



Государство
для людей

Инструкция по заполнению шаблона профиля клиентского сегмента



Глоссарий

Термин	Определение
Бизнес	Любое физическое или юридическое лицо, осуществляющее предпринимательскую или общественную деятельность, а также объединения лиц на профессиональной или иной основе.
Боли	Барьеры, мешающие клиенту при прохождении клиентского пути.
Внутренний клиент	Государственные служащие Российской Федерации, муниципальные служащие, работники и (или) сотрудники органа публичной власти или подведомственной ему (уполномоченной им) организации.
Гражданин	Любое физическое лицо, не осуществляющее предпринимательскую и не имеющие цель получение прибыли — граждане Российской Федерации, иностранные граждане и лица без гражданства.
Жизненная ситуация	Комплекс услуг, функций и сервисов, предоставляемых органами власти и организациями человеку в определённых обстоятельствах, необходимых для удовлетворения возникающих в этих обстоятельствах потребностей.
Карта клиентского пути [с:10]	Инструмент визуализации маршрута клиента, на котором фиксируются подробности его взаимодействия с органами власти или организациями.
Клиентский путь	Упорядоченная последовательность действий клиента, которые он предпринимает от момента возникновения намерения осуществить процесс до получения результата при получении государственных и иных услуг и осуществлении в отношении его государственных функций.
Клиентский сегмент	Группа клиентов, которую можно выделить из целевой аудитории услуги, функции или жизненной ситуации на основании сходства по одному или нескольким признакам.
Ожидания (потребности)	Представления и предположения клиента о том, как будет выглядеть их взаимодействие с органом власти или организацией на различных этапах этого взаимодействия.

Глоссарий

Термин	Определение
Приоритетный клиентский сегмент (ядро целевой аудитории)	Клиентский сегмент, представляющий наибольшую важность при исследовании услуги, функции или жизненной ситуации.
Профиль клиентского сегмента	Совокупность характеристик, присущих группе клиентов, выделенной из целевой аудитории услуги, функции или жизненной ситуации, на основании общих признаков и особенностей клиентского пути.
Сбор обратной связи	Выявление проблемных элементов взаимодействия человека и органов власти посредством сбора, агрегации и анализа данных, полученных от клиентов жизненной ситуации.
Целевая аудитория	Все реальные или потенциальные клиенты, которые имеют право и возможность воспользоваться услугой, сервисом или на которых направлена функция.

Предисловие

Инструкция по заполнению шаблона профиля клиентского сегмента — документ, который содержит шаги и рекомендации по созданию и анализу профилей клиентского сегмента.

Профиль клиентского сегмента позволяет исследовать целевую аудиторию услуги, функции, сервиса или жизненной ситуации и разрабатывать решения, основанные на реальных запросах и желаниях людей.

С помощью профиля можно:

1. Определить группы клиентов, в привязке к их «болям» и ожиданиям (потребностям) и сформировать их персональный клиентский путь.
2. Сформировать единое представление о клиентах с помощью разных источников информации (нормативно-правовых актов, статистических данных, опросов, интервью, сведений из Интернет-ресурсов и прочее).
3. Увидеть информацию о клиентах на языке, который понятен каждому.
4. Определить клиентский сегмент, требующий более тщательной проработки при реинжиниринге и оптимизации.

В папке с документами (пароль: q6_TN6g) содержатся основные документы по формированию профиля клиентского сегмента.

Мария, эксперт по формированию профиля

Здравствуйте, меня зовут Мария, и я являюсь специалистом по формированию профилей клиентских сегментов. В этой инструкции я подробно опишу свои шаги по созданию профилей клиентского сегмента по услуге «Приём и регистрация заявлений на обучение в образовательные организации, реализующие программы среднего профессионального образования». По ссылке можно найти пример заполненного шаблона профиля клиентского сегмента по данной услуге (пароль: q6_TN6g).



i В данных «цветных полях» размещены подсказки и рекомендации, которые нужно учесть при формировании профиля

Основная часть

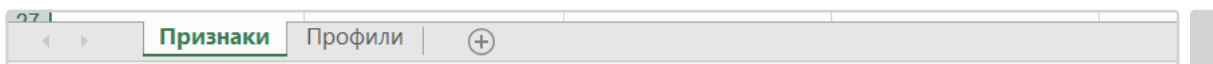
1

Откройте файл «Шаблон_Профиль_клиентского_сегмента».

