

Жизненные ситуации и Профиль клиентского сегмента

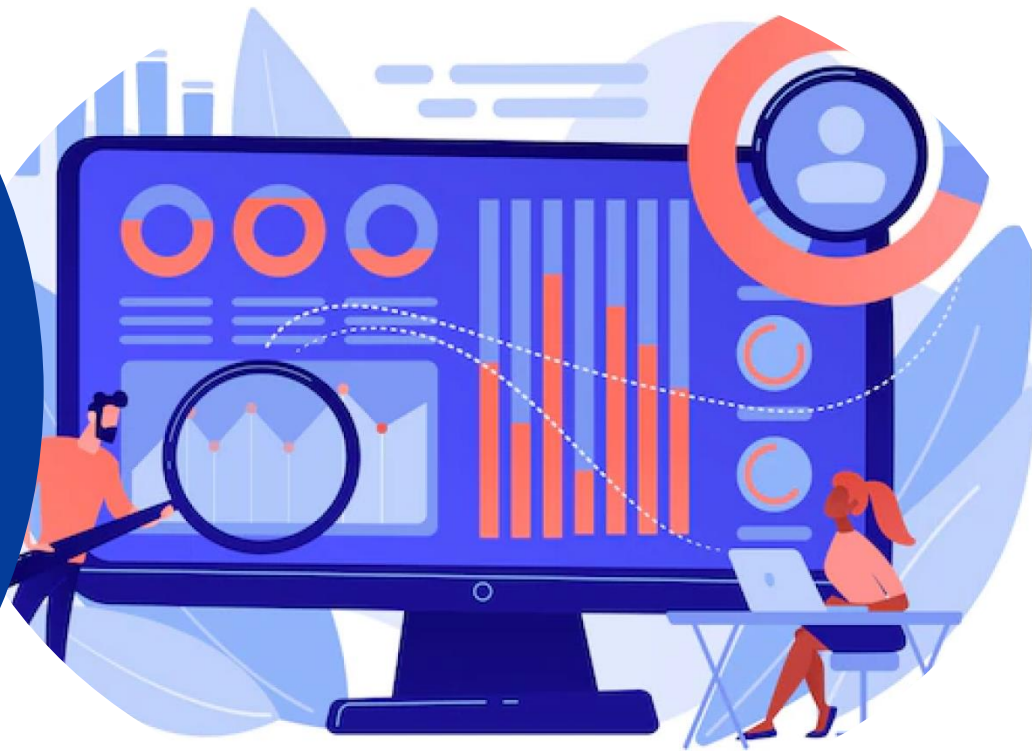
Инструмент взаимодействия
государства и человека



Екатерина Балан

8 (905) 740 96 54

Жизненные ситуации



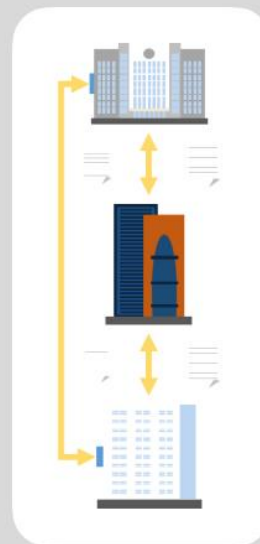
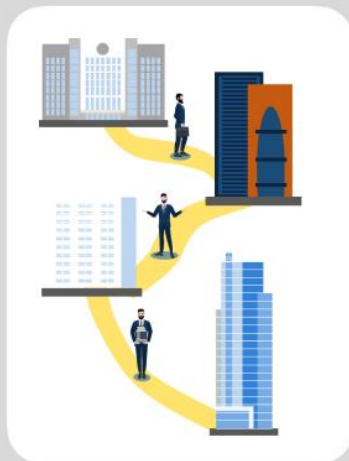


Жизненная ситуация —

это обстоятельства, формирующие у частного лица или организации ряд потребностей, в связи с которыми появляется возможность или необходимость получения услуг

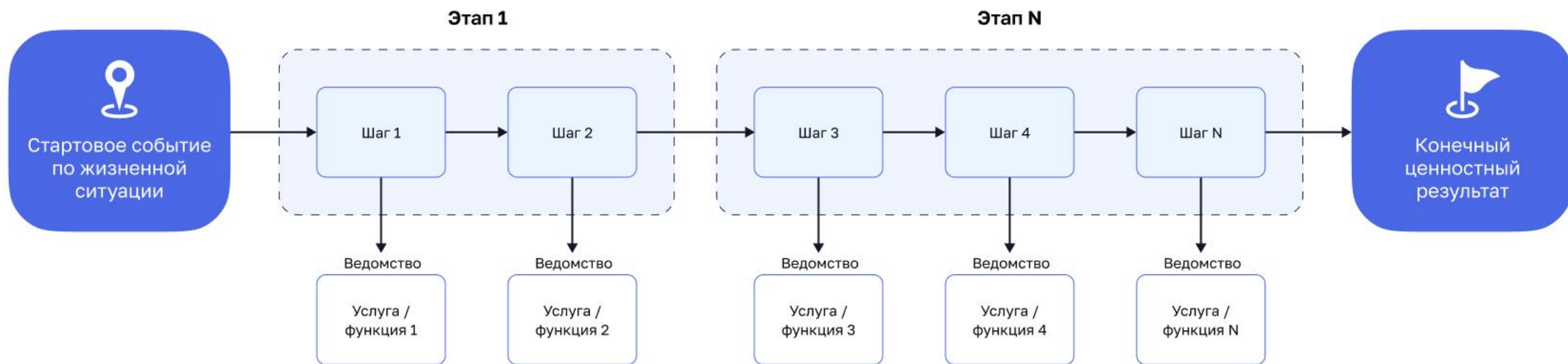
В рамках жизненной ситуации осуществляется переход от атомарного предоставления услуг к бесшовному клиентскому пути

- ✗ Многочисленные взаимодействия с ведомствами
- ✗ Необходимость самостоятельного поиска информации
- ✗ Множество документов и услуг, не всегда нужных клиенту



- ✓ Фокус на закрытии потребностей клиента
- ✓ Максимально удобный и упрощенный клиентский путь
- ✓ Невидимое межведомственное взаимодействие
- ✓ Адресное уведомление и ценностное предложение по оказанию услуг

