



St. Petersburg

SPM

2011 Conference

Лестница работы с потребностями потребителя

Безуглый Дмитрий Леонидович

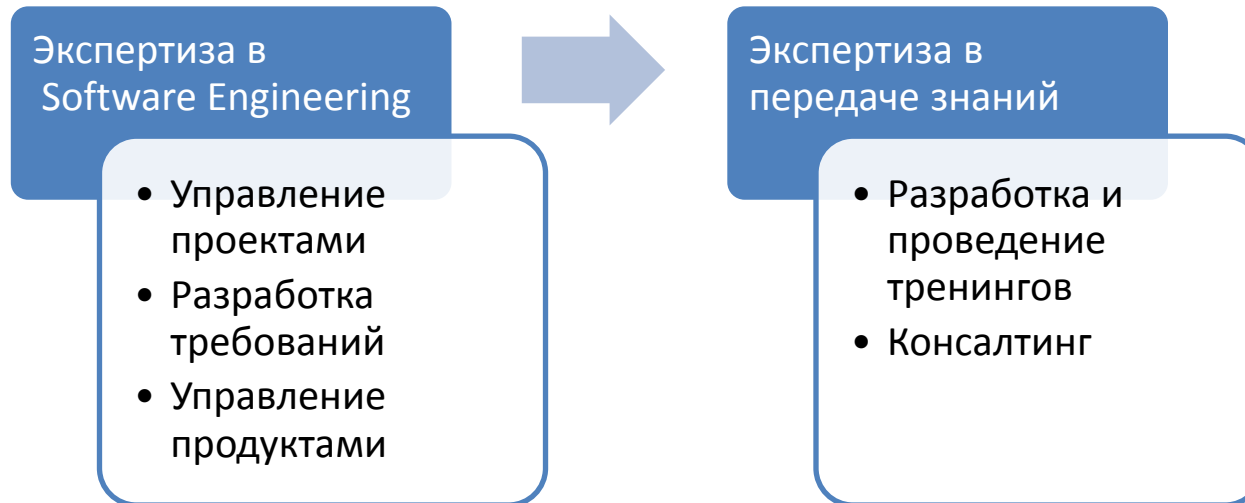
<http://www.system-approach.ru>

twitter.com/cornerless

О докладчике

Дмитрий Безуглый

- Более 15-лет опыта участия в проектах по созданию, развитию, внедрению и эксплуатации различных информационных систем.
- Max масштаб проекта 50 инженеров, около 30 чел-лет
- Max ROI проекта 400% (Новый продукт)
- Более 500 участников тренингов





KASPERSKY Lab



Acronis®
COMPUTE WITH CONFIDENCE



SoftServe
Ability. Agility. Advantage.



