

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ	4
1.1 О компании	4
1.2 Целевая аудитория	4
1.2.1 Аватар пользователя	5
1.3 Ключевые слова	6
2 ВИЗУАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ	7
2.1 Палитра цветов	7
2.2 Мудборд	8
3 АЛГОРИТМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ С УСЛУГАМИ	9
4 СТРУКТУРА САЙТА	10
5 СКВОЗНЫЕ БЛОКИ САЙТА	11
5.1 Хедер (шапка сайта)	11
5.2 Футер (подвал сайта)	11
5.3 Навигационное меню	11
6 ОПИСАНИЕ СТРАНИЦ И ИХ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ	13
6.1 Главная страница	13
6.2 Страница «Каталог решений»	13
6.3 Страница «Карточка товара»	14
6.4 Страница «Индивидуальный проект»	14
6.5 Страница «Корзина и оформление заказа»	15
6.6 Форма «Подтверждение заказа»	15
6.7 Контакты	16

1 ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ

1.1 О компании

SmartLife Home – компания, специализирующаяся на создании и внедрении решений для умного дома. Основная цель – обеспечение комфорта, безопасности и энергоэффективности жилья при помощи современных технологий автоматизации.

Предоставляемые услуги:

1. Продажа готовых решений для умного дома (системы освещения, климат-контроль, безопасность, мультимедиа);
2. Консультации по подбору и установке оборудования;
3. Индивидуальные проекты под клиента;
4. Техническая поддержка и сервисное обслуживание.

SmartLife Home ориентирована на современного пользователя, который ценит технологичность и комфорт, обеспечивая комплексный подход к автоматизации дома.

1.2 Целевая аудитория

Пол: мужской и женский. Продукт не имеет половой специфики, решения для умного дома востребованы одинаково среди мужчин и женщин.

Возраст: 25-35 лет. Это самая активная и платежеспособная аудитория, чаще всего – молодые специалисты, создающие или обустривающие собственное жилье. Именно эта категория пользователей наиболее заинтересована в удобстве, безопасности и технологичных решениях.

Местоположение: крупные города России (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Новосибирск и др.). В этих регионах выше уровень дохода и распространение технологий «умного дома». Продукт также востребован в пригородах, где пользователи стремятся к автономности и контролю над жильем.

Семейное положение: в отношениях или замужем/женат, часто с ребенком. Наличие семьи мотивирует пользователей заботиться о безопасности и комфорте близких, что напрямую повышает интерес к системам «умного дома».

Образование: высшее или неполное высшее, преимущественно техническое или экономическое. Пользователи уверенно пользуются гаджетами, имеют базовые навыки работы с приложениями и онлайн-сервисами. Ценят надежность и функциональность.

Доход и финансовые обременения: от 100 000 до 150 000 рублей на семью. Могут иметь ипотеку или кредит на жилье, поэтому стремятся оптимизировать расходы на быт и энергопотребление. Ценят продукты, которые помогают экономить ресурсы и повышают комфорт.

Психографические характеристики:

- стремление к контролю и удобству в повседневной жизни;
- интерес к инновациям и технологиям;
- желание улучшить качество жизни семьи;
- ценность времени – желание минимизировать бытовые хлопоты.

Поведенческие показатели:

- чаще выбирают бренды, предоставляющие сервис и поддержку;
- активно пользуются онлайн-покупками и отзывами;
- готовы платить за качество и долгосрочные решения;
- ключевые товары – системы освещения, климат-контроль, охранные датчики;
- ценят быстрый отклик службы поддержки и удобный интерфейс.

Целевая аудитория SmartLife Home – молодые семьи с активным образом жизни и устойчивым доходом, для которых комфорт, безопасность и технологичность являются приоритетами.

1.2.1 Аватар пользователя

Имя: Артем.

Возраст: 31 год.

Пол: мужской.

Город: Санкт-Петербург.

Профессия: инженер-программист в IT-компании.

Семейное положение: женат, один ребенок.

Образование: высшее техническое.

Доход: около 140 000 руб. в месяц.

Финансовые обязательства: ипотека на квартиру.

Интересы: технологии, электроника, дизайн интерьера, гаджеты, удобные сервисы.

Характер: рациональный, прагматичный, ценит время и комфорт.

Потребности: автоматизировать быт, контролировать дом дистанционно, снизить энергопотребление.

Мотивация: обеспечить безопасность семьи, сделать дом «умным» и современным.

Что важно в бренде: гарантия, простая установка, поддержка на всех этапах, доступное приложение.

Артем – типичный представитель целевой аудитории SmartLife Home: технологичный, ответственный, семейный пользователь, стремящийся к стабильности, комфорту и эффективности.

1.3 Ключевые слова

Ключевые слова: умный дом, автоматизация дома, IoT, управление освещением, климат-контроль, видеонаблюдение, датчики движения, безопасность, умные розетки, управление через смартфон, SmartHome, комфорт, технология будущего.

Ключевые слова отражают основное направление деятельности компании, основные функции и возможности системы умного дома.

