

# Планировщик задач Т-Банка

Единый планировщик задач внутри приложения Т-Банка, объединяющий партнёрские и собственные сервисы, а также удобную систему таймменеджмента, предлагающий 5% кэшбэк за оплату внутри сервиса.

# Project Charter and Roadmap

## Executive Summary



### Pain Points

Пользователи вынуждены держать в голове множество задач и переключаться между разными сервисами (доставка, билеты, бронирование). Высокая когнитивная нагрузка снижает лояльность.



### Цель проекта

Создать единый планировщик задач внутри приложения Т-Банка, объединяющий партнёрские и собственные сервисы, а так же удобную систему таймменеджмента, предлагающий 5% кэшбэк за оплату.

## Ожидаемая бизнес-ценность



**+15% кросс-продажи партнерских сервисов в первые 6 месяцев**

Согласно исследованию Cornerstone Advisors, ведущие финучреждения увеличивают число продуктов на пользователя в среднем на 1.34, что на 24% превышает показатели средних игроков; консервативная цель +15% кросс-продаж выглядит реалистичной и достижимой ([alkami.com](http://alkami.com)).



**+10% удержания пользователей, активно использующих планировщик**

Forrester Research отмечает, что банки с продвинутой персонализацией сохраняют 98% клиентов год к году против 75% у менее персонализированных; даже половина этой разницы (~10%) — цель для первого полугодия запуска планировщика ([numberanalytics.com](http://numberanalytics.com)).



**ROI ≥ 200% за счёт комиссии партнеров и роста объёма транзакций**

Анализ Nucleus Research показывает, что глобальные банки получают порядка 199% ROI от внедрения data-платформ, а мобильные банки в Азиатско-Тихоокеанском регионе достигают до 300% ROI от запуска мобильных сервисов (2007–2025) ([nucleusresearch.com](http://nucleusresearch.com), [retaildive.com](http://retaildive.com)).

# Stakeholder & RACI

Роль	Ответственный	Утверждает	Консультирует	Информируется
Product Owner	Head of Product	C-level	Business Analyst	Development Team
Business Analyst	Business Analyst	Product Owner	Subject Matter Experts	QA, Marketing
UX/UI Designer	UX Lead	Product Owner	Users (фидбэк)	Dev, QA
Dev Team	Tech Lead	Product Owner	Business Analyst	Support, Ops
Marketing	Marketing Manager	CMO	Analytics	Call-center

# Roadmap

Этап	Цели и задачи	Сроки	Важные зависимости
MVP	Must фичи	Sprint 1–2	API партнёра доставки
Phase 2	Should фичи	Sprint 3–5	UX-исследования
Phase 3	Could фичи	Sprint 6–8+	Новые партнёрства

# Функциональные требования (User Stories)

## Календарь, масштабы и рекуррентные события

- US1: Переключение представлений (месяц/неделя/день)
- US2: Точное планирование на уровне минуты
- US3: Регулярные события с гибкими настройками
- US4. Предложение напоминания при создании события
- US5. Фильтрация категорий в календаре
- US6. Отдельные виды календаря

## Управление подписками и платежами

- US7. Сканирование подписок и периодических платежей
- US8. Просмотр статистики по подпискам
- US9. Добавление подписок в календарь
- US10. Автопланирование регулярных платежей

## Управление событиями и задачами

- US15. Типы ивентов в календаре: события и задачи
- US16. Отметка выполнения задачи
- US17. Статистика по задачам
- US18. Оплата счетов прямо из задачи/события


## Интеграции с внешними сервисами

- US11. Заказ продуктов
- US12. Бронирование (например столика или такси)
- US13. Travel Planner
- US14. Импорт событий между профилями

## Интеллектуальные предложения и подсказки


- US19. Спортивные предложения
- US20. Контекстные подсказки к рабочему графику
- US21. Контекстные подсказки к событиям

## Дополнительные возможности




**US22: Прикрепить документ**

Как пользователь, я хочу добавить к задаче квитанции, билеты или паспортные данные для поездки, чтобы хранить всю информацию локально.



**US23: Отметить приоритет/избранное**

Как пользователь, я хочу отмечать важные события, чтобы быстро к ним возвращаться.



**US24: Поделиться событием**

Как пользователь, я хочу расшарить событие коллегам или родным, чтобы координировать совместные действия. Так же я хочу импортировать ивенты между своими профилями.

# Персоны пользователей

Персона	Цели и задачи	Ключевые боли/проблемы	Частота использования	Основной сценарий использования
Casual User	- Быстро запланировать бытовые задачи (доставка, билеты, бронирование).- Получить напоминания и кэшбэк.	- Множество разрозненных приложений.- Риск забыть о важных делах.	2–3 раза в неделю	Создание и завершение разовых задач.
Busy Parent	- Координация семейного расписания.- Напоминания о школьных событиях и покупках.- Управление семейным бюджетом.	- Высокая когнитивная нагрузка.- Несинхронизированные календари между членами семьи.- Пропуск дедлайнов и планов детей.	Ежедневно	Планирование семейного дня и покупок.
Business User	- Организация корпоративных встреч и командировок.- Автопланирование регулярных платежей по счетам.- Отчеты.	- Сложности в синхронизации расписаний и счетов.- Ручная работа по повторяющимся платежам.- Отсутствие сквозной аналитики командных расходов.	3–5 раз в неделю	Согласовать встречу и оплатить сопутствующие услуги ( например такси или забронировать столик в ресторане).
Traveler	- Полное планирование поездки (билеты, отели, экскурсии).- Контекстные подсказки перед вылетом и заселением.	- Разрозненные приложения и сайты.- Сложность контролировать изменения расписания.- Пропускать выгодные предложения на билеты и отели.	По мере планирования рейсов	Создание события "Отпуск" и сбор всех бронирований в одном месте.

# Персоны пользователей (продолжение)

Персона	Цели и задачи	Ключевые боли/проблемы	Частота использования	Основной сценарий использования
Sports Enthusiast	- Планирование тренировок и перерывов.- Получение персонифицированных предложений спортивных товаров и услуг.	- Нет единого календаря с тренировками и прочими событиями- Трудности с поиском спецпредложений и скидок.	Ежедневно/еженедельно	Настройка возобновляемых тренировок и отслеживание истории.
Small Business Owner	- Управление расписанием сотрудников.- Автоматизация счетов и платежей.	- Ручная синхронизация графиков.- Несвоевременная оплата сервисов.- Потеря времени на рутинные задачи управления бизнесом.	5+ раз в неделю	Обнаружить и импортировать корпоративные подписки и счета.
Freelancer	- Планирование дедлайнов и встреч с клиентами.- Автопланирование платежей по налогам и сервисам.- Анализ доходов.	- Риск пропустить дедлайн.- Много финансовых операций разбросанных по разным сервисам.- Нужна прозрачная статистика доходов и расходов.	Несколько раз в неделю	Настройка задач по проектам с последующим анализом результатов.

