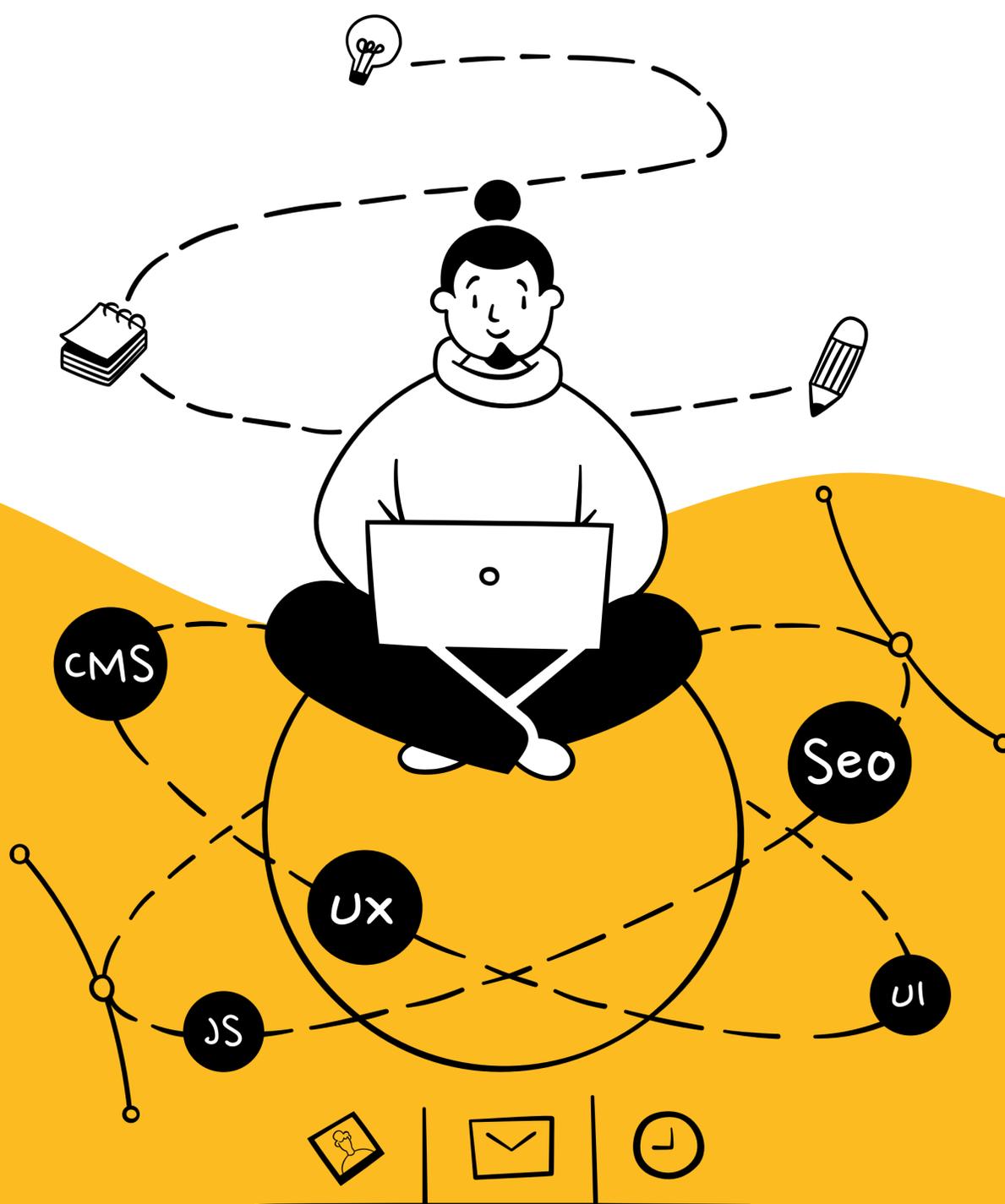


Как составить техническое задание на разработку карьерного сайта



Зачем нужно техническое задание (ТЗ)



В техническом задании заказчик подробно объясняет исполнителю, каким он хочет видеть сайт. Чем подробнее составлено ТЗ, тем точнее будет результат. Готовый проект не станет предметом шуток про ожидание и реальность.