Структура жизненной ситуации



Моделирование клиентского пути

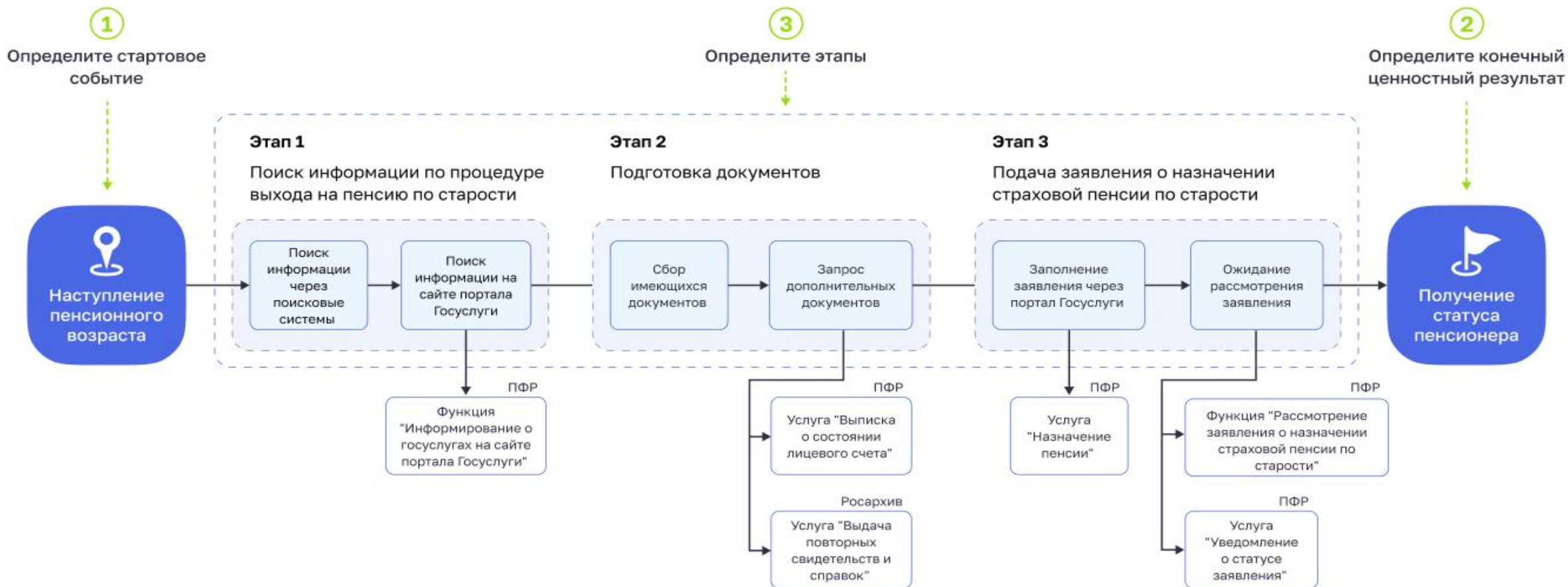
01 Определите **стартовое событие**

02 Определите **ценностный результат**-конечное событие, когда потребности клиента удовлетворены, часто связан с названием жизненной ситуации

03 Выделите определенные, последовательные **этапы**, через которые предстоит пройти клиенту в рамках жизненной ситуации от ее начала до ее конца

Жизненная ситуация

«Выход на пенсию по старости»



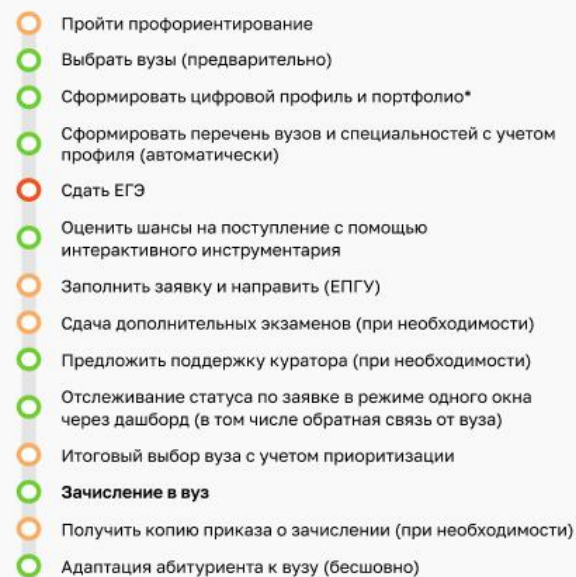
Формирование целевого клиентского пути

Принимая во внимание текущий клиентский путь (КАК ЕСТЬ СЕЙЧАС), выделенные потребности, проблемы и рекомендации, строится идеальный клиентский путь (КАК БУДЕТ)

Текущий клиентский путь



Целевой клиентский путь



○ Личное посещение ведомства
 ○ Самостоятельное заполнение информации
 ○ Проактивное, автоматическое оказание

Профиль клиентского сегмента



Цель профилирования –

улучшение клиентского опыта и повышение удовлетворенности клиента процессом оказания услуги или прохождения жизненной ситуации



Клиентский сегмент –

группа, клиентов, схожих по какому-либо признаку или совокупности признаков

Как улучшить клиентский опыт?

01

Оптимизация клиентского пути

Упрощение процесса оказания услуг

02

Персонализация предоставления услуги

Адресные уведомления, персональные предложения

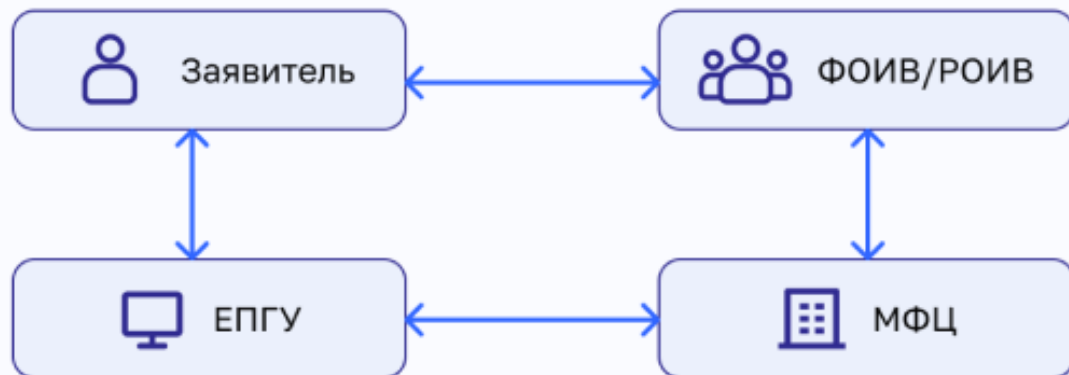
03

Повышение информированности

Предоставление информации клиенту о возможных услугах, о способах их получения и о выгодах в рамках жизненной ситуации

Профиль клиентского сегмента –

консолидирует характеристики получателей услуг и сервисов в разрезе сегментов



Роли

На первом шаге исследования необходимо выделить роли, участвующие в услуге (или жизненной ситуации)

