



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Гайд по глубинным интервью для EMT: 50+ вопросов для выявления скрытых потребностей

Подробные инструкции и практические вопросы для эффективного исследования клиентов

Введение: Принципы проведения EMT-интервью

Глубинные интервью — это ключевой инструмент для применения фреймворка EMT. Они позволяют выйти за рамки поверхностных ответов и понять истинные мотивы, контекст и неудовлетворенные потребности ваших клиентов. Цель этого гайда — предоставить вам структурированный набор вопросов и подходов, которые помогут провести интервью максимально эффективно, выявляя скрытые инсайты.

Запомните главные принципы:

1. Слушайте больше, говорите меньше. Ваша задача — дать респонденту выговориться.
2. Копайте глубже. Используйте технику «5 почему» и уточняющие вопросы.
3. Фокусируйтесь на прошлом опыте, а не на гипотетическом будущем. Люди лучше рассказывают о том, что уже произошло.
4. Избегайте наводящих вопросов. Не подсказывайте респонденту ответы.
5. Ищите эмоции. Эмоциональные реакции часто указывают на важные болевые точки или моменты удовлетворения.

Подготовка к интервью: Цели, выбор респондентов, этика

☐ Определите цель интервью

Что конкретно вы хотите узнать? Какие гипотезы проверить? (Например: «Понять, почему пользователи бросают корзину на этапе оплаты»)

☐ Сформируйте профиль идеального респондента

Кто сталкивается с исследуемой проблемой? (Например: «Малые предприниматели, которые самостоятельно ведут бухгалтерию»)

☐ Определите количество респондентов

Для качественного исследования достаточно 5-8 интервью на сегмент, чтобы начать видеть паттерны (Nielsen Norman Group).

☐ Составьте скрининг-вопросы

Для отбора подходящих кандидатов (Например: «Вы когда-либо сталкивались с [проблемой]?»)

☐ Подготовьте гайд интервью

Не жесткий скрипт, а список тем и вопросов, которые нужно затронуть.

☐ Выберите удобный формат и время

Видеозвонок (Яндекс Телемост, Zoom) с возможностью записи или личная встреча. Оптимальная длительность интервью: 45-60 минут.

☐ Получите согласие на запись

Обязательно уведомите респондента о записи и ее целях.

☐ **Гарантируйте анонимность**

Заверите респондента, что его ответы будут использоваться в обобщенном виде и конфиденциально.

☐ **Подготовьте вознаграждение (опционально)**

Небольшой подарок, скидка или сертификат могут повысить мотивацию к участию.

Блок вопросов по Experience (Контекст)

Цель: Понять, в какой ситуации находится клиент, когда возникает проблема или задача. Где, когда, с кем и при каких обстоятельствах это происходит? Сосредоточьтесь на фактах и последовательности событий, а не на мнениях.

Вопросы о рутине и повседневной жизни:

1. Расскажите, как обычно проходит ваш день/неделя, связанный с [область проблемы]?
2. Опишите последний раз, когда вы столкнулись с [исследуемая проблема/задача]. Что происходило до этого?
3. Какова была обстановка вокруг? Где вы находились? (Дома, в офисе, в дороге)
4. Кто еще был рядом или вовлечен в эту ситуацию?
5. Какие события или действия предшествовали возникновению этой проблемы/задачи?
6. Что вы делали непосредственно перед тем, как [проблема/задача] возникла?
7. Как часто вы сталкиваетесь с этой ситуацией?
8. Есть ли определенное время дня/недели/месяца, когда это происходит чаще всего?
9. Какие факторы влияют на возникновение этой ситуации? (Например, загруженность, настроение, внешние условия)
10. Что происходит сразу после того, как вы сталкиваетесь с [проблема/задача]?
11. Как эта ситуация влияет на другие ваши дела или планы?
12. Какие эмоции вы испытываете, когда попадаете в эту ситуацию?
13. Можете ли вы вспомнить самый яркий или запоминающийся случай, связанный с [проблема/задача]? Расскажите о нем подробнее.
14. Если бы вы могли перенестись в тот момент, что бы вы хотели изменить в окружающей обстановке или последовательности событий?
15. Есть ли что-то уникальное в вашем контексте, что может быть неочевидно для других?

Блок вопросов по Motivation (Мотивация)

Цель: Выявить глубинные причины, по которым клиент хочет решить задачу. Какую «работу» он пытается выполнить? Какие функциональные, эмоциональные и социальные потребности стоят за его действиями? Активно используйте технику «5 почему».

Вопросы о целях и значимости задачи:

1. Почему для вас важно решить [проблема/задача]? (Начните с этого и углубляйтесь с «почему?»)
2. Что произойдет, если вы не решите эту проблему/задачу?
3. Какую главную цель вы преследуете, когда пытаетесь [решить задачу]?
4. Как решение этой проблемы/задачи повлияет на вашу жизнь/работу?
5. Что для вас самое ценное в процессе решения этой задачи?

