

Цель: исследовать целевую аудиторию своего проекта, проанализировать существующие аналоги и пользовательские потребности.

Тематика проекта: Разработать сайт пиццерии.

## 1. Изучение целевой аудитории

### 1.1. Краткое описание пользователей приложения

*Целевая аудитория* - это группа людей, объединенная общими признаками. Эти люди характеризуются общими географическими (где потребитель живет, работает и делает покупки), социально-демографическими (пол, возраст, семейное положение, образование, место работы и уровень дохода) и психологическими характеристиками (стиль жизни, желания, страхи, потребности, образ жизни и потребительские привычки).

*What? (Что?)* - тип товара по конкретным свойствам: что именно вы предлагаете своим потребителям?

*Who? (Кто?)* - тип потребителя по различным характеристикам: пол, возраст, социальный статус.

*Why? (Почему?)* - чем руководствуется потребитель, приобретая тот или иной товар? Какую проблему решает товар или услуга?

*When? (Когда?)* - в какое время совершается покупка? (Время суток, сезонность, праздники).

*Where? (Где?)* - где именно происходит покупка? (Место покупки: супермаркет, бутик или где-то еще).

Общей ЦА являются люди, мужчины и женщины, от 15 до 50, проживающие на территории РБ, в зоне доступа которых находится ресторан-пиццерия. Доход людей – средний и выше. Причины заказа пиццы: любовь к вкусной еде, отсутствие свободного времени на готовку, желание «побаловать» себя и близких людей, заказ еды на праздники, разнообразие рациона.

Таким образом, можно выделить 3 подгруппы потенциальных пользователей приложения

Вопрос	1 подгруппа	2 подгруппа	3 подгруппа
What?	Заказ пиццы на месте	Заказ пиццы с доставкой на дом в ближайшее время	Заказ пиццы на определенное время
Who?	Молодые люди 12-16 лет	Молодые люди 18-30 лет	Мужчины и женщины 30-50 лет
Why?	Желание посидеть с	Отсутствие времени на готовку, желание	Желание разнообразить

	друзьями в пиццерии, почувствовать «взрослость» при вложении финансов, попробовать создать собственную пиццу и обсудить с друзьями	разнообразить рацион или «побаловать себя», желание попробовать сделать свою пиццу	рацион, сделать подарок детям на праздник
When?	Выходные дни, при наличии свободных денег	Любые дни недели в течение года	Дни рождения, выходные
Where?	Свой город, в котором есть данная пиццерия	Собственный дом, рабочее место	Дом/квартира

## 1.2. Недостатки конкурирующих приложений

Выберем три аналога системы: приложение пиццерии Додо, приложение пиццерии Папа Джонс, приложение пиццерии Доминос.

–Додо: оценка приложения на App Store высокая (4,9/5). Из недостатков можно выявить: не отображает номер курьера, не работает доставка к определенному времени через приложение.

–Папа Джонс: оценка приложения на App Store средняя (3.7/5). Проблемы с вводом адреса доставки пиццы, установкой на смартфоны, жалобы на интерфейс.

–Доминос: оценка приложения на App Store низкая (1,6/5). Преимуществом пиццерии является наличие сертификатов и системы бонусов, однако из-за плохо разработанного приложения, у пользователей возникают проблемы с работой с данным функционалом. А также проблемы с авторизацией.

