**Vision & Scope Document**

версия 0.4

Оглавление

[История изменений 1](#_w99i86k0jdlc)

[1. Текущее состояние 2](#_p7jjlbloosbj)

[1.1 Исходные данные 2](#_htjzjwvdejy)

[1.2 Бизнес-Цели 4](#_gwori6d2snn3)

[1.3 Целевая аудитория 5](#_5panqf8as2oo)

[1.4 Риски проекта 5](#_ub41n1x4hu24)

[**2. Образ решения 8**](#_dvskzsn91w5b)

[2.1 Концепция решения 8](#_zhproxbkw9a6)

[2.2 Положение об образе проекта 9](#_mrfm5bf19dpd)

[2.3 Основные функции 9](#_hc0zq7xfmq0y)

[2.4 Предположения 13](#_bab617e7ymtr)

[2.5 Зависимости 14](#_s6xzdsgcm7ou)

[**3. Бизнес-контекст 15**](#_m698cwin9ix8)

[3.1 Профили заинтересованных лиц 15](#_h1e76ysh4k60)

[3.2 Приоритеты проекта 15](#_oxi2w8zhhqh4)

[**4. Глоссарий 16**](#_w7frwlhaaatx)

# История изменений

| Дата | Версия | Причина | Ответственный |
| --- | --- | --- | --- |
| 04.10.2024 | 0.1 | Написание документа | Анастасия |
| 17.10.2024 | 0.2 | Внесение изменений | Анастасия, Анна, Владислав |
| 25.11.2024 | 0.3 | Внесение изменений | Анастасия, Анна, Владислав |

# 1. Текущее состояние

## 1.1 Исходные данные

Ситуация на автомобильном рынке, связанная с уходом многих европейских брендов и усилением позиций китайских производителей, представляет собой сложную проблему, которая имеет как отрицательные, так и потенциально положительные аспекты. На автомобильном рынке Беларуси уход европейских брендов и усиление позиций китайских производителей также приводит к серьезным изменениям. Эти изменения затрагивают как структуру рынка, так и потребительские предпочтения.

Рассмотрим ключевые последствия этого процесса:

**1. Изменение структуры рынка предложения, сокращение ассортимента привычных брендов**

*Сокращение выбора:*

По данным Белорусской автомобильной ассоциации (далее БАА) структура предложений в сфере продаж легковых и легких коммерческих автомобилей изменилась: за последний год количество реализуемых моделей на рынке снизилось на 45 процентов, а количество марок на 28 процентов. Поменялась десятка самых реализуемых брендов: ее покинули KIA, Renault, Hyundai, Nissan и Toyota. На данный момент с колоссальным разрывом по реализации автомобилей лидирует Джили, также в топ продаж входят Lada, Haval, Audi, JAC, Voyah, Chery, FAW, Volkswagen и Dongfeng.

Приход китайских брендов лишь отчасти смог заместить ушедшие с белорусского рынка бренды. В начале 2022-го года их было 28, а к настоящему моменту осталось 20. Существенно снизился модельный ассортимент: падение составляет 45 процентов, или 78 моделей против 142.

*Утрата сервисной поддержки:*

Потребители сталкиваются со сложностями к доступу к оригинальным запчастям, обслуживанием и гарантийным ремонтом для машин европейских марок.

*Рост цен на оставшиеся европейские автомобили*:

Из-за ограниченности их поставок может наблюдаться рост цен, что делает их менее доступными для среднего покупателя. Ограниченные поставки из Европы и других стран неизбежно ведут к удорожанию импортируемых автомобилей.

*Уменьшение доли подержанных авто:*

Согласно национальному статистическому комитету за первое полугодие 2023 было реализовано 2,731 автомобилей (в 2022-м 3,093 автомобиля).

*Дефицит европейских запчастей:*

Обслуживание оставшихся в эксплуатации европейских автомобилей может стать дороже из-за сложности поставок оригинальных комплектующих.

*Упадок старых логистических цепочек:*

Традиционные маршруты поставки автомобилей из Европы через Литву и Польшу становятся менее востребованными, что влияет на сопутствующие логистические отрасли.

**2. Расширение присутствия китайских брендов, Усиление позиций китайских производителей**

За последние несколько лет количество китайских автомобильных брендов увеличилось до 55 процентов. Сейчас в Беларуси официально представлены 11 марок из Китая, на которые приходится 82,6 процента продаж всех новых автомобилей. Среди всех брендов значительный перевес имеет Geely - 87,4 процента.

Ситуация по сегментам выглядит следующим образом (лидеры продаж):

Электромобили и гибриды - Voyah Free, Geely Geometry C, FAW BESTUNE NAT;

Легковой B-класс: Geely Emgrand, Lada Granta, Lada Vesta;

Легковой С класс: Geely Geometry C, VW Golf, Dongfeng Shine;

Легковой D класс: JAC J7, Audi A4, Audi A5 Sportback;

Легковой E класс: Audi A6 Limousine, Audi A6 Avant, Audi e-tron GT;

Кроссоверы: Geely Coolray, JAC JS4, Kia Seltos.

