



# Проектирование сайта Atelier Marsel Robert

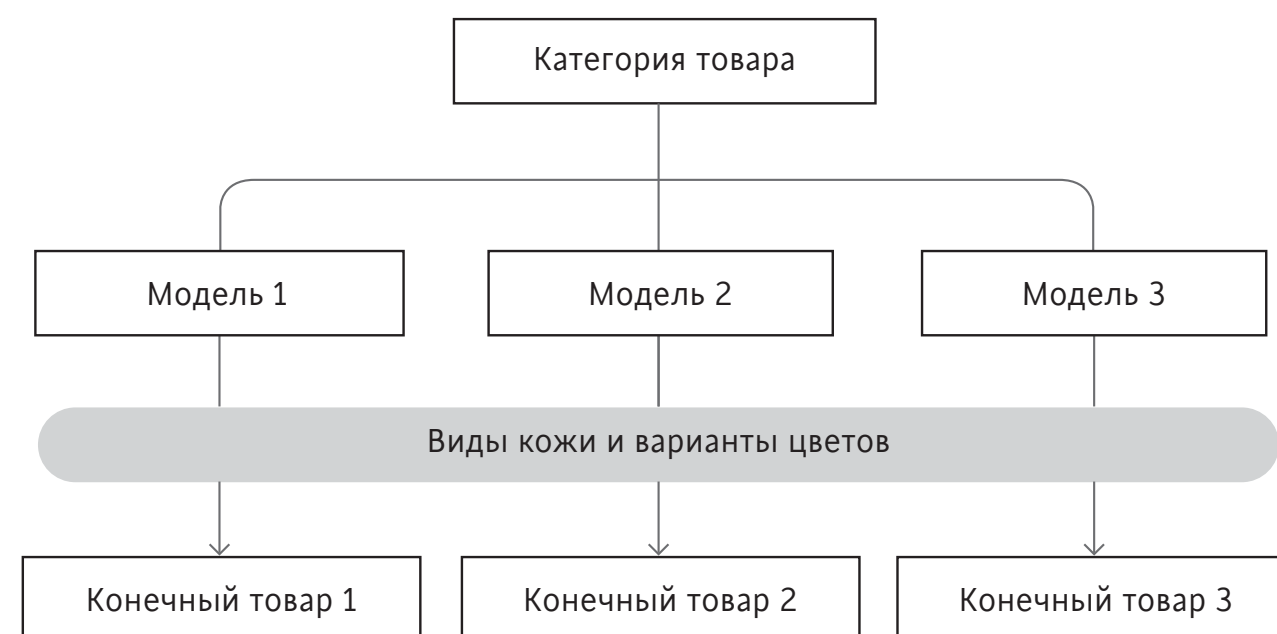
## 1. Задача и товар

### Задача сайта

Сайт является инструментом для продажи товаров (и + в дальнейшем услуги) ателье.

### Описание товара

Товаром является определенная модель категории товаров (чехлы, портмоне, сумки и тд), которая выполнена из разных видов кожи и разных цветов. В перспективе, каждая категория может иметь 2-3 модели. Схематично выглядит так:





## 2. Параметры поиска товаров

### Способы входа на сайт

#### 1. Поиск:

- по названию компании;
- по потребности в товаре.

#### Страницы входа:

- главная;
- продающие страницы под запросы.

#### 2. Переход по ссылке или рекламе.

#### Страницы входа:

- главная;
- категория товаров;
- карточка товара;
- все продукты;
- возможная акция.

### Параметры поиска продуктов на сайте:

категория товара + модель товара + цвет + тип кожи

### Поисковые запросы формируются из слов:

эпитет + название товара + бренд (iPad) + кожа (+ тип кожи) + цвет



## 2. Типы покупателей и типы страниц сайта

Разрабатываем сайт для 2-х типов клиентов:

- готовые купить, заходят из поисковиков по конкретным запросам, либо заходят сразу на сайт;
- неопределившиеся, ищут, подбирают, сравнивают, вдохновляются.

