

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

ЗАНЯТИЕ 4

Задание

«Окружение проекта: Потребители»

Данное задание состоит из 2 частей: создание портрета целевого потребителя и построение карты пути покупателя.

Часть 1

Вам необходимо самостоятельно выбрать объект (компанию/проект) и **создать портрет целевого потребителя**. Заполняйте описание согласно пунктам показателей таблицы.

Таблица «Портрет целевого потребителя»

Показатель	Описание
1. Социально-демографические характеристики	...
2. Психологические характеристики	...
3. «Болевые точки» и проблемы клиентов	...
4. КФВ (Ключевые факторы выбора и приоритеты)	...
5. Ценности	...

Пример выполнения задания представлен на следующей странице

Часть 2

Постройте маршрут движения потенциального клиента, используя шаблон (Файл «Шаблон CJM».xlsx). В данном практическом задании используется вариант карты с использованием 4 ключевых полей:

1. Точки контакта (ситуации/места, где клиент с нами взаимодействует и может обрести UX)
2. Болевые точки (возможные проблемы и «барьеры» на пути клиента, которые, в будущем, могут сложиться в негативный UX)
3. Желание (результат, к который бы хотел прийти клиент, решая проблему (болевою точку))
4. Гипотеза (решение, которое нам, с точки зрения бизнес-процессов, нужно сделать, чтобы изменить проблему клиента)

Правила заполнения:

- Старайтесь создать как минимум по 1 единице в каждом поле. Т.е. – минимум 1 болевая точка, 1 желание и 1 гипотеза внутри каждой точки контакта. В случае отсутствия заполнения какой-то из ячеек – дайте мотивацию (почему именно так вы решили сделать)
- Нет ограничений на количество точек контакта. Минимум – 3 точки контакта. Оптимальное количество – от 5 до 8 точек контакта.
- Вы можете объединять болевые точки, желания и гипотезы как хотите. Так, в примере выполнения точки контакта ##1-3

объединены в 1 болевую точку. Главное условие – логическая взаимосвязь

Пример выполнения:

Описание объекта

Название компании/бренда: «Atributika&Club»

Профиль деятельности: продажа косметической продукции

Интернет-сайт: <https://shop.atributika.ru>

Часть 1

Создание портрета целевого потребителя

Показатель	Описание
1. Социально-демографические характеристики	<ul style="list-style-type: none">• Женщины в возрасте 25-40 лет со средним доходом или доходом ниже среднего• Имеют семью и проживают в городах-миллионниках или крупнейших городах• Имеют высшее образование
2. Психологические характеристики	<ul style="list-style-type: none">• Любят проводить свободное время в домашней обстановке с семьей
3. «Болевые точки» и проблемы клиентов	<ul style="list-style-type: none">• Сложно найти качественный продукт по невысокой цене• Опасение, что косметическая продукция может нанести вред здоровью
4. КФВ (Ключевые факторы выбора и приоритеты)	<ul style="list-style-type: none">• Возможность купить качественную продукцию с натуральным составом по невысокой цене
5. Ценности	<ul style="list-style-type: none">• Сохранение здоровья