Rocket Foods

Техническое задание для MVP

Ver. 0.2 (2018.02.16 3:03).

Содержание:

1. Введение.

2. Цели и задачи проекта.

3. Схема основного бизнес-процесса.

4. Стратегия выхода на рынок.

5. Архитектура приложения и методология разработки.

1. Введение.

Rocket Foods — сервис доставки товаров из супермаркетов на дом. Этот документ описывает минимальные требования к IT-платформе, которая является ядром сервиса и обеспечивает работу всех бизнес-процессов компании через комплекс таких элементов взаимодействия, как веб-сайты, чат-боты, сообщества в соцсетях, email- и sms-оповещения.

2. Цели и задачи проекта (Октябрь 2017-Сентябрь 2018)

Этап 1 (Октябрь 2017-Январь 2018):

1) Разработать MVP приложения для клиентов и закупщиков.

2) Подписать договор о сотрудничестве с крупной сетью магазинов.

3) Начать обкатывать модель на отдельно взятом районе Москвы.

Этап 2 (Февраль 2018-август 2018) (Получение Seed инвестиций)

1) Определиться с необходимым инвестированием, начать переговоры с венчурными фондами.

2) Расширить географию, охватить другие районы Москвы.

3) Пересмотреть архитектуру приложений, внедрить новые функции.

4) Подключить новые магазины к платформе

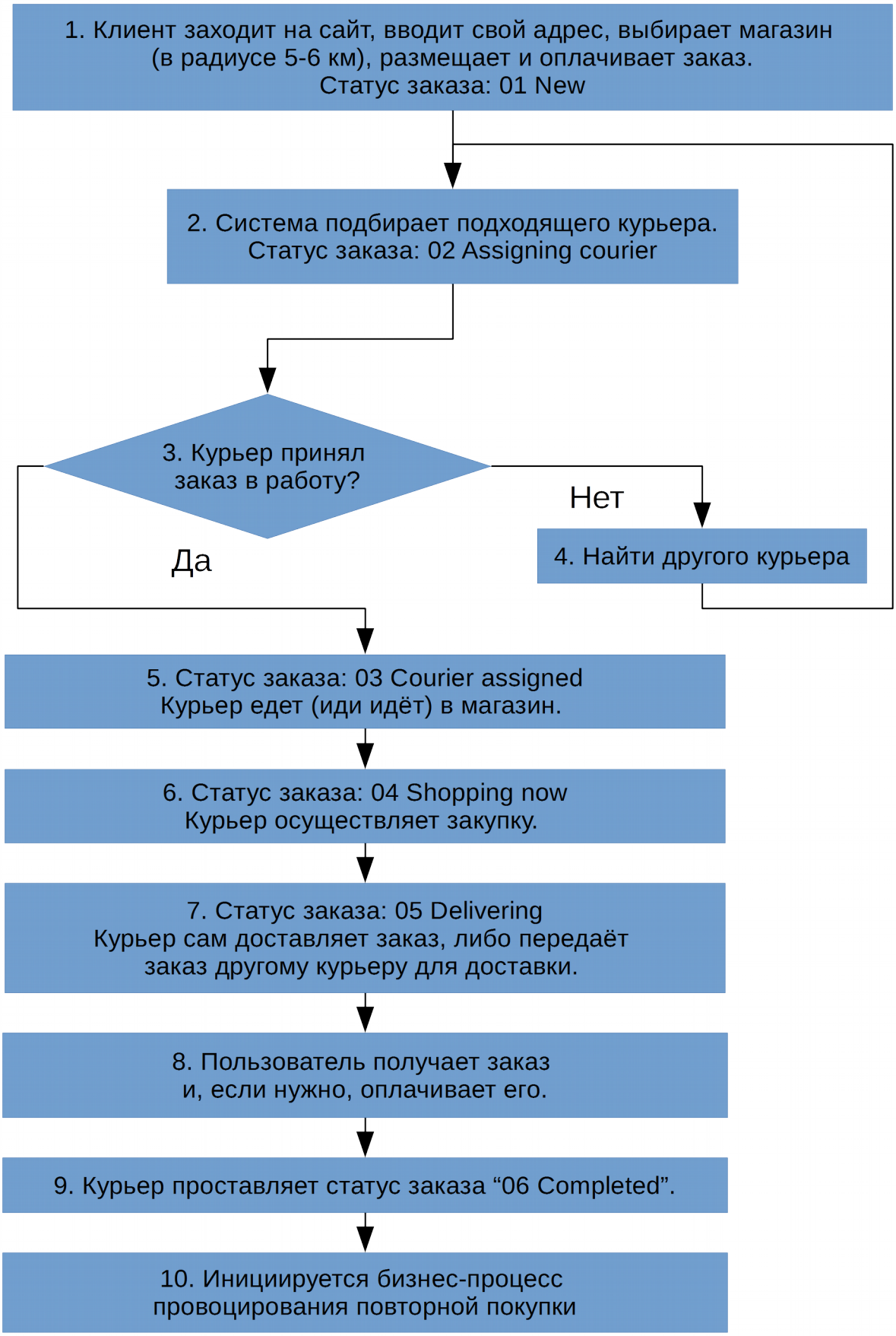
5) Начать нанимать людей в штат, сформировать полноценную команду (Data Science, machine learning)

