

Анализа и дизајн на ИС

Прва домашна задача

Веб продавница за накит

1) Цел што треба да се оствари со веб продавницата

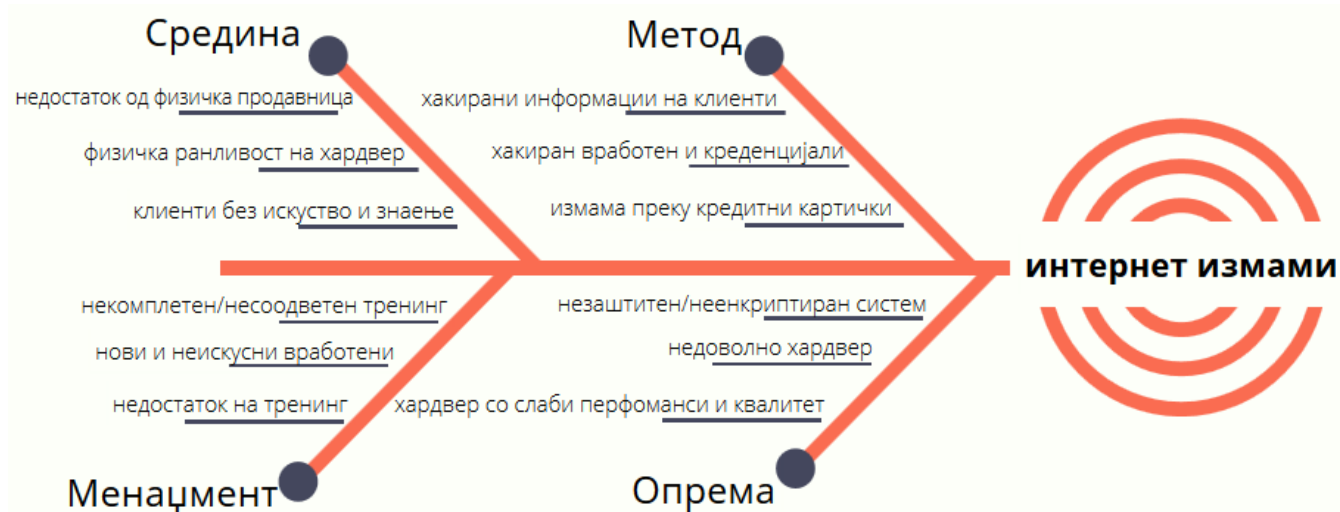
Веб продавницата да биде најпрофитабилна продавница од својата сфера, да биде секогаш достапна и најдобро рангирана на територија на нашата држава.

2) Стратешко планирање(SWOT)

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none">-бесплатна достава-изработка на накит по порачка-достапност 24/7-Лотарија и награди за клиенти-попусти за лојални и почести клиенти	<ul style="list-style-type: none">-работење само онлајн(недостаток од локални продавници)-таргетирање најчесто помлади клиенти-транспортни трошоци(достава)-трошоци за одржување-недостаток на популарност
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none">-продавниците за накит не вршат достава на своите продукти-останатите продавници за накит не располагаат со изработка на накит по порачка(customization на накит)-меѓу единствените веб продавници за накит на овие простори-корона вирусот(зголемено онлајн купување)-голем број на инфлуенсери(маркетинг)	<ul style="list-style-type: none">-голем број на познати продавници за накит-луѓето во нашата држава немаат доверба во онлајн купување на позначајни добра или купување со повисоки парични вредности-можноста на некоја од продавниците за накит да започнат со достава или веб продавница-голем број на интернет измами-заштита на информации на клиентите

Нашата веб продавница ќе влијае врз познатите продавници за накит преку можноста за освојување на награди преку лотаријата и бесплатно доставување на продуктите и наградите до нашите клиенти како една од единствените веб продавници за накит во нашата држава.

3) Ishikawa дијаграм



4) Обем и ограничувања

Веб продавницата за накит ќе овозможи на нашите клиенти едноставен и пријатен начин да рзгледаат и одберат соодветно парче накит коешто нашата компанија ќе го достави до вратите на нивниот дом во само неколку дена без дополнителни трошоци. Почестите и лојални клиенти секако ќе имаат одредени посебни привилегии, но исто така со купување на нивниот накит може да учествуваат и во лотаријата во која може да освојат разновидни награди, покрај тоа и препораките од продавницата преку кои нашите клиенти ќе може да разгледаат сличен накит кој би можело да им се допадне. Комплетна соработка со банките означува дека нивните податоци и трансакции ќе бидат тотално енкриптирани и заштитени во секој поглед. Се надеваме на искрени и вистинити рангирања од нашите клиенти што во иднина би ни помогнале во подобрувањата. Очекуваме помали профити во раните почетоци поради големиот пазар и многубројните познати продавници за накит, но за наша среќа во овој период на пандемија со зголемениот процент на онлајн шопинг сметаме дека ќе успееме да ја надминеме нашата конкуренција која што не располага со вакви услуги, на тој начин станувајќи најуспешни во оваа сфера.

