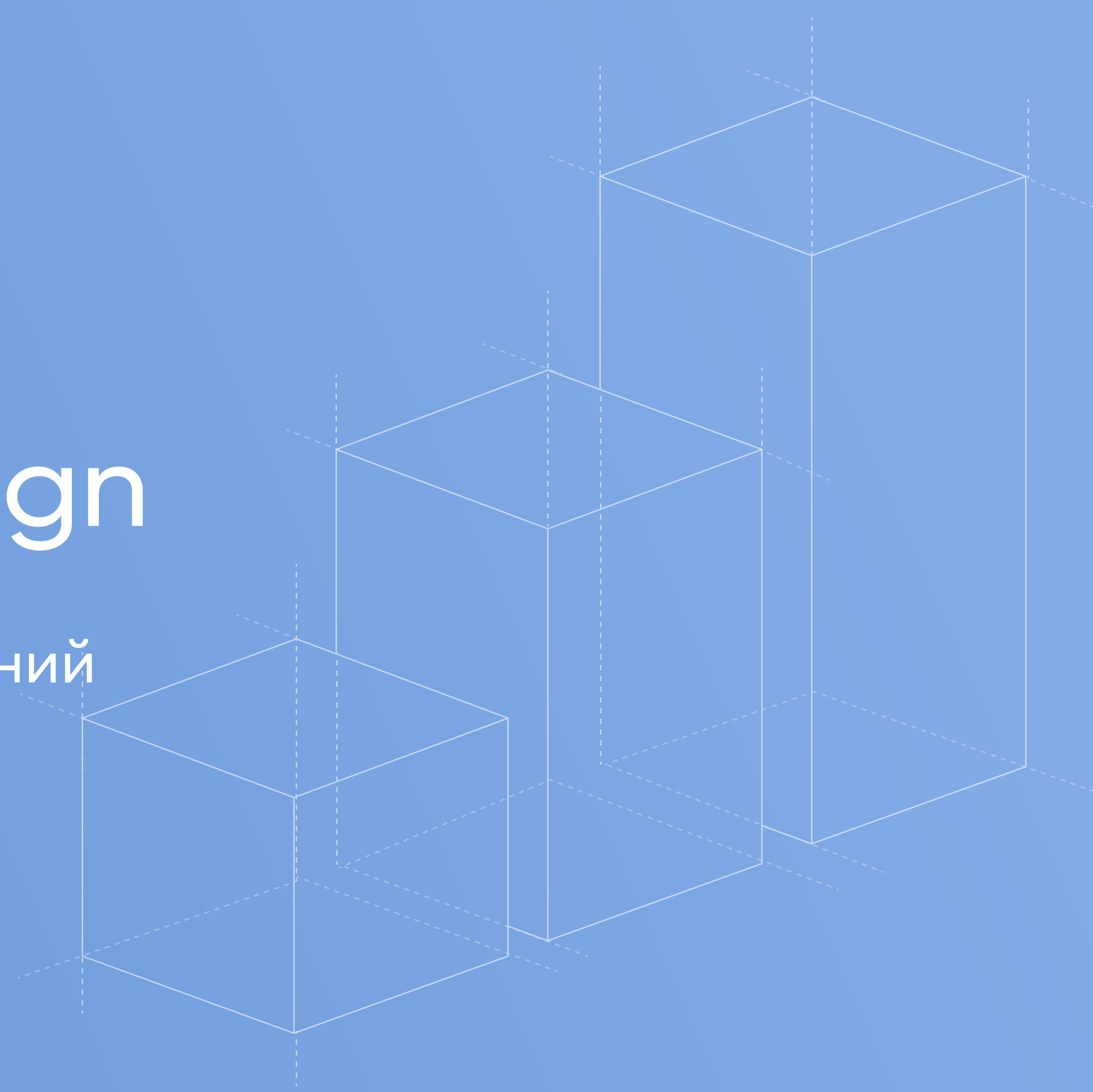


# UX Design

Примеры исследований



# Оглавление

Персоны 1. Разработка персон для Управляющей компании	2
Персоны 2. Разработка персон для маркетплейса лекарств и медицинских изделий	3–4
Персоны 3. Разработка персон для компании по доставке воды	5
Конкуренты 1. Анализ конкурентов для маркетплейса	6
Конкуренты 2. Анализ конкурентов для аптечной сети	7
CJM 1. CJM для аптечной сети	8
CJM 2. CJM для интернет-магазина	9

# Разработка персон для Управляющей компании

# Персоны 1

На основе интервью мы составили описания персон - портретов ключевых пользователей продукта с описанными целями и требованиями к интерфейсу.



**Юлия, 30 лет**

**ИНФОРМАЦИЯ**

Руководитель отдела пиара и коммуникаций в международной компании.

Её привлекает инвестирование в паевые фонды, так как это относительно понятный для новичка инструмент, который также приносит дополнительную прибыль.

**ЛИЧНЫЕ ЦЕЛИ:**

- Опробовать новый финансовый инструмент с минимальным риском
- Получить прибыль при сохранении вложенных средств

**ТРЕБОВАНИЯ:**

- Возможность обратиться к консультанту
- Выбор ПИФ по параметрам: приумножение капитала, защита капитала
- Подробная информация о продукте
- Калькулятор прибыли
- Сравнение
- Подробная информация о покупке ПИФа
- Уверенность в надёжности компании (рейтинги, филиалы, год основания и т.д.)



**Андрей, 43 года**

**ИНФОРМАЦИЯ**

Топ-менеджер в крупной строительной компании.