## 1.3. Анализ запросов в поисковых системах

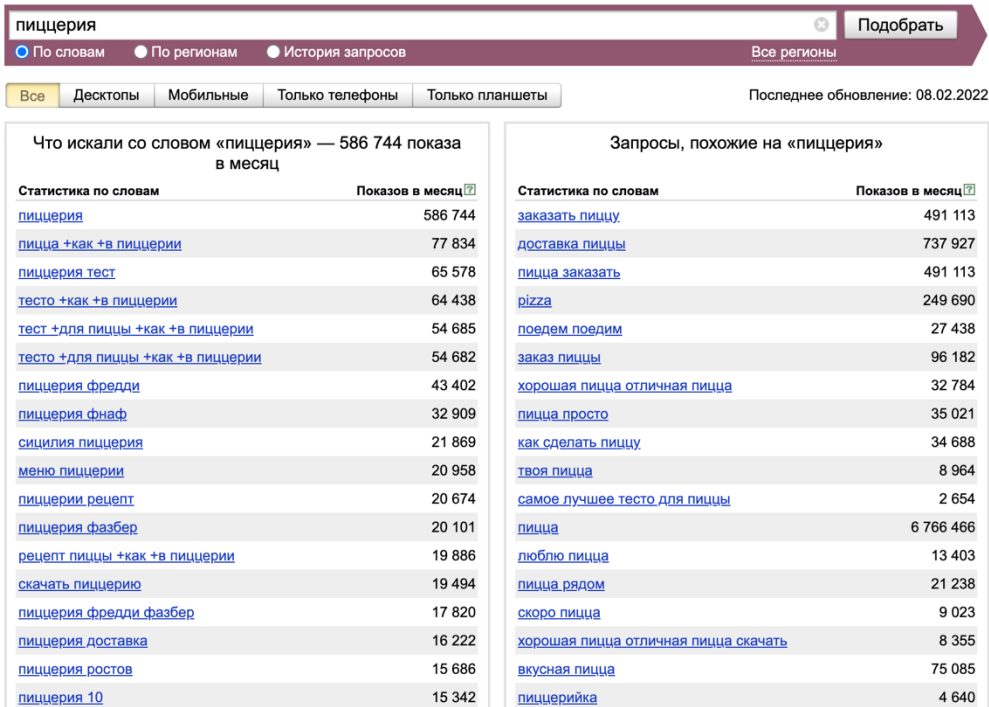


Рис. 1

Как представлено на рисунке 1, число запросов «Пиццерия» довольно высоко. Однако, как будет представлено ниже, часто пишут целенаправленно в поиске определенной пиццерии.

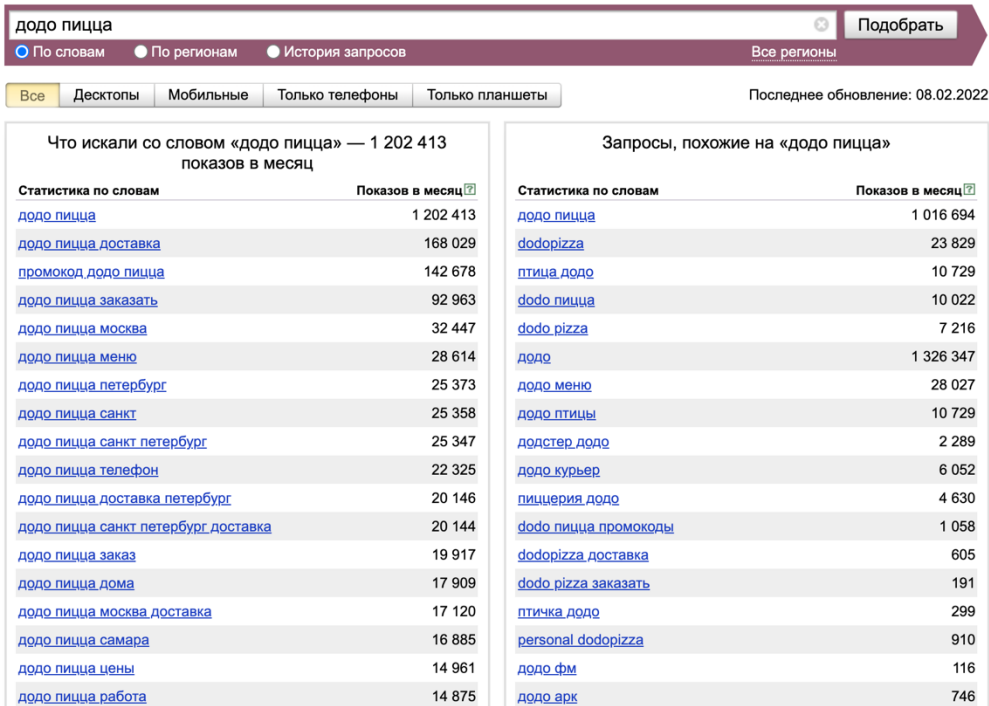


Рис. 2

На рисунке 2 представлена популярность пиццерии Додо. Следует отметить, что популярность таких ресторанов складывается не только с уровня «вкусности» самой еды, но и системы цен, акций и предложений, что в Додо является стабильной и действующей стратегией. Но не стоит упускать из вида и хорошо разработанное приложение ресторана.

