

Коллеги, привет!

Один из лучших способов найти точки роста в компании - это изучение опыта клиента через метод глубинных интервью (CustDev).

На текущий момент было проведено 6 глубинных интервью в результате чего сформировались **6 пар “кл.сегмент-проблема”**. Со скриптом вопросов можно ознакомиться в Таблице №3.

В приведенной ниже таблице №1 вы можете увидеть подробное их описание.

Сегменты выделены в **1 общий сегмент** (человек, которому необходимо арендовать жилье) и **6 подсегментов** (с разделением на причины поиска жилья и проблемам, с которыми сталкивается именно данный подсегмент).

Основными проблемами при поиске жилья респонденты называли*:

1. Много времени и сил уходит на поиск (преимущественно, разъезды) - 25%
2. Необходимость общения с риелторами (специфика общения данных профессионалов и лишний посредник) - 17%
3. Неинформативные и не соответствующие действительности фотографии и описание объектов и их описание - 17%
4. Плата за услуги риелторов - 8,3%
5. Большая конкуренция за объекты - 8,3%
6. Плохой ремонт (соотношение цена-качество) - 8,3%
7. Сложно найти жилье на короткий срок (несколько месяцев) для большой семьи - 8,3%

* Расчеты составлены исходя из того, что некоторые сегменты назвали несколько проблем

Важно! Текущий отчет представлен на основании 6 интервью (по 1 интервью на сегмент), что критически мало для создания уверенных выводов. Поэтому велика вероятность, что часть проблем могут встречаться у других сегментов или пересекаться. Это покажет дальнейшее исследование, если мы примем решение идти по этому пути.

Таблица №1 “Клиентский сегмент - проблема - триггер”

Гипотезы о сегментах	Гипотезы о проблемах	Триггеры / Причины поиска
<p>Общий сегмент.</p> <p>МЖ, 18-50 лет.</p> <p>Люди, которым необходимо арендовать жилье на длительный срок</p>	<p>1. Я вынужден(а) платить риелторам, чтобы снять квартиру, которая мне понравилась, по причине, которая мне непонятна (трачу деньги впустую). 2. Я обеспокоен(а), что я буду вынужден(а) съехать с арендаемой квартиры в любой момент, когда этого потребует владелец. 3. Я обеспокоен(а), что сумму депозита мне не возвратят</p>	<p>- Требования текущего арендодателя освободить жилье; - Переезд в другой город; - Смена работы/учебы; - Рождение ребенка; - Продажа своего жилья; - Изменение жилищных условий (стройка, соседи); - Достижение возраста (25-30 лет); - Поступление/окончание университета;</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Свадьба; - Первая работа на полную занятость; - Развод; - Покупка строящегося объекта.
Подсегмент "Свой дом". МЖ, 20-35 лет. Люди, которые не планируют в ближайшие ~5-10 лет приобретать собственное жилье (или никогда), но хотят ощущения "собственного дома": свой ремонт, дети, животные = мин. контакт с владельцем квартиры	Я трачу очень много времени на поиск владельца квартиры, который спокойно относится к изменениям, которые я могу внести в его квартиру , включая ремонт, мебель, животных и детей, и который гарантированно будет сдавать мне жилье за фиксированную сумму на очень длительный срок (от 5 и более лет)	<ul style="list-style-type: none"> - Требования текущего арендодателя освободить жилье; - Переезд в другой город; - Изменение жилищных условий (стройка, соседи).
Подсегмент "Просто жилье" или "Временное удобство". МЖ, 20-40 лет. Люди, которые рассматривают жилье исключительно как объект удобства по отношению к расположению, цене, ремонту. С легкостью меняют жилье сразу же, как один из ключевых параметров (или обстоятельств, например, работа) меняется. Проводят мало времени внутри съемного жилья	Я вынужден(а) платить риелторам за подходящие мне варианты, что выходит для меня очень дорого, т.к. я часто меняю жилье	<ul style="list-style-type: none"> - Продажа своего жилья; - Смена работы/учебы; - Требования текущего арендодателя освободить жилье; - Переезд в другой город; - Изменение жилищных условий (стройка, соседи).
Подсегмент "Первое жилье". МЖ, 18-30 лет. Люди, которые ищут свое первое съемное жилье для самостоятельной жизни (съехать от родителей или создание своей семьи). Как правило, студенты или молодые специалисты.	Я вынужден(а) тратить очень много времени и сил на то, чтобы найти квартиру по моим требованиям из-за очень большой конкуренции и риелторов, которые скрывают серьезные недостатки и являются необязательными людьми, желающими только получить деньги	<ul style="list-style-type: none"> - Достижение возраста (25-30 лет); - Поступление/окончание университета; - Свадьба; - Рождение ребенка; - Первая работа на полную занятость
Подсегмент "Отдельное жилье". МЖ, 25-50 лет (преимущественно, мужчины) Люди, которые ищут съемное жилье по семейным обстоятельствам: развод, ссора.	Я вынужден(а) тратить много времени и сил на общение с риелторами и разъезды по квартирам, которые часто отличаются от параметров, указанных в описании и со слов риелтора	<ul style="list-style-type: none"> - Развод; - Семейная ссора (текущие сожители)

