

7. Критические бизнес-сценарии

Ниже приведены примеры ключевых сценариев, которые напрямую влияют на лояльность пользователей и продажи:

1. Регистрация и первый вход

- Новые пользователи должны быстро и безошибочно зарегистрироваться и получить базовый опыт использования приложения (онбординг).
- Любые затруднения (ошибки, сложность регистрации) снижают конверсию и приводят к оттоку.

2. Начало тренировки и сбор метрик

- Пользователь запускает тренировку (бег, йога, фитнес), приложение корректно записывает метрики (GPS, пульс).
- При сбоях в этом процессе приложение теряет основную ценность.

3. Просмотр прогресса и социальное взаимодействие

- Анализ собственных результатов, сравнение с предыдущими данными, общий рейтинг.
- Публикация достижений и взаимодействие с друзьями (комментарии, челленджи).
- Если функционал «общения» работает с большими задержками или нестабильно, пользователи перестают активно возвращаться.

4. Получение персональных рекомендаций

- Система предлагает новый план тренировок, советует заменить обувь, показывает релевантные товары.
- Ошибочные или назойливые рекомендации вызывают недовольство, подрывают доверие к бренду.

5. Глобальные акции и соревнования

- Компания объявляет массовый челлендж (например, «пробежать 100 км за месяц») с тысячами участников.

- Высокая нагрузка на систему (создание и обновление результатов, уведомления, рейтинги).
- Сбой в этот момент грозит негативным резонансом и репутационными потерями.

6. Покупка товаров из приложения

- Пользователь переходит из раздела «Мой инвентарь» или «Рекомендации» в магазин, покупает новую экипировку.
- Любая проблема с оформлением заказа бьёт по продажам и имиджу бренда (ожидаемый рост прибыли не будет реализован).

Итог

- **План разработки** (от базового MVP до глобального масштабирования) позволяет постепенно развернуть функционал, проверять гипотезы, получать обратную связь от пользователей и оптимизировать приложение.
- **Критически важные компоненты** требуют особого внимания к качеству, тестированию, безопасности и отказоустойчивости.
- **Ключевые бизнес-сценарии** – это моменты истины для пользователей, определяющие их дальнейшую приверженность платформе и готовность покупать товары бренда.

Такой подход позволит компании укрепить имидж инновационного лидера, активно вовлекать пользователей в спортивное сообщество и стимулировать продажи спортивных товаров по всему миру.