Хорошее техническое задание помогает заказчику:

- собрать все требования по проекту в одном документе;
- подробно описать задачу;
- исключить разночтения в понимании задачи;
- оценить стоимость разработки и сроки выполнения работы;
- принять работу и сверить результат с каждым пунктом из задания.

Когда компания вкладывает время и усилия в подготовку хорошего ТЗ, она облегчает взаимодействие с подрядчиком и отсекает лишние споры по результатам задачи.

Мы в Иностудио 17 лет успешно разрабатываем сложные веб — и HR-tech-системы, а также составляем для них технические задания. Собрали свой опыт в гайд и описали всё, что важно. Надеемся, что он поможет компаниям, не связанным с разработкой, оценить свои силы и понять, нужно ли отдавать разработку ТЗ на аутсорс, или можно ринуться в эту тему с головой самостоятельно.

Описание проекта



В этом разделе важно познакомить разработчиков с идеей сайта: зачем вы его делаете, какой вы видите реализацию проекта и что хотите получить в конечном итоге после того, как сайт будет запущен.

Расскажем, как это делаем мы, на примере ТЗ для карьерного сайта.

1.2 Описание проекта

Создание карьерного сайта позволит компании предоставить посетителям сайта информацию о жизни компании и её сотрудников, размещать и управлять своими активными вакансиями, а также предоставит пользователям возможность откликнуться на вакансию, заполнив согласованную форму отклика.

1.3 Цель проекта

Карьерный сайт создается с целью:

- обеспечения прозрачности и доступности информации;
- оптимизации процесса подбора персонала;
- привлечения внимания специалистов;
- эффективного управления вакансиями.

Важно помнить: всё, что вы не опишете подробно, исполнитель имеет право сделать на своё усмотрение. И не факт, что вам подойдет его решение.

Маркетинговый анализ

Чтобы у исполнителя сложилось чёткое представление о том, для кого создают сайт, подробно опишите **портрет целевой аудитории**.



В компаниях с работающим отделом маркетинга, скорее всего, такие исследования уже проводили. Попросите у маркетологов документ с описанием аудитории и включите его в ТЗ. Если информации нет, соберите её самостоятельно.

В портрет целевой аудитории включают всё, что описывает потенциального пользователя: пол, возраст, уровень дохода, предпочтения, желания и, убеждения, страхи, место жительства.

В каждой сфере выбирают свои важные параметры. Для карьерного сайта у целевой аудитории свои особенности.

Опытные специалисты

- **Цель:** найти новое рабочее место;
- **Признаки:** опыт работы в строительстве, профессиональные навыки, стремление развиваться в профессии, улучшать свои навыки и получить работу.

Профессионалы в области строительного менеджмента

- **Цель:** найти вакансии в области управления проектами, бизнеса;
- **Признаки:** опыт в области строительного менеджмента и административного обслуживания, знание строительной индустрии, лидерские навыки.

Студенты и выпускники строительных специальностей

- **Цель:** найти стажировку/первую работу в строительной компании;
- **Признаки:** обучение или выпуск из учебного заведения, стремление начать карьеру в строительстве.

HR-специалисты и рекрутеры

- **Цель:** найти квалифицированных кандидатов для различных должностей в строительной компании;
- **Признаки:** опыт в области подбора персонала, умение анализировать резюме и проводить собеседования, знание требований и навыков, необходимых для различных должностей в строительстве.

Для целевой аудитории карьерных сайтов можно выбрать несколько основных параметров и не рассматривать всю совокупность. Мы выбрали несколько важных критериев и предложили краткое описание целей и признаков.



