

**Морозова Марина, 910101
Лабораторная работа №2**

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

Тематика: разработать сайт пиццерии.

1. Изучение целевой аудитории проекта

1.1 Краткое описание потенциальных пользователей

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

Общей ЦА являются жители РБ, от 18 до 50 лет, находящиеся в пределах зоны доставки. Доход людей – средний и выше. Причины заказа пиццы: экономия времени, заказ еды на праздники, разнообразие рациона, желание быстро и вкусно поесть.

Вопрос	Описание	Ответ
What? (Что?)	тип товара по конкретным свойствам: что именно вы предлагаете своим потребителям?	Заказ пиццы с доставкой по адресу
Who? (Кто?)	тип потребителя по различным характеристикам: пол, возраст, социальный статус	Мужчины и женщины, 18-50 лет
Why? (Почему?)	чем руководствуется потребитель, приобретая тот или иной товар? Какую проблему решает товар или услуга?	Экономия времени, заказ еды на праздники, разнообразие рациона
When? (Когда?)	в какое время совершается покупка? (Время суток,	Любые дни недели в течении года

	сезонность, праздники)	
Where? (Где?)	где именно происходит покупка? (Место покупки: супермаркет, бутик или где-то еще)	Собственный дом/квартира, место работы

1.2 Недостатки конкурирующих приложений

Выберем 3 конкурирующих приложения: Додо Пицца, Доминос Беларусь и Папа Джонс Беларусь.

- Доминос (Беларусь): оценка в Play Market низкая (2.4 из 5). Приложение “сырое”, у пользователей возникают проблемы с просмотром подробностей о товаре и заказе, а так же с навигацией по приложению. Однако имеется хорошая система различных скидок, акций и промокодов.
- Додо пицца: оценка в Play Market высокая (4.7 из 5). Пользователи жалуются на недостаток способов оплаты заказов, плохую навигацию и сложности с промокодами.
- Папа Джонс (Беларусь): оценка в Play Market низкая (2.1 из 5). Пользователи указывают на следующие недостатки: постоянное аварийное завершение работы приложения, плохая навигация и проблемы с заполнением данных для заказа.

1.3 Анализ запросов в поисковых системах

На рисунке 1 видно, что доставка пиццы пользуется популярностью.

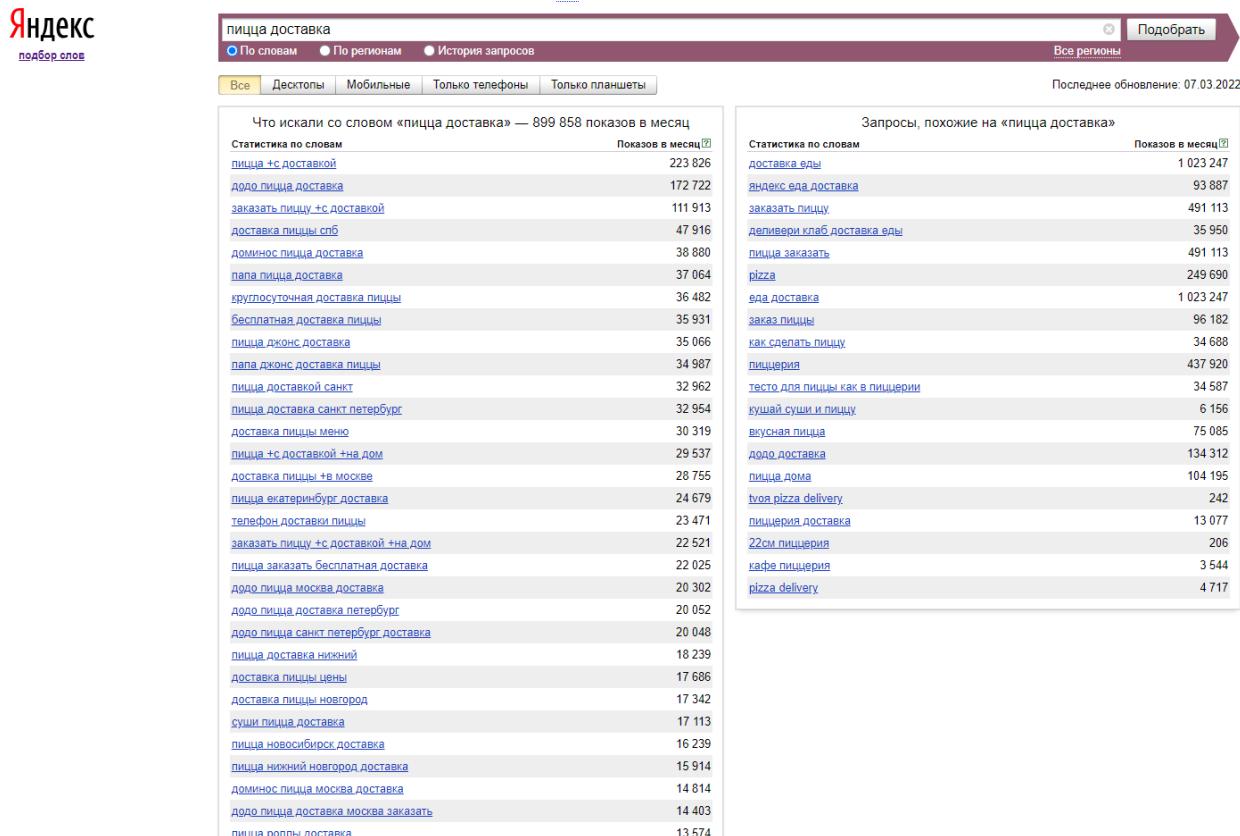


Рисунок 1

Однако, если продолжить анализ, можно увидеть, что чаще пользователи предпочтуют искать конкретную пиццерию. Например, на рисунке 2 представлена статистика по запросу “додо пицца”. На рисунках 3 и 4, для пиццерий Папа Джонс и Доминос соответственно, видно, что данные сети существенно проигрывают первой. 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.

