

# Как правильно составить задание на разработку и каким оно должно быть



**Татьяна Болдырева**

Руководитель  
проектов в AGIMA

Допустим, у вас есть свой бизнес и вы успешно дошли до фазы «Нам нужен сайт» или даже «Нам нужно автоматизировать важный бизнес-процесс». Вы даже нашли ребят, которые с удовольствием готовы реализовать любые смелые затеи, но есть один нюанс: команда разработки просит сформулировать задание на проект (обычно это называется «Дайте-нам-ТЗ»). И с этого момента 99% заказчиков начинают делать и писать совсем не то, что просит подрядчик.

В этой статье мы расскажем, как самостоятельно составить действительно полезный документ, который поможет понять задачу, а не наоборот.

## Что такое техническое задание (и почему на самом деле вам нужно не оно)

Для начала пора бы разобраться в терминологии: в процессе разработки проекта мы постоянно пишем какие-то документы, у всех них разное назначение и пишутся они для разных участков проекта и разной аудитории.

На старте проекта команде важно понять бизнес-задачу:

- каким бизнес-целям должен служить разрабатываемый продукт?
- какие задачи продукт должен решить?
- кто и в каких ситуациях будет пользоваться продуктом?
- какие есть ограничения в части реализации?
- какие конкуренты у бизнеса и у продукта?

Заказчик же, пытаясь донести суть задания до команды разработки, привык оперировать одним емким понятием — техническое задание.

## Что есть ТЗ?

Это документ, на основании которого команда разработки реализует проект, и который описывает:

- назначение системы, которую надо разработать;
- перечень функций и алгоритмов, которые должны быть реализованы в рамках проекта;
- требования к интерфейсам;
- требования к интеграциям (включая техническое описание API или любого другого формата обмена данными, который предполагается использовать);
- требования к архитектуре системы;
- бизнес-процессы;
- пользовательские сценарии;
- методологию разработки;
- технологический стек (какие технологии будут использованы и почему);
- и много чего еще.

То есть ТЗ **содержит исчерпывающие знания о назначении системы, функциональности и методах реализации и отвечает на вопросы:**

- 1 Какие компоненты включает система и как они будут взаимодействовать?
- 2 Какие функции и алгоритмы нужно разработать, как именно и при помощи какого стека технологий?
- 3 Как должен вести себя интерфейс?

Очевидно, что разработка такой документации требует, во-первых, специализированных знаний (поэтому ТЗ пишут, как правило, системный аналитик или ведущий разработчик), во-вторых, понимания бизнес-целей и задач.

**Вывод:** на старте проекта нам нужно не ТЗ, описывающее, **как делать** систему, а документ, отвечающий на вопрос **«Зачем и для кого мы делаем эту систему?»**

# Как сформулировать бизнес-требования

Документ, описывающий бизнес-цели и бизнес-требования к системе, называется Business Requirements Document, или BRD, или бизнес-и-функциональные требования к системе.

Составить такой документ можно самостоятельно, если следовать определенным алгоритмам.

Рассмотрим на примере: у клиента есть некий бизнес и ощущение (возможно, подкрепленное статистикой), что бизнес начал или продолжает стагнировать.

**Бизнес:** магазин виниловых пластинок, представленный в Москве несколькими точками офлайн-продаж.

**Проблематика с точки зрения владельца бизнеса:** коллекционеры винила не имеют возможности регулярно посещать магазин, мониторить новинки и оперативно заказывать интересующие товары, а поскольку бизнес не автоматизирован — все предзаказы делаются только по телефону, что неудобно и бизнесу, и покупателю.

В итоге магазин упускает потенциальную прибыль, увеличивает нагрузку на продавцов и консультантов, имеет скудное представление о портрете своего покупателя и не может коммуницировать с аудиторией в объеме, необходимом для выстраивания дальнейшей маркетинговой стратегии. Плюс на складе постоянно оказываются какие-то неучтенные остатки, что искажает статистику товарооборота.

**Решение:** разработать интернет-магазин, в котором покупатель сможет посмотреть весь каталог, сделать предзаказ и отследить его исполнение, а продавец — обеспечить своевременное исполнение заказа, получить отчет о состоянии склада, по пути сняв статистику о пользовательских интересах и пользовательском поведении.

Итак, у нас есть понимание бизнес-проблемы и ее решения. Тут важно не начать писать ТЗ, а все же написать Бизнес-требования (невзирая на творческий зуд, стимулирующий к написанию детального задания на разработку).