2 ВИЗУАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

2.1 Палитра цветов

Желательные цвета:

Оттенки бежевого:

#D9D5D1 – светло-бежевый оттенок, используется в качестве фоновых цвета для блоков и карточек. Создает ощущение чистоты, тепла и уюта. •

#BBB4AE – мягкий тёплый бежево-серый тон, применяется для подложек и декоративных элементов, придаёт дизайну мягкость и естественность.

#7B736A – глубокий бежево-коричневый оттенок, служит акцентным цветом в интерфейсе, используется для выделения кнопок, заголовков и графических акцентов.

Оттенки серого:

#D6D6D4 – светло-серый нейтральный тон, подходит для фона и вспомогательных областей, обеспечивает визуальный баланс.

#B7B7B7 – средний серый оттенок, используется для текста второстепенной важности и разделительных линий.

#707273 – насыщенный серый, близкий к графитовому; применяется для элементов навигации и иконок, добавляя дизайну строгость и современность.

На рисунке 1 представлены желательные цвета.



Рисунок 1 – Желательные цвета

Нежелательные цвета: красный, розовый, ярко-жёлтый, кислотные оттенки – создают эффект тревожности и перегружают интерфейс.

2.2 Мудборд

Мудборд включает изображения современных интерьеров с элементами умного дома, устройств управления, светлых минималистичных пространств, где техника органично вписана в интерьер.

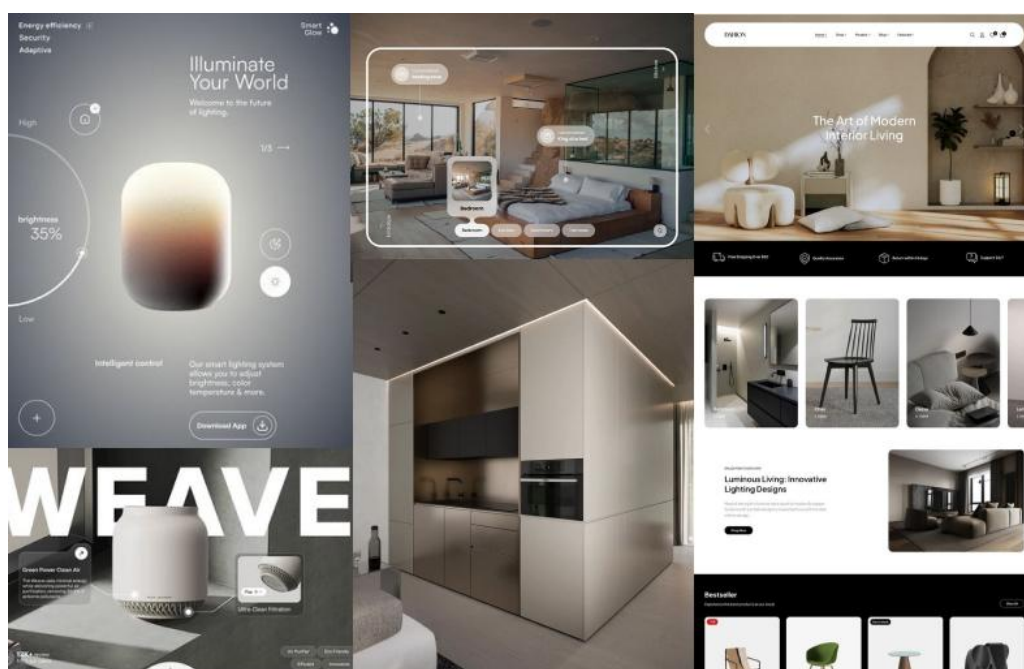


Рисунок 2 – Мудборд проекта

Цель визуального ряда – подчеркнуть комфорт, современность и интуитивность решений SmartLife Home.

Мудборд формирует визуальную идентичность бренда и задаёт общий стиль интерфейса: технологичный, но уютный.

3 АЛГОРИТМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ С УСЛУГАМИ

Алгоритм взаимодействия пользователя с услугами:

1. Открыть главную страницу сайта;
2. Перейти в раздел необходимого товара;
3. Открыть окно с понравившимся товаром;
4. Добавить товар в корзину;
5. Перейти в корзину;
6. Выбрать вариант самовывоза или доставки;
7. Заполнить окно с личной информацией (самовывоз: ФИО, номер телефона; доставка почта: ФИО, номер телефона, личный адрес; доставка пункт выдачи: ФИО, номер телефона, адрес пункта выдачи);
8. Нажать кнопку оформления заказа.

Или связаться через мессенджер:

1. Открыть главную страницу сайта
2. Выбрать окно «Индивидуальный заказ»
3. Перейти по одной из ссылок для контакта с продавцом
4. Обсудить разработку индивидуального изделия в личных сообщениях

4 СТРУКТУРА САЙТА

Общая структура сайта состоит из главной страницы, трёх дополнительных основных страниц с видами товаров, страниц каждого товара, страницы индивидуального заказа, страницы корзины.