Несмотря на то, что китайские бренды активно строят сеть сервисов, их количество пока недостаточно для полной поддержки растущего парка автомобилей.

**3. Потребительские предпочтения**

Покупатели, привыкшие к европейским автомобилям, постепенно начинают осваивать предложения китайских компаний. Белорусские потребители традиционно склонны доверять европейским брендам, репутация которых складывалась десятилетиями. Китайским производителям приходится преодолевать барьер недоверия. Несмотря на привлекательные цены, вопросы о долговечности и стоимости обслуживания китайских автомобилей остаются актуальными.

В условиях экономических трудностей часть населения переключается на более доступные китайские модели вместо европейских автомобилей, однако зачастую, потребителям не хватает информации о наличии, комплектации, стоимости автомобиля, а также возможности и условиях кредитования и контактной информации о дилерских центрах.

**Заключение**

В целом, данная ситуация представляет собой значительный сдвиг в структуре рынка, который будет иметь длительные последствия для производителей, покупателей и всей автомобильной отрасли. Для Беларуси уход европейских брендов и приход китайских производителей создает новые возможности и вызовы. В краткосрочной перспективе рынок станет более зависимым от китайских автомобилей и локального производства Geely. Однако для сохранения стабильности требуется развитие инфраструктуры, поддержка локальных производителей и усилия по преодолению барьеров доверия со стороны потребителей.

## 1.2 Бизнес-Цели

ПО SMART

| № | бизнес-цель | SMART формулировка |
| --- | --- | --- |
| 1 | Создание уникального продукта | **Конкретные** : Создать продукт, обладающий высокими качествами, которые не уступают конкурентам. **Измеримое** : Реализовать 2-3 основные функции, существующие у конкурентов.  **Достижимо** : Провести исследование рынка, чтобы обеспечить достоверность.  **Актуально** : Уникальность продукта привлекает целевую аудиторию и обеспечивает конкурентного преимущества.  **Ограничено по времени** : Завершить запуск продукта. |
| 2 | Соответствие требованиям целевой аудитории | **Конкретно** : Предоставить пользователям доступ к информации о новых автомобилях с удобными функциями фильтрации по цене, характеристикам и наличию автомобилей в ближайших автосалонах.  **Измеримое** : минимум 80% положительных отзывов об удобстве использования платформы в течение 6 месяцев.  **Достижимо** : Реализовать основные функции фильтрации и запустить МВП через 3-4 месяца разработки.  **Актуально** : Удовлетворить запросы ЦА, заинтересованной в сравнении автомобилей, актуальной информации о ценах, акциях, наличии новых поступлений.  **Ограничено по времени** : Обеспечить конверсию покупок на 5 процентов к концу года. |
| 3 | Количество пользователей | **Конкретно** : Привлечь целевую аудиторию к платформе.  **Измеримое** : Достичь 5 тысяч активных пользователей за 3 месяца.  **Достижимо** : использовать маркетинговые эффекты для привлечения внимания  **Актуальное** : Рост количества пользователей увеличивает доходность.  **Ограничено по времени** : Достичь цели через 3 месяца после запуска. |
| 4 | Доход и экономическая эффективность | **Конкретно :** Достичь индикаторов прибыльности платформы**.**  **Измеримое :** Генерация 100 сделок через платформу в течение 2 месяцев, окупаемость инвестиций в течение 12 месяцев.  **Достижимые :** с учетом рыночных прогнозов, стратегии привлечения пользователей и финансового анализа.  **Актуально :** Прибыльность платформы важна для ее устойчивости и дальнейшего развития. **Ограничение по времени :** Достичь прибыльности через 12 месяцев. |
| 5 | Соответствие технологическим стандартам | **Конкретные :** Товар должен соответствовать современным техническим требованиям.  **Измеримый :** Уровень отключения системы не должен превышать 1% всех операций.  **Достижимо :** Провести стресс-тестирование системы. **Актуально :** Надежность системы напрямую влияет на удовлетворенность пользователей.  **Ограничено по времени :** Провести тестирование перед запуском. |
| 6 | Захват 20-30% рынка новых автомобилей в целевом регионе/стране | **Конкретно :** Увеличение доли рынка через продажу автомобилей через платформу**.**  **Измеримое :** Продажи до 10 тысяч автомобилей в год. **Достижимо :** Разработать динамику продаж с участием партнеров и дилеров**.**  **Актуально :** Увеличение доли рынка укрепит позиции компании**.**  **Ограничено по времени :** Достичь цели через 24 месяца. |

## 1.3 Целевая аудитория

На основании проведенного анализа целевой аудитории были выделены следующие профили типичного клиента:

* Чаще мужчина, 25-35 лет, средний или выше среднего достаток. Имеет финансовую возможность приобрести новый автомобиль. Рассматривает для покупки как автомобили типичных брендов для региона, так и варианты новых для автомобильного рынка брендов (бренды китайского происхождения, электромобили). Активно пользуется интернет-ресурсами для поиска подходящих вариантов.
* Чаще мужчина, 35-45 лет, средний или выше среднего достаток. Более консервативен в выборе бренда автомобиля, предпочитает надежные, популярные бренды (чаще европейские). Менее активно пользуется интернет-ресурсами для поиска подходящих вариантов.
* Мужчина, 35-50 лет, является владельцем бизнеса / работает в индустрии такси. Рассматривает для покупки доступные по цене варианты.

