

1. Изучение целевой аудитории

Потенциальными пользователями являются люди в возрасте 15-50 лет, которые проживают, учатся или работают в городах, где находится шаурмичная, заказывающие шаурму для перекуса на работе, для разнообразия рациона, во время отдыха со знакомыми, друзьями или семьей, или же вовсе из-за отсутствия необходимости или желания готовить что-либо самостоятельно.

Данную целевую аудиторию можно разбить на подгруппы.

1 подгруппа:

What? – Заказ шаурмы в ближайшее или на определенное время.

Who? – Молодые люди в возрасте 15-30 лет (учащиеся школ/колледжей/университетов работники компаний, предприятий).

Why? – Отдых со знакомыми, друзьями; разнообразие рациона.

When? – Любое время суток, любой день недели.

Where? – Дом или же любое другое место в пределах доставки, в шаурмичной.

2 подгруппа:

What? – Заказ шаурмы в ближайшее или на определенное время.

Who? – Люди в возрасте 18-50 лет (работники компаний, предприятий).

Why? – Отсутствие необходимости, времени или же желания готовить самостоятельно; быстрый перекус.

When? – Рабочее время, любые дни недели.

Where? – Работа.

3 подгруппа:

What? – Заказ шаурмы в ближайшее или на определенное время.

Who? – Взрослые люди в возрасте 30-50 лет.

Why? – Разнообразие рациона, заказ шаурмы на праздники.

When? – Выходные дни, праздники (например, день рождения).

Where? – Дом, шаурмичная.

1.2. Недостатки конкурирующих приложений

Недостатки Grill Kebab:

- В заказе показывается цена без бонусов и промокодов.

- Нет возможности просмотреть подробности прошлого заказа.
- Нет возможности выбрать город, чтобы посмотреть ближайшие точки.
- Нет возможности изменить валюту.

Недостатки Kurkuma Shaurma:

- Нет доставки к определенному времени.
- Нет возможности выбрать город, чтобы посмотреть ближайшие точки.
- Нет возможности изменить валюту.
- Нет возможности публиковать отзывы.

Недостатки Pira Doner:

- Нет возможности изменить валюту.
- Плохая адаптивность под мобильные устройства.

1.3. Проанализировав поисковые запросы и выявив недостатки конкурирующих приложений, можно сделать вывод, что наличие у шаурмичной хорошо разработанного сайта повышает ее популярность и дает возможность пользователям быстро и в любое время заказать шаурму.

1.4. Целевое действие пользователя – заказать шаурму. Должна быть выделяющаяся кнопка “Оформить заказ”, нажимая на которую пользователь может осуществить заказ.

2. User story

- 1) Как пользователь, я хочу, чтобы была возможность указать определенное время доставки для того, чтобы заранее заказать шаурму.
- 2) Как пользователь, я хочу, чтобы был раздел “Понравившаяся шаурма”, чтобы добавлять туда понравившуюся шаурму и заказывать ее повторно, не искав во всем меню.
- 3) Как пользователь, я хочу, чтобы была возможность подробного просмотра прошлых заказов, чтобы узнать, какую шаурму я заказывал и какую сумму потратил.
- 4) Как пользователь, я хочу, чтобы была возможность просмотра отзывов о шаурме, чтобы при выборе можно было посмотреть отзывы о ней от других пользователей.
- 5) Как пользователь я бы хотел, чтобы была возможность выбрать валюту.

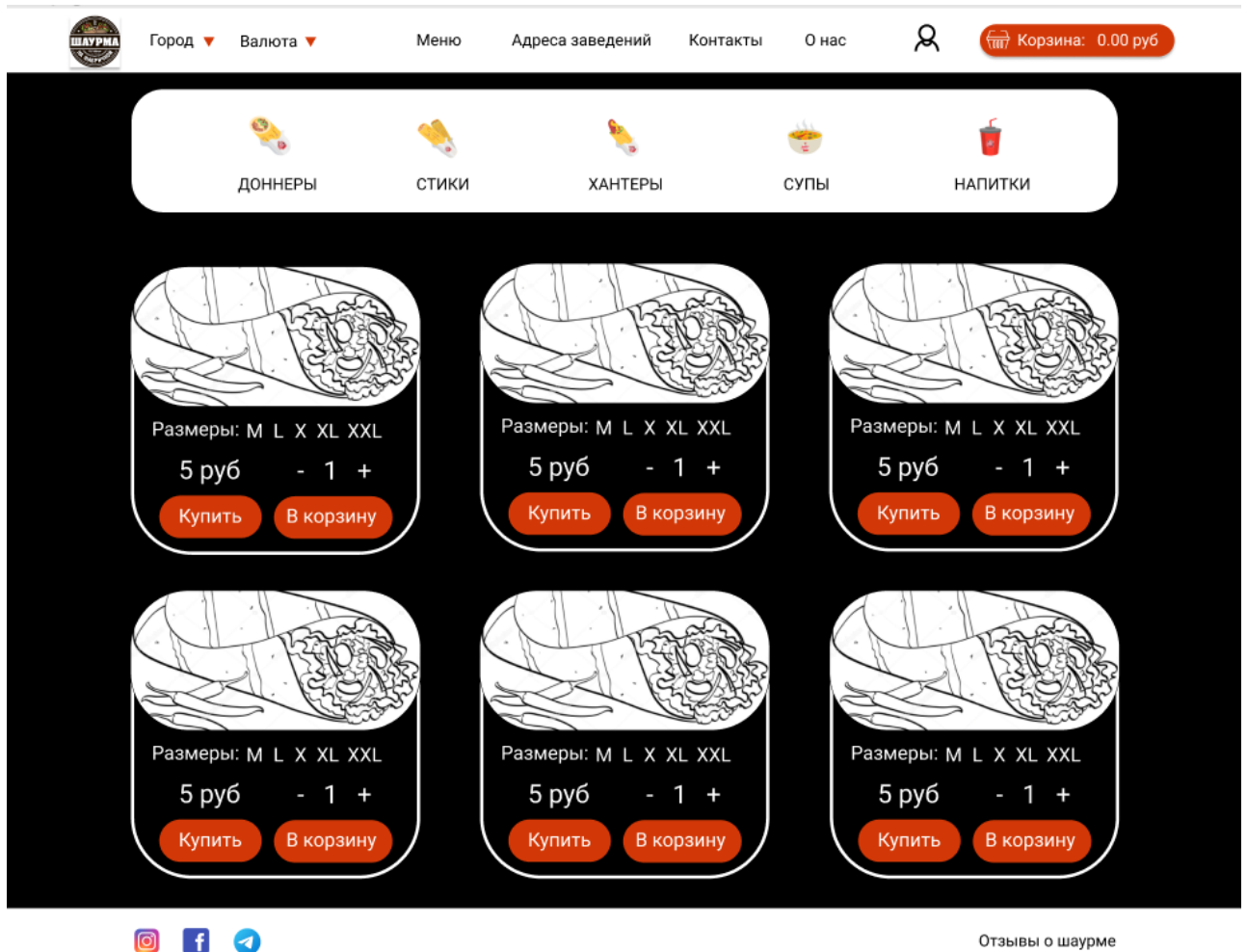
4. Ключевые преимущества разрабатываемого приложения:

- добавление пиццы в раздел “Понравившаяся шаурма”, для повторного

заказа, не искав их во всем меню;

- добавление и просмотр отзывов шаурмы, чтобы при выборе можно было посмотреть отзывы о ней от других пользователей.

Main page



Basket

Количество товара

Описание

-

1

+

...

Промокод

Применить

Бонусы

+####

Оформить заказ