



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Инструкция

проведения дизайн-сессий по проработке жизненных ситуаций

Центр разработок «Государство для людей»

Содержание

- 0 Введение
- 1 Определение сегмента
- 2 Формирование портрета клиента
- 3 Составление клиентского пути AS IS (выделение этапов)
- 4 Выделение проблем и потребностей на клиентском пути
- 5 Формирование рекомендаций
- 6 Построение целевого пути ТО ВЕ
- 7 Тестирование готового ТО ВЕ на других командах

ВЫПОЛНЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ



Введение



Цель проведения

1. Научиться создавать профили клиентского сегмента:
 - выделять сегмент и формировать портрет клиента
 - выделять проблемы и потребности
2. Формировать рекомендации
3. Моделировать путь AS IS «как сейчас»
4. Проектировать клиентский путь TO BE «как это должно быть»



Конечный итог (что должно получиться)

Сформулированный образ результата - идеальный клиентский путь TO BE (общий и/или для определенных сегментов) в целевом видении жизненной ситуации



~ от 4x часов

Общее время проведения дизайн-сессии



Рекомендации к проведению дизайн-сессии

- Составить программу мероприятия
- Распечатать шаблоны для заполнения
- Подобрать необходимые инструменты для отображения результатов дизайн-мышления: флипчарт, маркеры, стикеры
- Назначить ответственного человека, который будет следить за временем и держать ход дизайн-сессии в рамках обсуждений конкретных пунктов



Приложения

К инструкции прилагаются:

- шаблоны инструментов для распечатки;
- заполненные примеры шаблонов;
- дополнительные материалы (пример программы мероприятия, глоссарий, критерии для формирования портрета физического и юридического лица, методические рекомендации).

1. Определение сегмента

⌚ 10 мин

Клиентский сегмент - это группа клиентов, схожих по какому-либо признаку или совокупности признаков.

Вы можете определить сегменты с использованием имеющихся данных о клиентах, либо на основе собственного опыта. При сегментации необходимо ориентироваться на схожие характеристики клиентов.

Необходимо выбрать один или несколько сегментов (наиболее частотные/проблемные) для дальнейшей проработки.



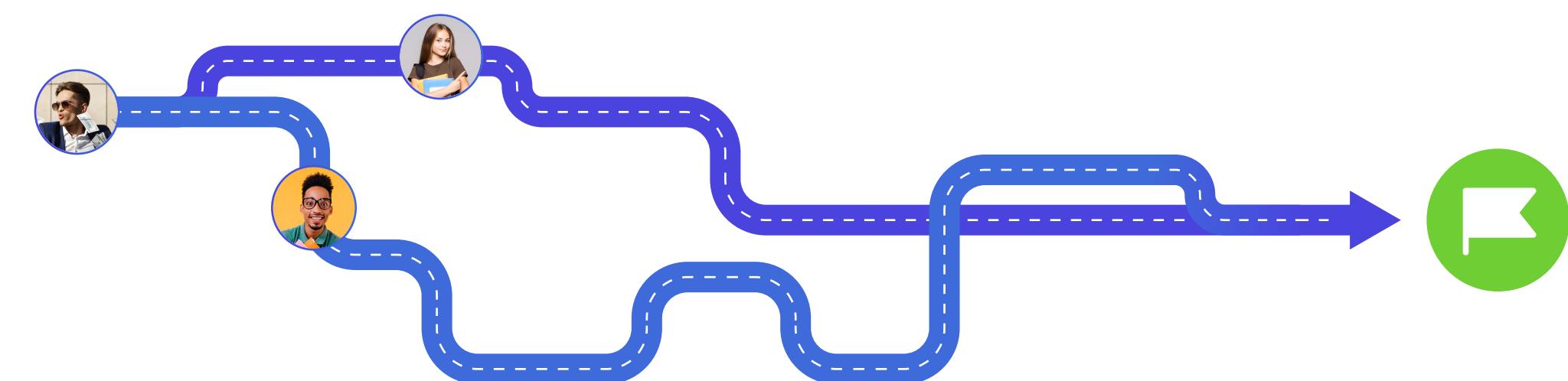
Впишите название ЖС и выбранный сегмент в шаблон портрета клиента (Приложение 11_ШАБЛОН ФЛ или Приложение 12_ШАБЛОН ЮЛ)