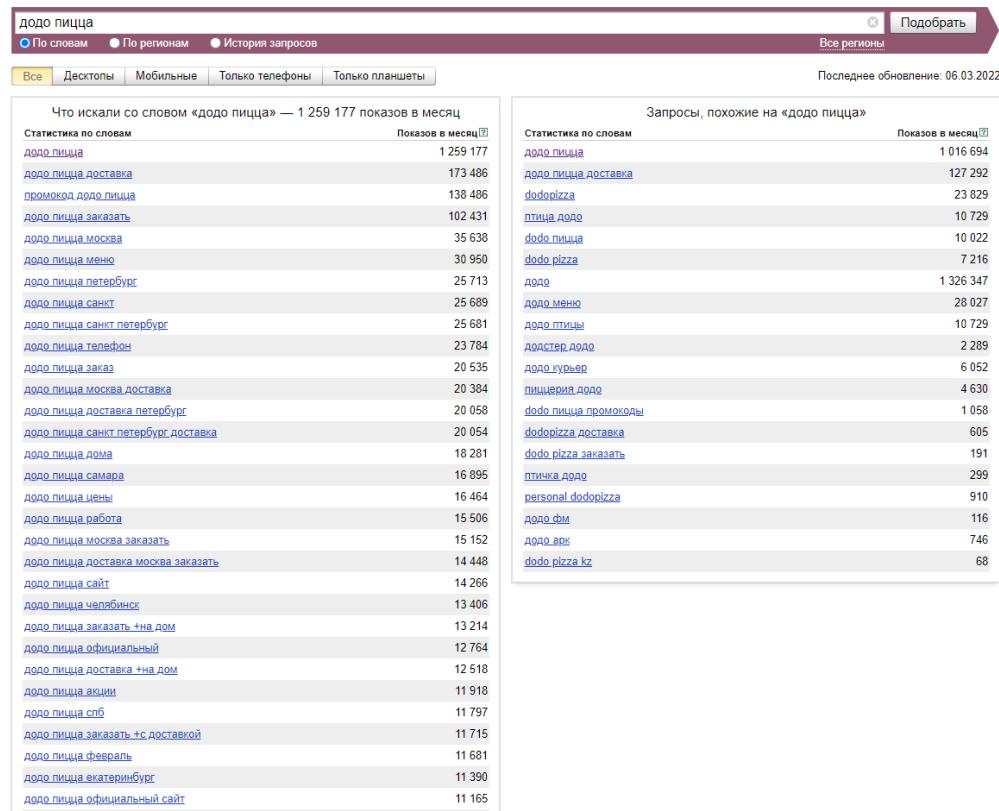


Рисунок 2

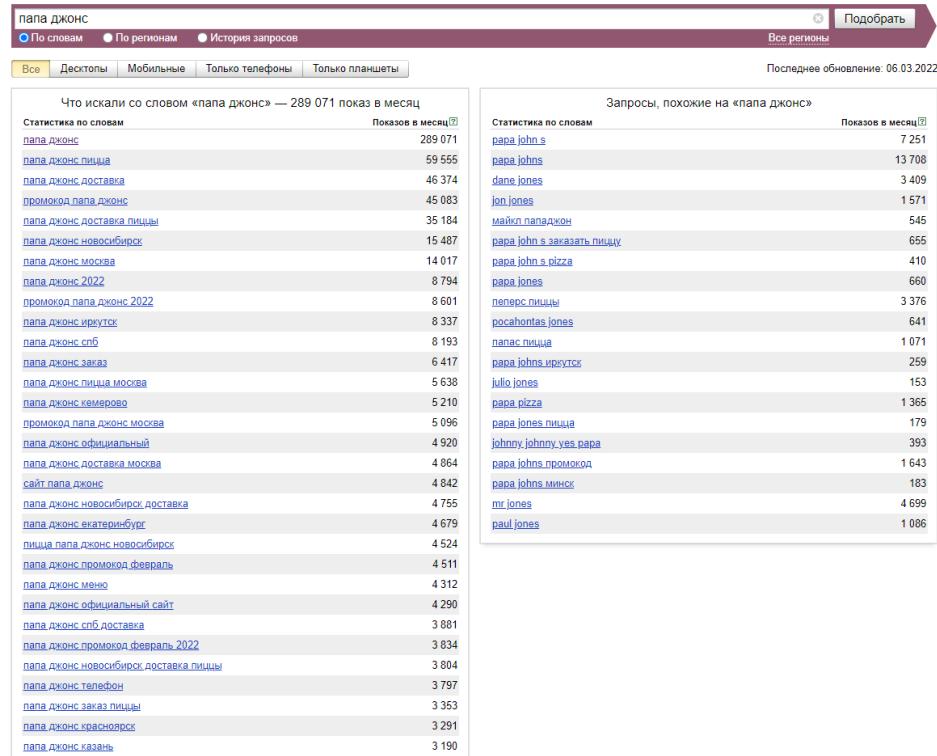


Рисунок 3

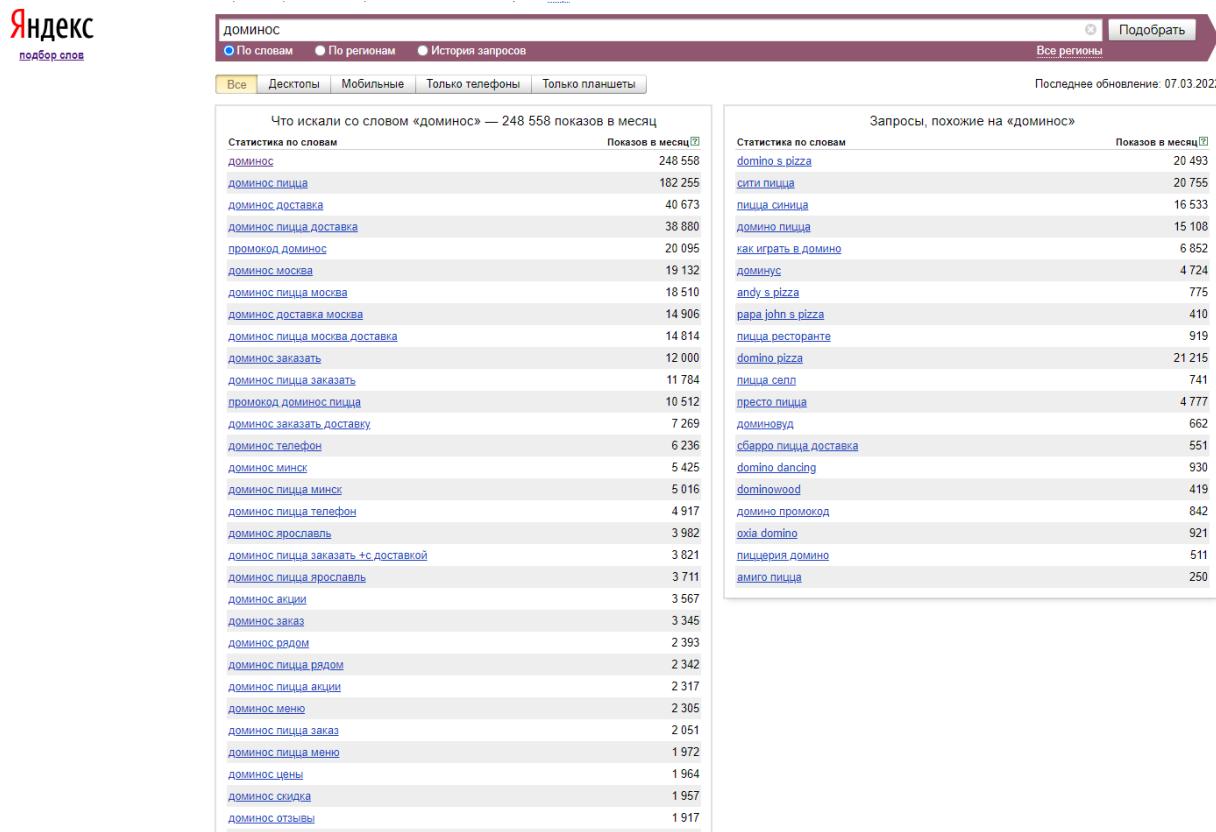


Рисунок 4

1.4 Выводы

Опираясь на анализ существующих конкурентных приложений, можно выделить ряд факторов, повышающих популярность пиццерии: хорошо разработанное приложение с удобной навигацией и легкой установкой на устройства, система различных акций и бонусов.

1.5 Целевое действие пользователя

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

К дополнительным действиям можно отнести:

- Выбор доставки (в ближайшее время/к определенному времени)/на месте;
- Возможность оплаты наличными или картой;
- Выбор пиццы из меню;
- Просмотр акций, бонусов и промокодов;

2. Пользовательские истории

- 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 сохранных ингредиентов, чтобы быстро поесть не очень дорогую еду пока ребенок спит.

3. Карта эмпатии



4. Ключевые преимущества разрабатываемого приложения

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

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

- Наличие специальных акционных сетов для вегетарианцев, что упростит поиск и сделает заказ более выгодным.
- Возможность сохранять любимые блюда, чтобы заказать снова и не тратить время на поиск.
- Наличие специальной акции “Ингредиент дня” для получения скидки на все пиццы, содержащие данный продукт.