## 1.4 Риски проекта

| **№** | **Риск** | **Вероятность** | **Влияние** | **Решение** | **Действие** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Уникальное предложение | 5 из 10 | Если продукт не предложит уникальное решение, то привлечь пользователей будет трудно. | перенос ответственности | Добавить уникальные функции и возможности, которые выделят агрегатор. |
| 2 | Недостаток бюджета | 7 из 10 | Большие расходы на разработку, маркетинг и тех. поддержку могут быстро истощить бюджет | Минимизация последствий | Разрабатывать продукт итеративно, планируя бюджет на каждую итерацию. |
| 3 | Недостаточное количество информации для Клиентов | 5 из 10 | Недостаток информации может оттолкнуть клиентов от использования агрегатора. | предотвращение | Провести опрос целевой аудитории и на основании полученных результатов произвести изменения |
| 4 | Изменение ставок кредитования в банках | 7 из 10 | Может привести к упадку спроса. | минимизация последствий | Гибкие апишки |
| 5 | Долгий выход на самоокупаемость | 6 из 10 | монетизация может занять некоторое время | Принятие | подключение рекламы,премиум-услуг или комиссии за сделку. |
| 6 | Сложности с обработкой данных | 7 из 10 | жалобы и судебные иски | Предотвращение рисков | Продумать юр. защиту и соответствие законам. |
| 7 | Претензии к достоверности информации | 5 из 10 | если информация о товаре окажется недостоверной, то клиенты могут подать жалобы и иски. | Предотвращение рисков | Продумать юр. защиту и соответствие законам об информации. |
| 8 | Киберугрозы | 8 из 10 | Хакерские атаки, утечки данных или сбои могут повредить репутации. | Минимизация последствий | Инвестировать в безопасность данных и тех. поддержку |
| 9 | Сложности интеграции | 7 из 10 | Получение данных от автодилеров, страховщиков и других поставщиков может быть затруднено из-за несовместимости систем или нежеланием делиться данными. | Предотвращение рисков | выяснить, какие системы используются дилерами, внедрить единый формат данных, унификация описания. |
| 10 | Низкая узнаваемость | 7 из 10 | Привлечение пользователей требует больших вложений средств в маркетинг. | Перенос ответственности | Грамотно спланировать бюджет на маркетинг, привлечь компанию-партнера по маркетингу. |
| 11 | Отказ ключевых партнеров | 7 из 10 | Если не сложится сотрудничество с автосалонами, автосервисами, проект может оказаться нежизнеспособным. | Перенос ответственности | выявить причины отказа, |
| 12 | Плохой пользовательский опыт | 8 из 10 | Низкое качество сервиса может привести к снижению числа пользователей. | Предотвращение последствий | провести тестирование продукта, осуществлять пострелизную поддержку, проводить промежуточные тесты и обновлять систему. |
| 13 | Мошенничество | 9 из 10 | На платформе могут появиться мошенники, что значительно повредит доверию пользователей | Минимизация рисков | регистрация с подтверждением личности, интеграция с гос базами данных, верификация продавцов. |

# 

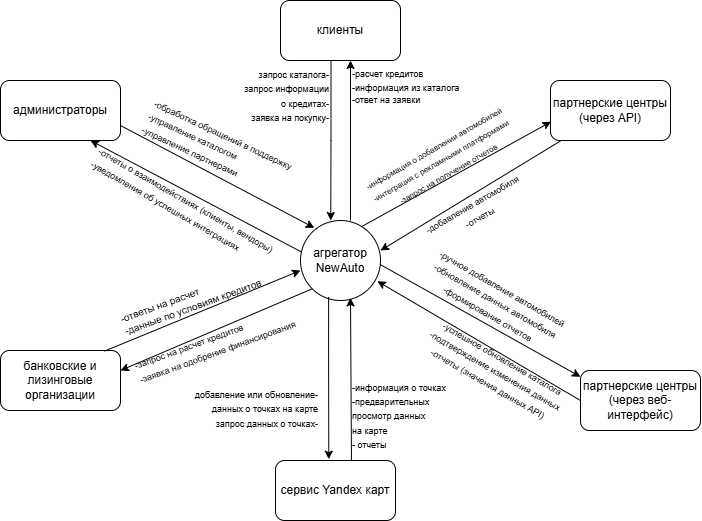
# 2. Образ решения

## 2.1 Концепция решения

В сложившейся ситуации лучшим решением для упрощения поиска информации для покупателей и привлечением покупателей для партнеров является создание уникального для рынка продукта - информационной системы, выполняющей функции агрегатора данных о доступных автомобилях, их характеристиках, ценах и условия приобретения (кредитования).