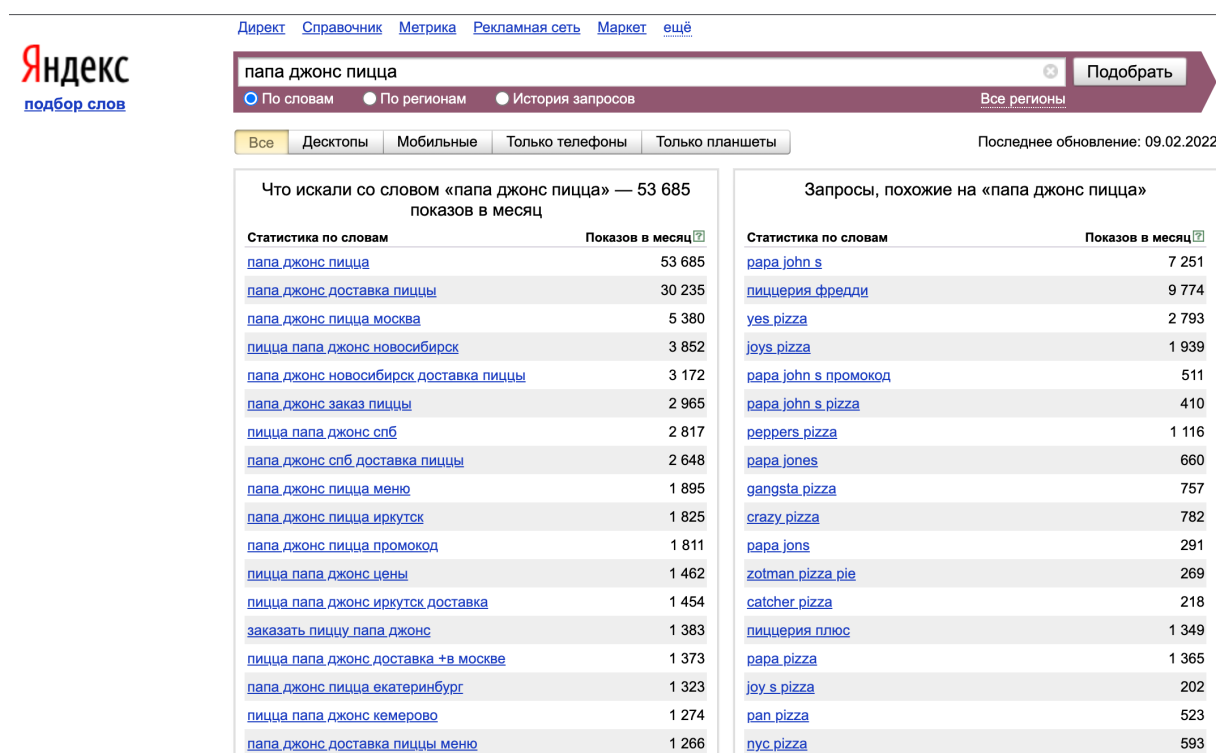


Рис.3

На рисунке 3 представлена популярность прямых запросов в пиццерию «Папа Джонс». К сожалению, данная сеть значительно проигрывает двум аналогам и имеет среднекачественное приложение.

