Список вопросов для интервью с заказчиком

**Вопрос 1 (открытый)**  
Какие основные бизнес-цели вы хотите достичь с помощью нового интернет-магазина?

**Вопрос 2 (открытый)**  
Кто является вашей целевой аудиторией и какие особенности поведения клиентов вы можете выделить?

**Вопрос 3 (уточняющий)**  
Какие виды пиццы и дополнительные товары должны быть представлены в каталоге?

**Вопрос 4 (закрытый)**  
Планируется ли возможность индивидуального составления пиццы пользователем (например, выбор ингредиентов)?

**Вопрос 5 (уточняющий)**  
Какие способы оплаты вы хотите видеть в интернет-магазине (наличные, банковские карты, электронные кошельки и т.д.)?

**Вопрос 6 (уточняющий)**  
Нужно ли интегрировать систему отслеживания заказа и уведомления для клиентов?

**Вопрос 7 (открытый)**  
Какие требования к дизайну и удобству использования сайта вы считаете приоритетными?

**Вопрос 8 (закрытый)**  
Есть ли у вас предпочтения по платформе или технологиям для разработки сайта?

**Вопрос 9 (уточняющий)**  
Каковы желаемые сроки запуска интернет-магазина и есть ли ограничения по бюджету?

**Вопрос 10 (открытый)**  
Какие дополнительные функции или сервисы, по вашему мнению, могут повысить лояльность клиентов и увеличить продажи?

**Я:** Здравствуйте, я [ваше имя], специалист по разработке digital-проектов. Мы обсудим требования к вашему интернет-магазину пиццерии. Мой первый вопрос:  
**Вопрос 1:** Какие основные бизнес-цели вы хотите достичь с помощью нового интернет-магазина?

**Нейросеть-заказчик:**  
Основная цель — увеличить количество онлайн-заказов. Сейчас большая часть заказов приходит по телефону, а мы хотим, чтобы через сайт проходило не менее 60% всех заказов. Также важно повысить узнаваемость бренда и улучшить лояльность постоянных клиентов.

**Я (фиксирую):** Основная цель — перевести 60% заказов в онлайн, повысить узнаваемость и лояльность клиентов.

**Я (уточняю):** Какой сейчас процент заказов, приходящих по телефону?

**Нейросеть-заказчик:**  
Сейчас примерно 80% заказов поступает по телефону, и только 20% — через онлайн.

**Я:** Спасибо. Следующий вопрос:  
**Вопрос 2:** Кто является вашей целевой аудиторией и какие особенности поведения клиентов вы можете выделить?

**Нейросеть-заказчик:**  
Наша основная аудитория — молодые люди от 18 до 35 лет, студенты и молодые профессионалы, которые ценят скорость и удобство. Также есть семьи с детьми, которые заказывают пиццу на ужин. Клиенты часто делают заказы вечером и в выходные.

**Я (фиксирую):** Целевая аудитория — молодые люди 18-35 лет, студенты и молодые специалисты, а также семьи с детьми; заказы преимущественно вечером и в выходные.

**Я:** Вопрос 3: Какие виды пиццы и дополнительные товары должны быть представлены в каталоге?

**Нейросеть-заказчик:**  
В каталоге должны быть классические пиццы, авторские варианты, а также возможность добавить напитки, салаты и десерты. Важно, чтобы ассортимент можно было легко обновлять.

**Я (фиксирую):** Каталог включает классические и авторские пиццы, напитки, салаты, десерты; нужна простая система обновления ассортимента.

**Я:** Вопрос 4: Планируется ли возможность индивидуального составления пиццы пользователем (например, выбор ингредиентов)?

**Нейросеть-заказчик:**  
Да, это важная функция. Клиенты должны иметь возможность выбрать ингредиенты и создать свою пиццу.

**Я:** Вопрос 5: Какие способы оплаты вы хотите видеть в интернет-магазине?

**Нейросеть-заказчик:**  
Нужно принимать оплату банковскими картами, через электронные кошельки и наличными при доставке.

**Я:** Вопрос 6: Нужна ли интеграция системы отслеживания заказа и уведомлений для клиентов?

**Нейросеть-заказчик:**  
Да, очень важно, чтобы клиент мог видеть статус заказа и получать уведомления по SMS или через приложение.

**Я:** Вопрос 7: Какие требования к дизайну и удобству использования сайта вы считаете приоритетными?

**Нейросеть-заказчик:**  
Сайт должен быть современным, легким и интуитивно понятным. Главное — чтобы оформление заказа занимало минимум времени и было удобно на мобильных устройствах.

**Я:** Вопрос 8: Есть ли у вас предпочтения по платформе или технологиям для разработки сайта?

**Нейросеть-заказчик:**  
Мы не привязаны к конкретным технологиям, но хотим, чтобы сайт был надежным и легко масштабировался.

**Я:** Вопрос 9: Каковы желаемые сроки запуска интернет-магазина и есть ли ограничения по бюджету?

**Нейросеть-заказчик:**  
Хотим запустить сайт в течение 3 месяцев. По бюджету — готовы рассматривать предложения, но важно уложиться в разумные рамки.

**Я:** Вопрос 10: Какие дополнительные функции или сервисы, по вашему мнению, могут повысить лояльность клиентов и увеличить продажи?

**Нейросеть-заказчик:**  
Программа лояльности, скидки для постоянных клиентов, возможность повторного заказа в один клик и интеграция с соцсетями для промоакций.