## Профили аккаунтов пользователей

### Личный

Персональный календарь и задачи: покупки, встречи, хобби. Уведомления и кэшбэк для повседневных дел.

Актуально для индивидуальных пользователей

### Бизнес

Корпоративные встречи, командировки и платежи. Интеграция с CRM и учёт затрат.

Актуально для менеджеров и сотрудников компаний

### Семейный

Совместное планирование семейных событий, школьных и медицинских календарей. Доступ для всех членов.

Актуально для родителей, детей, бабушек и дедушек

### Проектный

Планирование задач и вех по проектам, контроль сроков и ответственных.

Актуально для руководителей проектов и команд

# Статусная модель задач и событий

Нижe представлена статусная модель (state machine) для задач и событий с основными состояниями и возможными переходами.

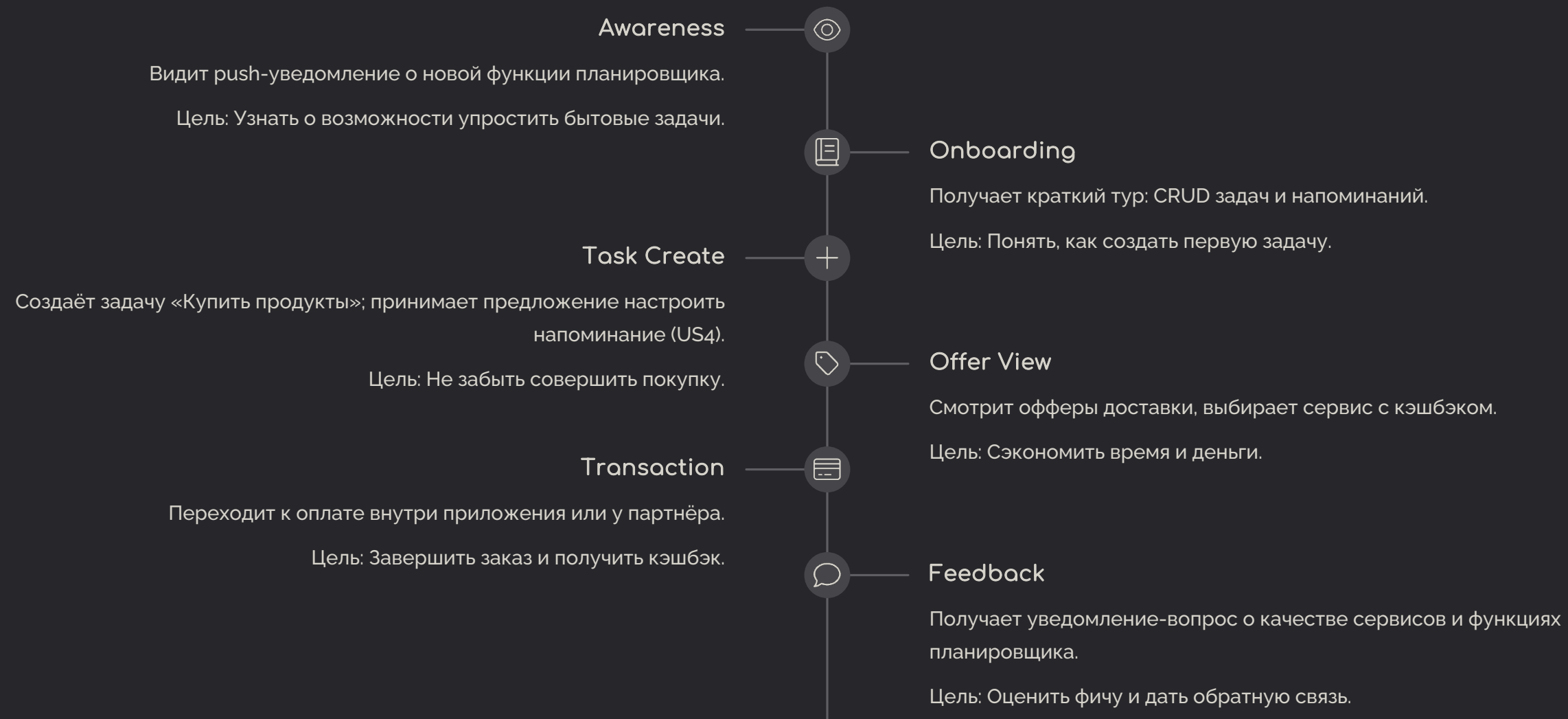
Статус	Описание	Возможные переходы
New	Событие или задача создана, но ещё не запланирована.	→ Scheduled, → Cancelled
Scheduled	Задача запланирована в календаре с указанной датой/временем.	→ In Progress (при наступлении срока), → Cancelled
Reminder Set	Для задачи настроено напоминание.	→ Reminder Fired
Reminder Fired	Напоминание активировано (пользователь уведомлен).	→ In Progress, → Snoozed
Snoozed	Пользователь отложил напоминание на более позднее время.	→ Reminder Fired
In Progress	Пользователь начал выполнение задачи (например, открыл детали или перешёл к оплате).	→ Completed, → Cancelled, → Overdue
Completed	Задача или событие успешно завершено.	→ Archived
Cancelled	Задача или событие отменено пользователем или системой.	→ Archived
Overdue	Срок выполнения наступил, но задача не была отмечена как выполненная или отменена.	→ In Progress, → Completed, → Cancelled
Archived	Итоговое состояние после завершения или отмены; сккрытие из активного списка.	–

Эта модель помогает визуальнo и программно отслеживать жизненный цикл задач и событий, обеспечивая корректную логику отображения и уведомлений.

# User Journey Maps

Для каждой персоны мы строим свой путь пользователя (User Journey) через основные этапы взаимодействия с планировщиком. Стоит отметить, что описанные пути не являются исчерпывающими для каждой персоны, а лишь отражают основные характерные сценарии использования.

