



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# Инструкция

проведения дизайн-сессий  
по проработке жизненных ситуаций

Центр разработок «Государство для людей»

# Содержание

0

Введение

ВЫПОЛНЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

1

Определение сегмента

2

Формирование портрета клиента

3

Составление клиентского пути AS IS (выделение этапов)

4

Выделение проблем и потребностей на клиентском пути

5

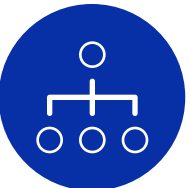
Формирование рекомендаций

6

Построение целевого пути TO BE

7

Тестирование готового TO BE на других командах



# 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 4х 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 мероприятий, 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.



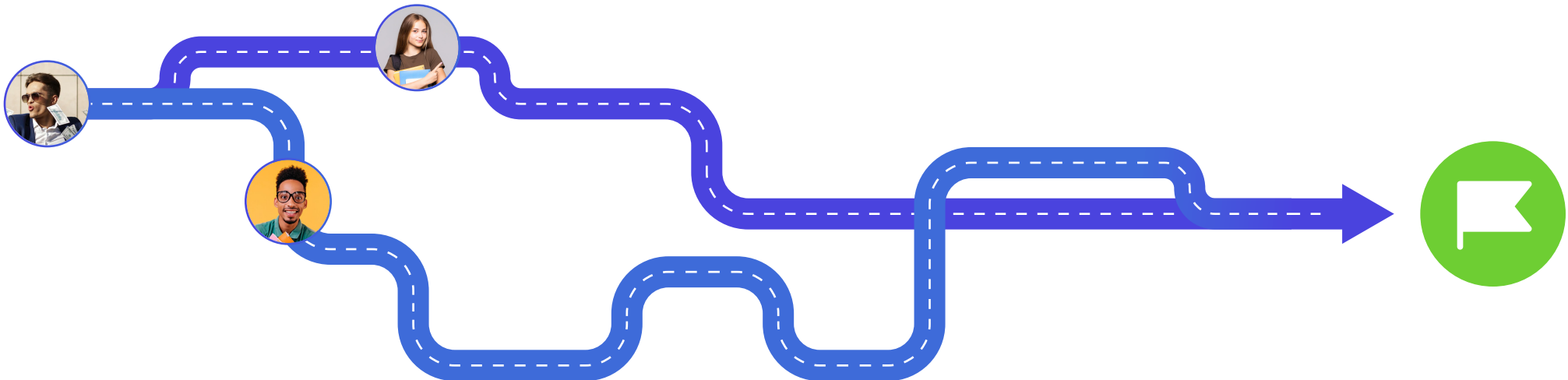
Впишите название ЖС и выбранный сегмент в шаблон портрета клиента (Приложение 11\_ШАБЛОН ФЛ или Приложение 12\_ШАБЛОН ЮЛ)

## Портрет клиента (физическое лицо)

«ЖС Поступление в вуз»

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

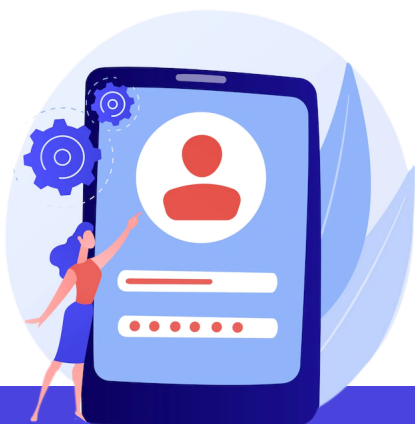
Обратите внимание: разные сегменты могут «идти» по одному общему клиентскому пути, а могут - каждый по своему персональному.