<p>Подсегмент "До окончания строительства".</p> <p>МЖ, 30-50 лет.</p> <p>Люди, которые ищут съемное жилье до момента заселения в собственную квартиру/дом. Как правило, у них уже была своя собственность, которую они продали, чтобы улучшить жилищные условия. Сейчас арендуют до окончания сдачи нового жилья.</p>	<p>Сложно найти нормальное жилье для большой семьи на короткий срок</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Продажа своего жилья; - Покупка строящегося объекта
<p>Подсегмент "Тест-драйв района / жк".</p> <p>МЖ, 30-50 лет.</p> <p>Люди, которые рассматривают покупку в определенном жк/ районе и хотят убедиться или опровергнуть, что им это подходит.</p>	<p>Сложно найти нормальное жилье с красивым качественным ремонтом по адекватной стоимости</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Смена работы/учебы; - Рождение ребенка; - Продажа своего жилья; - Изменение жилищных условий (стройка, соседи).

Метод CustDev открыл для нас **не очевидную проблему**, о которой мы ранее не подозревали - *"Неинформативные и не соответствующие действительности фотографии и описание объектов и их описание"*, что может служить для нас **существенной отправной точкой** для дальнейшего роста, так как **влияет в том числе и на самую распространенную проблему** *"Много времени и сил уходит на поиск"*.

О гипотезах решений проблем найденных клиентских сегментах мы будем подробнее говорить ниже.

CustDev позволил нам сформировать карту пути клиента для дальнейшей работы над усовершенствованием его пользовательского опыта (мы далее коснемся каждой точки этого пути). См. рисунок №1.

Также клиентские интервью также показали нам, какими **каналами** пользуется тот или иной сегмент.

Все респонденты взаимодействовали с агрегаторами недвижимости.

