

Дослідження клієнтського досвіду в цифровій розробці

2024. Аналітичний звіт

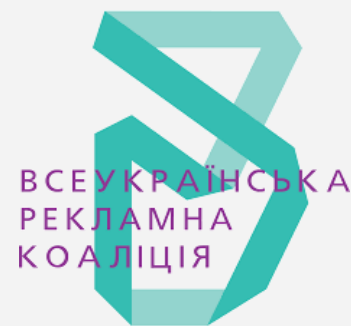
Підготовлено Factum Group у партнерстві з Digital Developers Committee,
Всеукраїнською рекламною коаліцією та IAB Ukraine

Дослідження ініційоване Digital Developers Committee
за підтримки дослідницької компанії Factum Group,
Всеукраїнської Рекламної Коаліції та IAB Ukraine

**з метою оцінки досвіду співпраці з діджитал розробниками,
розуміння потреб та проблем, з якими стикаються компанії
під час співпраці з розробниками**



DIGITAL DEVELOPERS
Committee



Коментар від ініціаторів та аналітичного партнера дослідження



Раді представити вашій увазі аналітичний звіт про дослідження клієнтського досвіду в цифровій розробці. Це дослідження, перше такого роду в Україні, ініційоване комітетом цифрової розробки з метою оцінки досвіду співпраці з цифровими розробниками, розуміння потреб та проблем, з якими стикаються компанії під час співпраці з ними.

Цифрова розробка є однією з важливих і сильних сторін економіки України. Наші проекти і продукти висококонкурентні на світовому ринку. З кожним роком технології та інновації вдосконалюються, а проекти стають складнішими, що в свою чергу вимагає розвитку навичок у сфері управління проектами, менеджменту та розуміння процесів не лише у розробників, але й у клієнтів.

Дослідження та систематизація клієнтського досвіду є надзвичайно важливими для розвитку ринку цифрової розробки в Україні. Лише розуміючи актуальні тенденції, очікування та проблеми, ми можемо створювати умови для підвищення якості послуг, що надаються, і зміцнення довіри між клієнтами та розробниками.

Наше дослідження показало, що успіх на цьому ринку можливий лише за умови активної взаємодії всіх учасників процесу - і клієнтів, і підрядників. Спільними зусиллями ми можемо створити такі умови, за яких кожен проект буде успішним, а наші клієнти - задоволеними.

Наш комітет розпочинає серію заходів, спрямованих на покращення такої взаємодії, і гадаю, це вже незабаром дасть відчутні результати.

Дякую всім, хто долучився до цього дослідження. Сподіваюсь, що результати стануть корисним інструментом для всіх нас, і ми продовжимо працювати над покращенням наших послуг.

Муштїна Ірина

Голова комітету цифрової розробки



Численні дослідження Factum Group показують, що діджитал стає пануючим у всіх сферах та є основним драйвером зростання бізнесу.

Кризові періоди не лише трансформують цифровий досвід користувача, але і дають поштовх до все більшого його проникнення у всі сфери життя.

Враховуючи цю тенденцію, дослідження клієнтського досвіду у сфері цифрової розробки є особливо важливими. Вони дозволяють отримати розуміння потреб та очікувань замовників, виявити ключові моменти взаємодії та поліпшити якість кінцевого продукту.

Це дослідження надає нам цінну інформацію, яка допомагає підвищити задоволеність клієнтів та створювати конкурентоспроможні цифрові рішення, що відповідають сучасним вимогам ринку.

Петрова Олена

Директорка Factum



МЕТОДОЛОГІЯ

Цільова аудиторія дослідження:

Представники компаній, що мають досвід роботи в проєкті з розробки веб-сайту або мобільного застосунку. Детальний профіль аудиторії наведений справа на слайді

Метод та вибірка:

Онлайн-дослідження
Вибірка=90 респондентів,
Тривалість опитування~ 10 хв

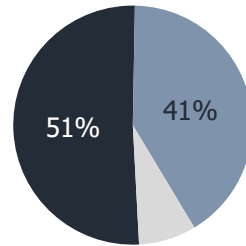
Період опитування:

Березень - Квітень 2024

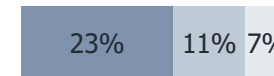
Підхід до аналізу:

Для розуміння актуальних тенденцій на ринку діджитал-розробки, дослідження сфокусоване на аналізі саме останнього досвіду клієнта з розробки веб-сайту або мобільного застосунку. Профіль останнього проєкту наведений справа на слайді

Профіль аудиторії

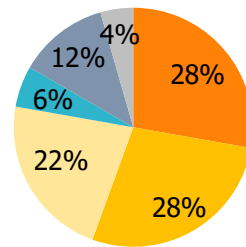


- Великий корпоративний бізнес
- Інші компанії
- Не вказали компанію



- Малий та середній бізнес
- Державні та ГО
- Агенції

Великий корпоративний бізнес: маркетинг-директори, інші представники відділів маркетингу та керівники компаній, що є постійними учасниками або ж членами журі Effie Awards Ukraine, а також рекламодавці, що беруть участь у щорічних індустріальних дослідженнях ВРК, а саме Best Marketing Teams та Вибір рекламодавця



- Власники/партнери/CEO
- Бренд- та маркетинг-менеджери
- Інші позиції

- Маркетинг-директори/керівники
- Діджитал напрям
- Не вказали позицію

Профіль останнього проєкту



- Проект з розробки веб-сайту
- Проект з розробки мобільного застосунку
- Один проєкт, де була розробка і сайту, і застосунку



- Розробка ще триває
- Розробка завершена протягом останніх 12 місяців
- Розробка завершена більше 1-го року назад
- Розробка завершена більше 2-ох років назад

ЗМІСТ

1



КРОК1. Пошук партнера

- З якими розробниками співпрацюють?
- Де шукають інформацію про розробників?
- За якими критеріями обирають партнера?
- Що з таймінгом та ціноутворенням?