В рамках данного проекта предполагается разработка двух отдельных приложений: одно для клиентов, другое - для администраторов.

Система-агрегатор NewAuto предполагает стилизацию в виде современных веб-приложений, которые будут обеспечивать понятный интерфейс и функциональность для различных групп пользователей. Каждая группа пользователей получает доступ к функционалу через адаптированный интерфейс, разработанный с учетом их задач, ролей и настроений (рисунок представлен ниже).



**Преимущества продукта для потребителей:**

* *Доступ к актуальной информации и единая точка доступа*

Платформа является единой точкой доступа и позволяет покупателям просматривать предложения от разных вендоров в одном месте, исключая необходимость посещать множество сайтов или шоурумов, используя удобные инструменты сравнения моделей по цене, характеристикам, комплектациям и условиям покупки. Покупатели также получают актуальные данные о наличии автомобилей, ценах, акциях и специальных предложениях.

* *Дополнительные сервисы*

У пользователей есть возможность рассчитать кредит или лизинг, а также оформить предварительный заказ онлайн, а также ознакомиться с опытом других покупателей и оценить репутацию дилеров

**Преимущества для автомобильных дилеров:**

* *Увеличение клиентского потока*

Дилеры получают доступ к более широкой базе клиентов, включая тех, кто предпочитает начинать выбор автомобиля онлайн.Это приводит к увеличению числа сделок благодаря большему количеству контактов через платформу.

* *Снижение затрат на маркетинг*

Размещение автомобилей на платформе снижает необходимость инвестировать в разработку и продвижение собственных сайтов. Платформа может предоставлять дилерам данные о предпочтениях пользователей, помогая лучше ориентировать свои предложения.

* *Увеличение прозрачности*

Появляется возможность демонстрировать актуальный ассортимент, цены и доступные комплектации, что способствует росту доверия со стороны клиентов.

**Преимущества для автомобильного рынка Беларуси:**

* *Стимул для улучшения предложений*

Прозрачный рынок стимулирует дилеров предлагать более выгодные условия для клиентов.

* *Привлечение новых брендов*

Платформа облегчает выход на рынок новых вендоров, включая китайских производителей, которым важно оперативно донести свои предложения до целевой аудитории.

**Заключение**

Создание онлайн-агрегатора автомобилей в Беларуси представляет собой перспективный проект, который удовлетворяет потребности всех участников рынка. Платформа повышает удобство выбора для покупателей, помогает дилерам оптимизировать продажи и способствует общей прозрачности и развитию автомобильной отрасли в стране.

## 2.2 Положение об образе проекта

**Для потенциальных покупателей новых автомобилей –** этоагрегатор, объединяющий информацию о доступных автомобилях, комплектациях, стоимости и вариантах покупки. Агрегатор позволяет покупателям находить и сравнивать предложения от дилеров из каталогов партнеров, предоставляя единое окно для поиска. В отличие от того как пользователь сейчас ищет автомобили на разных площадках и салонах, наше предложение собрало наиболее удачный вариант в одном месте. Пользователь может быстро получить актуальные данные о предложениях, сравнить варианты от различных дилеров и выбрать подходящие ему кредитные условия.

**Для партнеров и дилерских центров**– это платформа для увеличения охвата и привлечения клиентов через единый агрегатор. Дилеры могут распространять свои каталоги и предлагать автомобили широкой аудитории, сохраняя актуальность данных. Агрегатор предоставляет дилером инструменты продвижения и позволяет взаимодействовать с потенциальными покупателями, включая как горячих, так и сомневающихся клиентов. Такой подход способствует повышению конкурентоспособности и привлекает дополнительный поток клиентов.