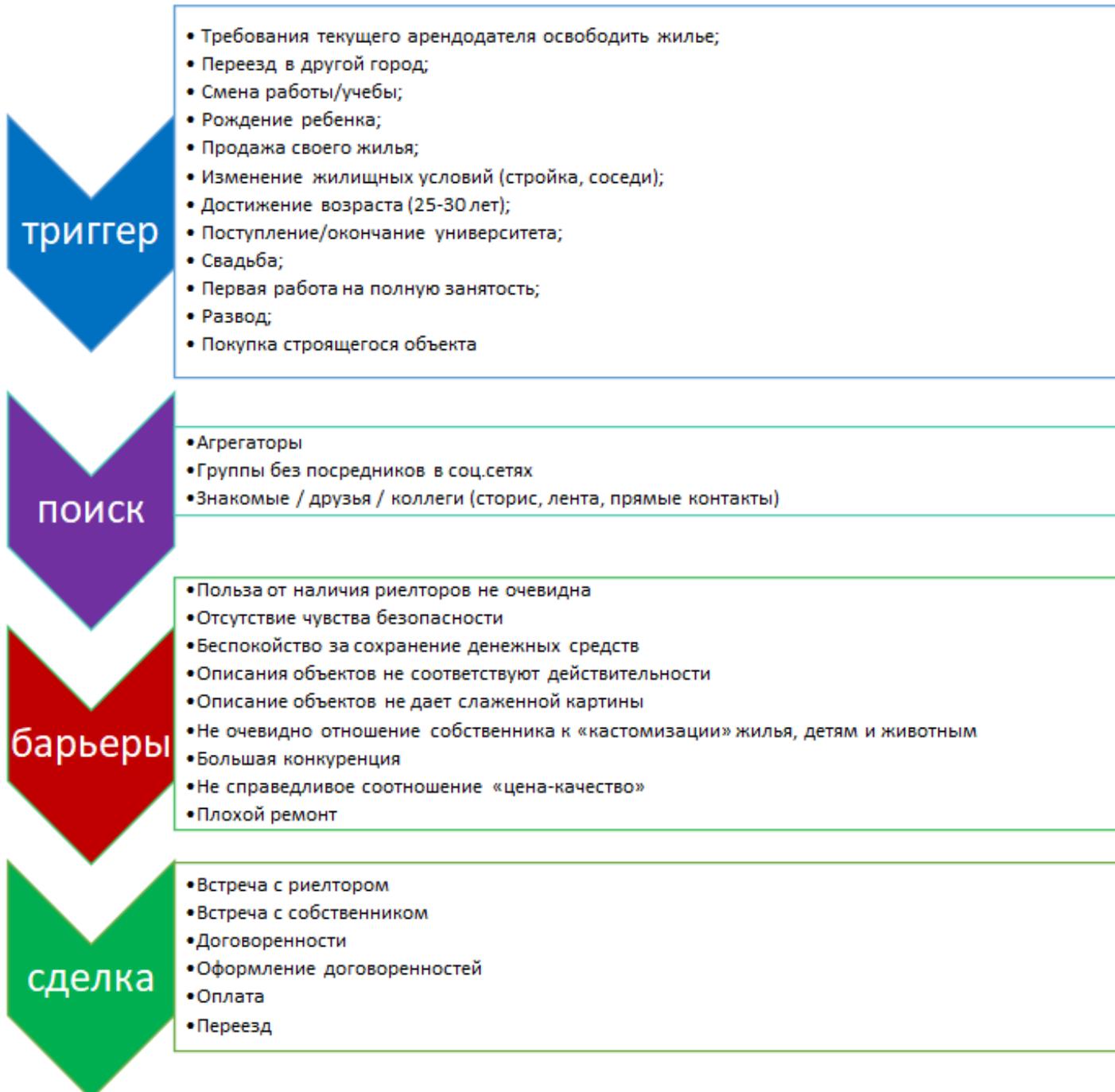
По степени популярности:

- Циан
- Авито
- Яндекс.Недвижимость.

А также использовали **группы для поиска жилья без посредников** в соц.сетях facebook, instagram или vk. Иначе говоря, без участия риелторов. А также, узнавали об арендуемом жилье через знакомых.

В агрегаторах необходимо вести дальнейшую работу, снимая барьеры и предлагая решения проблем. А каналы групп без посредников можем использовать для таргетинга на найденные сегменты и отрабатывая возражения об услугах риелторов (как минимум, мы уже знаем, что стоимость месяца через агентство дешевле, что выгоднее в долгосрочной перспективе).

Рисунок №1: Карта пути клиента



**Исходя из информации, которую нам удалось получить в ходе CustDev, а именно:
сегменты, их проблемы, триггеры, барьеры на пути и каналы поиска, мы можем
сформулировать гипотезы решений для каждого найденного подсегмента.**

В таблице №2 отражены сегменты, барьеры на пути и гипотезы решений.

Таблица №2 "Барьеры и варианты решений"

СЕГМЕНТЫ КЛИЕНТОВ	БАРЬЕРЫ	ВАРИАНТЫ РЕШЕНИЙ
Общий сегмент. МЖ, 18-50 лет. Люди, которым необходимо арендовать жилье на длительный срок	1. Польза от наличия риелторов не очевидна 2. Отсутствие чувства безопасности 3. Беспокойство за сохранение денежных средств	1. Услуга в помощи с нахождением жилья (не только для арендодателя). Например, за оставление заявки агентство обязуется подобрать идеальные варианты по указанным параметрам с целью экономии времени и сил клиента на поиск. 2. В договоре четко прописать условия, при которых арендодатель не сможет заставить человека съехать и наоборот, условия защищающие интересы собственника квартиры. Агентство берет на себя юридические формальности при продлении договора каждый год (напоминания, оформление). А в случае, если договор по обоюдному согласию не продлевается, предложить скидку клиенту на подбор другого жилья. 3. Четко прописывать в договоре все условия возврата депозита (на данный момент это просто типовая форма).
Подсегмент "Свой дом". МЖ, 20-35 лет. Люди, которые не планируют в ближайшие ~5-10 лет приобретать собственное жилье (или никогда), но хотят ощущения "собственного дома": свой ремонт, дети, животные = мин. контакт с владельцем квартиры	- Из описания объектов не понятно, как собственник относится к "кастомизации" квартиры. Риелтор тоже часто бывает не осведомлен - Беспокойство, что через год клиенту не продлят договор (или могут выгнать в любой момент) - Беспокойство, что после "кастомизации" (даже при согласии собственника) это будет обоснованием для отказа в возвращении депозита	Добавить в характеристики и/или описание: - Можно сделать свой ремонт - Можно со своей мебелью (пустая квартира) - Можно с животными - Можно с детьми - На очень длительный срок - от 5 лет - Без депозита (или четко прописать условия его возврата)

