

Базовые вопросы для кастдева:

Памятка по проведению интервью:

Представьтесь и обозначьте цель разговора. Например, вы можете сказать, что проводите исследование рынка или работаете над новым продуктом и собираете информацию, которая поможет его улучшить.

Включите аудиозапись разговора. Предварительно спросите разрешение на это у собеседника. Запись поможет вам сосредоточиться на беседе, а уже потом вы сможете проанализировать то, что получилось.

Держите вопросы перед глазами. Старайтесь придерживаться подготовленного списка вопросов, так вы не забудете спросить самое важное.

Постарайтесь уложиться в обозначенное время. Если понимаете, что в ходе интервью появились дополнительные вопросы, спросите собеседника, готов ли он потратить чуть больше времени на разговор.

Избегайте пустых разговоров. Если понимаете, что собеседник говорит об абстрактных вещах, переводите разговор к конкретике. Не бойтесь быть настойчивыми и задавать больше уточняющих вопросов, иначе так и не получите нужную информацию.

1. **Какие основные задачи или проблемы вы решаете с помощью подобных продуктов/услуг?**

2. Как вы сейчас решаете эту проблему? Какие методы или продукты используете?
3. Что вам нравится в текущем решении? Что не нравится?
4. Какие функции или качества продукта для вас наиболее важны? Почему?
5. С какими сложностями вы сталкиваетесь, используя текущее решение?
6. Если бы вы могли изменить что-то в текущем решении, что бы это было?
7. Как вы узнали о текущем решении или продукте?
8. Как бы выглядело для вас идеальное решение этой проблемы?
9. Насколько важен для вас этот вопрос или проблема?
10. Какую цену вы считаете приемлемой за решение этой проблемы?

Вопросы о клиентском опыте:

11. Когда вы в последний раз сталкивались с этой проблемой? Как вы ее решили?
12. Какие эмоции вы испытываете при использовании текущего решения?
13. Что заставило вас впервые купить/выбрать этот продукт/услугу?

14. Как вы обычно принимаете решения о покупке таких продуктов?
15. Были ли моменты, когда вы не смогли найти подходящего решения?
16. Что могло бы заставить вас перейти на другое решение или продукт?

Вопросы об альтернативных решениях:

17. Какие альтернативные решения вы рассматривали? Почему выбрали именно это?

Цель: Понять, почему клиент сделал выбор в пользу конкурента.

18. Что может заставить вас переключиться на другое решение?

Цель: Выявить факторы, которые могут повлиять на изменение предпочтений.

19. Существуют ли решения, которые, по вашему мнению, лучше справляются с задачей? Почему?

Цель: Узнать, что клиент считает лучшим решением на рынке.

Вопросы о проблемах и барьерах:

20. Какие барьеры мешают вам решать эту задачу/проблему более эффективно?

Цель: Выяснить, какие ограничения стоят перед клиентом (например, время, финансы, сложности с выбором).

21. Почему вы до сих пор не нашли подходящее решение?

Цель: Понять, какие барьеры мешают клиенту закрыть его проблему.

22. Как вы оцениваете успешность использования решения?

Цель: Определить, какие метрики или индикаторы успеха клиент использует для оценки.

Вопросы о ценности:

23. Какой результат вы хотели бы получить от использования продукта/услуги?

Цель: Узнать, на какие результаты ориентирован клиент и чего он ожидает.

24. Что для вас важнее: цена продукта или его качество? Почему?

Цель: Понять приоритеты клиента — качество или цена.

25. Как бы вы описали идеальное соотношение цены и качества?

Цель: Узнать ценностное восприятие клиента и как он оценивает баланс.

Заключительные вопросы:

26. Как бы вы описали свою главную проблему в одной фразе?

Цель: Суммировать основные потребности клиента.

27. Что вас больше всего раздражает в текущих продуктах на рынке?

Цель: Выявить негативные моменты и проблемы с существующими предложениями.

28. Если бы у вас была возможность получить продукт по вашим требованиям, что бы вы изменили или добавили?

Цель: Понять, как клиенты видят возможные улучшения.

29. Готовы ли вы стать пользователем продукта, если все ваши пожелания будут учтены?

Цель: Оценить, насколько высока вероятность того, что клиент воспользуется именно вашим продуктом в случае его адаптации к запросам клиента.

30. Готовы ли вы прямо сейчас внести предоплату за товар/услугу, если все ваши пожелания будут учтены?

Цель: Оценить, насколько высока вероятность покупки в случае адаптации к запросам клиента.