

Аналіз вимог до програмного забезпечення

Аналіз функціоналу систем конкурентів

Спринт 1

Мета: визначити перелік конкурентів з аналогічними продуктами та сформуванати перелік типових функцій, які характерні для цього класу ПЗ

Задачі

1. Обрати тип системи з переліку на курсі у відповідності до власного № у списку групи.
2. Визначити список конкурентів на ринку і виділити лідерів.
3. Скласти список функцій, які реалізовує кожен конкурент.
4. Скласти список функцій, які були та не були реалізовані в конкурентних продуктах, описаних в попередньому пункті, але Ви плануєте реалізувати у Вашій системі.

Огляд конкурентів

Для випуску продукту на ринок потрібно надати йому унікальність, визначити, чим він кращий за інших, чому саме його будуть купувати? Такими мотивами може бути, наприклад, велика функціональність, швидкість, масштабованість, зручність виконання або більш низька ціна, в решті решт. Тому для визначення поточного положення на ринку вкрай важливо серйозно підійти до огляду конкурентів. Причому цей доку-мент буде важливий як при створенні продукту для відкритого ринку, так і для продукту на замовлення.

Друга мета огляду конкурентів – це розгляд функцій, які реалізовані в продукті. Мета проста - використовувати найбільш вдалі рішення, що реалізовані в конкуруючих продуктах, і виключити невдалі. Так би мовити, зробити роботу над помилками інших.

Структура огляду конкурентів, зазвичай, така:

1. Конкурентне становище на ринку.
2. Список конкурентів (Резюме по кожному конкуренту).
3. Список функцій, які реалізовані у продукті.

У процесі створення огляду вам буде потрібно пройти етапи, що зазначені нижче.

1. Визначити список конкурентів на ринку і виділити лідерів.

Вся подальша робота проводиться з лідерами на ринку. Визначити лідерів можна, за допомогою різних оглядів, результатів опитувань або обсягів продажу. Врахуйте, що серед лідерів може виявитися не лише продукт з відмінним функціоналом, але і безкоштовний додаток, що надає необхідний мінімум можливостей.

Якщо предметна область продуктів досить популярна, то в мережі можна знайти вже готовий огляд, який буде містити необхідну для Вас інформацію. Огляд конкурентів, як правило, є найбільш тривалим етапом визначення концепції продукту, а тому є рекомендації скористатися якомога більшою кількістю готових матеріалів, які допоможуть заощадити Ваш час.

2. Дізнатися ціну і спосіб розповсюдження продуктів конкурентів.

Також бажано отримати демонстраційну версію продукту. Якщо Ви цього не змогли виконати, то треба хоча б знайти маркетингові матеріали, що містять перелік функціоналу (як правило, описується в документі DataSheet) і керівництво користувача.

3. Скласти список функцій, які реалізовані у продукті.

Цей розділ огляду конкурентів особливо цікавий для проектування продукту для відкритого ринку, бо завдяки йому аналітик зможе визначити максимальний функціонал, для отримання якого користувачі плануватимуть купити майбутній програмний продукт. Вірне позиціонування ПЗ допоможе домогтися максимального продажу продукту за умов фіксованих витрат на розробку.

Скласти перелік функцій можна під час самостійного дослідження продукту, але більш ефективним способом є дослідження документації на продукт. Якісні продукти містять сценарії використання продукту за тих або інших ситуацій, а маркетингові матеріали – бізнес-цілі, досягнення яких продукт обіцяє у разі його використання.

Сумарну інформацію про конкурентів бажано помістити в таблицю. У ній потрібно вказати, де реалізована та або інша функція (сервер або клієнтське місце) і наскільки важливо мати можливість її досягти (обов'язково (essential), корисно (useful), бажано (desirable)). У

стовпчику конкурента навпроти кожної функції потрібно вказати чи надає конкурент цю функцію чи ні (зазвичай позначаються як «+», «-», «+/-» або «?» (у випадку відсутності інформації)). Також корисно доповнювати записи коротким описом функції і нотатками про її реалізацію конкурентом. Це особливо важливо, якщо проблема вирішується оригінальним методом або частково (пізніше, навіть для автора огляду стане неясно, що ж конкретно означає «+/-» в чарунці одного з конкурентів).

Таблиця 5. Приклад списку функцій.

Функція	Важливість	Місце реалізації	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4	Опис	Нотатки про конкурента
Ф1	Е	С	+	+	+	+	Графічний інтерфейс	Всюди однакові
Ф2	U	С	+	+	-	+	Табличне рішення	Найкраща у конкурента 1
Ф3	U	К	-	+	-	+/-	Іконка	
Ф4	Е	С	+	+	+	?	Автоматичний розрахунок	
Ф5	D	К	-	+	-	?	Консультація на сайті	
Ф6	D	К	-	-	-	?	Лише банківська карта	

Скорочення в таблиці: С - Сервер, К - Клієнт, Е - обов'язково (essential), U – корисно (useful), D – бажано (desirable).

Після закінчення дослідження функціоналу, який реалізують продукти конкурентів, слід провести повторний аналіз функціоналу власного продукту. Отримана інформація про конкурентів допоможе Вам зробити функціонал Вашого продукту кращим.

Порада: Якщо Ви займаєтеся проектуванням нової версії продукту, то має сенс додати попередню його версію у якості конкурента. Це допоможе Вам побачити поточний конкурентний стан продукту і різницю між його старою і новою версіями.

4. Скласти список функціоналу.

Тут потрібно описати всі важливі функції, які були реалізовані в конкурентних продуктах для задоволення потреб, що були описані в попередньому пункті. На основі цього списку можна дізнатися, яким чином продукт вирішує заявлені проблеми, які у нього сильні та слабкі сторони.

На цьому етапі вам доведеться працювати або з самим продуктом, або з його документацією.

Рекомендується робити якомога більше скріншотів екрану конкурентних продуктів, для того щоб їх аналіз можна було використовувати в процесі розробки продукту. Наявність знімків екрану допоможе Вашим дизайнерам швидко вивчити предметну область і легко розпізнати вдалі або невдалі ідеї конкурентів, щоб використовувати ці знання при розробці власного продукту.

Результатом роботи буде таблиця зі списком функцій, які слід реалізувати. Також корисно доповнювати записи коротким описом функцій і нотатками про їх реалізацію у конкурентів.