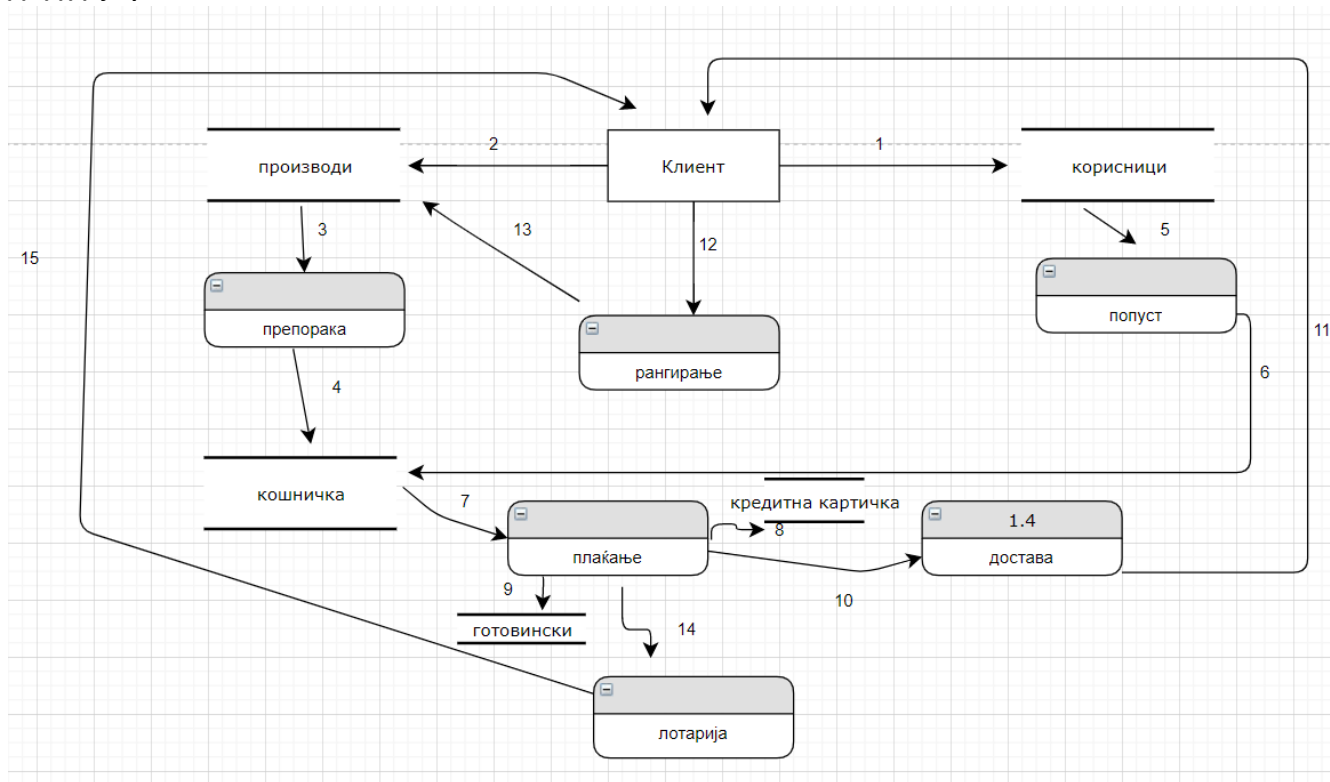
5) Под-системи на веб продавница

Системи за: препорака, достава, плаќање, попуст, лотарија, кошничка, рангирање

6) Техничка физибилност на системот

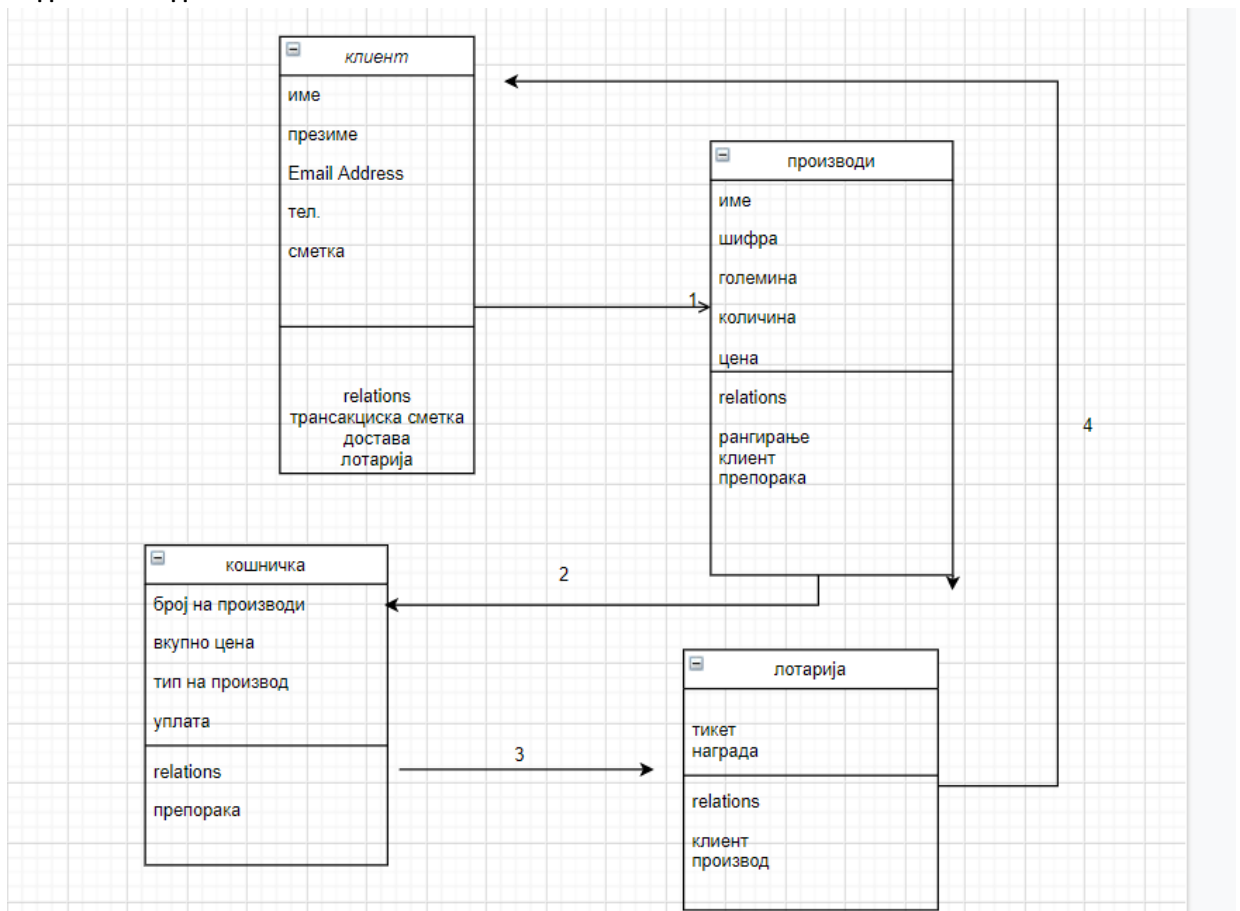
Група функционалности	Технологија	Предности	Слабости
Достава	Моторни возила(автомобил, комбе, електричен мотор)	Бесплатна до домот на клиентот во било какви услови(карантин или пандемија, временски)	Задочнета или оштетена достава
Препорака	Систем за одредување на препораки на клиентите	Остварување дополнителна продажба	Можни несоодветни препораки
Рангирање	Рангирачки систем на производите	Полесно наоѓање на најдобрите производи според останатите клиенти	Нереални рангирања и безсмислени коментари, игнорирање на некои производи
Попуст	Систем за одредување на попуст на клиентот	Поредовен клиент поголем попуст	Неточно искалкулиран попуст, непронаоѓање на клиентот за попуст
Плаќање	Систем за плаќање готовински или преку кредитна картичка	Поедноставен, побрз и побезбеден начин	Измама преку кредитни картички
Кошничка	Систем за кошничка и нејзино функционирање и понатамошно остварување на плаќање	Можност за преглед на одредени производи, складирање, споредба и пресметка на цена со попустот	Малку посложен систем со можност за неснаодливост на клиентите
Лотарија	Систем за одржување на лотарија и извлекување награди	Поттик на клиентите за поголема интеракција, зголемена продажба	“Нерегуларно” извлекување на наградата, незадоволство кај некои клиенти

