

Цель: исследовать целевую аудиторию своего проекта, проанализировать существующие аналоги и пользовательские потребности.

Тематика проекта: Разработать сайт пиццерии.

Изучение целевой аудитории

Краткое описание пользователей приложения

**Целевая аудитория** - это группа людей, объединенная общими признаками. Эти люди характеризуются общими географическими (где потребитель живет, работает и делает покупки), социально-демографическими (пол, возраст, семейное положение, образование, место работы и уровень дохода) и психологическими характеристиками (стиль жизни, желания, страхи, потребности, образ жизни и потребительские привычки).

**What? (Что?)** - тип товара по конкретным свойствам: что именно вы предлагаете своим потребителям?

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

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

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

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

### **Цель интернет магазина.**

Интернет-магазины работают без перерывов, выходных и праздников. На сайте, в отличие от обычных магазинов, нет очередей. Покупку любого выбранного товара можно отложить, при этом вся информация о нём сохраниться в аккаунте. При выборе товара можно читать отзывы других покупателей, и на их основе делать свой выбор.

Основным преимуществом интернет-магазина является его удобство для потребителя. Большинство людей ведет загруженную жизнь, и когда им нужно что-то купить, они, как правило, предпочитают делать это через интернет. Это экономит их время, усилия и даже деньги.

**Посетители** сайта, которые вероятнее всего выполнят целевое действие — это целевая аудитория интернет-магазина (ЦА).

Посетителей сайта можно разделить на 2 типа:

1. Пользователи — могут приходить на сайт за дополнительной информацией, почитать отзывы, сравнить товары, и т.д., но не совершить покупку.
2. Покупатели — приходят на сайт за товаром. Вот это и есть целевая аудитория интернет-магазина

**1.What?(что?) - тип товара по конкретным свойствам: что именно вы предлагаете своим потребителям?**

1.1 Предлагать клиентам разнообразные продукты и это облегчает жизнь потребителей

1.2 Гарантия и возврата товара

1.3 Бесплатную доставку при покупке на определенную сумму

**2.Who?(кто?) тип потребителя по различным характеристикам: пол, возраст, социальный статус.**

2.1 Молодые люди 13- 20 лет.

2.2 Молодые люди 21- 30 лет.

2.3 Мужчины и женщины 30-55.

**3.Why?(почему?) чем руководствуется потребитель, приобретая тот или иной товар? Какую проблему решает товар или услуга?**

3.1 Помочь быстро найти товар.

3.2 Увеличить сумму покупки

3.3 Возвратить покупателя

3.4 Покупка одежды для мужчины — суровая необходимость, а для женщины — развлечение, возможность побаловать себя, сделать приятное. Покупка поднимает настроение у милых дам.

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

4.1 В любые дни, Выходные дни

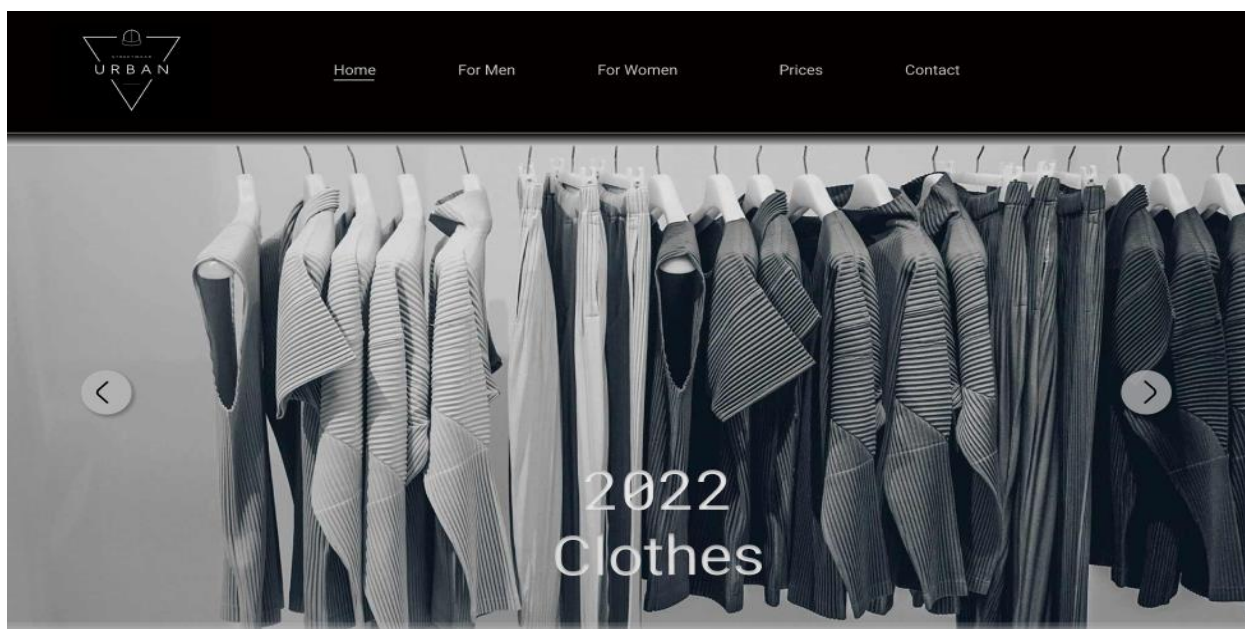
4.2 В праздниках что бы подарить друзьям