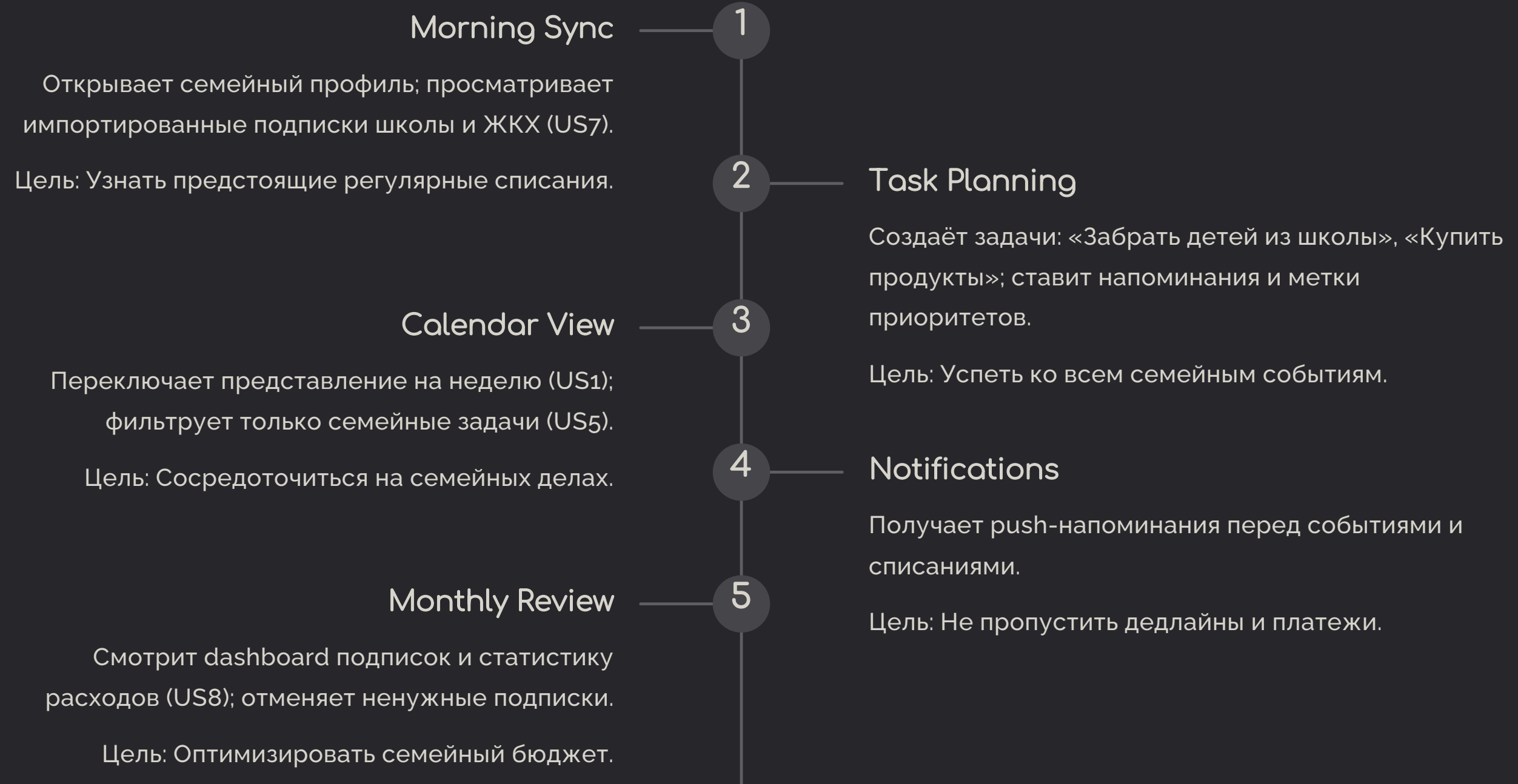
## Casual User



Casual user является базовой персоной: каждый пользователь начинает своё знакомство с планировщиком именно в этом качестве, а все последующие роли являются уже специфичными надстройками.



