Спецификации прецедентов

1. Спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Подача заявки на разработку рекламной кампании |
| **Краткое описание** | Клиент подает заявку на разработку рекламной кампании, указывая основные требования и предпочтения. |
| **Действующие лица** | Клиент |
| **Предусловия** | Клиент зарегистрирован в системе. |
| **Основной поток** | 1. Клиент входит в систему.  2. Клиент выбирает опцию для подачи новой заявки.  3. Клиент заполняет форму заявки, указывая требования и предпочтения.  A1. Не правильное заполнение формы  4. Система регистрирует заявку и назначает менеджера проектов.  5. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | A1. Не правильное заполнение формы  1. Система выводит сообщение «Неправильно заполненная форма».  2. Пользователь подтверждает просмотр сообщения.  3. Поток возвращается на 2 этап основного потока. |
| **Постусловие** | Заявка на разработку рекламной кампании зарегистрирована в системе. |

2. Спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Обсуждение требований и пожеланий к кампании |
| **Краткое описание** | Менеджер проектов обсуждает с клиентом все детали предстоящей рекламной кампании для уточнения требований и пожеланий. |
| **Действующие лица** | Клиент, Менеджер проектов |
| **Предусловия** | Заявка на разработку рекламной кампании подана. |
| **Основной поток** | 1. Менеджер проектов связывается с клиентом.  2. Проводится встреча (возможно, виртуальная) для обсуждения деталей проекта.  3. Менеджер проектов уточняет все требования и пожелания клиента.  4. Информация фиксируется для дальнейшей работы.  5. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | Не применим. |
| **Постусловие** | Требования и пожелания клиента к рекламной кампании ясны и зафиксированы. |

3. Спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Утверждение рекламных материалов |
| **Краткое описание** | Клиент рассматривает и утверждает предложенные рекламные материалы, разработанные командой. |
| **Действующие лица** | Клиент, Менеджер проектов |
| **Предусловия** | Рекламные материалы разработаны и представлены клиенту. |
| **Основной поток** | 1. Менеджер проектов предоставляет клиенту доступ к рекламным материалам.  2. Клиент ознакомляется с материалами и дает обратную связь.  А1. Клиент требует изменений в рекламных материалах.  4. Клиент утверждает финальные версии рекламных материалов.  5. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | A1. Клиент требует изменений в рекламных материалах.  1. Менеджер проектов организует внесение требуемых изменений.  2. Измененные материалы повторно представляются клиенту.  3. Поток возвращается к шагу 2 основного потока. |
| **Постусловие** | Рекламные материалы утверждены и готовы к распространению. |

4 спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Мониторинг выполнения проекта |
| **Краткое описание** | Менеджер проектов отслеживает выполнение всех этапов рекламной кампании, чтобы обеспечить соблюдение сроков и качества. |
| **Действующие лица** | Менеджер проектов |
| **Предусловия** | Рекламная кампания находится в процессе реализации. |
| **Основной поток** | 1. Менеджер проектов регулярно проверяет статус каждой задачи в рамках проекта.  2. Менеджер проектов общается с командой исполнителей для уточнения деталей выполнения задач.  3. При необходимости вносятся корректировки в план проекта.  4. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | Не применим. |
| **Постусловие** | Проект контролируется на всех этапах, обеспечивая его успешное выполнение. |

5 спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Внесение изменений по запросу клиента |
| **Краткое описание** | Клиент может запросить изменения в уже утвержденных рекламных материалах или плане кампании. |
| **Действующие лица** | Клиент, Менеджер проектов |
| **Предусловия** | Рекламные материалы или план кампании утверждены, но еще не реализованы полностью. |
| **Основной поток** | 1. Клиент отправляет запрос на изменение.  2. Менеджер проектов оценивает возможность и последствия внесения изменений.  A1. Изменения невозможно внести без значительного увеличения бюджета или времени.  А2. Клиент не может увеличить бюджет или время.  3. Менеджер проектов координирует внесение изменений с командой.  4. Измененные материалы или план предоставляются клиенту на утверждение.  5. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | A1. Изменения невозможно внести без значительного увеличения бюджета или времени.  1. Менеджер проектов информирует клиента о возможных последствиях.  2. Если клиент согласен, процесс продолжается по основному потоку.  А2. Клиент не может увеличить бюджет или время.  1. Прецедент завершается. |
| **Постусловие** | Внесенные изменения утверждены клиентом и реализованы в проекте. |