2



КРОК2. Взаємодія

- Чи задоволені результатом? Як оцінюють комунікацію з розробником?
- Чи вклались в таймінг та бюджети? З якими проблемами стикаються?
- Як забезпечують безпеку та захист даних?

3



КРОК3. Підтримка

- Які документи, статистику та аналітику надавали після завершення розробки?
- Яку підтримку пропонували та чи виникали складнощі при оновленні або модифікації цифрового продукту після його запуску?

4



НЕВДАЛИЙ ДОСВІД

- Як виглядає найбільш невдалий досвід взаємодії з компаніями-розробниками?

5



ІДЕАЛЬНИЙ ДОСВІД

- Як замовники хочуть, щоб на майбутнє відбувся процес співробітництва з компаніями-розробниками?

Крок 1

Пошук та вибір партнера

- З якими розробниками співпрацюють?
- Де шукають інформацію про розробників?
- За якими критеріями обирають партнера?
- Що з таймінгом та ціноутворенням?



Як обирають розробника

У третині випадків при виникненні задачі з діджитал-розробки, замовники звертались до постійного партнера, з яким вже співпрацювали в цьому напрямку. В інших ситуаціях, коли не мають постійного партнера, замовники ведуть переговори з декількома компаніями, при цьому частка офіційних тендерів відносно невелика, особливо це стосується менших компаній. Великий корпоративний бізнес найчастіше співпрацює з діджитал-агенціями, дещо рідше з IT-компаніями. Варто зауважити, що досить часто звертаються також до послуг фрілансерів (до чверті випадків).



Корпоративний бізнес, N=46
Інші компанії, N=37

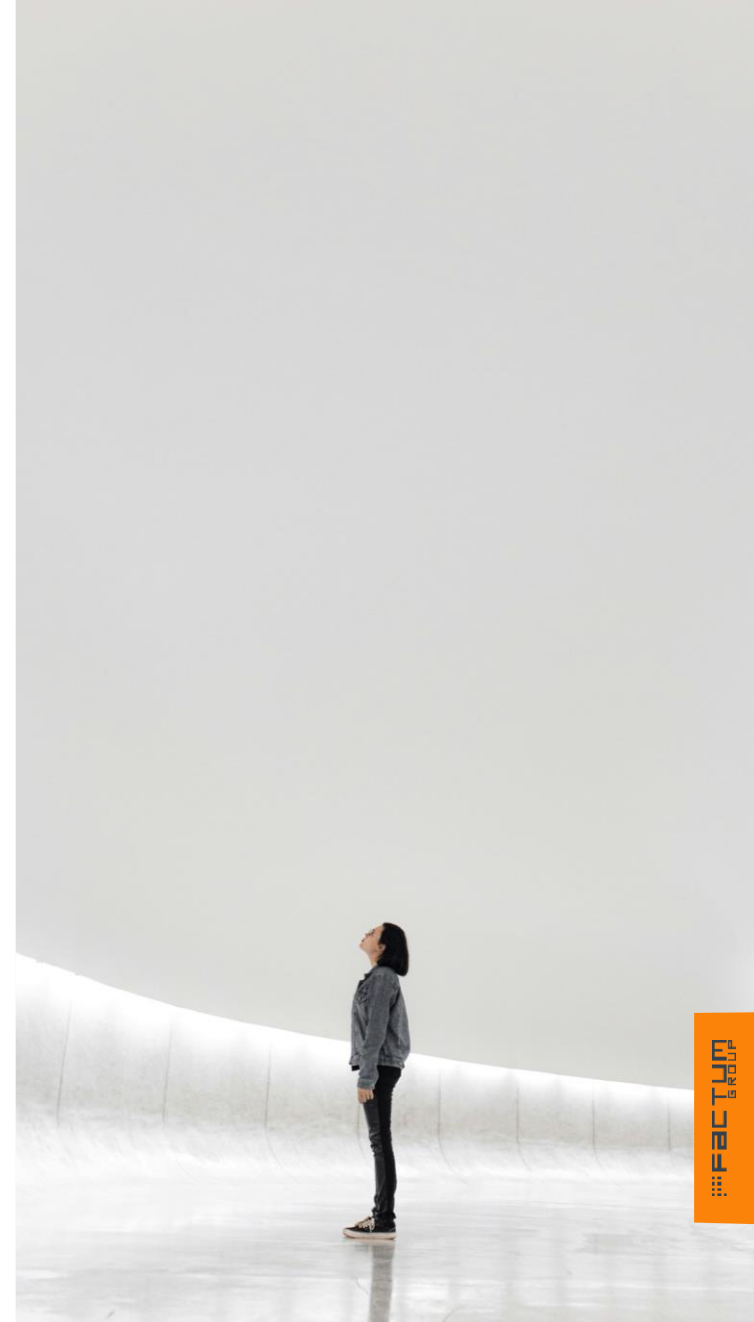
Хто виконував розробку



Питання: Як саме ви обрали партнера-розробника для цього проєкту? З ким ви працювали (працюєте) в цьому проєкті, тобто хто безпосередньо виконував розробку?

