

# Grocery Senpai

## 1. Выявление КПВ

Номер	Утверждение потребителя из интервью	Критерий потребительского выбора ака КПВ
1	<p>“... пойду в него [магазин] только по случаю, например, если я не могу получить товар доставкой через интернет-магазин.”</p> <p>“... в основном заказываю онлайн.”</p> <p>“... я обычно предпочитаю доставку.”</p> <p>“... чаще заказываю доставку продуктов. ”</p> <p>“... вместе с друзьями заказывать продукты.”</p> <p>“... в основном заказываю в онлайн магазинах.”</p>	Приложение поддерживает партнерские программы с сервисами доставки. (внешние интеграции)
2	<p>“... нужно учитывать вкусовые предпочтения каждого человека.”</p> <p>“Около 30 минут, так как нужно обговорить с каждый человеком: что он есть, какой бюджет, может стоит купить готовое, что купить попить.”</p> <p>“... вместе с друзьями заказывать продукты.”</p>	Приложение поддерживает возможность совместного доступа к списку покупок. (связь между пользователями)
3	<p>“... перед праздниками большой ажиотаж ... в одном магазине не купить всё сразу.”</p>	Приложение учитывает даты праздников и советует закупиться заранее. (Уведомления)
4	<p>“... блюдо, для которого мне может не доставать продуктов.”</p> <p>“... я проверяю рецепт, записываю ингредиенты, чтобы ничего не забыть.”</p> <p>“... если только это не какой-то ключевой ингредиент. В таком случае, увы, придется либо вернуться за ним, либо искать замену.”</p> <p>“[Если] нужны конкретные ингредиенты для блюда.”</p>	В приложении возможно сохранение рецептов для последующего добавления ингредиентов в список предстоящих покупок. (Список)
5	<p>“ Иногда я могу забыть про продукты, которые я покупала для определенного блюда ...”</p> <p>“... продуктов в холодильнике много, бывает сложно за всем уследить.”</p> <p>“... не люблю выбрасывать продукты.”</p>	Приложение “следит” за сроком годности продуктов и сообщает об истечении их срока годности. (Уведомления)

	<p>“... иногда бывает забываю срок годности молока и хлеба.”</p> <p>“... бывает, и нередко, что остается просрочка ...”</p> <p>“Я к этому очень щепетильно отношусь, чтобы не отравить желудок.”</p> <p>“Не удобно то, что забываю о том, что продукт испортился, или просто закончился.”</p> <p>“Приходится вспоминать когда я купил продукт, или искать срок годности на упаковке. Это вызывает некоторый дискомфорт.”</p>	
6	<p>“... если бы там была учтена цена, то я могла бы отследить свои траты.”</p> <p>“Было бы неплохо видеть сколько денег уходит на продукты. Банковские приложение плохо справляются с этим.”</p> <p>“Интересна статистика, сколько чего я трачу, сколько денег на что уходит.”</p>	В приложение есть возможность отслеживать потраченные на покупки деньги. (экономический аспект)
7	<p>“Траты я отслеживаю по сохранённым чекам или в приложении банка ...”</p>	Приложение поддерживает возможность сканирования чеков для добавления затрат на покупки в историю пользователя. (экономический аспект)
8	<p>“... иногда покупаю сладкое слишком часто.”</p>	В приложении есть рекомендации для пользователей с конкретными потребностями. (Рекомендательная система) Например, при включенных рекомендациях для людей на диете приложение будет больше советовать “легкой пищи” и меньше сладкого.
9	<p>“... пользуюсь заметками в телефоне. Они легкие в использовании, нет всяких всплывающих окон. например, рекламы.”</p> <p>“... мне привычнее пользоваться старым способом - листочком ...”</p> <p>“... предпочитаю просто записывать что-то в обычной записной книжке.”</p>	Приложение имеет простой и минималистичный интерфейс. (Дизайн)