4.2 В любые времена года

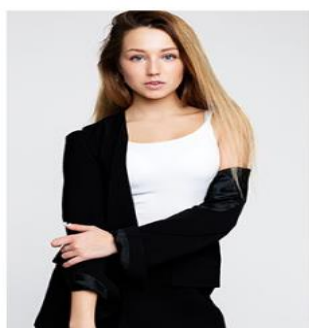
**5 Where? (Где?) - где именно происходит покупка? (Место покупки: супермаркет, бутик или где-то еще).**

## 5.1 Покупка происходит в сайте магазина или самого магазина

### Макет сайта



Главный страница сайта



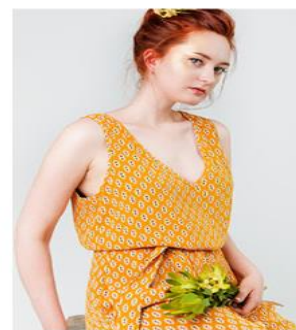
One piece bodysuit  
**\$50.90**

Detail →



Blue Dress with details  
**\$25.90**

Detail →



Yellow Maxi Dress  
**\$35.90**

Detail →



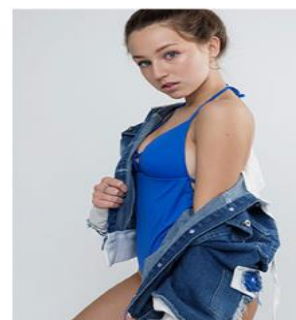
Yellow Maxi Dress  
**\$75.90**

Detail →



Red Maxi Dress  
**\$75.90**

Detail →



Blue Maxi Dress  
**\$75.90**

Detail →



One piece bodysuit  
\$175.90

[Detail](#) →



Blue Dress with details  
\$135.90

[Detail](#) →



Yellow Maxi Dress  
\$125.90

[Detail](#) →



Yellow Maxi Dress  
\$250.90

[Detail](#) →



Red Maxi Dress  
\$150

[Detail](#) →



Blue Maxi Dress  
\$200

[Detail](#) →

## Каталог для мужчин

Недостатки конкурирующих приложений

Выберем три аналога системы: приложение интернет магазина Zara, Nike.

**Zara** - Не удобный интерфейс

**Nike** - проблемы с авторизацией.

## 1.1. Анализ запросов в поисковых системах

Zara

По словам

По регионам

История запросов

Все регионы

Все

Десктопы

Мобильные

Только телефоны

Только планшеты

Последнее обновление: 17.03.2022

Что искали со словом «zara» — 749 212 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
<a href="#">zara</a>	749 212
<a href="#">магазин zara</a>	181 046
<a href="#">zara интернет</a>	159 609
<a href="#">zara интернет магазин</a>	158 092
<a href="#">zara home</a>	53 732
<a href="#">zara одежда</a>	24 528
<a href="#">zara +в.россии</a>	24 027
<a href="#">zara женская</a>	22 823
<a href="#">zara официальный</a>	21 294
<a href="#">zara закрывается</a>	19 586
<a href="#">сайт zara</a>	19 124
<a href="#">zara официальный сайт</a>	17 648
<a href="#">zara купить</a>	15 563
<a href="#">zara магазин официальный</a>	13 607
<a href="#">zara официальный интернет</a>	13 232
<a href="#">zara интернет магазин официальный</a>	13 134
<a href="#">zara москва</a>	12 670
<a href="#">zara мужская</a>	12 129
<a href="#">zara закрывается +в.россии</a>	12 041
<a href="#">zara larsson</a>	11 897
<a href="#">сайт магазина zara</a>	11 366

Запросы, похожие на «zara»

Статистика по словам	Показов в месяц
<a href="#">zara одежда</a>	217 222
<a href="#">zara кидс</a>	16 935
<a href="#">zara каталог</a>	60 846
<a href="#">магазин zara</a>	402 448
<a href="#">zara россия</a>	7 132
<a href="#">zara ком</a>	7 458
<a href="#">zara ру</a>	1 232
<a href="#">zara официальный</a>	52 703
<a href="#">zara онлайн</a>	16 080
<a href="#">zara пл</a>	2 677
<a href="#">zara магазины</a>	402 448
<a href="#">zara для нее</a>	1 493
<a href="#">вир ва zara</a>	2 249
<a href="#">zara купить</a>	25 702
<a href="#">zaga</a>	599
<a href="#">zara</a>	1 632 285
<a href="#">zara екатеринбург каталог</a>	992
<a href="#">работа в zara</a>	2 246
<a href="#">фирма zara</a>	1 726
<a href="#">владелец zara</a>	381

## 1.2 Промежуточные выводы

Исходя из анализа существующих конкурентных систем, можно сделать вывод, что наличие хорошо разработанного приложения повышает популярность — приятные условия выбора — в любой день и время суток клиент может оценить ассортимент экономия времени и психологический комфорт — все покупки делаются из дома а также удобство и быстро оплаты заказа онлайн Также необходимо учитывать наличие акций, которые должны отображаться в приложении.

## **Пользовательские истории**

Как потребителю мне удобно покупать одежду через интернет магазин по категориям, чтобы быстро найти те, вещи которые мне нравятся.

Как потребитель я, отбирая вещи для покупки, хочу класть сразу каждую в корзину.

Как управляющий по выпуску новой продукции я хочу иметь возможность отслеживать покупки наших клиентов, чтобы быть в курсе, какие товары им можно предлагать.

Как потребитель мне удобно выбирать размеры по своему телосложению.