Этап 3 (Сентябрь 2018-) Раунд А

1) Масштабировать проект в другие города (Санкт Петербург)

2) Начать доставку еды из ресторанов

3. Схема основного бизнес-процесса.



Рассмотрим каждый из этих шагов более подробно.

1. Клиент заходит на сайт, вводит свой адрес, выбирает магазин

(в радиусе 5-6 км), размещает и оплачивает заказ.

Статус заказа: 01 New.

Сайт представляет из себя типичный интернет-магазин (ИМ) с некоторыми особенностями, которые диктует бизнес-модель проекта. Вот некоторые особенности:

1. Выбор магазина, в котором курьеру следует осуществлять закупку (либо возможность предоставить курьеру право выбора удобного ему магазина) (с картой?). С одной стороны клиент выбирает магазин из которого ему доставить товары, с другой стороны курьер выбирает в админке магазин и время, в которое он будет работать (возможно ввести смены например с 9-14).

2. Выбор действий при отсутствии товара в магазине. Варианты:

✓ Удалить из заказа.

✓ Выбрать замену из предложенного списка товаров (выбор с чекбокасами).

✓ Выбрать замену не дороже определённой суммы.(это как напоминалка в курьерской админке, не на фронтэнде клиента)

✓ Выбрать замену по указанным параметрам (текстовое поле).

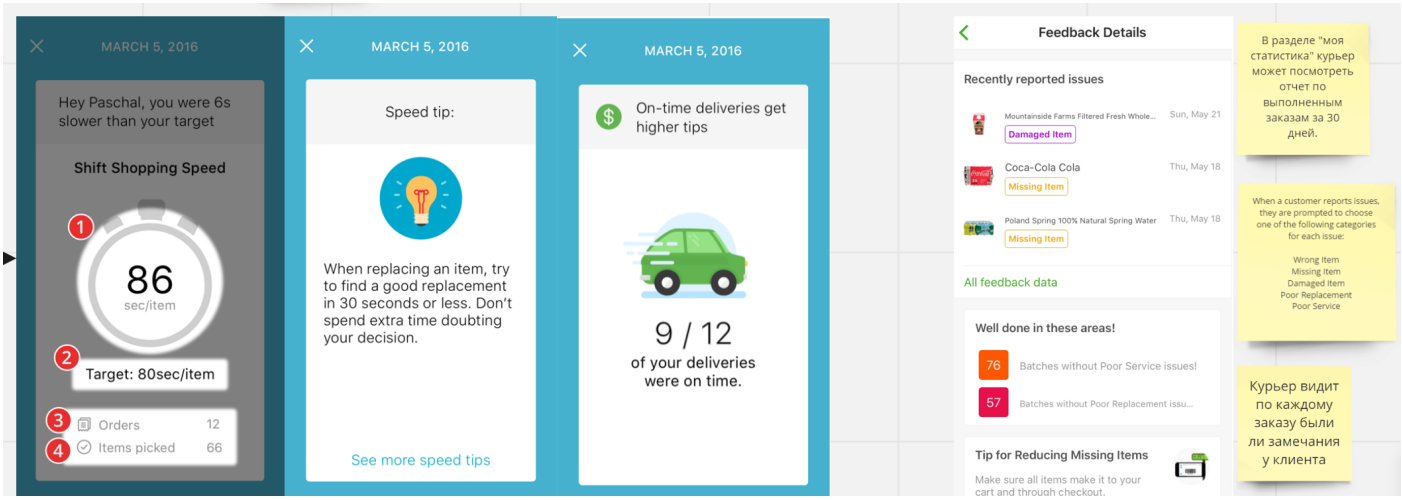
✓ Выбрать замену на усмотрение курьера.