Карьера и собственное развитие очень важны для него. Проявляет интерес к статусным покупкам и отдыху. Получил дополнительное образование в финансовой сфере, чтобы лучше управлять своими активами и приумножить свой капитал.

**ЛИЧНЫЕ ЦЕЛИ:**

- Приращение капитала
- Быть уверенным в будущем (приумножение инвестиций)

**ТРЕБОВАНИЯ:**

- Получение информации о новинках и актуальных предложениях по финансовым продуктам
- Сравнение доходности
- Получать актуальную информацию о финансовом рынке, новостях и событиях
- Быстрый подбор по требуемым параметрам
- Оформление договора ДУ онлайн



**Станислав, 57 лет**

**ИНФОРМАЦИЯ**

Владелец крупной компании.

Человек со значительными средствами, который знает, как нелегко даются деньги и как сложен и непредсказуем рынок. К инвестированию относится ответственно. Нацелен на долгосрочные вложения.

**ЛИЧНЫЕ ЦЕЛИ:**

- Получение регулярных доходов
- Поддержание уровня жизни
- Сохранение капитала

**ТРЕБОВАНИЯ:**

- Понятная и доступная информация по стратегиям ДУ
- Заказ обратного звонка для консультации
- Подбор по параметрам: риск и срок вложения

# Разработка персон для маркетплейса лекарств и медицинских изделий

# Персоны 2

На основе интервью мы составили описания персон - портретов ключевых пользователей продукта с описанными целями и требованиями к интерфейсу.



## Светлана

34 года Менеджер по продажам в Фармкомпании (поставщик)

Работает с несколькими крупными сетями аптек. В основные обязанности входит: выполнение плана продаж и достижение целевой доли рынка препаратов, осуществлять регулярное прогнозирование продаж препаратов, входящих в зону ответственности, осуществлять регулярный контроль успешности реализации стратегии продвижения препарата/группы препаратов.

### Личные цели

- Осуществлять мониторинг продаж и изучать спрос на продвигаемые товары
- Отслеживать заключённые договора, выполнять план продаж, контролировать оплаты

### Требования к интерфейсу

- Создание отчёта по продажам с максимальными параметрами и нужной детализацией
- Создание отчёта самых продаваемых товаров и частоту их покупки
- Просмотреть ассортимент поставляемых товаров в сеть
- Скачать отчёты



## Николай

33 года Категорийный менеджер в компании Здравсити

Занимается планированием и анализом ассортимента от разных производителей по каждому SKU, товарным группам, брендам. В основные обязанности входит: взаимодействие с поставщиками и аптеками, проведение анализа ассортимента аптеки, формирование предложения по ассортиментной матрице аптеки, выгрузка аналитических данных из информационной системы, формирование регулярных отчетов, формирование рекомендаций.

### Личные цели

- Не тратить время при составлении отчётов, разбираясь в большом количестве функционала.
- Отслеживать продажи товаров в зависимости от сезона/региона, чтобы составить отчёт и передать в отдел закупок.

### Требования к интерфейсу

- Отдельные страницы производителей и ассортимент с фильтрами для быстрого поиска
- В отчёте по сезонности должно быть понятное визуальное отображение и удобная подписка на отчёт
- Удобно и быстро отправить инвайт новому контактному лицу производителя для доступа в личный кабинет
- Функции добавить / заблокировать /просматривать кабинет в режиме производителя

# Разработка персон для маркетингового продукта лекарств и медицинских изделий

# Персоны 2

На основе интервью мы составили описания персон - портретов ключевых пользователей продукта с описанными целями и требованиями к интерфейсу.



## Константин

25 лет Менеджер по работе с поставщиками в ЦВ Протек

Взаимодействует с разными поставщиками. В основные обязанности входит: создание и отправка отчетов разных форматов поставщикам, добавление новых поставщиков. Отслеживание плана поставок товаров.

### Личные цели

- Работать более продуктивно, меньше времени тратить на создание и отправку отчетов разных форматов поставщикам
- Быстро отправить доступ в личный кабинет производителям и отследить статус приглашения

### Требования к интерфейсу

- Просматривать личный кабинет в режиме поставщика
- Редактировать данные о поставщике (информацию о компании/контактные лица), настраивать подписку
- Загружать заключенные договора с поставщиком
- Настраивать отображение типов отчетов по каждому поставщику
- Привязать аккаунт производителя к коду производителя в GBQ
- Указать какой ассортимент предоставляет производитель
- Получать уведомления об активности поставщиков



## Алёна

29 лет Маркетолог-аналитик в компании Здравсити

Умеет работать с большими массивами данных (сводить информацию, обрабатывать, анализировать и делать выводы), исполнительна. Продвинутый пользователь Excel: сводные таблицы, формулы, графики. В основные обязанности входит: мониторинг выполнения планов аптеками, подведение итогов маркетинговых мероприятий и оценка их эффективности. Подготовка аналитических отчетов по емкости рынка, долям, трендам, регионам. Ответственность для партнеров и руководства.

### Личные цели

- Меньше времени тратить на составление разных отчетов, больше на разработку, планирование и запуск маркетинговых мероприятий для аптек
- Быстро считывать информацию в отчетах, настраивать параметры по основному отчету продаж
- Не забыть посмотреть отчеты по продажам, по форматам / частоте покупок и источникам трафика после мероприятия, для анализа, где лучше отработала реклама

### Требования к интерфейсу

- Создание аналитических отчетов для руководства
- Создание уникальных отчетов: соцдем, частота покупки, внутренние переходы
- Настроить подписку на интересующие отчеты
- Скачивать отчеты
- Фильтры для создания отчета (бренд, наименование, период с детализацией)

# Разработка персон для компании по доставке воды

# Персоны 3

На основе интервью мы составили описания персон - портретов ключевых пользователей продукта с описанными целями и требованиями к интерфейсу.