7) ДФД Дијаграм

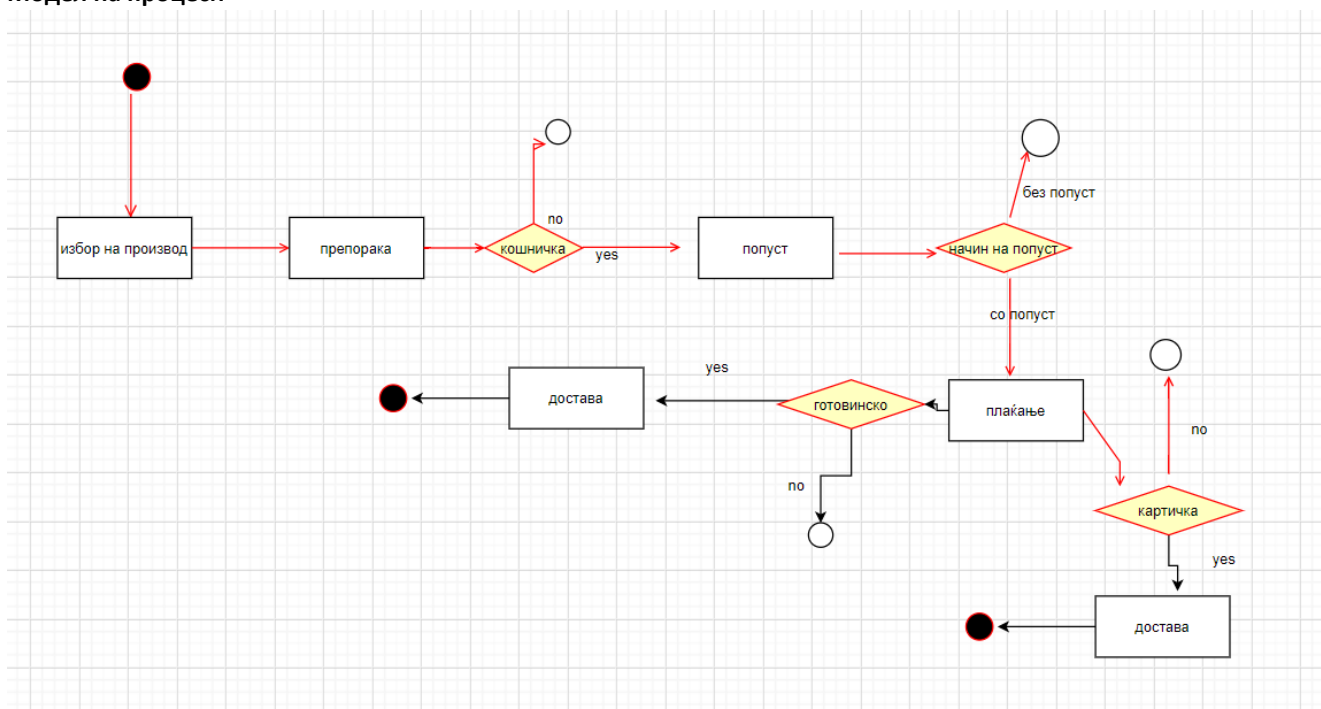


1. Внес на податоци од клиент
2. Избор на продукт
3. Препорака и приказ на други слични продукти
4. Внесување на избраниот продукт во кошничка
5. Попуст на редовен клиент
6. Приказ на цена доколку има попуст
7. Извршување на продажба
8. Продажба преку кредитна картичка
9. Продажба преку готовинско плаќање
10. Испорака по “карго”
11. Достава до клиент
12. Коментари и рангирање
13. Внесување на рангот за продуктот
14. Доделување на тикет за лотарија
15. Извлекување на лотарија