	<p>“Я пользовался заметками в телефоне. Старомодно, но меня устраивает.”</p> <p>“Ручка и клочок бумаги, заметки в телефоне, чат с самим собой в телеграмме.”</p> <p>“... заметки на телефоне - наше всё.”</p> <p>“Чаще делал заметки в избранных сообщениях мессенджера.”</p>	
10	<p>“Минус, что в них нельзя настроить внешний вид приложения.”</p>	В приложении есть настройка внешнего вида. (Дизайн)
11	<p>“... что-то точно забуду или просто не замечу.”</p> <p>“[Сложно] учесть все продукты, так как закупаемся на неделю, покупок обычно много набирается.”</p> <p>“Часто полагаюсь на память.”</p> <p>“[Сложно] вспомнить про мелочи, специи, бытовые расходники, которые часто заканчиваются.”</p> <p>“... пытался составлять списки, но долго не продержался.”</p> <p>“... начинается "мозговой штурм" с нуля, что, естественно, может занять некоторое время.”</p> <p>“Не всегда держишь в голове то количество, которое осталось у тебя дома, и можно купить слишком много ...”</p> <p>“... есть человеческий фактор, и можно что-то пропустить, не добавить парный или похожий продукт.”</p> <p>“Не удобно то, что забываю о том, что продукт испортился, или просто закончился.”</p> <p>“В приложениях доставки продуктов ... предлагаются продукты из прошлых покупок. Это помогает ничего не забывать.”</p> <p>“... дома могут возникать лишние продукты, которые были уже куплены ранее.”</p> <p>“... единственная сложность — это заранее решить, что именно нужно купить ...”</p> <p>“Иногда я не помню, есть ли дома определённый продукт, особенно если он используется нечасто. В таких случаях беру его на всякий случай.”</p>	Приложение собирает и анализирует историю покупок пользователя и предлагает готовый список продуктов. (Список)
12	<p>“... возможность просто продублировать историю, вместо того, чтобы составлять список, была бы удобной.”</p>	В приложении есть возможность продублировать уже ранее

		составленный список продуктов. (Список)
13	<p>“... если попался какой-то особенно вкусный продукт, упаковку которого я уже выкинула и не помню точно, как он назывался.”</p> <p>“... история покупок позволила бы лучше отслеживать спонтанные покупки ...”</p>	Приложение хранит историю покупок пользователя. (Список)

КПВ	Важность КПВ по 5-балл. шкале:										СР
	Винтер Мария	Дмитрук Вера	Лохов Николай	Подгорный Иван	Василий Антонов	Лариса Иванова	Ганбат Амаржаргал	Зырянов Иван	Олеся Пальчунова	Иванов Дмитрий	
Список	5	5	5	5	5	3	5	3	5	4	4,5
Уведомление	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3,7
Связь между пользователями	4	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2,6
Внешние интеграции	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2,7
Экономический аспект	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5	3,7
Дизайн	2	5	3	3	4	3	4	5	5	3	3,7

## 2. Технические требования

- 1) Внешние интеграции: найти наиболее часто используемый сервис или сервисы для доставки продуктов, и иметь интеграцию с таковыми.
- 2) Продукт должен поддерживать возможность делиться информацией о покупках среди узкого числа лиц (до 8-20 максимум, и в среднем 2-5).
- 3) Продукт должен учитывать актуальность праздников, и должно рекомендовать/указывать продукты заранее - настолько, насколько пользователю хватит времени подготовиться к нему, в среднем для простой покупки на праздник - 1-2 недели; для организации небольшого мероприятия 2-4 недели.
- 4) Продукт должен иметь возможность сохранять рецепты - наборы, состоящие из 3-10(в среднем) продуктов.
- 5) Продукт должен уведомлять заранее о том, что скоро истечет срок годности продукта. И необходимо как минимум так, чтобы были маловероятны случаи, что пользователь сходил дважды в магазин, и ему не было рекомендовано купить просочившийся ещё до первой покупки продукт. А также, наш продукт, должен уведомлять о возможной просрочке продукта ещё до её наступления, а ближайшая покупка пользователя этого продукта была близка к дате просрочки.
- 6) Продукт должен отслеживать статистику покупок, а именно иметь отображение: на какие продукты сколько было потрачено. Данная статистика не обязательно должна быть быстро-формирующийся. Должна иметь определенную форму группировку, но не сложную. Она должна быть понятна пользователю, т.к. его желание - посмотреть, а не детально проанализировать.
- 7) Продукт должен иметь возможность ограничивать какие-либо покупки. Т.е. возьмем статистику сколько в среднем покупают тот или иной продукт люди, и/или возьмем статистику сколько данного продукта необходимо/достаточно использовать/съедать человеку. И продукт не должен в среднем рекомендовать/предлагать делать покупки превышающие максимум, не должен смещать значительно от средних показателей по норме. Или иметь возможность упоминать это, указывать.
- 8) Наш продукт/сервис должен не уступать (значительно не уступать) уровню заметок / стикеров в категории списка продуктов.  
Т.е. быть быстро доступным - бумажку с карандашом люди ищут в доме в среднем 5-10 секунд, открывают заметки в телефонах за 2-5 секунд, поэтому продукт должен быть в худшем случае - в 10-15 секундах доступности для записи, в идеальном - в течение 1-4 секунд. Запись на бумажку или печатание в записки одного продукта занимает (если учитывать статистику, что в среднем 15-25 слов в минуту) 2-3 секунды, поэтому при уже доступном нашем решении, оно должно предоставлять возможность записи продуктов не менее чем за 4 секунды, а желательно за 1-2 секунды, если пользователь знает какой продукт он хочет купить. Цифровой продукт/сервис, должен быть таким же простым, т.е. не должно быть произведено значительно больше (в 2-3 и больше раз) кликов / операций / переходов чем в приложениях для заметок.

