

### **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?