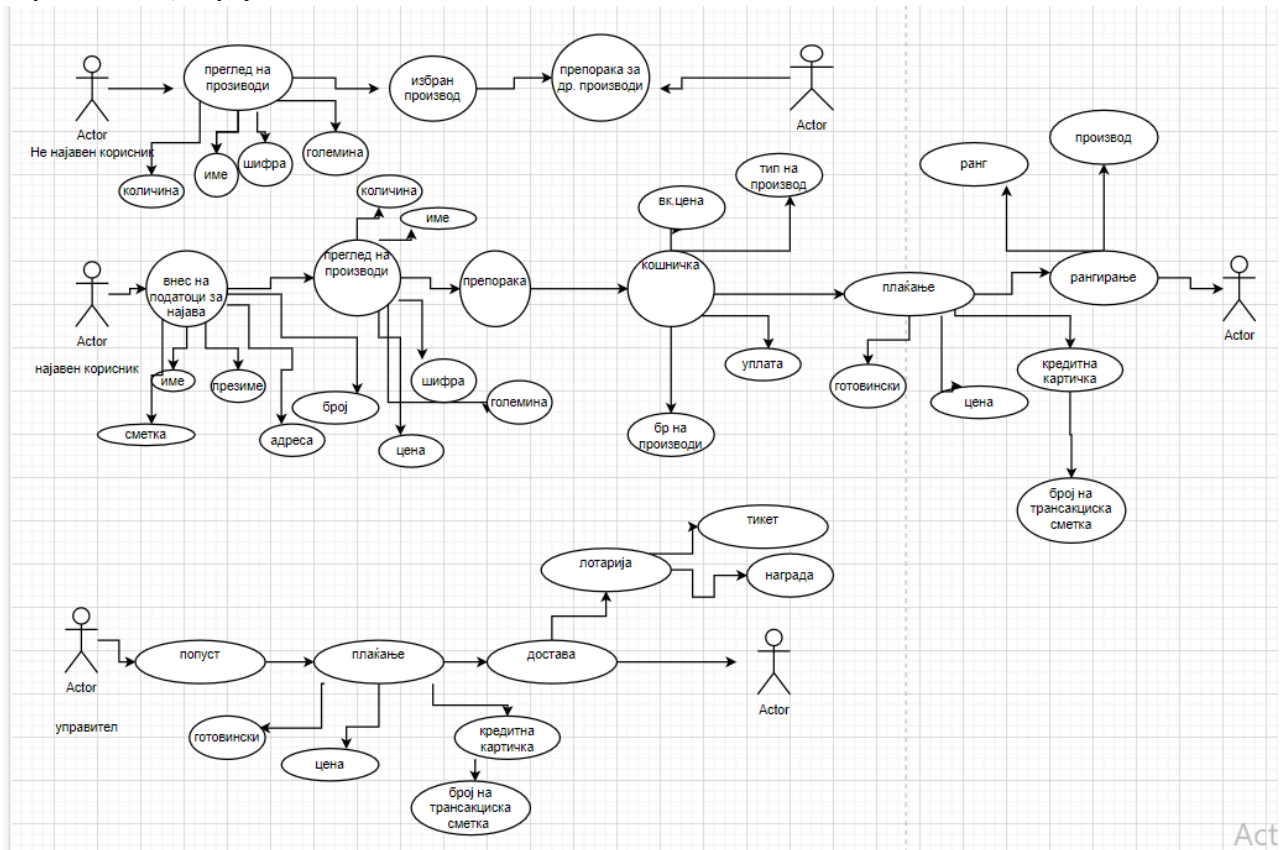
8) Податочен модел



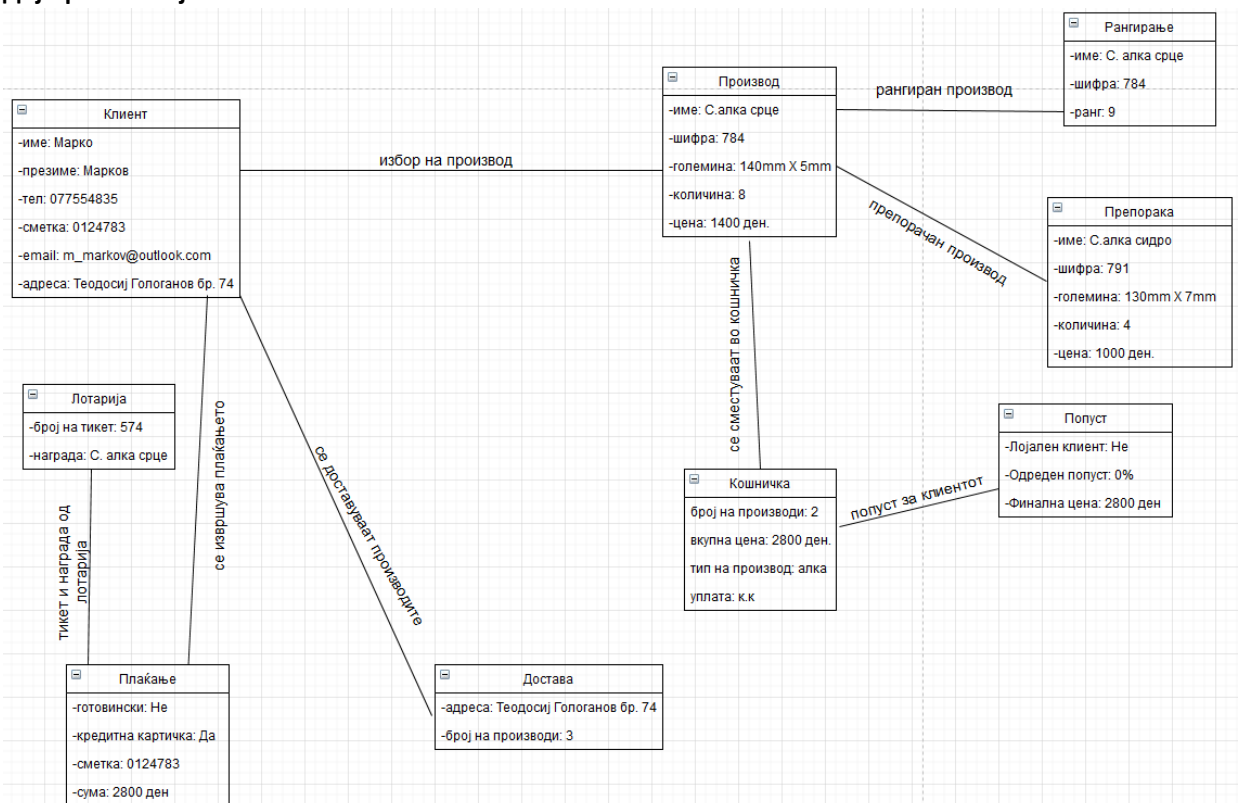
