

**HUMAN  
COMMUNICATION  
Lab**



# Мы находим нестандартное решение даже в тупиковой ситуации

В основе нашего метода лежит **человеко-ориентированный подход** и **дизайн-мышление**.

Исследование ситуаций от потребностей людей позволяет точно определить проблему в компании, выявить дополнительную ценность продукта, определить экономическую и социальную выгоду для пользователей, руководителей и сотрудников. Коммуникационные и бизнес-процессы становятся более совершенными и коммерчески успешными.

*К примеру: стоимость обслуживания снижается, когда пользователи могут легко понять и использовать продукт без помощи персонала.*

# Методика применяется для решения самых разных бизнес-задач

- Разработка **нового продукта или сервиса**, которые реально будут востребованы на рынке.
- Увеличение прибыли компании за счет нахождения **новых бизнес-возможностей**, еще не охваченных конкурентами.
- Разработка **коммуникационной и бизнес-стратегии** на основании конкретных фактов, полученных в ходе исследований.
- Чёткое выявление **потребностей целевых покупателей**.
- Увеличение **эффективности работы сотрудников** — работа становится интересной.

# Ситуации и способы их решения

## Проблема

## Что мы делаем

## Что вы получаете

“Хотим привлечь новых клиентов”.



Мы проводим полевые исследования, наблюдаем за действиями людей и изучаем насущные потребности клиентов.



Открытие новых бизнес-возможностей, увеличение объёмов продаж и прибыли компании.

“Собираемся предложить рынку новый продукт и хотим узнать, что необходимо потенциальным покупателям в этой области”.



Глубинное интервью о том, что нужно покупателям (ценности свойства и применение продукта).



Понимание основных требований покупателя, сценарии пользовательского поведения, экономия времени на создание и продвижение продукта.

“Не понимаем потребностей наших клиентов и почему они от нас уходят”.



Проведение глубинных исследований и определение проблемных точек.



Понимание причин падения продаж и сокращения клиентов, доходящих до совершения покупки.

# Услуги | Что мы можем сделать

## Провести аудит

Вы получите результаты скрининга текущей ситуации: выявленные проблемы, и моменты, которые препятствуют эффективной работе компании и сужают воронку продаж.

## Провести исследование

Вы получаете полную картину ситуации на рынке и в компании, мнения потребителей по поставленной задаче.

## Обучить и передать знания

Вы и ваши сотрудники узнают о человеко-ориентированном подходе и методике дизайн-мышления, а также научатся применять ее в текущей работе.

## Помочь решить бизнес-проблему

Мы вместе с сотрудниками проходим все этапы исследований, анализируем и получаем готовые инсайты для построения эффективных решений.

## Создать или улучшить продукт

Вы получаете разработанный продукт, услугу или сервис.

