

## Цель:

изучить целевую аудиторию и разработать макет.

## Сайт воздушных шаров

### Целевая аудитория:

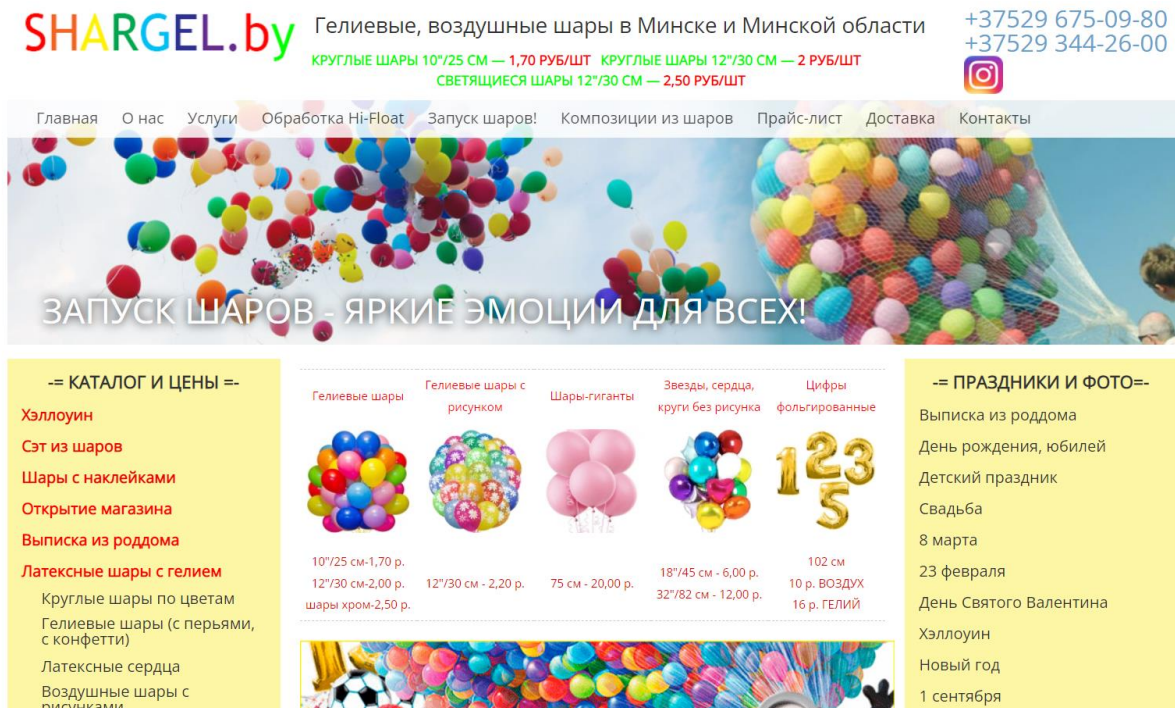
- **What?** Воздушные шары
- **Who?** Любой человек, который хочет купить воздушные шарики
- **Why?** Наш потребитель руководствуется тем, что хочет купить воздушные шарики
- **When?** Время года и время суток не имеет значения, т.к. воздушные шарики могут радовать вас всегда
- **Where?** Продажа производится онлайн

Для выявления целевой аудитории, была использована карта стейкхолдеров.