Все остальные функции должны соответствовать среднестатистическому ИМ, то есть, содержать следующие страницы:

- Главная страница с разными блоками.
- Страница каталога.
- Карточка товара.
- Корзина.
- Выбор магазина, адреса доставки, оплата заказа.
- Личный кабинет (ЛК) с трекингом, списком моих прошлых заказов и их статусов, индивидуальные акции, возможность формировать свои списки покупок.
- Блог (для SEO).
- Новости проекта, новости рынка, рецепты, отзывы пользователей, акции, что-то ещё подобное.

2. Система подбирает подходящего курьера.

Статус заказа: 02 Assigning courier



Это один из критически важных компонентов серверной логики, а именно — реализации главной бизнес-функции бэкенда: установка соответствия заказов агентам.

Эта функция в пределе имеет бесконечное количество отдельных аспектов, которые следует учитывать для обеспечения идеального клиентского сервиса. На данном этапе можно выделить несколько главных моментов, без которых реализация проекта невозможна:

• Назначается курьер, который свободен, либо уже идёт (едет) в нужный нам супермаркет и открыт к приёму заказов.

• Назначается курьер, который имеет достаточный рейтинг и лучшие отзывы клиентов. Интегральный показатель NPS в разрезе по курьерам рассчитывается исходя из скорости работы, вежливости, прямого замера NPS путём опроса клиентов, доставки свежих товаров, внешнего вида, соблюдения регламентов компании.

• Назначается курьер, который максимально близок к целевому супермаркету. Технически это реализуется путём расчёта расстояния между двумя парами координат (клиента и каждого из доступных курьеров) и выбора по критерию минимального расстояния.

• Либо назначается курьер, которых находится в зоне работы вокруг магазина (магазинов). Для каждого магазина зона очерчивается отдельно в Яндекс Картах.

3. Курьер принял заказ в работу?

Курьер может не отреагировать на поступившее предложение от системы принять заказ в работу. При этом система понижает его в рейтинге(под вопросом). Система передает заказ лучшему по рейтингу курьеру эксклюзивно на 1 мин, далее второму по рейтингу на 1 мин, если оба не приняли заказ поступает в раздел свободные заказы в ЗОНЕ. Любой курьер имеет доступ к этому разделу и может принять заказы оттуда.

Если курьер принял заказ в работу, ему на фронтэнд загружаются все позиции из заказа вместе с вариантами замены и доп. информацией по заказу (магазин, адрес клиента).

4. Найти другого курьера

Процесс поиска курьера повторяется, см. шаг 2. см. выше

5. Статус заказа: 03 Courier assigned

Курьер едет (или идёт) в магазин.

Здесь добавить нечего.

6. Статус заказа: 04 Shopping now

Курьер осуществляет закупку.

