**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНОГО СРЕДСТВА, РАЗРАБАТЫВАЕМОГО ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ЗАКАЗУ.**

* 1. Удобность использования, надежность, мониторинг, удобство обслуживания, быстродействие, подсчет средств.
  2. На разработку требуется 1 млн руб., эти средства пойдут на разработку программного средства, формирование команды, формирование фонда заработной платы работников проекта  
     ( За 6 месяцев)
  3. Общий экономический эффект = (прибыль от использования программы – прибыль от проекта без использования программного средства + затраты на разработку программы)

Текущее состояние бизнес-процессов:

Основные бизнес-процессы сосредоточены на привлечение пользователей через рекламные компании, но недостаточно сегментированы. Монетизация происходит через донаты и покупки в игре, однако низкая конверсия пользователей в платящих игроков. Аналитика осуществляется, но не всегда систематична что затрудняет принятие решений

Причины проведения изменений:

Низкие показатели удержания и конверсия пользователей. Конкуренция на рынке увеличивается, и требуется улучшение предложения. Отсутствие четкой стратегии по таргетированию рекламы и недостаточная адаптация контента под целевую аудиторию также требуют пересмотра.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ГИУР 3824.9 | | | | | |
| Сбор данных - оценка объектов - Анализ запросов пользователей - интеллектуальный подбора оптимального варианта объекта недвижимости - коммуникация с клиентом | ЛИТ | | | Масса | Масштаб |
|  | Т |  |  |  |
|  | Лист | | | Листов 1 | |
| ПИКС, гр.3824.9 | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Изм. | Лист | № Документа | Подпись | Дата |
| Разработка | | Иванов |  | 13.09.2024 |
| Проверка | | Петров |  | 01.10.2024 |

Будущее состояние:

Оптимизированные бизнес-процессы с четким таргетингом и персонализированными рекламными предложениями. Повышение конверсии через улучшение пользовательского опыта и активное внедрение механик вовлечения. Регулярная аналитика позволяет оперативно адаптировать стратегии и улучшить монетизацию, что в конечном итоге приведет к росту прибыли.

конец

Сбор результатов по доходам

Оптимизация предложений на основе данных

Анализ пользовательского поведения

Внедрение механик (Акции, скидки)

Конец

Оценка влияния изменений на удержание

Реализация обновления и новых функций

конец

Сбор данных о результатах

Запуск рекламной компании

Определение предложений (донаты, покупки)

начало

Определение точек улучшения (обратная связь)

Внутренний анализ внутренних данных

Создание рекламного контента

Начало

Выбор каналов продвижения (социальные сети, партнеры)

Анализ целевой аудитории





Процесс монетизации

Процесс привлечения пользователей

Процесс удержания пользователей

Клиент