Портрет клиента (физическое лицо)

«ЖС Поступление в вуз»

Название сегмента «Гражданин РФ после окончания школы, получивший общее образование»

Обратите внимание: разные сегменты могут «идти» по одному общему клиентскому пути, а могут - каждый по своему персональному.



2. Описание портрета клиента

⌚ 25 мин



Портрет клиента – это описание типичного представителя конкретного сегмента.

Если внутри сегмента возникает несколько портретов, то стоит декомпозировать данный сегмент на несколько более мелких.

Заполните описание (Приложение 11_ШАБЛОН ФЛ или Приложение 12_ШАБЛОН ЮЛ):

- 1** **Набор признаков:** признаки, которые характерны именно для данного сегмента
Вы можете воспользоваться дополнительными материалами (Критерии бизнес, Критерии граждане), а также добавить свои признаки, которые, на Ваш взгляд, отличают данный сегмент от других.
- 2** **Мотивация:** что движет человеком в рамках данной жизненной ситуации
- 3** **Где и как получают информацию:** какими каналами получения информации пользуется данный клиент
- 4** **Особенности клиентского пути:** какие услуги и какие документы необходимо клиенту на протяжении всей жизненной ситуации. Возможно, есть что-то особенное, что характерно для конкретного сегмента

Для того чтобы лучше понять цель и способы профилирования, вы можете ознакомиться с методическими рекомендациями по формированию профиля клиентского сегмента (Приложение 5_Методические рекомендации_Профиль клиентского сегмента).

Портрет клиента (физическое лицо)

«ЖС Поступление в вуз»

Название сегмента « Гражданин РФ после окончания школы, получивший общее образование »

1. Набор признаков

- Выпускник школы
- Возраст 17-18 лет
- Социально активный

2. Мотивация

- Получение высшего образования
- Получение диплома
- Получение профессии

3. Где и как получают информацию

- В интернете, в соцсетях
- В школе
- Через молодежные сообщества
- От друзей

4. Особенности клиентского пути (доп. услуги, доп. документы)

- Мало информирован о порядке поступления
- Мало информирован о требуемых документах для поступления
- Необходимо общежитие
- Имеет индивидуальные достижения
- Интересуют военно-учебные центры
- Нуждается в информации о наличии стипендии