[Ссылка на файл](#) (пароль: q6_TN6g)

2

Файл «Шаблон_Профиль_Клиентского_Сегмента» содержит 2 листа: лист первый «Признаки», лист второй «Профили».



3

Откройте лист «Признаки». Лист состоит из заголовка «ЖС «Название ЖС» / Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»» и таблицы «Признаки для сегментации», состоящей из двух столбцов: «Признак» и «Значение признака». Ознакомьтесь с информацией на листе.

	A	B	C	D	E
1	ЖС «Название ЖС»/ Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»				
2	Признаки для сегментации				
3					
4					
5	Признак	Значения признака			
6	Признак 1	• Значение признака 1 - a	• Значение признака 1 - b		
7	Признак 2	• Значение признака 2 - a	• Значение признака 2 -b	• Значение признака 2 - c	...
8	Признак 3	• Значение признака 3 - a	• Значение признака 3 -b	• Значение признака 3 - c	...
9	...	...	...	...	
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					

i Столбцы «Признак» и «Значение признака» не имеют ограничений по ширине

В заголовке «ЖС «Название ЖС» / Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»» напишите наименование жизненной ситуации (далее – ЖС), услуги или функции, которую исследуете.

	A	B	C	D	E
1	ЖС «Название ЖС»/ Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»				
2	Признаки для сегментации				

- i После заполнения наименования жизненной ситуации, услуги или функции необходимо удалить лишние сущности из заголовка

**Мария,
эксперт по формированию профиля**

На листе «Признаки» в заголовке «ЖС «Название ЖС» / Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»» я написала название услуги «Прием и регистрация заявлений на обучение в образовательные организации, реализующие программы среднего профессионального образования».



В таблице «Признаки для сегментации», в столбце «Признаки» и «Значения признаков» укажите все признаки и их значения для целевой аудитории (далее – ЦА).

Для этого:

1. Определите, по каким признакам можно разделить ЦА. Признаки ЦА зависят от типа клиента («Гражданин», «Бизнес», «Внутренний клиент»). Например, у клиента «Гражданин» признаками могут быть — пол, количество полных лет, вид гражданства, у клиента «Бизнес» — форма собственности, организационно-правовая форма, размер бизнеса, у «Внутреннего клиента» — вид исполняемой службы, категория занимаемой должностей, общий стаж и прочее.
2. Для каждого признака определите все возможные значения, т.е. все группы людей или организаций, которые будут относиться к данному признаку. Например, у клиента «Гражданин» определён признак «пол» и его значения будут — мужчины и женщины. Укажите все возможные признаки и их значения.

- i Если в рамках ЖС/ услуги / функции главная цель – получение прибыли, то такие субъекты как самозанятые и индивидуальные предприниматели относятся к категории бизнес. В остальных случаях данные субъекты относятся к гражданам

- i Если в рамках ЖС/ услуги / функции есть несколько типов клиентов, то для каждого из типов формируется своя таблица с признаками для сегментации

Источники информации для заполнения таблицы:

1. НПА, регламентирующие оказание услуг или функций.
2. Формы заявок или атрибутивный состав иных документов, запрашиваемых у клиентов.
3. Открытые интернет-ресурсы, в т.ч. порталы ведомств.
4. Статистическая информация органов власти или иных организаций (например, Росстат).
5. Таблица с общими признаками для сегментации, подготовленная экспертами Аналитического центра (пароль: q6_TN6g).

i Значения признаков заполняются: без дублей, без привязки к профилям клиентского сегмента

i Ширина таблицы не регламентирована и для каждого признака доступно собственное максимальное количество значений, которое может быть разным

Мария, эксперт по формированию профиля

С помощью НПА, открытых интернет-ресурсов, статистической информации, а также таблицы Аналитического центра (пароль: q6_TN6g) я выделила все возможные признаки клиентских сегментов по услуге, а также заполнила их значения.