## 

## 2.3 Основные функции

Из срс выпиливаем аккаунт клиента и всего партнера

| № | Функция | Реализация |
| --- | --- | --- |
| **1** | **Клиент** |  |
| **1.1** | **Аккаунт** | **Не реализуется в первом релизе, полная реализация в последующих релизах** |
| 1.1.01 | Авторизация в личном кабинете по номеру телефона и паролю | полностью реализуется |
| 1.1.02 | Авторизация в личном кабинете через сервис Google | полностью реализуется |
| 1.1.03 | Восстановление доступа в аккаунт | Подтверждение по номеру телефона, на который приходит СМС с кодом, после смена пароля |
| 1.1.04 | Регистрация в системе | Подтверждение по номеру телефона, на который приходит СМС с кодом |
| 1.1.05 | Удаление аккаунта | полностью реализуется |
| 1.1.06 | Редактирование данных для входа в аккаунт (номер телефона и пароль) | полностью реализуется |
| 1.1.07 | Редактирование иных персональных данных | полностью реализуется |
| 1.1.08 | Удаление иных персональных данных | полностью реализуется |
| 1.1.09 | Настройка уведомлений | Первый релиз - уведомления на почту, последующие - СМС-уведлмления |
| **1.2** | **Объявление** |  |
| 1.2.01 | Просмотр списка объявлений | полностью реализуется |
| 1.2.02 | Просмотр отдельного объявления | полностью реализуется |
| 1.2.03 | Добавление объявления в избранное | полностью реализуется |
| 1.2.04 | Удаление объявления из избранного | полностью реализуется |
| 1.2.05 | Просмотр добавленных в избранное объявлений | полностью реализуется |
| 1.2.06 | Просмотр блоков контекстной рекламы | полностью реализуется |
| **1.3** | **Сравнение позиций** | **Не реализуется в первом релизе, полная реализация в последующих релизах** |
| 1.3.01 | Добавление обьявлений для сравнения | - |
| 1.3.02 | Удаление обьявлений из сравнения | - |
| 1.3.03 | Сравнить объявления | - |
| **1.4** | **Продавец** |  |
| 1.4.01 | Просмотр информации о продавце | полностью реализуется |
| 1.4.02 | Просмотр контактов продавца | полностью реализуется |
| 1.4.03 | Просмотр цен и условий на покупку позиции | полностью реализуется |
| 1.4.04 | Просмотр местоположения на карте | полностью реализуется |
| **1.5** | **Заявка** |  |
| 1.5.01 | Создание заявки в определенный дилерский центр | полностью реализуется |
| 1.5.02 | Просмотр списка созданных заявок | полностью реализуется |
| **1.6** | **Кредитование и лизинг** |  |
| 1.6.01 | Просмотр информации о способах кредитования или лизинга | полностью реализуется |
| 1.6.02 | Просмотр информации о лизингодателе или организации, предоставляющей кредит | полностью реализуется |
| 1.6.03 | Расчет графика и объема платежей по введенным данным | полностью реализуется |
| 1.6.04 | Просмотр результатов расчетов | полностью реализуется |
| **1.7** | **Иное** |  |
| 1.7.01 | Просмотр информации о платформе | Полностью реализуется |
| 1.7.02 | Просмотр правовых документов | Полностью реализуется |
| 1.7.03 | Смена языка платформы | В первом релизе - русский и английский, с последующих - китайский |
| 1.7.04 | Смена темы интерфейса | В первом релизе - только одна, с последующих - две (светлая и темная) |
| 1.7.05 | Навигация по сайту | Полностью реализуется |
| 1.7.06 | Просмотр списка статей | Полностью реализуется |
| 1.7.07 | Обращение в поддержку | В первом релизе - обращение с указанием почты, с последующих - полноценный чат с поддержкой с услучами ИИ-ассистента |
| **2** | **Партнёр** | **Не реализуется в первом релизе, полная реализация в последующих релизах** |
| **2.1** | **Аккаунт** |  |
| 2.1.01 | Авторизация в системе по логину и паролю | Пользователь заводится вручную администратором системы, затем логин и пароль высылается на почту |
| 2.1.02 | Восстановление доступа в аккаунт | Полностью реализуется |
| 2.1.03 | Удаление аккаунта | Запрос администратору |
| 2.1.04 | Просмотр контактных данных и информации о центрах | Полностью реализуется |
| 2.1.05 | Редактирование контактных данных и информации о центрах | Полностью реализуется |
| **2.2** | **Управление заявками от клиентов** |  |
| 2.2.01 | Просмотр списка заявок | Полностью реализуется |
| 2.2.02 | Просмотр отдельной заявки и содержащейся в ней информации | Полностью реализуется |
| 2.2.03 | Удаление заявки | Полностью реализуется |
| **2.3** | **Управление исходящими заявками** |  |
| 2.3.01 | Создание заявки на рекламную интеграцию | Полностью реализуется |
| 2.3.02 | Удаление заявки на рекламную интеграцию | Полностью реализуется |
| 2.3.03 | Редактирование заявки на рекламную интеграцию | Полностью реализуется |
| **2.4** | **Управление объявлениями** |  |
| 2.4.01 | Просмотр списка объявлений | Полностью реализуется |
| 2.4.02 | Просмотр объявления | Полностью реализуется |
| 2.4.03 | Создание объявления | Полностью реализуется |
| 2.4.04 | Редактирование объявления | Полностью реализуется |
| 2.4.05 | Удаление объявления | Полностью реализуется |
| 2.4.06 | Просмотр статистики по объявлению | Полностью реализуется |
| 2.4.07 | Просмотр причины отклонения объявления модератором | Полностью реализуется |
| 2.4.08 | Обращение в поддержку | В первом релизе - обращение с указанием почты, с последующих - полноценный чат с поддержкой с услучами ИИ-ассистента |
| **3** | **Администратор** |  |
| **3.1** | **Аккаунт** |  |
| 3.1.01 | Авторизация по логину и паролю | Полностью реализуется |
| 3.1.02 | Удаление аккаунта | Полностью реализуется |
| **3.2** | **Управление пользователями (клиенты и партнеры)** |  |
| 3.2.01 | Просмотр списка пользователей | Полностью реализуется |
| 3.2.02 | Просмотр данных пользователя | Полностью реализуется |
| 3.2.03 | Изменение данных пользователя | Полностью реализуется |
| 3.2.04 | Создание пользователя вручную | Полностью реализуется |
| 3.2.05 | Удаление пользователя | Полностью реализуется |
| **3.3** | **Управление объявлениями** |  |
| 3.3.01 | Просмотр списка объявлений | Полностью реализуется |
| 3.3.02 | Создание объявления | Полностью реализуется |
| 3.3.03 | Редактирование объявления | Полностью реализуется |
| 3.3.04 | Удаление оъявления | Полностью реализуется |
| 3.3.05 | Привязка данных партнера к объявлению | Полностью реализуется |
| **3.4** | **Управление дилерскими центрами** |  |
| 3.4.01 | Создание центра | Полностью реализуется |
| 3.4.02 | Редактирование центра | Полностью реализуется |
| 3.4.03 | Удаление центра | Полностью реализуется |
| 3.4.04 | Просмотр списка центров и данных об отдельном центре | Полностью реализуется |
| **3.5** | **Управление заявками от пользователей и заявками на рекламную интеграцию** |  |
| 3.5.01 | Просмотр заявок | Полностью реализуется |
| 3.5.02 | Редактирование заявок | Полностью реализуется |
| 3.5.03 | Удаление заявок | Полностью реализуется |
| **3.6** | **Управление блогом** |  |
| 3.6.01 | Просмотр списка статей и отдельной статьи | Полностью реализуется |
| 3.6.02 | Создание статьи | В первом релизе - базовый редактор статьи, в последующих - расширенный |
| 3.6.03 | Редактирование статьи | Полностью реализуется |
| 3.6.04 | Удаление статьи | Полностью реализуется |
| 3.6.05 | Назначение тегов к статьям | Полностью реализуется |