Рисунок 3 – Структура сайта SmartLife Home

5 СКВОЗНЫЕ БЛОКИ САЙТА

5.1 Хедер (шапка сайта)

Расположение и поведение:

1. Фиксированный элемент в верхней части страницы;
2. Сохраняет позицию при прокрутке страницы.

Структура и содержание:

1. Логотип: расположен в левом верхнем углу;
2. Навигационное меню: ссылки на страницы: «Главная», «Каталог решений», «Индивидуальный проект», «Корзина», «Контакты»;
3. Кнопки авторизации: «Войти», «Зарегистрироваться»;
4. Интерактивные состояния: при наведении меняется цвет текста или подчеркивание, активная страница выделяется цветом.

5.2 Футер (подвал сайта)

Расположение и содержание:

1. Подложка светло-серого цвета;
2. Три колонки:
 - Логотип;
 - Соцсети: Telegram, Instagram, VK;
 - Контакты: адрес, телефон, e-mail;
3. В левом нижнем углу – текст: © SmartLife Home 2025.

5.3 Навигационное меню

Навигационное меню обеспечивает быстрый доступ к ключевым разделам сайта.

Структура и содержание:

1. Содержит ссылки на основные разделы сайта;

2. Пункты меню кликабельны, ведут на соответствующие страницы или разделы.

6 ОПИСАНИЕ СТРАНИЦ

6.1 Главная страница

Блоки:

1. Логотип и навигационное меню;
 2. Блок с преимуществами: безопасность, комфорт, экономия энергии; изображения с описанием и заголовком, смена слайдов автоматически или по кнопкам;
 3. Блок «Популярные решения»: превью товаров и услуг с изображением и кратким описанием;
 4. Кнопка «Заказать индивидуальный проект» – переход на страницу формы заявки, кнопка выделена цветом, при наведении изменяется оттенок;
 5. Отзывы клиентов: карточки с фотографией, именем, текстом отзыва; при наведении карточки выделяются;
 6. Футер:
 - Логотип;
 - Контактная информация.
- Кнопки и взаимодействие:
- «Каталог решений» – переход в каталог;
 - «Заказать проект» – открытие формы индивидуального проекта;
 - Карточки популярных решений – переход на страницу товара.

6.2 Страница «Каталог решений»

Блоки:

1. Логотип и навигационное меню;
2. Фильтры: цена, категория, бренд; выбор фильтров обновляет список товаров;
3. Список товаров/услуг: изображения с кратким описанием; карточки расположены в сетке.

4. Футер:

- Логотип;
- Контактная информация.

Кнопки:

- «Подробнее» – открывает страницу карточки товара;
- «В корзину» – добавляет товар в корзину, визуальный эффект подтверждения действия;
- Навигация между страницами каталога (если товаров много).

6.3 Страница «Карточка товара»

Блоки:

1. Логотип и навигационное меню;
2. Фото товара – основное изображение крупного формата;
3. Подробное описание: характеристики, преимущества, цена;
4. Отзывы клиентов: с фото, именем и текстом;
5. Рекомендуемые товары – список похожих товаров.

6. Футер:

- Логотип;
- Контактная информация.

Кнопки:

- «В корзину» – добавление товара;
- «Купить в 1 клик» – открывает форму с минимальными полями (телефон);
- «Подробнее» – раскрытие дополнительных характеристик.

6.4 Страница «Индивидуальный проект»

Блоки:

1. Логотип и навигационное меню;

2. Информация о персональных решениях: описание возможностей и преимуществ;

3. Форма заявки: поля – ФИО, телефон, e-mail, город, комментарий;

4. Контактная информация менеджеров.

5. Футер:

– Логотип;

– Контактная информация.

Кнопка:

– «Отправить заявку» – передача данных менеджеру, отображается уведомление об успешной отправке.

6.5 Страница «Корзина и оформление заказа»

Блоки:

1. Логотип и навигационное меню;

2. Список выбранных товаров с мини-картинкой, названием, ценой;

3. Итоговая сумма заказа;

4. Форма для данных покупателя: ФИО, телефон, адрес, e-mail;

5. Выбор способа доставки: курьер, самовывоз, почта;

6. Выбор способа оплаты: онлайн, при получении.

7. Футер:

– Логотип;

– Контактная информация.

Кнопки:

– «Оформить заказ» – завершение оформления;

– «Очистить корзину» – удаление всех товаров;

– переход к подтверждению заказа.

6.6 Форма «Подтверждение заказа»

Особенности:

- отображает информацию о заказе пользователю;
- дублирует данные на e-mail;
- включает данные о товарах, стоимости, способе доставки и оплаты;
- кнопка «Назад» – возврат к каталогу или корзине при необходимости.

6.7 К о н т а к т ы

Блоки:

1. Логотип и навигационное меню;
2. Контактная информация:
 - адрес офиса / пункта выдачи;
 - телефон и e-mail;
 - режим работы;
 - интерактивная карта;
 - отображение местоположения офиса.
3. Кнопки-ссылки на социальные сети;
4. Футер:
 - Логотип;
 - Контактная информация.