<p>Подсегмент "Просто жилье" или "Временное удобство".</p> <p>МЖ, 20-40 лет. Люди, которые рассматривают жилье исключительно как объект удобства по отношению к расположению, цене, ремонту. С легкостью меняют жилье сразу же, как один из ключевых параметров (или обстоятельств, например, работы) меняется. Проводят мало времени внутри съемного жилья</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Услуги риелторов очень дорого обходятся, особенно учитывая, как часто клиент переезжает 	<p>Сохранить за человеком преимущество, если меняет жилье через наше агентство:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Скидка за последующие переезды в определенный период - Пакет услуг (2 переезда за определенный срок) <p>Рассчитать наилучшее предложение при сходимости юнит-экономики</p>
<p>Подсегмент "Первое жилье".</p> <p>МЖ, 18-30 лет. Люди, которые ищут свое первое съемное жилье для самостоятельной жизни (съехать от родителей или создание своей семьи). Как правило, студенты или молодые специалисты.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Большая конкуренция - Из-за первого опыта поиска слабо осведомлен о рынке 	<p>Предложить клиенту, который заинтересовался определенным жильем, но не успел, собрать с него параметры жилья и связываться с ним, когда в базу попадает соответствующий объект.</p> <p>Таким образом есть возможность снять сразу два возражения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренция за объекты 2. "Необязательность" риелторов (и их бесполезность)
<p>Подсегмент "Отдельное жилье".</p> <p>МЖ, 25-50 лет (преимущественно, мужчины) Люди, которые ищут съемное жилье по семейным обстоятельствам: развод, скора.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Много времени и сил уходит на разъезды - Часто сталкивается с обманом или утаиванием информации 	<p>Добавить в карточку объекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Видеообзор - Онлайн-тур по квартире - Качественные фотографии всей квартиры с разных ракурсов - Подробные описания жилья

<p>Подсегмент "До окончания строительства".</p> <p>МЖ, 30-50 лет.</p> <p>Люди, которые ищут съемное жилье до момента заселения в собственную квартиру/дом. Как правило, у них уже была своя собственность, которую они продали, чтобы улучшить жилищные условия. Сейчас арендуют до окончания сдачи нового жилья.</p>	<p>- Арендаторы не знают, как себя можно продать собственнику</p>	<p>Узнавать у собственников, готовы ли они предоставлять жилье таким клиентам, обосновывая, как преимущество, что это платежеспособный сегмент с проблемами в поиске. Для собственника - это возможность:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поставить цену выше рынка - точно знать дату, когда клиент съедет (инициировать поиск других клиентов заблаговременно) <p>Для арендаторов указать в карточке товаров фокус именно на эту проблему. Например: "готов рассматривать большую семью на необходимый срок" или "отличный вариант для временного жилья до сдачи вашей квартиры/дома"</p>
<p>Подсегмент "Тест-драйв района / жк".</p> <p>МЖ, 30-50 лет.</p> <p>Люди, которые рассматривают покупку в определенном жк/ районе и хотят убедиться или опровергнуть, что им это подходит.</p>	<p>- Арендатор не может найти варианты с хорошим ремонтом</p>	<p>В карточках объекта с хорошим, стильным ремонтом делать акцент в описании именно на это преимущество.</p> <p>Добавить в карточку объекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Видеообзор - Онлайн-тур по квартире - Качественные фотографии всей квартиры с разных ракурсов - Подробные описания жилья - Ключевые слова "стильный", "дизайнерский", "новый"

Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод, что метод глубинных интервью (CustDev) является сильным инструментом для дальнейшего роста нашей компании. Ведь у нас уже сформировался список для дальнейших улучшений.

Также обращаю внимание руководителя по операциям, что на данном этапе исследования мы потратили два рабочих дня, а уже получили неочевидные для нас проблемы и список минимум из 9 улучшений.