Например, признак «Наличие льгот» и его значения: наличие социальной квоты, наличие целевой квоты, наличие иной льготы определены на основе сведений из информационного ресурса портала Госуслуги. Признак «Форма обучения» и его значения: очная форма обучения, очно-заочная форма обучения, заочная форма обучения, выделен на основе Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 2 сентября 2020 г. N 457



Откройте лист «Профили». Лист состоит из заголовка «ЖС «Название ЖС» / Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»» и табличной формы «Профили клиентского сегмента». Табличная форма «Профили клиентского сегмента» состоит из заголовка «Название клиентского сегмента» и блоков: «Основные признаки», «Особенности клиентского пути», «Точки взаимодействия». Ознакомьтесь с информацией на листе.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
1	ЖС «Название ЖС»/ Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»												
2	Профили клиентского сегмента												
3													
4													
5	Название клиентского сегмента 1			Название клиентского сегмента 2			Название клиентского сегмента 3						
6	Основные признаки:			Основные признаки:			Основные признаки:						
7	Признак 1:	Значение признака 1 - а		Признак 1:	Значение признака 1 - b		Признак 1:	Значение признака 1 - b					
8	Признак 2:	Значение признака 2 - b		Признак 2:	Значение признака 2 - a		Признак 2:	Значение признака 2 - c					
9	Признак 3:	• Значение признака 3 - а • Значение признака 3 - b • Значение признака 3 - c		Признак 3:	• Значение признака 3 - а • Значение признака 3 - b • Значение признака 3 - c		Признак 3:	• Значение признака 3 - а • Значение признака 3 - b • Значение признака 3 - c					
10	...	...		...	...		...	...					
11													
12													
13													
14													
15	Особенности клиентского пути:			Особенности клиентского пути:			Особенности клиентского пути:						
16	• "Боль" клиента/ Ожидание клиента			• "Боль" клиента/ Ожидание клиента			• "Боль" клиента/ Ожидание клиента						
17	• ...			• ...			• ...						
18													
19													
20													
21	Точки взаимодействия:			Точки взаимодействия:			Точки взаимодействия:						
22	Точка 1, точка 2...			Точка 1, точка 2...			Точка 1, точка 2...						
23													
24													

Табличные формы «Профили клиентского сегмента» можно добавлять или удалять с листа, в зависимости от их количества

4.1

В заголовке «ЖС «Название ЖС» / Услуга «Название услуги» / Функция «Название услуги»» напишите наименование ЖС / услуги / функции, которую исследуете.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	ЖС «Название ЖС»/ Услуга «Название услуги» / Функция «Название функции»							
2	Профили клиентского сегмента							

Информация в заголовке должна совпадать с листом «Признаки»

После заполнения наименования жизненной ситуации, услуги или функции необходимо удалить лишние сущности из заголовка

Мария, эксперт по формированию профиля

На листе «Профили» в заголовке «ЖС «Название ЖС» / Услуга «Название услуги» / Функция «Название услуги»» я написала название услуги «Приём и регистрация заявлений на обучение в образовательные организации, реализующие программы среднего профессионального образования», по аналогии с листом «Признаки»



Определите ключевой признак или признаки, по которым необходимо разделить ЦА на группы (клиентские сегменты).

Для этого:

1. Проанализируйте все возможные клиентские пути ЦА и определите основные отличия при их прохождении у клиентов, в том числе определите какие из признаков на это влияют (таблица «Признаки для сегментации»). Например, признак возраст может влиять на перечень предоставляемых документов или признак состояние здоровья человека может влиять на способы взаимодействия с органами власти или организациями.
2. Выберите из таблицы «Признаки для сегментации» один ключевой признак, на основании которого ЦА делится по разным клиентским путям.
3. Если деления по одному признаку недостаточно, выберите второй ключевой признак и дополнительно разделите целевую аудиторию или группу клиентов. Таких делений на группы может быть несколько в зависимости от детализации клиентского пути.