Виталий, 29 лет



Живёт в г. Москва, женат, работает старшим научным сотрудником в Институте математики и механики. Увлекается кино, рыбалкой, компьютерными играми. Не является приверженцем здорового образа жизни, но тем не менее старается воспитывать полезные привычки: чаще бывать на свежем воздухе, ходить пешком, исключать из рациона определенные продукты. Так как живёт в мегаполисе, сомневается в качестве продуктов, воздуха, и особенно - воды, в том числе потому, что квартира находится в старом доме. Фильтрам не доверяет, поэтому предпочитает покупную воду. Регулярно заказывает воду для доставки родителям в Подмоскowie.

#### Личные цели

- Регулярно заказывать 19л бутылки с водой себе и родителям
- При отсутствии бренда, который покупает всегда, выбрать аналогичный
- Удобные способы оплаты
- Удобные способы доставки

#### Требования к интерфейсу

- Поиск по товарам
- Сохранение адреса доставки/выбранного способа получения
- Возможность добавить другой адрес
- Легкий выбор аналогичных товаров

Валерия, 32 года.



Живёт в г. Санкт-Петербург, замужем, есть двое детей - возрастом 5 лет и 1 год. По образованию - менеджер, до рождения детей работала в event-агентстве, потом начала работать вместе с мужем в его компании по оформлению свадеб и праздничных мероприятий. График работы гибкий, большую часть работы можно выполнять из дома, поэтому Валерия проводит много времени с детьми. Их здоровье и развитие - главный приоритет, поэтому всё, что этому помогает, должно быть лучшего качества. Валерия уделяет большое внимание питанию, качеству продуктов, полезному приготовлению еды.

#### Личные цели:

- Хочет быть уверена, что вода для детей наилучшего качества
- Хочет заказывать и специальную воду для детей, и для себя с мужем - пить или использовать для приготовления еды
- Заказывать несколько бутылей различных форматов
- Доставка на дом
- При возможности, экономить средства и рационально подходить к покупкам
- Тратить минимум времени на выбор и заказ

#### Требования к интерфейсу:

- Категория «для детей»
- Удобный каталог товаров с подбором по параметрам
- Понятные описания товаров
- Списки предыдущих заказов и возможность повторить заказ
- Отображение акций и сниженных цен
- Выбор предпочитаемого способа доставки, даты и время

