**Отчёт об обследовании**

для магазина стройматериалов и товаров

для дома «Переделкино»

Исполнитель: Согдиана Алфёрова

Июнь 2024

**Содержание**

[Введение 3](#_heading=h.30j0zll)

[Система, в рамках которой провели обследование 3](#_heading=h.1fob9te)

[Цель обследования 3](#_heading=h.3znysh7)

[Методы обследования 3](#_heading=h.2et92p0)

[Источники информации 3](#_heading=h.tyjcwt)

[Основная часть 4](#_heading=h.1t3h5sf)

[Текущее состояние системы AS IS 4](#_heading=h.4d34og8)

[Точки роста 6](#_heading=h.17dp8vu)

# Введение

## Система, в рамках которой провели обследование

Обследована система онлайн магазина по продаже товаров для ремонта и уюта “Переделкино”.

## Цель обследования

Строительный офлайн магазин запустил свою онлайн платформу, через которую можно осуществлять покупки, однако нынешняя система имеет недочеты, которые потенциально являются барьерами для принятия решения о покупке покупателями. Необходимо выявить, какие процессы не отвечают современным потребностям и решениям, а также проанализировать слабые места. Выявить возможности для улучшения качества сайта и его функционала для автоматизации процессов.

## Методы обследования

1. Анализ текущего сайта магазина “Переделкино”
2. Интервью с владельцем магазина “Переделкино”.
3. Исследование документации и артефактов, переданные владельцем магазина.

## Источники информации

Во время обследования использовались источники информации:

1. Расшифровки интервью с Заказчиком
2. Сайт магазина “Переделкино”
3. Список сотрудников магазина
4. Таблица тарифов на доставку и дополнительный услуг
5. Должностная инструкция для администраторов
6. Список промокодов
7. Выгрузка с данными о клиентах
8. Карточка товаров об ассортименте
9. Статистика посещения сайта
10. Статистика продаж товаров сайта
11. Данные поставщиков
12. Анализ рынка аналогичных магазинов и их сайтов

# Основная часть

## Текущее состояние системы AS IS

Обследованы следующие отделы и процессы:

| **Процесс** | **Участники** | **Степень автоматизации** | **Используемое ПО и инструменты** | **Краткое описание** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Выбор товара | Покупатель | автоматизированный | Сайт магазина | Выбрать необходимый товар можно только через раздел каталога, отсутствует поиск по наименованию. Отсутствует описание товара и его характеристик. |
| Формирование корзины | Покупатель | автоматизированный | Сайт магазина | Отсутствует информация об общей сумме заказа. Невозможно удалить из корзины конкретный товар, присутствует только кнопка увеличить количество товара. |
| Оплата товара | Покупатель, Курьер | полуавтоматизированный | Сайт магазина, сервис оплаты | Отсутствует шаг на введение промокода. Два способа оплаты (картой и наличными). После выбора способа оплаты нужно ввести данные покупателя, в случае незаполненных полей заказ невозможно оформить. После оплаты и/или введения данных для доставки покупатель получает номер заказа. Для отслеживания статуса о заказе покупателю необходимо позвонить в магазин и продиктовать номер заказа. |
| Подтверждение заказа | Администратор, Оператор склада, покупатель | полуавтоматизированный | Сайт магазина, email письма о новых заказах, система склада, сортировка заказов в системе почты, система оплаты в ЛК администратора, телефонные звонки | После оформления заказа покупателем, администратор смены получает сообщение на почту, после изучения нового заказа, администратор связывается с оператором склада для подтверждения наличия товара, после чего администратор перезванивает покупателю для подтверждения или отмены заказа. Если оплата была по карте то параллельно с отменой оформляется возврат средств. |
| Обращение в чат онлайн консультанта | Покупатель | полуавтоматизированный | Сайт магазина, чат бот | Нет возможности свернуть чат. Обратиться в чате можно написав свой вопрос. Готовых скриптов на часто задаваемые вопросы нет. |

Текущее состояние процесса оформления заказа на сайте магазина “Переделкино” имеет ряд недостатков, которые делают онлайн покупку непривлекательным для покупателей, а также создает нагрузку на работников магазина. Статистика посещения сайта показывает, что большинство покупателей не переходит дальше после действия “Выбор способа оплаты”, и именно на этом шаге покупатели чаще всего передумывают о покупке. Процесс обработки заказов сотрудниками происходит на почте и статус подтверждения заказов происходит через звонки покупателям, оператор склада имеет свою систему не интегрированную с системой сайта и это добавляет излишние действия администраторам магазина и операторам склада. Чат онлайн-консультанта в текущем своем состоянии не способствует разгрузке работы администраторов. Ниже представлена ссылка на BPMN модель AS IS-процесса оформления заказа на сайте магазина “Переделкино”:

[*Модель AS IS нотации BPMN*](https://drive.google.com/file/d/1kuvf90KKV78CYBc7n47b-Q0zGuA9i09w/view?usp=sharing)