i При выделении клиентских сегментов можно также ориентироваться на гиптезу о самом массовом и самом проблемном сегменте и с учетом этого делить ЦА на группы

i Если отличия на клиентском пути отсутствуют, выделяется один основной сегмент. Данная ситуация возможна только при исследовании ЦА функций и услуг

i Количество клиентских сегментов в среднем составляет от 2 до 4

**Мария,
эксперт по формированию профиля**

Я выделила два ключевых признака для деления ЦА на клиентские сегменты: уровни образования и гражданство. Данные признаки являются основными при определении разных клиентских путей. Для изучения темы я использовала следующие источники: Институт образования Высшей школы экономики, статья «Всё больше выпускников девятых классов выбирают СПО»; новостное издание «Ведомости», статья «В российских вузах обучается почти 356 000 иностранцев, и их становится больше» и т.п.



4.2.1

Напишите названия клиентских сегментов в «Название клиентского сегмента». В его формулировке используйте значения ключевого признака / признаков.

- i При наименовании профилей или клиентских сегментов необходимо использовать простые и понятные формулировки



**Мария,
эксперт по формированию профиля**

После определения ключевых признаков, я включила в шаблон профиля три клиентских сегмента и назвала их следующим образом: «Гражданин РФ, поступающий на основе 9 классов», «Гражданин РФ, поступающий на основе 11 классов», «Иностранный гражданин, поступающий по иностранным документам». Ещё один клиентский сегмент - «Гражданин РФ, переводящийся из других СПО», не стала включать в шаблон профиля, так как в ходе исследования выявила, что его клиентский путь и характеристики совпадают с поступающими после 11 классов

4.3

Из таблицы «Признаки для сегментации» выберите признаки и их значения, относящиеся к каждому клиентскому сегменту и описывающие его. Впишите их в блок «Основные признаки» по алгоритму: для одного признака – одно значение.

5	Название клиентского сегмента 1	
6	Основные признаки:	
7	Признак 1:	Значение признака 1 - а
8	Признак 2:	Значение признака 2 - b
9	Признак 3:	• Значение признака 3 - а
10	:	• Значение признака 3 - b
11		• Значение признака 3 -

- i. Количество признаков и их значений в таблице «Основные признаки» может быть разным, в среднем составляет от 3 до 6
- i. «Основные признаки» в профиле должны соответствовать отпределенным ранее признакам и их значениям в таблице «Признаки для сегментации»

**Мария,
эксперт по формированию профиля**

Для заполнения блока «Основные признаки» у клиентского сегмента «Гражданин РФ, поступающий на основании 9 классов» я выбрала из таблицы «Признаки для сегментации» следующие признаки: гражданство, траектория обучения, форма обучения и наличие льгот. К признаку 1 «гражданство» относится значение «имеет гражданство» и «проживает на территории РФ», к признаку 2 «траектория обучения» подошло значение «поступает на стандартную программу обучения», у признака 3 «форма обучения» значением является «поступает на очную форму обучения», признак 4 определён как «наличие льгот» и его значение «не обладает льготами». Для формирования списка признаков по данному клиентскому сегменту были использованы следующие источники: Институт статистических исследований Высшей школы экономики «Статистический обзор „Среднее профессиональное образование в России“»; Банк документов Министерства просвещения Российской Федерации; Платформа поступи онлайн, статья «50% 9-классников уйдут из школы в колледж».



Для каждого клиентского сегмента определите «боли», ожидания (потребности), требуемые документы и иные особенности прохождения клиентского пути и напишите их в блок «Особенности клиентского пути». Данный шаг предполагает, что необходимо детально прописать сведения на основе которых делилась ЦА в пункте 4.2.

Источники информации для заполнения блока:

1. НПА.
2. Доступные источники сбора обратной связи (сайты обсуждения мнений, форумы, социальные сети).
3. Внутренняя обратная связь ведомств.

15	Особенности клиентского пути:
16	• "Боль" клиента/ Ожидание клиента
17	• ...

i Особенности клиентского пути указываются в краткой форме, списком

**Мария,
эксперт по формированию профиля**

Для заполнения блока «Особенности клиентского пути» у клиентского сегмента «Гражданин РФ, поступающий на основании 9 классов» я использовала сведения из НПА, интернет-ресурсов, а также статистических данных и сформировала следующий список:

1. Планирует продолжить обучение в вузе и сдать единый государственный экзамен;
2. Идёт в организацию СПО с целью проверки правильности выбора профессии;
3. Пользуется помощью родителя/ опекуна при поступлении/ оформлении документов.