# Анализ конкурентов для маркетплейса кофе

# Конкуренты 1

Главная страница	Каталог	Фильтры каталога	Карточка товара	Корзина	Оформление заказа	Личный кабинет	Итого
<p>информативные баннеры сорта кофе, выбор оборудования, подбор кофе по методу приготовления) с переходом в нужный раздел;</p> <p>блок новинки и популярное</p>	<p>- фильтр: много параметров для подбора</p> <p>- на pre-view карточке товара можно выбрать помол, вес и число упаковок для добавления в корзину из каталога, добавление в избранное, оставить комментарий прямо на карточке, рейтинг;</p> <p>- есть краткое описание вкуса;</p>	<p>- вкус и способ приготовления</p> <p>- уровень кислотности</p> <p>- рейтинг</p> <p>- особенность в кофе</p> <p>- цена</p> <p>- способ обработки</p> <p>- плотность</p> <p>- оценка Q-грейдера</p> <p>- степень обжарки</p> <p>- география произрастания</p>	<p>- есть информация о кислотности;</p> <p>- плотности;</p> <p>- можно выбрать помол;</p> <p>- выбор веса пачки;</p> <p>- указать количество до корзины;</p> <p>- рейтинг;</p> <p>- комментарии и отзывы;</p> <p>- подробное описание с фото;</p> <p>- есть указание способов приготовления;</p> <p>если авторизован можно:</p> <p>- добавлять заметки к товарам (?);</p> <p>- добавить в избранное</p>	<p>Корзина и оформление на 1 странице:</p> <p>- Чекбокс для регистрации личного кабинета при заказе</p> <p>- можно отправить корзину другу;</p> <p>- из одного аккаунта можно отправить и физ.лицу, и заказать на компанию</p> <p>- автозаполнение полей (имени, названия компании, реквизитов компании)</p> <p>- способы доставки: курьером (несколько компаний); пункты самовывоза (СДЭК, Пикпойнт), почта</p> <p>- способы оплаты: google pay/apple pay, картой, яндекс.касса, яндекс.деньги, QIWI, webmoney, оплата при получении</p> <p>- поля для промокода и подарочного сертификата</p> <p>- оформление подписки в корзине</p> <p>- информация о дате обжарки и дате отправки</p>	<p>- список заказов</p> <p>- сохранение нескольких адресов;</p> <p>- информация о накопленной скидке</p> <p>- избранное</p> <p>- сохраняются прочитанные статьи</p> <p>- заметки</p> <p>- уведомления</p> <p>- подписки</p>	17	
3	2	3	3	3	3	3	
<p>указаны направления магазина, сотрудничество, нация);</p> <p>есть форма для бесплатной дегустации кофе в офис</p>	<p>- фильтр есть (не заметен)</p> <p>- при наведении на карточку показывается полная информация: оттенки вкуса, соотношения горечи-сладости-кислотности, вес, выбор помола;</p> <p>- вперемешку идут информационные карточки (обучение): как выбрать кофе/оплата и доставка</p>	<p>- способ заваривания</p> <p>- тип кофе</p> <p>- уровень кислотности</p>	<p>- указан производитель;</p> <p>- описан аромат, вкус и послевкусие</p> <p>- можно выбрать помол;</p> <p>- вес;</p> <p>- можно сразу указать нужное количество;</p> <p>- есть информация об урожае, обработке,</p> <p>- высоте;</p> <p>- есть информация о рекомендованных способах заваривания;</p> <p>- вкусовой профиль изображен диаграммой визуально;</p> <p>- есть сопутствующие товары;</p>	<p>- Удаление заказа</p> <p>- Изменение количества, веса, помола</p>	<p>- Доставка: курьером, СДЭК, Почта, PickPoint</p> <p>- Стоимость доставки рассчитывается по выбранному адресу</p> <p>- Оплата картой или безналичным банковским переводом</p> <p>- Поле для ввода купона</p>	<p>- история заказов</p> <p>- можно добавлять несколько адресов</p>	13
2	1	2	3	2	2	1	
<p>указано, что есть уникальные сорта и авторская обжарка</p> <p>указаны направления работы интернет-магазины, опт, производство)</p> <p>преимущества расписаны так, то написаны для двух категорий клиентов (любители и профи)</p>	<p>- на pre-view карточках очень много информации:</p> <p>оценка кофе от SCA;</p> <p>указан производитель,</p> <p>метод обработки,</p> <p>вкус,</p> <p>оценка по кислотности/плотности/ферментации,</p> <p>скидка с ценой от количества упаковок,</p> <p>выбор способа помола</p>	<p>- фильтр в один ряд (3 страны, тип заваривания)</p>	<p>- большое фото</p> <p>- можно добавить в избранное без авторизации;</p> <p>- есть информация о вкусе, кислотности/плотности;</p> <p>- есть описание производителя;</p> <p>- есть рецепты по приготовлению для разных способов;</p> <p>- описан и изображен визуально вкусовой профиль зерна,</p> <p>- есть оценка по нескольким параметрам от дегустатора,</p> <p>- можно сразу указать нужное количество;</p> <p>- есть описание проведенной оценки;</p> <p>- есть рекомендации похожих сортов</p> <p>- есть информация о скидке при покупке нескольких пачек;</p> <p>- информация о бесплатной доставке;</p>	<p>- информация о сумме для бесплатной доставки</p> <p>- рекомендация товаров со скидкой</p> <p>- выбор доставки: Москва/регионы</p> <p>- доставка: Pickpoint, курьер, самовывоз (только для Москвы)</p>	нет ЛК	9	
1	2	1	3	2	0		
<p>информация о бесплатных услугах (помолке и доставке);</p> <p>отображены товары-новинки и акции; <b>чёрный юмор</b></p>	<p>- страна</p> <p>- вкус</p> <p>- скидка и новинка</p>	<p>- фильтра нет есть сортировка по (коллекциям, наборам, акциям)</p>	<p>- указана страна,</p> <p>- вкус</p> <p>- можно указать количество до корзины</p> <p>в описании указано: регион, кислотность</p>	<p>- Можно изменить кол-во</p> <p>- Удаление заказа</p> <p>- Есть кнопки возврата в каталог «Добавить кофе», «Добавить аксессуары»</p>	<p>- Способы доставки: СДЭК, курьер, Pickpoint</p> <p>- Встроенная карта для выбора пункта PickPoint</p>	<p>- переход в каталог из личного кабинета</p> <p>- анкета обратной связи (можно больше узнать о пользователе)</p> <p>- можно сохранить реквизиты компании (для юр.лиц)</p>	7
1	1	0	2	1	1	1	

