

	О проекте [1]	Проект каталог 33 это интернет магазин доступной мебели в отдаленном домашнем регионе (Балтийскбург)									
}	Персонаж [3]	Ольга Возраст: 35 лет Доход: средний									
	Задача на исследование:	Выбрать и заказать мебель в детскую комнату онлайн. Семейное положение: замужем, есть дочь (10 лет)									
	Этап пути	Поиск магазина мебели					Выбор детской комнаты				
Процесс	Точка контакта (touch point) [4]	Листовка	Главная страница сайта	Главное меню	Каталог детских	Страница товара (Детская "Ю.К.Г.", белый/белое дерево)	Страница товара (Коватка КИ КИ КР02000.1, 800*2000 мм, белый/белое дерево)	Корзина	Почтовый ящик		
	Каналы взаимодействия [5]	Вход в подвал (распели на дверь листовки)									
	Целевые действия клиента в данной точке контакта [6]	Ольга взяла листовку с собой									
	Потребности [7]	В ближайшее время обустроить комнату дочери									
	Цели [8]	Найти, где выгодно заказать детскую мебель									
Действия [9]	Ольга редко обращает внимание на листовки, но тут попалась ей раз то, что она искала. Очень выгодное предложение по продаже мебели. Листовку она взяла с собой. Вечером она решила перейти на сайт магазина, чтобы поближе ознакомиться с ассортиментом.										
	Ольга вошла в браузер адрес сайта и поиска на главную страницу. Просмотрела страницу, увидела в футере, что магазин осуществляет доставку. Обратила внимание, что в магазине есть мебель для всех квартир, цены тоже приятные.										
Страхи / Болевые точки [10]	Ольга интересуется можно ли будет заказать мебель онлайн и есть ли в магазине мебель для детей										
	До последнего было непонятно есть ли в магазине доставка.										
Эмоции	Мысли / Чувства	-Возможно, это судьба, раз мне попалась на глаза эта листовка, что и посмотрела что у них есть на сайте -Хорошо, что адрес сайта простой, не запутанный, когда ныла - Симпатичный столик, еще и хит продаж, жаль, что его не рассмотреть за табличкой - Так, это новинка, а это спецпредложение...									
	Уровень фрустрации и стресса [1]	"5"	"4"	"5"	"3"	"4"	"2"	"3"	"2"		

[1] Описание проекта, не задачи. Например, РЖД - это...

[2] Для эмпатии.

[3] Имя:
Контекст:
Мотивы:

[4] Точка контакта – это интерфейс продукта, выставленный наружу и доступный клиентам. Эти точки могут быть как онлайн, так и оффлайн.

[5] С каждой точкой клиент может взаимодействовать через разные каналы. Может быть онлайн (десктоп) или оффлайн (магазин).

[6] Макро и микро конверсии важные для бизнеса.

[7] Субъективное ощущение недостатка в чем-то.

Можно идти от обратного, через цель и вопрос зачем, например:

Цель - выбрать вино в подарок

Зачем?

Потребность - ...

[8] Цель: результат формирования образа. То есть, конкретизация своей потребности.

[9] Что конкретно делает клиент на каждом шаге (в этом помогут сценарии). Здесь важно художественное описание не техническое.
Внимание, это не задачи.

[10] Это не только технические ограничения, сюда идут ещё и всякие страхи клиента
То есть все что человека останавливает в принципе

Бывает так, что все точки контакта реализованы просто на отлично, а проблемы скрываются на границах перехода от одной точки к другой

[11] Как правило, делается в виде графика, для наглядности, но можно и без него, в нашем случае шкала от -5 до +5, где чем больше + или - тем больше эмоциональный спад или подъем.