СИГНАТЕК



Катарсис®
Научно-производственная
компания



DTEK



NetCracker®



LUXOFT



UML2.ru

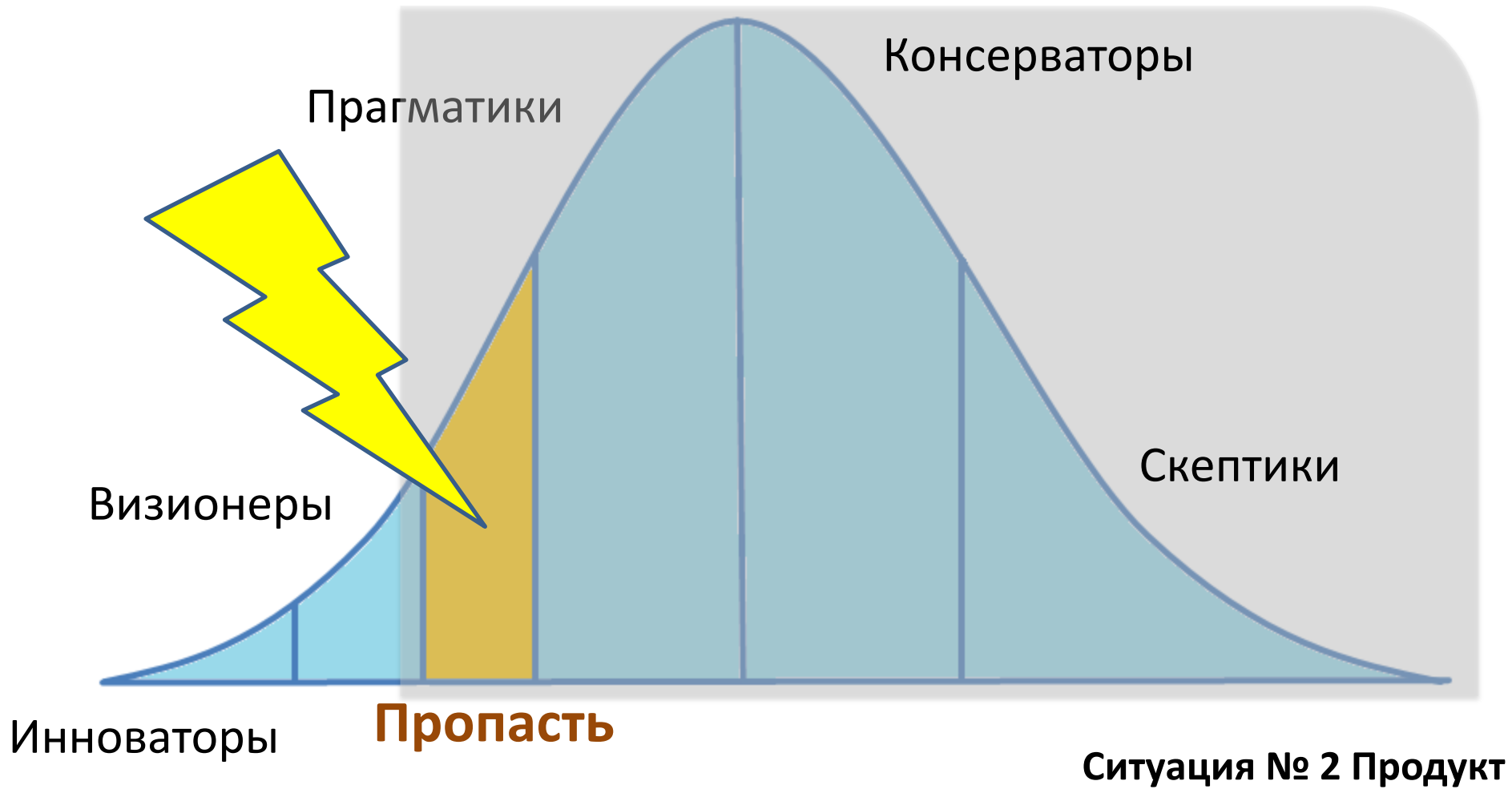
План захвата «Парижа»

- Коротко об инструменте зачем и кому он нужен
 - Ситуация №1 Проект
 - Ситуация №2 Продукт
- Технология
- Практика

«Проблема камня»



**Да это удовлетворяет моим
требованиям,
но не решает мою **Проблему****



Покупателю нужна не дрель, а
отверстия

Покупателю нужны не отверстия, а
повесить полку

Покупателю нужно не повесить
полку, а **хранить вещи**



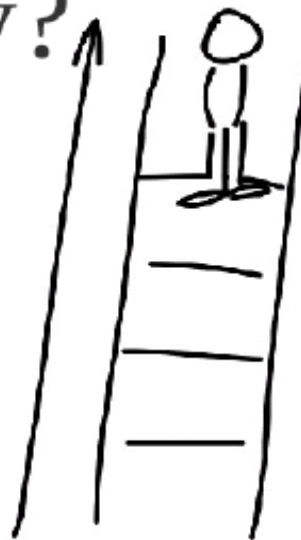
Почему?



Лестница потребностей

Абстрактное утверждение

Почему?