Требования к SEO-оптимизации. Этот пункт звучит просто, но включает в себя целый пласт полезной работы:

- собрать семантическое ядро — ключевые слова и фразы;
- включить их в метатеги, заголовки, тексты, URL-адреса страниц и альтернативные тексты изображений;
- использовать в текстах теги `<header>`, `<article>`, `<nav>`, `<section>` и другие, чтобы структура информации отвечала требованиям поисковиков.

Для того, чтобы страница правильно индексировалась поисковиками, нужно предусмотреть:

- наличие атрибутов canonical на соответствующих страницах сайта;
- наличие файла robots.txt с соответствующими настройками;
- создание и настройку файла sitemap.xml для автоматической генерации карты сайта, содержащей ссылки на все важные страницы;
- формирование человекопонятных URL-адресов с ключевыми словами в них;
- подключение к сервисам «Яндекс Вебмастер» и Google Search Console для отслеживания и анализа индексирования страниц сайта, его позиций в поиске и технического состояния.

Важно указать, что специалисты компании должны иметь возможность редактировать Title, Description, Keywords и другую информацию на каждой странице.

Требования к дизайну



Как правило, сайт делают в соответствии с айдентикой компании — системой уникальных визуальных элементов, которые включают в себя логотип, цветовую палитру, шрифты, формы и стили. Важно, чтобы сайт был единообразным на всех страничках: кнопки, таблицы, формы должны сочетаться между собой и с другими элементами. Но ключевым является не только внешний вид, важно учесть другие параметры.

- Адаптивный дизайн. С ним сайт будет выглядеть хорошо на устройствах с любым размером экрана — на планшете, компьютере, ноутбуке или смартфоне.
- Интерфейс — понятный, логичный, на русском языке (для России).
- Графические элементы, подобранные таким образом, чтобы минимально влиять на загрузку и производительность сайта.
- Зоны ответственности в части дизайна. Иногда заказчик оставляет часть работы внутренним специалистам. Например, сами занимаются дизайном, а UX (интерфейсы) поручают подрядчику.
- Информационное единство — важно оговорить, какой шрифт использовать, как выводить данные на экран, отбивать разряды в числах — запятой или точкой, как писать номера телефонов и так далее.

Ниже пример технического задания для адаптивной вёрстки сайта.

Мобильные устройства:

- Портретная ориентация: Разрешение экрана 414 x 736, 375 x 667, 480x800.
- Альбомная ориентация: Разрешение экрана 667 x 375, 736 x 414.