## 

## 2.4 Предположения

| **№** | **Предположение** |
| --- | --- |
| 1 | Рекламный кабинет создается и настраивается заказчиком самостоятельно |
| 2 | Маркетинговая стратегия разрабатывается и внедряется заказчиком самостоятельно |
| 3 | В случае, если Партнер не имеет возможности интеграции своего каталога в системе, Заказчик самостоятельно вносит всю информацию вручную в админ панели или кабинете Вендора (так же создает вручную) |
| 4 | Вендоры и партнеры соглашаются с условиями конфиденциальности и защиты данных, предоставляя информацию в рамках общих договоренностей |
| 5 | Команда разработки сама определяет порядок и способ интеграций |
| 6 | Дилерские центры берут на себя ответственность по обеспечению покупателей достаточным количеством информации |
| 7 | Договоры на сотрудничество и сделки заключаются и оформляются вне платформы. |
| 8 | Механизм переключения между аккаунтами клиента и партнера не предусматривается |
| 9 | У заказчика и партнеров нет четкой организационной структуры |
| 10 | Модерация объявлений осуществляется вручную |
| 11 | В сравнение позиций можно добавить до 5 позиций |
| 12 | Одновременно только 1 заявка в 1 дилерский центр по 1 объявлению. До 10 заявок в день |
| 13 | В дизайне макетов и при разработке учитывается наличие светлой и темной тем |
| 14 | Каждое объявление проходит обязательную модерацию администратором |

## 2.5 Зависимости

| **№** | **Зависимость** |
| --- | --- |
| 1 | Изменение процентной ставки и АПИ и условий кредитования банковских и лизинговых организаций |
| 2 | Некоторые партнеры не имеют цифровых баз данных, из-за чего их подключение к системе может быть невозможным |
| 3 | Работа картографических сервисов зависит от условий их использования, которые могут меняться |
| 4 | Изменения в условиях предоставления рекламных услуг могут затруднить продвижение партнеров через систему |
| 5 | Зависимость от условий использования сервисов СМС-провайдеров может ограничить возможность уведомления клиентов |
| 6 | Появление аналогичных продуктов с похожим функционалом, может снизить интерес к этому продукту |
| 7 | Изменения в законодательстве, касающиеся импорта автомобилей, владением автомобиля, условий предоставления кредитов и рассрочки. |
| 8 | Изменение условий сервиса автоперевода могут повлиять на корректность отображения информации на разных языках |

## 2.6 Ограничения

| **№** | **Ограничение** |
| --- | --- |
| 1 | При невозможности получить СМС - восстановление только через поддержку |
| 2 | При восстановлении пароля потребуется повторный вход в аккаунт |
| 3 | На один номер телефона можно зарегистрировать только один аккаунт |
| 4 | Количество устройств, с которых можно одновременно войти в аккаунт, не более пяти |
| 5 | Ограничения в работе системы могут возникнуть из-за собственных баз данных партнеров |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# 3. Бизнес-контекст

