

Сайт приюта домашних животных

1. Целевая аудитория – молодежь в возрасте от 20 до 40 лет, средний доход которых позволяет им тратить деньги на благотворительность. У них уже есть домашние животные, и они хотят помогать другим или хотят завести питомца. Обе категории людей любят животных и хотят о них заботиться.

What? – Питомцы, желающие найти новый дом.

Who? – Люди в возрасте 20 - 40, желающие завести питомца.

Why? – Удовлетворение потребности в оказании заботы.

When? – Взять питомца из приюта можно в любое время.

Where? – Питомца можно забрать из здания приюта.

Недостатки конкурирующих сайтов:

Egida.by

- Слишком много полей в окне регистрации
- Нелогичные фильтры для сортировки животных

Superkot.by

- Мало информации о животных
- Неработающие фильтры
- Сайт с кошками, а группа в ВК с собаками

Zooshans.by

- Нечитабельный шрифт
- Неудобные иконки соц.сетей
- Неудобная кнопка регистрации

Целевое действие пользователя сайта – забрать питомца.

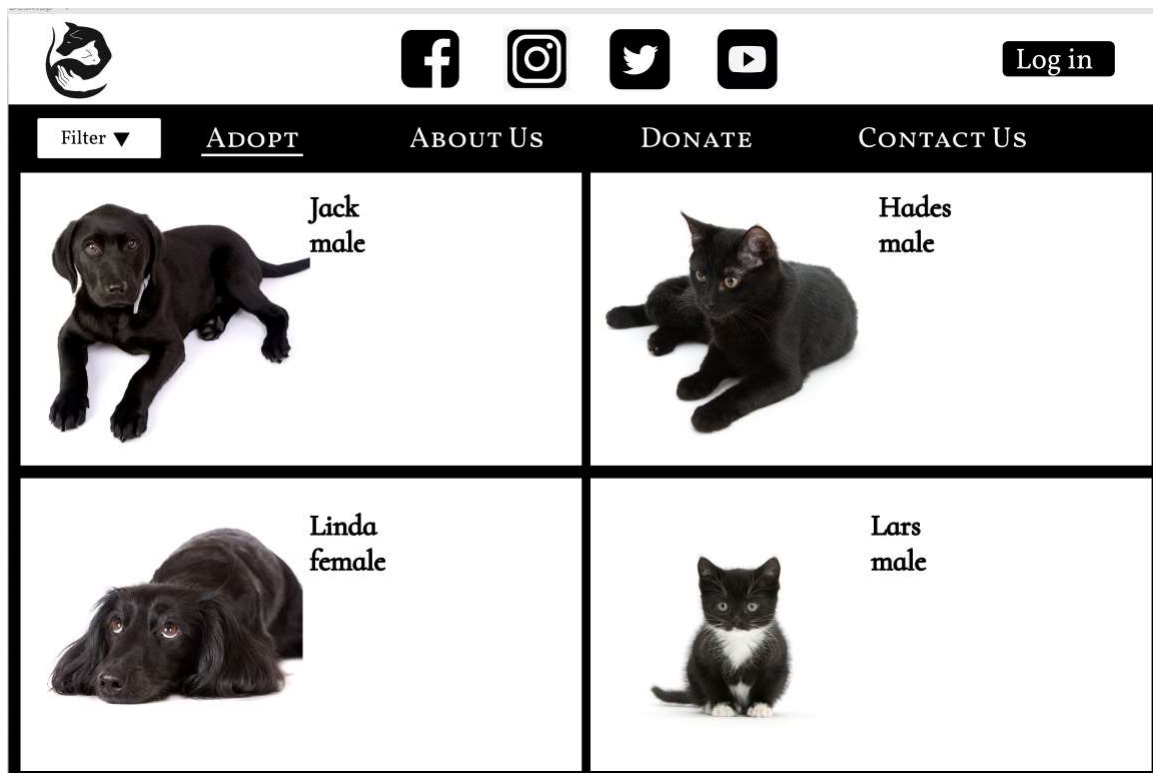
2. Пользовательские истории:

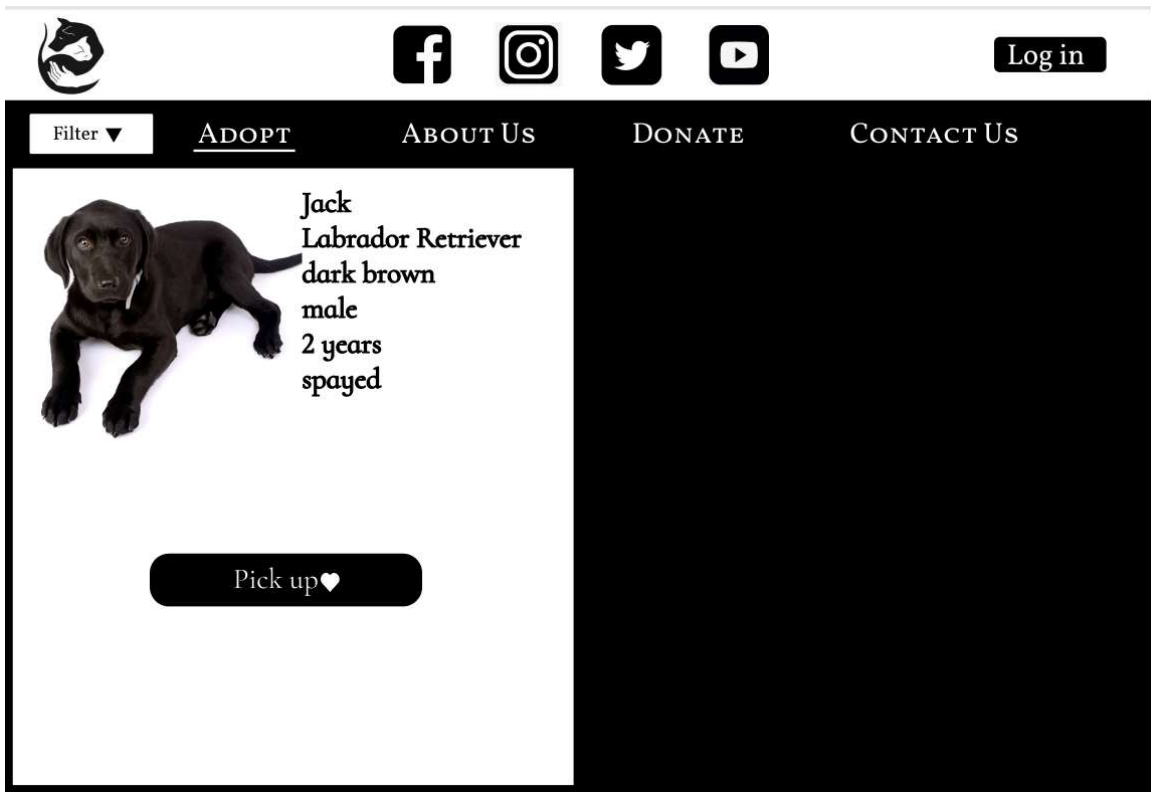
- Как пользователь, я хочу иметь возможность применять удобные и понятные фильтры для быстрого поиска питомца.
- Как пользователь, я хочу видеть полную информацию о питомцах.
- Как пользователь, я хочу иметь возможность добавлять питомца в раздел «избранное».
- Как пользователь, я хочу пользоваться удобной навигацией по сайту.
- Как пользователь, я хочу иметь возможность связаться с приютом через любую удобную для меня социальную сеть.

3. Ключевые преимущества сайта:

- Возможность сразу отправить свои данные при нажатии на кнопку «забрать».
- Возможность добавлять питомца в «избранное»
- Наличие необходимых фильтров и удобная навигация по сайту

4. Макет:





<https://www.figma.com/file/tv7hyGEdkIkr4Vj6UE9DRT/Untitled?node-id=14%3A75>