Подходы к сегментации клиентов

Подход 1: ГРУППИРОВКА ПО СХОЖИМ ПРИЗНАКАМ
(КЛАСТЕРИЗАЦИЯ)

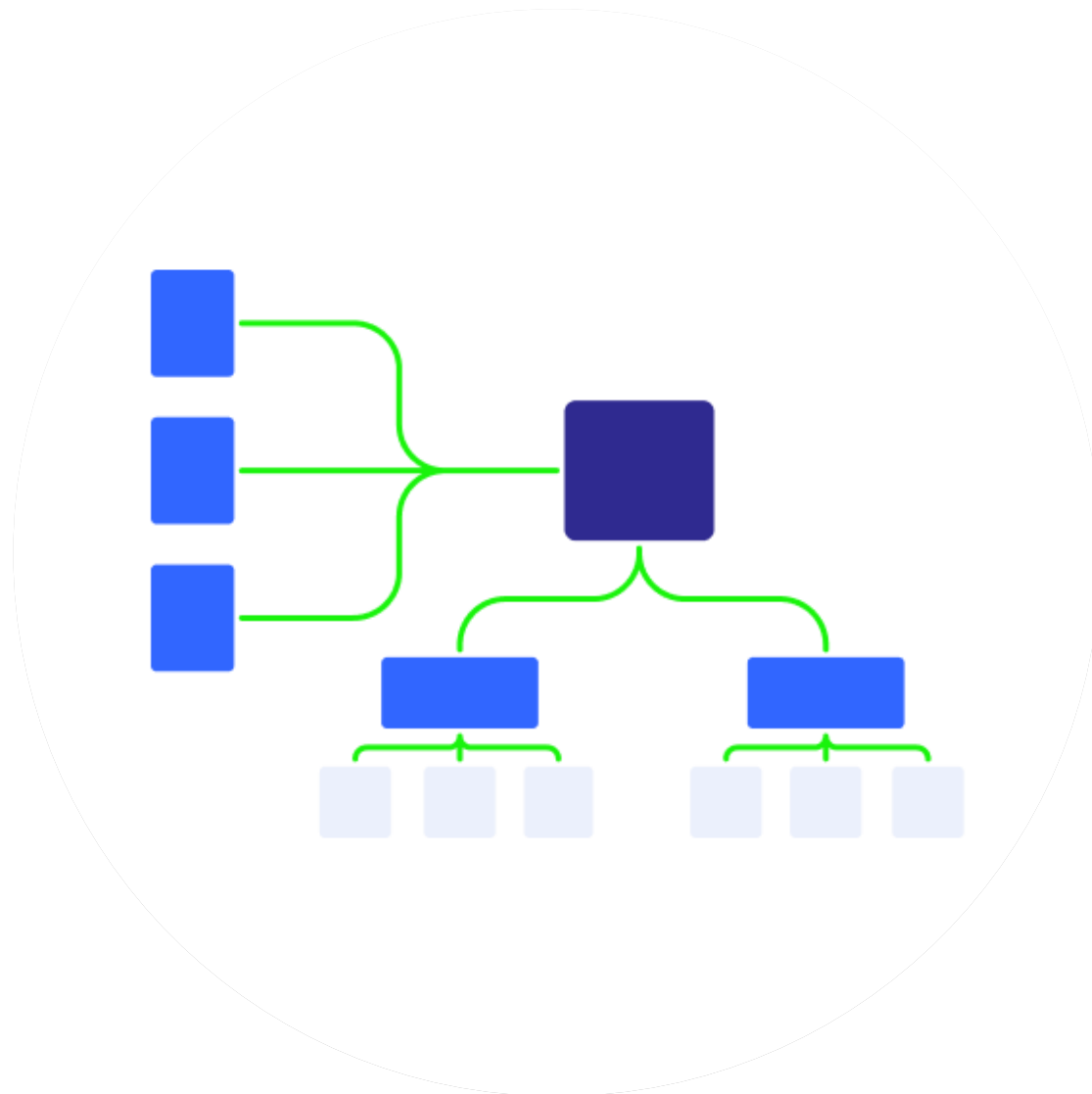


Кластеризация позволяет выполнить задачи **оптимизации** (целевые клиентские пути для большинства) и **информирования** (особенности подачи, исходя из портретов клиентов)

Подходы к сегментации клиентов

Подход 2: СЕГМЕНТАЦИЯ ПО ОТДЕЛЬНЫМ ПРИЗНАКАМ

Данный подход позволяет **персонализировать** оказание услуги – смоделировать целевые клиентские пути не только для типичных клиентов, но также учесть специфику отдельных сегментов



ЖС «Поиск работы»

Подход 1: ГРУППИРОВКА ПО СХОЖИМ ПРИЗНАКАМ (КЛАСТЕРИЗАЦИЯ)



Молодые специалисты

Набор признаков

| | |
|----------------------------------|---|
| Возраст: | 20- 29 лет |
| Образование: | Высшее |
| Семейное положение: | Холостые |
| Специальность образования: | Техническое |
| Стаж работы: | Отсутствует |
| Причины поиска работы: | Начало карьеры |
| Текущий уровень дохода: | Отсутствует |
| Проблемы при поиске работы: | Нет или мало стажа работы и опыта общения с работодателями, незнание процедуры трудоустройства |
| Взаимодействуют с работодателем: | Проходят собеседования посредством видео-созвона, получают информацию и документы через мессенджеры |

Входят в сегменты

- 1 Ищут работу через работные сайты
- 18 Ищут удаленную работу
- 19 Ищут работу с неполным рабочим днем / неделей
- 12 Готовы сменить профессию / область работы



Специалисты с опытом

Набор признаков

| | |
|----------------------------------|--|
| Возраст: | 30-44 лет |
| Образование: | Высшее |
| Семейное положение: | Семейные |
| Специальность образования: | Юриспруденция |
| Стаж работы: | 5-20 лет |
| Причины поиска работы: | Повышение дохода, обретение стабильности |
| Текущий уровень дохода: | От 60 000 до 100 000 |
| Проблемы при поиске работы: | Низкие зарплаты, недобросовестные работодатели, отсутствие времени, стресс при смене места работы |
| Взаимодействуют с работодателем: | Проходят собеседования посредством личного визита, получают информацию и документы через мессенджеры |

Входят в сегменты

- 5 Ищут работу через кадровые агентства
- 3 Ищут работу через знакомых
- 15 Прежде имели свое дело
- 16 Прежде работали в частной организации
- 1 Ищут работу через работные сайты