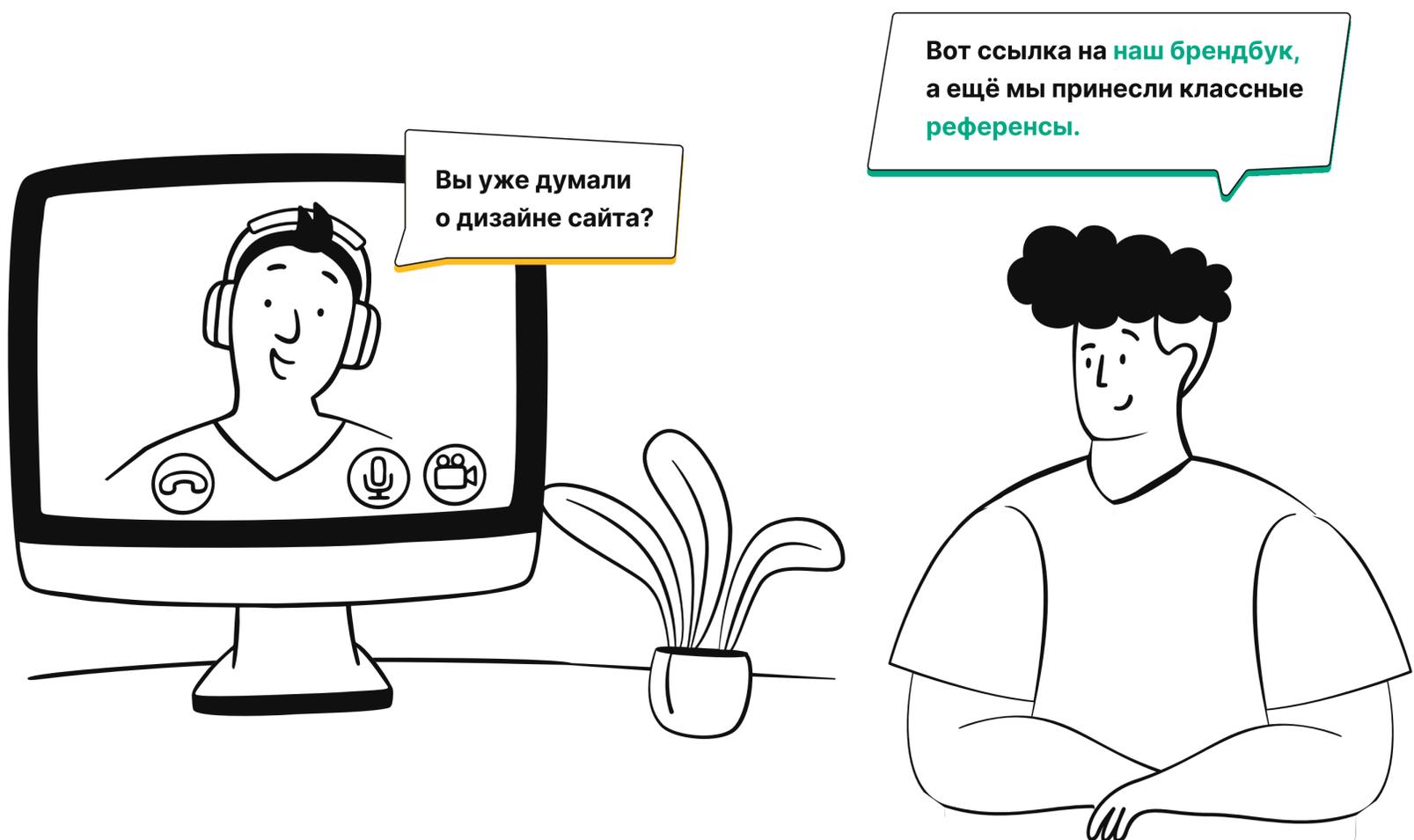
Планшетные устройства:

- Портретная ориентация: Разрешение экрана 768×1024, 768×1280, 800×1280.
- Альбомная ориентация: Разрешение экрана 1024×768, 1280×768, 1280×800.

Ноутбуки и компьютерные мониторы:

- Различные разрешения, включая 1920×1200, 1920×1080, 2560×1440.

Нужно указать характеристики устройств, на которых пользователи будут просматривать ваш сайт



Бизнес-анализ сайта



В этом разделе рассказываем, кто и зачем будет приходить на сайт. Это нужно для того, чтобы разработчики понимали, по какому сценарию будет работать пользователь. Здесь лучше показать на примере, чем описывать гипотетическую ситуацию. Ниже в ТЗ для карьерного сайта мы выделили три роли и расписали, какими возможностями они должны обладать.

Роль	Функции	ПС*
Соискатель	Просмотр информации о сайте (хедер, вакансии, футер) Отправка резюме Отклик на вакансию	US001 US002 US003 US004 US005 US006
Рекрутер	<p>Работа с вакансиями: создание новых вакансий, сохранение черновика вакансии, публикация, редактирование, просмотр архива, архивирование, управление вакансиями, восстановление вакансии из архива.</p> <p>Работа с откликами: просмотр откликов, управление откликами, архивирование откликов.</p>	US007 US008 US009 US010 US011 US014 US015
Администратор	Те же функции, что и у Администратора Управление аккаунтами Управление резервными копиями	US001 US002

Номера US00... — это пользовательские сценарии для каждого поведенческого аспекта. Все сценарии в техническом задании мы расписали отдельно

**ПС — пользовательские сценарии*

Покажем, как выглядит подробно расписанный пользовательский сценарий на примере из ТЗ от компании «Иностудио».