Определите фактические способы взаимодействия с клиентским сегментом и напишите их в блок «Точки взаимодействия». Точки взаимодействия, как способы получения информации клиентом о ЖС / услуге / функции, так и непосредственные взаимодействия с органом и организацией.

Источники информации для заполнения блока:

1. НПА.
2. Открытые интернет-ресурсы.
3. Внутренняя информация ведомств.

21	Точки взаимодействия:
22	Точка 1, точка 2...

i Формирование профиля клиентского сегмента на данном этапе завершено, но при возможности, все сведения, которые считаются гипотетическими необходимо подтвердить или опровергнуть

**Мария,
эксперт по формированию профиля**

Способы взаимодействия с клиентами по исследуемой услуге регламентируются внутренними правилами конкретных организаций СПО. Для заполнения блока «Точки взаимодействия» я выделила основные и наиболее часто используемые каналы взаимодействия с органами СПО. При заполнении таблицы я также учла боли «Поступающего на основании 11 классов» и «Иностранного гражданина, поступающего по иностранным документам об образовании», а именно меньшая информированность об организациях СПО. Для формирования списка точек взаимодействия были использованы следующие источники: Банк документов Министерства просвещения Российской Федерации «Сведения о материально-технической и информационной базе, финансово-экономической деятельности профессиональной образовательной организации» за 2023 год»)



Проверьте сведения из табличной формы «Профили клиентского сегмента» с помощью методов сбора обратной связи и формирования карты клиентского пути (CJM). Для этого, вопросы о сведениях из блоков «Основные признаки», «Особенности клиентского пути», «Точки взаимодействия» включите в опросные формы для интервью и опросов.

- i Процедуры проводятся с целью подтверждения гипотез профиля, а также большего погружения в «боли» и ожидания клиента

Сбор обратной связи проводится в соответствии с Методикой по проведению мониторинга и организации сбора и анализа

- i обратной связи в отношении государственных услуг, функций, сервисов и мер поддержки и Правилами проведения исследования методом глубинного интервью с построением карты CJM

При исследовании ЖС определите приоритетный клиентский сегмент (при необходимости).

Приоритет устанавливается исходя из:

1. ёмкости — количества лиц, попавших в данный сегмент, т.е. по численности сегмент может быть, как наиболее массовым, так и наиболее узким;
2. низкого уровня удовлетворённости представителей сегмента процессом оказания услуг или предоставления функций;
3. уникальности проблем («болей»), с которыми сталкивается представители сегмента;
4. слепой зоны, в случае, если представители сегмента имеет право на услуги, но не обращаются за ними.

- i Приоритезация клиентского сегмента необходима для сужения границ исследования жизненной ситуации, так как не всегда есть возможность изучить все клиентские пути



**Мария,
эксперт по формированию профиля**

Приоритетным сегментом для данной услуги является «Гражданин РФ, поступающий на основе 9 классов». Данный вывод сделан на основе статистической информации, раскрывающей ёмкость сегментов по услуге. По данным Центра экономики непрерывного образования ИПЭИ РАНХиГС, в 2021/2022 учебном году в России 46,5% выпускников 11-х классов поступили в вузы. Около 30% молодых людей пошли учиться в ссуз после получения полного общего образования, 60% – после окончания 9-го класса. Также сведения подтверждаются словами, озвученным вице-премьером России Татьяной Голиковой «Около 60% девятиклассников вместо старших классов отдают предпочтение колледжам, а после одиннадцатого класса в СПО поступают примерно 30% выпускников»

7

После проведения исследований, указанных в пункте 5, сравните полученные данные с имеющимися гипотезами в табличной форме «Профили клиентского сегмента» и при необходимости скорректируйте их, в том числе добавьте необходимые сведения в профили клиентского сегмента.



Государство
для людей

