**Описание модели Archimate**

Наша выбранная компания – фитнес-клуб.

**Мы выделили 3 области:**

1. Управление клиентами (здесь также было выделено 3 подобласти: запись, отчетность и хранение)
2. Управление тренерами
3. Управление партнерами

**Содержание**

1. Contents

[Ответственные 1](#_Toc212243388)

[Модель мотивации 1](#_Toc212243389)

[Область 1 – управление клиентами 3](#_Toc212243390)

[Бизнес-слой 3](#_Toc212243391)

# Ответственные

1. Модель мотивации – Александра Пономарева и Сергей Емельянов
2. Модели управления клиентами (все уровни, as is и to be) – Александра Пономарева и Сергей Емельянов
3. Модели управления тренерами (все уровни, as is и to be) – Валентина Пластинина и Мария Кодзаева
4. Модели управления партнерами (все уровни, as is и to be) – Максим Рябинский и Евгений Шмат
5. Модели перехода (для всех областей) – Тимур Ермаков

# Модель мотивации

Модель отражает мотивационные аспекты цифровой трансформации фитнес-клуба. Она показывает взаимосвязи между стратегическими целями, драйверами изменений, заинтересованными сторонами, ключевыми показателями, ожидаемыми результатами и функциональными требованиями. Основная цель — обеспечение конкурентного преимущества за счёт цифровизации сервисов и повышения эффективности бизнес-процессов.

Ключевые элементы модели

1. Заинтересованные стороны (Stakeholders)

* Клиенты фитнес-клуба — конечные пользователи цифровых сервисов.
* Руководство клуба — отвечает за стратегические решения и развитие бизнеса.
* Персонал клуба — использует внутренние инструменты обслуживания.
* IT-отдел — реализует и поддерживает цифровые решения.
* Инвесторы — заинтересованы в росте прибыли.
* Регуляторы — формируют требования к безопасности и отчётности.

2. Драйверы (Drivers)

* Рост конкуренции на рынке.
* Падение клиентской лояльности.
* Требования регуляторов.
* Отсутствие аналитики и устаревшие процессы.

Эти факторы стимулируют организацию к цифровой трансформации и повышению эффективности обслуживания клиентов.

3. Цели (Goals)

* Рост выручки на 30%.
* Рост числа клиентов на 25%.
* Повышение лояльности клиентов.
* Снижение времени обслуживания в 3 раза.
* Обеспечение конкурентного преимущества.

4. Исходное состояние (Assessment AS-IS)

* Новая клиентская база формируется медленно (60%).
* Высокое время обработки заявок (10 мин).
* Частые ошибки в ручных процессах.

5. Целевое состояние (TO-BE) и показатели

* Ошибок менее 2%.
* Время обработки заявки — не более 2 минут.
* Уровень удовлетворенности клиентов — 90%.

6. Ожидаемые результаты (Outcomes)

* Снижение стоимости обслуживания.
* Повышение производительности сотрудников.
* Прозрачность бизнес-процессов.
* Минимизация ошибок.

7. Архитектурные принципы

* Масштабируемость решений.
* Интеграция с внешними системами
* Использование CRM-системы.
* Доступность аналитических данных для руководства.

8. Функциональные требования

* Онлайн-запись 24/7.
* Мобильное приложение для клиентов.
* Автоматизация учёта посещений
* Отчётность и аналитика для руководства.
* API для интеграции с платёжными системами.

9. Ограничения проекта

* Бюджет: до 5 млн руб.
* Срок реализации: 12 месяцев.
* Обучение персонала — до 2 недель.

10. Ценности для бизнеса

* Удобство для клиента.
* Экономия времени.
* Рост прибыли.
* Упрощение работы персонала.

# Область 1 – управление клиентами

## Бизнес-слой

Бизнес-слой модели описывает структуру и логику функционирования фитнес-клуба, включая участников, основные процессы и взаимосвязи между ними. Цель модели — отразить, как бизнес-операции реализуют ценностные предложения для клиентов и обеспечивают выполнение стратегических целей, связанных с цифровизацией и повышением эффективности.

