



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон JTBD-интервью и Job Story: Выявление скрытых потребностей

Практический гайд с шаблонами вопросов для глубинных интервью по методологии Jobs to be Done

Введение в JTBD и 'Силы переключения'

Методология Jobs to be Done (JTBD) помогает понять, для какой 'работы' клиенты 'нанимают' ваш продукт, выходя за рамки поверхностных потребностей. Вместо того чтобы фокусироваться на функциях продукта, JTBD исследует прогресс, который клиент хочет совершить, и препятствия на этом пути.

В основе JTBD лежит концепция 'Сил переключения' (Forces of Progress), которая объясняет, почему клиенты меняют одно решение на другое. Для того чтобы клиент 'нанял' новый продукт, силы, побуждающие к переключению, должны быть сильнее сил, удерживающих от него. Формула выглядит так: $Push + Pull > Habit + Anxiety$.

Схема 'Сил переключения' (Forces of Progress)

Сила	Описание	Пример вопроса для интервью
Push (Толкающая сила)	Недовольство текущим решением или 'боль' от невыполненной 'работы'.	Что вас больше всего раздражает или фрустрирует в текущем способе решения этой задачи?
Pull (Притягивающая сила)	Привлекательность нового решения или обещание лучшего будущего.	Что вас привлекло в [нашем продукте/альтернативном решении]? Какое улучшение вы ожидали?
Habit (Привычка)	Инерция, привязанность к текущему поведению или продукту, даже если оно не идеально.	Что заставляло вас продолжать использовать старое решение, даже если оно не полностью устраивало?
Anxiety (Тревога)	Страх перед неизвестным, риски, связанные с переключением на новое решение (стоимость, время, сложность обучения).	Что почти остановило вас от покупки/подписки на [наш продукт/новое решение]? Чего вы боялись?

Подготовка к интервью

- Определите цель исследования

Что именно вы хотите узнать? Какую 'работу' или проблему вы исследуете?

- Выберите респондентов

Ищите людей, которые недавно 'наняли' ваш продукт (или продукт конкурента) для выполнения исследуемой 'работы', либо тех, кто активно ищет решение. Оптимальное количество для начального этапа: 5-10 человек на сегмент.

Подготовьте гайд интервью

Не скрипт, а набор открытых вопросов, которые помогут раскрыть историю. Интервью должно быть не менее 45-60 минут.

Соблюдайте этику

Получите согласие на запись, гарантируйте конфиденциальность, объясните цель интервью.

Структура JTBD-интервью: Примеры открытых вопросов

Цель JTBD-интервью — не просто собрать мнения, а восстановить хронологию событий, предшествующих 'найму' продукта. Мы ищем 'историю покупки' или 'историю переключения'. Начните с широкого вопроса, затем углубляйтесь, используя вопросы, связанные с 'силами переключения'.

Блок 1: Контекст и триггер (Push)

* Расскажите о последнем случае, когда вам понадобилось [область, связанная с вашим продуктом/работой]. Что именно произошло, что заставило вас задуматься о решении этой задачи?

* Что вы делали до того, как нашли [ваш продукт/текущее решение]? Какие были проблемы, 'боли' или неудобства?

* Насколько сильно это вас беспокоило? (Попросите оценить по шкале от 1 до 10)

Блок 2: Поиск решения (Pull)

* Когда вы решили, что вам нужно что-то менять? Какие варианты вы рассматривали?

* Что вы искали в новом решении? Какие критерии были для вас важны?

* Что именно в [нашем продукте/выбранном решении] показалось вам наиболее привлекательным? Какое обещание он давал?

Блок 3: Преодоление инерции (Habit)

* Что заставляло вас откладывать решение этой проблемы? Почему вы не меняли старый подход раньше?

* Какие привычки или рутина были связаны с вашим старым способом решения задачи?

* Были ли моменты, когда вы думали: 'Ну, и так сойдёт'? Что изменилось, что заставило вас действовать?

Блок 4: Управление тревогой (Anxiety)

* Какие у вас были опасения или сомнения перед тем, как 'нанять' [наш продукт/новое решение]?

* Чего вы боялись? (Например, что это будет слишком дорого, сложно, неэффективно, займёт много времени).

