

ФОРМАЛИЗАЦИЯ ТРЕБОВАНИЙ К ЭЛЕКТРОННЫМ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫМ РЕШЕНИЯМ В МАГАЗИНАХ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Современные интернет-магазины на первый взгляд не отличаются друг от друга функционально. У каждого магазина есть списки продуктов, детали продукта, корзина, регистрация пользователя, процесс оформления заказа и информация о магазине, доставке. Однако, интернет-магазин построенный по шаблону без учета специфики бизнеса компании, целевой аудитории и современных тенденций рынка не сможет успешно конкурировать с существующими платформами и привлекать клиентов.

Процесс создания интернет магазина, как и любого другого программного продукта состоит из большого набора этапов, которые имеют сложные зависимости и переходы. Начальным этапом является сбор требований, которые лягут в основу будущего магазина. Именно требования должны отображать уникальность магазина его привлекательность для конечного покупателя и удобство использования для ведения бизнеса.

Процесс написания требований не может проходить без участия заказчика и базироваться исключительно на знаниях и опыте человека проводящего их сбор. Сбор требований – это постоянная коммуникация между представителями заказчика (ПЗ), отлично понимающими бизнес процессы компании, специфику ее каталога продуктов и целевую аудиторию, и экспертами в e-commerce (ЭЭК), технического консультанта (ТК), менеджера проектов (ПМ) разбирающимися в современных тенденциях электронной коммерции (ЭЭК).

Условно требования можно разделить на две большие группы:

- Требования описывающие взаимодействие заказчика с онлайн магазином и интеграцию онлайн магазина с имеющимися у заказчика системами (ERP, PMS и др.), а также внешними системами (поисковые систем, системы онлайн аналитики, сайты агрегаторы товаров и услуг и др.).
- Требования к взаимодействию онлайн-магазина с конечными пользователями (покупателями).

Каждая из этих групп может быть разбита на функциональные подгруппы (части онлайн магазина), но набор и количество таких частей индивидуально для каждого заказчика. Поэтому очень важно еще до начала сбора требований определить из каких частей (модулей) будет состоять онлайн магазин (взаимодействие с ERP, взаимодействие с поисковыми системами и т.д.).

Для каждого из этих модулей есть свой круг людей, которые будут взаимодействовать с ним в рамках своей функциональной роли. И что бы обеспечить максимальное соответствие требований потребностям, очень важно определить круг заинтересованных людей и разрабатывать требования для каждой части онлайн магазина совместно с людьми которые будут непосредственно взаимодействовать с той или иной частью онлайн магазина.

Схематично взаимодействия ключевых участников процесса и схемы взаимодействия представлена в табл. 1.

Таблица 1. Этапы формирования требований и ключевые участники

Участники формирования требований	Этап формирования требований	Документ, выявляющий требования
ЭЭК, ПЗ	Демонстрация платформы	Чек-лист
ЭЭК, ТК	Формирование документа функциональных изменений	Перечень задач по персонализации платформы
ПЗ, ЭЭК, ТК	Утверждение изменений к базовой платформе	Формализованное описание изменений
ТК, ПМ, ЭЭК	Оценка трудозатрат (ТЗ)	Перечень задач с оценкой ТЗ
ПМ	Составление календарного плана	Диаграмма Ганта
ПЗ, ЭЭК	Утверждение проекта и начало выполнения	Соглашение о начале работ

Каждый из этапов может требовать уточнений, что возвращает процесс на предыдущий шаг и после уточнений переходит к следующему этапу. За несколько итераций процесс сходится к оптимальному решению.

Данный подход к сбору требований позволит максимально приблизить конечный набор требований к реальным потребностям заказчика.