НАШ ОПЫТ

# Кейсы команды

**Заказчик:** ТРК «СпортЕХ»  
(для компании Signbox)

**Задача:** Повысить посещаемость ТРК

**Формат.** Дизайн-исследование

**Срок.** 3 недели

**Результат:** Стратегия развития сервиса  
и опыта посещения для ТРК



# Кейсы команды

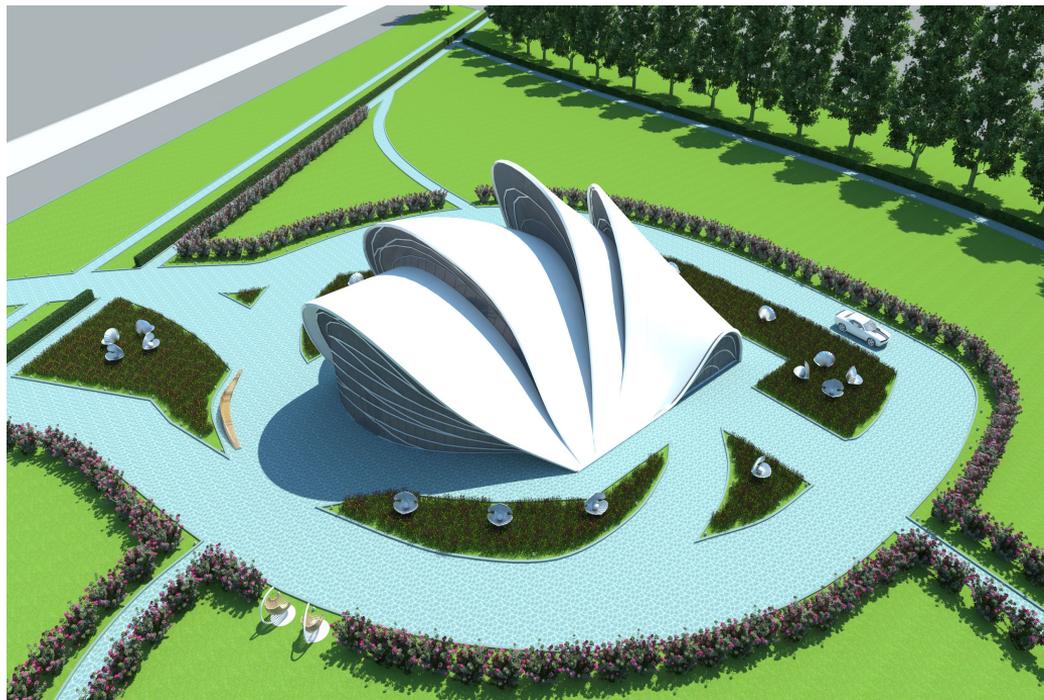
**Заказчик:** Open museum  
(для компании Signbox)

**Задача.** Разработать модель и прототип музея «нового формата и поколения» на территории России. Сделать музей востребованным и комфортным для ЦА.

**Формат.** Дизайн-исследование.

**Срок.** 4 недели.

**Результат:** Разработана дизайн-стратегия: зонирование музея, навигация, форматы участия посетителей.



# Кейсы команды

**Заказчик:** корпоративный университет Сбербанка  
(в составе команды ExperienceLab)

**Задача.** Разработать учебное пособие «Дизайн-мышление: думаем по-новому»

**Формат.** Бизнес-сессия и работа с креативной группой

**Срок.** 1 месяц

**Результат:** Разработано эффективное пособие по методике дизайн-мышления с учетом особенностей его практического использования ЦА

Видео-ролик о том, как проходило обучение <http://sberbank-university.ru/ru/videos/3/>



# Кейсы команды

**Заказчик:** студия декора ARTFN (малый бизнес)

**Задача.** Определить общую концепцию и цели развития компании с человеко-ориентированным подходом.  
Позиционирование в качестве лидера и эксперта декора.

**Формат.** Стратегическая сессия, PR-сопровождение проекта.

**Срок.** 1 месяц.

**Результаты.** Увеличение количества потенциальных заказчиков на 15 %. Организация доклада топ-менеджера на тематических мероприятиях. Разработка презентаций проекта для разных категорий клиентов.

- ⇒ 5 000 чел. охват потенциальной аудитории в месяц
- ⇒ 50% - увеличение узнаваемости компании
- ⇒ 15 шт. количество публикаций в месяц
- ⇒ 32% - рост посещаемости сайта
- ⇒ 40% - увеличение лояльности к компании

## МЫ ПОМОГАЕМ ДИЗАЙНЕРАМ

находить новые интерьерные решения  
экономить время  
работать на объектах без проблем

Мы создали универсальную систему сервиса с персонализированным обслуживанием запросов дизайнеров

# Кейсы команды

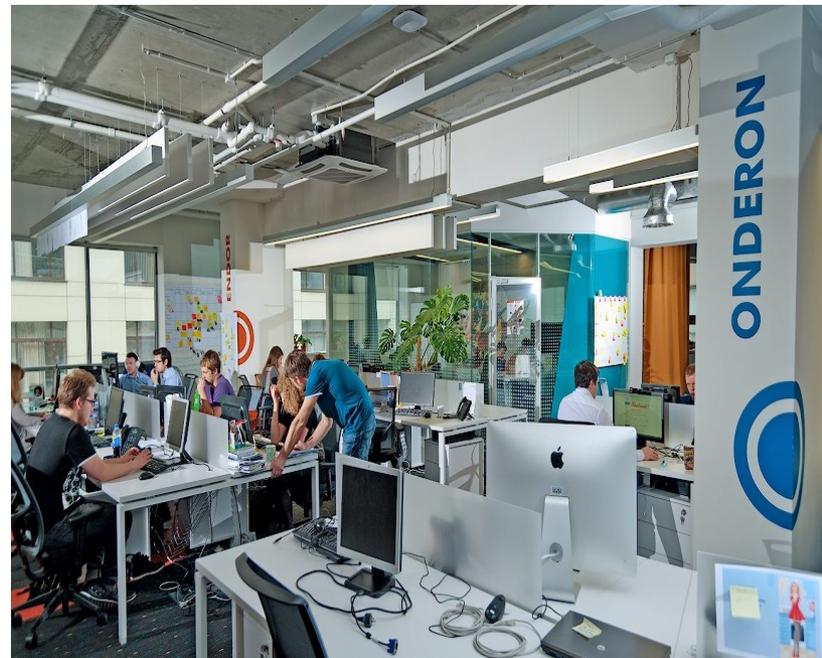
## Сотрудничество с “Альфа-Лабораторией”