Сценарии поведения у этих типов разные. Первым нужен четкий ответ на их желание. Вторым наоборот хочется узнать больше, почувствовать бренд, определить ценность для себя.

### Готовые купить.

1. Человек вбивает в поиске запрос о конкретном товаре. Например:

«Эксклюзивный кожаный чехол для iPhone 5».

Мы должны этому клиенту дать страницу, которая будет соответствовать этому запросу и содержать все варианты кожаных чехлов для iPhone 5.

2. Человек хочет купить товар, он знает фирму и набирает в браузере ваш сайт. Он попадает на главную. Отсюда ему нужно легко и быстро найти именно тот товар, который он хочет.

Главную нужно устроить так, что бы для такого клиента не возникло проблем с поиском.

### Неопределившиеся.

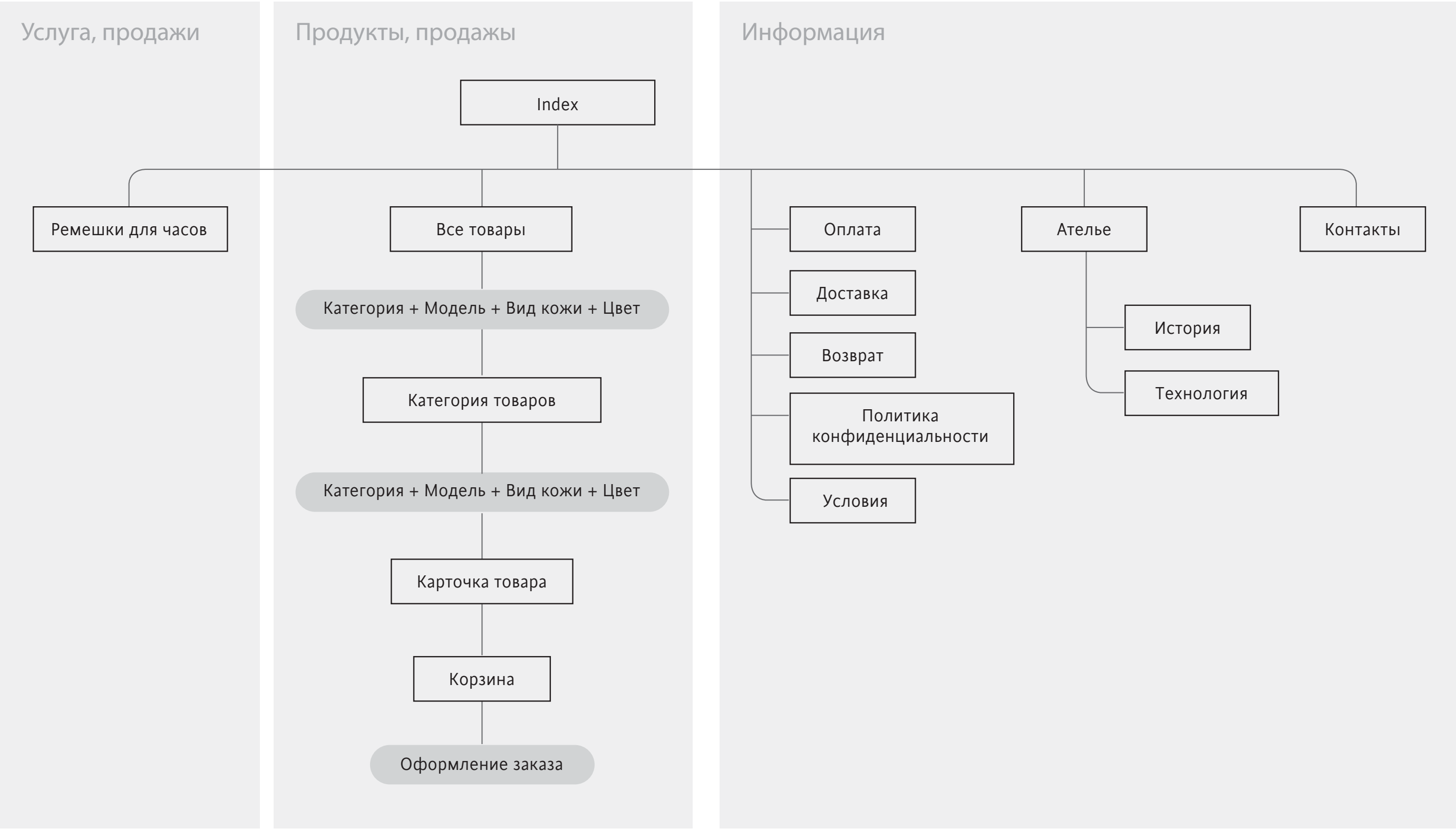
1. Пути входа могут быть такими же, что и у готовых купить, т.к. запросы могут быть схожи. Но мотивация, а значит и действия и способ просмотра контента будет другим. Они будут смотреть разные товары, знакомится с брендом.

