

**Отчёт об обследовании**  
**для магазина стройматериалов и товаров**  
**для дома «Переделкино»**

Исполнитель: Овчинникова Елизавета

Ноябрь 2024

# Содержание

Введение.....	2
Основная часть.....	3

# Введение

## Система, в рамках которой провели обследование

Обследован сайт магазина по продаже товаров для ремонта и уюта “Переделкино”, через который ведутся онлайн продажи.

## Цель обследования

Выявить причины низкой популярности использования сайта для оформления заказов среди пользователей. Также выявить другие недостатки действующего сайта и определить способы его модернизации.

## Методы обследования

- 1. Проведение интервью с заказчиком;
- 2. Анализ документации;
- 3. Наблюдение за действиями пользователя на сайте;
- 4. Анализ действующего сайта.

## Источники информации

Во время обследования использовались источники информации:

- 1. Аудио запись интервью с заказчиком;
- 2. Действующий сайт магазина “Переделкино”;
- 3. Список сотрудников магазина “Переделкино”;
- 4. Таблица с тарифами на доставку и дополнительные услуги;
- 5. Выгрузка с данными, которые клиенты указывали при оформлении заказа;
- 6. Таблица с ассортиментом магазина и категориями товаров;
- 7. Статистика посещения сайта;
- 8. Статистика продаж товаров с сайта;
- 9. Должностная инструкция для администраторов при работе с заказами с сайтов;
- 10. Список промокодов для проведения скидок.

## Глоссарий

В этом отчёте об обследовании применяют такие термины с соответствующими определениями, обозначения и сокращения:

№ п/п	Термин или сокращение	Определение
1.	Магазин	магазин товаров для ремонта и уюта “Переделкино”
2.	Сайт	сайт магазина “Переделкино”
3.	Промо-код	код, указанный на сайте и дающий скидку на онлайн заказ

