

# DNS FIELD STUDY

Неделя 6. **Поиск идей и решений**

---

# Области разработки инициатив

## Дизайн сайта

Упростить интерфейс и улучшить  
пользовательский опыт

## Площади магазинов

Перераспределить площади:  
увеличить телефоны и аксессуары,  
сократить ТВ и КБТ

## Логистика

Повысить прозрачность  
и предсказуемость  
доставки

## Сервисный центр

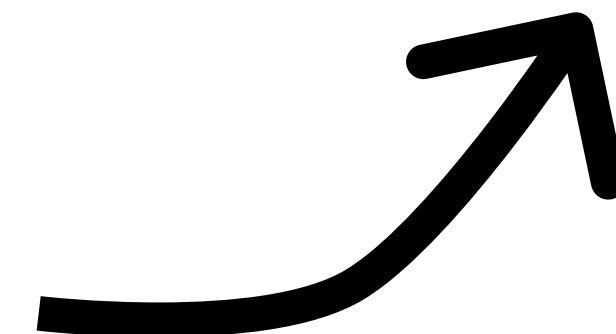
Расширить услуги  
после гарантии,  
внедрить прозрачные  
цены и trade-in

## Сотрудники

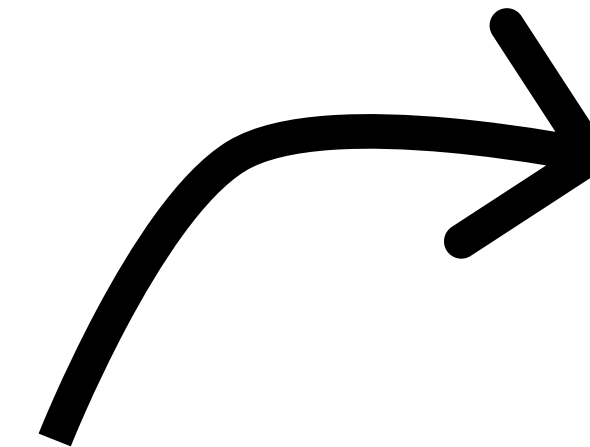
Улучшить  
клиентоориентированн  
ость и сервис

# Этапы работы

**1.Брейншторм**  
Придумали более 40 идей  
на основе выбранных  
областей



**2.Кластеризация**  
Сгруппировали идеи в 10  
инициатив



**3.Приоритизация**  
Выбрали 6 наилучших  
инициатив по методу RICE

# Лучшие инициативы

Оценка по RICE

Инициатива	Reach	Impact	Confidence	Effort	RICE score
Редизайн сайта	5	5	1	4	6.25
Площади	4	4	1	3	5.33
Логистика	4	4	0.75	3	4
Видеоконсультации	3	4	0.5	2	3
Постгарант. ремонт	3	4	0.75	3	3
Развитие персонала	3	4	0.75	3	3
Дарксторы	4	4	0.5	4	2
Trade-in	3	4	0.5	4	1.5
AI-агенты	4	3	0.5	5	1.2
Социальная сеть	3	2	0.25	3	0.5

# Дизайн сайта

Лиза

**Проблема:** Перегруженный интерфейс, каталог содержит слишком много вкладок, нелинейный путь к покупке.

**Решение:** Переход к использованию простых, но жирных шрифтов, отказ от декоративных элементов в пользу контента. Наиболее используемые разделы и функции сделать более выделяющимися.

**Ожидаемый эффект:** Reach - 5, Impact - 5, Confidence - 1, Effort - 4, RICE Score - 6,25

**Обоснование ОСВ\*:** СВ средняя. Потребуются высокие затраты на обеспечение проведения масштабных работ по реархитектуре пользовательского интерфейса, рефакторингу бэкенд-систем, миграции каталога товаров.

**Аналогичные решения в РФ:**

1) В 2021 Яндекс.Маркет кардинально обновил платформу, внедрив персонализированную ленту товаров и гибридную модель с агрегатором и собственной логистикой, что значительно увеличило конверсию.

\*Оценка сложности внедрения

# Видеоконсультации

Амиран

**Проблема:** Нет эффективного способа помочь клиенту с выбором товара дистанционно

**Решение:** Внедрить систему видеоконсультаций с экспертами DNS прямо на сайте — клиент может нажать кнопку «Проконсультироваться» и подключиться к специалисту в реальном времени.