Поиск проблемы

- **ЭМПАТИЯ**

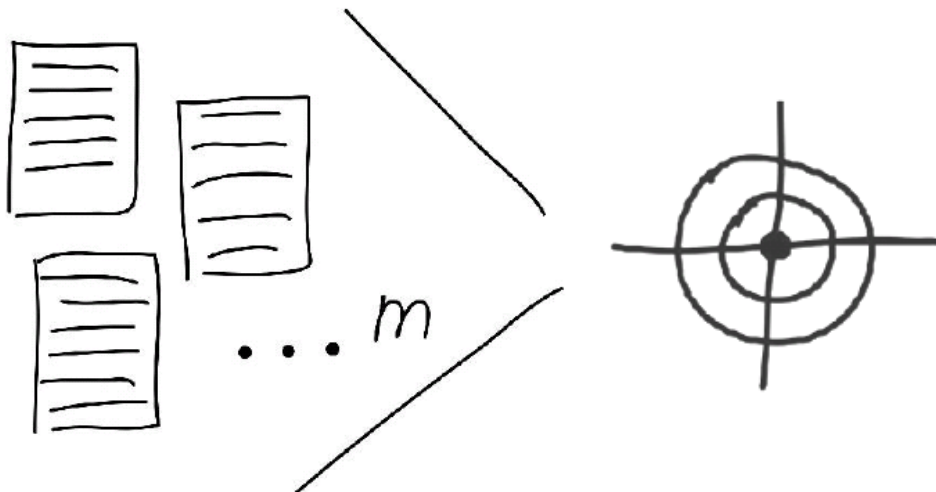
- Что говорит
- Что думает
- Что чувствует
- Что делает

- **ИНТЕРПРЕТАЦИЯ**

- Чего хочет
- Что для него важно

- **ФОКУС**

- В чем состоит проблема/задача
- Что будет решением



На что обращать внимание?

Говорит

цитаты
истории
противоречия

Думает

мысли
мнения
убеждения

Делает

действия
поведение
невербальные знаки

Чувствует

чувства
эмоции
переживания



Немного практики

Клиент



Говорит :

- Мне не нужны навороченные телефоны,
- главное чтобы долго держало

Думает :

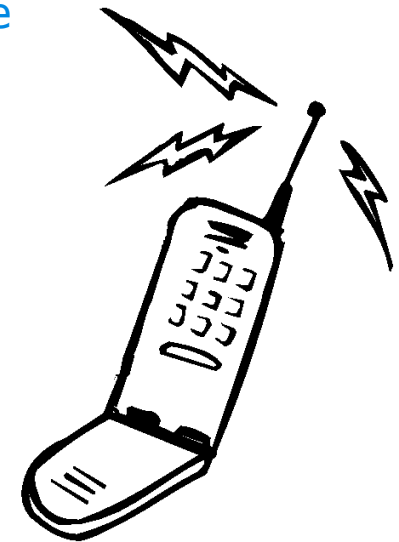
- Проще позвонить секретарю чем чего то добиться от этой железки

Делает :

- Открывает документ
- Заходит в интернет
- Показывает фотографии

Чувствует :

- Раздражение
- Я тупой ???



Клиент



Факты :

- Многие состоятельные люди пользуются простыми трубками
- Реально используется минимум функций

Эмоции :