* Что помогло вам преодолеть эти опасения? Что убедило вас попробовать?

Блок 5: Оценка результата и 'работа'

* Как вы чувствуете себя сейчас, используя [ваш продукт/новое решение]? Довольны ли вы результатом?

* Какую 'работу' [ваш продукт/новое решение] выполняет для вас лучше всего? Как это изменило вашу жизнь/работу?

* Если бы [ваш продукт] исчез, что бы вы использовали вместо него? Почему?

* Как вы измеряете 'успех' в этой 'работе'? Что для вас означает 'хорошо выполненная работа'?

Шаблон для фиксации результатов интервью

Раздел	Ключевые цитаты респондента	Инсайты и наблюдения	Предполагаемая 'Работа' (Job)
Контекст и триггер (Push)	"Мой старый CRM был слишком медленным, я тратил по 20 минут на ввод данных."	Сильное недовольство потерей времени, ищет ускорение рабочих процессов.	Мне нужно быстро вводить данные, чтобы не терять время на рутину.
Поиск решения (Pull)	"Я искал что-то, что интегрируется с почтой и имеет простой интерфейс."	Важность интеграции и простоты использования для быстрого освоения.	Мне нужно решение, которое легко освоить и интегрировать в существующие инструменты.
Преодоление инерции (Habit)	"Мы всегда использовали эту систему, было лень переходить."	Привычка и страх перед сложностью миграции.	Мне нужно решение, которое не требует кардинальной перестройки текущих процессов.
Управление тревогой (Anxiety)	"Боялся, что данные потеряются при переносе или что команда не примет новый софт."	Страх потери данных и сопротивления команды.	Мне нужно решение, которое гарантирует сохранность данных и легко принимается командой.
Оценка результата и 'работа'	"Теперь я могу отправлять 50 писем в час, а не 10. Чувствую себя продуктивнее."	Продукт помогает увеличить производительность и получить чувство контроля.	Когда я работаю с клиентами, я хочу быстро обрабатывать их запросы, чтобы чувствовать себя продуктивным и не тратить время на рутину.

Формулирование Job Story

Job Story — это способ сформулировать 'работу' клиента, фокусируясь на контексте, мотивации и желаемом результате. В отличие от традиционных User Stories, Job Stories лучше отражают истинные потребности и помогают создавать инновационные решения.

Шаблон Job Story:

Когда [контекст], я хочу [мотивация], чтобы [желаемый результат].

Примеры:

- * Когда я еду на работу в утренней пробке, я хочу чем-то занять себя, чтобы поездка не казалась такой скучной. (Классический пример с молочным коктейлем, источник: *Competing Against Luck* by Clayton Christensen)
- * Когда я готовлю отчёт для начальника раз в неделю, я хочу быстро получить нужные данные, чтобы не тратить на это много времени и сосредоточиться на более важных задачах. (Пример из практики B2B-софта, упомянутый в статье)
- * Когда я выбираю кроссовки для бега, я хочу, чтобы они были легкими и комфортными, чтобы я мог пробежать марафон без дискомфорта и травм. (Пример Nike Flyknit)
- * Когда мне нужно быстро переслать деньги другу, я хочу, чтобы это было максимально просто и безопасно, чтобы я не беспокоился о комиссии и конфиденциальности.

Типичные ошибки и как их избежать

- Слишком много говорить

Ваша роль – слушать. Соотношение 'слушаю/говорю' должно быть примерно 80/20.

Задавать закрытые вопросы

Избегайте вопросов, на которые можно ответить 'да' или 'нет'. Используйте 'Почему?', 'Как?', 'Что произошло дальше?'

Искать подтверждение своей идеи

Будьте открыты к неожиданным открытиям. Цель – понять, а не подтвердить гипотезу.

Фокусироваться на функциях, а не на 'работе'

Не спрашивайте 'Какие функции вы хотите?', а 'Какую проблему вы хотите решить? Что для вас означает 'прогресс?'

Не углубляться в детали

Спрашивайте о конкретных событиях, эмоциях, контексте. 'Расскажите подробнее о том моменте...'

Игнорировать невербальные сигналы

Обращайте внимание на язык тела, интонацию – они могут дать дополнительные инсайты.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