## Точки роста

| **Процесс** | **Барьеры** | **Описание** |
| --- | --- | --- |
| Взаимодействие с главной страницей сайта | Календарь, невозможно закрыть чат с онлайн консультантом  Нарушения дизайн кода  Выбор языка | Создает визуальный шум и отвлекает от цели  Кнопки расположены неправильно, дезориентирует покупателя, так как по опыту с другими сайтами покупатель будет искать кнопку корзины в правом верхнем углу, а контакты в шапочке страницы  Подобное поле используют для функционала поиска, это также путает посетителей сайта |
| Выбор товаров из каталога | Нет возможности перейти на страницу конкретного товара чтобы ознакомиться детальнее с товаром по фото и его описанию, картинка слишком маленькая.  Удаление доступно только для всех товаров  Отсутствует отображение общей стоимости товара.  Отсутствие возможности платной доставки за товары менее 1000 рублей  Отсутствует поле для введения промокода | Покупатель не имеет возможности ознакомится с характеристиками товара, соответственно будет сомневаться в принятии решения о приобретении, количество онлайн покупок не будет расти .  Если покупатель добавил в корзину много товаров и захочет удалить какой либо, то ему придется удалить все, скорее всего он не захочет по новой наполнять корзину и будет искать альтернативные онлайн магазины.  Еще одно важное неудобство, так как покупатель не знает какая окончательная сумма ожидается к оплате, большой риск, что покупатель передумает переходить к оплате на этом шаге.  Упущенные возможности для бизнеса, так как можно упустить покупателей готовых самим оплачивать доставку за товар стоимостью менее 1000 рублей.  Дезориентирует и демотивирует покупателей для завершения процесса оформления заказа. |
| Оформление заказа | Подтверждение заказа звонком.  Чекбокс для подтверждения суммы заказа не имеет ценности.  Сообщение о минимальной сумме не соответствует стандарту калор кодинга, предупреждающие сообщения не могут быть зеленого цвета. Обычно они бывают желтого цвета. | При оформлении заказа статус заказа подтверждается звонком менеджера, это неудобно пользователям, так как клиент может пропустить звонок и остаться в подвисшем ожидании. Если клиент уже оплатил картой, то длительное ожидание звонка для подтверждения заказа может вызвать недоверие и раздражительность.  Масштабируемость бизнеса и покупателей станет недостижимой целью, так как администраторы не смогут физически успевать обрабатывать все заявки. В особенности это важно для цели открыть доставки по регионам страны. |
| Оплата заказа | Возникают проблемы с доставкой товара после оформления заказа, курьер может не дозвонится, не найти адрес покупателя и если оплата была выбрана наличными, товар остается на складе и бизнес терпит убытки за нераспроданный товар  Сбой сервиса онлайн оплаты делает сайт неудобным для пользователя  Отсутствует система онлайн трекинга статуса заказа, клиент вынужден быть на связи чтобы не пропустить звонок и не может отследить статус заказа в удобное ему время  Согласование условий доставки по звонку звучит как излишние действия  Нет возможности сохранять номер заказа на самом сайте, например в секции "Мои заказы" | Эта часть процесса выглядит наиболее перегруженной. Отсутствие автоматизации таких действий как “отслеживание статуса заказа”, “выбор адреса по геолокации”, приводят к излишним действиям нагружающих процесс и является серьезным барьером для массового увеличения спроса, так как работники не смогут физически обработать все заказы. |
| Обращение в чат | Онлайн чат пользуется популярностью среди пользователей, однако это перегружает работу администратора. Покупатели вынуждены обращаться в онлайн чат за услугами, которыми они могли самостоятельно воспользоваться за счет расширения функционала сайта. | Обращение в чат стало неэффективным инструментом из за большого количества запросов, которые покупатели предпочитают делать звонком. Перегруз сотрудников будет влиять на качество обслуживание и скорость и соответственно негативно скажется на лояльности клиентов. |
| Оформление повторной покупки | Так как на сайте отсутствует функционал ЛК для покупателей, это не позволяет сохранять историю заказов для повторного заказа.  Также нет возможности оценить заказ на самом сайте, что не позволяет собирать обратную связь и анализировать ее.  Применение промокода не работает на сайте, покупатель может почувствовать себя обманутым и не захотеть возвращаться. | Если не наращивать базу лояльных клиентов, то есть риск, что магазин не будет популярен. Лояльные клиенты это также инструмент по продвижению, так как  “сарафанное радио” помогает приводить новых клиентов. |

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/welcomeonboard/SmZEM3FsdXdoWXJrS0FqWUxLUU9TTFE2R01sYnhXcXhacHcwYUtuOU9tRjFPRDJUVHVnckI0OWIya1N0M09PY3wzNDU4NzY0NTQ0Nzc3OTkwMTEwfDI=?share_link_id=273247063056)