US002: Я как соискатель хочу, чтобы список вакансий был представлен в структурированном формате, где каждая вакансия содержит название, краткое описание и кнопку «Откликнуться».

Актор	Соискатель
Цель	Просмотреть список вакансий в структурированном формате.
Предусловия	Соискатель находится на странице со списком вакансий.
Основной сценарий	<ol style="list-style-type: none">1. Соискатель открывает страницу со списком из шести вакансий.2. Соискатель видит список вакансий с кратким описанием.3. Соискатель просматривает названия вакансий и их краткие описания.4. Соискатель доходит до конца списка.5. Система подгружает следующие шесть вакансий.

Альтернативные пути

Если список вакансий пуст,
Соискатель видит сообщение о том,
что вакансий в данный момент нет.

*Из таблицы становится понятно, зачем пришёл посетитель
на сайт и какой ему нужен результат*

Структура сайта



Здесь рассказываем разработчикам, какие страницы будут на сайте и куда они ведут пользователя. Расписывается в виде списка или отображается как диаграмма последовательности. Удобнее такую информацию представлять наглядно. На иллюстрации ниже фрагмент общей структуры корпоративного сайта.



Схема показывает иерархию разделов сайта, куда может перейти пользователь

Жизненный цикл и сущности системы



Для каждого действия и сущности системы нужно описать жизненный цикл. Например, есть соискатель, вакансия, отклик — сущности. Создать отклик, отправить его, сохранить черновик — это жизненные циклы. Важно прописать все возможные действия, чтобы у системы был готовый сценарий на любой поведенческий случай. Вот что мы имеем в виду.