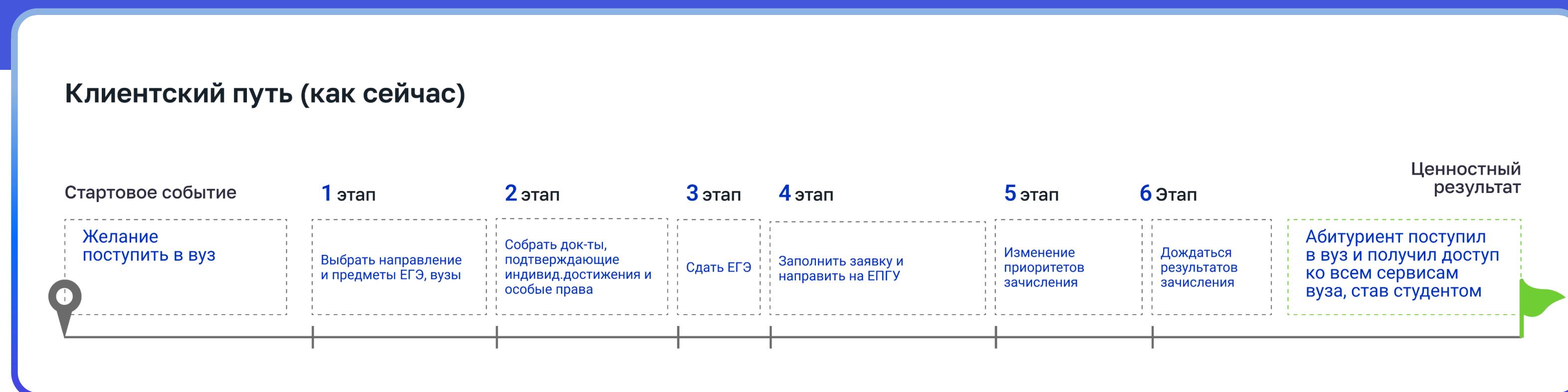
Заполненный шаблон портрета клиента

3. Составление клиентского пути

⌚ 20 мин

Переходим к шаблону клиентского пути (Приложение 8_Шаблон клиентский путь AS IS).

- 1 Определите **стартовое событие**, для этого необходимо обратиться к мотивации из прошлого шага
- 2 Определите **ценностный результат**, для этого необходимо обратиться к названию жизненной ситуации и связать это с мотивацией
- 3 Выделите определенные, последовательные **этапы**, через которые предстоит пройти клиенту в рамках жизненной ситуации от ее начала до ее конца



Заполненные этапы шаблона клиентского пути

Не стоит расписывать каждый шаг по нормативным документам. Обратитесь к мотивации клиента: действительно ли шаг является его целью или это инструмент достижения другого шага.

4. Выделение проблем и потребностей

⌚ 20 мин

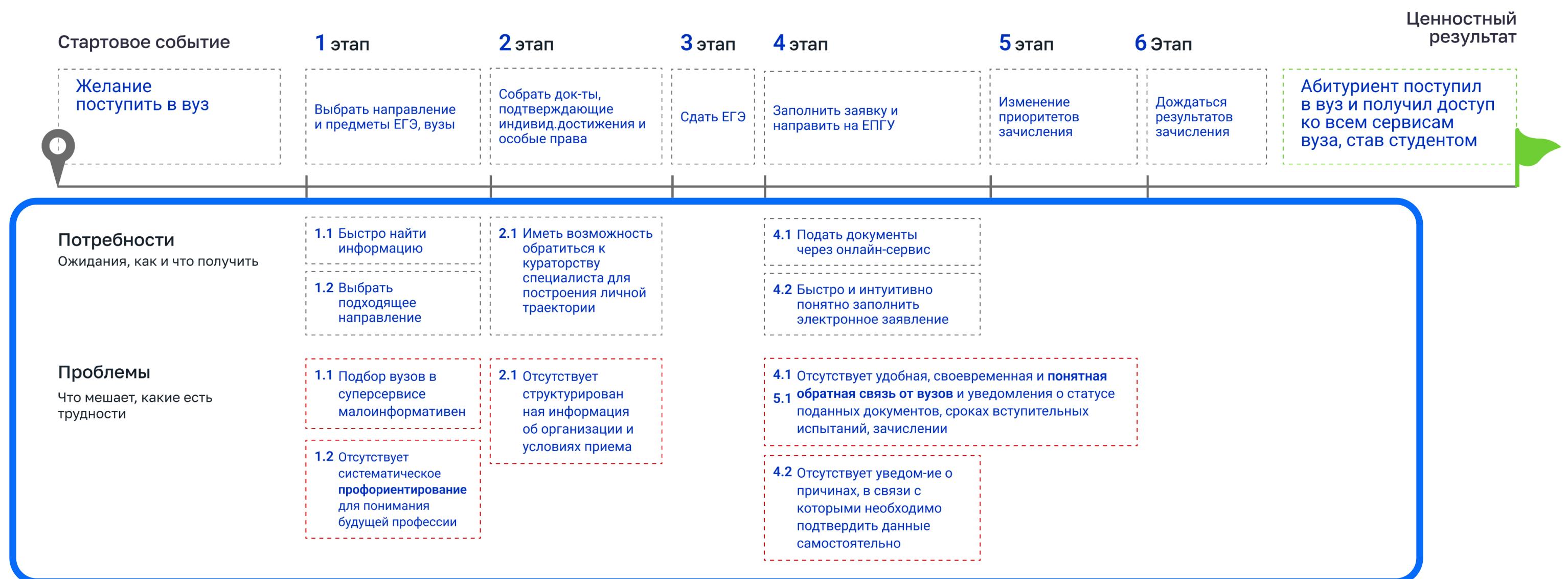
Подумайте и запишите, какие у клиента могут возникать потребности и проблемы на каждом этапе