Начинаем документ с пункта «Бизнес-цель». Наши **бизнес-цели** следующие:

- 1 Увеличить оборот товара на складе.
- 2 Собрать данные о целевой аудитории для дальнейшего использования в разработке маркетинговых стратегий.
- 3 Снизить нагрузку на персонал магазинов за счет автоматизированности функций заказа / оплаты / доставки.
- 4 Увеличить процент повторных продаж.

Если понятны цели — становятся ясны и **задачи проекта**:

- 1 Обеспечить функции предзаказа товаров, оплаты и доставки.
- 2 Настроить систему сбора статистики по продажам.
- 3 Настроить систему учета остатков на складах.
- 4 Обеспечить функции возврата покупателей.

**Промежуточный результат:** сформулирован перечень задач, где каждая задача привязана к определенной (или нескольким) целям.

Теперь уточняем, что должна уметь делать система, чтобы каждая задача в разрезе каждой цели была успешно решена. То есть фиксируем основные **функции системы**.

На выходе должна получиться вот такая матрица:

Цель	Задача	Функции системы
Увеличить оборот товара на складе, посредством повышения продаж через интернет-магазин	Обеспечить функции предзаказа товаров, оплаты и доставки	<ul style="list-style-type: none"><li>• Выкладка товара в каталог вручную</li><li>• Выгрузка товаров в каталог из 1С (автоматическая)</li><li>• Предзаказ товара покупателем</li><li>• Онлайн-оплата товара покупателем</li><li>• Оформление доставки покупателем</li></ul>
Увеличить процент повторных продаж	Обеспечить функции возврата покупателей в магазин	<ul style="list-style-type: none"><li>• Подписка на рассылку «Новое в коллекции»</li></ul>

- Подписка на рассылку по жанрам
- Подписка на рассылку по исполнителям

Теперь команде разработки понятно, зачем заказчику нужен интернет-магазин, какими базовыми функциями он должен обладать и по каким параметрам будет оцениваться успешность проекта.

Но обычно интернет-магазины не эффективны, если у них нет интерфейса.

## А как же требования к дизайну?

Формулируя эти требования, многие скатываются в формат «я хочу / мне нравится», проецируя таким образом личное чувство прекрасного на систему, которая в первую очередь должна быть функциональной и удобной.

Важно понимать, что дизайн — не изобразительное искусство, в отношении которого каждый имеет право на мнение «нравится / не нравится», а интерфейс — не просто какая-то интерактивная картинка, раскрашенная в разные цвета.

Интерфейс (экраны, страницы) — это как раз тот набор элементов (картинки, тексты, кнопки, галочки, интерактивные формы и т.д.), при помощи которого пользователи будут взаимодействовать с вашей системой. И требования к нему должны быть обоснованы **функциональным назначением системы и сценариями использования**.

Чтобы нарисовать качественный дизайн, нужно понимать, каким целям он будет служить (на эти вопросы отвечает BRD), какой контент будет публиковаться, какие есть технические ограничения по реализации и поддержке.

## Требования к интерфейсу

Скажем сразу — ничто так не радует сердце UI/UX-проектировщиков и дизайнеров интерфейсов, как референсы. То есть примеры уже реализованных похожих проектов.

Референсы просят не потому, что каждый творец в душе плагиатор и хочет облегчить себе жизнь, а потому, что восприятие у всех разное и трактовать формулировки вида «хочется чего-то травянисто-зеленого и вызывающего ощущение летнего пикника на даче у бабушки» в разрезе конкретной задачи на дизайн — заведомо игра в гадание на гороскопах, потеря смысла задания и времени.

Добавить же в BRD ссылку на уже работающий проект — явно проще, чем детально описать каждую страницу, рискуя быть неправильно понятым.

**Вывод:** команде будет намного проще понять задачу по дизайну, если в ее описании присутствует:

- 1 Описание пожеланий в сочетании с описанием реальных возможностей заказчика (например: «у нас есть отличные фото продукции в высоком качестве, поэтому хотелось бы использовать это в дизайне»; «у нас красивый логотип и мы хотели бы использовать его цвета и в дизайне сайта»; «у нас много хороших текстов, описывающих преимущества нашего магазина, и было бы хорошо их разместить»).
- 2 Перечень ограничений (например: «не использовать черный цвет»; «нет качественных фото продукции»).
- 3 Ссылки на нравящиеся сайты близкой тематики с кратким описанием, почему нравится тот или иной компонент.