# Анализ конкурентов для аптечной сети

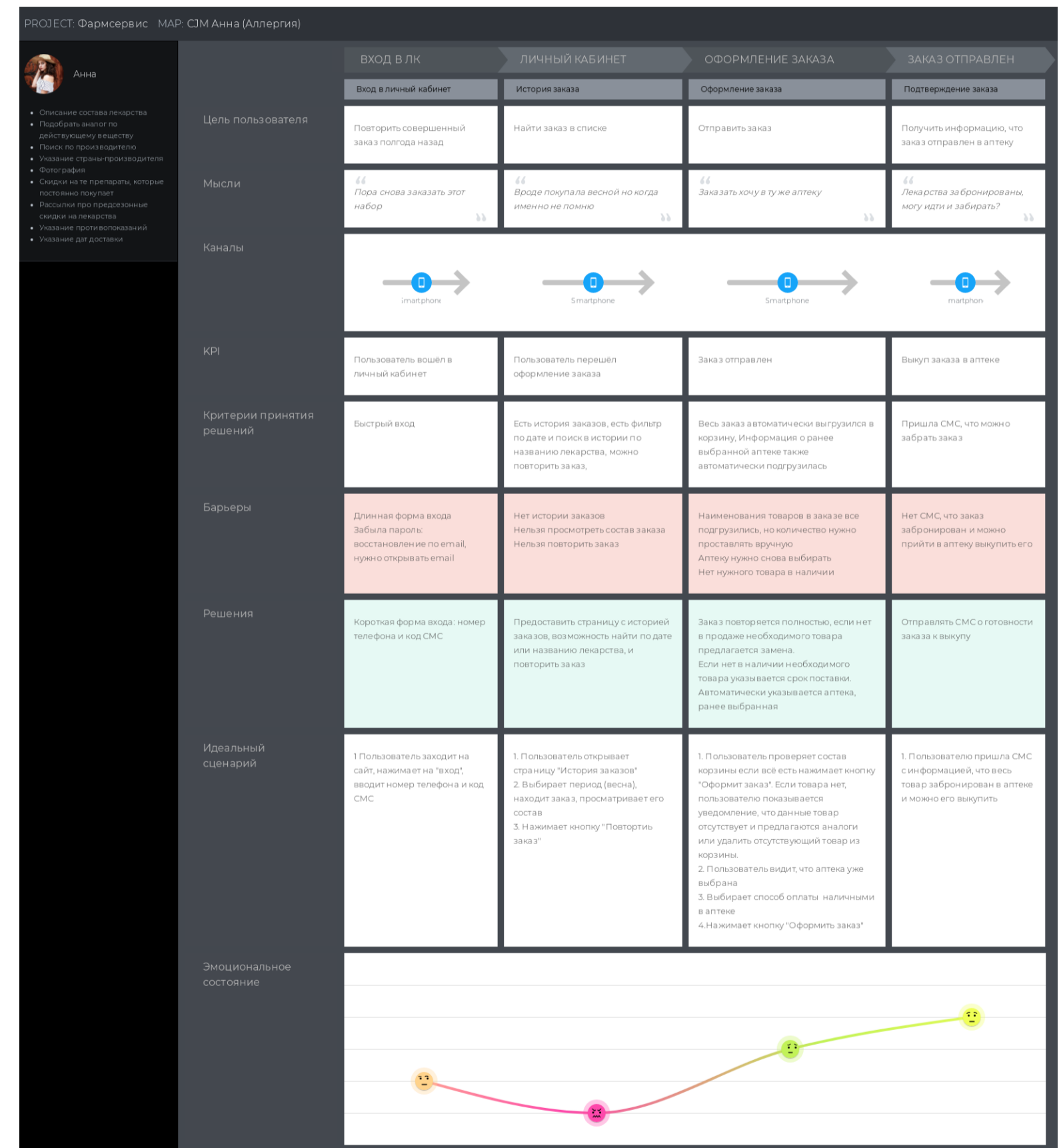
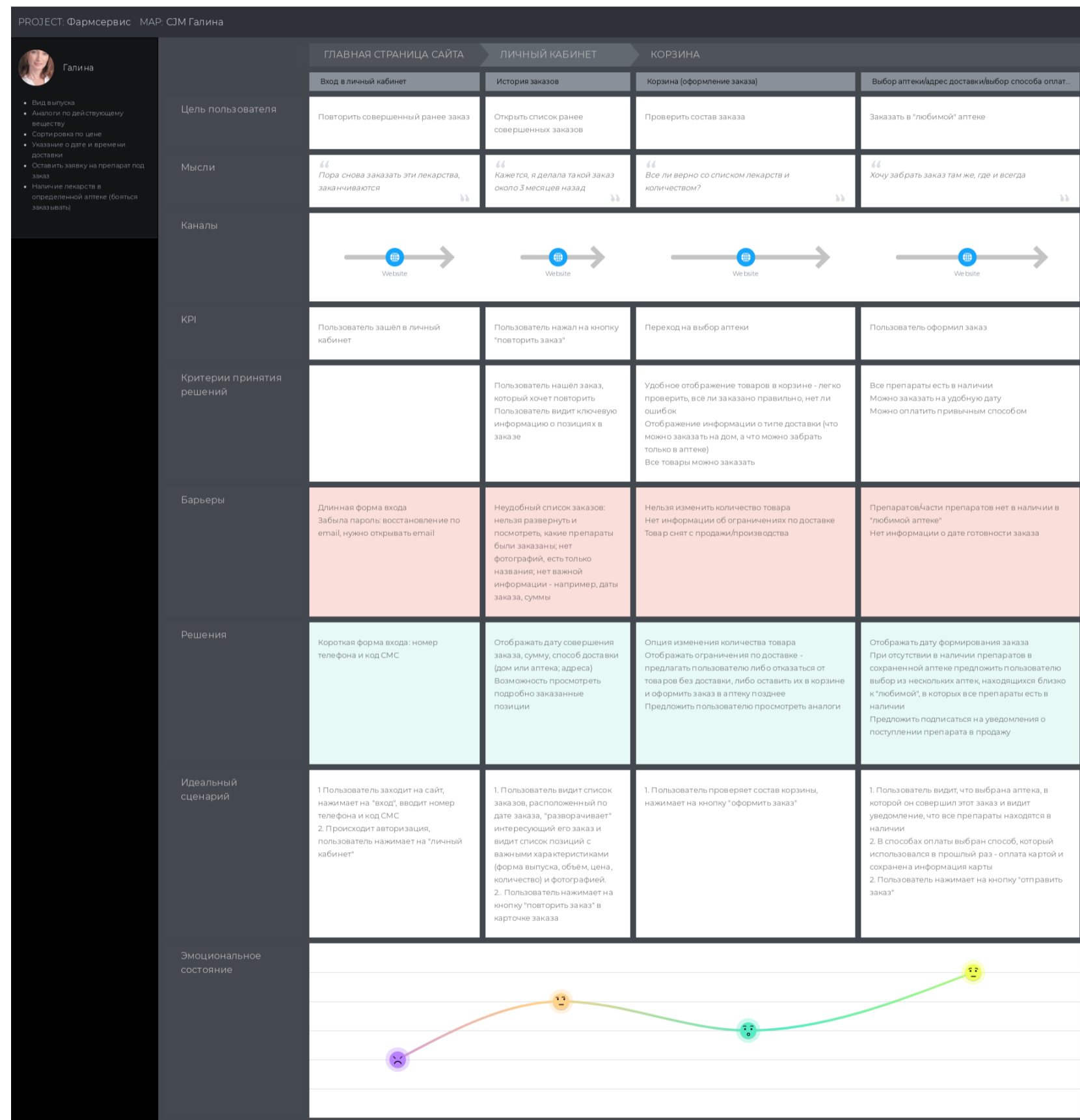
# Конкуренты 2