# 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

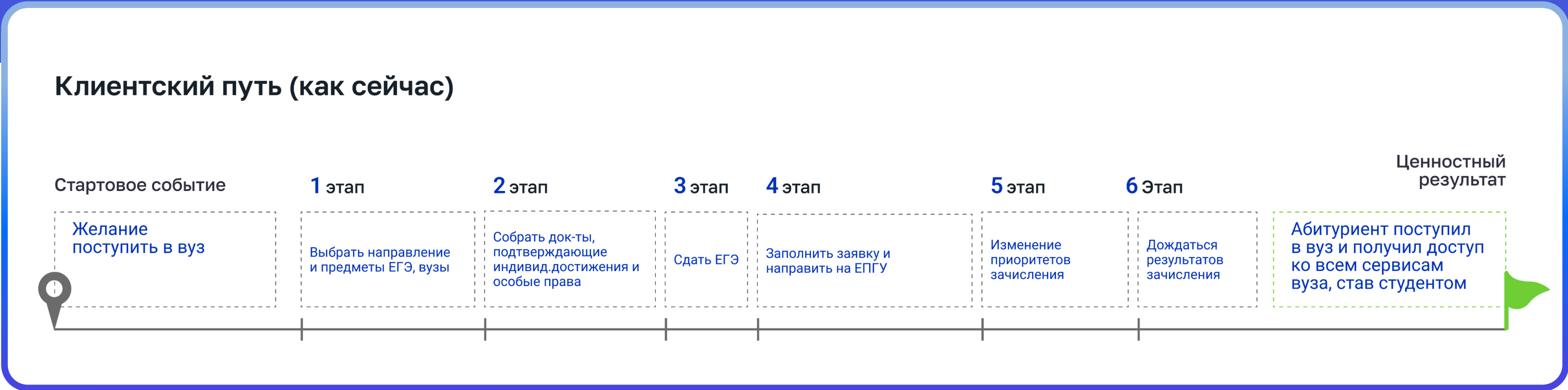
Заполненный шаблон портрета клиента

# 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



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

# 4. Выделение проблем и потребностей

20 мин

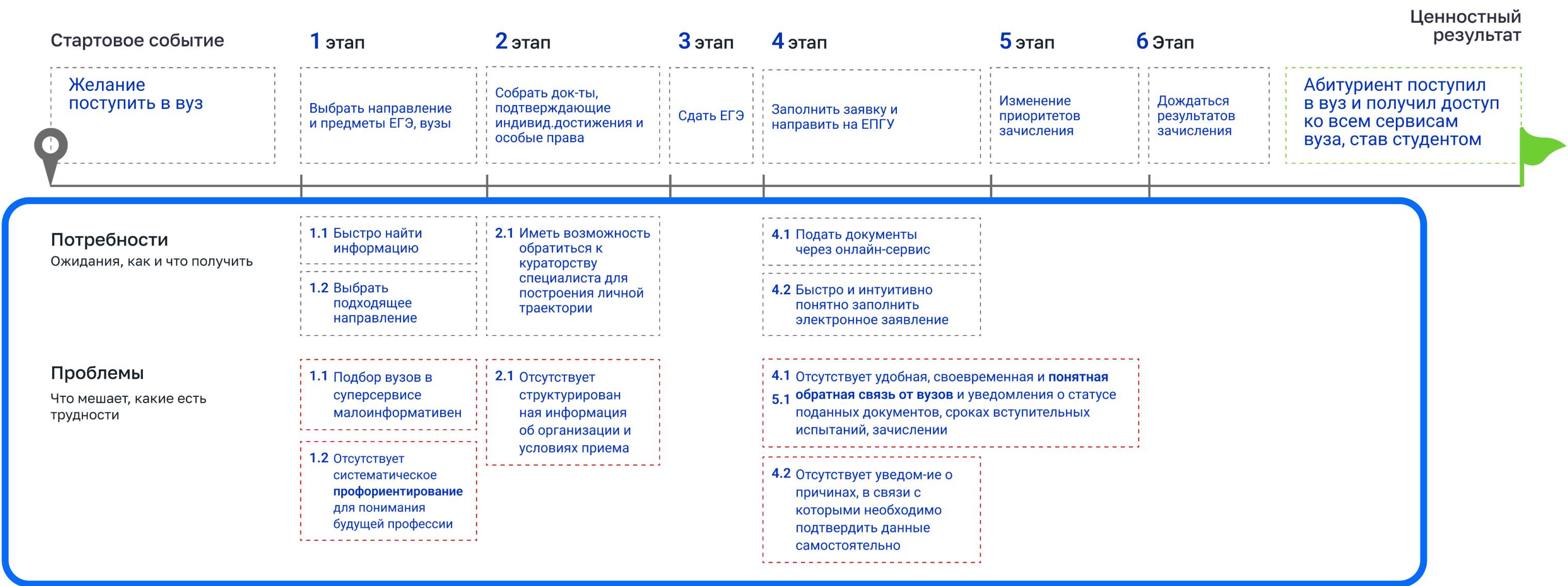
Подумайте и запишите, какие у клиента могут возникать потребности и проблемы на каждом этапе