1

Потребности – это ожидания, как и что клиент может получить, в разных ЖС они могут повторяться. При определении потребностей сегментов, стоит перечислять не только новые и уникальные, а абсолютно все, характерные для этой ЖС.

У клиента может возникать несколько проблем и потребностей на одном этапе, одна потребность может соответствовать нескольким этапам

Клиентский путь (как сейчас)



Заполненные проблемы и потребности шаблона клиентского пути

2

Чтобы выделить проблемы, постарайтесь представить себя на месте клиента, обратиться к человеку, кто был в подобной ЖС, к открытым источникам в интернете (форумы, отзывы на сайтах ведомств, статистика)

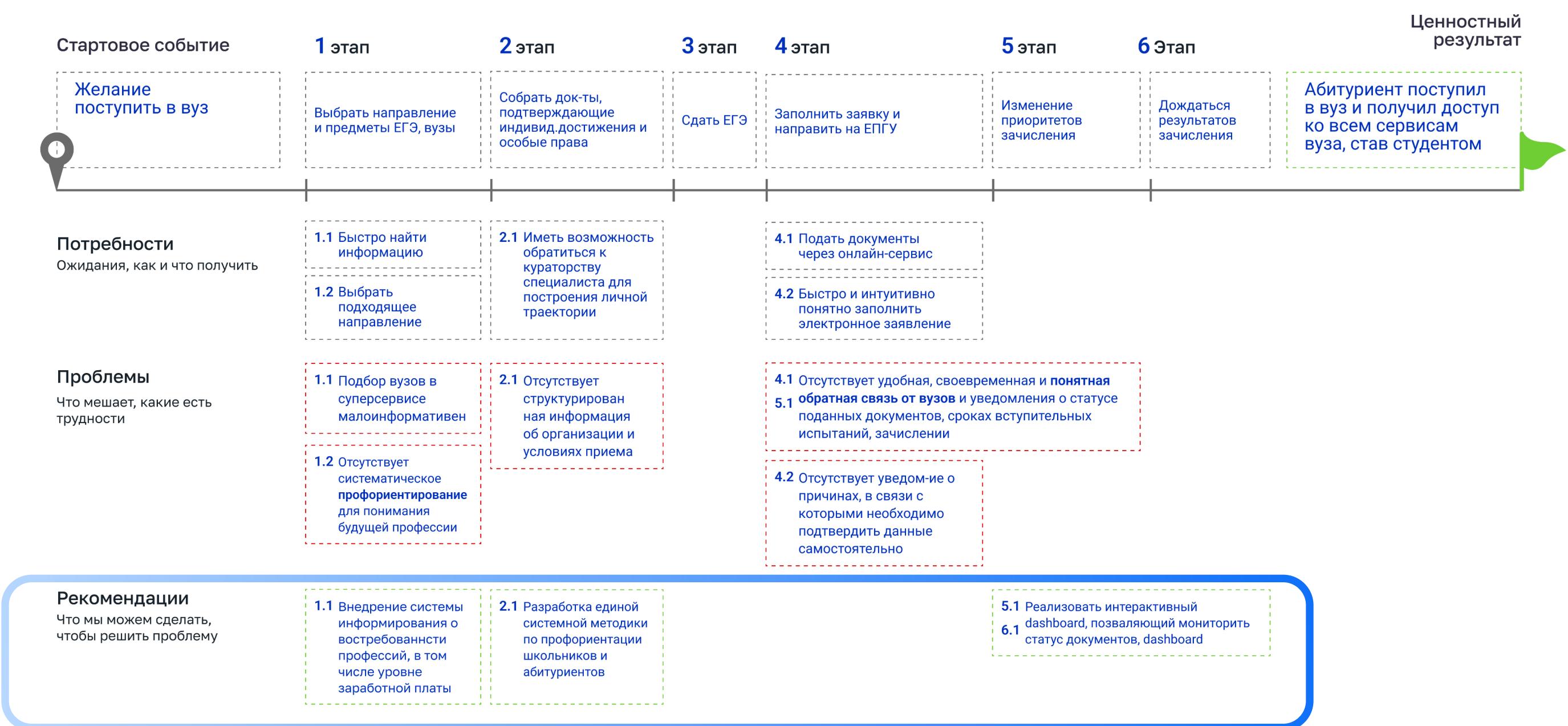
5. Формирование рекомендаций

⌚ 10 мин

Сформируйте и внесите в шаблон рекомендации по устранению проблем.

Проанализируйте выделенные вами проблемы и предположите, что можно сделать для их решения.

На данном этапе постарайтесь абстрагироваться от действующих законов и порядков. Ваша задача – посмотреть на ситуацию глазами клиента.



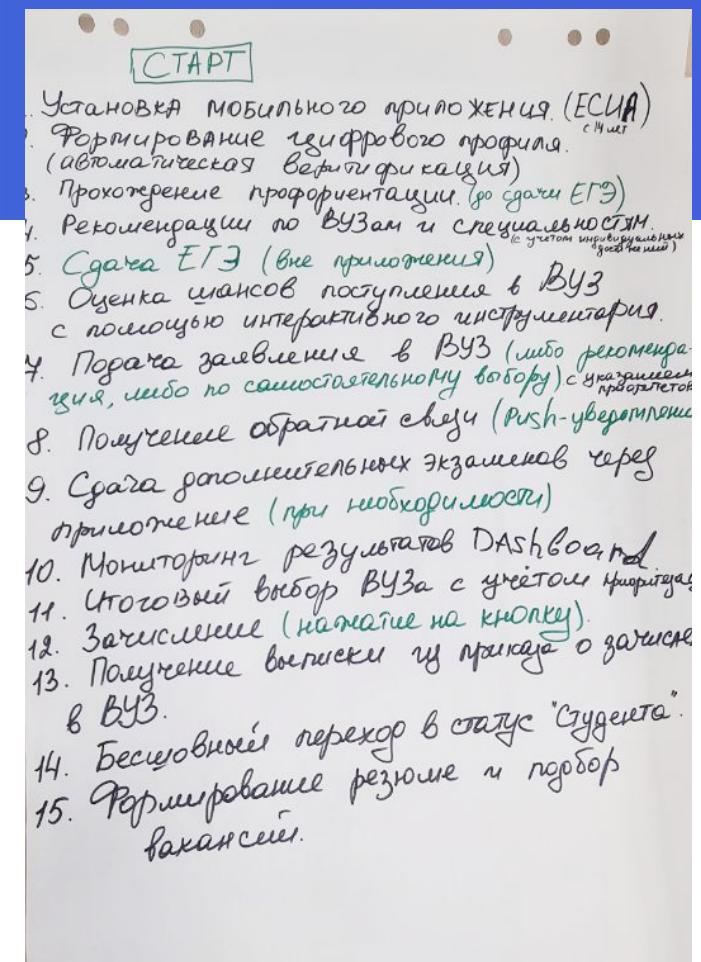
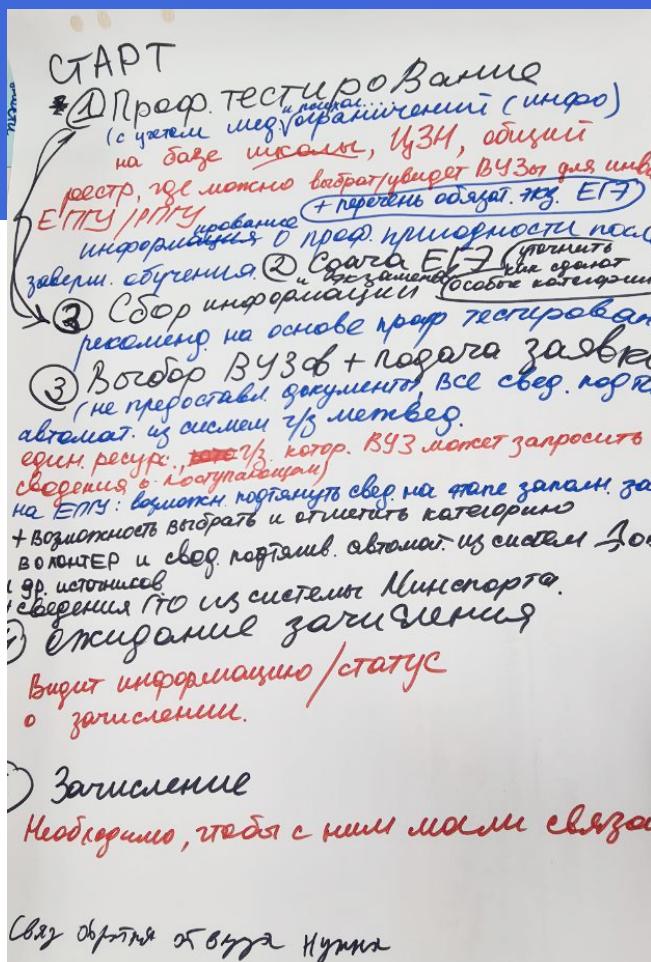
Заполненные проблемы, потребности и рекомендации шаблона клиентского пути