- Сложная техника вызывает раздражение и отчуждение

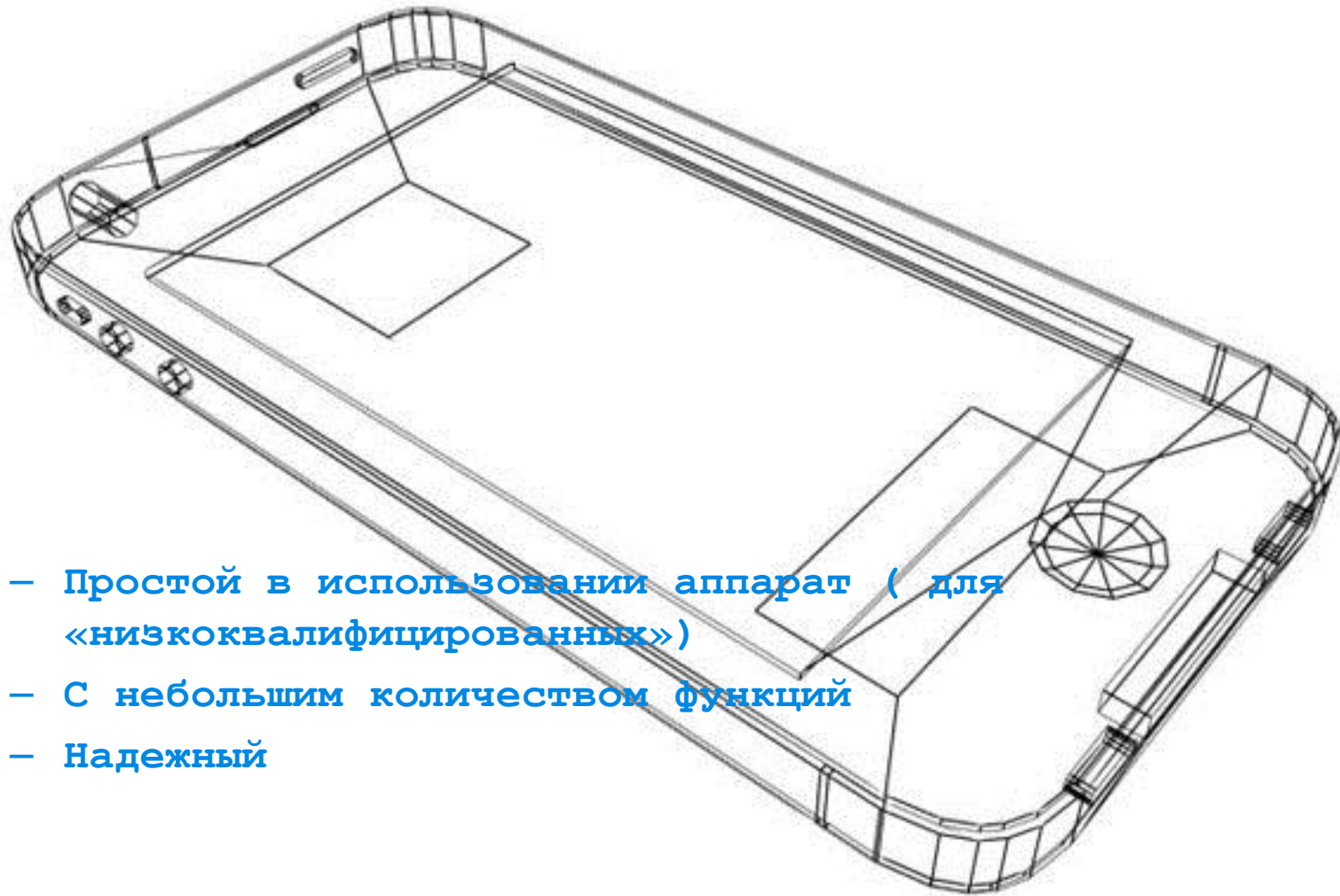
Потребности :

- Получать удовольствие а не унижение от использования статусного гаджета

Действия:

- Что можно сделать чтобы удовлетворить потребность ?





- Простой в использовании аппарат (для «низкоквалифицированных»)
- С небольшим количеством функций
- Надежный

Успех ?

Ситуация № 1 Проект

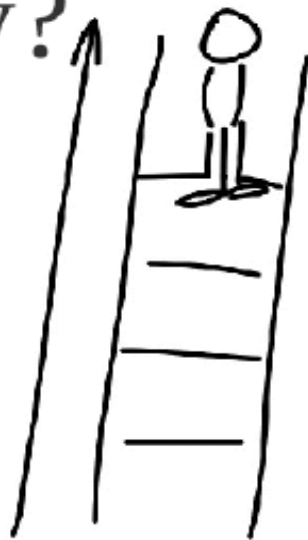
Я знаю что нужно заказчику на самом деле !