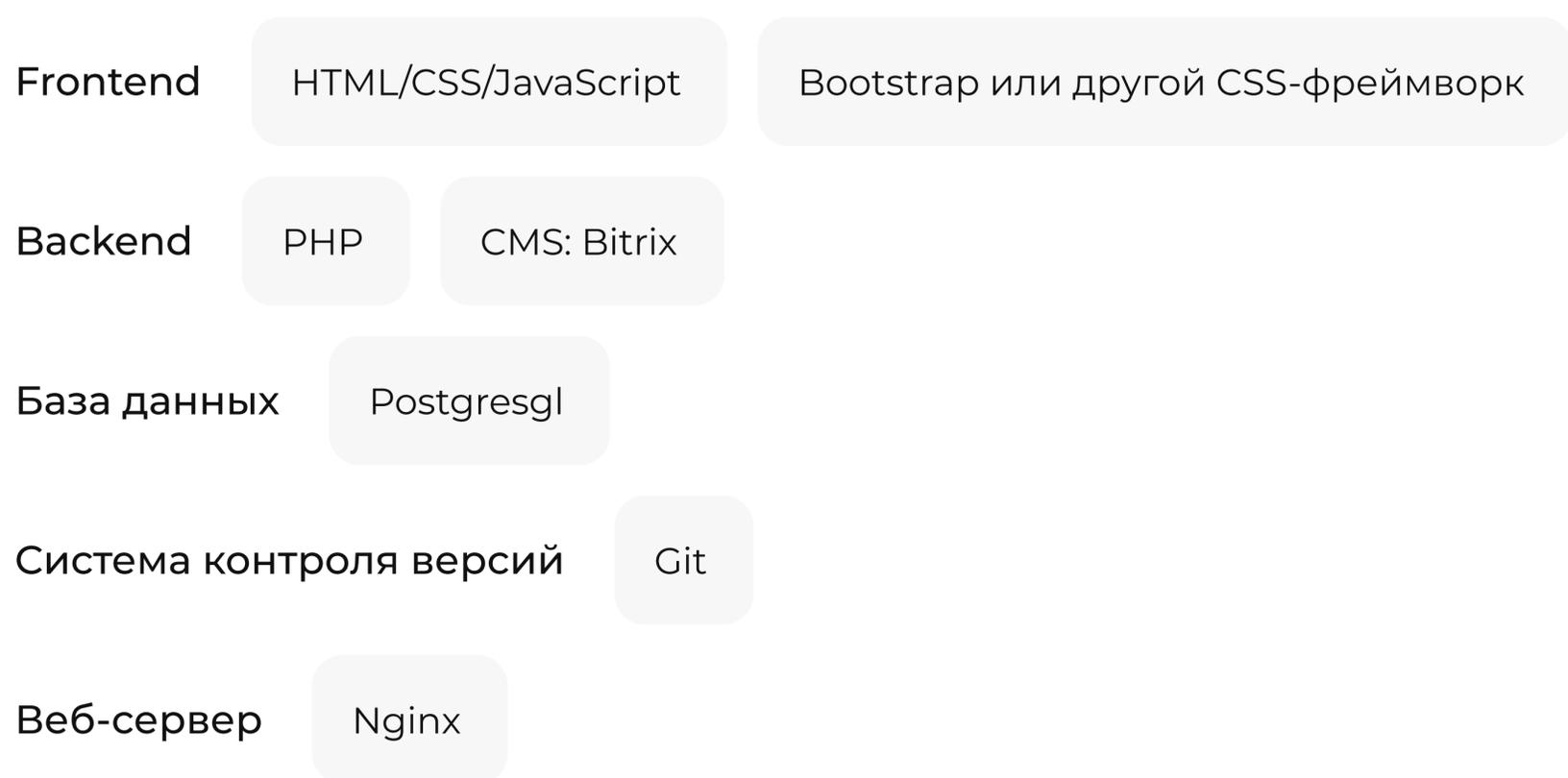
Статус	Триггер
Вакансия	
Черновик	Вакансия создана, но не опубликована на сайте.
Опубликовано	Вакансия опубликована на сайте и доступна для просмотра соискателям.
В архиве	Вакансия перенесена в архив и больше не доступна для просмотра.
Отклик	
Новый	Отклик создан пользователем на вакансию/резюме.
Принято	Отклик принят.
Отклонён	Отклик отклонён.

Фактически вам нужно определить и описать разработчикам, что должна делать система, если пользователь захочет совершить какое-то действие. Например, бросит заполнять форму на середине и вернётся к ней спустя 3 дня. Или вообще передумает что-либо заполнять

Технологический стек



Это комбинация программного обеспечения, языков программирования и технологий хранения данных. Существует огромное количество вариантов выбора стека, поэтому заказчику нужно понимать, какая комбинация будет оптимальной для использования и почему. Когда мы разрабатывали ТЗ для карьерного сайта крупной компании, мы проанализировали технологии, которые уже используются, и системы, с которыми нужно будет интегрировать сайт. На основании этой информации предложили подходящее решение.



Помимо представленной информации о технологическом стеке важно указать другие данные:

- какие есть требования по нагрузке и серверам;
- с какими системами должен интегрироваться сайт;
- нужен ли документированный API (описанные методы для интеграции сайта с внешними системами);
- как лучше хранить данные пользователей;
- как защитить сайт от атак и вредоносного кода.

Несколько пунктов из списка раскроем подробнее в следующих разделах.

Интеграция с внешними и внутренними сервисами



Чтобы сайт был эффективным и решал поставленные задачи, важно связать его с соответствующими сервисами. Например, для отслеживания маркетинговых показателей сайт интегрируют с Яндекс Метрикой через JavaScript и HTML-коды сервисов. Чтобы делать рассылки на электронную почту и СМС-оповещения, нужна интеграция с почтовыми сервисами и СМС-шлюзом.