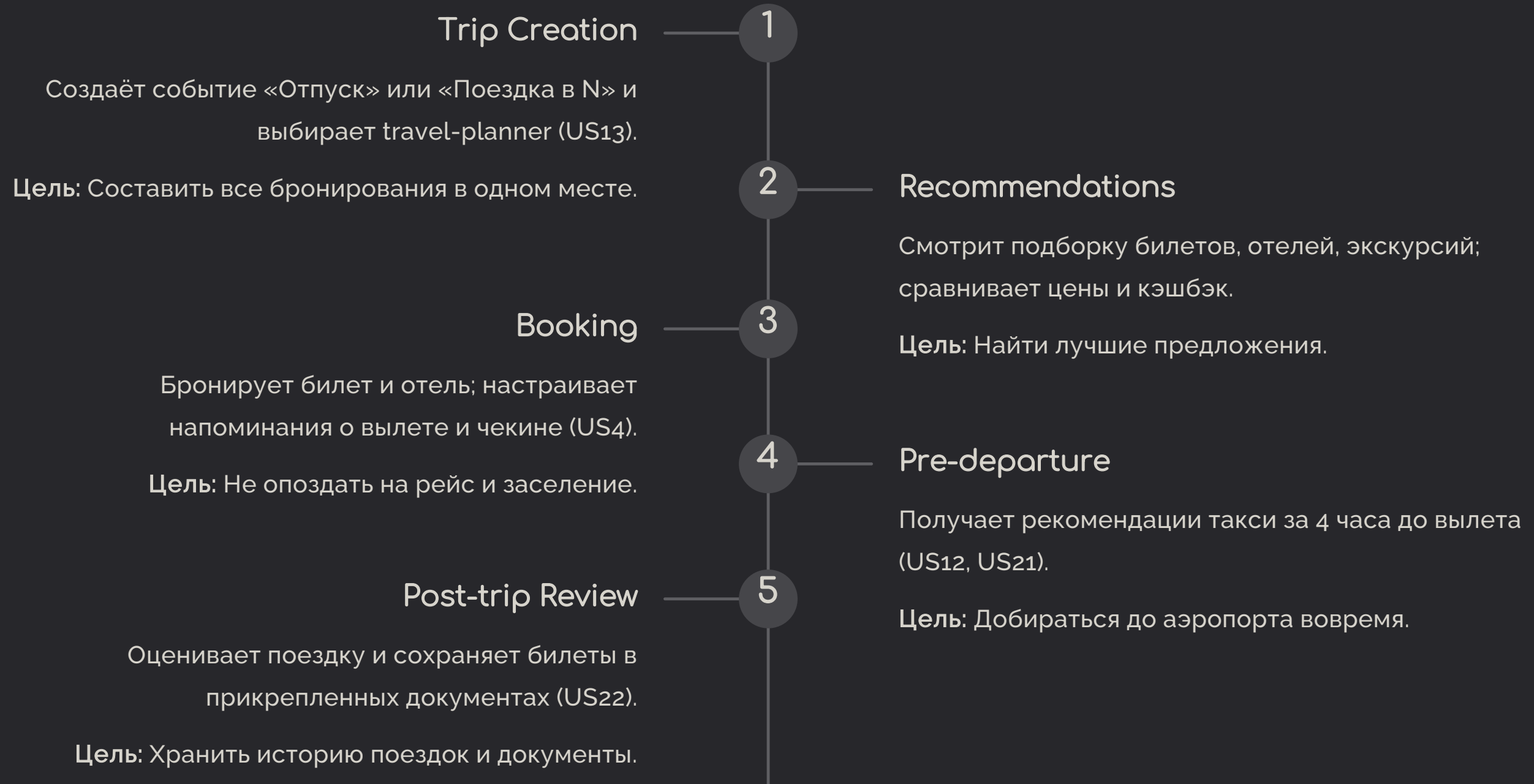
# Busy Parent



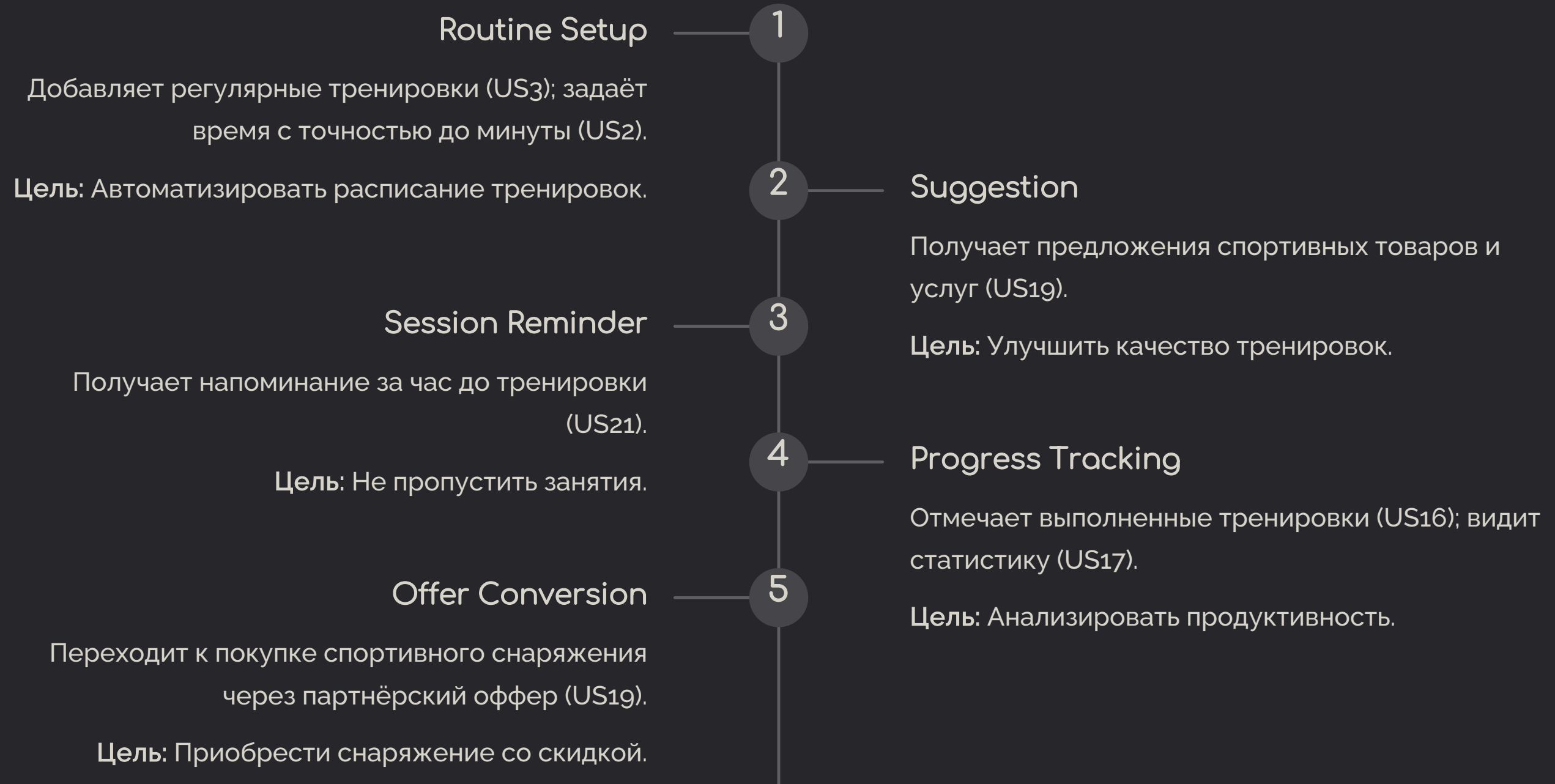
# Business User



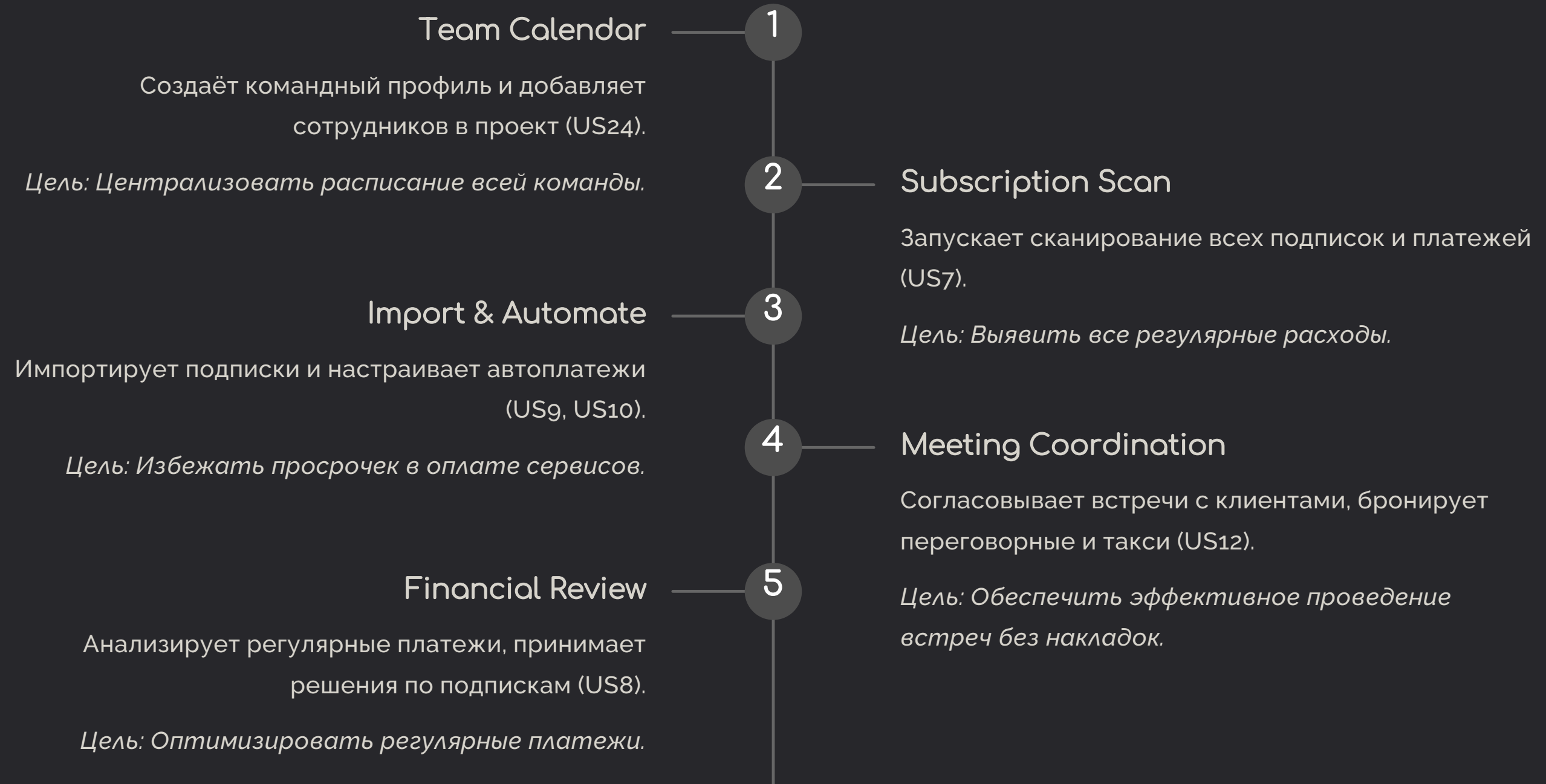
# Traveler



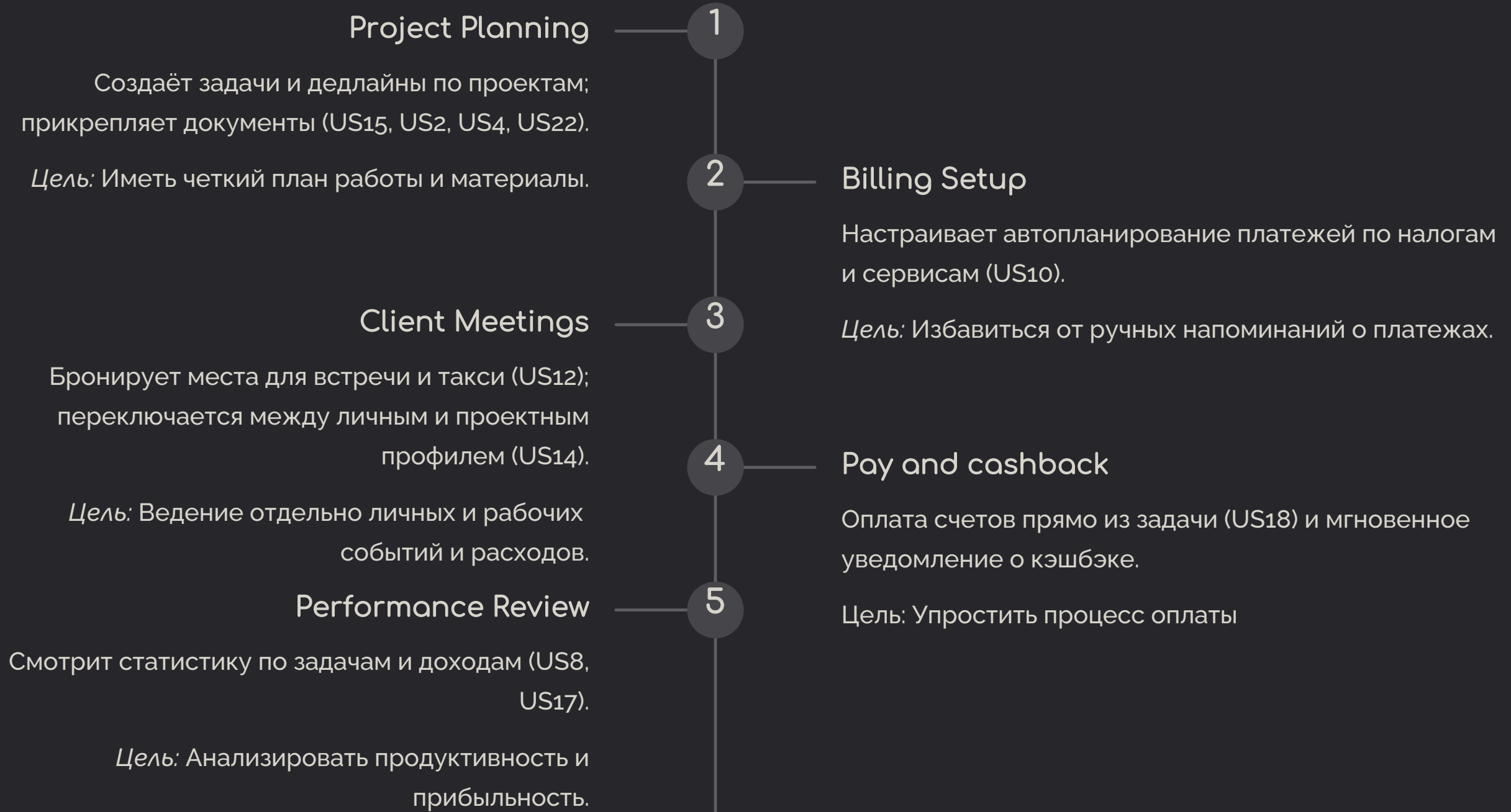
# Sports Enthusiast



# Small Business Owner



# Freelancer



# Метрики (KPI)

## North Star Metric

- **Активность планировщика** Доля активных пользователей, создавших или закрывших  $\geq 1$  задачу в неделю. Отражает общий уровень вовлеченности и ценности фичи.