5. Макет дизайна веб-сайта

Меню

Пицца

Напитки

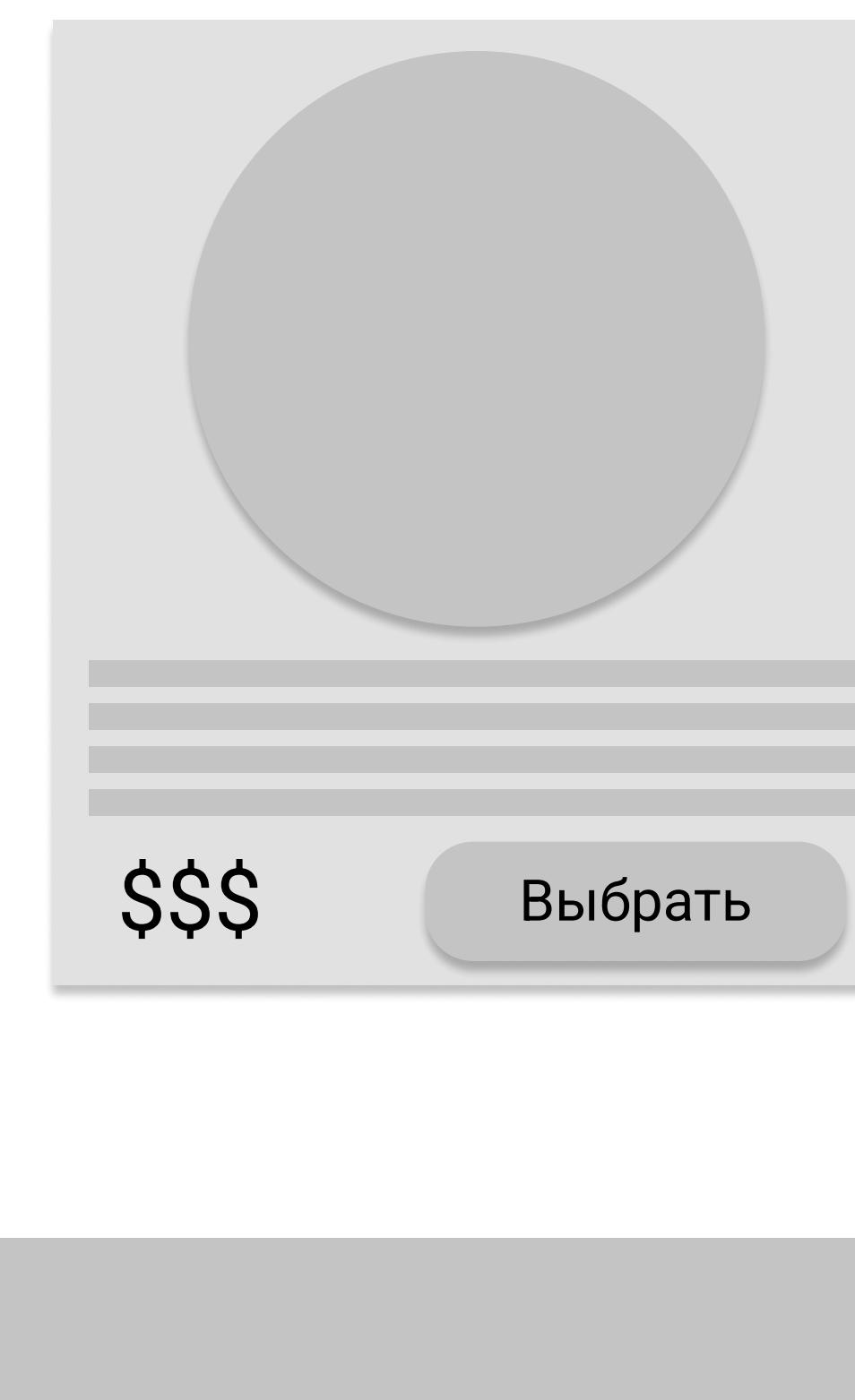
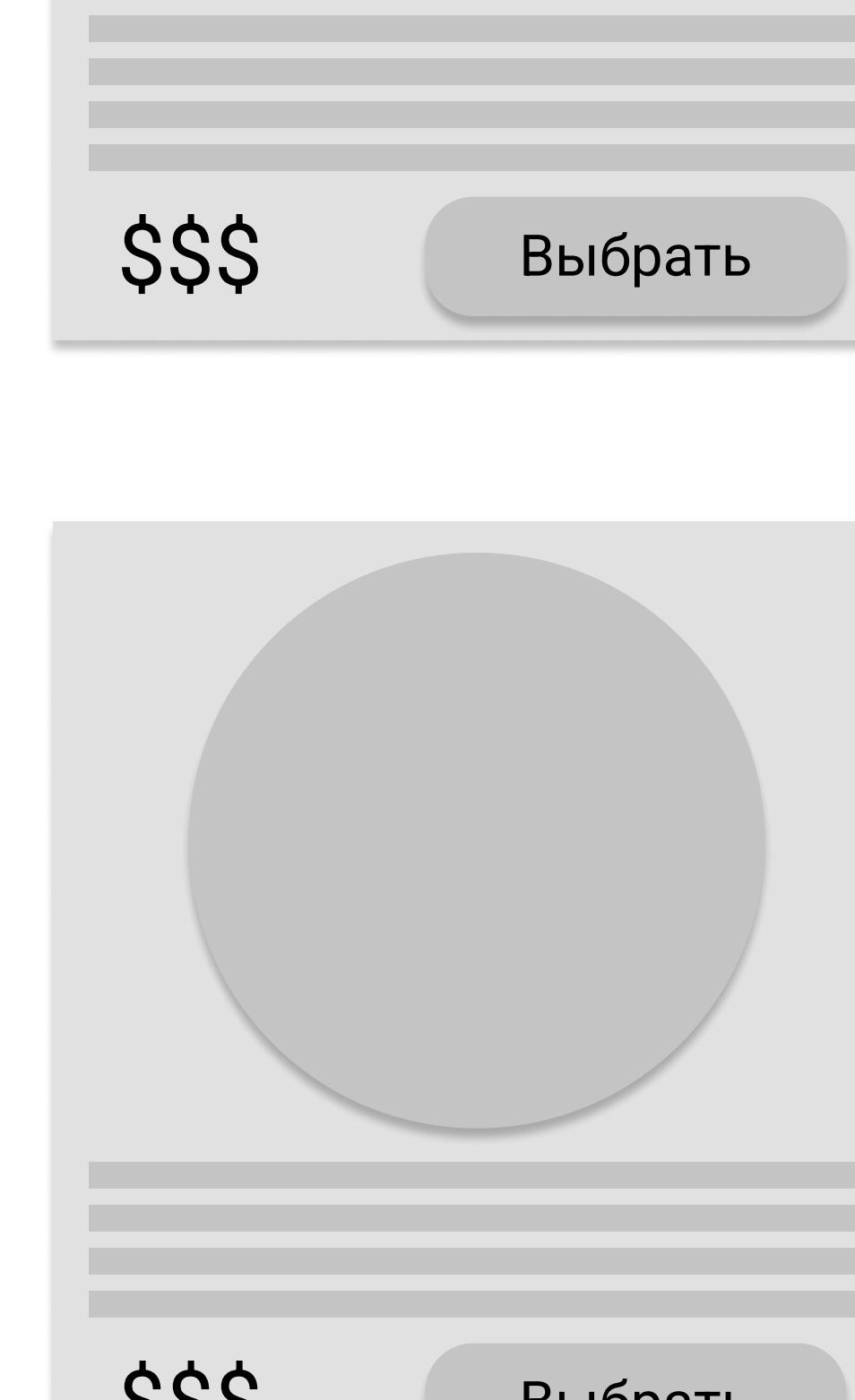
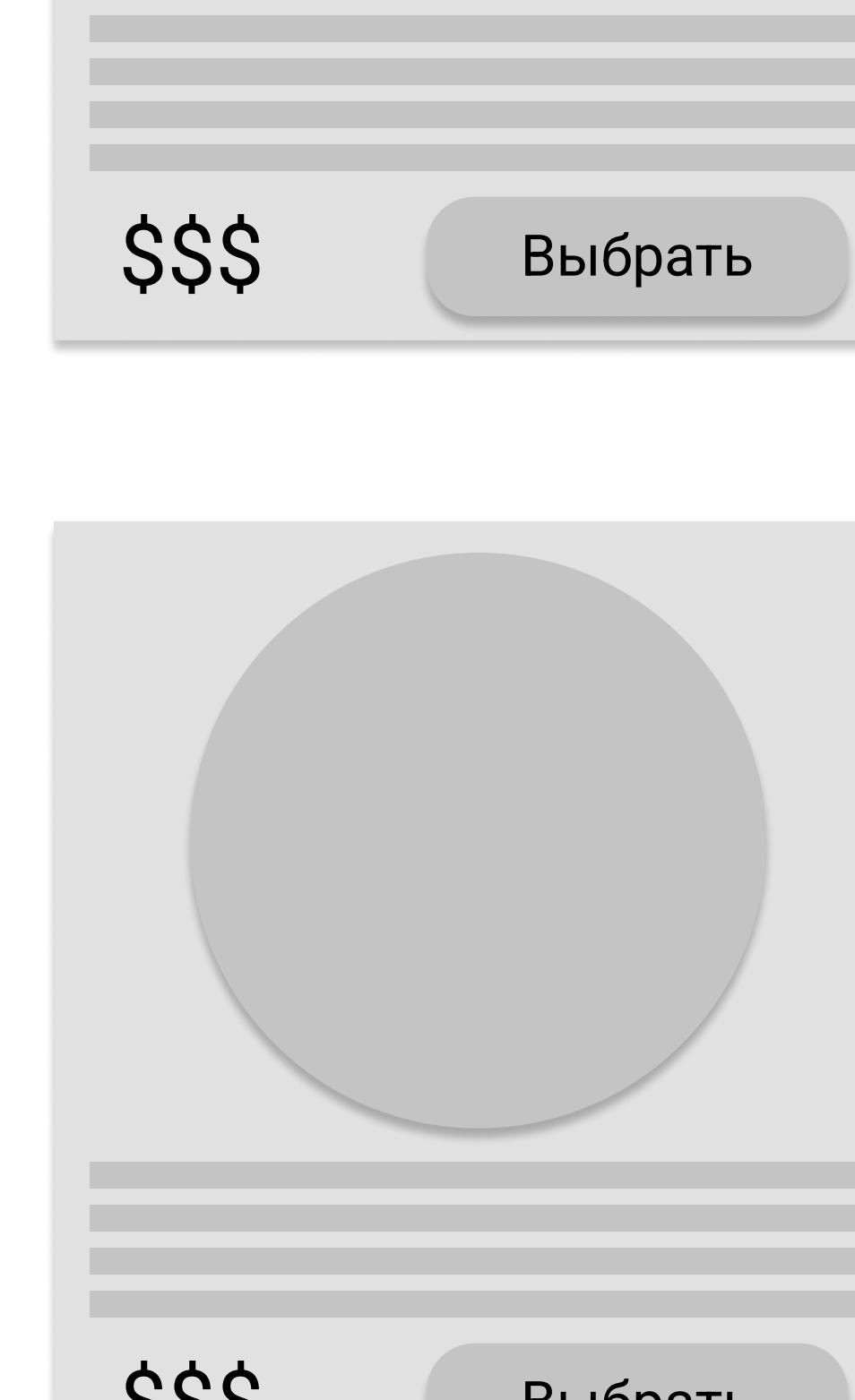
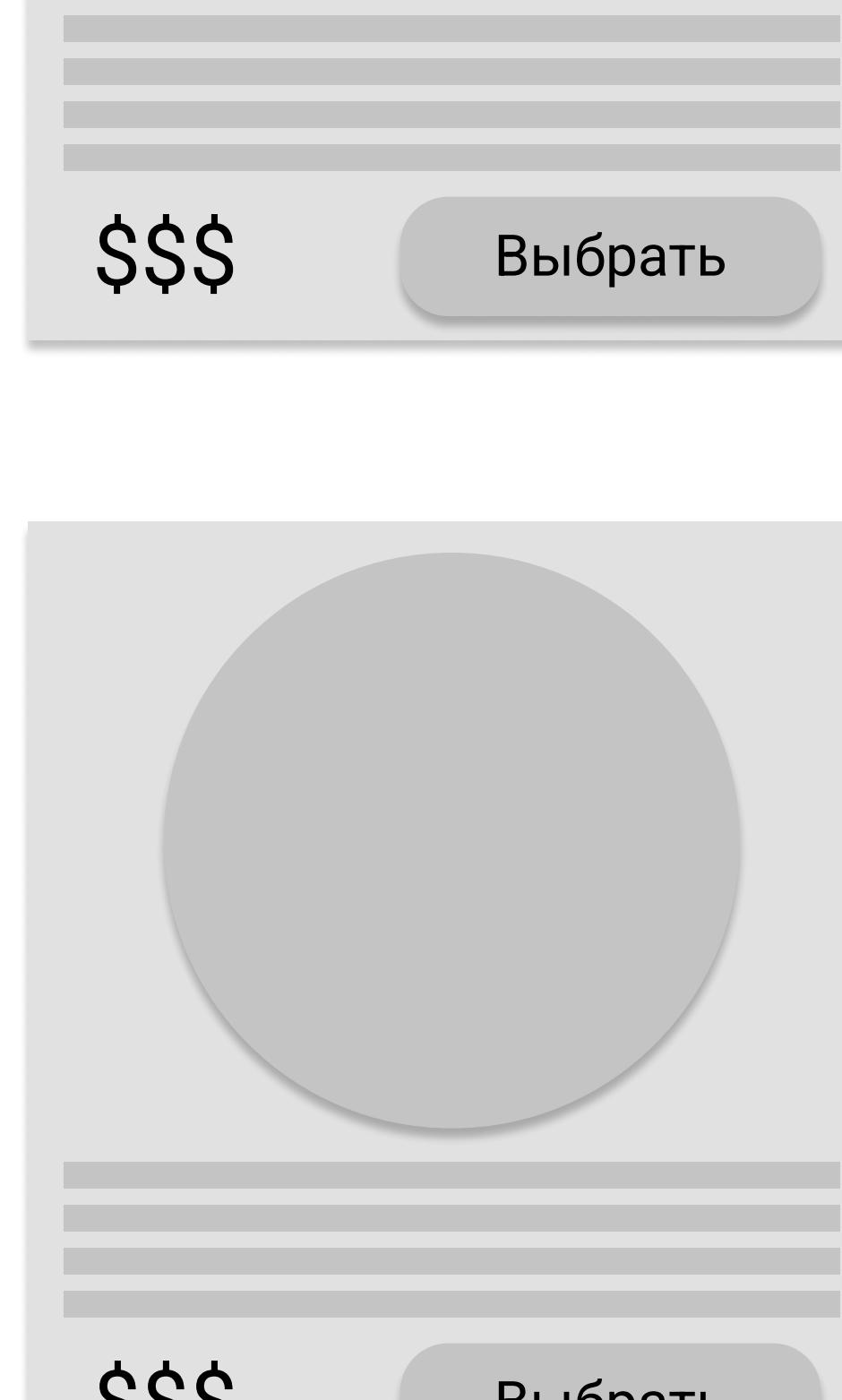
Десерты

