

# Принятие решений на основе данных

Василь Закиев

Руководитель технопарка «Навигатор кампус»

Вы уже точно знаете про маркетинг, знаете про то, что клиента мы сначала касаемся, потом приводим к себе, потом продаем ему услугу и оказываем ему эту услугу, т. е. зарабатываем деньги на то, чтобы эту услугу оказать. Когда процесс работы с клиентом выстраивается, возникает вопрос: «А как этот процесс улучшить?»

## Маркетинг, продажи и финансы

Для улучшения процесса работы с клиентом используется методология HADI. Она очень похожа на стандартную менеджерскую методологию: планируй, делай, смотри, что получилось, делай выводы и т. д.

На первом этапе вам нужно придумать гипотезы, т. е. все ваши идеи, с которыми вы будете работать. Вопрос гипотезы можно сформулировать так: «Повлияет ли это как-то на конверсию?»

После того как список гипотез сформулирован, нужно придумать простой способ, как эти гипотезы проверить. Надо придумать такой способ проверки, который позволяет за ограниченный срок понять, работает эта гипотеза или нет.

Затем нужно придумать, как вы соберете данные. Хорошая практика — заранее записать список вопросов, на которые вы сами себе после эксперимента ответите (в идеале — с измеримыми показателями).

Чтобы выводы получились верными, лучше написать возможные решения до получения ответов. Соответственно, нужно составить некую формулу, которая позволяет оценить, какая гипотеза выиграла, и на основе этого принять решение.

Кружок должен быть устойчивым бизнесом, должен зарабатывать деньги и существовать как можно дольше. Например, для нашего бизнеса важным решением стала возможность сделать так, чтобы люди сразу оплачивали большой срок занятий. Дело в том, что по статистике после 3–4 месяцев люди бросают занятия в кружках. К примеру, это происходит потому, что ребенок заболел, проболел 3 недели и потом включиться в процесс уже не смог. Однако если кружок оплачен вперед, то ребенок будет стараться включиться в процесс и останется в кружке.

## Распространенные ошибки

Существует ряд ошибок, которые совершают люди, применяя методологию HADI. Одна из основных ошибок, когда проводишь эксперимент, — это пытаться весь процесс подготовки, написания вопросов, предполагаемых выводов пропустить, потому что это скучно, и сразу приступить к эксперименту. Однако это неправильно, потому что в итоге мы (неосознанно!) подойдем к процессу так, что выиграет тот вариант, который мы хотим. Если вы хотите долгосрочную пользу для вашего бизнеса, то честная подготовка к эксперименту и честный подход к нему — 70 % успеха.

Вторая ошибка — превращение процесса подготовки эксперимента в умозрительный процесс. Главное в гипотезах — это делать то, что вы придумали, и получать результат. Для этого необходимо понять, зачем вообще это делать, а также уметь делегировать дела, чтобы у вас появилось время на осуществление гипотез. Да, вы сделаете любую работу лучше и быстрее, чем ваш подчиненный, но если вы не передадите лишние дела другим людям, то у вас не останется времени на то, чтобы улучшать свои курсы.

Еще одна ошибка — попытаться заменить реальный эксперимент простым опросом просто потому, что это удобно. Но так нельзя делать. Оставьте опросы крупным компаниям. Дело в том, что люди вас обманут. Они увидят вас, молодого человека (молодую девушку), занимающегося важным делом, и очень сильно захотят сказать вам «да». Но они скажут это не потому, что действительно отдадут своих детей в ваш кружок, а потому, что им захочется вас поддержать.



Услугу нужно предложить, получить (или не получить) деньги и только на основе этого принимать решения относительно вашего кружка. Это и называется «принимать решения на основе данных».

Как только речь заходит о принятии решений в бизнесе, берите ручку и лист бумаги, пишите свои гипотезы, выбирайте из них ту, которую надо делать, запланируйте неделю на то, чтобы ее проверить, делайте это. Не получилось? Берите второй лист бумаги и начинайте снова. Это тот процесс, который нужно делать медленно. Если вы будете принимать решения на основе интуиции, у вас в бизнесе будет очень мало денег, и кружок не сможет работать долго.