## Quantitative Metrics

### Метрики использования

1. DAU/WAU/MAU планировщика
2. Конверсия задач в транзакции
3. Средний чек партнёрских заказов
4. Retention Rate (1-й и 2-й недели)
5. Churn Rate планировщика

### Метрики эффективности

1. Task Completion Rate
2. Average Time to Create Task
3. Количество обнаруженных подписок
4. Subscription Import Rate
5. Ошибки и исключения в системных логах

## Qualitative Metrics

- **NPS внутри фичи** Оценка удовлетворенности пользователей планировщиком по шкале от  $-100$  до  $+100$ .
- **User Satisfaction Score (CSAT)** Средняя оценка удобства (1–5) после выполнения ключевых сценариев.
- **Feedback Sentiment Analysis** Доля положительных/отрицательных комментариев из форм обратной связи. Помогает приоритизировать улучшения.

# Financial Metrics

- **Revenue Uplift** Рост выручки от партнёрских сервисов после запуска планировщика.
- **ROI проекта** Соотношение прибыли к затратам на разработку и маркетинг фичи.
- **Cost per Activation (CPA)** Стоимость привлечения одного активного пользователя планировщика.
- **Customer Lifetime Value (LTV)** Оценочная общая прибыль от одного пользователя за всё время использования планировщика. Рассчитывается как сумма среднегодовых доходов на пользователя, умноженная на прогнозируемый срок жизни клиента.
- **LTV:CAC Ratio** Соотношение LTV к Customer Acquisition Cost (CAC). Показывает, насколько привлечение пользователей выгодно: цель  $> 3$ .
- **Payback Period** Время, необходимое для окупаемости затрат на привлечение одного нового пользователя. Рассчитывается как  $CAC / ARPU$  (Average Revenue Per User).
- **Average Revenue Per User (ARPU)** Средний доход от одного активного пользователя в месяц. Помогает оценить экономическую эффективность и размер аудитории.
- **Gross Margin per User** Средняя валовая маржа на пользователя после вычета прямых затрат (комиссии партнёров, операционные расходы). Демонстрирует качество монетизации.

# Operational Metrics

- **Time to First Response (Support)** Среднее время реакции поддержки на тикет по планировщику.
- **System Availability** Доля времени безотказной работы сервиса планировщика (цель  $\geq 99.9\%$ ).
- **API Latency** Среднее время ответа внутренних и партнёрских API. Влияет на скорость загрузки данных и UX.