Закуски

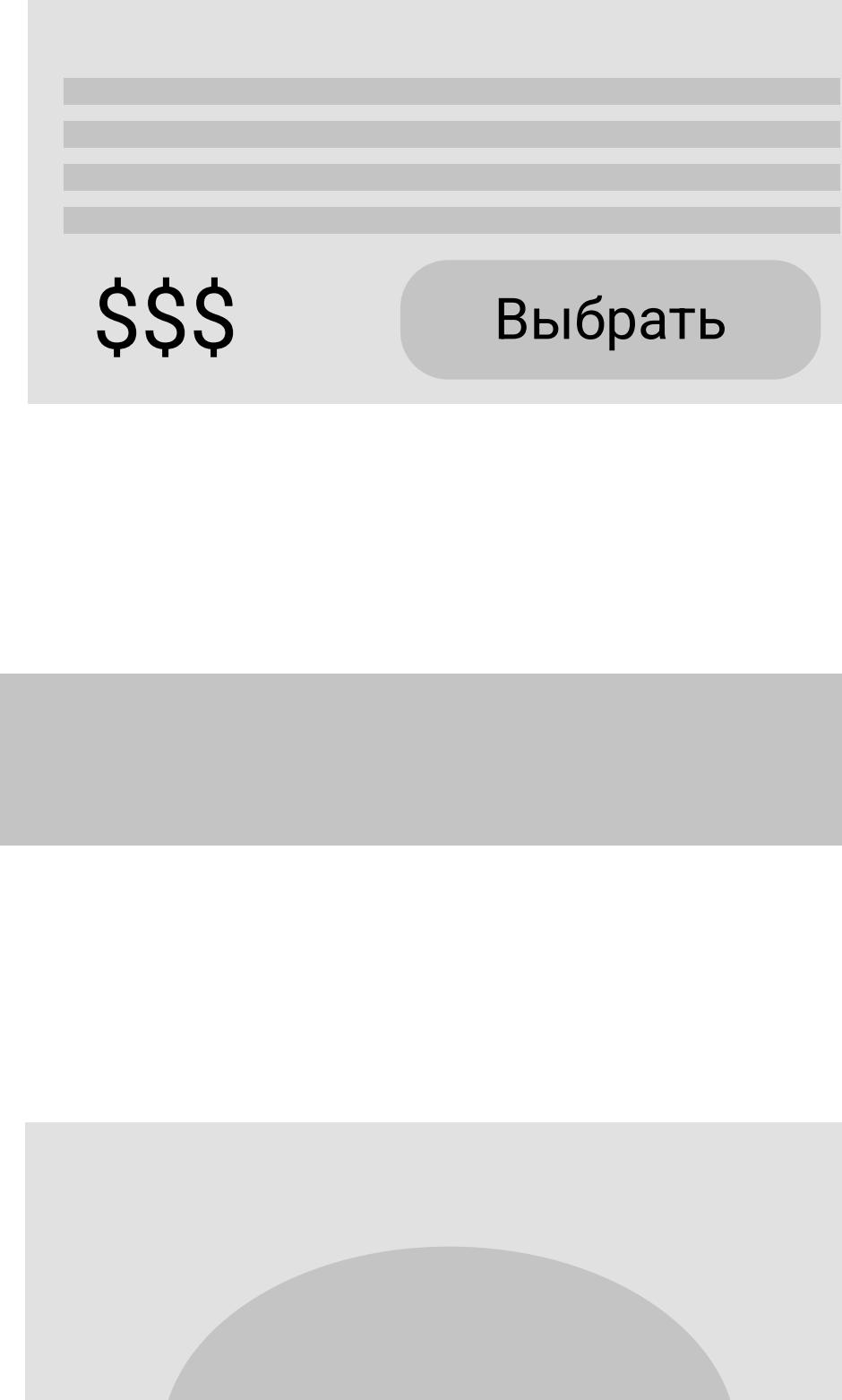
Комбо

Другое

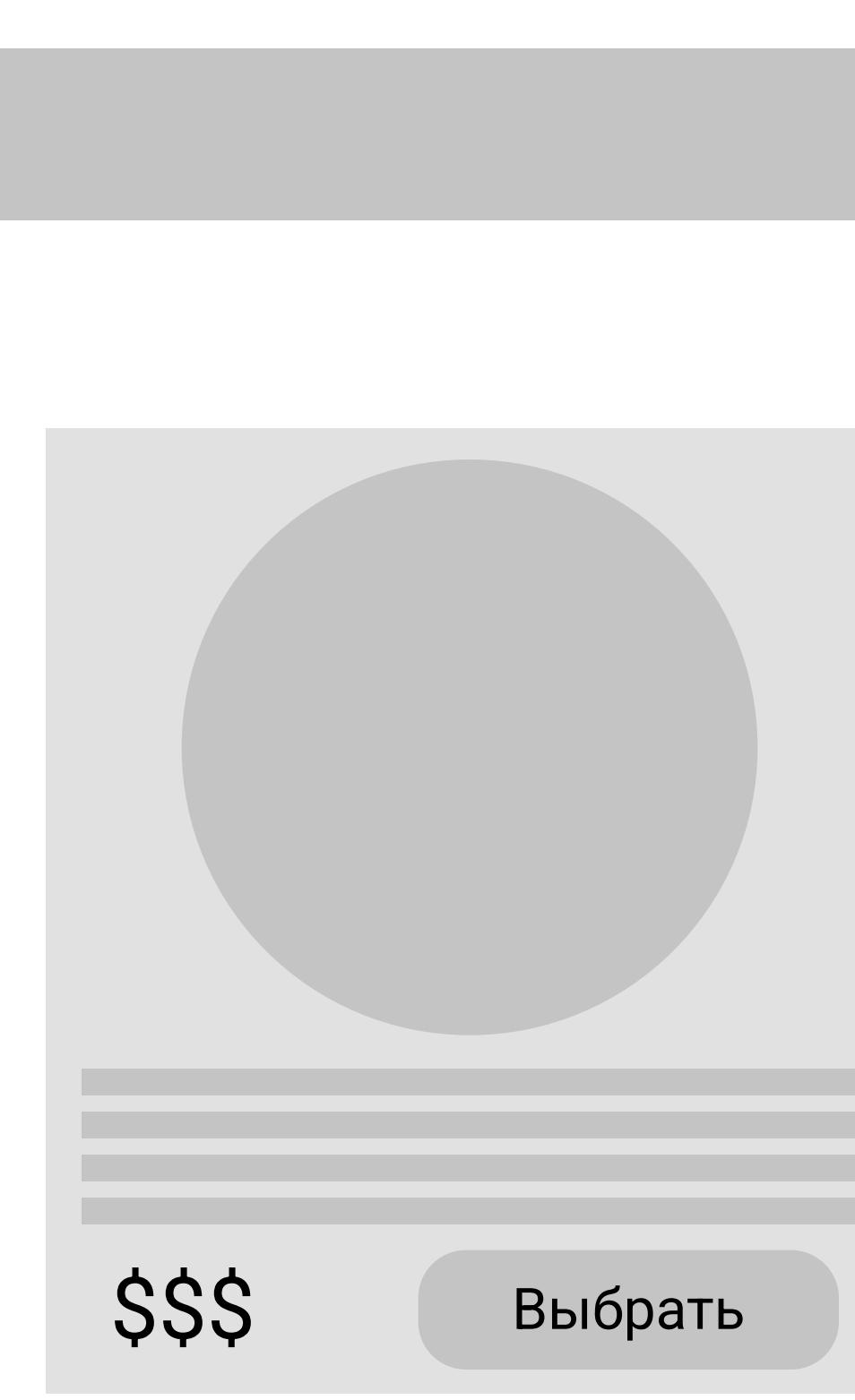
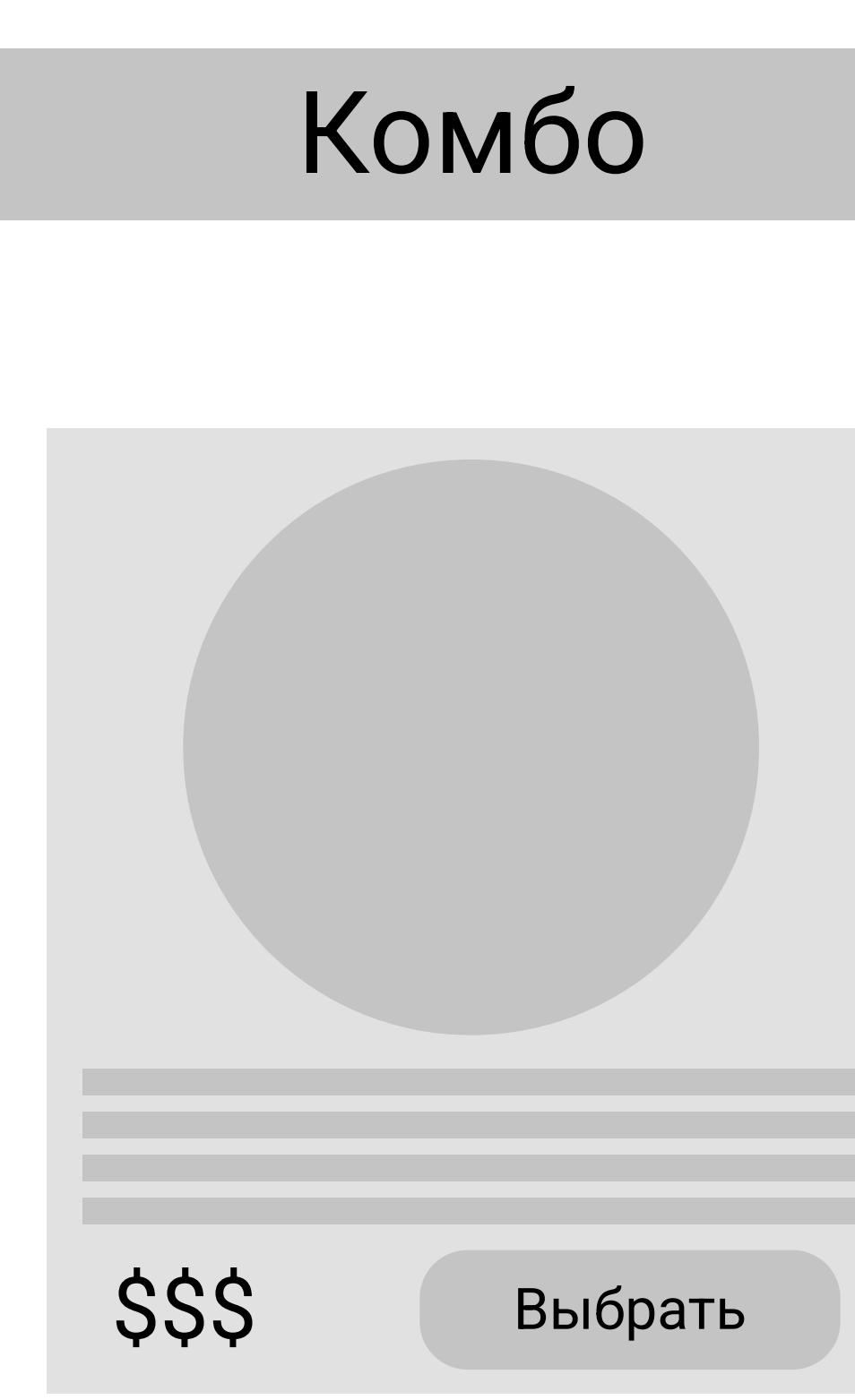
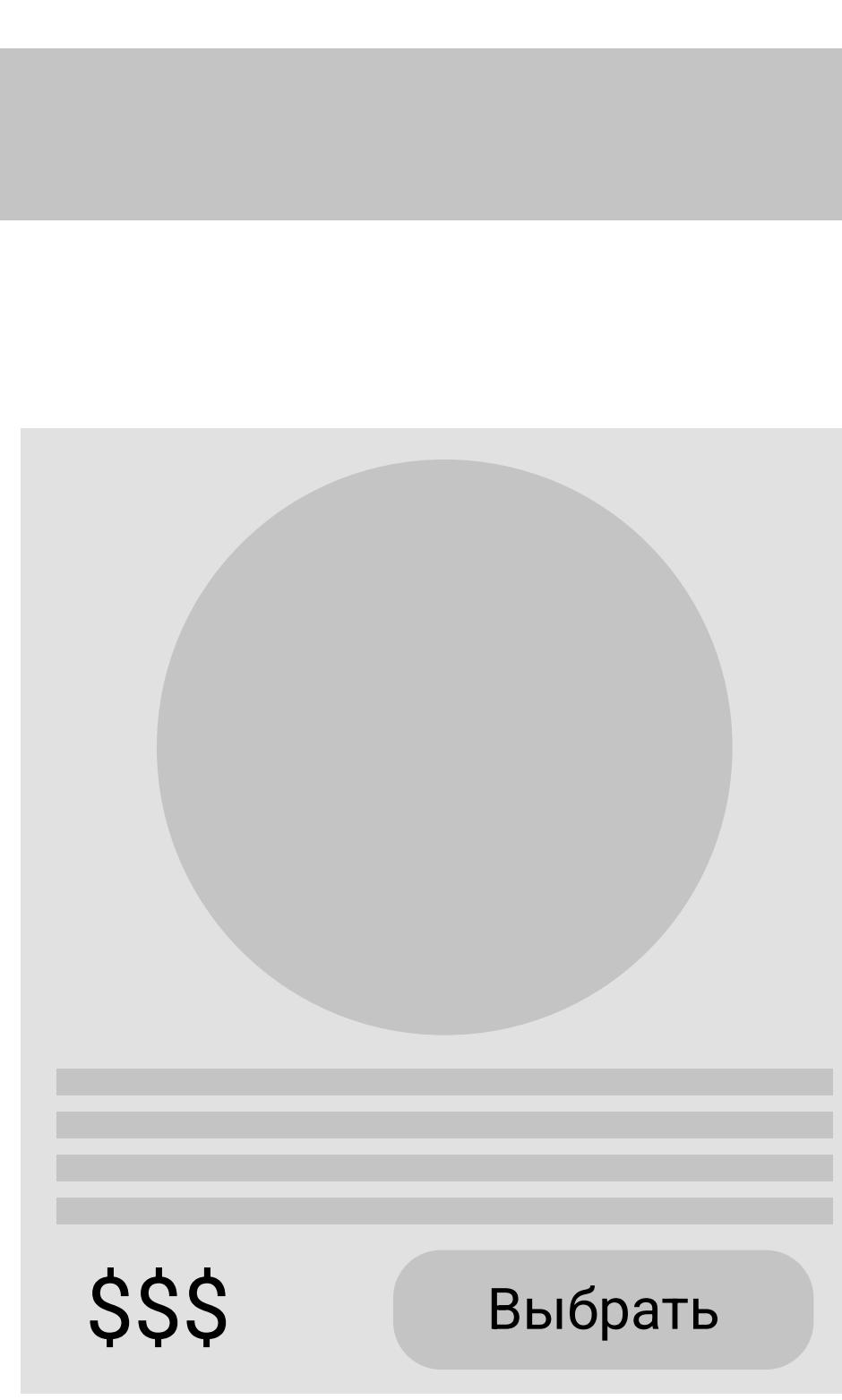
Пицца



