Лабораторная работа №2

Разработка макета сайта для продажи одежды.

1. ЦА

Целевая аудитория - это группа людей, объединенная общими признаками.

Для выделения ЦА рекомендуется использовать правило 5W: What? (Что?) - тип товара по конкретным свойствам: что именно вы предлагаете своим потребителям?

• Astoworlds. Дизайнерская верхняя одежда и аксессуары в стиле streetwear. Выпуск небольшими партиями (коллекциями)

Who? (Кто?) - тип потребителя по различным характеристикам: пол, возраст, социальный статус.

• Унисекс. Минские подростки, молодежь (15-25 лет). Учащиеся средней и старшей школы, университета. Большинство не работающие или имеющие временное место работы (подработку), интересующиеся современной реп-культурой и посещающие такие массовые мероприятия, как клубы, концерты.

Why? (Почему?) - чем руководствуется потребитель, приобретая тот или иной товар? Какую проблему решает товар или услуга?

• Потребитель получает ощущение принадлежности к группе по общим интересам, стилю и образу жизни. Руководствуется в основном визуальной составляющей продукта, приобретая одежду поддерживает местные музыкальные инициативы.

When? (Когда?) - в какое время совершается покупка? (Время суток, сезонность, праздники).

• Покупки совершаются в основном перед масштабными массовыми мероприятиями, такими как концерты, тусовки, клубы.

Where? (Где?) - где именно происходит покупка? (Место покупки: супермаркет, бутик или где-то еще).

• Онлайн, социальные сети (инстаграм)

2. Конкуренты

В качестве конкурентов рассмотрим несколько инстаграм-аккаунтов с аналогичными продуктами (у некоторых из них есть сайты).

- @lowlightsstudios lowlightsstudios.com
- @sangvinik.kyiv
- @generation.wear (+ группа в вк)

@pythia pythiaclothing.com
@eraworldwideclub eraworldwide.club

@oxaemia

@marcelomiracles marcelomiracles.store

Найденные недостатки:

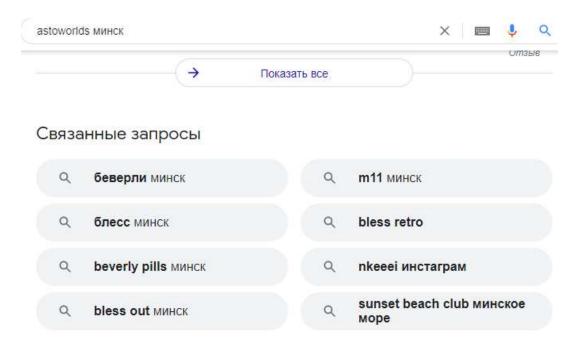
- 1. При входе на сайт сразу требуется регистрация
- 2. Отсутствие отзывов (реальные фото покупателей)
- 3. Отсутствие процесса изготовления (это важно для формирования доверия)
- 4. Не указаны цены (в инстаграме)
- 5. Не указана размерная сетка в см
- 6. Нет информации о составе и материалах

Достоинства:

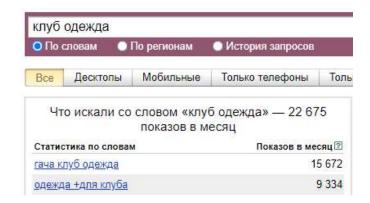
- 1. Есть фото изделия с разных сторон
- 2. Условия возврата товара
- 3. Информация о доставке
- 4. Если фото с моделью, указан размер на модели
- 5. Обратная связь при добавлении товара в корзину

3. Desk research

<u>Похожие запросы (теги):</u> одежда для скейтеров, названия клубов (bless, beverly pills) и популярных минских реп-исполнителей (nkeeei), известный российский дизайнер Marcelo Miracles. Ассоциации с мерчем и музыкальным альбомом реп-исполнителя Трэвиса Скотта (Astroworld).







4. Выводы

- Исходя из анализа ЦА, покупатель уделяет внимание больше эстетике и атмосфере продукции, чем качеству (fast fashion). При создании сайта важно вызвать доверие и продать эту самую атмосферу и принадлежность к группе.
- Анализ конкурентов позволил выяснить ключевые моменты, на которые следует обратить внимание при проектировании информационной архитектуры. Осталось выяснить MVP и бюджет для дальнейшей работы.
- По результатам поисков в интернете можно сделать вывод, что сайт должен отражать экстравагантность одежды, реп-культуру, быть ярким, дерзким и запоминающимся, создавать атмосферу провокации и развлечения. Т.к. запросы на покупку подобной одежды узконаправлены и не имеют широкого распространения в браузерах, полученная информация недостаточно релевантна и лучше ссылаться на анализ конкурентов в соц. сетях.
- **5.** Сформулировать целевое действие пользователя сайта (цель сайта) и надпись на СТАкнопке (**Call to Action** кнопка с призывом выполнить целевое действие).
 - Купить (положить в корзину)



- **6.** Сочинить не менее 5 пользовательских историй (user story), соответствующие модели следующей схеме: "Как, , я , ".
 - Как покупатель, я хочу просмотреть фото-отзывы, чтобы понимать, как вещь выглядит в реальности.
 - Как покупатель, я хочу знать о материалах и составе продукции, чтобы понимать, подходит ли это мне по качеству.