6. Построение целевого пути

⌚ 40 мин

Проведите мозговой штурм внутри команды

Принимая во внимание текущий клиентский путь (AS IS) и выделенные потребности, проблемы и рекомендации, постройте идеальный клиентский путь (TO BE) и внесите его в шаблон (Приложение 9_Шаблон клиентский путь ТО BE).



Примеры заполнения клиентского пути на дизайн-сессии

ЖС «Поступление в вуз»

Целевой клиентский путь

- Пройти профориентирование
- Выбрать вузы (предварительно)
- Сформировать цифровой профиль и портфолио*
- Сформировать перечень вузов и специальностей с учетом профиля (автоматически)
- Сдать ЕГЭ
- Оценить шансы на поступление с помощью интерактивного инструментария
- Заполнить заявку и направить (ЕПГУ)
- Сдача дополнительных экзаменов (при необходимости)
- Предложить поддержку куратора (при необходимости)
- Отслеживание статуса по заявке в режиме одного окна через дашборд (в том числе обратная связь от вуза)
- Итоговый выбор вуза с учетом приоритизации
- Зачисление в вуз
- Получение копии приказа о зачислении (при необходимости)
- Адаптация абитуриента к вузу (бесшовно)

Качественное и системное профориентирование

Персональная подборка подходящих вузов

Кураторская поддержка

Бесшовный переход в статус студента (адаптация)

● Личное посещение ● Самостоятельное заполнение информации ● Проактивный, автоматический шаг

Пример целевого клиентского пути

7. Тестирование готового ТО ВЕ на других участниках

⌚ 25 мин

- 1 Предварительное обсуждение готовых ТО ВЕ между участниками дизайн-сессии, обмен мнениями/предложениями по клиентским путям
- 2 Доработка ТО ВЕ участниками по результатам обратной связи
- 3 Финальная презентация доработанных клиентских путей всеми участниками дизайн-сессии

