

Документ о концепции и границах ИС

Информационная система “Гдевыгоднее.ру”

Версия продукта 0.1

Список версий документа:

1. 30 сент. 2021 г. Создание документа(версия 1.0)
2. 1 окт. 2021 г. Правки в документ(версия 1.1)
3. 3 окт. 2021 г. Правки в документ(версия 1.2) и комментарии куратора
4. 13 окт. 2021 г. Правки в документ(версия 1.2.1) по комментариям куратора

Бизнес-требования

Исходные данные

История создания проекта началось с того, что руководитель проекта часто хотел заказывать продукты в одном из продуктовых ритейлеров(Metro, Lenta, Ашан и т.д.). У него был список продуктов, к покупке. Но он не знал где ему выгоднее купить определённый набор продуктов, ведь цены постоянно меняются. У него не было времени, заходить на сайт каждого ритейлера, каждый раз набирать один и тот же набор продуктов, сравнивать суммы и т.д. Он хочет воспользоваться информационной системой, в которой он сможет сравнить стоимость определённой корзины в разных магазинах и выбрать для себя наилучший вариант.

Так появилась идея создания продукта(сайт), в котором пользователи смогут сравнивать цены на товары в разных магазинах, набирать корзину и смотреть в каком магазине её стоимость будет сейчас самой низкой .

Возможности бизнеса и концепция продукта

Прежде всего, для бизнеса это его первый продукт, поэтому его реализация - это возможность выйти на рынок и получить первую прибыль. Рассмотреть концепцию продукта можно с помощью инструмента “Lean Canvas”.

<p>Проблема</p> <p>Нет времени и желания на анализ цен продуктовых наборов в разных магазинах</p> <p>Существующие конкуренты:</p> <ul style="list-style-type: none"> Food Price (https://foodsprice.ru) <p>Сегодня на рынке существует только одна ИС, у которой есть множество недостатков.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Неудобная фильтрация 2. Долгий поиск нужного товара 3. В товарах одной группы попадают товары из другой 4. Малоизвестность сайта 	<p>Решение</p> <ul style="list-style-type: none"> Создание информационной системы, в которой будет удобно сравнивать цены из разных ритейлеров <p>Ключевые метрики</p> <ul style="list-style-type: none"> Трафик сайта (кол-во уникальных пользователей, посещений за день, новых пользователей, время нахождения их на сайте и т.д.) Доход с потока рекламы 	<p>Уникальное торговое предложение</p> <ul style="list-style-type: none"> Удобный сайт, в котором будет максимальное количество разных фильтров Лента скидок и новостей ИС Готовые корзины продуктов от конкретного производителя <p>Для бизнес-потребителей:</p> <ul style="list-style-type: none"> Персональная работа с клиентом, предоставление информации со складов и других продовольственных баз. 	<p>Скрытое преимущество</p> <ul style="list-style-type: none"> Добавление графиков движения цен товаров от времени, определении частоты появления скидок на товар <p>Каналы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Социальные сети (VK, Instagram, TikTok, Facebook, Telegram и т.д.) 2. Листовки в разных ВУЗах, жилых подъездах 3. Таргетированная реклама среди организаторов мероприятий 	<p>Потребители</p> <p>Основные потребители</p> <ul style="list-style-type: none"> Студенты Молодые семьи <p>Также возможен бизнес-сегмент, такой как</p> <ul style="list-style-type: none"> Организаторы мероприятий, фуршетов, пикников <p>Преимущественные признаки основных потребителей:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Возраст: 18-35 лет 2. Уровень дохода: Низкий-средний 3. Интерес пробовать новые продукты <p>Преимущественные признаки бизнес-потребителей:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок организации мероприятий и праздников
<p>Структура расходов</p> <ul style="list-style-type: none"> Реализация проекта(единоразовый расход) Хостинг сайта Оплата работы сотрудников Привлечение пользователей(Реклама) 		<p>Потоки выручки</p> <ul style="list-style-type: none"> Реклама на боковых панелях сайта <p>В будущем возможны новые потоки выручки</p> <ul style="list-style-type: none"> Сотрудничество с продуктовыми ритейлерами Сотрудничество с конкретными потребителями из бизнес-сегмента. Продажа информации, аналитики о пользователях сайта 		