- Как покупатель, я хочу посмотреть процесс изготовления, чтобы убедиться, что одежда дизайнерская, а не из Китая.
- Как покупатель, я хочу иметь возможность редактировать содержимое корзины, чтобы быстро и удобно делать выбор.
- Как покупатель, я хочу знать информацию об оплате, доставке и возврате, чтобы оценить предлагаемые условия.
- Как покупатель, я хочу иметь возможность связаться с магазином, чтобы получить консультацию при необходимости.
- 7. Сформулировать не менее трех ключевых преимуществ разрабатываемого Вами сайта ("best-at") на основе результатов мозгового штурма с его потенциальными пользователями.
 - Достоверность фото-отзывов с контактами модели и размером одежды
 В фото-отзывах указан размер вещи на модели, а также указан ник модели в инстаграме, чтобы потенциальный покупатель убедился в достоверности и при необходимости мог спросить совета. Это дополнительный пиар для покупателей, если он разрешит использовать своё фото на сайте.
 - Простая навигация
 Т.к. сайт разработан для небольшой капсулы вещей, здесь нет поиска или фильтров, если продукт распродан, он отображается в конце списка.
 - *Отсылка на следующий релиз* На главном экране есть отсылка к следующему релизу, есть вырезки будущих принтов.
- **8.** Создать макет дизайна веб-сайта (главной страницы и одной из страниц, либо одностраничный (не менее 5 секций)) в figma. Скриншот макета и ссылку на файл обязательно отметить в отчете.

Ссылка на макет в фигме:

https://www.figma.com/file/8Sn5cfj9FTIQsWkfniQoUi/%D0%A3%D0%BD%D0%B8%D0%BA?node-id=0%3A1



ABOUT US



Young growing streetstyle clothing brand with own production in Minsk.

We are a team of guys who design and manufacture ${\bf outerwear}$ and ${\bf bags}$ inspired by contemporary musical culture.

We make clothes for energetic and stylish guys who are on the same wavelength with us.

Collaboration with young aspiring artists allows you to create a community with its own atmosphere, show that you are in the party theme and support your guys.

The use of modern technologies and materials allows us to make not only bright and colorful, but also high-quality products. In order to be noticed for sure, we focus on the contrast of colors, original prints, use glitter and rhinestones.





0



Be with us and you will always stand out from the crowd.

Team ASTO

PROCESS

We carefully monitor the quality of materials and the correctness of manufacturing processes, because reputation is important to us.











HOW PRINTS ARE MADE

FEEDBACK





MODEL

PRODUCT













TERMS



Worldwide shipping by post (free for orders over \$50)

Pick-up in Minsk, Partizanskaya metro station

Payment Policy



If you choose mail delivery, then you must pay by card online. If you want to pick-up the parcel, then you can choose to pay by card online or in cash upon receipt.

When delivering by mail, you first pay the cost of the order online, and then when you receive the order by mail, you pay for the shipment (if your order is less than \$50).

Payment is made in the national currency or at the current exchange rate.

Refund Policy



We have a 14-day return policy after receiving your item to request a return.

To be eligible for a return, your item must be in the same condition that you received it, unworn or unused, with tags, and in its original packaging. You'll also need the receipt or proof of purchase.

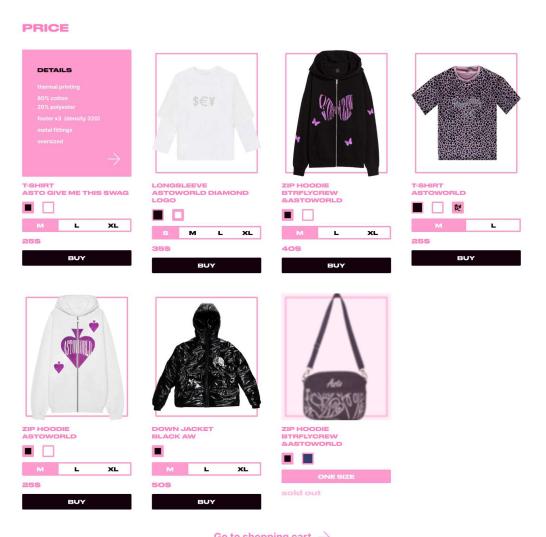
Please inspect your order upon reception and contact us immediately if the item is defective, damaged or if you receive the wrong item so that we can evaluate the issue and make it right.

Exchanges

The fastest way to ensure you get what you want is to return the item you have, and once the return is accepted, make a separate purchase for the new item.

We will notify you once we've received and inspected your return, and let you know if the refund was approved or not. If approved, you'll be automatically refunded on your original payment method.

Team ASTO



Go to shopping cart $\, \rightarrow \,$