Итоговый отчет

**1. Список заданных вопросов**

1. Основные бизнес-цели сайта
2. Целевая аудитория и особенности поведения
3. Ассортимент товаров
4. Возможность индивидуального составления пиццы
5. Способы оплаты
6. Отслеживание заказа и уведомления
7. Требования к дизайну и юзабилити
8. Предпочтения по платформе и технологиям
9. Сроки и бюджет
10. Дополнительные функции для лояльности

**2. Полученные ответы**

* Цель — увеличить онлайн-заказы до 60%, повысить узнаваемость и лояльность
* ЦА — молодые люди 18-35 лет, семьи с детьми, заказы вечером и в выходные
* Каталог — классические и авторские пиццы, напитки, салаты, десерты
* Индивидуальное составление пиццы — да
* Оплата — карты, электронные кошельки, наличные
* Отслеживание и уведомления — обязательно
* Дизайн — современный, легкий, удобный, мобильный
* Технологии — без жестких предпочтений, важна надежность и масштабируемость
* Сроки — 3 месяца, бюджет — гибкий, но разумный
* Допфункции — программа лояльности, скидки, быстрый повтор заказа, интеграция с соцсетями

**3. Выводы о полноте информации**

Большинство вопросов получили развернутые и конкретные ответы. Информация достаточна для составления технического задания и брифа.

**4. Моменты, требующие дополнительного уточнения**

* Как именно должна работать программа лояльности (баллы, уровни, скидки?)
* Какие каналы уведомлений предпочтительнее (SMS, push, email?)
* Есть ли требования к интеграции с внутренними системами учета и складом?
* Нужна ли поддержка нескольких языков или регионов?

## Пример обработки результатов интервью и составления брифа

## Шаг 1. Сортировка информации по категориям

| **Категория** | **Информация из интервью** |
| --- | --- |
| **Общая информация о проекте** | Разработка интернет-магазина для сети пиццерий с возможностью онлайн-заказа и доставки пиццы. |
| **Цели и задачи** | - Увеличить долю онлайн-заказов с текущих 20% до 60% - Повысить узнаваемость бренда - Улучшить лояльность клиентов |
| **Целевая аудитория** | - Молодые люди 18-35 лет (студенты, молодые специалисты) - Семьи с детьми - Активные пользователи мобильных устройств - Основное время заказов — вечер и выходные |
| **Функциональные требования** | - Каталог с классическими и авторскими пиццами, напитками, салатами, десертами - Возможность индивидуального составления пиццы (выбор ингредиентов) - Способы оплаты: банковские карты, электронные кошельки, наличные при доставке - Отслеживание статуса заказа с уведомлениями по SMS или приложению - Личный кабинет с историей заказов и возможностью быстрого повторного заказа - Программа лояльности (детали требуют уточнения) - Интеграция с соцсетями для промоакций |
| **Технические ограничения** | - Нет жёстких требований к платформе, но важна надежность и масштабируемость - Сайт должен быть адаптивным, удобным на мобильных устройствах |
| **Критерии успеха** | - Запуск сайта в течение 3 месяцев - Увеличение онлайн-заказов до 60% - Удобный и быстрый процесс оформления заказа (не более 3 шагов) - Рост лояльности клиентов и повторных заказов |

## Шаг 2. Конкретизация формулировок

| **Исходная фраза** | **Конкретизированная формулировка** |
| --- | --- |
| "Удобный интерфейс" | Оформление заказа не более чем в 3 шага; интерфейс адаптирован под мобильные устройства |
| "Красивый дизайн" | Использование ярких цветов, крупных качественных фотографий пиццы, современный стиль |
| "Программа лояльности" | Внедрение системы накопления баллов и скидок для постоянных клиентов (требуется уточнение) |
| "Уведомления по SMS или приложению" | Клиенты получают уведомления о статусе заказа через SMS и push-уведомления мобильного приложения |

## Шаг 3. Выявление пробелов и вопросы для уточнения

| **Пробел в информации** | **Вопрос для уточнения** |
| --- | --- |
| Детали программы лояльности | Как именно должна работать программа лояльности? Баллы, уровни, скидки? |
| Предпочтительные каналы уведомлений | Какие каналы уведомлений предпочтительнее: SMS, push, email? |
| Интеграция с внутренними системами | Требуется ли интеграция с системой учета заказов, складом и CRM? |
| Многоязычность и региональные настройки | Нужно ли поддерживать несколько языков или регионы доставки? |
| Бюджет проекта | Каков ориентировочный бюджет на разработку и поддержку сайта? |

## Итог: Краткий структурированный бриф

**Проект:** Создание интернет-магазина для сети пиццерий с онлайн-заказом и доставкой.

**Цели:**

* Увеличить онлайн-заказы с 20% до 60%
* Повысить узнаваемость бренда
* Улучшить лояльность клиентов

**Целевая аудитория:** Молодые люди 18-35 лет, семьи с детьми, активные пользователи мобильных устройств, заказывающие преимущественно вечером и в выходные.

**Функционал:**

* Каталог с пиццами, напитками, салатами, десертами
* Индивидуальное составление пиццы
* Оплата картами, электронными кошельками, наличными
* Отслеживание заказа с уведомлениями (SMS, push)
* Личный кабинет с историей заказов и быстрым повтором
* Программа лояльности (требует уточнения)
* Интеграция с соцсетями

**Технические требования:**

* Надежная и масштабируемая платформа
* Адаптивный дизайн, удобство на мобильных устройствах

**Сроки и бюджет:**

* Запуск в течение 3 месяцев
* Бюджет — уточняется