9) Решение должно способствовать составлению списка продуктов. Т.е. пользователь с особыми функциями/рекомендациями нашего сервиса должен быстрее составлять список покупок, быстрее и чаще вспоминать вещи которые следует купить. Быстрее и чаще - чем без данных функций. На основе статистики, или какого либо тестирования (АБ-тестирования например). Решение должно в среднем рекомендовать продуктов больше, чем пользователь хочет / думает купить на момент составления списка покупок, или на момент перед покупкой.

10) В решение, необходимо иметь возможность обращаться к истории покупок: создать копию какой-либо из недавних покупок (1-6 последних покупок для обычных случаев), или добавить в список товары из последних покупок. Но также решение должно хранить данные о давних покупках, чтобы порекомендовать забытый товар (больше 1 месяца и иногда больше 1 года), но и не сильно часто, реже чем актуальные регулярные товары.

### 3. Описание концепции продукта

В современном мире покупки стали неотъемлемой частью жизни, и с увеличением ассортимента товаров усложнились процессы управления потребностями. Приложение "Grocery Senpai" создано для того, чтобы организовать и упростить процесс повседневных покупок, превратив его в максимально удобную и эффективную рутину.

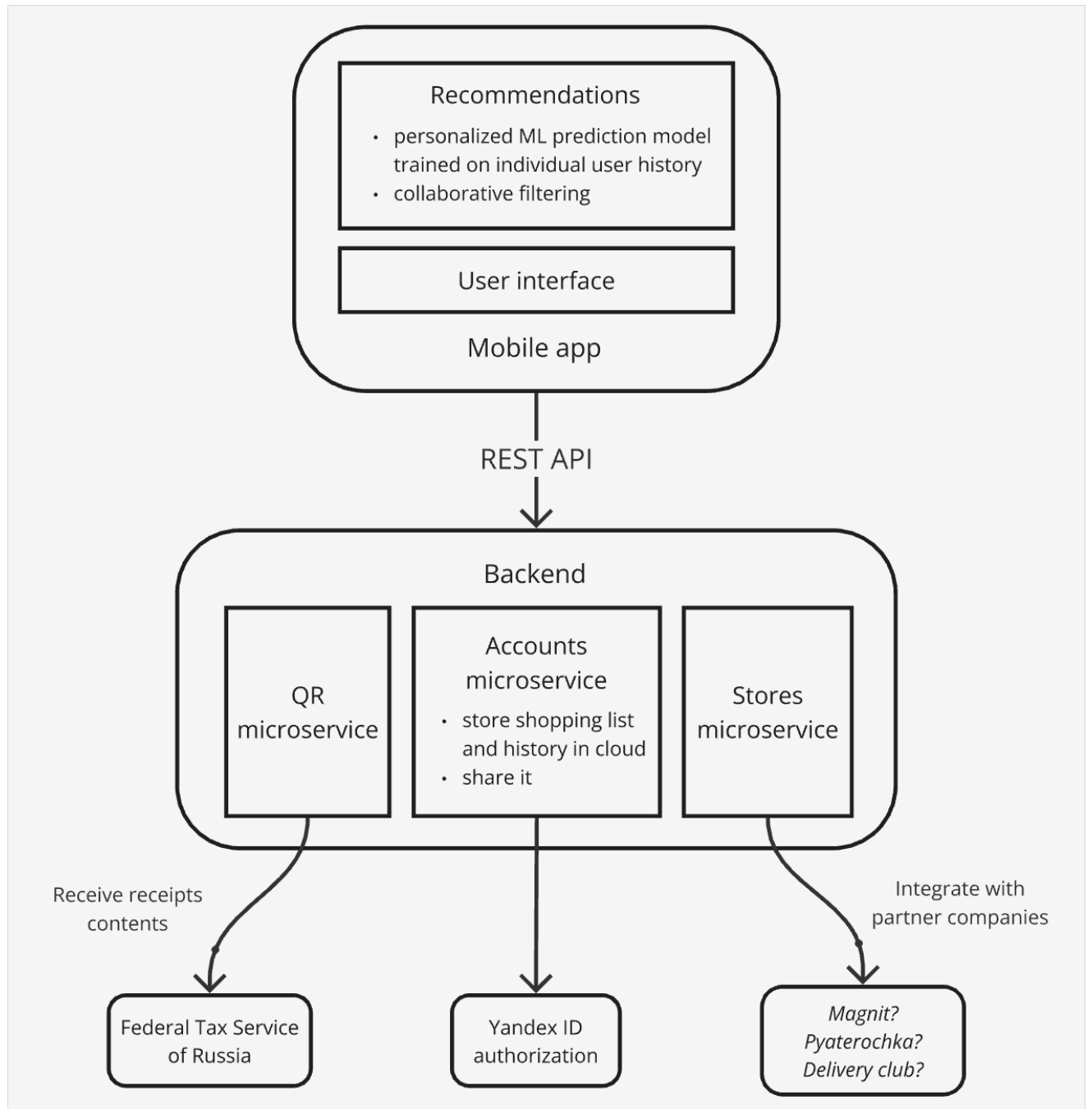
Основной функционал приложения основан на идее персонализированного списка продуктов, который позволяет пользователям легко добавлять, редактировать или удалять позиции, а также отмечать купленные товары. Этот виртуальный список продуктов имитирует удобство бумажного списка, не теряя его практичности и предоставляя дополнительные возможности.