**Задача.** Разработка пользовательского сценария и плана улучшений интернет-банка для юридических лиц “Альфа-Банка”.

**Формат.** Курирование разработки банковских продуктов.

**Результаты.** Быстрый запуск, существенная экономия рабочего времени на разработку, разработка понятных и удобных для пользователей интерфейсов.

- ⇒ 3% - рост Net Promoter Score
- ⇒ 1.5% или 4 000 чел. - сокращение оттока клиентов
- ⇒ 800 000 000 руб. - увеличение оборота денежных средств в месяц



# А также

- Проведение **исследования рыночных возможностей** по заказу Kill your darling для крупной немецкой компании.
- Разработка **брифа дизайн-айдентики** для крупной финансовой компании.
- Участие в **дизайн-исследовании** для брифа Фонда поддержки слепоглухих «Со-единение».
- Проведение исследования и улучшение **пользовательского сценария** в работе с торговой площадкой “Ювелирный дом “Шахавской”.
- Создание **руководства по дизайн-мышлению** на базе методики стэндфордской школы d. school.
- Разработка **стратегии коммуникации** агентства AVANT, в основе позиционирования — построение брендов от человеческих ценностей.
- **Ребрендинг** Darscom. В основу коммуникации заложена миссия — помогать компаниям и людям раскрыть и реализовать свой потенциал.

# НАША КОМАНДА

# Команда | Елена Соколова

*Делаю проекты успешными*

Стратег и коммуникатор

Основатель лаборатории эмоциональных коммуникаций  
Human Communication LAB.

12 лет опыта в сфере рекламы и PR. Среди коммуникационных кейсов – кампания «Альфастрахование ОМС» и Pfizer, 7 ребрендингов и 12 платформ позиционирования для компаний среднего и малого бизнеса. Авторская колонка на Sostav.ru.

Провожу тестирование с целью определения точек вовлечения аудитории, что помогает точно определить потребности потребителей и сотрудников, формат и стиль подачи информации. Подход позволяет повысить эффективность коммуникаций через экономию времени, сил и простое понимание материалов.



# Команда | Дмитрий Андронов

*Решаю бизнес-задачи быстро и эффективно*

Аналитик, специалист по развитию бизнес-процессов

Экономист, практикующий стратегический управленец проектами, бизнес-консультант, бизнес-тренер. Дизайнер-исследователь бизнес-процессов и их зависимости от эффективности работы сотрудников. Фасилитатор startup-мероприятий в Фонде Развития Интернет-Инициатив (ФРИИ).

Основные направления деятельности — аудит бизнес-процессов компаний, выявление слабых мест и построение эффективных бизнес-моделей.

Для решения бизнес-задач применяю гибкие методы управления проектами — Scrum и Agile.



# Команда | Ольга Карпушина

*Нахожу информацию и правильные решения*

Дизайнер и исследователь

Специалист по разработке продуктов, брендов, сервисов, стратегий и брифов. Соорганизатор “Клуба сервис-дизайнеров в России”. Эксперт по креативному мышлению и генерации идей.

7 лет практического опыта работы дизайнером и арт-директором. Более 25 успешных проектов по дизайну айдентики.

Практикую дизайн-мышление. Сотрудничала с ведущими российскими компаниями и агентствами по разработке инновационных решений Experience Lab, Signbox, Lumiknows. Разработала дизайн шрифта Loga для Google Fonts (7 место в рейтинге по миру). Соавтор книги “Шрифт в упаковке, вебе, айдентике, навигации, многостраничниках” для журнала “Как”.