## Держаться в рамках, соблюдать границы

Итак, выше мы договорились, каким целям будет служить наша система, каким требованиям будет соответствовать интерфейс. Следующий важный момент — определить границы системы и рамки проекта.

**Границы системы** — это набор компонентов системы, взаимодействующих друг с другом в рамках выполнения соответствующих бизнес-процессов.

Например, мы понимаем, что интернет-магазин будет интегрирован с некой системой товарооборота, откуда интернет-магазин получает данные о товарных остатках и их стоимости (допустим, у нас 1С УТ), следовательно 1С — это важный компонент всей системы, который принимает участие в таких бизнес-процессах, как «Публикация товарного каталога на сайте» и «Оформление товара покупателем».

**Рамки проекта** — это набор функций системы, которые должны быть реализованы в рамках проекта «Разработка интернет-магазина».

Если обращаться к примеру с интеграцией 1С — то задачи по интеграции с 1С в рамки проекта укладываются, а вот задачи по возможным доработкам 1С — будут относиться к другому проекту.

## Заключение

- 1 При формировании требований на разработку пишем не техническое задание, а бизнес-и-функциональные требования.
- 2 По возможности — описываем основные процессы, характерные для вашего бизнеса.
- 3 При формировании требований к дизайну — оперируем референсами, а не личными эстетическими настройками.
- 4 Определяем границы системы и проекта, явно обозначаем их команде разработки и не выходим за эти рамки, пытаюсь реализовать Систему-В-Широком-Смысле-Слова.

Практика показывает, что при соблюдении этих правил работоспособные системы выходят в релиз в должном качестве и в срок.

## Сэкономьте время на изучении Serpstat

Хотите получить персональную демонстрацию сервиса, тестовый период или эффективные кейсы использования Serpstat?

Оставьте заявку и мы свяжемся с вами ;)



Запросить демо

Оцените статью по 5-бальной шкале

5 из 5 на основе 15 оценок

Нашли ошибку? Выделите её и нажмите Ctrl + Enter, чтобы сообщить нам.

## Кейсы, лайфхаки, исследования полезные статьи

Не успеваешь следить за новостями? Не беда! Наш любимый редактор Анастасия подберет материалы, которые точно помогут в работе. Присоединяйся к уютному комьюнити :)

mail@example.com

Подписаться

Нажимая кнопку, ты соглашаешься с нашей [политикой конфиденциальности](#).

### Комментарии

0 Комментариев

Serpstat.com

 Политика конфиденциальности Disqus

 Al

 Рекомендовать 1

 Твитнуть

 Поделиться

Лучшее

Начать обсуждение...

Прокомментируйте первым.





Многофункциональная  
SEO-платформа

Инструмент для взрывного роста в SEO, PPC и контент-маркетинге

[Попробовать бесплатно](#)

или узнайте о т.

Расширение Serpstat для браузеров. [Узнать больше](#)



Установить для Opera



Установить для Chrome



Установить

## Serpstat

[Возможности](#)  
[Тарифы](#)  
[О нас](#)  
[Статистика](#)  
[Публикации](#)  
[Баннеры](#)  
[Связаться с нами](#)  
[Клиенты](#)  
[Карьера](#)

## Центр поддержки

[Serpstat Академия](#)  
[Customer Success](#)  
[База знаний](#)  
[Serpstat API](#)

## Сообщество

[Блог](#)  
[Гостевой пост](#)  
[Бонусы от партнеров](#)  
[Наши эксперты](#)  
[Отзывы пользователей](#)  
[Реферальная программа](#)  
[Скидки Serpstat](#)  
[Партнерство для образовательных центров](#)  
[Вебинары](#)  
[Рейтинг зарплат](#)

## Рейтинги доменов

[SEO](#)  
[PPC](#)

## Правовая информация

[Партнерское соглашение](#)  
[Политикой конфиденциальности](#)  
[White Hat Bounty Program](#)

## Инструменты

[Мониторинг позиций](#)  
[Входящие ссылки](#)  
[Аудит сайта](#)  
[Аудит страницы](#)  
[Анализ конкурентов](#)  
[Анализ ключевых фраз](#)  
[Парсинг Топы](#)  
[Кластеризация ключевых фраз](#)  
[Текстовая аналитика](#)  
[Парсинг частотности](#)

## Языки

[English](#)  
[Русский](#)  
[German](#)



Facebook  
14 190



Twitter  
330



LinkedIn  
2 470



Youtube  
3 320



Разработан в агентстве интернет-маркетинга  
Netpeak в 2013 году. С 2015 – полностью независим.