Поиск	Выдача поиск	Каталог (с главной страницы)	Категории/подкатегории	Страница товара	Корзина	Оформление заказа (выбор аптеки)	Оформление заказа (регистрация/авторизация)	Оформление заказа (выбор способа оплаты)	Личный кабинет	Итого	
нет выпадающего списка; нет автосмены раскладки клавиатуры	Показывает результаты уже при наборе слова, без клика на кнопку "найти" - непривычный паттерн; нет фильтров; если товар не в наличии, то можно сразу посмотреть его аналоги. При фрагментарном поиске выделяет найденные фрагменты текста в наименовании; не предлагает аналоги	Неудобная и непривычная подборка категорий в выпадающем меню каталога на главной странице; очень длинная. Выпадающее меню дублирует каталог, который находится ниже - путает. Много пустого места слева и справа (коммент от заказчика)	Непонятен критерий деления на категории, их много, трудно по ним искать	непонятная информация о цене и скидках; информация об аналогах идёт до описания самого препарата; очень много текста в инструкции и в способе применения; нельзя посмотреть в какой аптеке есть препарат	Информация о программах лояльности представлена слишком сложно для пользователя. Есть предложение сопутствующих товаров, но не понятна логика предложения. Указано если товар по рецепту	выбор аптеки только после авторизация/регистрация. Аптеку можно выбрать по карте или по списку, но список расположен внизу после карты, это неудобно для пользователя, сортировки нет.	Непонятна разница между "регистрация" и "полная регистрация" ввод номера телефона+смс код, быстрая регистрация.	Задаётся при выборе аптеки, не выбирается	При клике на "Личный кабинет" появляется выпадающий список с разделами личного кабинета, но эти названия не полностью совпадают с названиями в самом личном кабинете - путает пользователя; при выборе некоторых разделов (корзина, доставка) пропадает меню справа, невозможно переключиться на другой раздел; назначение нескольких разделов объяснено текстом - сложно для восприятия; пустая страница "приведи друга"; можно выбрать любимую аптеку; можно отменить заказ и указать причину	1	14
в выпадающем списке отображается товар с фотографией, объёмом, производителем, но если товаров много, отображается лишь часть из них, к просмотру всего списка можно перейти, кликнув на ТОВАРЫ (16*), но строчка не выглядит кликабельной; если препарат находится во многих категориях, неудобно для просмотра. В выпадающем списке можно сразу перейти в категорию аналогов	выдача доп. товаров до результатов поиска; фильтр расположен после баннера, нужно скроллить чтобы его найти. В фильтре 3 позиции, сортировка есть, но нет сортировки по наличию скидки	каталог на главной не заметен сразу (нет акцента), баннер привлекает больше к себе внимание. Много пустого места слева и справа (коммент от заказчика)	Понятное деление на категории, удобно искать в подкатегориях, но мелкий текст	очень много текста, сложно читать, неудобное отображение форм выпуска; при просмотре адресов аптек не хватает информации (например, время работы, кол-во товара в наличии, возможность выбрать аптеку)	Можно сразу выбрать аптеку, указана дата, в которую можно забрать; только после выбора аптеки появляется информация о минимальной сумме заказа (если заказ меньше - нужно возвращаться в каталог и добирать); можно выбрать программу лояльности, но информации про них нет или неудобно изучить. Указано если товар по рецепту	Совмещено с корзиной, удобно, поиск по адресу/по карте, есть сортировка (скидка, забрать сегодня)	Регистрация номер телефона+ смс код, имя, фамилия и почта, при подтверждении заказа. Есть сразу проверка по введённому номеру (без нажатия на кнопку) зарегистрирован номер или нет.	Есть выбор при заказе курьером, при заказе в аптеку нет	Удобное расположение разделов и переключение между ними; но при выборе страницы "избранное" так же (как в аптека.ру) меню пропадает, невозможно переключаться между разделами; можно добавить определённые аптеки в закладки, но кроме просмотра контактной информации с ними нельзя выполнить другие действия, также непонятно для пользователя реализовано переключение между списком всех аптек и списком добавленных в закладки; удобные форма изменения личных данных и настройка уведомлений; но неудобное расположение и формат кнопки "изменить пароль"; есть опция повтора заказа, добавления аптеки в избранное; нет возможности отменить заказ	2	22
в выпадающем списке можно конкретизировать поиск по виду выпуска, можно искать по действующему веществу или в подборках	нет сортировки, нет фильтрации, отображение карточками неудобно; если товаров много, то нужно пролистывать много страниц	Каталог весь виден сразу, это удобно, но нет выпадающего списка подкатегорий. Много пустого места слева и справа (коммент от заказчика)	Подкатегории нельзя посмотреть сразу, приходится сначала выбрать категорию	аналоги представлены до описания препарата; много текста в описании, неудобно читать, но есть теги для переключения по описанию препарата; нельзя просмотреть в какой аптеке есть препарат	Точной цены нет пока не выбрана аптека, указано если товар по рецепту.	Есть сортировка (выбрать по наличию товара, забрать сегодня, круглосуточные аптеки)	Как таковой регистрации при оформлении заказа нет, заполняются данные (телефон, имя, почта), но после отправки заказа, появляется надпись мелким текстом, чтобы отследить заказ пройдите регистрацию	нет выбора	Кабинет состоит из истории заказов и личных данных - не хватает ожидаемого пользователем функционала, например, избранного; нельзя изменить номер телефона и нет подсказки/разъяснения	2	19