Старшее поколение специалистов

Набор признаков

| | |
|----------------------------------|---|
| Возраст: | 45-65 лет |
| Образование: | Высшее |
| Семейное положение: | Семейные |
| Специальность образования: | Педагогическое |
| Стаж работы: | Более 20 лет |
| Причины поиска работы: | Увольнение с прошлого места работы |
| Текущий уровень дохода: | От 60 000 до 100 000 |
| Проблемы при поиске работы: | Необходимо повышение квалификации для сохранения уровня должности, эйджизм |
| Взаимодействуют с работодателем: | Проходят собеседования посредством личного визита, получают информацию посредством звонка |

Входят в сегменты

- 5 Ищут работу через центр занятости
- 3 Ищут работу через знакомых
- 15 Прежде имели свое дело
- 16 Прежде работали в частной организации



Студенты, ищущие подработку

Набор признаков

| | |
|----------------------------------|---|
| Возраст: | 16-25 лет |
| Образование: | Незаконченное высшее / профессиональное (в процессе обучения) |
| Семейное положение: | Холостые |
| Стаж работы: | Отсутствует |
| Причины поиска работы: | Нехватка денег |
| Текущий уровень дохода: | Отсутствует |
| Проблемы при поиске работы: | Мало вакансий с гибким графиком, отсутствие опыта работы |
| Взаимодействуют с работодателем: | Проходят собеседования посредством онлайн-созвонов, получают информацию и документы через мессенджеры |

Входят в сегменты

- 1 Ищут работу через работные сайты
- 18 Ищут удаленную работу
- 19 Ищут работу с неполным рабочим днем / неделей
- 12 Готовы сменить профессию / область работы



Пенсионеры

Набор признаков

| | |
|----------------------------------|--|
| Возраст: | Более 65 лет |
| Образование: | Высшее |
| Семейное положение: | Семейные |
| Специальность образования: | Экономическое |
| Стаж работы: | Более 40 лет |
| Причины поиска работы: | Нехватка денег, желание быть полезным |
| Текущий уровень дохода: | До 30 000 |
| Проблемы при поиске работы: | Нежелание работодателей нанимать пожилого сотрудника (эйджизм) |
| Взаимодействуют с работодателем: | Проходят собеседования, получают информацию и документы посредством личного визита |

Входят в сегменты

- 2 Ищут работу через центр занятости
- 16 Прежде работали в частной организации
- 17 Прежде работали в государственной организации
- 4 Ищут работу через СМИ

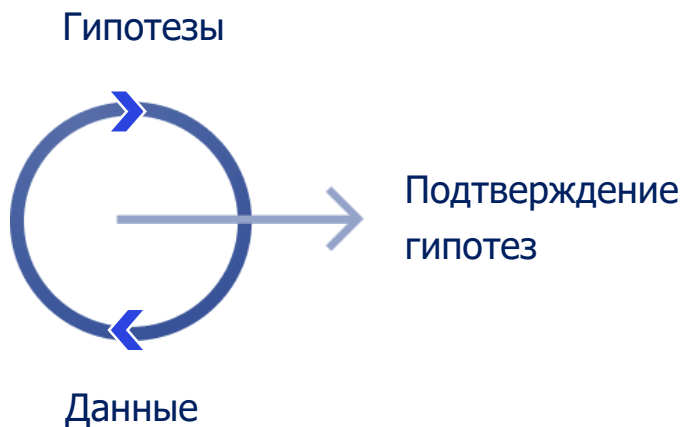
ЖС «Поиск работы»

Подход 2: СЕГМЕНТАЦИЯ ПО ОТДЕЛЬНЫМ ПРИЗНАКАМ

| Параметр | Сегменты | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|-------------------------|--|
| По способу поиска работы | 1 Ищут работу через работные сайты | | 2 Ищут работу через центр занятости | | 3 Ищут работу через знакомых | | | |
| | 4 Ищут работу через СМИ | | 5 Ищут работу через кадровые агенства | | | | | |
| По полу | 6 Мужчины | | 7 Женщины | | | | | |
| По семейному положению | 8 Холостые | | 9 Семейные, имеют детей в возрасте до 7 лет | | | | | |
| | 10 Семейные, имеют детей в возрасте от 7 до 15 лет | | 11 Семейные, имеют детей в возрасте от 16 лет | | | | | |
| По гражданству | 12 Граждане РФ | | 13 Иностранные граждане ближнего зарубежья | | 14 Иностранные граждане дальнего зарубежья | | | |
| По уровню образования | 15 Основное общее | | 16 Среднее общее | | 17 Среднее профессиональное | | | |
| | 18 Высшее I степени (бакалавриат) | | 19 Высшее II степени (специалитет, магистратура) | | 20 Высшее III степени (послевузовское) | | | |
| По паттернам поведения | 21 Готовы сменить профессию / область работы | | 22 Не готовы сменить профессию / область работы | | | | | |
| По предыдущему месту работы | 23 Устраиваются на работу впервые | | 24 Прежде имели свое дело | | | | | |
| | 25 Прежде работали в частной организации | | 26 Прежде работали в государственной организации | | | | | |
| По условиям работы | 27 Ищут удаленную работу | | 28 Ищут работу с неполным рабочим днем / неделей | | | | | |
| По социально незащищенным группам | 29 Беженцы | | 30 Бывшие заключенные | | 31 Родители-одиночки | | 32 Многодетные родители | |
| | 33 Несовершеннолетние | | 34 Имеющие детей инвалидов | | 35 Осуществляющие уход за больным членом семьи | | | |

Формирование профилей клиентских сегментов – это итерационный процесс

Формируйте гипотезы, анализируйте данные о клиентах и подтверждайте гипотезы социологическими исследованиями, повторяя этот процесс при проявлении новых данных



Приоритизация сегментов

Необходимо определить, какие сегменты стоит исследовать в первую очередь на основе следующих параметров:

Основные

- 01** Емкость сегмента
- 02** Уровень удовлетворенности представителей сегмента процессом оказания услуги

Дополнительные

- 01** Уникальность проблем
- 02** Слепая зона
- 03** Позиция заказчика


Если уровень удовлетворенности процессом оказания услуги низкий, то следует ориентироваться на наиболее многочисленные сегменты.

Если зафиксирован высокий уровень удовлетворенности услугой, то имеет смысл сфокусироваться на исследовании слепых зон и специфических проблем.