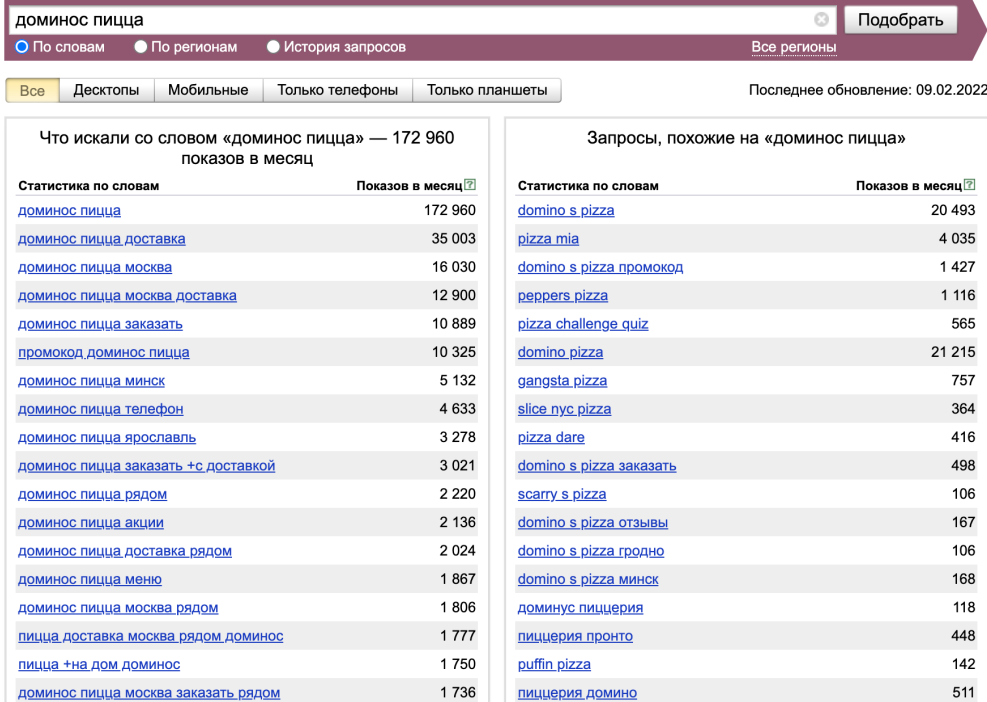


Рис.4

Как представлено на рисунке 4, пиццерия Доминос имеет большую популярность, чем «Папа Джонс», возможно из-за наличия системы бонусов и сертификатов.

#### 1.4. Промежуточные выводы

Исходя из анализа существующих конкурентных систем, можно сделать вывод, что наличие хорошо разработанного приложения повышает популярность пиццерии. Также необходимо учитывать наличие акций, сертификатов и различных бонусов, которые должны отображаться в приложении. Важен удобный интерфейс и легкая установка приложения на телефон.

#### 1.5. Целевое действие пользователя (СТА-кнопка)

Главным действием для пользователя будет заказ пиццы, соответственно должна быть яркая и работающая кнопка «Заказать пиццу»

К дополнительным действиям можно отнести:

—Выбор самовывоза/доставки (в ближайшее время/к определенному времени)/на месте;

- Возможность полностью собрать собственную пиццу (Конструктор пиццы)
- Возможность оплаты наличными или картой
- Выбор пиццы из меню
- Просмотр акций, бонусов и промокодов

## 2. Пользовательские истории

Составим пользовательские истории для приложения пиццерии

- «Как подросток с полученными на личные расходы деньгами, в школе, я решил, что хочу поесть пиццу с друзьями после школы, чтобы отметить окончание четверти»
- «Как ответственный работник, на работе, я хочу пообедать на рабочем месте, чтобы не тратить время на поход к кафе»
- «Как продвинутый любопытный молодой человек, дома, я хочу собрать собственную пиццу из выбранных ингредиентов, чтобы проверить свои навыки повара»
- «Как учитель в школе, я хочу заказать пиццу к определенному времени, чтобы поздравить мальчиков с 23 февраля»
- «Как уставшая мама дома, я хочу собрать пиццу из сохраненных ингредиентов, чтобы быстро поесть не очень дорогую еду пока ребенок спит»

Люди	Места	Деятельность	Цель
Студент	На паре	Думает о еде, смотрит акции	Хочет поесть с друзьями после пар
Бабушка	На диване	Осваивает мобильные технологии	Хочет сделать внуку сюрприз и заказать его любимую пиццу
Молодой работник	В метро	Просматривает ленту в поиске интересных предложений	Хочет пригласить друзей сделать собственную пиццу и отпраздновать получение первой в жизни работы

Маркетолог	В магазине	Просматривает существующие ингредиенты для пиццы-конструктора во время перерыва	Хочет заказать собственную авторскую пиццу
Грузчик	За столом	Выбирает пиццу из предложенных	Хочет сделать сюрприз жене

### 3. Карта эмпатии

Для примера одного из типов пользователей возьмем студента старших курсов. Частой проблемой студентов является стойкое желание вкусно и дешево поесть. Постоянные стрессы на учебе и в поиске работы, а также высокая загруженность дают хорошую почву для развития аппетита. Отсутствие времени на готовку и особых навыков (или технической оснащенности общежитий) предполагают частое питание вне дома, на ходу или уже приготовленной едой. Студенты очень рады различным бонусам, акциям от ресторанов, что дает возможность сэкономить на обеде.