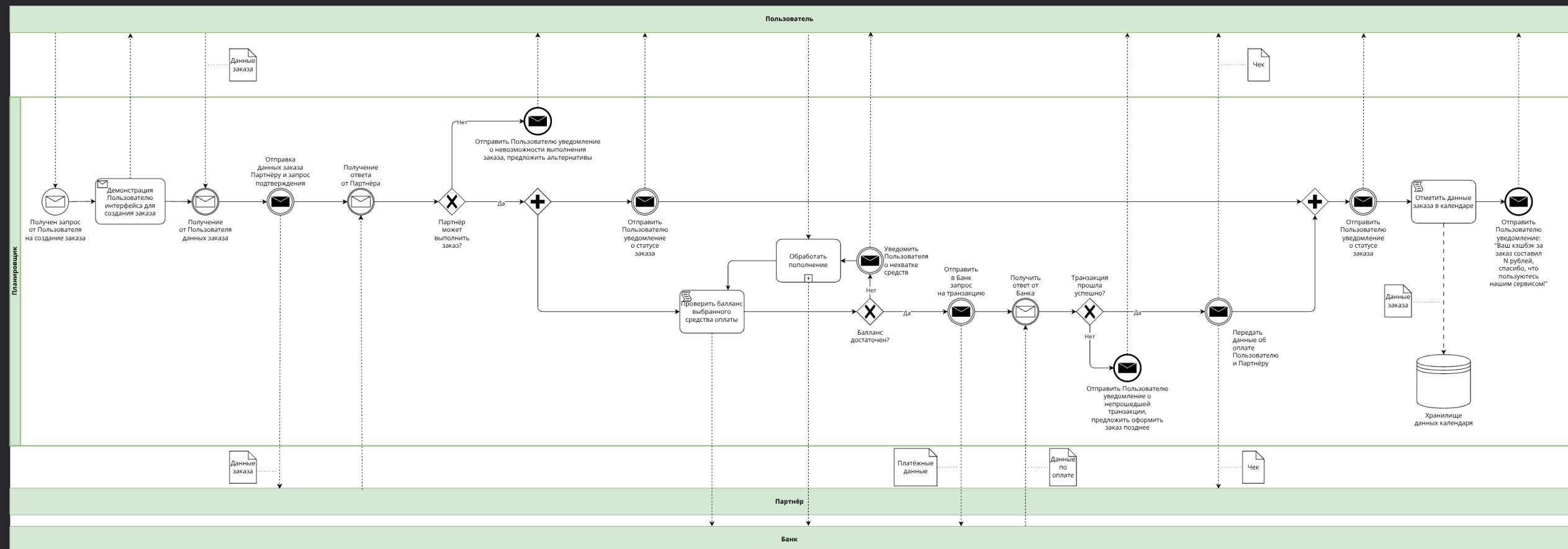


# Experiment (A/B-mecm) Metrics

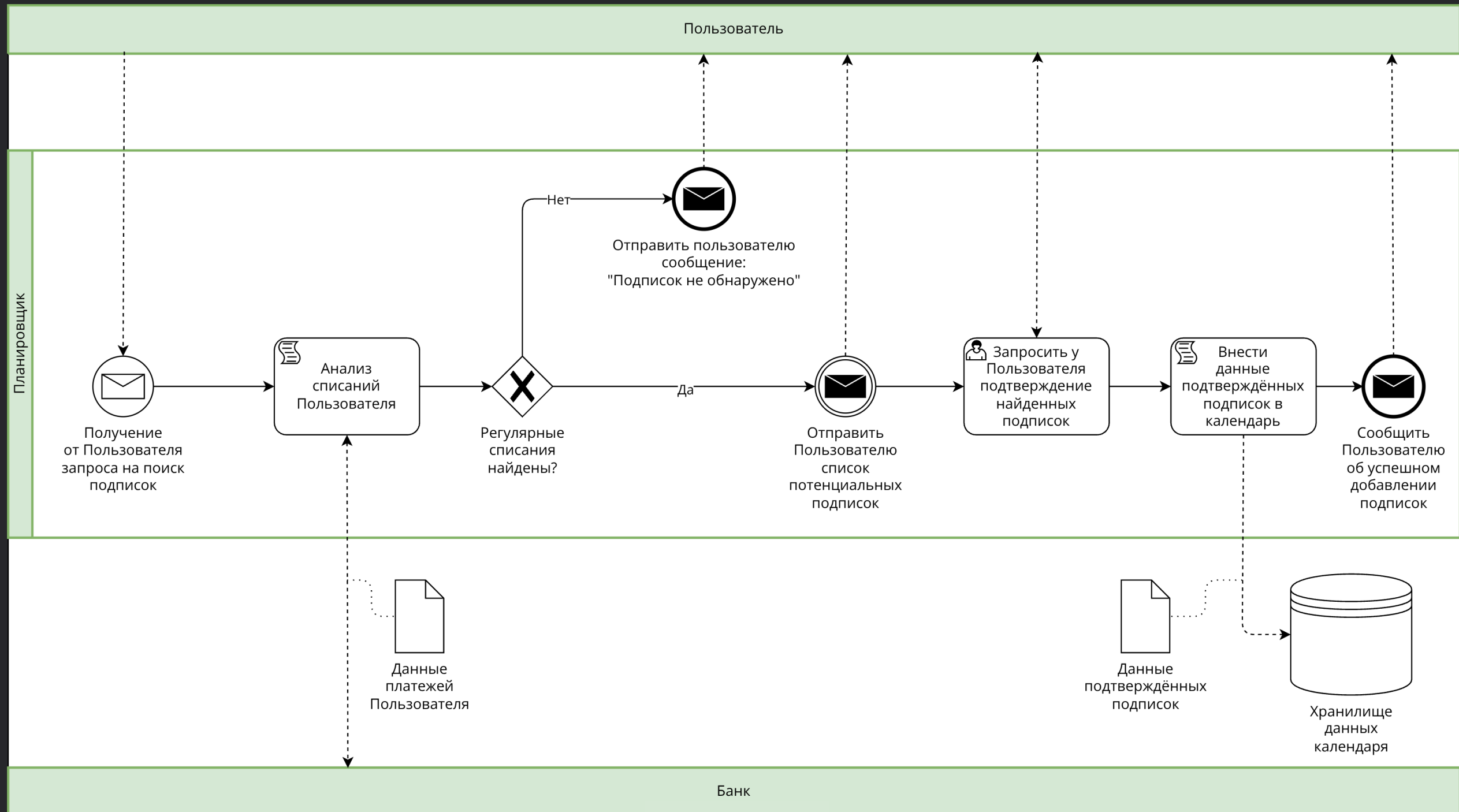
- Для проверки гипотез и оптимизации фичи можно будет провести несколько направленных экспериментов:
  1. **Позиция блока партнёров в UI**
    - Гипотеза: перенос блока с офферами партнёров ближе к шапке экрана увеличит число переходов к оплате.
    - Метрики: Partner Click Rate, Conversion Rate in Partner Flow, Average Time to Partner Click.
  2. **Варианты Onboarding Flow**
    - Гипотеза: добавление короткого интерактивного туториала при первом запуске повысит Time to First Value и удержание.
    - Метрики: Time to First Value (TTV), Retention Rate (1-я неделя), Feature Adoption Rate.
  3. **Предложение напоминания (US4)**
    - Гипотеза: всплывающее окно с предложением настроить напоминание сразу после создания события увеличит Reminder Setup Rate и снижает пропуски событий.
    - Метрики: Reminder Setup Rate, Event Miss Rate (пропущенные события), Time Between Reminder and Event.
  4. **Алгоритмы рекомендаций партнёров**
    - Гипотеза: персонализированные рекомендации (основанные на истории заказов) покажут более высокий ARPU и Revenue Uplift.
    - Метрики: ARPU, Revenue Uplift, Click-Through Rate рекомендательных блоков.
  5. **Формат рассылки (push vs email vs in-app)**
    - Гипотеза: push-уведомления с кратким напоминанием стимулируют больше возвратов в планировщик, чем email.
    - Метрики: Return Rate после нотификации, Open Rate (email), Click Rate (push).
  6. **Варианты фильтрации категорий (US5)**
    - Гипотеза: отображение только задач на первый экран vs все категории вместе снизит когнитивную нагрузку и увеличит Engagement Lift.
    - Метрики: Average Session Duration, Task Completion Rate, Bounce Rate внутри планировщика.
  7. **Onboarding подписок (US7–US9)**
    - Гипотеза: активное приглашение к сканированию подписок сразу после входа в планировщик увеличит Subscription Import Rate.
    - Метрики: Scan Initiation Rate, Subscription Import Rate, Average Number of Imported Subscriptions.
- Для каждого A/B-теста необходимо:
  - Выработать чёткую гипотезу, которая отвечает на вопросы: Что сделать? Для кого? Какие метрики должны проиллюстрировать результат? Какой результат ожидается?
  - Определить чёткий сегмент пользователей.
  - Установить контрольную и тестовую группы.
  - Определить продолжительность эксперимента.
  - Собрать достаточный объём данных (статистическая значимость).
  - Анализировать результаты с учётом Type I/II ошибок.
- Такая системная A/B-экспертиза позволит не только проверить ключевые гипотезы, но и постоянно улучшать UX и бизнес-показатели планировщика.