Выполнение практических заданий

- 1

Выбор жизненной ситуации

10 мин 
- 2

Определение сегментов
- 3

Формирование профилей
- 4

Моделирование клиентского пути “как есть” (определение этапов)
- 5

Определение потребностей и проблем на клиентском пути
- 6

Формирование рекомендаций
- 7

Проектирование целевого клиентского пути “как будет”
- 8

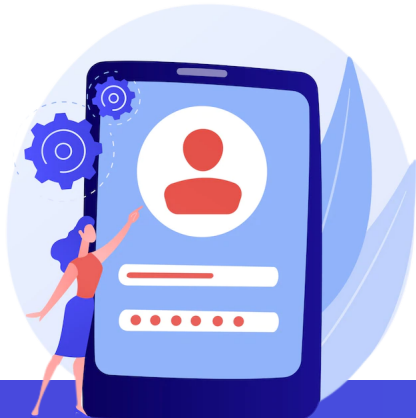
Определение эффектов



Формирование профиля (портрета)

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 (ШАБЛОН ФЛ или 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

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

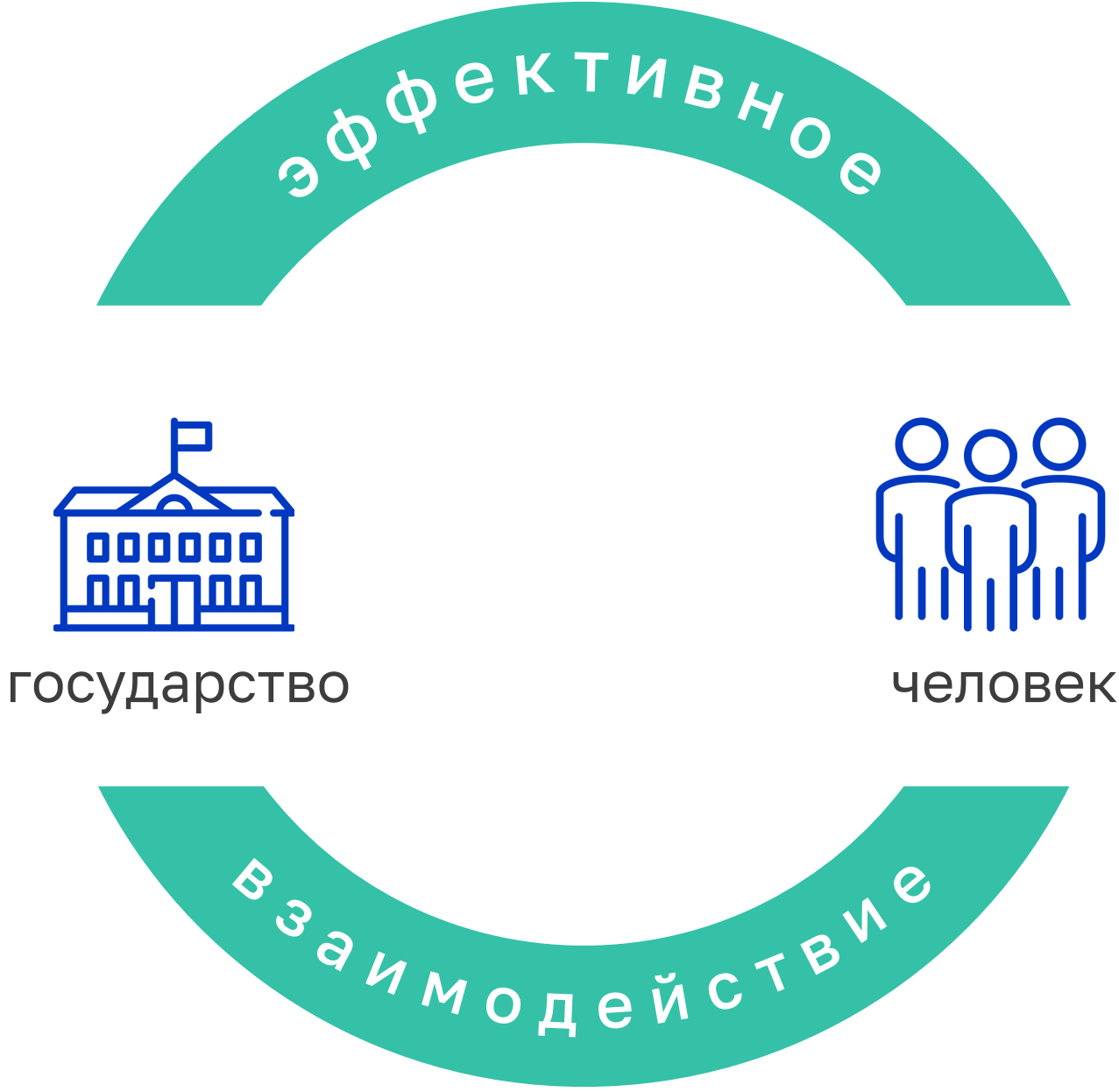
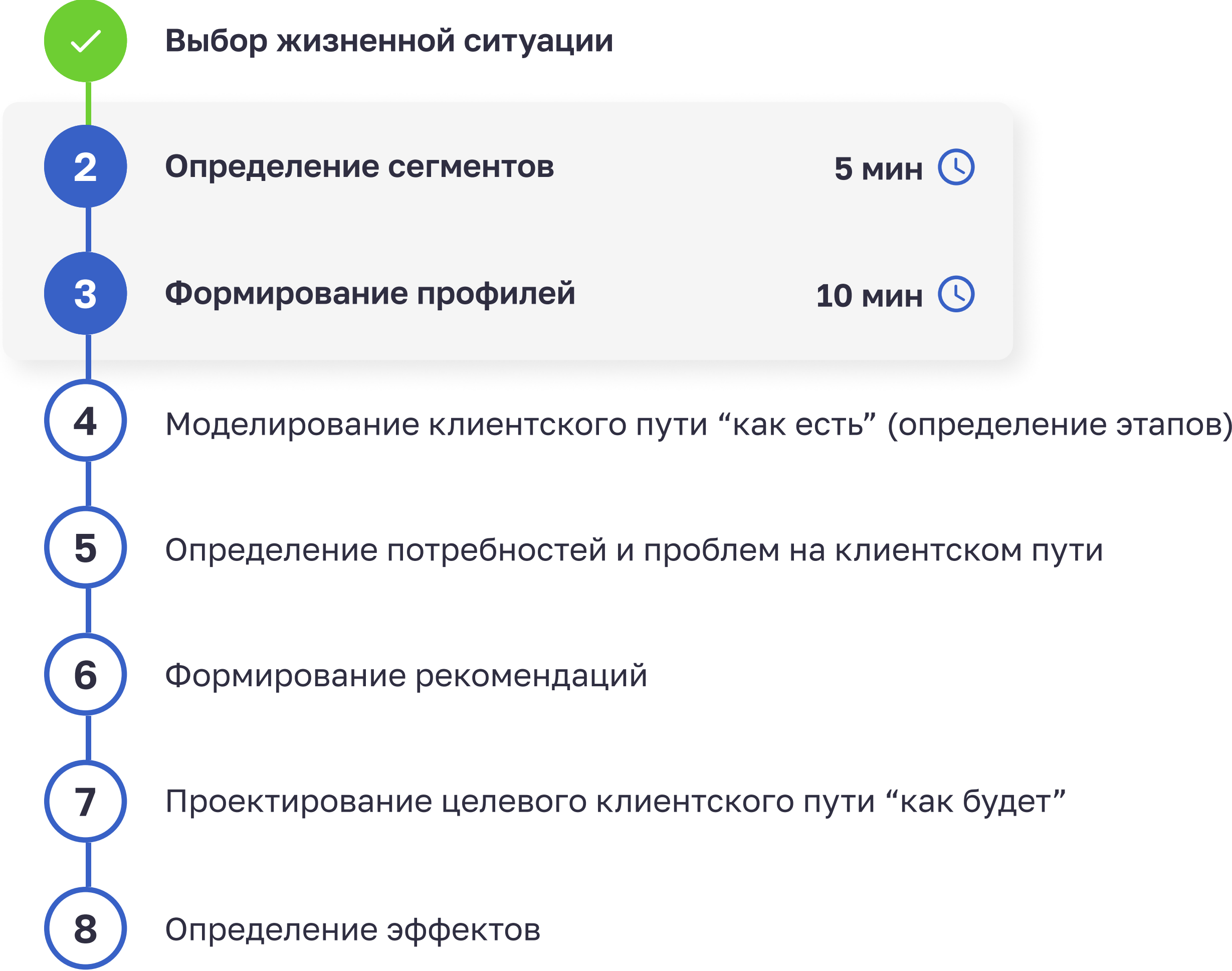
- В интернете, в соцсетях
- В школе
- Через молодежные сообщества
- От друзей