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)



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)

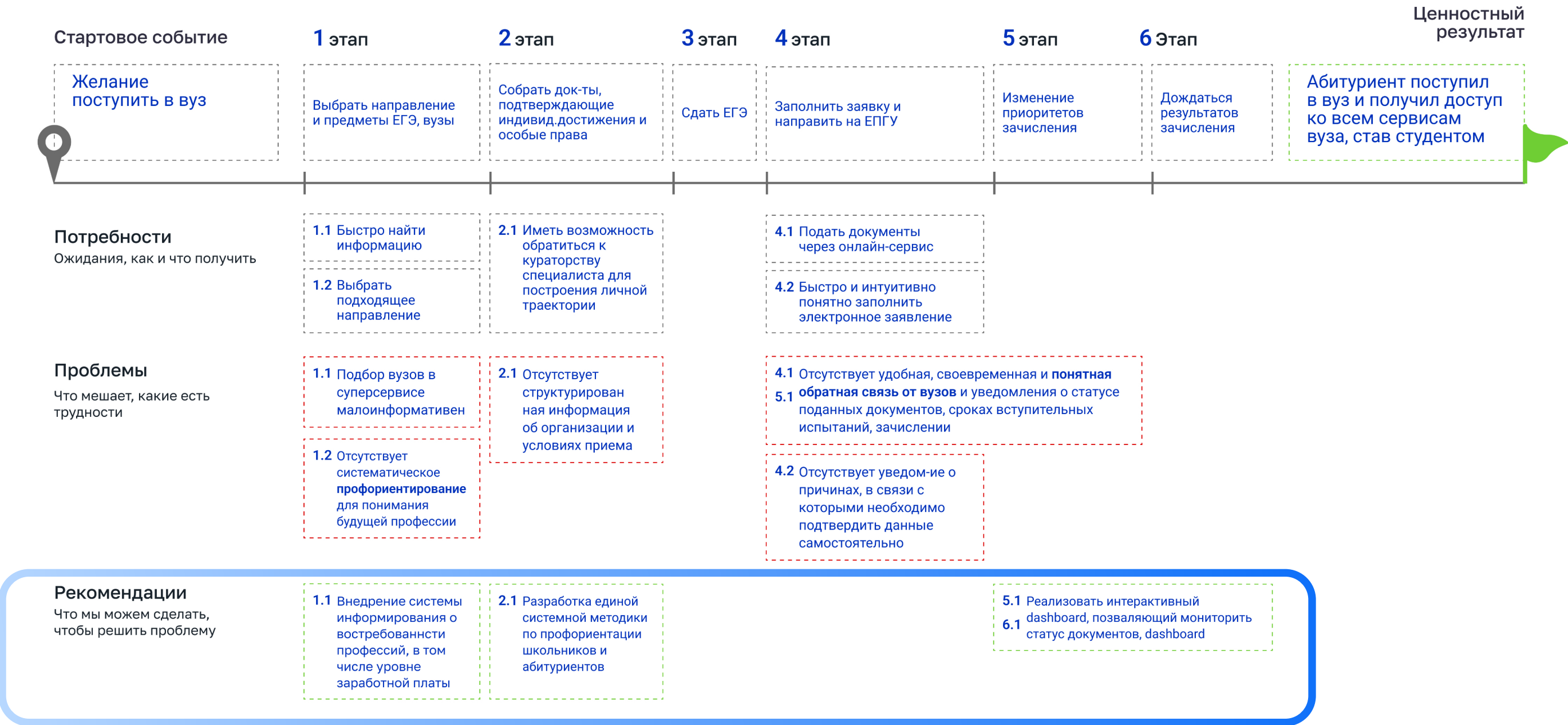


# 5. Формирование рекомендаций

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.