Для них будут важны эмоции, образ бренда, выгоды от приобретения продукта, уникальность и тд. Они будут выбирать и думать.

При создании страниц нужно учесть нужды этих клиентов.



### 3. Общая структура сайта



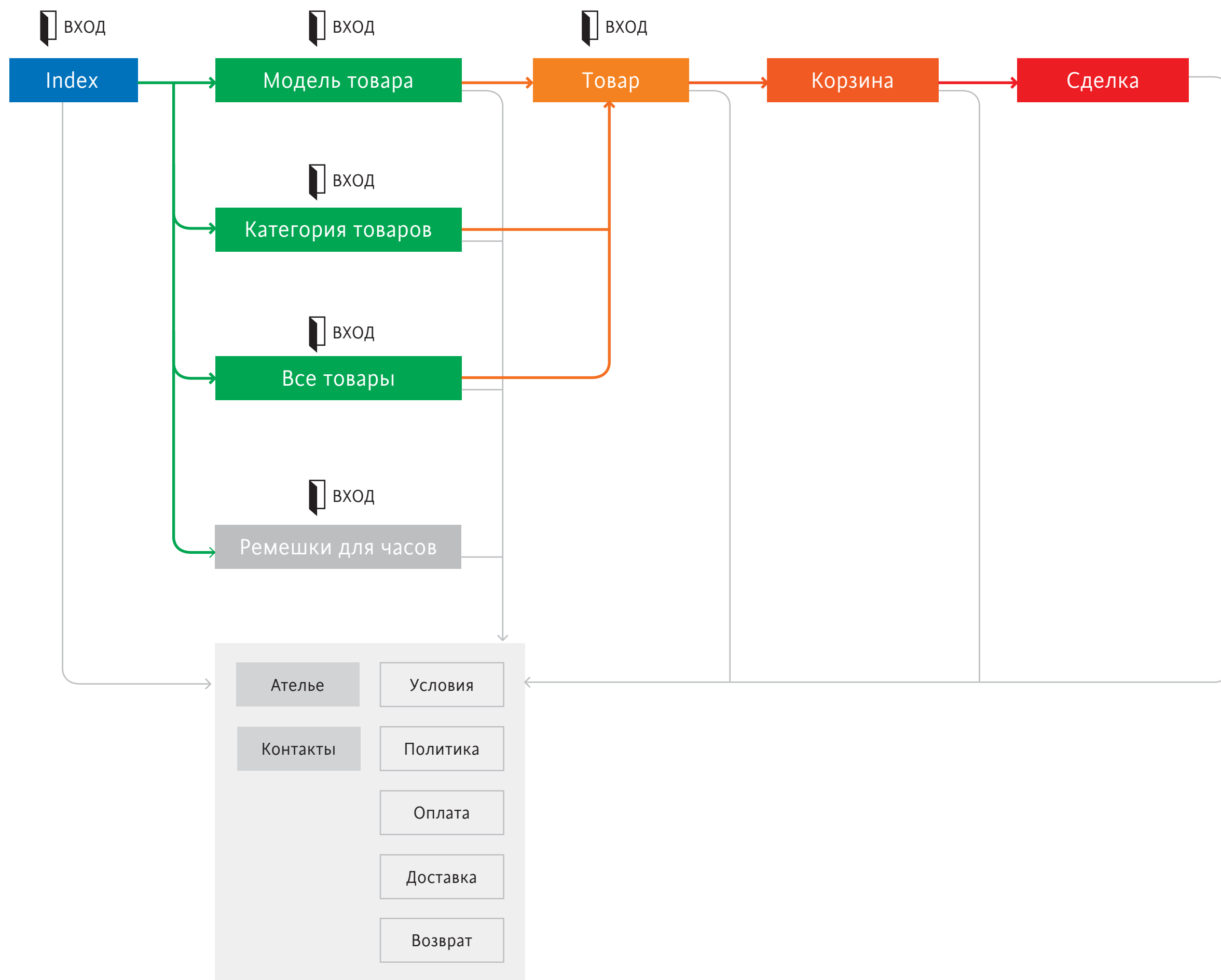
#### Изменение количества типов товаров в перспективе