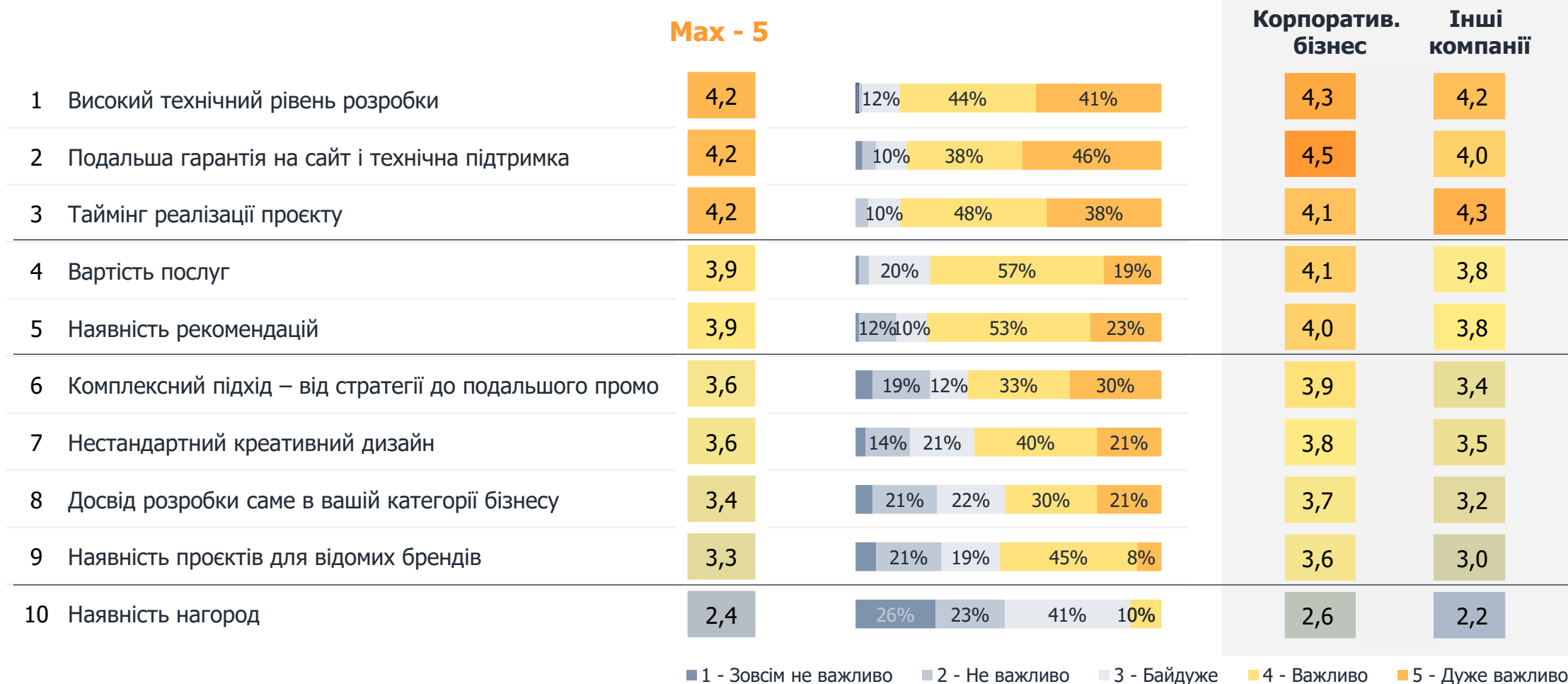
Де шукають інформацію

Ключовими джерелами в пошуку партнерів з розробки стають рекомендації колег по ринку. Також інформацію шукають в гугл. Близько третини замовників з корпоративного бізнесу зазначають, що загалом стежать за ринком розробки, орієнтуються на релевантні кейси. Особливість корпоративного бізнесу в тому, що вони в середньому використовують більше джерел інформації і рідше звертаються до розробників через особисті знайомства.



Які критерії вибору розробника

Окрім наявності рекомендацій, в ТОП-5 критеріїв вибору розробника входять: високий технічний рівень, подальша підтримка проєкту, таймінг та вартість послуг. У середньому корпоративний бізнес враховує більше критеріїв при виборі партнера-розробника: наявність проєктів від відомих брендів, релевантний досвід, нестандартний креативний дизайн та комплексний підхід від стратегії до подальшого промо.



Підхід до прорахунків та термінів

У більшості випадків бюджет надається не узагальнено, а з деталізацією по кожному етапу, або навіть з додатковою деталізацією в межах кожного етапу. Що стосується термінів, то досить часто надають просто загальний таймінг проекту.