Первичные бизнес-цели и критерии их достижения

- Создать рабочий сайт ИС - Критерий: сайт полностью функционирует, нет грубых ошибок и недочётов
- Достичь высокой посещаемости сайта - Критерий: 10 000 уникальных посетителей в месяц
- Достичь высокой конверсии сайта - Критерий: больше 6 %

Бизнес-риски

1. Не получится реализовать систему парсинга цен с сайтов определённых ритейлеров
2. Процесс разработки затянется на неопределённое время
3. Сайт ИС будет не будет ожидать требованиям заказчика
4. Рынок анализа цен на продукты будет захвачен более крупной компанией(Например:Сбермаркет)

Концепция решения

Цель внедрения решения:

Создание ИС, которая собирает данные о ценах продуктов ритейлеров, таким образом пользователь ИС сможет получить информацию о том, где его корзина товаров будет дешевле

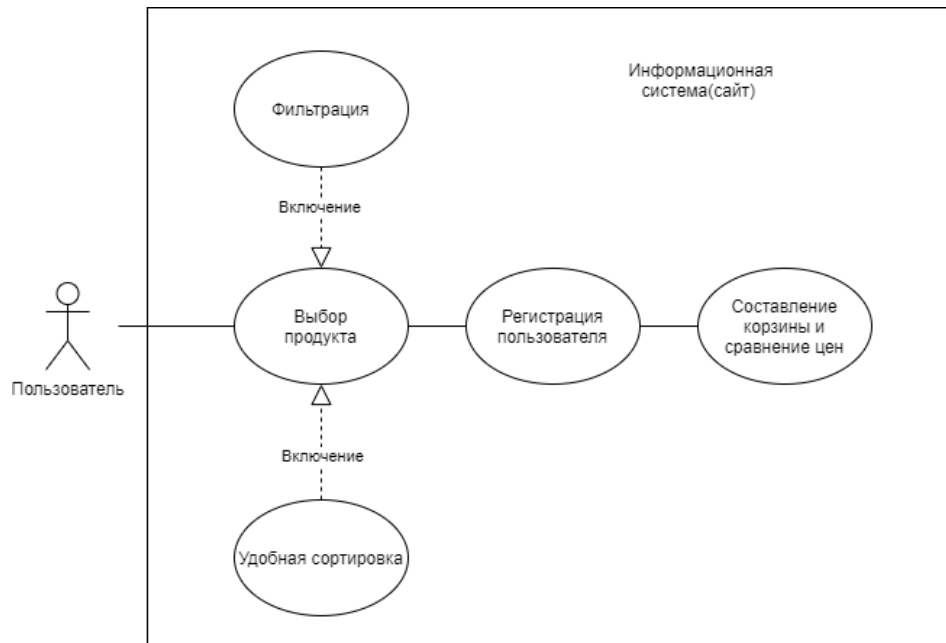
Суть решения:

Создаётся парсер цен, который собирает данные с сайтов онлайн-ритейлеров и заносит их в БД. Это должно происходить постоянно и по мере продвижении проекта количество ритейлеров будет увеличиваться. Потом на созданном на сайте пользователь сможет выбрать определённые продукты (Например: Молоко - по цене от 50 до 70 р за 1 литр). И так далее, пока он не наберёт свою корзину товаров. Потом он запрашивает стоимость своей корзины, затем запрос выполняется в системе, и она выдает пользователю информацию о корзине в разных магазинах, цены каждого продукта и т.д.