При проектировании и запуске сайта мы ориентируемся на 1-2 типа продуктов. В ближайшем будущем количество типов будет возрастать. Это будет влиять на:

- меню;
- блоки на главной и способ представления всех типов товаров;
- возможно и на другие элементы сайта (проектирование покажет).



## 5. Общий граф взаимодействия с сайтом





## 4. Сценарии поведения и наброски страниц

### Первое знакомство или неопределенный поиск с главной.

Предположим, Сергей ищет что-то достойное, но не определился. Его необходимо завлечь, вызвать желание и привести к покупке.

#### Подробный сценарий главной.

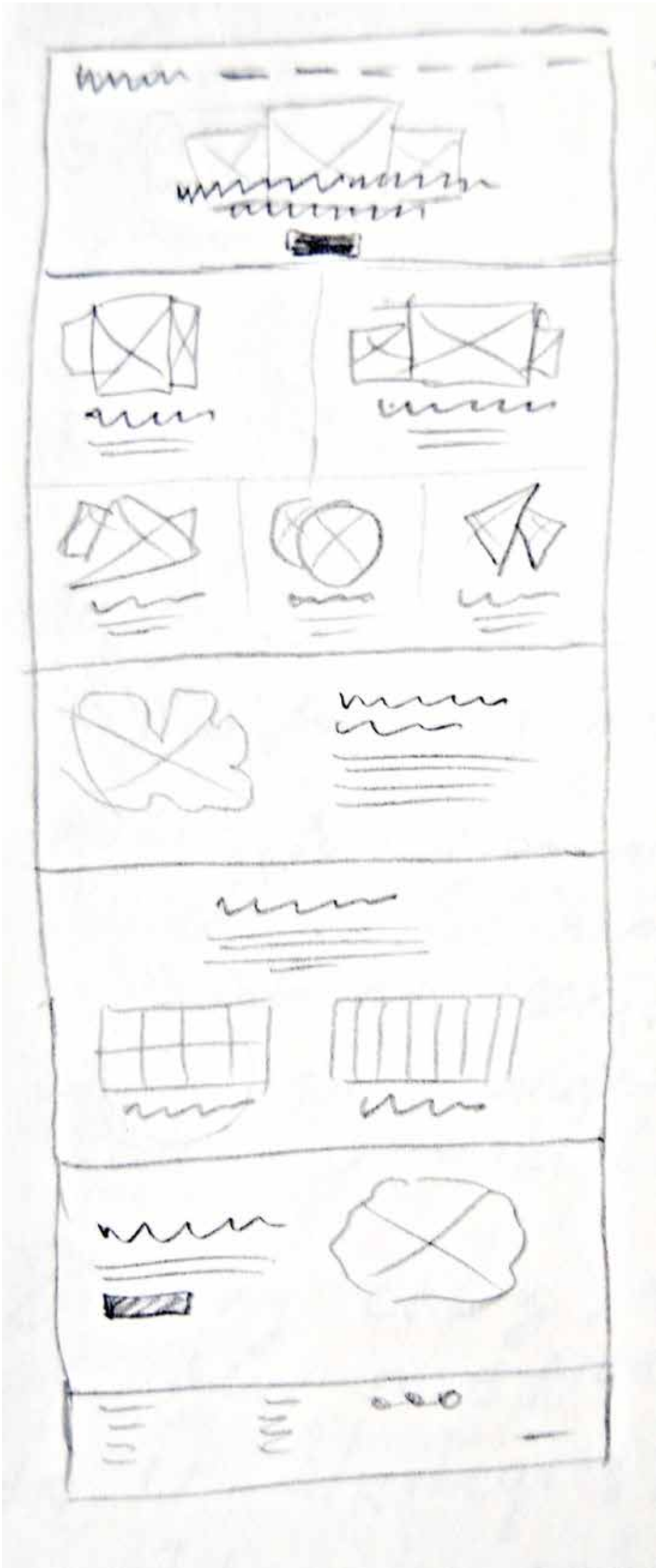
Заходит Сергей на главную, видит рекламное фото и слоган, раскрывающие ценность от обладания товарами ателье. Возможен переход ко всем категориям товаров (возможно ушел к товарам).