9) Модел на процеси



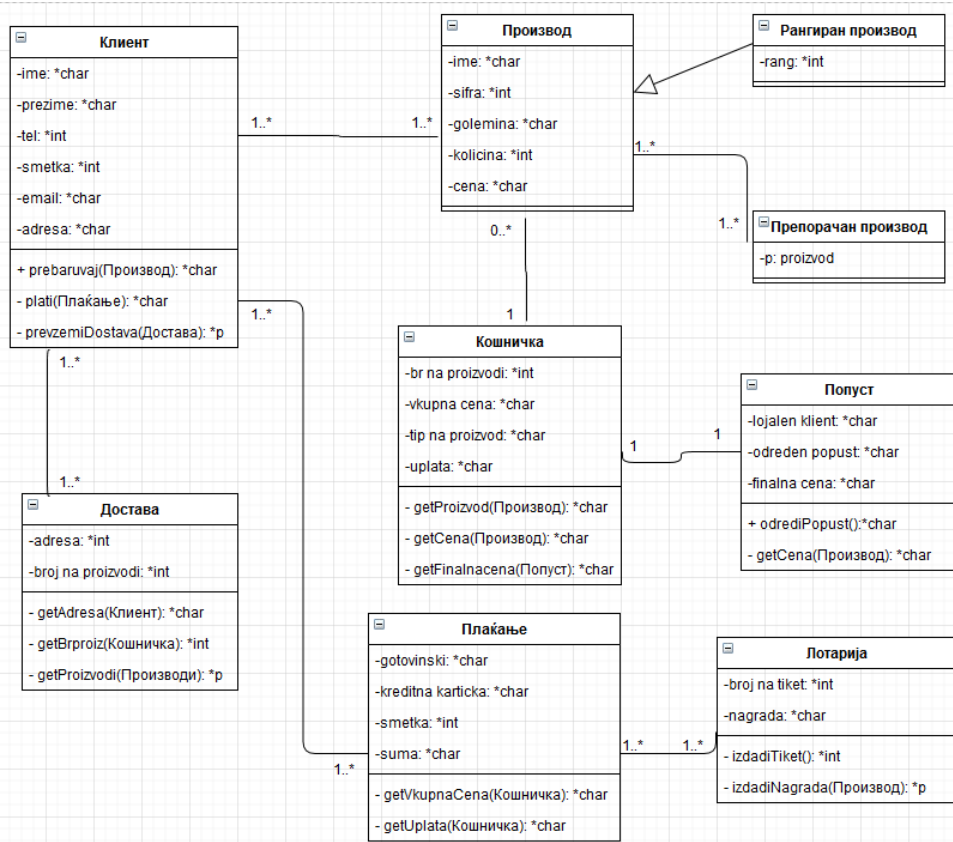
10) Кориснички сценарија