## 3.1 Профили заинтересованных лиц

| **ЗА** | **Функции** | **Выгоды и ожидания от проекта** | **Отношение к проекту** | **Опасения** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Покупатели автомобилей (конечные пользователи) | Клиенты, ищущие автомобили для покупки. Пользователи платформы для поиска, сравнения и связи с дилерами. | Удобный доступ к широкому выбору автомобилей.  Сравнение цен и условий от разных дилеров.  Прозрачность информации о наличии и ценах.  Быстрая связь с дилерами для уточнения деталей или записи на тест-драйв. | Положительное, если платформа будет удобной, быстрой и надёжной. | Недостоверность информации о цене и наличии.  Низкая скорость отклика дилеров.  Сложная навигация и неудобный интерфейс. |
| Партнеры | Предоставление информации о своих автомобилях и взаимодействие с клиентами. | Привлечение большего числа потенциальных покупателей.  Повышение продаж за счёт онлайн-видимости.  Лёгкое управление своим каталогом и заявками. | Заинтересованное, если проект помогает увеличивать продажи. | Невозможность выделиться среди конкурентов.  Неэффективные лиды и потеря времени на несерьёзных покупателей.  Сложности в управлении заявками через платформу. |
| Разработчики и IT-команда | Разработка, поддержка и улучшение платформы, создание технологической инфраструктуры | Чёткое техническое задание и поддержка со стороны заказчика  .  Использование современных технологий и методов разработки.  Положительный опыт реализации масштабного проекта. | Нейтральное или положительное, в зависимости от объёма задач и качества взаимодействия с другими командами. | Частые изменения требований и сроки, ведущие к срыву графиков.  Нехватка ресурсов и времени на тестирование и оптимизацию.  Потеря данных или проблемы с безопасностью. |
| Руководство компании | Контроль реализации проекта и достижение бизнес-целей  Заказчики и главные стейкхолдеры проекта. | Увеличение дохода за счёт новых каналов продаж.  Повышение конкурентоспособности на рынке.  Рост узнаваемости бренда. | Позитивное, при условии достижения KPI. | Затраты на разработку не окупятся.  Отсутствие видимого результата в короткие сроки.  Сложности с управлением изменениями. |
| Отдел маркетинга | Привлечение пользователей на платформу и её продвижение.  Создание стратегий продвижения и контентного наполнения. | Увеличение потока пользователей и лояльных клиентов.  Успешные маркетинговые кампании на основе аналитики платформы.  Лёгкое управление рекламой через платформу. | Положительное, при условии наличия инструментов аналитики и интеграции с CRM. | Недостаток функционала для маркетинговых активностей.  Плохая конверсия посетителей в покупателей.  Ограниченный доступ к данным для аналитики. |
| Юридический отдел | Обеспечение соответствия правовым требованиям.  Контроль за соблюдением законов о защите данных и других норм. | Минимизация правовых рисков для компании.  Прозрачные условия для пользователей и дилеров. | Нейтральное или осторожное. | Нарушение законов о защите персональных данных (GDPR).  Проблемы с авторским правом на контент.  Риски из-за договорных обязательств с дилерами. |
| Банковские и лизинговые организации | Предоставление кредитных и лизинговых услуг покупателям автомобилей через платформу.  Партнёры по финансированию, предлагающие пользователям варианты покупки в кредит или лизинг. | **Выгоды**:  Увеличение объёма кредитных и лизинговых сделок за счёт доступа к широкой базе потенциальных клиентов.  Возможность продвижения своих финансовых продуктов через целевую аудиторию.  Упрощённая интеграция с платформой для автоматизированной обработки заявок на кредит/лизинг.  **Ожидания**:  Прозрачность условий и лёгкость подачи заявок.  Интеграция с платформой для быстрого получения предварительного одобрения.  Доступ к аналитике для оптимизации кредитных предложений. | Положительное при условии, что платформа создаёт стабильный поток заявок и повышает видимость их предложений. | Низкое качество лидов (неспособность клиентов выполнить кредитные обязательства).  Сложности интеграции с платформой, что может замедлить процесс рассмотрения заявок.  Риск нарушения конфиденциальности данных клиентов.  Высокая конкуренция с другими банками и лизинговыми компаниями, представленными на платформе. |
| Станции технического обслуживания (СТО) | Предоставление услуг по обслуживанию и ремонту автомобилей, связанных с покупкой новых или подержанных машин через платформу.  Партнёры по послепродажному обслуживанию, поддерживающие клиентов в долгосрочной перспективе. | **Выгоды:**  Увеличение потока клиентов за счёт роста продаж автомобилей через платформу.  Возможность продвижения пакетов технического обслуживания и гарантийных услуг при продаже автомобилей.  Долгосрочные отношения с клиентами, которые приобрели автомобили на платформе.  **Ожидания:**  Интеграция информации о сервисных пакетах и дополнительных услугах в предложения дилеров.  Уведомления о запланированном обслуживании и технических осмотрах.  Возможность предложить специальные акции для покупателей автомобилей через платформу. | **Положительное**, если платформа способствует увеличению продаж автомобилей, а значит, и последующему увеличению числа клиентов для обслуживания. | Недостаточное количество рекомендаций клиентов на СТО после покупки автомобиля.  Высокий уровень конкуренции среди СТО, представленных на платформе.  Ограниченный доступ к данным о новых клиентах для прямого взаимодействия.  Потеря контроля над продвижением собственных услуг, если они будут зависеть от предложений дилеров. |

# 4. Глоссарий

Агрегатор – электронная торговая площадка, на которой собраны предложения от разных продавцов.