52%

40%

8%

- Детальний таймінг з розумінням тривалості кожного етапу
- Загальний таймінг проекту, без деталізації по кожному етапу
- Таймінг не обговорювали/важко відповісти

44%

44%

6% 6%

- Детальний бюджет з чіткою структурою ціноутворення по кожному етапу
- Бюджет наданий по етапам/блокам, без суттєвої деталізації всередині
- Надана загальна вартість проекту
- Важко відповісти

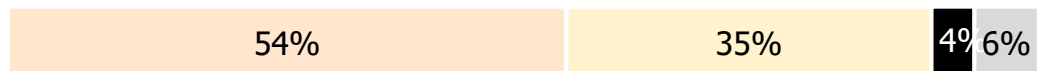


Особливості ціноутворення

Що стосується ціноутворення, то дещо переважає фіксована вартість за проєкт. Також поширеною є погодинна оплата, але не загалом по проєкту, а що стосується окремих робіт. В цілому система ціноутворення зрозуміла замовникам і не викликає питань.



- Фіксований прайс за проєкт
- Комбінована система
- Погодинна оплата



- Все чітко та зрозуміло по ціноутворенню
- Скоріше зрозуміле ціноутворення
- Скоріше не зрозуміло - є питання до ціноутворення
- Важко відповісти



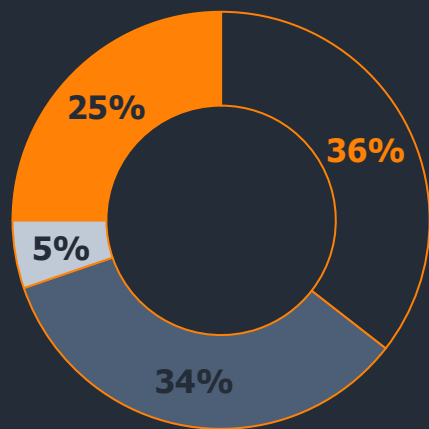
Крок 2 Взаємодія

- Чи задоволені результатом?
- Як оцінюють комунікацію з розробником?
- Чи вклались в таймінг та бюджети?
- З якими проблемами стикаються?
- Як забезпечують безпеку та захист даних?



75%

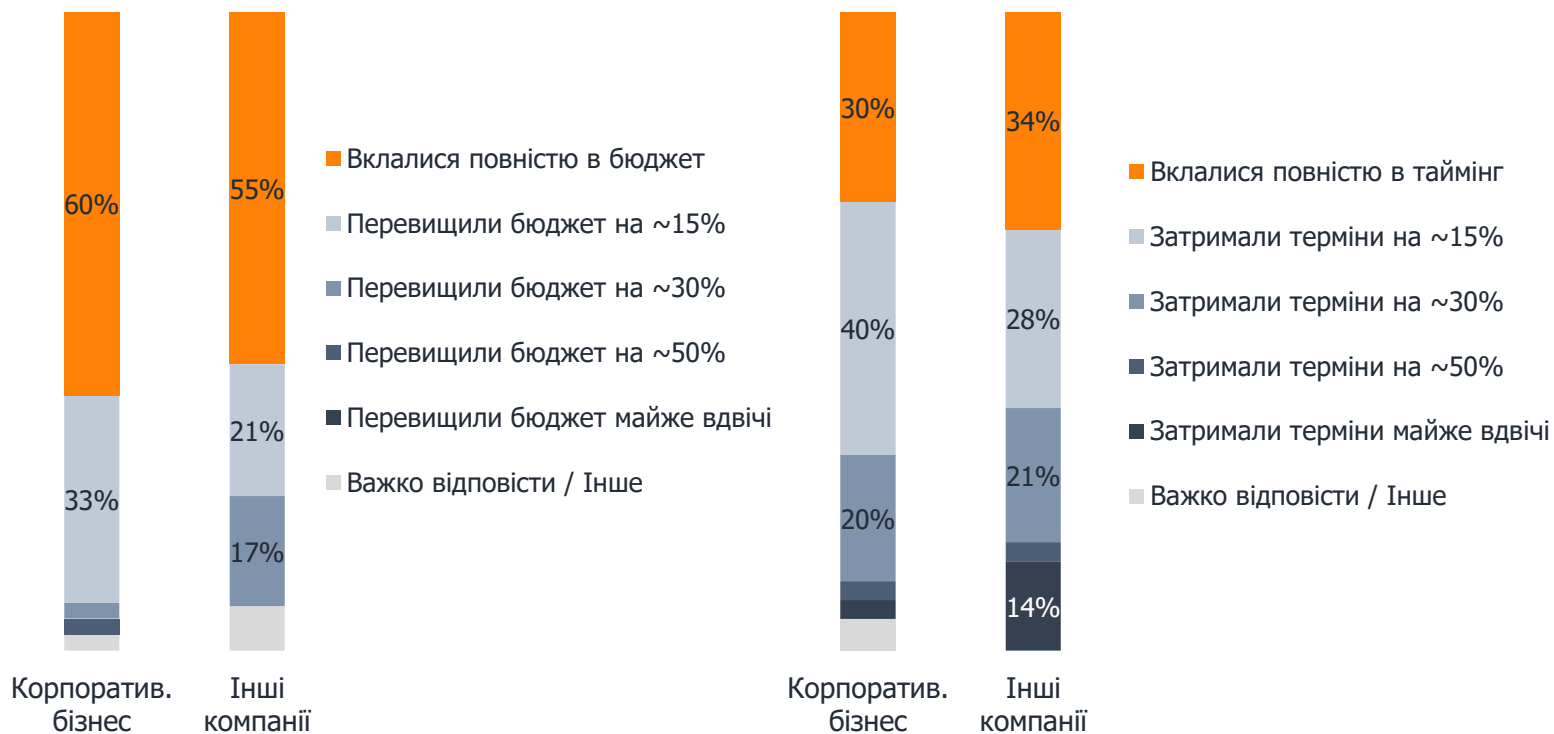
не вклалися або в запланований таймінг, або в бюджет



- Не вклалися ні в бюджет, ні в таймінг
- Не вклалися в таймінг
- Не вклалися в бюджет
- Повністю вклались в бюджет і таймінг

Дотримання термінів та бюджету

У більшості випадків реалізація проекту триває довше за попередньо обговорені терміни. За рамки бюджету виходять рідше. Суттєві перевищення бюджету більш характерні для менших компаній, ніж для корпоративного бізнесу.