можно конкретизировать поиск по более узким категориям либо можно искать в товарах; отображается цена, объём, но нет фотографии, есть история поиска	очень много фильтров, очень много параметров в них; указана информация о доставке; нет возможности узнать о появлении товара в наличии. Сортировка есть, нет по наличию скидки. Слева можно установить быстро дополнительные уточняющие фильтры по т.д. назначению, дозировке, лекарственной форме и т.д.; не предлагает аналоги;	Каталог незаметен среди других элементов (акции, скидки, теги). В выпадающем списке есть подкатегории	Логичные подкатегории, есть доп. вывод по заболеваниям, брендам, но очень мелкий текст	есть информация о доставке; есть сопутствующие товары; есть список аптек, где можно купить лекарство	"итого без доставки" - нет упоминания о том, как может измениться цена; не указано если товар по рецепту	можно выбрать по разным параметрам; совмещено с регистрацией и выбором способа оплаты	- (совмещено с выбором аптеки), поля ФИО, телефон, почта	Есть возможность оплаты только в аптеке наличными или картой, не редактируется	Вкладка "корзина" в личном кабинете перебрасывает пользователя из личного кабинета в корзину, прерывая взаимодействие с личным кабинетом; есть возможность обратной связи; есть возможность повтора заказа и отмены заказа;	2	24
можно искать в категориях или в товарах; есть фотографии, есть цена, можно сразу из поиска добавить в корзину	позиций в фильтре всего 2, этого недостаточно. Сортировка обширная, включая наличие скидки. Есть дополнительная фильтрация по различным параметрам (действующее вещество, форма выпуска, для кого и т.д.)	Кнопка каталог выделена, в выпадающем списке есть подкатегорий. Информация распределена по полностью по странице, почти нет пустого контента (коммент от заказчика)	удобная навигация категория/подкатегория, явно выделена структурная вложенность, не хватает инфы по скидкам, мелкий текст	очень много текста в инструкции, есть табы для перехода по тексту, есть информация в какой аптеке есть лекарство.	Есть информация о сроках доставки; есть информация о минимальной сумме и сколько нужно добрать до неё; указано если товар по рецепту	совмещен с регистрацией и выбором способа доставки и оплаты; сам поиск аптеки удобен, неудачная сортировка аптек по параметрам	- (совмещено с выбором аптеки) поля ФИО, телефон, почта	- (совмещено с выбором аптеки)	Неудобная кнопка "выйти" - находится в меню, можно случайно выйти из личного кабинета, нажав на неё по ошибке; удобные формы изменения личных данных и пароля; страница программы лояльности "приведи друга" отправляет пользователя на другую страницу (просто текстом, без ссылок и кнопок), что снижает конверсию - не все пользователи совершат эти действия; есть возможность отменить и повторить заказ	3	26
есть цена и объём, нет фотографий, нет поиска по категориям	лишний блок "уточните категорию" перед фильтром; можно увидеть аптеки, в наличии у которых есть лекарство; есть сортировка по наличию скидки	Кнопка каталог выделена, в выпадающем списке есть подкатегории, можно сразу выбрать препараты со скидкой в каждой категории, а также есть переход на весь список товаров со скидками. Пустой контент слева и справа (коммент от заказчика)	не явно выделена структурная вложенность категория/подкатегория; большое количество подкатегорий	табы хорошо подходят для размещения информации; не указаны аналоги; можно посмотреть адреса аптек, но нельзя выбрать/скопировать адрес	Нет информации о сроках доставки, не указано если товар по рецепту, есть информация о минимальной сумме	наличие состава корзины отображается в зависимости от выбранной аптеки. Выбор аптеки по карте или списком. Есть сортировка по цене/забрать сегодня. Указывается даты доставки	быстро, по номеру телефона + смс код и автоматическая авторизация сразу	нет выбора	Информация о бонусной карте занимает много места на экране; страницы "моя карта" и "мои бонусы" относятся к бонусной программе, можно было объединить в одну; удобное отображение товаров в "избранном"; можно добавить в корзину; удобная форма изменения личных данных; нет возможности отменить или повторить заказ	2	21
есть фотографии, указаны категории	удобные фильтры, но слишком много (часть можно скрыть), отдельно показано, что есть аналоги. Хорошая идея показать ближайшую аптеку, где можно купить лекарство, но при просмотре аптеки невозможно вернуться назад (только через кнопку назад браузера). Сортировка есть, нет по наличию скидки. Есть дополнительная фильтрация по различным параметрам (действующее вещество, форма выпуска, для кого и т.д.)	Кнопка "каталог" расположена в меню, незаметна; в выпадающем списке есть подкатегории. Много пустого места слева и справа (коммент от заказчика)	Большое количество подкатегорий, можно искать лекарства по алфавиту, а также в каждой категории выводится "товар дня"	нет точной цены; текст убран по разделам; предлагают приобрести препарат в других городах, хотя пользователь уже ответил, что находится в определённом городе; категории в блоке "свойства" кликабельны - уводят со страницы; под названием товара есть кнопка для перехода в категорию - также уводит со страницы товара;	нет точной цены; есть блок "полезное для вас", но непонятно, по какому признаку показываются рекомендуемые препараты;	Выбор аптеки по карте или списком. Есть сортировка забрать сегодня.	поля ФИО, почта, телефон +смс код	нет выбора	Удобные формы изменения личных данных; со страницы "избранное" можно перейти в каталог - это улучшает навигацию по сайту; есть возможность повторить заказ и отменить заказ	2	25



