

Вопросы к исследованию:

1. Как удержать аудиторию пришедшую во время кризиса? – повысить Retention
2. Pains/Gains/Jobs
 - a. Какие задачи пользователи решают доставкой еды? – Jobs
 - b. С какими проблемами сталкиваются в процессе? – Pains
 - c. Что мотивирует перейти к конкурентам? – Pains
 - d. Что бесит у конкурентов – потенциальные Gains
 - e. Что мотивирует остаться? – Gains
3. CJM
 - a. Как узнает о возможности заказать доставку?
 - b. Контекст заказа доставки еды
 - c. Что изначально мотивирует заказать доставку?
 - d. Как пользователи выбирают где заказать еду?

Точки контакта:

1. сайт
 - a. десктоп
 - b. мобильный web
2. приложения
 - a. “ВкусВилл”
 - b. “ВкусВилл Экспресс”
3. телеграм бот
4. оффлайн
 - a. магазины
 - b. вендинговые автоматы

Этапы исследования:

1. Анализ данных от клиента – формируем список гипотез используя данные аналитики
2. Качественный этап – Глубинные интервью (24 пользователя)
 - a. Общие требования: сам использовал доставку продуктов минимум 1 раз за последнюю неделю (платил тоже сам); десктоп, мобильный веб, app iOS, app Android

Группа	До Кризиса	Сейчас	Заметки
1	Пользовался	Пользуется	8 респондентов - пользовались ВкусВилом как до и, так и после кризиса из них 4-е "лояльные" пользуются только ВкусВиллом из них 4-е "не лояльные" пользуются и ВкусВиллом, и конкурентами
2	Не пользовался	Пользуется	8 респондентов - стали пользоваться ВВ только после кризиса из них 4-е "лояльные" пользуются только ВкусВиллом из них 4-е "не лояльные" пользуются и ВкусВиллом, и конкурентами
3	Пользовался	Не пользуется	4 респондента
4	Не пользовался	Не пользуется	4 респондента

3. Количественный этап – Опрос

- a. Карточная сортировка для каталога
- b. Количественная валидация полученных гипотез
 - i. частотность Pains
 - ii. важность Jobs и Gains

Интервью:

- Расскажите про себя: работа, образование, семейное положение, хобби – для профайлинга

Общая тема – покупка продуктов

- Расскажите про свою типичную неделю, как и где питаетесь? – проследить все "источники" еды и отношение к ним. и потом - типичный день/неделю в изоляции/с начала кризиса

- Как решаете вопрос еды? Сейчас и раньше? Что сейчас поменялось? – раньше по другому решали задачу? Ходили в рестораны, заказывали готовую еду?
- Какую еду предпочитаете? – Что вообще важно в еде:
Вкус/калорийность/экологичность/хорошие ингредиенты и т.п.
- Давайте поговорим с вами про приготовление пищи. Как вы относитесь к приготовлению пищи дома? кто у вас готовит? – Готовит ли вообще?
- Расскажите, как у вас в семье происходит покупка продуктов? – на что обращает внимание при покупке (цена/состав/свежесть/бренд и пр.); узнаем connection - то есть то, кто еще завязан в покупку продуктов; узнаем время планирования - неделя, месяц
 - Как часто обычно покупаете продукты?
 - В последний раз где покупали продукты? – *Почему именно там?*
- Расскажите про магазины, где вы еще покупаете продукты? – *зачем каждый магазин? какой контекст покупки в каждом? Гипотезы: ВВ для “разнообразия” или “правильное питание”, купить то, чего нет в условном Перекрестке; ВВ ближе всего к дому. Важно про расположение.*
- *если Вкусвилл упоминает сам* - поподробнее, как вообще относится к магазину/бренду и почему, если не упоминает - уточнить, что знает про Вкусвилл и так же - про восприятие/отношение/ассоциации
- Расскажите про свою последний поход в магазин (если это был ВкусВилл)
 - Что покупал
 - Как платил (касса или самообслуживание)
 - Пользовался картой лояльности (любимый продукт, разнообразное питание, “я в магазине”)?
 - Знает что можно снимать кеш? В каких ситуациях это может быть нужно?

Вопросы в зависимости от группы пользователя:

- 1) Как Вкусвилл решает ваши задачи по доставке еды домой? Почему именно вкусвилл? Пользовались ли чем-то еще?
- 2) Что и как раньше использовали для обеспечения себя едой? Почему перестали? Как именно ВкусВилл удовлетворяет ваши потребности?
- 3) Почему и как раньше использовали Вкусвилл? Почему сейчас не используете? Какую альтернативу нашли?
- 4) Что и как используете? что знаете про Вкусвилл и почему не пользовались/используетесь?

Углубление – доставка

- Расскажите, когда вы в последний раз пользовались доставкой? Опишите процесс от начала до конца
 - Что это была за ситуация?
 - Как выбирал где заказать?
 - Каким девайсом пользовался? Почему? Всегда через этот девайс заказы делает? От чего зависит?
 - Как собирал корзину?
 - Как платил?
 - Как прошла доставка?
 - Доставили все что заказа, или были замены (чего-то не было в наличии)?
 - Насколько последний опыт доставки типичен/нетипичен? – *если нетипичен - пусть приведен более типичный пример из недавнего*
 - Оценить удовлетворенность, по шкале от 1 до 10 насколько рекомендуете воспользоваться этой доставкой своим друзьям?
- Можете повторить процесс сейчас (через ВкусВилл)? (шерит экран и показывает что делал) – *ю-тест*
 - Если не ввел адрес, попросить повторить набор корзины, чтобы сначала ввел адрес

Гипотезы

1. Делают заказ уже имея четко сформулированный список покупок в голове; Если есть список в голове, то не делают спонтанных покупок
2. Одновременно набираю корзину в нескольких сервисах, чтобы в итоге купить там, где будет больше доступных наименований
3. Window-shopping - набрали продуктов, но недостаточно мотивации, чтобы купить
4. Не готовы оплачивать картой заранее
5. Нет в наличии какого-то продукта, откладывают заказ, пока не появится продукт?
6. Тупят оказываясь на главной, не знают что делать дальше, как приступить к заказу
7. Каталог “доставка по адресу” плохо структурирован
8. Пользуются разными девайсами исходя из контекста заказа (мобила или десктоп)
9. При добавлении карты - нельзя отсканировать + возможно кого-то смущает списание в 1 рубль

Выход – другой опыт

- Доп. точки контакта
 - Пользовался телеграмм-ботом?
 - Вендинговыми автоматами на МЦК?
- В каких магазинах у вас есть скидочные карты? Как используете? – системы лояльности у конкурентов
- Если говорить про другие виды доставки, чем еще пользовались?
 - Что разочаровало?
 - Что превосходило ожидания?