**Ожидаемый эффект:** Reach - 3 , Impact - 4 , Confidence - 0,5 , Effort - 2, RICE Score - 3

**Обоснование ОСВ\*:** Требуется интеграция видеоплатформы(сторонние сервисы), обучение консультантов, но технология широко доступна и реализуема в краткие сроки.

**Аналогичные решения в РФ:** Только за рубежом.

# Программа развития персонала.

Даня

**Проблема:** низкий уровень компетентности сотрудников приводит к ошибкам в работе и росту затрат на их исправление, а отсутствие прозрачной карьерной траектории ведёт к росту текучки среди перспективных сотрудников.

**Решение:** Центр обучения DNS, геймефицированная система мотивации (система баллов и рейтинга), DNS JOB - гибкая система найма, прозрачная система KPI и ответственности (публикация дашбордов, ежеквартальные сессии для постановки и сверке целей).

**Обоснование ОСВ\*:** СВ высока, тк временные затраты: 6-9 месяцев, кадровые ресурсы: командный менеджер, HR-ы, разработчик LMS, дизайнер, денежные: аренда lms платформы, внешний образовательные курсы и т.д.  
Риски: сопротивление и перегрузка сотрудников, утечка "мозгов".

**Аналогичные решения в РФ:**

- 1) СберУниверситет, система грейдов
- 2) ЯндексПрактикум, реферальная система
- 3) G2G: обучение коллег в Google.

\*Оценка сложности внедрения



# Логистические решения

Евсей

**Проблема:** Из-за логистических проблем у компании огромный отток клиентов.

**Решение:** Компенсации клиентам при невыполнении договоренностей. Контракт с крупной логистической компанией для осуществления логистики или переделка собственной логистики под стандарты

**Ожидаемый эффект:** Reach - 4, Impact - 4, Confidence - 0,75, Effort - 3, RICE Score - 4

**Обоснование ОСВ\*:** СВ высокая, тк временные затраты: 12 месяцев, кадровые ресурсы: командный менеджер, HR-ы, сотрудники логистики, денежные затраты: оплата логистической фирме/оплата работникам которые выстроят хороший процесс в компании, компенсации при просрочках. Риски: отток сотрудников повышение расходов на логистику

**Аналогичные решения в РФ:**

1. "ГПР-Логистика". Основатель компании, оптимизировал логистику, начал работать напрямую с заказчиками и предложил водителям предоплату. На 2020 год компания имела чистую прибыль 20% от оборота 600 млн.

\*Оценка сложности внедрения



# Внедрение постгарантийного ремонта

Егор

**Проблема:** Отсутствие возможности ремонта в СЦ после окончания гарантии при покупке в DNS

**Решение:** Предоставление возможности ремонта в СЦ (по среднерыночной цене) после окончания гарантии при покупке в DNS, гибкая система взаимодействия с СЦ (более лояльна для новых клиентов).

**Ожидаемый эффект:** Reach - 3, Impact - 4, Confidence - 0.75, Effort - 3, RICE Score - 3

**Обоснование ОСВ\*:** СВ средняя, т.к. для реализации нужно будет нанять новых сотрудников (дорого/нетрудно/недолго) и расширить площади под СЦ (дорого/нетрудно/не очень долго)

**Аналогичные решения в РФ:**

1) Сервис М.Мастер от прямого конкурента (М.Видео) - представляет собой комплексный сервис, включающий ремонт бытовой техники и мобильных устройств, включая ремонт после окончания гарантии.

# Перераспределение площадей магазина

Егор

**Проблема:** Неэффективное использование площади магазина (до 30% магазина "простаивает").

**Решение:** В двое сократить зоны с КБТ и телевизорами, освободившееся место использовать для более ликвидных товаров (возможно расширение представленности мобильных устройств) и для зон "живого" опыта.

**Ожидаемый эффект:** Reach - 4, Impact - 4, Confidence - 1, Effort - 3, RICE Score - 5.33

**Обоснование ОСВ\*:** СВ высокая Для реализации нужно будет сделать перепланировку (не очень дорого/трудно/не очень долго) и немного изменить логистику (недорого/нетрудно/недолго).

**Аналогичные решения в РФ:**

- 1) Media Markt Xpress с ограниченным ассортиментом самых популярных товаров для повышения рентабельности.
- 2) «М.Видео» сократили площадь магазинов примерно на 15-20%, перераспределив пространство для создания зон опыта и организации онлайн-выдачи заказов.

\*Оценка сложности внедрения

# DATA DUMP