Этот статус означает, что курьер достиг магазина и начал закупку. В процессе набора заказа курьер может установить статусы для каждой позиции в заказе: найдена/не найдена/найдена с заменой.

7. Статус заказа: 05 Delivering

Курьер сам доставляет заказ, либо передаёт заказ другому курьеру для доставки.

В первом приближении сам курьер доставляет заказ. В будущем для оптимизации логистики возможна передача заказов от одних курьеров другим.

Для доставки используется отдельный модуль ЛК курьера, который, в целом, похож на Яндекс Навигатор: отображается карта с маршрутом от текущего местоположения курьера до адреса доставки.

Кроме того, отображается виджет с выбором типичных для этого статуса статей из базы знаний. Например: что делать, если клиента нет на месте, если код от домофона не подходит, если произошла авария, и ответы на прочие подобные вопросы. После того, как статус заказа переходит в «*05 Delivering*» клиенту поступает смс с расчетным временем прибытия курьера. Это осуществляется через API яндекс или гугл карт.

8. Пользователь получает заказ и, если нужно, оплачивает его.

Для оплаты заказа картой у курьера должен быть с собой портативный терминал для банковских карт. Кроме того, необходимо предусмотреть возможность выдачи чеков клиенту (из магазина и от сервиса). Из магазина чек не выдается, так как цены могут отличаться.

9. Курьер проставляет статус заказа “06 Completed”.

После этого курьер считается свободным до момента окончания своей рабочей смены, либо пока не возьмёт в работу следующий заказ. Клиент может оценить заказ.

10. Инициируется бизнес-процесс провоцирования повторной покупки.

Система через различные каналы коммуникации с клиентом осуществляет касания с ним с целью подогрева его для дальнейшего пользования сервисом (совершения следующих покупок).

4. Стратегия выхода на рынок.

В целях ускорения выхода на рынок в работе над проектом мы будем придерживаться Lean-методологии, что подразумевает следующие ключевые положения:

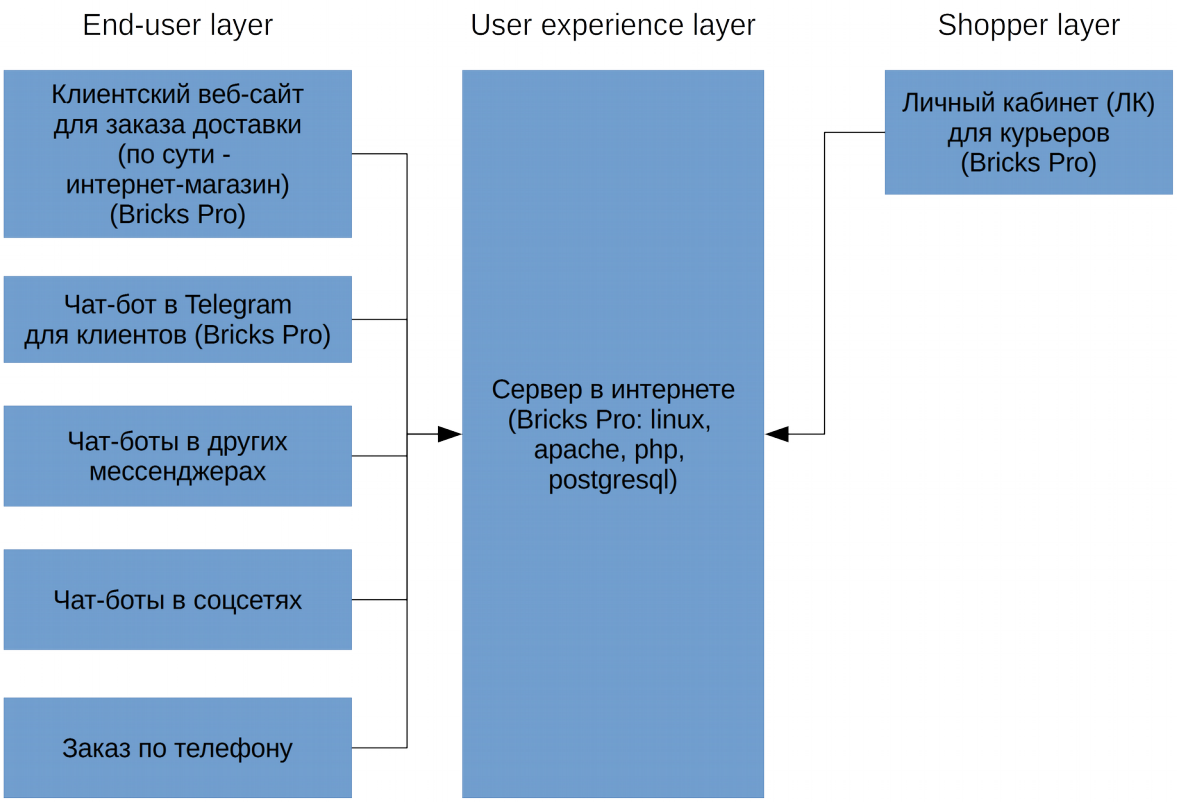
- Движение небольшими итерациями.
- Максимальное упрощение первого рабочего прототипа для ускорения получения обратной связи от рынка.
- Максимальное использование готовых инструментов (если это не противоречит концепции проекта и не вредит в долгосрочной перспективе).