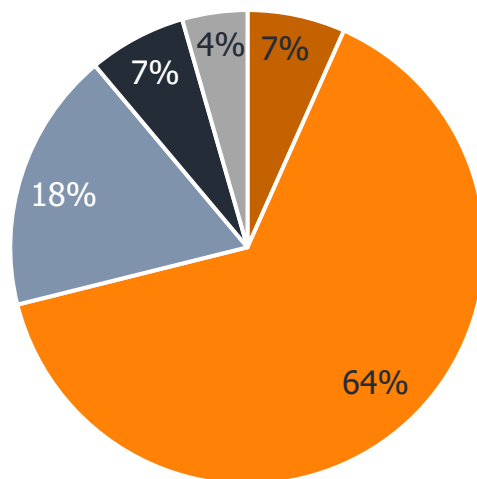
88%

задоволені комунікацією з компанією-розробником



Задоволеність результатом

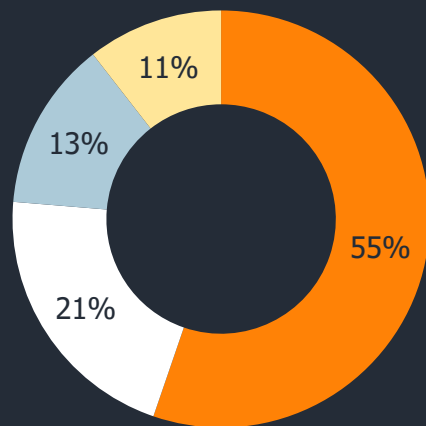
У більшості випадків результат розробки відповідав очікуванням замовника, іноді навіть перевершував очікування. У чверті випадків замовники були не задоволені результатом. На наступному слайді наведені технічні та дизайнерські проблеми, з якими стикнулись замовники



- Результат перевершив очікування
- Результат відповідав моїм очікуванням
- Результат дещо гірший, ніж мої очікування
- Результат був набагато гірше, ніж мої очікування
- Важко відповісти

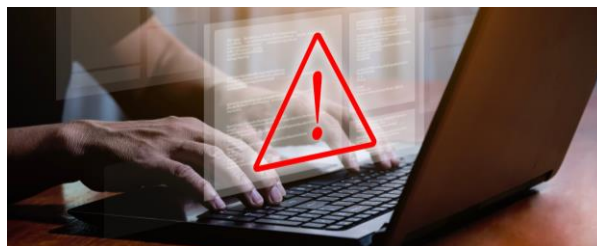
21%

стикнулись з
технічними проблемами



- Не було проблем з дизайном/технічних
- Технічні проблеми
- Проблеми з дизайном
- Проблеми з менеджментом

Технічні проблеми



Баги, швидкість роботи та інші помилки в роботі сайту

Замовники, що стикались з технічними проблемами, зазначали такі складнощі, як баги, проблеми з фільтрами на сайті, складнощі з індексацією в пошукових системах, низькою швидкістю роботи, відсутність тестів, проблеми адаптації на різних гаджетах тощо. Загалом технічні проблеми були досить специфічними в кожному окремому випадку.

«Допрацювання роботи різних форм, верстки, контент-системи, пошукової оптимізації»



Проблеми з інтеграцією

Окремо серед технічних проблем варто підкреслити питання сумісності та інтеграції систем, про яку неодноразово говорили різні компанії.

«Сумісність інтегрованих систем»

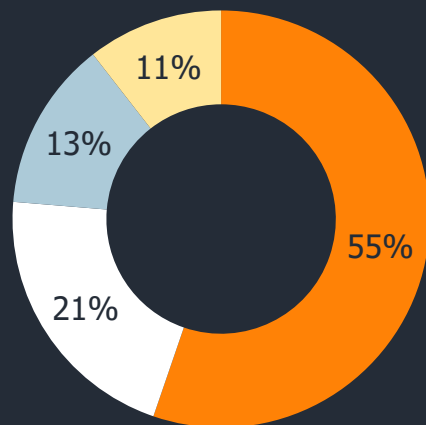
«Інтеграція зі сторонніми системами. але все вирішується»

«Зв'язок з внутрішніми системами компанії»

«Пов'язування нової та старої архітектури»

13%

стикнулись з проблемами в дизайні



- Не було проблем з дизайном/технічних
- Технічні проблеми
- Проблеми з дизайном
- Проблеми з менеджментом

Проблеми з дизайном



Не сподобалось креативне рішення

Частина аудиторії стикалась з ситуацією, коли не сподобався дизайн веб-сайту на виході, наприклад, занадто мінімалістичний підхід, шаблонний, без вау-ефекту або не відповідав стилістиці бренду/компанії