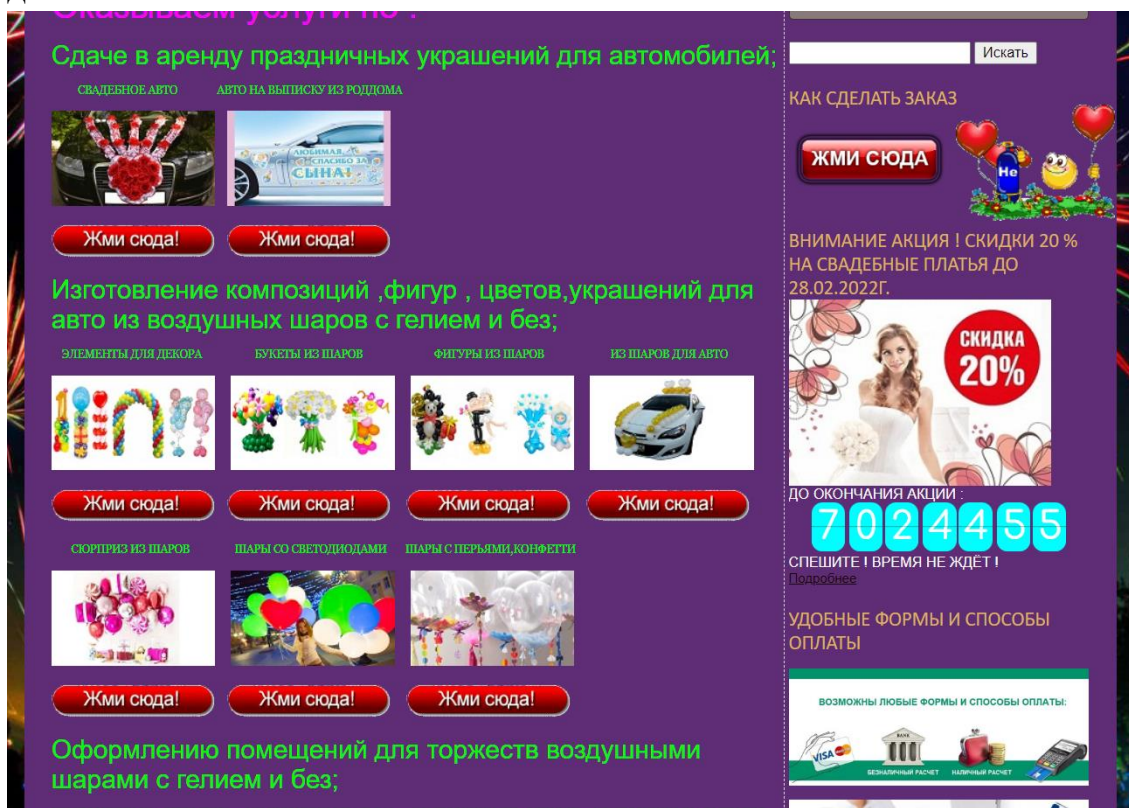


## Проанализируем недостатки конкурентов:

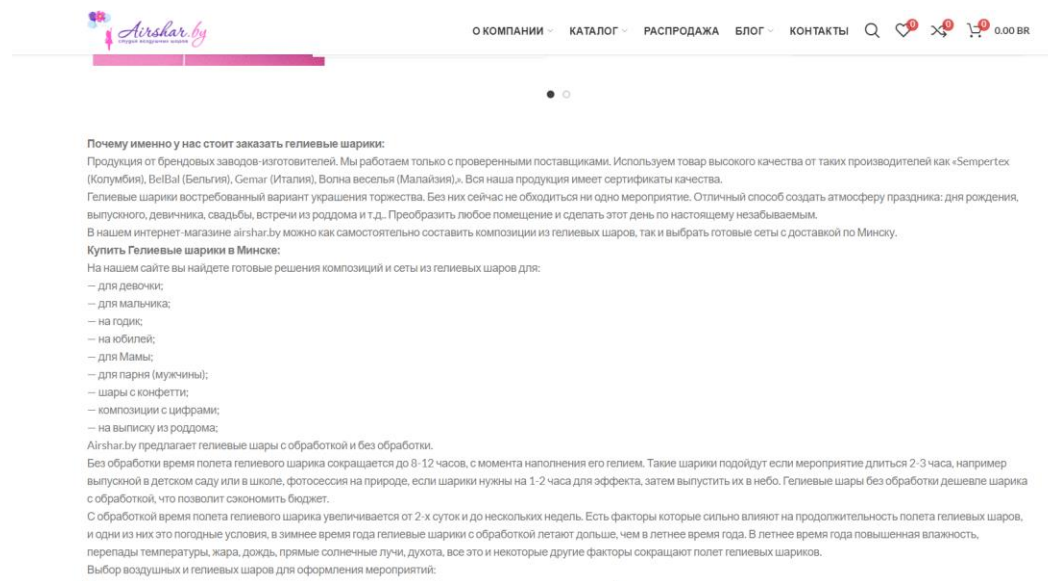
1. <http://shargel.by/> – магазин гелиевых воздушных шаров . Главным недостатком является раздражающий глаза и психику дизайн.



2. <http://good-shop.by/2612> - магазин по изготовлению композиций, фигур и украшений из воздушных шаров. Главным недостатком является устаревший и раздражающий глаза и психику дизайн.



3. <https://airshar.by/> - студия воздушных шаров. Недостатком является маленький размер текста и его структурирование на странице, из-за этого текст плохо читается и кажется сумбурным.



## Пользовательские истории:

1. Как любитель воздушных шаров я хочу купить их, чтобы улучшить свое настроение.
2. Как подрядчик я хочу купить композицию из воздушных шаров, чтобы удовлетворить потребность заказчика.
3. Как студент я хочу купить воздушные шары для какого-то мероприятия.
4. Как импульсивный покупатель я хочу купить воздушные шары, потому что они мне понравились, и я их хочу.
5. Как человек, который хочет сделать сюрприз для кого-то, я куплю воздушные шары, потому что весело и красиво.

## Преимущества:

- удобный интерфейс
- читабельный текст
- отсутствие ненужной информации
- возможность просмотреть варианты композиций
- возможность выбора по категориям

## Макет:

<https://www.figma.com/file/2RD4wuL6WIYab02vnUab6R/COLIBRI?node-id=0%3A1>