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 профиля

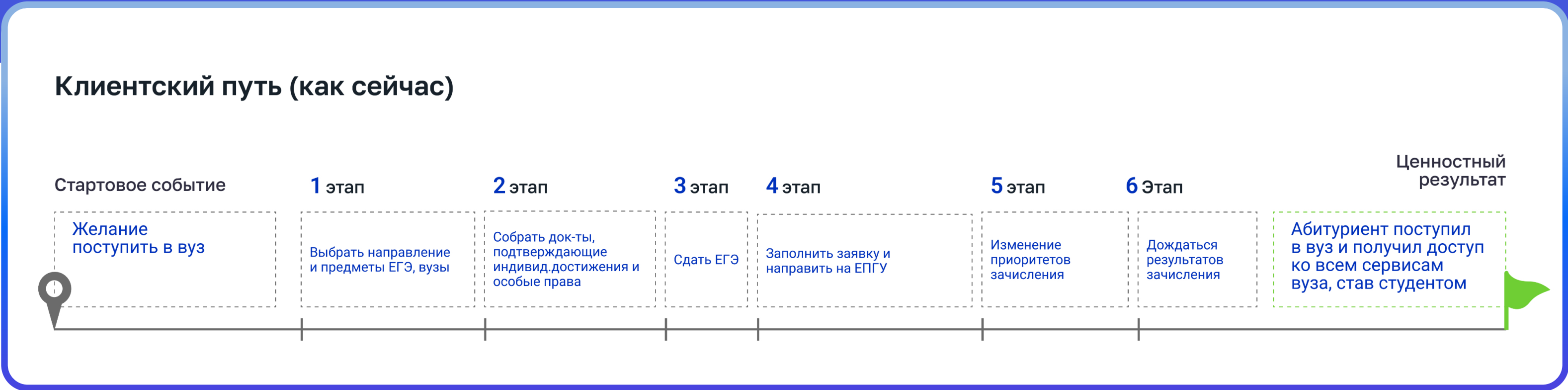
Выполнение практических заданий



Моделирование клиентского пути “как есть”

Переходим к шаблону клиентского пути “как есть”

- 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



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

Заполненные этапы шаблона клиентского пути

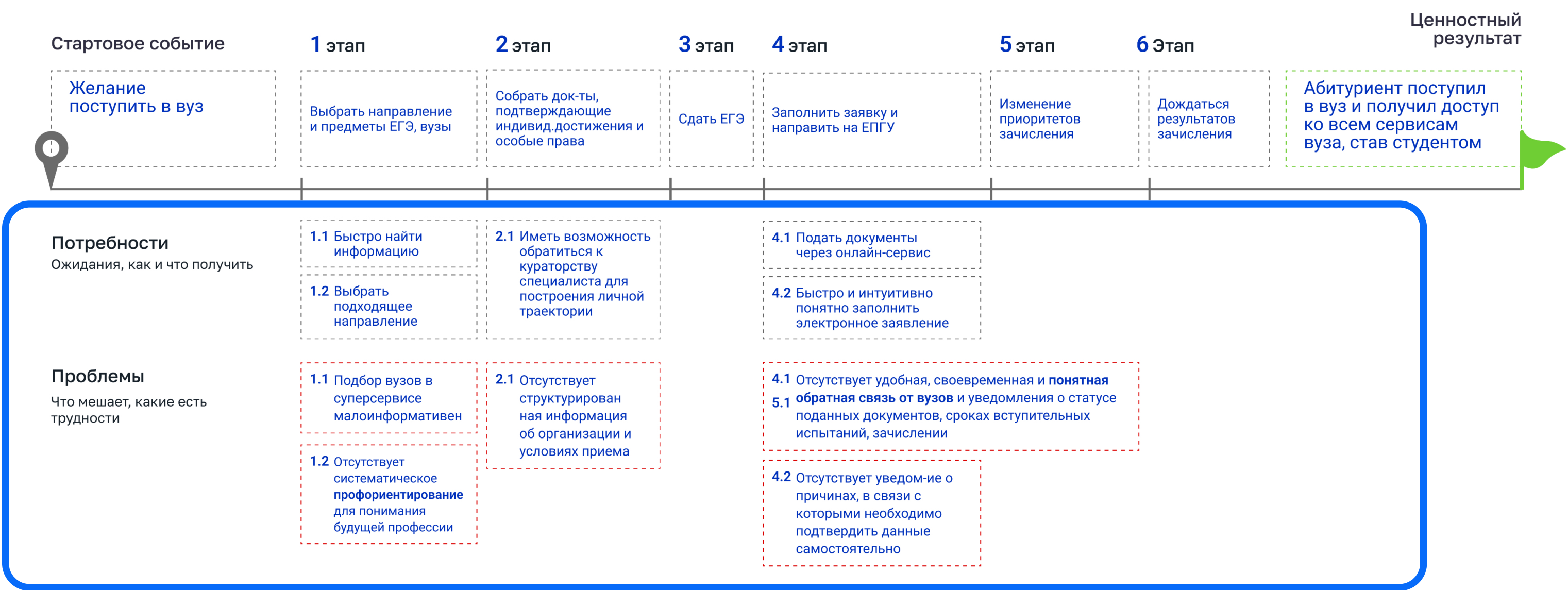
Определение потребностей и проблем

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

4 Потребности – это ожидания, как и что клиент может получить, в разных ЖС они могут повторяться.