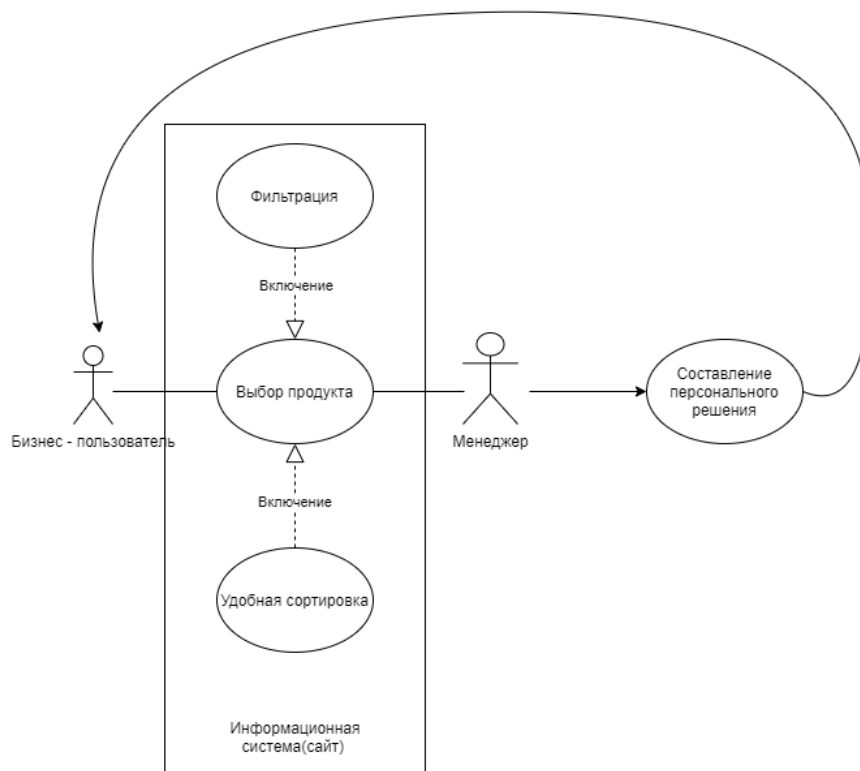
Основные функции - Use case

На UC диаграмме отражает функциональные требования к системе. Он заходит с помощью одного из каналов рекламы на сайт ИС. Там он сразу сможет набирать товары в корзину, воспользоваться сортировкой и нужной ему фильтрацией. Затем, набрав в корзину продукты, он сможет пройти в меню сравнения стоимости корзины в разных магазинах, только зарегистрировавшись на сайте (Ввести логин, пароль, email). И далее он сразу увидит стоимость корзины в разных магазинах.

Зарегистрировавшиеся пользователи пропускают этап регистрации. Запросы покупателей и их регистрационные данные хранятся в БД, которую затем могут использовать другие частные клиенты (например: сами ритейлеры) для анализа запросов клиентов.



Для бизнес - клиентов



ИС диаграмма бизнес-клиентов (например: организаторы банкетов, фуршетов, мероприятий), которым нужна единоразовая большая покупка

продуктов в разных магазинах, немного отличается. В их случае нужно знать больше информации о товарах(кол-во на складе, возможность погрузки на транспорт и т.д.) На все эти вопросы сможет ответить менеджер, и он же будет искать наиболее выгодный вариант. Данный вариант бизнеса начнёт реализовываться не сразу, а только после полной реализации обслуживания простых клиентов. Об этом подробнее будет сказано в разделе "границы продукта".

Предложения и зависимости

В ходе составления данного документа можно выделить несколько гипотез, которые нужно проверить затем опытным путём при реализации проекта.

- Пользователям нашей ИС в основном без разницы товар какого именно бренда они будут покупать(только если это не фирмы "365 дней", "Красная цена" и т.д.) . Самое главное для них - это цена
- Пользователям нашей ИС чаще всего будут использовать только сортировку по цене(вверх) и по цена/кг(литр) (вверх) . Поэтому их реализация для нас будет приоритетной

Список гипотез по мере продвижения аналитической стадии будет пополняться. И по мере реализации проекта нужно будет их проверить

Рамки(границы) продукта и ограничения

ИС будет реализовываться постепенно. Нагляднее рассмотреть макро - этапы можно на диаграмме ниже.



В ходе аналитической стадии проекта нужно максимально подробнее рассмотреть первый этап - от его успеха зависит жизнь проекта. Поэтому рассмотрим таблицу именно для первой версии.

Функции/Версии	Парсер цен	База данных	Бэкенд функционала 1 этапа для сайта	Первичный Фронтенд для сайта	Система регистрации пользователей
1.1 Версия	+	+	-	-	-
1.2 Версия	+	+	+	-	-
1.3 Версия	+	+	+	+	-
1.4 Версия	+	+	+	+	+

Соответственно самыми важными требованиями будут те, которые как можно раньше реализуются.