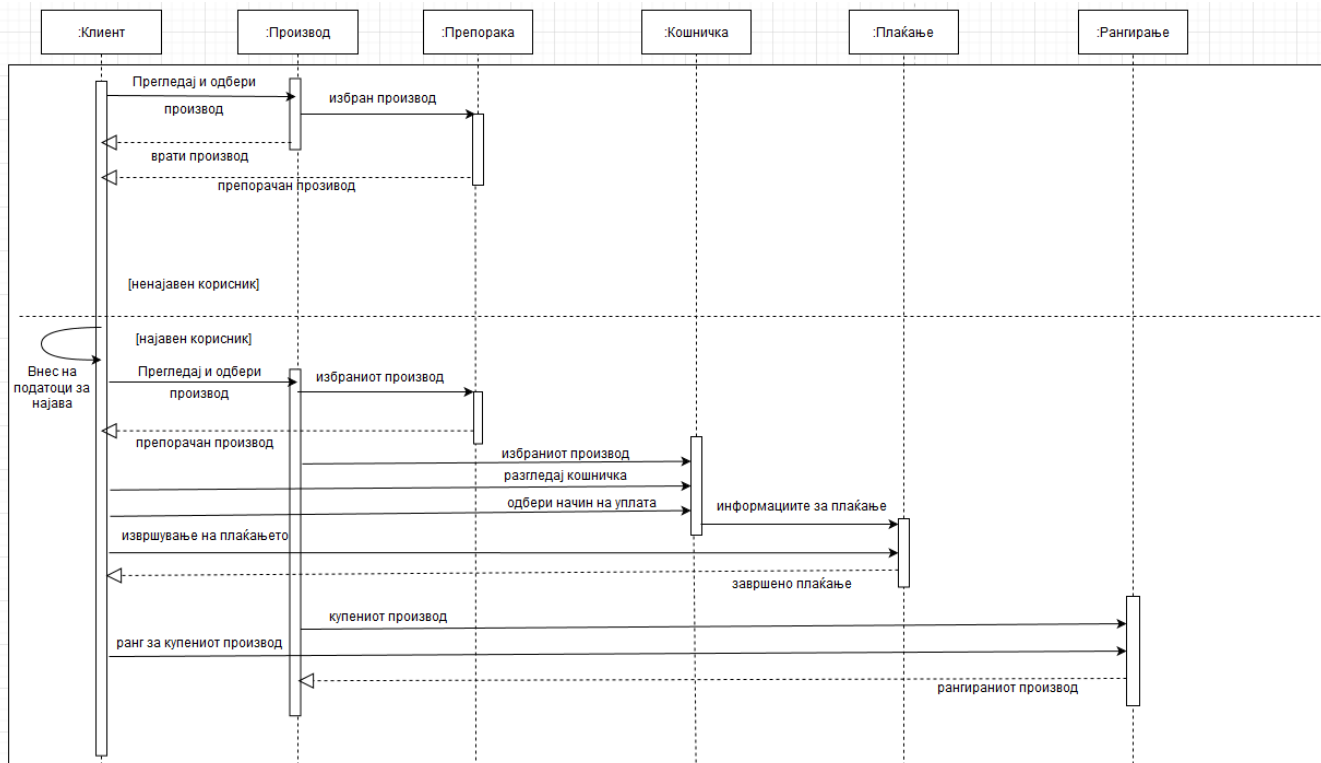
11) Дијаграм на објекти



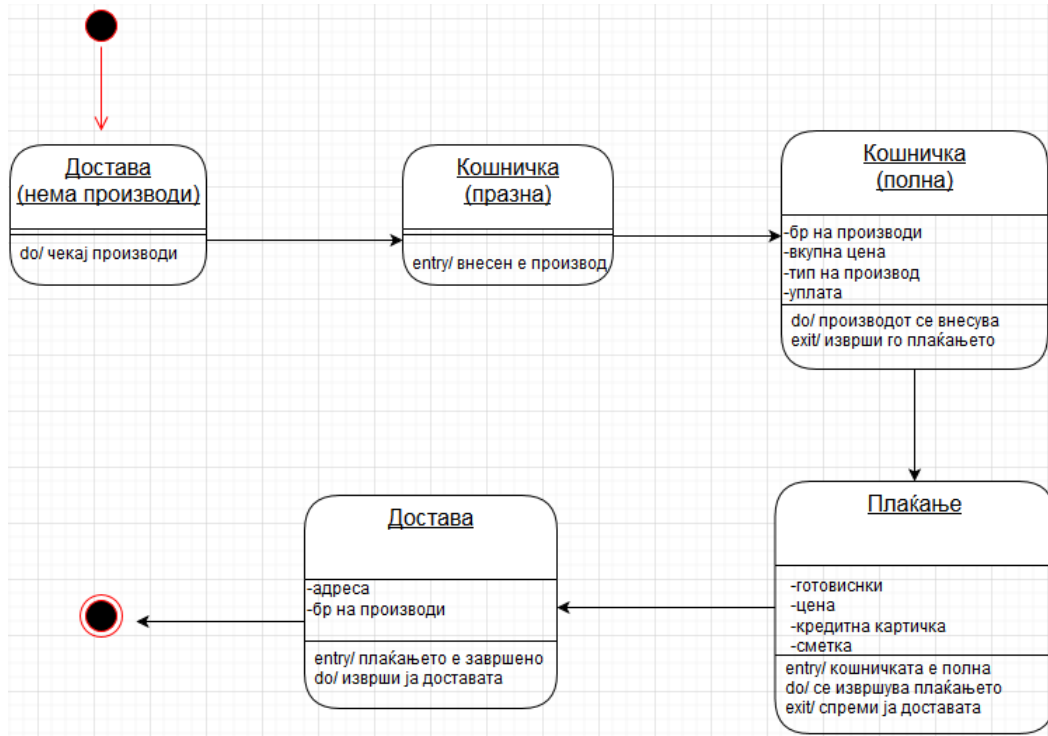