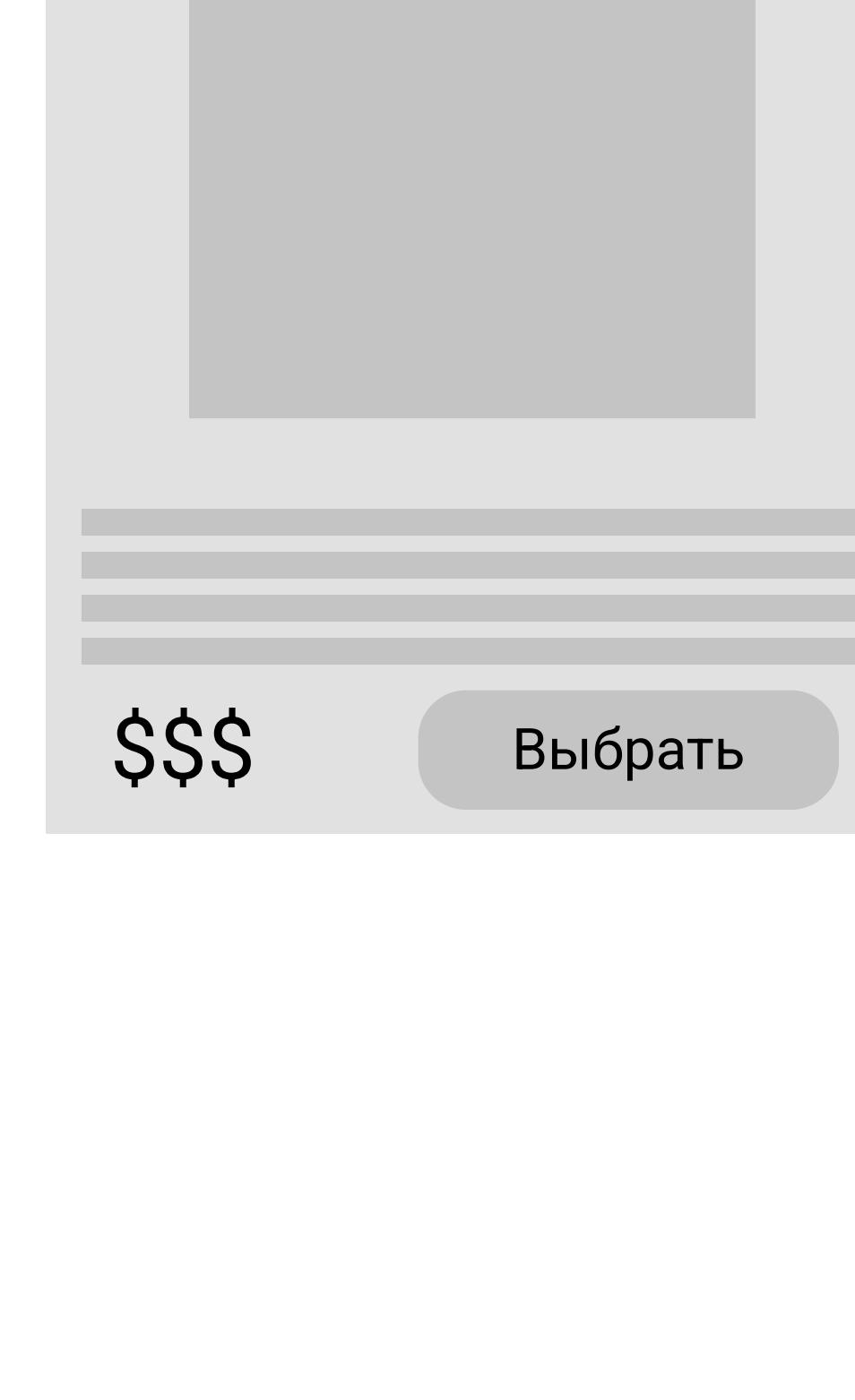
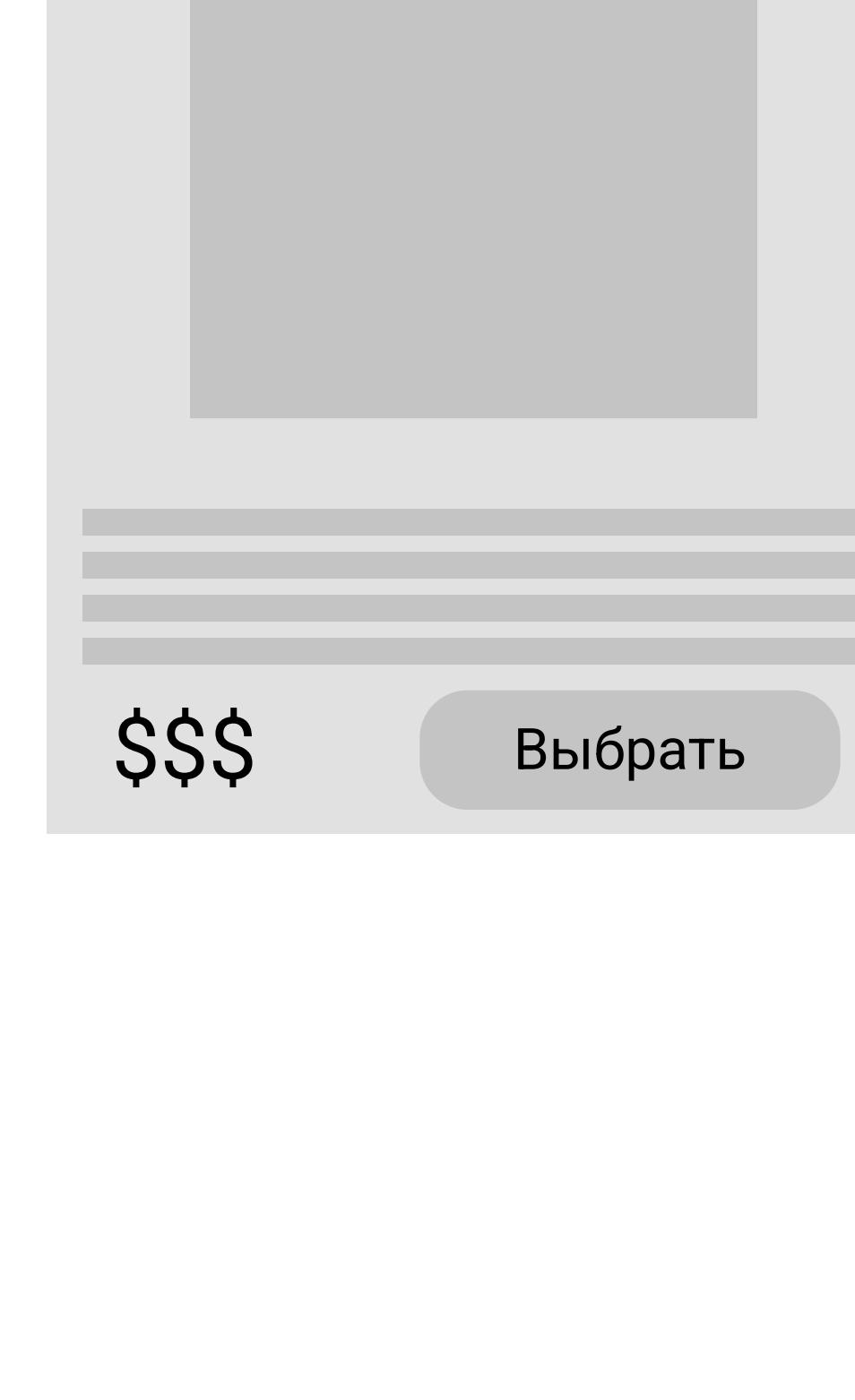
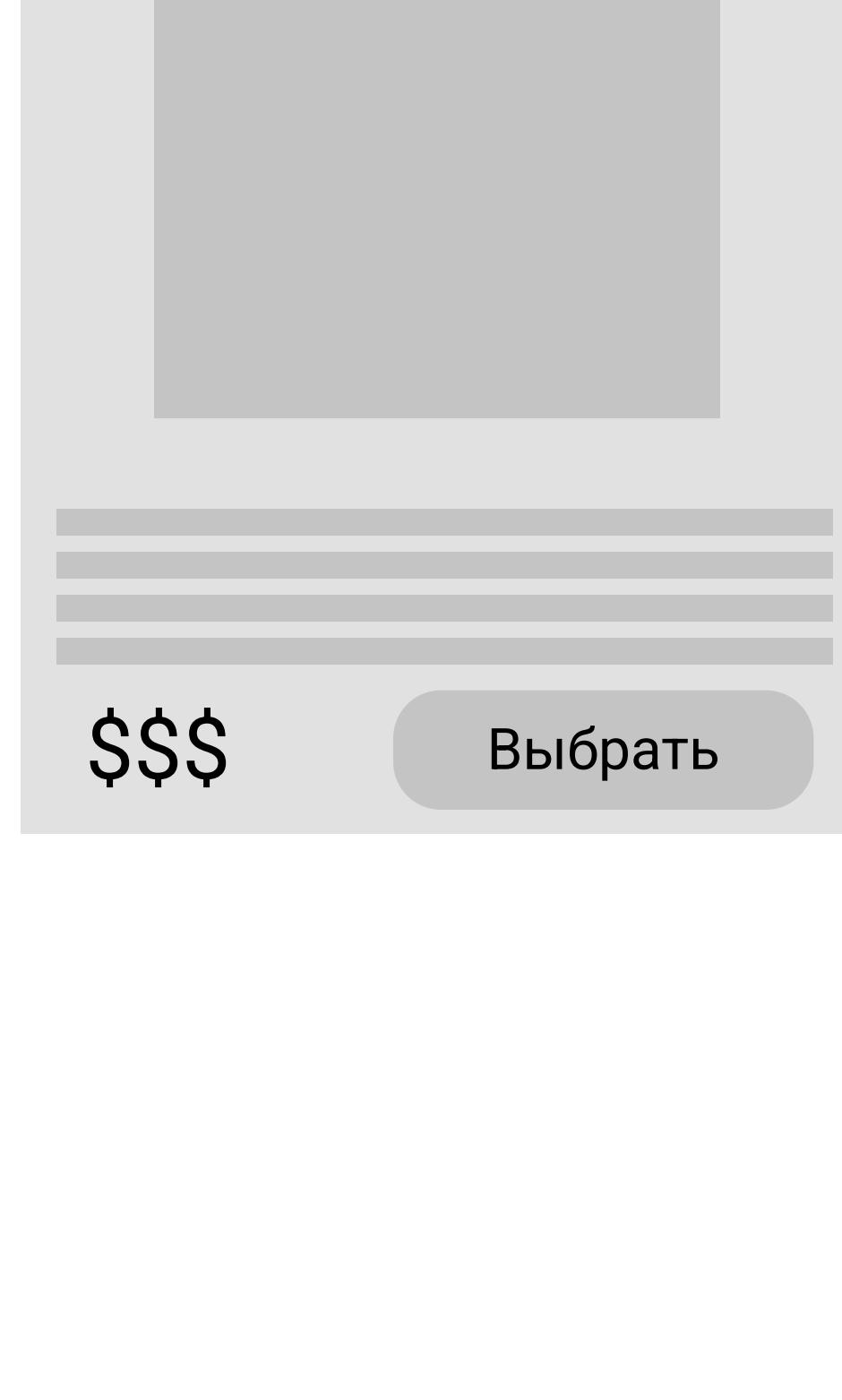
Напитки