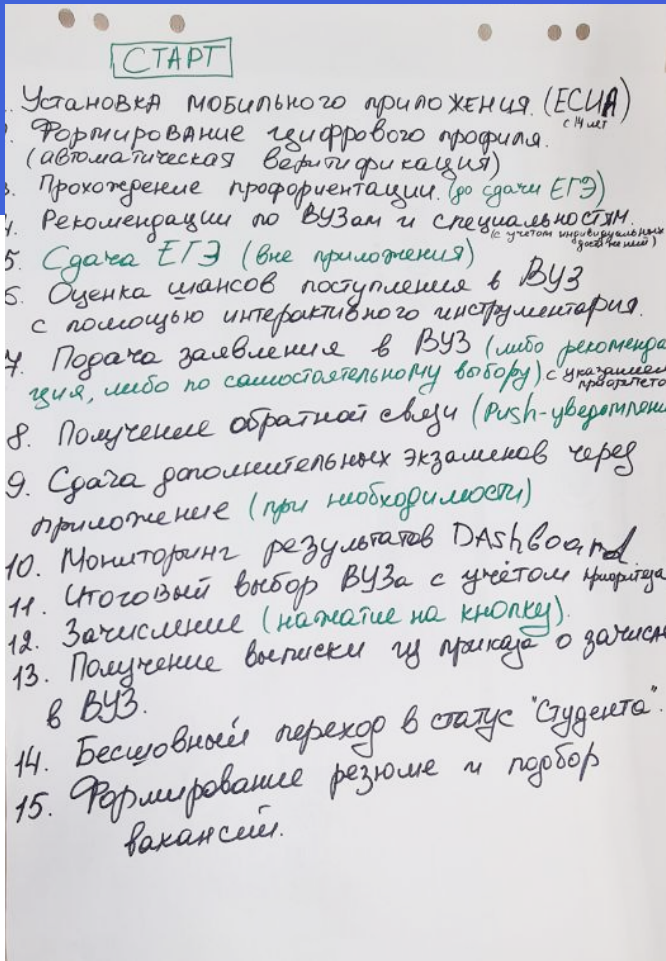
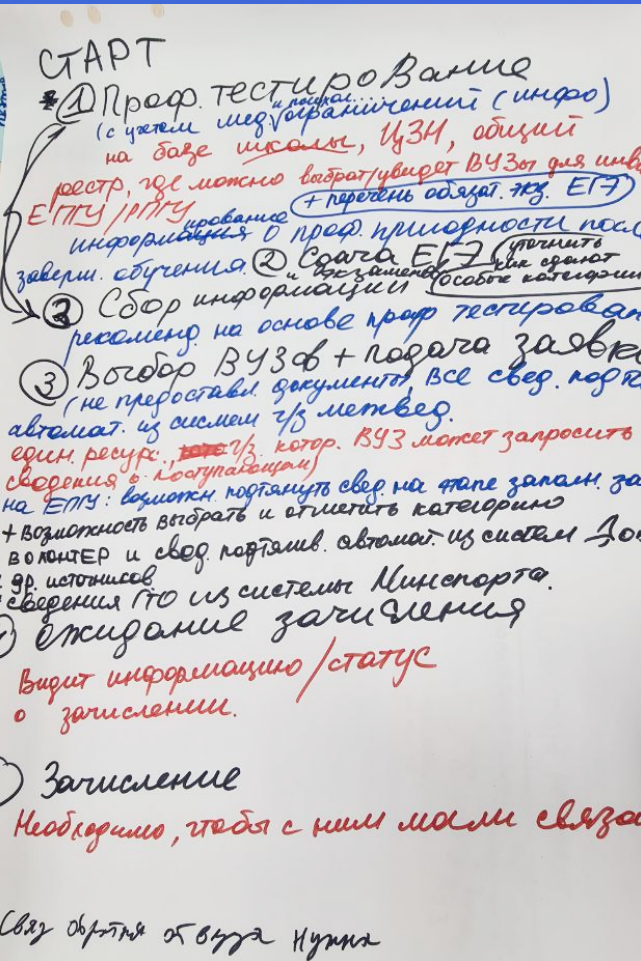
Заполненные проблемы, потребности и рекомендации шаблона клиентского пути

# 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 TO 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
- 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



# 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