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

5

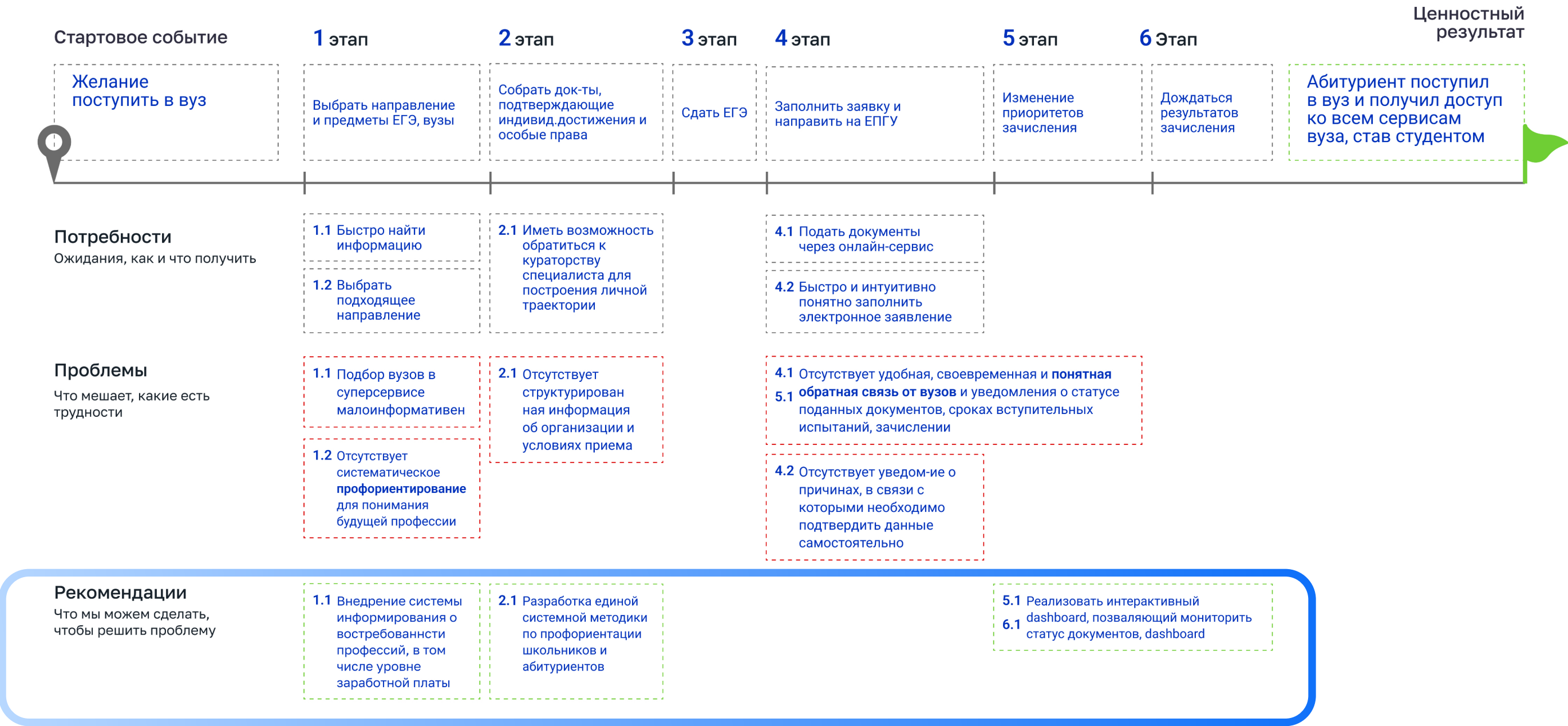
Чтобы выделить проблемы, постарайтесь представить себя на месте клиента, обратиться к человеку, кто был в подобной ЖС, к открытым источникам в интернете (форумы, отзывы на сайтах ведомств, статистика)