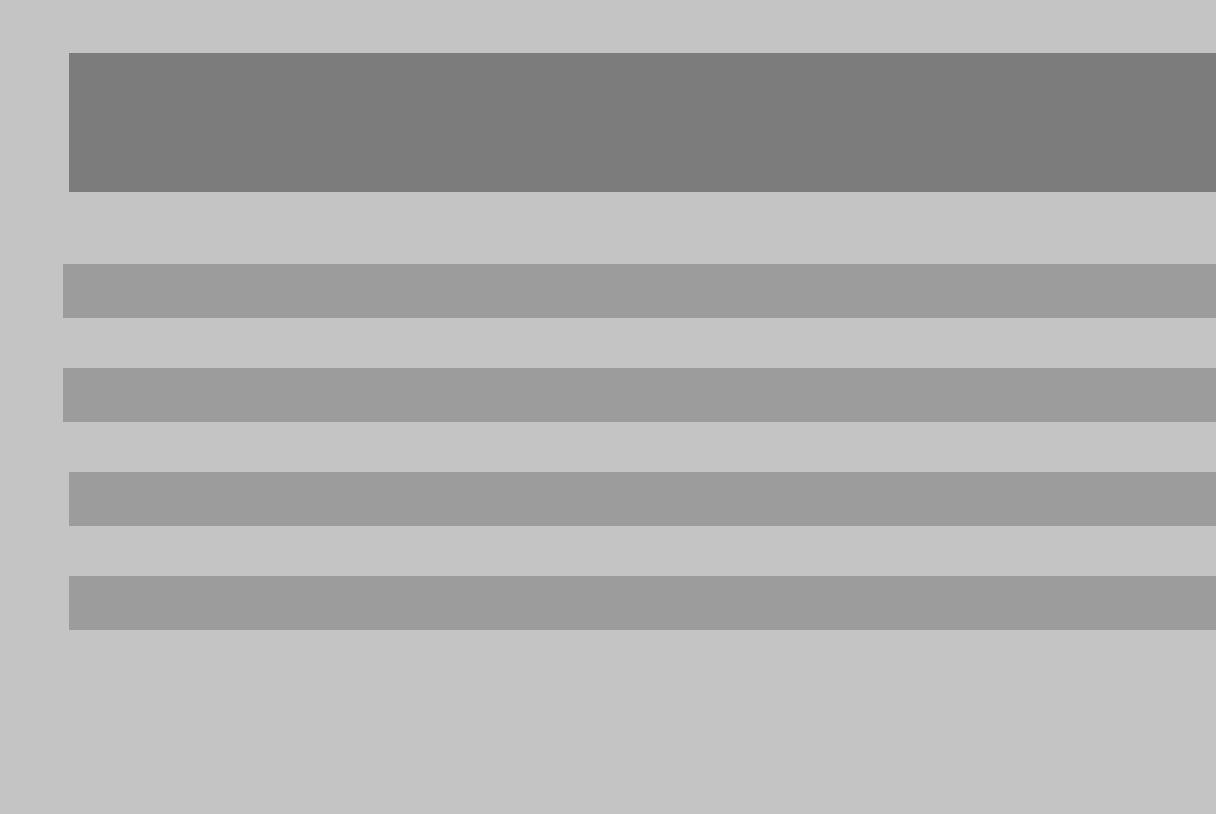
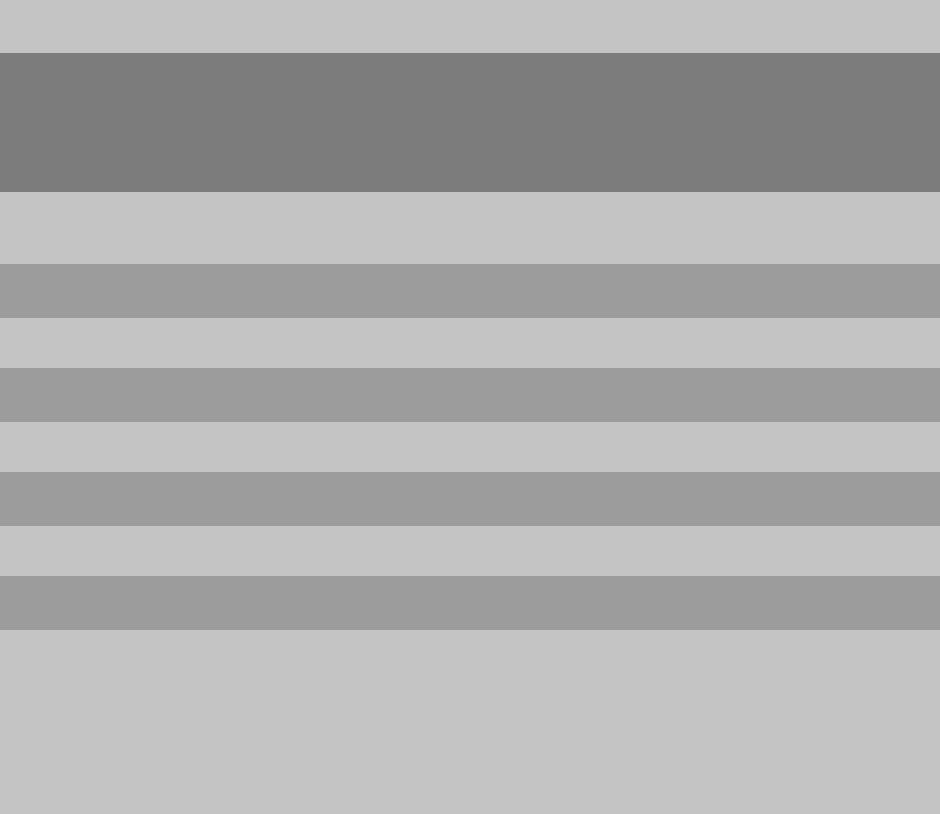
Десерты