**Полностью осознают свою
потребность не более 10% рынка**

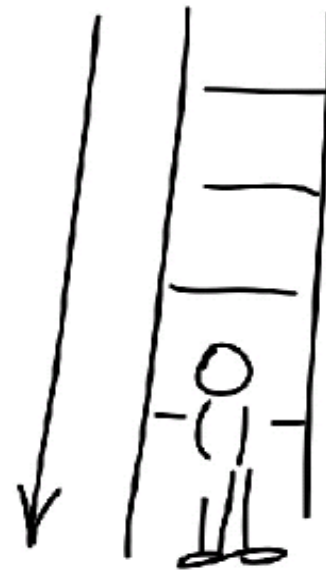
Лестница потребностей: Почему? И Как?

Абстрактное утверждение

Почему?



Помогает найти
корень проблемы



Как?

Конкретизированное
утверждение

Как прийти к заказчику



Убедите меня
что это просто,
но не говорите
что для тупых

Использовать
везде

Без усилий !!

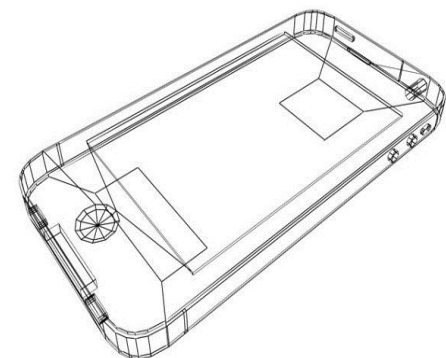
Получать пользу

Получать
Удовольствие от
использования
Статуса

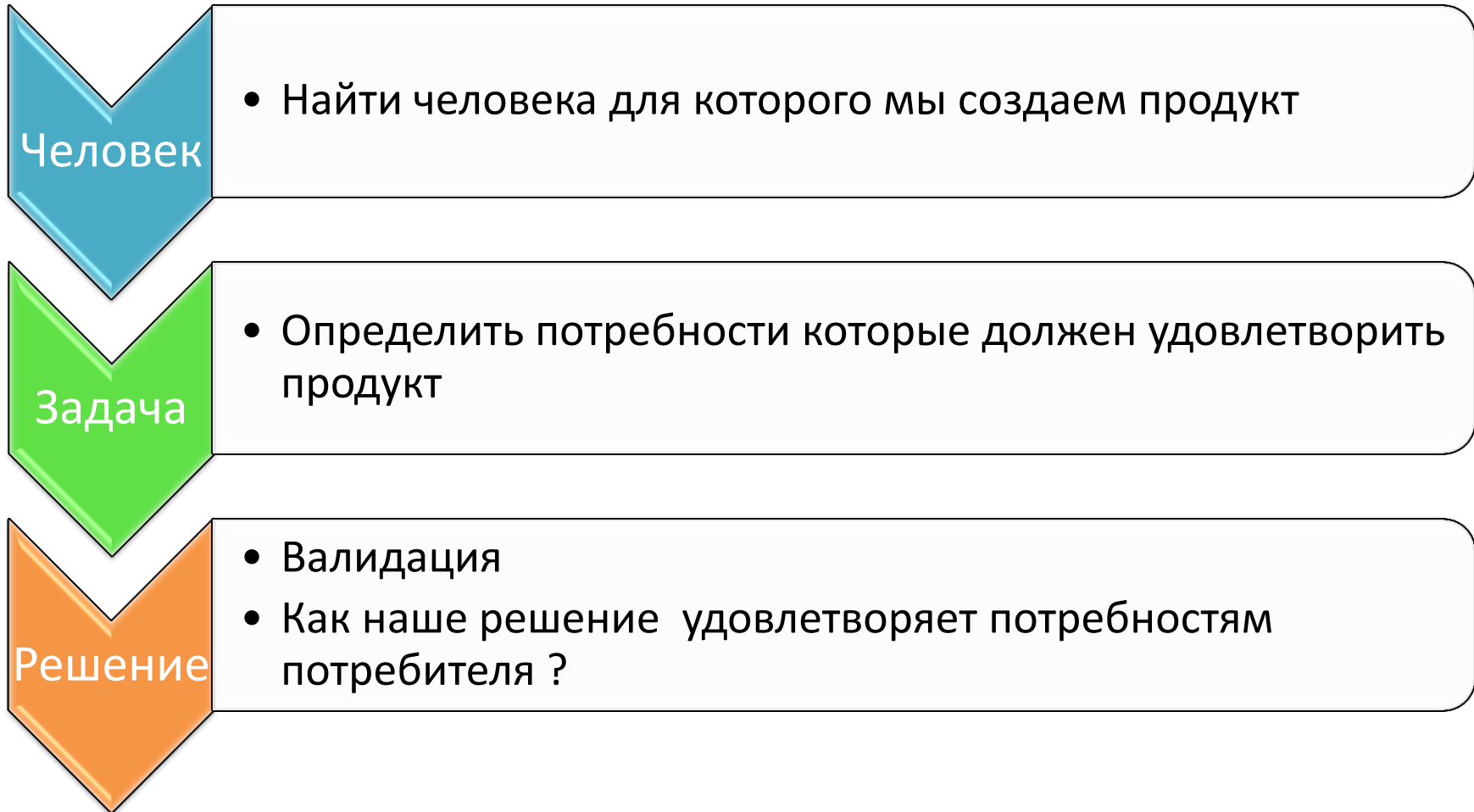
Рекомендации других
пользователей

Мобильность

Только ключевые
функции



Процесс



Software Product Management & Marketing Russia

Блог российского сообщества менеджеров программных продуктов

Search...

HOME ABOUT BACKLOG КАЛЕНДАРЬ О БЛОГЕ ССЫЛКИ

Ваши посты в этом блоге

September 10, 2011, 3:16 pm

У меня несколько раз спрашивали, можно ли делать посты в этом блоге.

Отвечаю: **можно, нужно.**

Единственное условие: тематика должна соответствовать тематике сообщества Digital Product Management & Marketing.

Не знаете, о чем написать? Смотрите как подсказку [Pragmatic Marketing Framework](#).

Для заведения юзера в статусе автора, пишите мне на bredyuk@gmail.com.

Category: [Uncategorized](#) | [Comment](#)

Ключевые концепции управления продуктами

September 10, 2011, 3:09 pm