Формирование рекомендаций

6 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

Выполнение практических заданий



Выбор жизненной ситуации



Определение сегментов




Формирование профилей



Моделирование клиентского пути “как есть” 10 мин 



Определение потребностей и проблем на клиентском пути 10 мин 



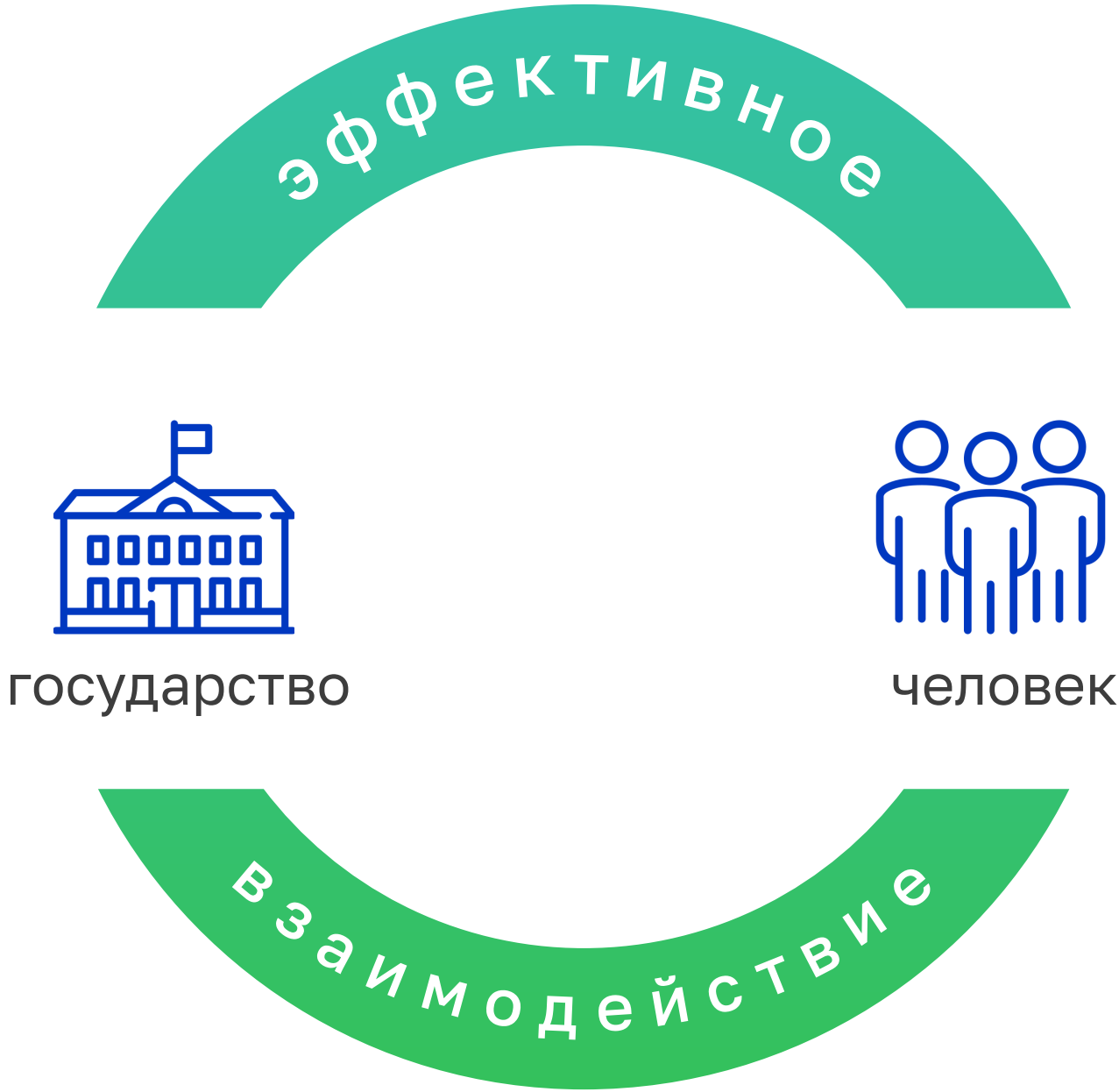
Формирование рекомендаций 15 мин 



Проектирование целевого клиентского пути “как будет”



Определение эффектов

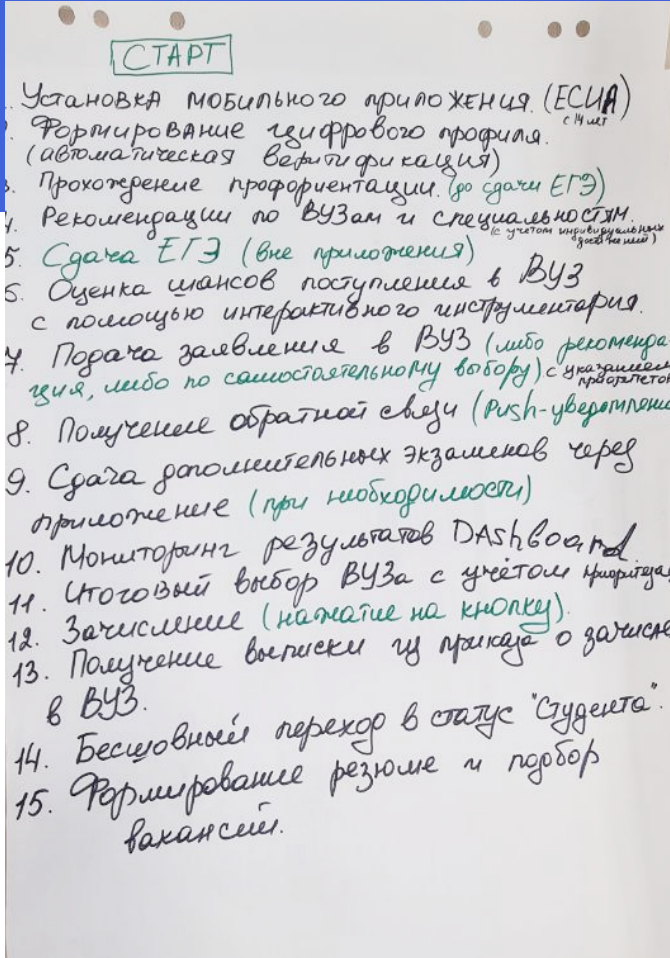
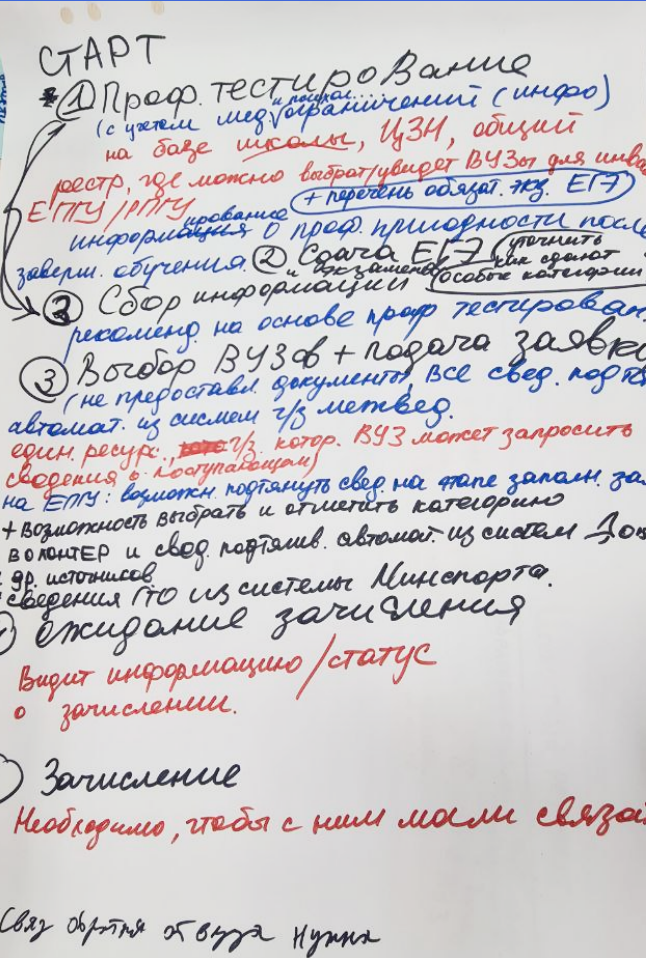


Построение целевого пути

7

Проведите мозговой штурм внутри команды

Принимая во внимание текущий клиентский путь “как есть” и выделенные потребности, проблемы и рекомендации, постройте целевой клиентский путь “как должно быть” и запишите его на флипчарте



Примеры заполнения клиентского пути на дизайн-сессии

8

Сформулируйте эффекты от оптимизации

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
- Получить копию 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

Выполнение практических заданий

- ✓ Выбор жизненной ситуации
- ✓ Определение сегментов
- ✓ Формирование профилей
- ✓ Моделирование клиентского пути “как есть” (определение этапов)
- ✓ Определение потребностей и проблем на клиентском пути
- ✓ Формирование рекомендаций
- 7 Проектирование целевого клиентского пути “как будет” 30 мин ⌚
- 8 Определение эффектов 5 мин ⌚