6. Какие эмоции вы хотите испытывать после того, как проблема будет решена? (Например, облегчение, уверенность, гордость)
7. Какие негативные эмоции вы испытываете, когда проблема не решена?
8. Как бы вы описали идеальный результат решения этой задачи?
9. Кто еще выигрывает или проигрывает от того, решена эта проблема или нет?
10. Как решение этой задачи влияет на ваше самоощущение или статус?
11. Если бы вы могли волшебным образом избавиться от этой проблемы, что бы вы сделали с освободившимся временем/ресурсами?
12. Что вас больше всего раздражает/бесит в текущей ситуации, связанной с [проблема/задача]?
13. Что бы вы почувствовали, если бы кто-то другой решил эту проблему за вас?
14. Есть ли скрытые причины, о которых вы, возможно, не задумывались, почему вы хотите решить эту задачу?
15. Если бы у вас был неограниченный бюджет и ресурсы, как бы вы решили эту проблему, чтобы она больше никогда не возникала?
16. Что для вас означает «успешно справиться» с этой задачей?
17. Какие компромиссы вы готовы делать, чтобы решить эту проблему?
18. Какую роль эта задача играет в вашей общей картине жизни/работы?
19. Что вы думаете о людях, которые не сталкиваются с этой проблемой или легко ее решают?
20. Если бы вы могли дать совет себе в прошлом, когда вы впервые столкнулись с этой проблемой, что бы вы сказали?

Блок вопросов по Tools (Инструменты)

Цель: Выяснить, как клиент справляется с задачей сейчас. Какие инструменты, обходные пути и «хаки» он использует? Какие у них недостатки? Это поможет найти точки для инноваций.

Вопросы о текущих решениях и обходных путях:

1. Что вы используете сейчас, чтобы решить [проблема/задача]? (Попросите показать, если возможно)
2. Как вы узнали об этих инструментах/решениях?
3. Что вам больше всего нравится в текущих инструментах?
4. Что вас больше всего не устраивает или раздражает в них?
5. Какие «костыли» или обходные пути вы используете, когда текущие инструменты не справляются?
6. Что вы делаете, когда текущий инструмент ломается или недоступен?
7. Сколько времени/денег/усилий вы тратите на использование этих инструментов?
8. Если бы вы могли изменить одну вещь в текущем инструменте, что бы это было?
9. Вы когда-нибудь пытались найти альтернативные решения? Что это было и почему вы от них отказались?
10. Есть ли что-то, что вы хотели бы, чтобы ваш текущий инструмент делал, но он не делает?
11. Какие функции или возможности вы считаете избыточными или ненужными в текущих решениях?
12. Как вы оцениваете эффективность текущих инструментов по шкале от 1 до 10?
13. Если бы вы могли создать идеальный инструмент для решения этой задачи, как бы он выглядел и что бы он делал?

14. Какие компромиссы вы вынуждены делать, используя текущие инструменты?

15. Какие другие люди или ресурсы помогают вам в использовании этих инструментов или в решении задачи?

Завершение интервью и фиксация инсайтов

☐ Поблагодарите респондента

Искренняя благодарность за уделенное время и ценные ответы.

☐ Спросите, есть ли что-то еще, что он хотел бы добавить

Иногда самые ценные инсайты приходят в конце.

☐ Предложите возможность задать вопросы вам

Это создает ощущение диалога и партнерства.

☐ Разъясните дальнейшие шаги (опционально)

Например, «мы используем эту информацию для улучшения нашего продукта».

☐ Сделайте краткие заметки сразу после интервью

Пока информация свежа в памяти, зафиксируйте ключевые моменты и эмоции.

☐ Расшифруйте запись интервью (полностью или частично)

Это поможет не упустить детали и цитаты. Используйте сервисы транскрибации.

☐ Выделите ключевые цитаты и инсайты по каждому блоку EMT

Создайте таблицу или доску (например, в Miro) для систематизации данных.

☐ Идентифицируйте паттерны и повторяющиеся проблемы/мотивации

Ищите общие темы среди разных респондентов.

☐ Сформулируйте гипотезы о скрытых потребностях

На основе собранных данных, например: «Клиентам нужна не просто доставка, а предсказуемость и контроль над процессом».

Типичные ошибки и как их избежать

Ошибка	Описание	Как избежать
Наводящие вопросы	Формулировка вопросов, которые подсказывают желаемый ответ или содержат вашу гипотезу.	Используйте открытые вопросы (Как? Что? Почему? Расскажите...). Избегайте вопросов, на которые можно ответить 'да/нет'.
Фокус на гипотетическом будущем	Вопросы типа 'Что бы вы сделали, если бы...?' или 'Купили бы вы...?'. Люди плохо прогнозируют свое поведение.	Спрашивайте о прошлом опыте: 'Что вы делали, когда столкнулись с...?', 'Как вы решали эту проблему ранее?'.
Поверхностный анализ	Остановка на первом ответе клиента без углубления в причины и контекст.	Всегда задавайте 'Почему?' не менее 3-5 раз. Ищите эмоциональные триггеры и неочевидные связи.
Защитная позиция	Спорить с респондентом или объяснять ему, почему его мнение 'неправильное'.	Примите позицию 'любопытного исследователя'. Ваша задача — понять, а не убедить или оправдаться.
Слишком много вопросов 'по списку'	Четкое следование гайду без гибкости и погружения в интересные отступления респондента.	Используйте гайд как ориентир, а не жесткий скрипт. Следуйте за респондентом, если он раскрывает что-то важное.

Ошибка	Описание	Как избежать
Недостаточная подготовка	Непонимание цели интервью, отсутствие скрининга или плохо сформулированные вопросы.	Тщательно готовьтесь: определите цель, выберите респондентов, продумайте вопросы и возможные уточнения.
Неумение слушать	Перебивание, обдумывание следующего вопроса вместо внимательного слушания.	Практикуйте активное слушание: кивайте, делайте паузы, перефразируйте слова респондента для уточнения.

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

