Who (кто). Кто решает, покупать или нет? Абитуриент или выпускник (учебного заведения)

Why (почему). Какие факторы влияют на выбор? Насколько приятен интерфейс визуально, его отзывчивость, полнота предоставляемой информации. Возможность экспортировать информацию любым из доступных способов (PDF/WORD/Email). Минимальное количество рекламы. Полный доступ к функционалу сервиса совершенно бесплатно. Никакой регистрации не требуется. Наш сервис должен быть представлен в соц.сетях.

When (когда). Когда возникает необходимость или желание купить продукт? При решении вопроса о том, куда, на кого и на каких условиях поступать.

Where (где). Где аудитория покупает продукт? Абитуриент может воспользоваться нашими услугами совершенно бесплатно прямо на сайте.

4. Путь пользователя

- какая проблема возникает у человека? Проблема заключается в том, что нужно определиться с колледжем, где больше всего шансов поступить и все это нужно сделать за достаточно короткий срок

- какая появляется цель? Отыскать несколько колледжей, куда шансов поступить больше всего за короткий срок, подать документы

- какие формируются ожидания? Ожидания предполагают то, что удастся найти престижный колледж с реальными шансами на поступления и полной информацией о нем

- откуда человек берет информацию о продукте? Абитуриент узнает о нас из соц.сетей или по сарафанному радио

- как он ее обдумывает? Я считаю так:

1. Будущий студент ничего не потеряет от попытки воспользоваться сервисом

2. мы предоставляем достаточно много информации о каждом колледже и предоставляем возможность экспортировать ее в различных формах

3. веб интерфейс визуально приятный, что повлечет за собой желание пользователя воспользоваться сервисом