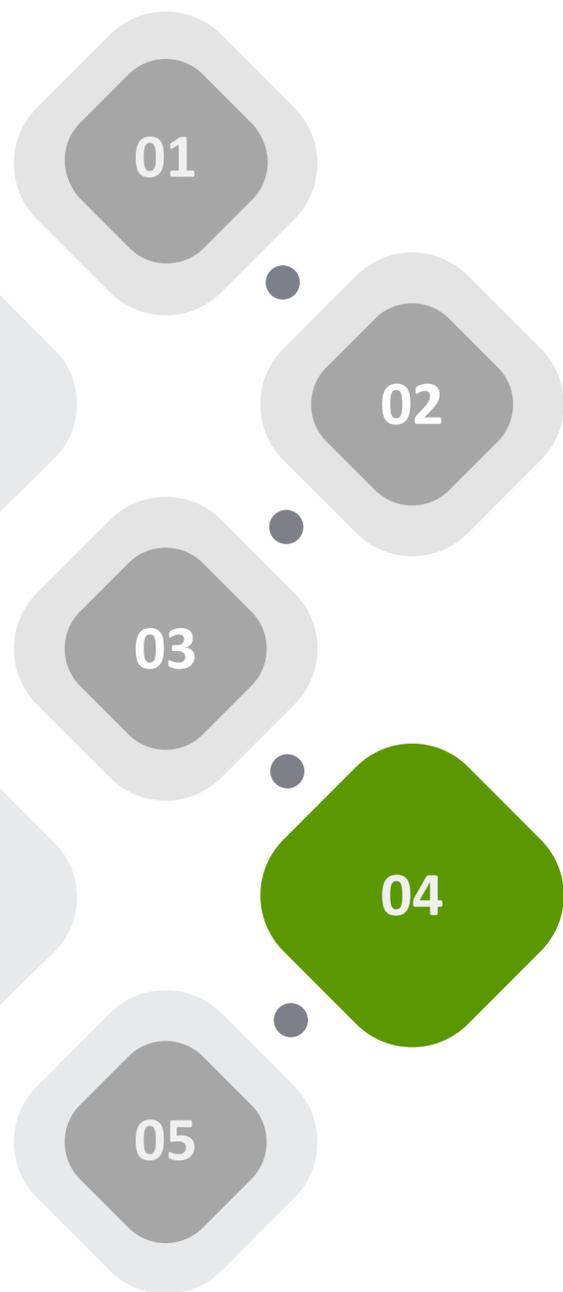
---





Выявление 3 основных стратегических ставок потребностей клиента .



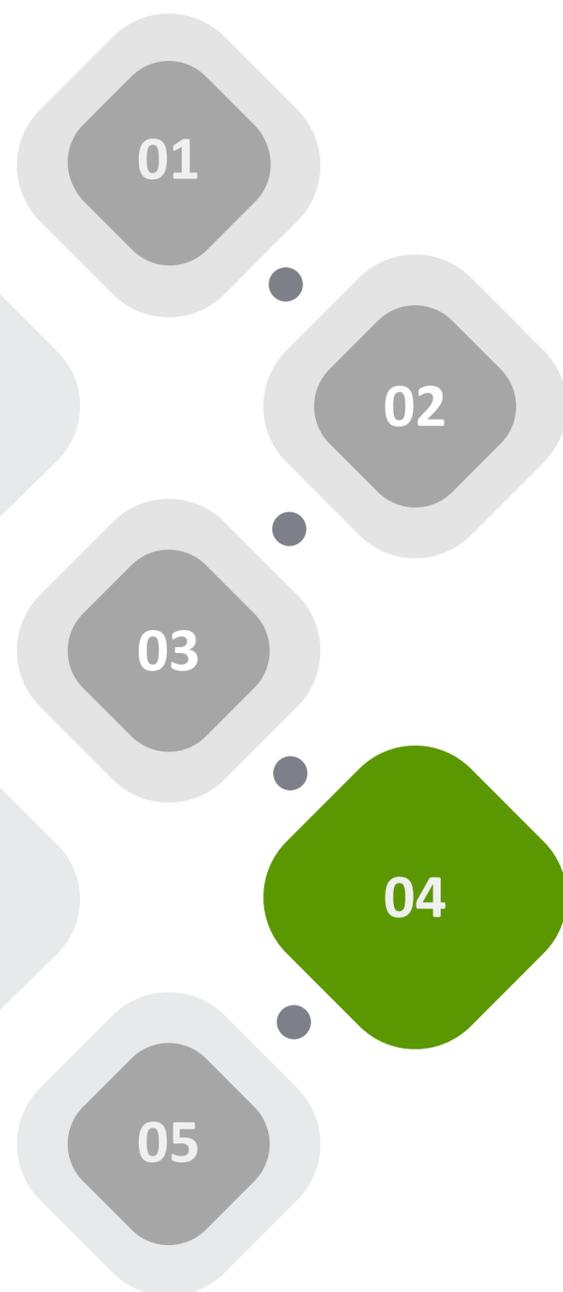


ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ

**Каналы коммуникаций с клиентом.**

**Не SMM единым...**





## ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ

## ■ Каналы продаж

4 П:

- Партиципативность
- Предиктивность
- Персонализация
- Превентивность



## Вымышленное представление вашего идеального клиента.

Если никаких данных о пользователях нет, или вы ни разу не продавали этот продукт или услугу, то метод персон вам не подходит.

**UX-Персоны**



**СТРАТЕГИЯ РОСТА**  
СОБИРАЕМ БУДУЩЕЕ

**Архетипы**

**Потребности и Квазипотребности**

**Боли**

**Демография**

**Просто и  
сложно**



# Наши клиенты.

Более 200 компаний в стране.



РОСАТОМ



Группа компаний  
inSmart



ДНК  
клиника



INTEC



МЕДИЦИНСКИЙ  
КОРПОРАТИВНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ



СТРАТЕГИЯ РОСТА  
СОБИРАЕМ БУДУЩЕЕ

# Связаться с нами: 8 919 357 5553

