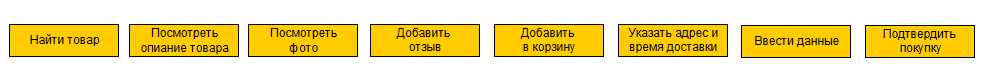
**Интернет-магазин бытовой техники решил запустить сайт. Визуализируем опыт клиентов с помощью техники USM.**

1. **История клиента по шагам:**

Список основных активностей пользователей:

* Найти товар
* Посмотреть описание товара
* Посмотреть фото
* Добавить отзыв
* Добавить в корзину
* Указать адрес и время доставки
* Ввести данные
* Подтвердить покупку

****

1. **Группировка действия клиента в этапы:**

Раскладываем активности на задачи.

Активность «Знакомство с товаром» превращается в

три задачи:

• Посмотреть описание;

• Посмотреть фото;

• Изучение цены.

Активность «Поиск товара» превращается в одну задачу:

• Найти товар;

Активность «Управление корзиной» превращается в одну задачу:

• Добавление товара в корзину;

Активность «Знакомство с товаром» превращается в

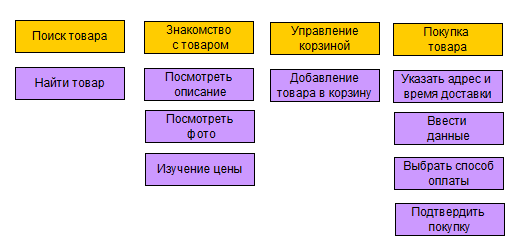
четыре задачи:

• Указать адрес и время доставки;

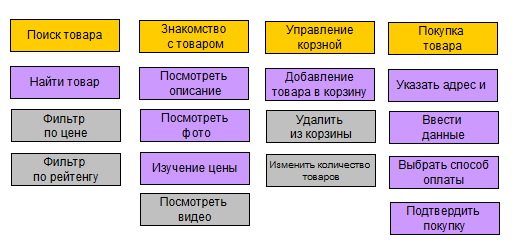
• Ввести данные;

• Выбрать способ оплаты.

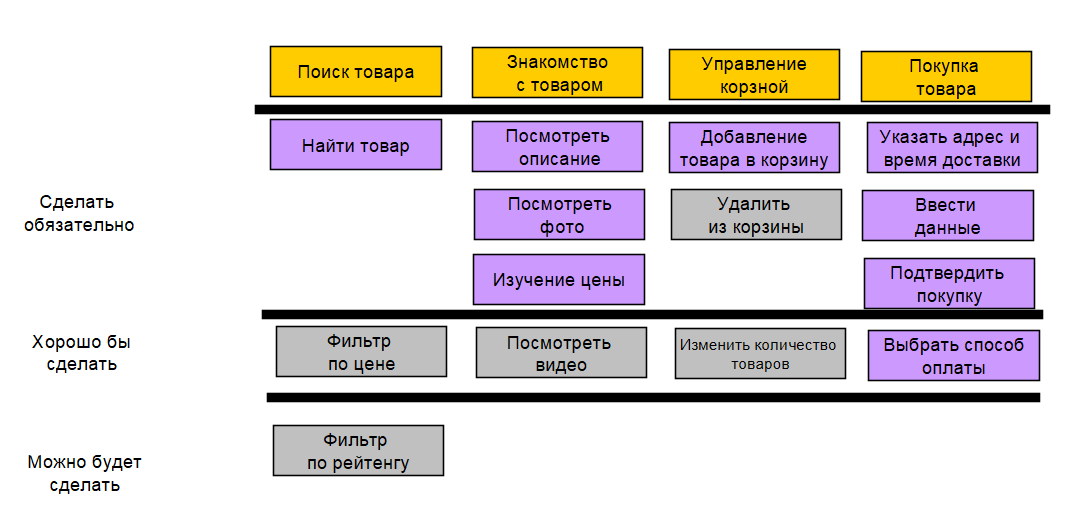
• Подтвердить покупку.