«Обіцяли круті анімації, нестандартний підхід, а в результаті було все доволі стандартно»

«Розуміння глибини дизайну, який потребував бізнес. Бізнес не є стандартним»

«Нерозуміння стилістики візуалізації», «дуже мінімалістичний дизайн»



Складно реалізувати дизайн через технічні обмеження

Окремо серед проблем з дизайном зазначили ситуації, коли певне креативне рішення було неможливо реалізувати через технічні обмеження або обраний дизайн впливав на роботу веб-сайту (напр., швидкість, зрозумілість для користувачів)

«Певне дизайн-рішення, яке було запропоновано для ілюстрацій під новини, в користуванні виявились складними для реалізації. Якби я передбачила цей момент на початку, я би наполягла на іншому дизайн-рішенні»

«Запропонований дизайн головної сторінки по факту було складно реалізувати через технічні обмеження»



Вирішення проблем

Говорячи про останній досвід, більшість замовників зазначали, що не стикались із технічними або дизайнерськими проблемами. Загалом про наявність технічних або дизайнерських проблемних ситуацій говорив кожен третій учасник. Що стосується шляхів вирішення проблем, тут виокремлюється три сценарії:

1. **Найпоширеніший сценарій:** проблеми були вирішені в робочому режимі, без ускладнень
Менш поширені:
2. Через проблемні ситуації виникла конфліктна ситуація, проте проблеми все ж були вирішені
3. Проблеми так і не вдалось вирішити, що в частині випадків призвело до розірвання стосунків і зміни розробника

Окрім дизайнерських та технічних проблем, частина респондентів говорили про наявність проблем з менеджментом, комунікацією, розумінням специфіки бізнесу і технічного завдання. Детальніше про проблеми, з якими стикаються замовники, в розділі «Невдалий досвід»



«Реагували досить оперативно і пропонували варіанти вирішення проблеми»

«Достатньо відкрито реагувала на нові потреби та зміни. Стосовно проблем важко сказати, бо якихось яскравих не було»

«Підлаштовувалась під стиль нашої компанії. Але за всі переробки-ідеї-довгі узгодження ми платили»

«Намагалися допомогти, але в цілому не визнавали свою провину і не дуже активно допомагали з вирішенням»

«Говорили: «Ви не правильно зрозуміли» + припинили співпрацю з тим менеджером, що обіцяв не те, що вийшло на виході»

Безпека та захист даних

Одна з ключових відмінностей, що відрізняє розробку для корпоративного бізнесу та менших компаній – це кількість кроків, що вжиті для гарантії безпеки та захисту даних в проєкті



Крок 3 Підтримка

- Які документи, статистику та аналітику надавали після завершення розробки?
- Яку підтримку пропонували та чи виникали складнощі при оновленні або модифікації цифрового продукту після його запуску?
- Чи було проведено User Satisfaction Survey?



Процеси після запуску

Ще одна суттєва відмінність між розробкою для корпоративного бізнесу та менших компаній полягає в процесах після запуску. Особливо це стосується надання аналітики: метрики ефективності та звіти про продуктивність. Окремо варто звернути увагу на оцінку задоволеності користувачів – лише кожен 5-ий проєкт супроводжувався такою аналітикою (включаючи корпоративний бізнес)



Оновлення та модифікація після запуску

Серед компаній, що мали необхідність оновлення або модифікацію цифрового продукту після його запуску, або зазначають, що все було легко та швидко, або ж певні зміни відбувались досить довго. Ситуації, коли зміни супроводжувались великим об'ємом додаткових робіт або коштів – поодинокі



«Виникали складнощі час від часу, але агенція була на зв'язку майже 24/7»

«Подальша підтримка виявилась складнішою, ніж ми очікували, а інструкцій не було, щоб можна було спокійно передати інфо новому підряднику»

Специфіка роботи з різними розробниками

Попри те, що дослідження спрямоване на виявлення загальних тенденцій у сфері діджитал-розробки і має обмежену вибірку, воно дозволяє прослідкувати певні закономірності, що стосуються взаємодії з рідними підрядниками. Особливості взаємодії в проєктах, з урахуванням того, хто саме був розробником, детальніше розглянуті нижче:

Діджитал-агенції:

Діджитал-агенції дещо частіше обирають ті компанії, для яких важливим критерієм вибору є наявність проєктів для відомих брендів. Також в проєктах, реалізованих з діджитал-агенціями, виявились більш активні процеси після запуску, а саме: статистика та звіти про продуктивність, аналітика з точки зору поведінки користувача, оцінка задоволеності користувача (User Satisfaction Survey)

ІТ-компанії:

ІТ-компанії дещо частіше обирають ті компанії, для яких важливим критерієм вибору є подальша гарантія на сайт і технічна підтримка. У проєктах, реалізованих з ІТ-компаніями, частіше були надані гарантія та пакет підтримки після запуску

Фрілансер:

Хоча робота з фрілансерами в цілому дуже схожа до співпраці з діджитал-агенціями та ІТ-компаніями з точки зору критеріїв вибору підрядника або процесів після запуску, прослідковується закономірність, що проєкти, виконані фрілансерами, мали найнижчий показник завершення в терміни та узгоджений бюджет. Також менша частка клієнтів оцінила результат як такий, що відповідає очікуванням. Варто зауважити, що хоча робота з фрілансерами в середньому оцінюється нижче, успіх проєкту значною мірою залежить від професіоналізму та компетентності конкретного партнера.

