

Стратегия дизайна социальной сети

1. Заинтересованные стороны

- **Пользователи:** Основные пользователи приложения (люди разных возрастных категорий, профессиональных сфер, интересов).
- **Администраторы:** Пользователи с повышенными правами для модерации контента и управления сообществами.
- **Маркетологи:** Люди, использующие социальную сеть для продвижения товаров и услуг, запуска рекламных кампаний.
- **Разработчики и техническая поддержка:** Люди, поддерживающие работоспособность приложения и решающие технические проблемы.
- **Рекламодатели:** Бренды и компании, использующие платформу для таргетированной рекламы.

2. Видение продукта заинтересованными лицами (задачи продукта)

- **Пользователи:** Возможность легко общаться, делиться информацией, фото, видео, создавать группы по интересам, вести личные и публичные страницы.
- **Администраторы:** Модерирование контента, блокировка нарушителей, мониторинг активности и отчетов.
- **Маркетологи:** Аналитика эффективности постов и кампаний, инструменты для таргетинга и сбора статистики по аудитории.
- **Разработчики:** Простая интеграция с другими платформами, безопасная и стабильная работа приложения.
- **Рекламодатели:** Возможность настроить таргетированную рекламу для определенной аудитории и получать аналитику по

эффективности.

3. Конфликты и противоречия

- **Пользователи** могут жаловаться на обилие рекламы, в то время как рекламодатели требуют большего показателя рекламы.
- **Администраторы** заинтересованы в строгом соблюдении правил, что может конфликтовать с интересами свободы выражения у пользователей.
- **Маркетологи** хотят больше данных для аналитики, что может идти вразрез с пользовательской конфиденциальностью.

4. Задачи бизнеса (верифицируемые), задачи маркетинга и брендинга

- **Бизнес-задачи:** Увеличение количества активных пользователей и повышение вовлеченности, рост рекламных доходов.
- **Маркетинговые задачи:** Расширение аудитории, повышение узнаваемости бренда, привлечение новых рекламодателей.
- **Брендинг:** Создание позитивного и безопасного имиджа социальной сети, которая поддерживает конфиденциальность пользователей и предоставляет удобный и приятный пользовательский интерфейс.

5. Измеримые критерии успешности

- Количество активных пользователей (ежедневные и ежемесячные).
- Время, проведенное пользователями в приложении.
- Конверсия в рекламных кампаниях.

- Удовлетворенность пользователей, измеряемая через опросы и отзывы.
- Снижение числа жалоб и обращений в поддержку.

6. Технические возможности и ограничения

- **Технологии:** Использование React и Node.js для создания фронтенда и бэкенда приложения, базы данных MySQL или PostgreSQL.
- **Ограничения:**
 - Ограниченная поддержка некоторых старых версий операционных систем и браузеров.
 - Поддержка интеграций с социальными сетями через API может зависеть от политик сторонних компаний.

7. Представления заинтересованных лиц о пользователях (целевая аудитория)

- **Основная аудитория:** Люди в возрасте от 18 до 45 лет, активно использующие социальные сети для общения, развлечений и обмена информацией.
- **Целевая аудитория маркетологов и рекламодателей:** Люди от 25 до 50 лет с высоким уровнем дохода, которым интересны рекламные предложения и акции.

8. Бюджет и график проекта

- **Бюджет:** Определяется заказчиком, включает затраты на разработку, тестирование, маркетинг и поддержку. Например, бюджет может быть разделен на этапы:
 - Разработка MVP: 30% бюджета

- Тестирование и доработка: 20%
- Маркетинг и продвижение: 30%
- Поддержка после релиза: 20%
- **График реализации:**
 - Этап 1: Исследование и разработка концепции (1-2 месяца)
 - Этап 2: Разработка прототипа и тестирование (3-4 месяца)
 - Этап 3: Маркетинговая кампания и выпуск продукта (1-2 месяца)
 - Этап 4: Поддержка и развитие (постоянно)