****

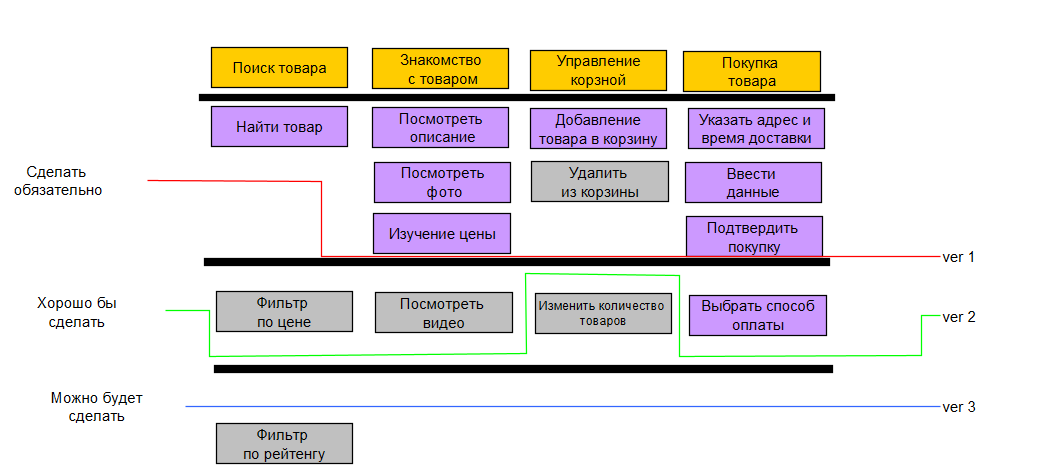
1. **Заполнение пробелов в User Story:**

****

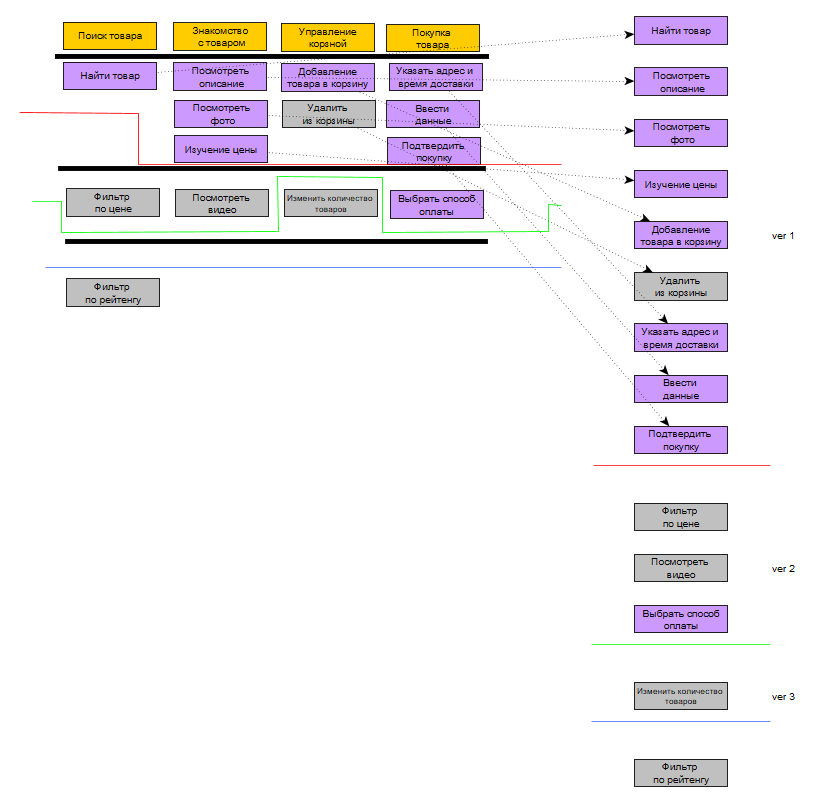
1. **Приоритеты истории внутри каждого этапа пути:**

****

1. **Релизы:**

****

1. **Итог- приоритизированный бэклог:**

****