Невдалий досвід

- Як виглядає найбільш невдалий досвід взаємодії з компаніями-розробниками?



80%

хоч раз мали проблеми/
невдалий досвід в діджитал-
розробці



20%

жодного разу не мали
негативного досвіду

Невдалий досвід, з яким стикались замовники

1

Неякісний продукт на виході

- некомпетентність розробників
- невиконання домовленостей
- недороблений продукт
- потребує масштабних доопрацювань



«Проект на 3 місяці затягнувся на 3 роки, і в кінці був просто похований»

«Сайт виявився надто складним для користувачів, що спричинило ряд доопрацювань»

«Розроблений продукт був важкореалізуємий або потребував значних інвестицій для підтримки»

«Найгірше, коли підрядник обіцяє, а потім не виконує/виправдовується»

2

Недбалий менеджмент

- непорозуміння, порушена комунікація
- недотримання термінів
- зміна в команді ключових розробників
- проблеми з документообігом



«Комунікація. Екаунт міг не розуміти специфіки розборки, строків»

«Коли ключовий розробник випадає з проекту»

«Коли розробник мотивує зміни, що «вони переможці премій і знають як треба»

«Був кейс, коли компанія скористалася відсутністю досвіду розробку веб-сайтів з нашої сторони, комунікація була непрозорою, терміни розтягувалися, а прайс в решті-решт був надто високим для цього проекту»

Невдалий досвід, з яким стикались замовники

3

Проблеми подальшого супроводу

- складність, а часом неможливість доробок чи будь-яких змін
- відсутність інструкцій
- труднощі в передачі проєкту новому виконавцю



«Розірвання відносин після запуску продукту та відсутність компанії-розробника, як постійного партнера для підтримки і подальшого розвитку. Проблема з пошуком нового підрядника для підтримки\розвитку вже готового продукту, розробленого іншими розробниками»

«Подальша підтримка виявилась складнішою, ніж ми очікували, а Інструкцій не було, щоб можна було спокійно передати інфо новому підряднику»

4

Технічні проблеми

- складність інтеграції з іншими системами
- відсутність кібербезпеки
- проблеми в роботі окремих елементів/модулей



«Неможливість вантажити на сайт важкий мультимедійний контент без втручання в оптимізацію розмірів і ваги»

«Важко налаштувати аналітику щоб не вбити мобільний додаток»

«Часткова неможливість поєднання сторонніх систем з нашою розробкою. підсилено неможливістю/небажанням розробників таких систем щось змінювати у себе. це робить неможливим отримання 100% результату»

5

Проблеми на стороні замовника

- зміни в цілях, технічному завданні
- недостатній рівень технічних знань, процесу розробки
- довгі узгодження з внутрішньою командою



«Ми - дуже складний клієнт. Отже, скоріше досвід роботи з нами у компанії був невдалим)))»

«Всі проблеми були на нашому боці (замовника)»

«Недостатньо власних технічних знань та розуміння процесу розробки»

«Найбільша проблема - це коли я відповідаю за розробку сайту, моїм замовником є внутрішній клієнт, а він - не може визначитись що він хоче»

Ідеальний досвід

- Як замовники хочуть, щоб на майбутнє відбувався процес співробітництва з компаніями-розробниками?



Розуміння бізнесу клієнта

Замовники досить часто наголошують, що для успішної реалізації проєктів потребують від розробників більшої **залученості в їх специфіку бізнесу, розуміння бізнес-процесів клієнта**, іноді навіть наголошують на інтеграції команди розробника в компанію замовника або залучення бізнес-аналітика з боку розробника. Адже це сприятиме кращій координації, взаєморозумінню та досягненню бажаних результатів.



«Щоб підрядник розумів мій бізнес і дивився на сайт очима мого клієнта»

«Більшого розуміння бізнес процесу на стороні клієнта»

«Я б інтегрував команду партнера у наш бізнес на час проєкту»

«Розширенням проєктної команди з боку підрядника-розробника на окрему позицію Бізнес аналітика»

«Як на мене, важливе повне занурення команди розробників у контекст проєкту, аналіз брифу/задач з точки зору саме розробників, з подальшою експертизою, рекомендаціями, аналізом»



Питання: Виходячи з вашого досвіду, як би ви хотіли, щоб на майбутнє відбувався процес співробітництва з компаніями-розробниками? Щоб ви хотіли покращити? (відкрите питання)

Якісний менеджмент проєктів

Окрім того, що замовники хочуть від розробників розуміння специфіки їх бізнесу, досить поширеним є побажання щодо **більш ефективного управління проєктом зі сторони розробника**. Вони стосуються організації роботи, звітності, а також відповідальності та дотримання планів. Основна мета – забезпечити прозорість, структуру та відповідальність у процесі виконання проєктів, що дозволяє чітко розміти, на якому етапі знаходиться проєкт, які наступні кроки та чи все відповідає початковим домовленостям.