Уникальной чертой "Grocery Senpai" является рекомендательный функционал. На основе анализа временных рядов покупок приложение предоставляет персонализированные рекомендации, которые помогают пользователю не забыть о важных приобретениях. Эти рекомендации ранжируются по важности и актуальности, что значительно упрощает выбор товаров.

Приложение также может работать с QR-кодами, считывая их с чеков и добавляя данные о покупках в историю пользователя. Это позволяет автоматизировать процесс ведения учёта покупок, делая его более точным и менее трудоёмким.

Целевая аудитория приложения включает пользователей от 16 лет и старше, и особое внимание уделяется интуитивно понятному интерфейсу и адаптации под мобильные устройства, поддерживающие iOS и Android. Язык приложения — русский, что делает его доступным для широкого круга пользователей в России и странах СНГ. Таким образом, "Grocery Senpai" — это инновационное решение, которое оптимизирует процесс покупок, предоставляя простоту использования и гибкость при высоком уровне персонализации.

#### 4. Архитектура продукта





## 5. MVP

В качестве MVP будет представлена демонстрационная версия мобильного приложения, в которой будет минимальный набор ключевых функций: составление списка покупок и рекомендация товаров на основе предыдущих покупок. Это позволит пользователям протестировать основные возможности приложения и оценить его полезность.

Для MVP будем проверять гипотезы:

- не менее 10% пользователей будет минимум раз в неделю составлять список покупок;
- не менее 15% продуктов, добавленных в список, будут выбраны через рекомендательную систему, а не вписаны вручную.

Результаты помогут понять заинтересованность целевой аудитории в нашем приложении, понять частоту использования списка покупок, а также эффективность и полезность функции рекомендации покупок.