В свою очередь, на бизнес-уровне важные факторы быстрого выхода на рынок, это:

- Ограничение оффлайн-охвата по гео — дома вокруг какого-либо крупного супермаркета (Metro, Ашан, Карусель, или подобного).
- Выполнение на ранних стадиях всеми участниками проекта задач по обработке заказов (покупка, доставка) для глубокого понимания особенностей бизнес-процессов и последующей возможности их оптимизации с целью улучшения клиентского сервиса.

5. Архитектура приложения и методология разработки.

В соответствии с методологией Lean, для быстрого старта и получения обратной связи структура проекта будет следующей:



В самом начале следует реализовать клиентский веб-сайт, выбрав подходящий HTML-шаблон и наполнив его товарами из выбранного супермаркета с помощью парсера.

Парсер будет работать на стороне сервера.

Также на этом сервере будет находиться админ-панель с поддержкой различных групп пользователей.

Основные группы пользователей и их ключевые модули:

- Руководитель: имеет полный доступ ко всем возможностям админ-панели, кроме SQL-запросов.
- Программист: имеет полный доступ ко всем возможностям админ-панели, включая SQL-запросы.
- Курьер: имеет доступ к модулю обработки заказов (тот же функционал будет реализован в telegram-боте), к модулю доставки, и к панели аналитики курьеров. Этот модуль будет общим как для покупателей, так и для доставщиков.
- Наблюдатель: используется для отображения показателей в реальном времени на экране (экранах) в офисе.
- Бухгалтер: имеет доступ к модулю бухгалтерии.

Кроме этих, каждый пользователь имеет доступ к модулю пользователей, где он видит только себя (кроме руководителя и программиста, которые видят всех пользователей), и к некоторым другим модулям.

С точки зрения удобства пользования, веб-админ-панель удобна более полным интерфейсом. В то же время, с точки зрения курьеров, «в полевых условиях» удобнее telegram-бот, потому, как он может работать без подключения к сети и может обеспечить весь необходимый курьеру функционал.

Кроме того, возможен вариант создания ЛК для курьеров с использованием технологии PWA (Progressive Web Application), но это может занять больше времени по сравнению с другими вариантами реализации ЛК.

Для реализации IT-части MVP будет достаточно взять один из уже работающих проектов Creative Force, например, thesystem.pro или barzha.top, и добавить недостающий функционал.

ЛК имеет модульную структуру. Доступность каждого модуля можно настраивать для каждого пользователя. Кроме того, в рамках модуля функционал может отличаться для разных ролей пользователей.