# Основная часть

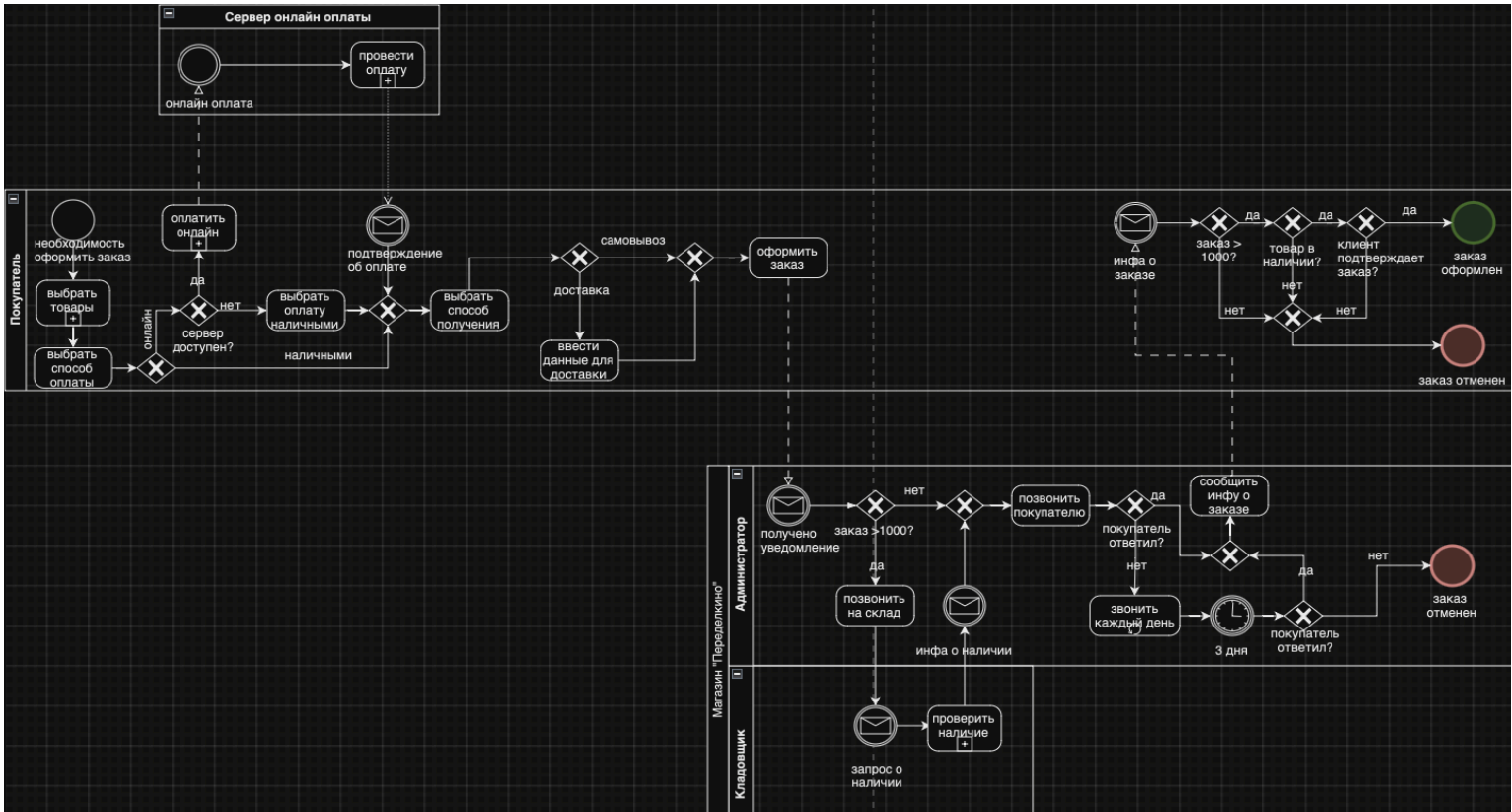
## Текущее состояние системы AS IS

В рамках процесса оформления заказа на сайте магазина “Переделкино” пользователь совершает следующие основные действия:

- 1. Выбирает товар из каталога на сайте магазина;
- 2. Добавляет выбранный товар в корзину;
- 3. Указывает необходимое количество товара;
- 4. Переходит к оплате, вводит необходимые данные, выбирает способ оплаты;
- 5. В случае выбора оплаты по карте, проводит оплату онлайн;

- 6. Оформляет заказ;
- 7. Получает звонок от администратора, который подтверждает либо отклоняет заказ.

Ссылка на модель AS IS-процесса в нотации BPMN: <https://disk.yandex.ru/d/FIkawOJAoauMHg>



Точки роста

Для определения точек роста в текущем процессе оформления заказа на сайте, была спроектирована CJM с описанием всего клиентского пути и барьеров на каждом из его этапов.

Ссылка на CJM: [https://miro.com/app/board/uXjVLdEnems=?share\\_link\\_id=670924059892](https://miro.com/app/board/uXjVLdEnems=?share_link_id=670924059892)

**Людмила, 35 лет**  
хочет обновить интерьер в квартире, не любит ходить по магазинам, предпочитает покупать товары онлайн. При заказе товара ей необходимо, чтобы тяжелые или крупногабаритные предметы привозили ей домой. Также нуждается в помощи со сборкой мебели. Редко пользуется наличными, ей удобнее платить картой или переводом.

Этапы	Начальное взаимодействие с сайтом	Выбор товара	Оформление заказа	Оплата и доставка
Цель	Без труда найти нужный раздел и всю необходимую информацию	Выбрать подходящий товар	Оформить заказ	Оплатить товар удобным способом и выбрать подходящий способ получения
Действия	Просмотреть различные страницы сайта, выбрать языка	Просмотреть товары в каталоге, добавить понравившиеся в корзину	Установить необходимое кол-во товаров, перейти из корзины на страницу оформления заказа	Ввести все необходимые данные
Точки контакта	Главная страница, чат поддержки, каталог	Главная страница, каталог, корзина	Корзина, страница оформления заказа	Страница оформления заказа, страница оплаты
Эмоции	Привлекательный и в целом удобный интерфейс 😊	Заинтересован, но испытывает сложности 😐	Типовая страница, не вызывает эмоций 😐	Раздражен, испытывает непонимание 😞
Барьеры	Отсутствует информация о помощи со сборкой и других доп. услугах	Товары в каталоге недостаточно структурированы	Не всегда понятно в каком формате вводить данные в поля, недоступна онлайн оплата, невозможно воспользоваться скидкой	

В ходе обследования были выявлены следующие недостатки текущей системы:

1. Отсутствует поле для ввода промокода при оформлении заказа на сайте.
2. Функция онлайн оплаты зачастую бывает недоступна для пользователей.
3. В каталоге на сайте отсутствует деление товаров на виды внутри категорий, что усложняет поиск необходимого товара (пример: раздел мебель содержит такие виды товаров, как диваны, кровати и т.п.).
4. Отслеживание статуса доставки заказа только через звонок администратору - неудобное и не современное решение.
5. На сайте отсутствует раздел, где пользователь мог бы ознакомиться с правилами отмены/изменения заказа и другой подобной информацией.
6. Следующие процессы проводятся в ручную и замедляют/усложняют работу:
  - проверка соответствия заказа условиям доставки (доставка доступна только при заказе от 1000 р.);
  - отмена/изменение заказа;
  - подтверждение наличия товаров на складе;
  - обзвон покупателей для подтверждения заказа.
7. Оплата наличными при оформлении онлайн заказа с доставкой невыгодна для магазина.
8. Не контролируется корректность данных вводимых пользователями.
9. Календарь на главной странице не несет никакой практической выгоды.
10. Функциональность для выбора языка на сайте не удобна в использовании.
11. На сайте отсутствует информация о дополнительных услугах, предоставляемых магазином (сборка мебели, доставка по всей России и т.д.).