Но чтобы мы минимизировать ошибки и сформировать рабочее ценностное предложение и лучшие варианты решений, прошу вас выделить ресурсы на продолжение исследования найденных клиентских сегментов и их проблем.

По завершении данного исследования мы начнем работу в каналах: оптимизация существующих и тест новых.

Это позволит нам достичь кратного роста к концу этого года.

Коллеги, спасибо за ваше время и внимание! Мы будем ждать от вас обратной связи по проделанной работе.

Таблица №3. Скрипт интервью

Блок 1. Введение	Классификационные вопросы
Возраст	Сколько Вам лет?
Род деятельности	В чем заключается Ваша профессиональная деятельность?
Наличие недвижки	Вы обладаете какой-либо недвижимостью?
Причина поиска	В связи с чем Вы приняли решение начать поиск квартиры для аренды?
Статус поиска	Вы сейчас находитесь в поиске или уже арендуете?
Блок 2. Определение подсегмента и проблем	Ищет сейчас
Причина поиска / триггер	Опишите момент, когда Вы приняли решение искать квартиру
Сроки поиска	Как давно Вы начали поиск?
Требования к объекту поиска	Опишите параметры жилья, которое Вы ищите
	Что еще должно быть, чтобы объект был для Вас идеальным (владелец, район)?
Сложности в процессе и как их решает	Насколько удаётся найти жилье, полностью соответствующее Вашим требованиям?
	(в случае сложности) В чём Вы видите основную причину?
	Как Вы решаете эту сложность?
Процесс поиска. Как, чем пользуется	(в случае простоты) Как Вы думаете, с чем это связано?
	С чего Вы начали поиск?
	Какими еще средствами поиска Вы пользуетесь?
Процесс поиска. Что не нравится / Как минимизирует неудобства	С какими сложностями в процессе поиска Вы столкнулись?
	Какими методами Вы с ними справлялись?
	Что в процессе поиска и аренды Вам больше всего не нравится?
Процесс поиска. Что помогало, что хорошо	Как Вы пробовали эти неудобства минимизировать?
	Что в процессе поиска и аренды Вам нравится?
Чего не хватает для ускорения процесса	Как Вы думаете, что и/или какие обстоятельства Вам поможет найти подходящую квартиру в самое ближайшее время?
Блок 2. Определение подсегмента и проблем	Уже живет
Причина поиска / триггер	Опишите момент, когда Вы в последний раз приняли решение искать квартиру
Сроки поиска	Сколько времени потребовалось на поиск?
	Как Вы считаете, что помешало сделать это быстрее?
Требования к объекту поиска	Какое жилье Вы рассматривали? Какие были к нему требования?
	Что еще должно было быть, чтобы объект стал для Вас идеальным?
Соответствует ли жилье требованиям. Причины.	Можете ли Вы назвать жилье, которые арендовали, идеально подходящим

	под все ваши требования?
Чего не хватало	(если нет) Как Вы считаете, в чем основная причина?
	(если нет) Что еще можно было сделать, чтобы приблизиться к идеалу?
Что помогло найти идеальное жилье	(если да) Чем, как Вы считаете, больше всего помогло Вам в этом?
Процесс поиска. Как, чем пользуется	С чего Вы начали поиск? Какими еще средствами поиска Вы пользовались?
Процесс поиска. Что не нравилось / Как минимизировал неудобства	С какими сложностями в процессе поиска Вы столкнулись? Какими методами Вы с нимиправлялись? Что в процессе поиска и аренды Вам больше всего не нравилось? Как Вы пробовали эти неудобства минимизировать?
Процесс поиска. Что помогало, что хорошо	Что в процессе поиска и аренды Вам, наоборот, понравилось?
Анализ ошибок, что можно было сделать лучше	Каких ошибок в процессе поиска и аренды с высоты опыта, можно было бы избежать?
Блок 3. Доп вопросы	
Опасения	Что может испортить ваше впечатление от арендуемой квартиры
Доп.вопросы	Если у меня еще возникнут вопросы, могу ли я с Вами связаться?
Блок 4. Неучтенные вопросы	
Неучтенные вопросы	Что я еще не спросила?

С записями ответов респондентов можно ознакомиться по ссылке:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yjd_yny4S4fHrMCmbCXnaO7JQKXz211GztDgjAI_hwI/edit?usp=sharing