Закуски



Другое



Акции

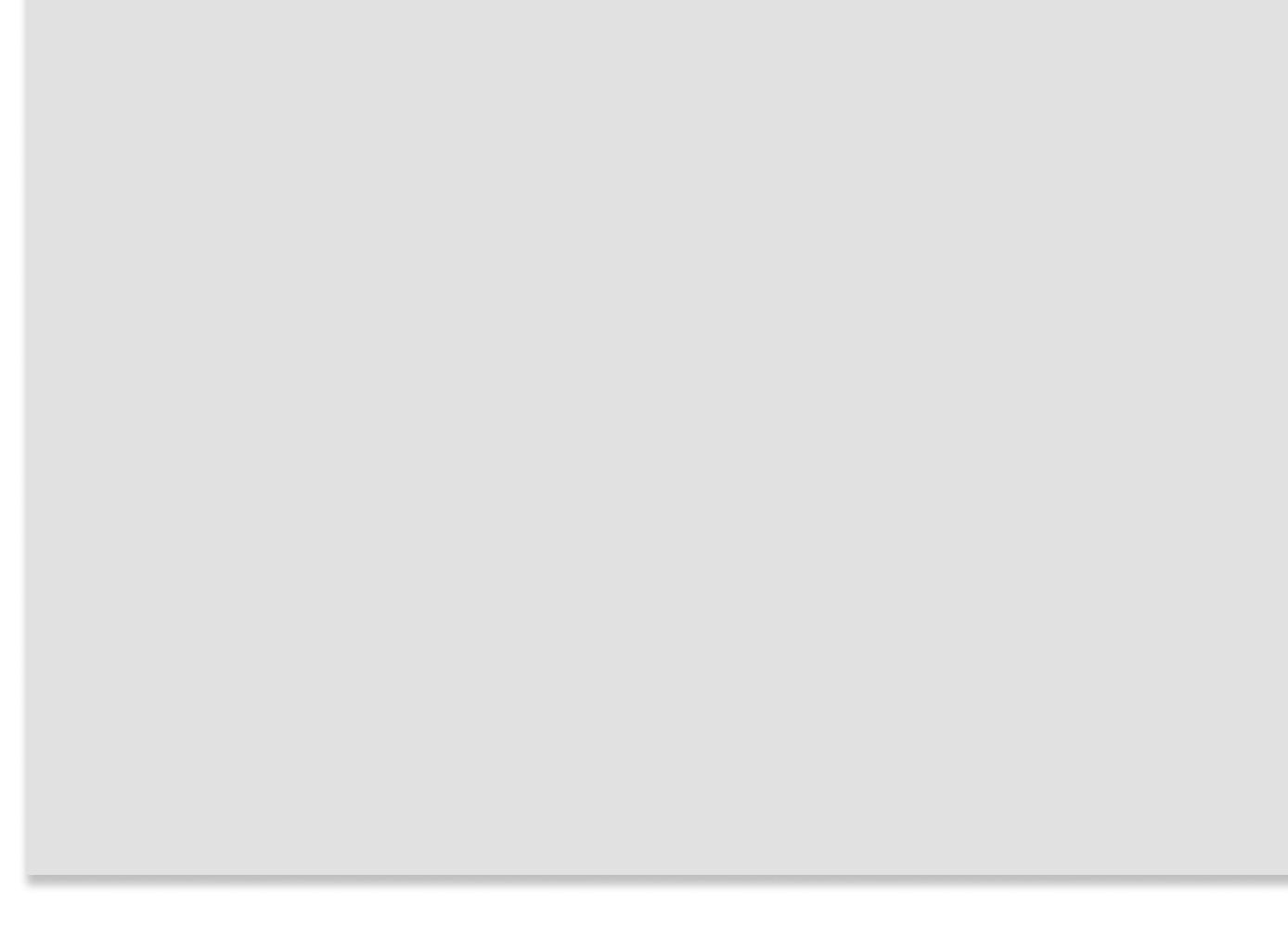
Ингредиент дня

Для большой компании

Для вегетарианцев

Другое

Ингредиент дня

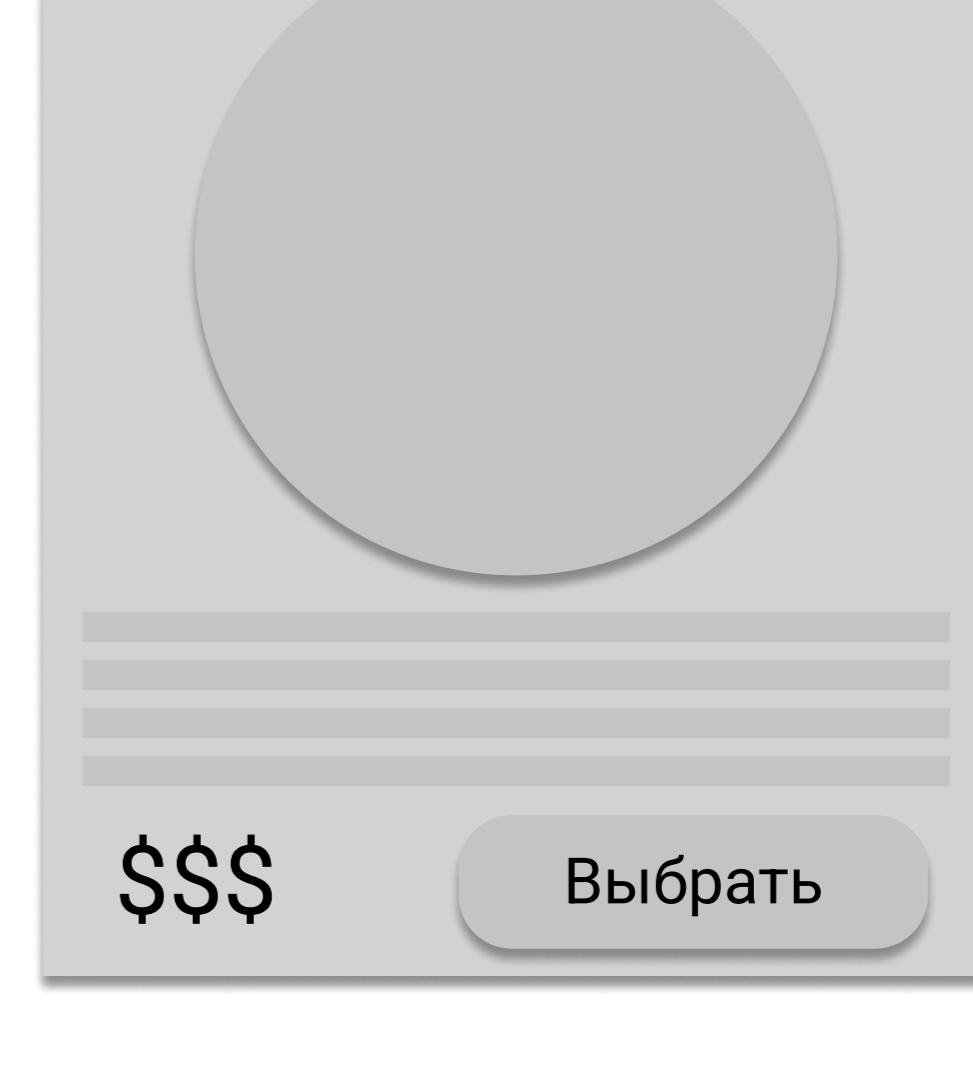
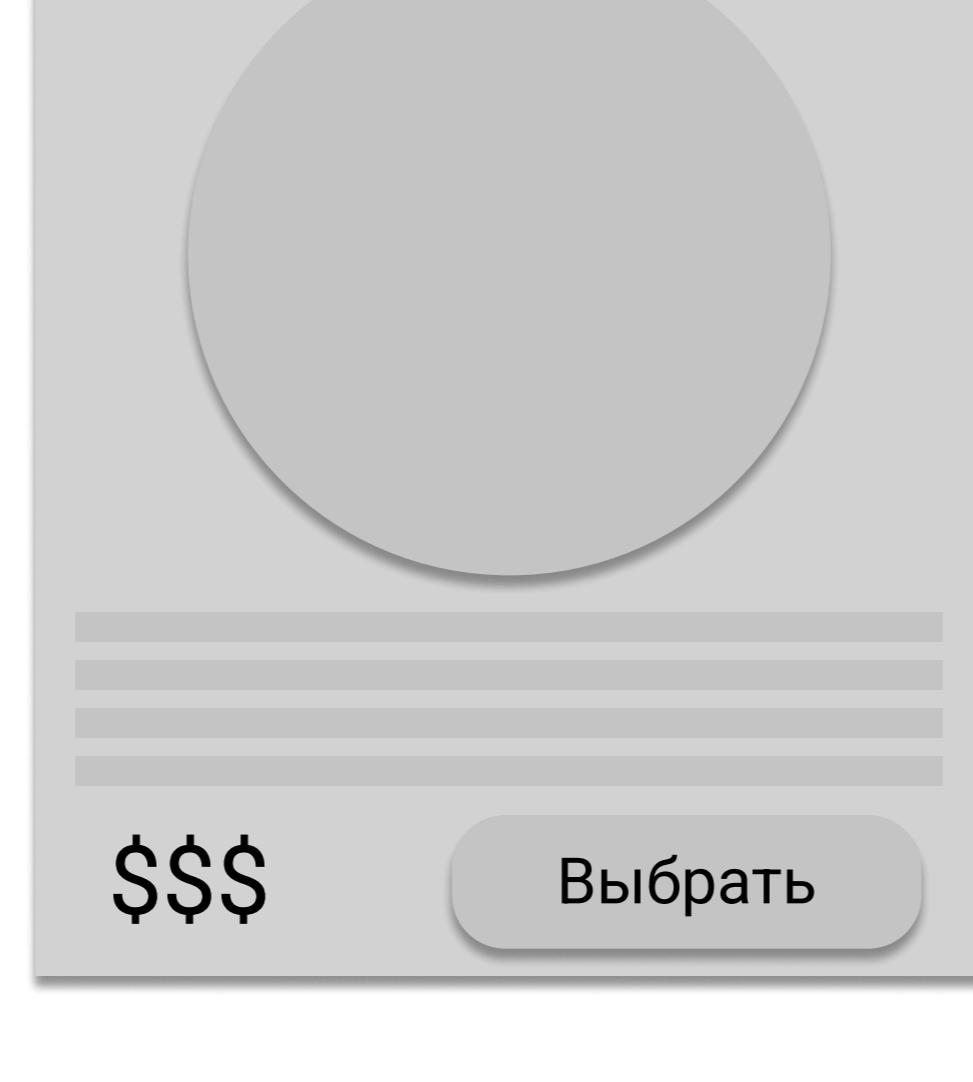
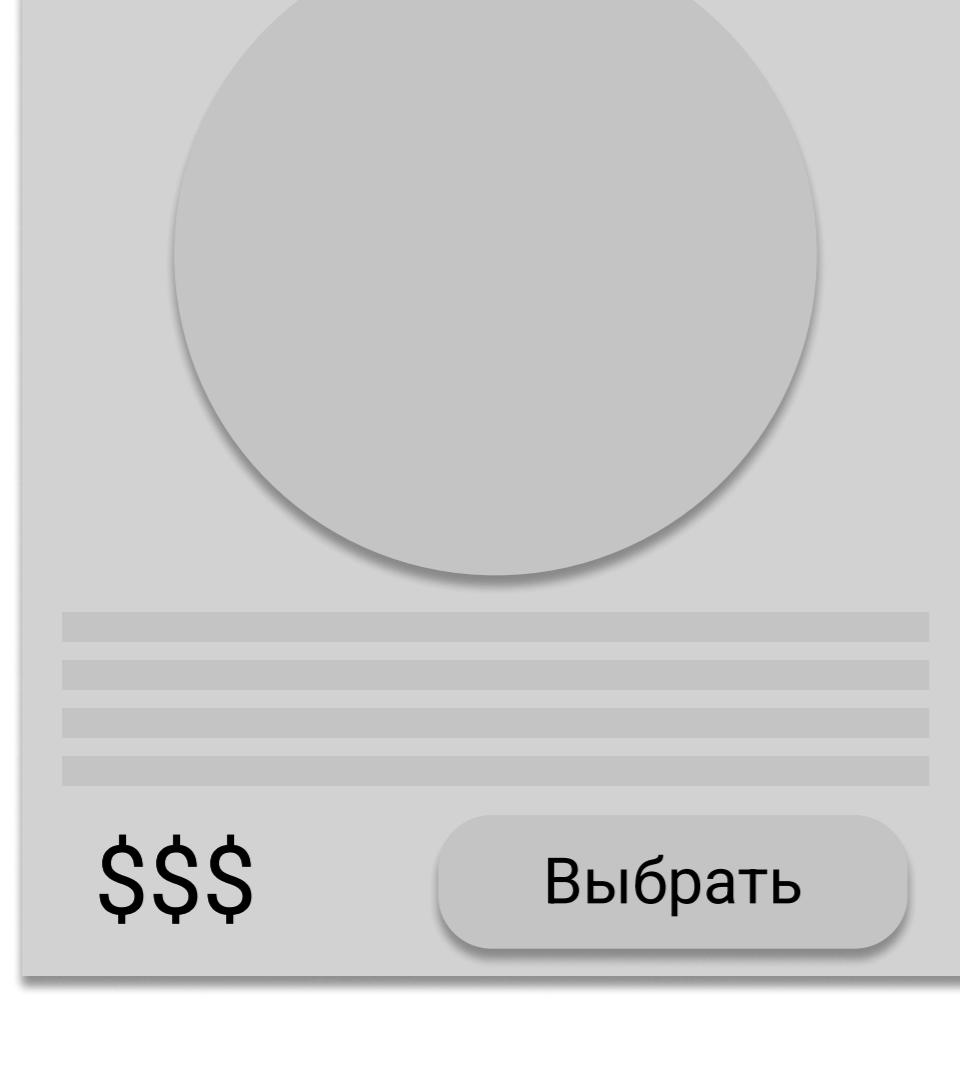