Клиент – пользователь агрегатора, заинтересованный в покупке автомобиля.

Дилер – поставщик, предоставляющий информацию о своих автомобилях в агрегатор.

Партнер – дилер с которым заключено соглашение.

ИС – информационная система.

Персональные данные – набор приватных данных, предоставляемых покупателем или дилерским центром, которые необходимо защитить от третьих лиц.

Объявление – набор данных о конкретной позиции (автомобиле), предоставляемый Партнером для размещения на агрегаторе, имеющий вид веб страницы.

Заявка – набор данных от покупателя, заинтересованного в приобретении позиции (автомобиле), направленный Партнеру с целью дальнейшей коммуникации.

ЦА - целевая аудитория.

Админ панель – пространство для управления пользователями, кабинетами партнеров, а также функциями сайта.

Авторизация – процесс предоставления пользователю или группе пользователей определенных разрешений, прав доступа и привилегий в компьютерной системе.

Аккаунт – персональная запись (профиль) пользователя на сайте, содержащая информацию двух типов: идентификационные данные и вспомогательные сведения.

Информационная система (ИС) — система, предназначенная для хранения, поиска и обработки информации, и соответствующие организационные ресурсы (человеческие, технические, финансовые и т. д.), которые обеспечивают и распространяют информацию

Дилерский центр – современный специализированный объект торговой недвижимости, в котором осуществляется экспонирование, реализация и обслуживание автомобилей определенного бренда (или нескольких брендов, принадлежащих одной компании).

Интеграция - процесс объединения частей в целое.

Платформа - операционная система или виртуальная среда, на которой может быть установлено или запущено программное обеспечение.

ПО - программное обеспечение.

Программное обеспечение - это совокупность программ, используемых для управления компьютером.

Пользователь - лицо или огранизация, которое использует вычислительную технику или сетевую службу.

Функция - это отношения между элементами, при котором изменение в одном элементе влечет изменение в другом.

Личный кабинет - рабочее пространство пользователя в рамках сайта, сервиса или мобильного приложения доступное после авторизации.

Сервисы Google - программный пакет, разработанный компанией гугл, которые интегрированы в операционную систему Android.

Уведомление - это официальная и личная процедура, посредством которой определенному лицу сообщается информация, которая напрямую затрагивает его права и интересы.

Объявление - сообщение, доводимое до всеобщего сведения, помещенное где-либо для широкого ознакомления.

Контекстная реклама - объявления, которые показываются пользователям на основе их предыдущих действий в интернете.

Продавец - лицо, непосредственно контактирующее с покупателями и осуществляющее продажу товара.

Заявка - указание на потребность в чем-нибудь (деньгах, материалах, комплектующих).

Кредитование - это получение денег в долг на индивидуальных условиях, зафиксированных в договоре.

Лизинг - это аренда с последующим правом выкупа.

Лизингодатель - это участник договора лизинга, который приобретает в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю во временное владение.

Интерфейс - это набор инструментов, который помогает пользователю взаимодействовать с программой.

Навигация по сайту - это система приемов и элементов, благодаря которым пользователь ориентируется на сайте и перемещается между его разделами.

Поддержка - услуга, которая помогает конечным пользователям решать проблемы с устройствами и предоставляет консультационную помощь.

Контактные данные - это информация для связи покупателей с продавцами.

Логин - это имя пользователя, которое используется для входа в информационные системы, приложения или другие программы.

Пароль - это секретная комбинация знаков для получения доступа к различным данным и/или компьютерной программе.

Блог - это информационный ресурс в интернете.

Тег - это навигационные ключевые слова, которые используют пользователи для того, чтобы находить нужные материалы и информацию.

Статья - это текст заданной тематики и объема.

Модерация - это регулярная проверка одним или группой сотрудников соблюдения правил публикации объявлений на конкретной площадке в сети.

СМС - сервис коротких сообщений.

СМС провайдер - это организация, обеспечивающая отправление и получение сообщений.

Рассрочка - способ оплаты товаров и услуг, при котором платеж производится не единовременно в полной сумме их стоимости, а по частям.

Автоперевод - это процесс автоматического перевода текстов с одного языка на другой с помощью искусственного интеллекта и без вмешательства со стороны человека.

Рекламный кабинет - это виртуальная платформа или инструмент, который используется для управления и оптимизации рекламных кампаний.

Системный администратор - это специалист, который поддерживает бесперебойную работу и безопасность сайта, приложения, локальной сети компьютеров и всего ПО внутри компании.