«Розуміння цілі, кожного блока, пріоритетність, одна людина відповідає за кінцевий продукт та його подальше життя та розвиток»

«Якісніший план-фактний аналіз просування по проєкту»

«Прозорість на всіх етапах, експертна оцінка та допомога з зазначенням всіх факторів загроз та варіантів вирішення проблем від компанії-розробника»

«Чітке розуміння ТЗ, поставлені запитання до початку роботи. Дотримання термінів, бюджету»



Питання: Виходячи з вашого досвіду, як би ви хотіли, щоб на майбутнє відбувався процес співробітництва з компаніями-розробниками? Щоб ви хотіли покращити? (відкрите питання)

Дотримання дедлайнів

Дотримання дедлайнів – ще один аспект, про який неодноразово говорили учасники дослідження в своїх побажаннях стосовно покращення процесу діджитал-розробки.

Реалістичні терміни виконання проекту залежать і від самого замовника, про що зазначали окремі учасники. Адже внесення змін до вимог, затримки в наданні необхідної інформації або ухвалення рішень можуть впливати на строки реалізації.



«Менеджмент проекту на високому рівні, проактивність в комунікації з глобальним сапортом, дотримання таймінгів проекту»

«та в цілому все ок. але, як і скрізь, інколи буває незручно/невчасно/не так як планувалось. але все можна вирішити»

«Робота за дедлайнами. Більше рекомендацій»

«В принципі проблеми були більше на нашому боці, бо ДУУУУЖЕ багато людей, що приймають рішення та узгоджують проект. Це завжди _командне голосування_. Не має однієї людини, яка може вольовим рішенням узгоджувати з підрядником роботи. Все це суттєво впливає на строки, а, отже і вартість»



Питання: Виходячи з вашого досвіду, як би ви хотіли, щоб на майбутнє відбувався процес співробітництва з компаніями-розробниками? Щоб ви хотіли покращити? (відкрите питання)

Висока якість розробки

Окрім раніше зазначених аспектів, побажання стосовно цифрової розробки стосуються безпосередньо якості самої розробки, в більшості технічних аспектів (але також і креативної складової):

- Компетентність підрядника в технічній складовій
- Продумана система інтеграції та оцифровки показників
- Розробка інструкції після завершення проєкту
- Забезпечення кібербезпеки
- Покращення дизайну та візуальних рішень
- Індивідуальний підхід

Певні компанії, особливо ті, що вже мали негативний досвід, наголошували на важливості в майбутніх проєктах більш ретельно ставитись до вибору партнера-розробника.



«Обирати більш професійні агенції, і при проведенні тендеру керуватися не тільки ціновими критеріями»



Висока якість розробки. Цитати респондентів

«Покращити - креативну складову, а саме дизайн та візуальні рішення»

«Мені важливо:

1. щоб підрядник розумів мій бізнес і дивився на сайт очима мого клієнта,
2. щоб обирав CMS у відповідності до задачі сайт
3. щоб розумів що таке воронка і як її створювати через контент на сайті
4. дотримувався дедлайнів
5. забезпечення кібербезпеки»

«Складно говорити про покращення, коли не розумієш, як саме в ідеалі має відбуватись процес. Наприклад, про Інструкції після завершення проекту прочитала в попередніх питання перший раз і тепер розумію, що це дуже важлива історія»

«Проект повинен бути з чіткими кроками по бюджету і етапах реалізації з ключивими метриками які важливі для юзера і відштовхуватись в першу чергу від цього»

«Одразу продумала система інтеграції і оцифровки показників»

«Якщо робити висновок з опитування, то не вистачило процесів «після запуску». Також наступного разу під час запуску великого проєкту потрібно брати SEO хоча б на рік пакетом, щоб підрядник сам працював с тим, що він написав =)»

«Реальний прорахунок. Попередження про всі ризики. Постійна комунікація та прозорий хід проєкту. Нестандартний підхід, не шаблонність. Аналіз та розуміння клієнта, його продукту, очікувань від проєкту»

«Зараз я маю досвід роботи двотижневими спринтами з чіткими зустрічами з результатами щотижня - мене це влаштовує»

Зрозуміла комунікація

Говорячи про менеджмент проєкту, замовники окрему увагу звертають на аспекти комунікації. **Запит на якісну, зрозумілу та оперативну комунікацію**, особливо що стосується технічних аспектів розробки, використання зрозумілої мови для пояснення технічних деталей. Важливо підтримувати швидкий зворотний зв'язок, бути проактивними в обговоренні проєкту, своєчасно попереджати про всі можливі ризики.



«Пояснювати мені як замовнику технічні опції та можливості. Простою не Айтішною мовою»

«Для мене важлива швидка комунікація, адаптація для моєї сфери бізнесу, під потреби саме нашої компанії»

«Щоб люди читали думки один одного і одразу творилась магія»

«...Попередження про всі ризики. Постійна комунікація та прозорий хід проєкту...»



Питання: Виходячи з вашого досвіду, як би ви хотіли, щоб на майбутнє відбувався процес співробітництва з компаніями-розробниками? Щоб ви хотіли покращити? (відкрите питання)

Дякуємо за увагу!
Працюємо далі. Тримаймося разом ❤️



DIGITAL DEVELOPERS
Committee

Digital Developers Committee
<https://www.facebook.com/p/Digital-Developers-Committee>

Ірина Муштіна
Голова комітету цифрової розробки
www.facebook.com/irina.mustina
+380 067 505 4753



Factum Group Ukraine
<https://factum-ua.com/>

Тетяна Шевченко
Business Development Director
tatyana.shevchenko@factum-ua.com
+38 093 091 6249