6 спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Планирование рекламной кампании |
| **Краткое описание** | Менеджер проектов разрабатывает детальный план рекламной кампании, включая выбор каналов, бюджет и график запуска. |
| **Действующие лица** | Менеджер проектов |
| **Предусловия** | Рекламный концепт утвержден клиентом. |
| **Основной поток** | 1. Менеджер проектов определяет цели кампании.  2. Выбираются каналы распространения.  3. Разрабатывается бюджет.  4. Составляется график реализации кампании.  5. План предоставляется клиенту на утверждение.  6. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | Не применим. |
| **Постусловие** | Разработанный план рекламной кампании утвержден и готов к реализации. |

7 спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Разработка рекламного концепта |
| **Краткое описание** | Менеджер проектов и команда специалистов разрабатывают концептуальную основу для рекламной кампании. |
| **Действующие лица** | Менеджер проектов, Специалисты |
| **Предусловия** | Требования и пожелания клиента собраны и проанализированы. |
| **Основной поток** | 1. Менеджер проектов собирает команду специалистов для разработки концепта.  2. Проводится мозговой штурм для генерации идей.  3. Выбираются наиболее перспективные идеи для разработки концепта.  4. Команда разрабатывает рекламный концепт, включая ключевые сообщения и визуальные элементы.  5. Концепт представляется менеджеру проектов для первичной оценки.  6. Вносятся корректировки с учетом замечаний менеджера проектов.  7. Итоговый рекламный концепт представляется клиенту на утверждение.  A1. Клиент не утверждает предложенный концепт.  8. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | A1. Клиент не утверждает предложенный концепт.  1. Команда собирается для пересмотра концепта с учетом пожеланий клиента.  2. Разрабатываются новые варианты.  3. Поток возвращается к шагу 7 основного потока. |
| **Постусловие** | Рекламный концепт утвержден клиентом и готов к дальнейшей разработке рекламных материалов. |

8 спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Разработка рекламных материалов |
| **Краткое описание** | Специалисты агентства создают рекламные материалы, основываясь на утвержденном рекламном концепте. |
| **Действующие лица** | Специалисты (дизайнеры, копирайтеры, SMM-специалисты, SEO-специалисты) |
| **Предусловия** | Рекламный концепт утвержден клиентом. |
| **Основной поток** | 1. Каждый специалист разрабатывает часть материалов в соответствии со своей специализацией.  2. Материалы собираются для создания единого рекламного сообщения.  3. Проводится внутренняя проверка и корректировка материалов.  4. Материалы представляются менеджеру проектов для оценки.  5. Менеджер проектов предоставляет материалы клиенту для утверждения.  A1. Требуются изменения по замечаниям клиента.  6. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | A1. Требуются изменения по замечаниям клиента.  1. Специалисты вносят необходимые изменения.  2. Поток возвращается к шагу 5 основного потока. |
| **Постусловие** | Рекламные материалы утверждены и готовы к публикации и распространению. |

9 спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Размещение рекламных материалов |
| **Краткое описание** | Рекламные материалы распространяются через выбранные каналы для достижения целевой аудитории. |
| **Действующие лица** | Специалисты по распространению |
| **Предусловия** | Рекламные материалы утверждены клиентом. |
| **Основной поток** | 1. Специалисты определяют оптимальные каналы распространения в соответствии с рекламным планом.  2. Готовятся материалы и контент для каждого канала.  3. Размещаются рекламные материалы в выбранных каналах.  A1. Проблемы с размещением в конкретных каналах.  4. Осуществляется мониторинг и контроль за размещением и показом рекламы.  5. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | A1. Проблемы с размещением в конкретных каналах.  1. Ищутся альтернативные каналы или решения для устранения проблем.  2. Поток возвращается к шагу 3 основного потока. |
| **Постусловие** | Рекламные материалы утверждены и готовы к публикации и распространению. |

10 спецификация

|  |  |
| --- | --- |
| **Раздел** | Описание |
| **Наименование прецедента** | Анализ эффективности рекламной кампании |
| **Краткое описание** | После завершения кампании специалисты анализируют её результаты для оценки эффективности. |
| **Действующие лица** | Специалисты по аналитике |
| **Предусловия** | Рекламная кампания завершена. |
| **Основной поток** | 1. Собираются данные о показателях кампании из различных источников.  2. Анализируется достижение поставленных целей кампании.  3. Оценивается ROI и другие ключевые показатели эффективности.  4. Составляется отчет об эффективности для внутреннего использования и представления клиенту.  5. Прецедент завершается. |
| **Альтернативный поток** | Не применим. |
| **Постусловие** | Получен аналитический отчет, позволяющий сделать выводы о эффективности рекламной кампании и планировать будущие акции. |