# Бизнес-процессы

## Main Flow: Создание и оплата события



# Обнаружение и импорт подписок



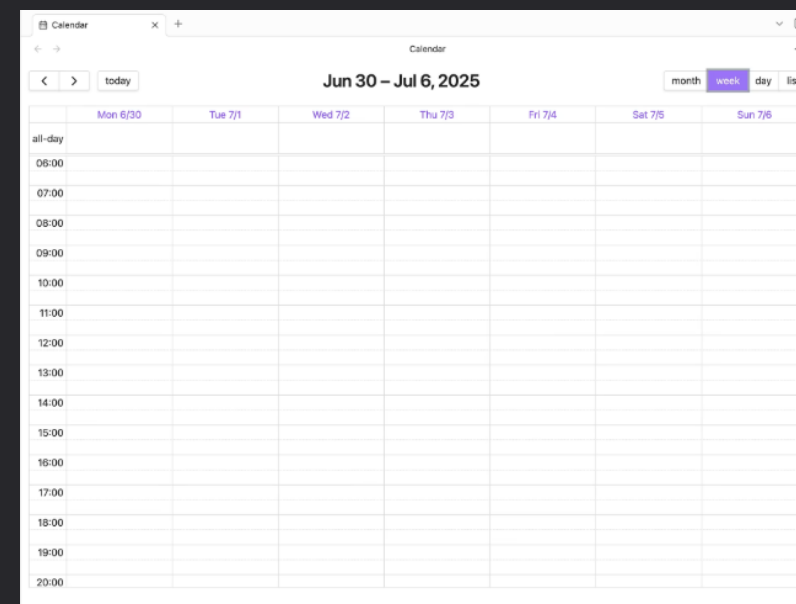
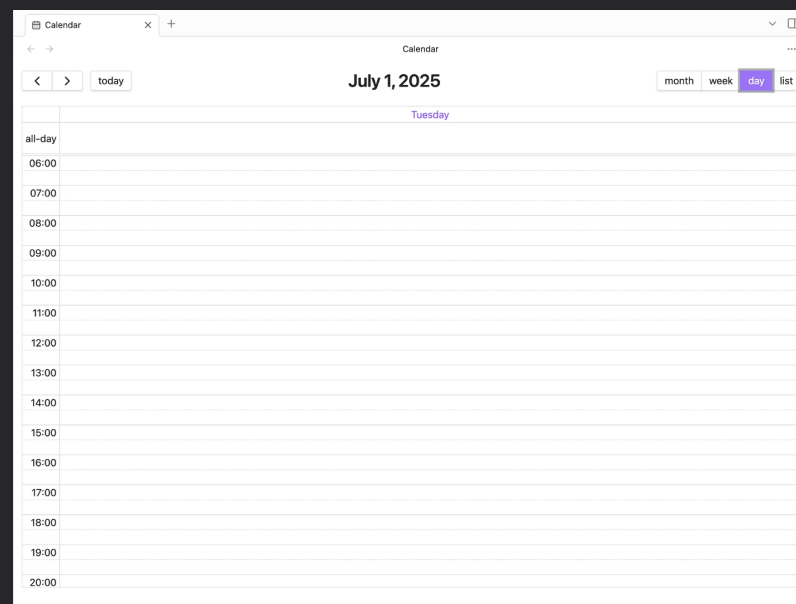
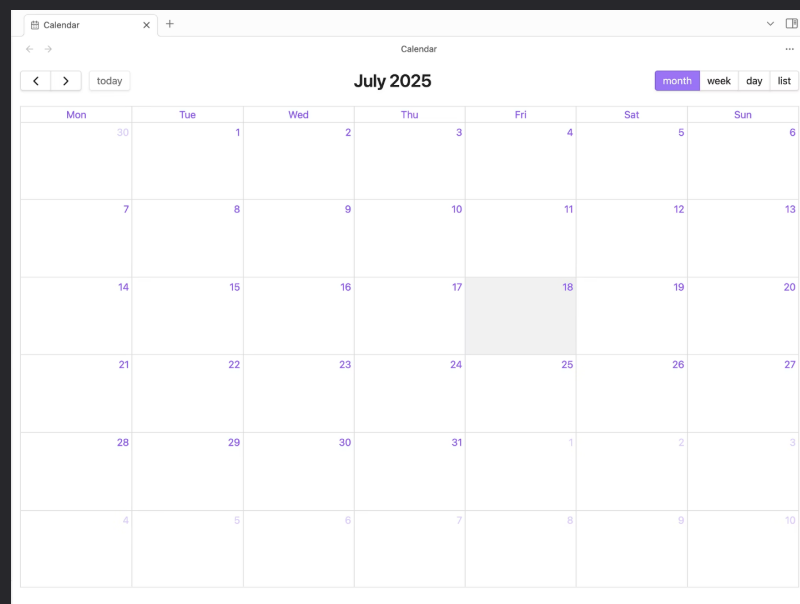
# Дополнения

Функция	Источник	MoSCoW	Reach (1–5)	Impact (1–5)	Confidence (1–5)	Effort (1–5)	RICE Score
Создание/редактирование задач	Базовая логика	Must	5	5	5	2	63
Отметка выполнения задачи	US16	Must	5	5	5	2	63
Установка напоминаний	US4	Must	5	5	5	2	63
Визуализация задач	UI	Must	5	4	5	2	50
Разделение событий/задач	US15	Must	4	5	5	2	50
Переключение календаря	US1	Must	4	4	5	2	40
Интеграция с партнерами	US11–13	Must	5	5	4	5	20
Автоплатежи	US10	Must	4	4	4	2	32
Импорт подписок	US9	Must	4	4	4	2	32
Фильтрация категорий	US5	Must	4	3	4	1	48
Календари задач/финансов	US6	Must	4	2	4	2	16
Контекстные подсказки	US20–21	Should	5	5	5	5	25
Обнаружение подписок	US7	Should	4	3	4	2	24
Повторяющиеся события	US3	Should	4	3	4	1	48
Точное планирование	US2	Should	3	4	4	1	48
Избранное	US23	Should	4	2	4	1	32
Профили	профили	Should	3	3	4	2	18
Статистика подписок	US8	Should	3	3	4	2	18
Импорт между профилями	US24	Should	3	3	4	1	36
Поделиться задачей	US24	Should	3	3	4	2	18
Прикрепить файл	US22	Should	3	2	4	2	12
Статистика по задачам	US17	Could	3	3	4	1	36
Аналитика	метрики	Could	3	3	3	4	7

Таблица ранжирования фич при помощи методов MoSCoW и RICE

Тут стоит уточнить, что эти оценки нуждаются в командном обсуждении и доработке, потому что наиболее реалистичные значения получаются именно при усреднении оценок от различных причастных к той или иной фиче членов команды.

# Дополнения



Пример того как функционально должен выглядеть календарь на различных масштабах. Тут видна возможность отмечать события, их время и продолжительность, задачи с отметками о выполнении, регулярные события с указанием времени повторения.

×

Add title

Файлы календаря

18.07.2025

All day event ☒

Recurring Event ☐

Task Event ☐

Save Event