Промокод

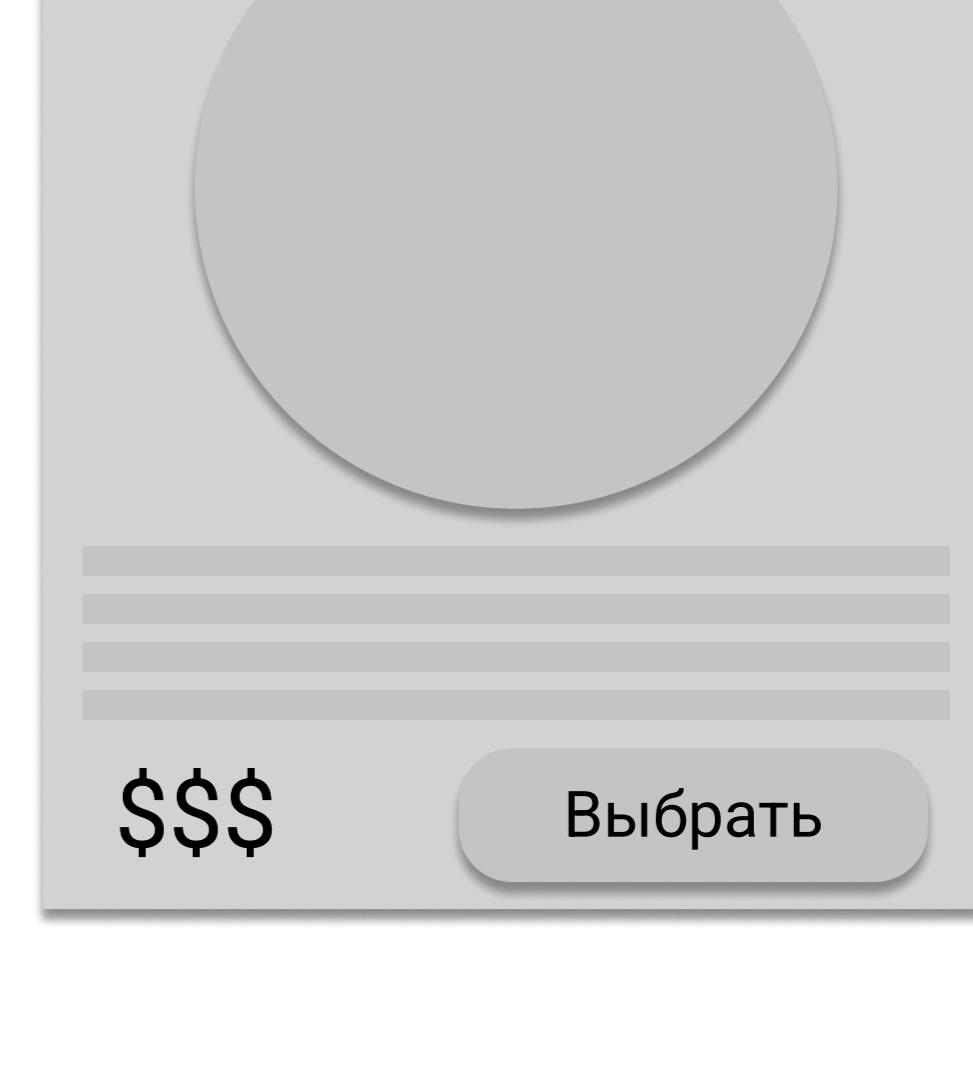
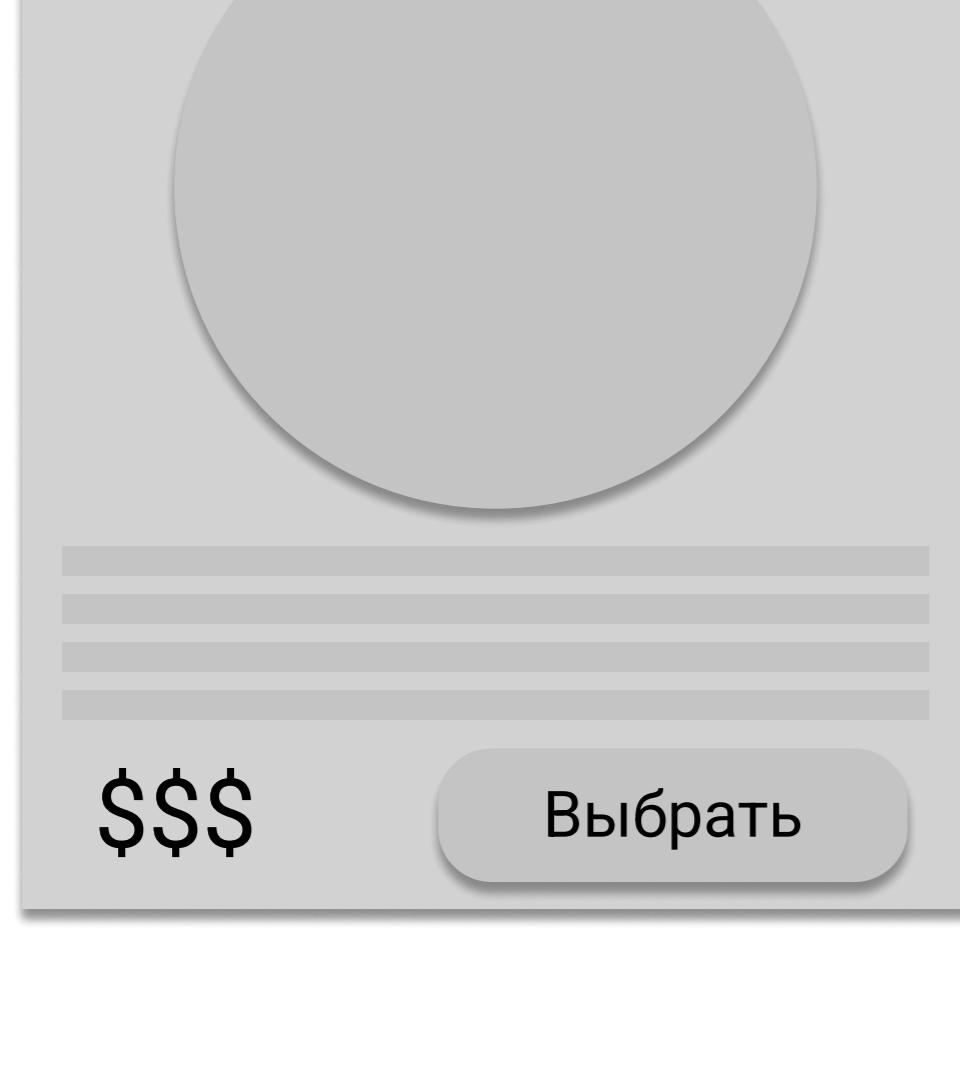
XXXXXX XXXX XXXX



Для большой компании



Для вегетарианцев



Другое