29-30 Сентября в Москве во второй раз состоится тренинг по основам управления продуктами. Авторы – Дмитрий Безуглый (консалтинговая компания [Системный Подход](#)) и Константин Бредюк.

Тренинг не претендует на то, чтобы за 2 дня научить управлению продуктами, это невозможно. Посещение тренинга дает знание (закрепленное практическими упражнениями) базовых принципов и подходов в области управления продуктами, которые позволят:

1. **Общаться на одном языке с другими продакт-менеджерами, маркетологами, топ-менеджментом.** Отсутствие общей терминологии значительно снижает эффективность коммуникации как внутри компании, так и с внешними контрагентами
2. **Определить текущие проблемы и перспективы развития продакт-менеджмента в организации.** Сравнение с принятыми в мировой практике методологиями и подходами помогает взглянуть свежим взглядом на сформировавшиеся в компании процессы

ОСТАВАЙТЕСЬ НА СВЯЗИ



РУБРИКИ

[Uncategorized](#)

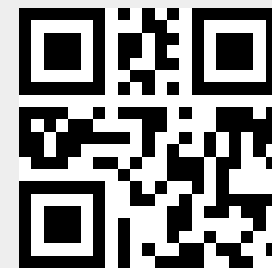
МЕТА

[Log in](#)

[Entries RSS](#)

[Comments RSS](#)

[WordPress.org](#)



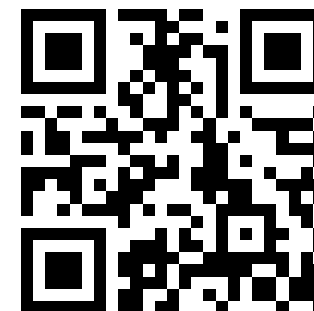


«Ключевые принципы управления созданием новых продуктов»

<http://www.system-approach.ru/edu/product-fundamentals/>

Design Thinking Lab

<http://irkeku.blogspot.com/>



Вопросы ?

Спасибо за внимание

Безуглый Дмитрий Леонидович

bdl@system-approach.ru

<http://www.system-approach.ru>

twitter.com/cornerless