В карьерные сайты можно встроить системы для найма и управления кандидатами, которыми пользуется компания. Самые популярные HR-инструменты — «Хантфлоу», E-Staff и «Поток». Или можно реализовать управление вакансиями, кандидатами и откликами в админке карьерного сайта. Это тоже нужно указать в ТЗ со сценарием обработки информации. Проиллюстрируем, как это делаем мы:

1. Рассказываем, с какой системой интегрируемся:

1. Интеграция ATS Potok

ATS Potok (Поток) - это сервис автоматизации процесса найма и управления кандидатами. Он предоставляет компаниям инструменты для эффективного управления процессом набора персонала: от публикации вакансий, привлечения соискателей, оценки кандидатов до проведения интервью и заключения договоров.

2. Рассказываем, что нужно для интеграции:

Для интеграции с ATS Potok необходимо реализовать следующие бизнес-процессы:

- получение откликов в Поток;
- обработка откликов;
- получение Резюме в Поток.

3. Показываем, что происходит с сущностями системы при различных действиях. Например, с откликами.

Получение откликов в Поток должно быть реализовано следующими этапами:

- Отклик в Поток. После отправки отклика информация о соискателе и его резюме сохраняется в системе Поток и отклик становится доступным для администраторов.
- Администратор переходит в раздел "Отклики".
- В разделе "Отклики" администратор видит список всех откликов на вакансии и может посмотреть детали

Удобные мелочи для пользователей



Например, вы можете предусмотреть в ТЗ фильтры для поиска вакансий:

- фильтр по городу (выпадающий список);
- фильтр по должности (выпадающий список);
- фильтр по графику (сменный, 5/7);
- фильтр по зарплате;

- фильтр по адресам (выпадающий список);
- кнопка «Сбросить фильтр»;
- кнопка «Применить».

Установите требования к карточке вакансии. Чем больше там будет полезной информации, тем удобнее соискателю найти подходящую вакансию. Удобная выборка для поиска вакансии:

- название
- зарплата;
- описание вакансии;
- город.

Не забудьте упомянуть элементы управления:

- кнопка «Откликнуться» для соискателя;
- кнопка с выпадающим списком действий:
«Редактировать», «Архивировать», «В черновик»,
«Опубликовать», «Восстановить» для администратора сайта.

Удобная система поиска и фильтрации вакансий привлекает соискателей, и они будут готовы рекомендовать сайт своим знакомым.

Требования к безопасности сайта



Карьерный сайт — место сбора и передачи персональных данных. Нарушение правил, установленных законодательством страны, грозит денежными штрафами.

Поэтому все данные должны шифроваться, безопасно храниться и передаваться. Важно выбрать и описать в техническом задании:

- криптографические протоколы;
- условия доступа к конфиденциальной информации (только авторизованным пользователям);
- варианты защиты от вредоносного кода и атак;
- создание резервных копий всех данных, хранящихся на сервере.

Всё, что не поместилось в другие разделы

Дополним информацию несколькими важными пунктами, о которых лучше не забывать при составлении ТЗ:

- выберите домен (имя для сайта) и хостинг (место для его расположения);
- выберите в сети сайты, которые вам нравятся визуально и функционально, и покажите их разработчикам как удачные примеры;
- по возможности сделайте прототипы страниц — детальную структуру и логику работы интерфейса;
- помните о том, что на сайте обязательно нужна страница с пользовательским соглашением;
- акцентируйте внимание на том, что готовый сайт должен соответствовать требованиям законодательства РФ.

То, что мы указали — верхушка айсберга. Чтобы составить подробное и корректное техническое задание, специалисты инвестируют очень много времени и усилий. Без должного опыта на корректное ТЗ уйдёт ещё больше времени. Поэтому крупные компании доверяют разработку технического задания сторонним компаниям с соответствующими компетенциями.

Опыт Иностудии позволяет нам браться за реализацию сложных систем, поэтому к нам обращаются за разработкой проектов и технических заданий. Если вам нужна помощь в подготовке технического задания, **напишите нам**.

