

Сервис-дизайн кружка

Андрей Лобанов

Основатель «Алгоритмики» — школы программирования и математики

Сегодня я расскажу о том, как сервис кружка поможет вам сделать его лучше и интереснее.

Инструменты

Даже если у вас хороший продукт, могут не работать какие-то сервисы. Например, вы не ответили на звонок или забыли записать ребенка в кружок. Покупателей станет меньше. Без сервиса не будет счастливого клиента. А счастливый клиент приносит компании прибыль и позволяет ей расти.

Сегодня я расскажу про набор инструментов, которые позволят вам работать с сервисом вашего кружка, делать его круче.

1. CJM. Это карта путешествия пользователя внутри вашего кружка.
2. Метрики проекта. Это и про чистые помещения, и про вежливых администраторов, и про знающих преподавателей.



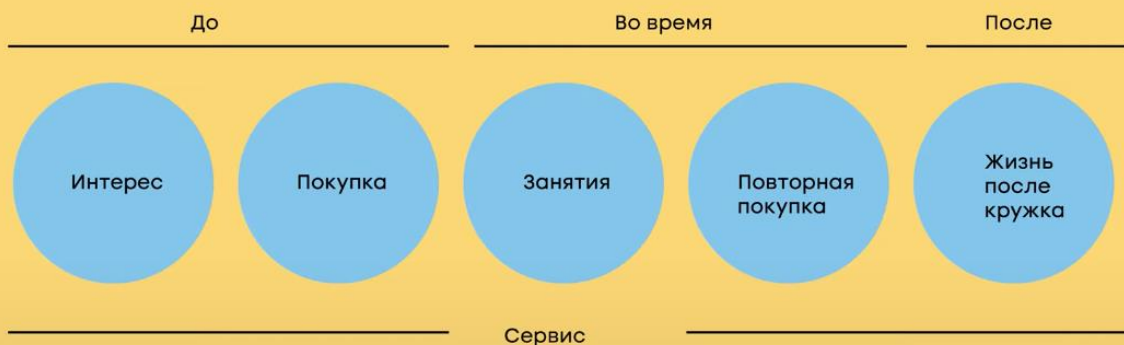
Инициатив очень много, поэтому нам важно понять, какие из них внедрять в первую очередь.

Путь пользователя в кружке

Знакомство вашего кружка с пользователем начинается задолго до его первого занятия. В «Алгоритмике» мы выделяем пять шагов:

- Интерес
- Покупка
- Занятия
- Повторная покупка
- Жизнь после кружка

Путь пользователя в кружке



Внутри каждого этапа, конечно, есть много подэтапов. Но, зная про эти пять, вам будет проще расписать большую карту CJM конкретно в вашем кружке.

LTV

Кажется, что LTV — это ключевая метрика любого проекта. Она показывает, сколько денег приносит пользователь за время, которое он пользуется продуктом.

$$\text{LTV} = \text{Life Time Value} = \text{Средняя стоимость курса} \cdot \text{Средняя длительность посещения кружка} \cdot \text{Повторные покупки} \cdot \text{Маржинальность}$$

Когда вы внедрите эту метрику, она поможет вам увидеть, какая из инициатив больше влияет на нее. Это подскажет вам правильные решения.

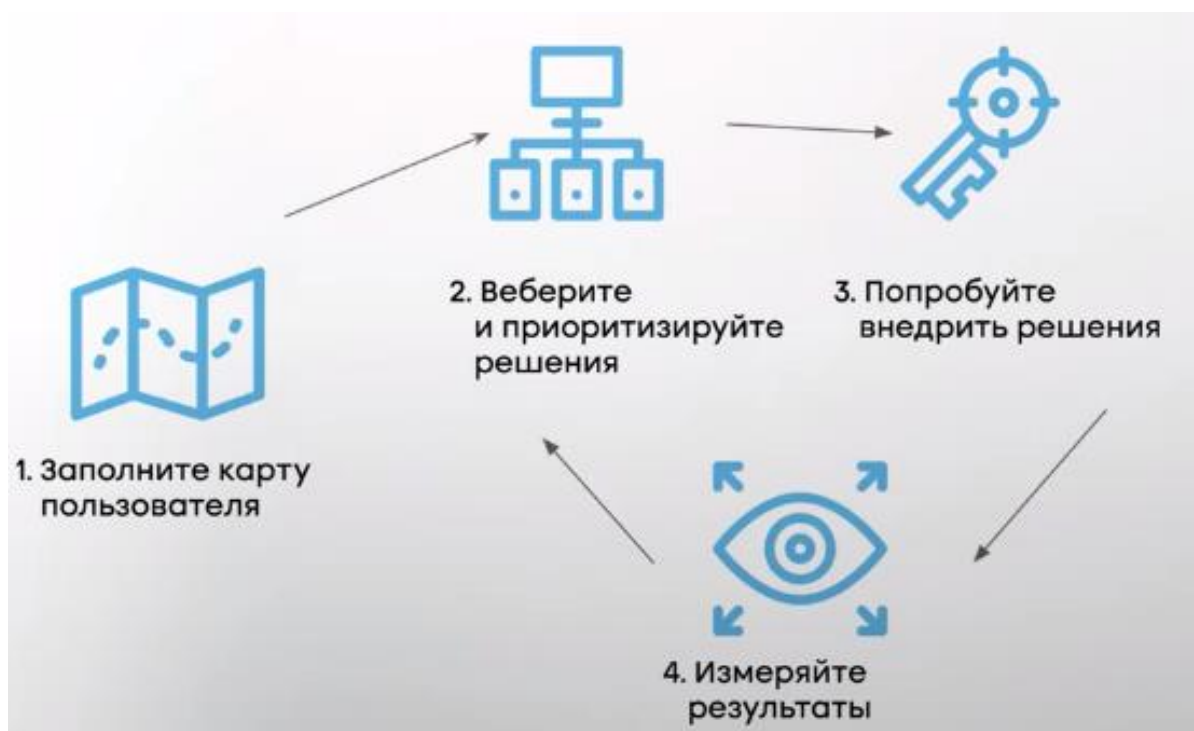
Пять параметров хорошего сервиса

1. Качество образования
2. Надежность – это о том, что клиенты должны быть уверены в том, что вы надежный партнер и выполняете свои обещания
3. Скорость. В сервисе очень важна скорость реакции
4. Классность. Если вы сможете сделать сервис и продукт классным, то к вам придет больше студентов
5. Понятность. Клиенты должны знать, что получают от вашего кружка

Идеальный сервисный опыт

Чтобы создать идеальный сервисный опыт, необходимо постоянно работать над его улучшением. Есть несколько этапов:

- Заполнить карту пользователя
- Выбрать и приоритизировать решения
- Попробовать внедрить решения
- Измерять результаты



Выпишите набор решений, которые могут влиять на сервис, оцените эти инициативы с точки зрения влияния на LTV и выберите наиболее важные. Не забудьте также их протестировать. Если какие-то решения не сработали, снова выбирайте инициативы из списка, приоритизируйте, внедряйте и анализируйте результаты. Это бесконечный цикл, потому что процесс можно совершенствовать бесконечно.