Обе модели (AS-IS и TO-BE) построены вокруг трёх ключевых бизнес-областей:

1. Запись клиентов (Booking)

2. Хранение и управление данными (Storage / Management)

3. Отчётность и аналитика (Reporting)

🟡 **Текущее состояние (AS-IS): Бизнес-слой фитнес-клуба**

Модель текущего состояния отражает, как бизнес-процессы фитнес-клуба функционируют до цифровой трансформации.

Главная особенность — высокая доля ручных операций, низкая интеграция между процессами и отсутствие централизованного управления данными.

Все функции распределены между администраторами, тренерами и менеджерами, при этом клиент вовлечён только в офлайн-взаимодействие.

1. Область “Запись клиентов”

Основные участники: Клиент, Администратор, Front Desk

Описание процессов:

* Запись клиента осуществляется вручную через администратора или стойку регистрации.
* Проверка доступных слотов и формирование расписания выполняются сотрудником.
* При изменениях расписания требуется ручное уведомление клиентов.

2. Область “Хранение и управление данными”

Основные участники: Тренеры, Администраторы, Менеджеры.

Описание процессов:

* Учёт посещений ведётся в журналах
* Информация о клиентах и абонементах хранится в разных источниках (Excel, CRM, касса).
* Изменения в расписании и регистрация клиентов требуют участия нескольких сотрудников.

3. Область “Отчётность и аналитика”

Основные участники: Менеджеры, Финансовый отдел, Руководство клуба.

Описание процессов:

* Формирование отчётов выполняется вручную.
* Данные собираются из разных систем и журналов.
* Отчётность предоставляется с задержками, аналитика минимальна.

Итог по текущему состоянию:

Модель AS-IS показывает, что бизнес-процессы фитнес-клуба сильно зависят от человеческого фактора, разрозненных источников данных и неэффективных коммуникаций.

Это снижает скорость обслуживания, увеличивает затраты и ограничивает управляемость бизнеса.

🟢 **Будущее состояние (TO-BE): Цифровизированный бизнес-слой фитнес-клуба**

Модель будущего состояния демонстрирует переход к цифрово интегрированной архитектуре, где ключевые операции автоматизированы, а данные централизованы.

Основная цель — создание бесшовного клиентского опыта и автоматизация бизнес-операций через мобильные и онлайн-каналы.

1. Область “Запись клиентов” (Booking)

Ключевые изменения:

* Запись клиента теперь выполняется через мобильное приложение и чат-бота.
* Клиент самостоятельно выбирает тренера, зал и время, а система автоматически проверяет доступность.
* Администратор выполняет только контрольные и корректирующие действия.
* Автоматические уведомления информируют клиентов о подтверждении или изменении записи.

2. Область “Хранение и управление данными” (Storage / Management)

Ключевые изменения:

* Внедрена централизованная система управления данными: все записи, абонементы и посещения хранятся в едином цифровом пространстве.
* Автоматизация процессов управления расписанием:
  + Сбор расписаний тренеров
  + Синхронизация с записями клиентов
  + Разрешение конфликтов расписания
* Учёт посещений полностью цифровизирован (через электронные карты, QR-коды или интеграцию с CRM).

3. Область “Отчётность и аналитика” (Reporting & Analytics)

Ключевые изменения:

* Автоматическое формирование отчётов: система самостоятельно агрегирует данные о посещениях, продажах, оплатах и загруженности залов.
* Финансовый отдел и руководство получают актуальные дашборды с ключевыми показателями.
* Запросы на отчёты выполняются в режиме реального времени.
* Устранены ручные операции при формировании отчётности.

**Общий эффект трансформации**

📲 Клиент получает единый цифровой канал взаимодействия.

⚙️ Персонал освобождается от рутинных задач.

💾 Данные становятся единым и достоверным источником.

📊 Руководство получает прозрачную аналитику и отчётность.

💡 Организация переходит от ручного управления к автоматизированной цифровой экосистеме.