# CJM для аптечной сети

# CJM 1



# CJM

## для интернет-магазина

# CJM 2

	Поиск продавца	Изучение сайта	Составление корзины	Консультация	Оформление корзины	Подтверждение онлайн-заявки	Доставка	Получение товара	Контроль качества
Цели покупателя	Найти продукцию в своём городе.	Найти необходимую продукцию	Составить список заказа	Клиенту необходимо получить консультацию.	Оформить заказ	Получить подтверждение что заявка принята.	Получить заказ в удобное время, без переносов сроков и опозданий курьера	Получить товар	Уточнить появившиеся вопросы или выразить недовольство чем-то.
Критерии принятия решения	Сайт должен быть понятным, внушающим доверие, продукция должна быть в наличии.	Продукцию легко найти, она понятно отсортирована, должна быть возможность разных фильтров	Легко добавить в корзину, легко найти корзину, легко менять количество товаров к покупке.	Получить ответы на свои вопросы максимально компетентно.	Маленькая и простая форма. Не хочу заполнять форму повторно, если делалось это ранее. Оформление корзины без регистрации.	Получить звонок на свой телефон, подтвердить информацию о составе заказа, месте и времени получения	Устраивает время или есть возможность принять заказ	Встретить курьера, сверить заказ с заявкой	Если есть время и желание дать обратную информацию о своём опыте покупке в компании ' '
Каналы	Поисковые системы	Сайт ' '	Сайт ' '	Общение с менеджером телефону	Сайт	Звонок менеджера	Менеджер по доставке или курьер	Курьер	Менеджер по контролю за качеством
KPI	Покупатель переходит к изучению сайта	Покупатель принимает решение собрать корзину на этом сайте	Покупатель составляет корзину и переходит к оформлению	Покупатель получает ответы и оформляет заявку прямо по телефону	Покупатель оформляет заказ и передаёт данные компании	Покупатель уверен что его заказ приняли и привезут ему	Покупатель получает финальное подтверждение в день доставки и ожидает получения	Покупатель получает товар полном соответствии с заявкой и договоренностями с менеджерами	Покупатель получает дополнительную лояльность благодаря внимательному отношению, возможно получает советы или ответы на интересующие вопросы на счет пользования продукцией
Experience	'--'	'--'	'--'	'++'	'--'	'--'	'+'	'++'	'+'
Проблемы									
История	Клиент X нуждается в расходных материалах для своей работы. Начинает поиск в яндексе по самым простым запросам "купить XXX в городе YYY" и начинает заходить на все сайты в выдаче, пока не найдет сайт подходящий под свои критерии.	Зайдя на сайт, клиент понимает, что может купить необходимый состав товаров в своём городе и приступает к составлению заявки	Клиент контролирует сумму и состав товаров, при необходимости заходя в корзину и проверяя что у него там лежит и от чего можно отказаться, а что можно заменить на другой товар	Клиент в замешательстве, на счет продукции, не знает какой именно товар выбрать. Или просто хочет удостовериться, что заявка не пройдет зря, что в его городе осуществляется заказы и доставка и весь товар есть в наличии. В любом случае позвонить его побудил какой-то вопрос. Но грамотные и вежливые менеджеры ответили на вопросы, порекомендовали замену товарам и подкорректировали заявку, договорились о доставке. Клиент доволен!	Клиент переходит к оформлению корзины, для того чтобы товар доставили до его дома ему необходимо передать адрес заявки. Если он ранее заходил на сайт и делал заказы, то эта информация должна быть сохранена у компании. Он хочет авторизоваться по емейлу или через соц. сети, а возможно ни то ни другое, хочет сделать заявку без всяких там регистраций. Форма заявки должна быть максимально простой, чтобы в этот критичный момент клиент не передумал и нажал на кнопку "отправить", возможно лучше часть информации уточнить менеджерами. Клиент жмёт кнопку "отправить"	После нажатия на кнопку отправить клиент озадачен, ему нужно понимать в течении какого времени ему перезвонят и как уточнить, что заявка прошла и о нём не забудут. Вот позвонил телефон и ему представился менеджер компании Чистовье, подтвердил состав заявки, время и место заказа. Клиент спокоен, теперь можно ожидать доставки.	В день доставки утром клиенту напоминают, что будет произведена доставка и уточняют время. При необходимости время меняют на удобное клиенту.	В назначенное время приезжает курьер, и передаёт заказ с чеком клиенту. Клиент проверяет заказ по списку и передаёт денежку курьеру. Заказ прошёл успешно, все довольны, клиент с денежкой едет на другие заказы.	На следующий после заказа день клиенту звонит менеджер по качеству, всем ли доволен клиент, представляется и интересуется вопросами, есть ли у него вопросы по заказу или даже по товарам что он получил. Клиента всё устраивает, спрашивает про некоторые товары, они обмениваются мнениями и завершают разговор.