Рассмотрит подробнее такого персонажа на рисунке 1.



Рис. 1

#### 4. Ключевые преимущества разрабатываемого приложения

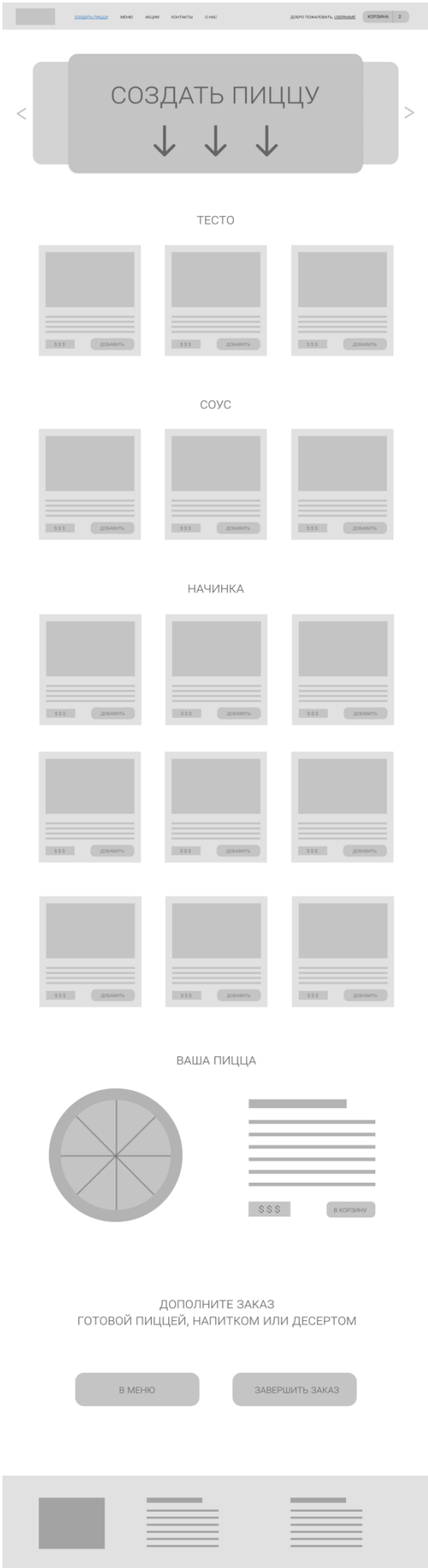
Для успеха на рынке приложение должно включать интересные фишки, которые могут привлечь внимание пользователя.

Для разрабатываемого приложения главной уникальностью «Best-at» можно отметить:

- Наличие «Конструктора пиццы», который позволит собирать собственную пиццу из предложенных ингредиентов.
- Возможность сохранять созданные пользователем пиццы (библиотека пицц пользователя), чтобы заказать снова, если пицца оказалась идеальной по вкусу.
- Добавление 3 ингредиентов в раздел «Любимые» и получение скидки на их использование в своей пицце позволит сделать предложение «Конструктора пиццы» еще выгоднее для пользователей.

#### 5. [Макет дизайна веб-сайта](#)





пиццы

десерты

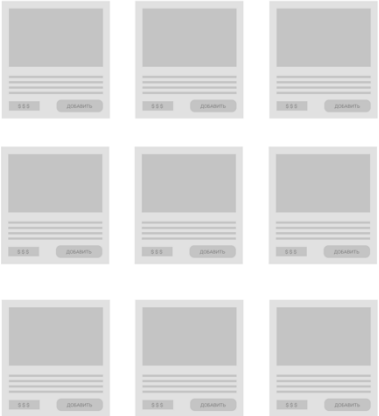
напитки

комбо

закуски

другое

ПИЦЦЫ



ДЕСЕРТЫ



НАПИТКИ



КОМБО



ЗАКУСКИ



ДРУГОЕ



ДОПОЛНИТЕ ЗАКАЗ  
СОБСТВЕННОЙ ПИЦЦЕЙ

создать пиццу

завершить заказ