Сергей не перешел к товарам, скролит ниже и видит категории товаров с кратким рекламным описанием (возможно ушел к товарам).

Сергей хочет узнать больше, поэтому далее видит краткую легенду бренда, повышающей ценность. В продолжении легенды, альтернативный путь к товарам (возможно ушел к товарам).

В конце перенаправляем внимание на друзей и важных людяй, для которых товар тоже может быть приятен и ценен в качестве подарка (возможно ушел к товарам).

#### Набросок страницы



1. Вход и первое впечатление.

2. Демонстрация товаров.

3. Краткая история бренда.

4. Альтернативный путь к товару.

5. Подбор подарка

## Определенный поиск, категория товаров

Николай хочет продукт, но не определился с параметрами. Нужно помочь ему выбрать и направить на сделку.

Подробный сценарий страницы категории товаров.

Из поисковика Николай попадает на страницу категории товаров. Его впечатлил имидж, он понял, что это то, что он искал. Скролит ниже.

1. Он видит все модели товара из разной кожи и цвета. Он находит свой вариант и переходит в карточку товара.

2. Николай имеет более четкое представление о желаемом товаре. Он выбирает нужные для него параметры и видит соответствующие товары. Выбирает понравившийся и переходит в карточку товара.

Набросок страницы



1. Первое впечатление.

2. Фильтр.

3. Все модели категории.





## Конкретный поиск

Галина Петровна знает, что конкретно хочет, либо она предлагает конкретный продукт другому на оценку. В обоих случаях вход на карточку товара.

Подробный сценарий карточки товара.

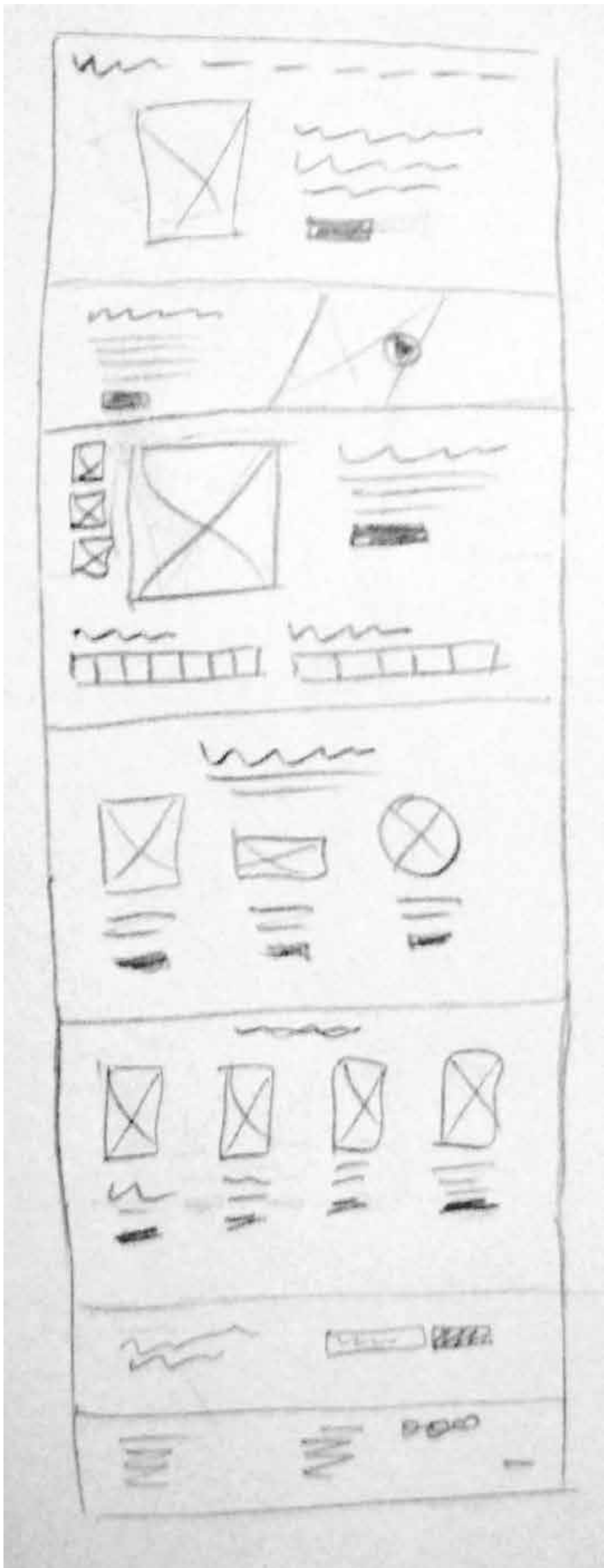
Галина Петровна видит хорошее представление товара. Интересный рассказ о его ценностях. Есть возможность поменять некоторые параметры и рассмотреть поближе (возможен переход к покупке).

Предлагаем собрать набор аксессуаров с таким же цветом и кожей (возможен переход к покупке).

Если Галина Петровна не уверена в этом товаре, она видит другие товары, релевантные данному (возможен переход в другую карточку товара).

Галина Петровна решила пока не покупать товар, и мы предлагаем следить за новыми поступлениями и разработками ателье по ее e-mail или в соцсетях.

## Набросок страницы



1. Первое впечатление.
2. Рассказ о ценностях (видео).
3. Подробные фото + смена параметров.
4. Собрать аксессуары с одними параметрами.
5. Похожие товары и близкие к этому
6. Подписка на новости





## Покупка

Василиса нажимает купить и переходит к оформлению заказа.

### Подробный сценарий покупки

Василиса видит выбранный товар. Мы ей предлагаем еще добавить сопутку.

Ниже простая пошаговая форма заказа:

1. Василиса вводит минимум необходимых контактных данных.
  2. Выбирает способ доставки и вводит адрес доставки.
  3. Выбирает способ оплаты. В зависимости от способа вводит необходимые данные.
- Нажимает купить.

После транзакции мы благодарим за покупку и предлагаем ознакомиться с другими нашими предложениями.

Василисе на е-мэйл приходит подтверждение покупки и контакты менеджера, если будут вопросы.

### Набросок страницы

The sketch shows a vertical form with three main sections:

- 1. Товар (Product):** Contains a checkbox, a price field with a handwritten '10', and a small 'X' mark.
- 2. Сопутка (Accessories):** Contains four checkboxes, each with a plus sign below it.
- 3. Оформление (Checkout):** Contains three columns of input fields, labeled '1', '2', and '3' at the top. Each column has multiple rows of input fields.

1. Товар

2. Сопутка

3. Оформление



## 5. Остальные страницы

Остальные страницы не столь принципиальны для продажи и будут проработаны позже.