12) Класен дијаграм



13) Секвентен дијаграм

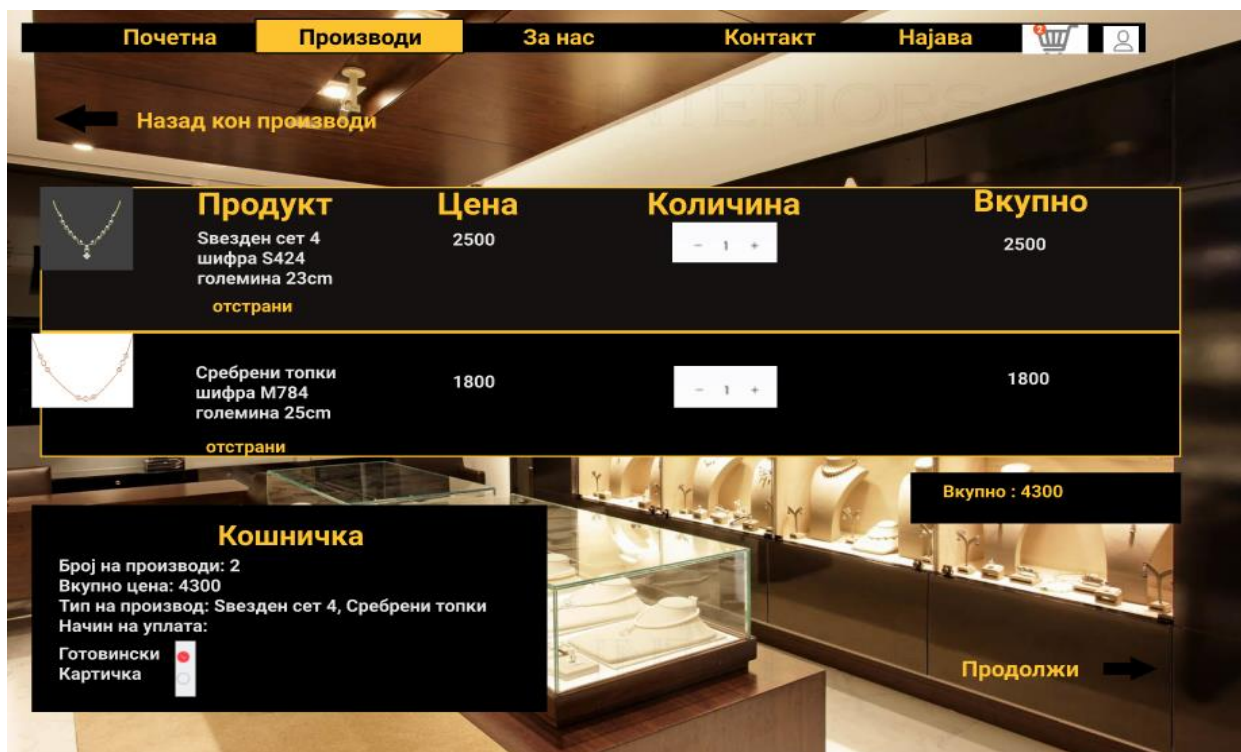
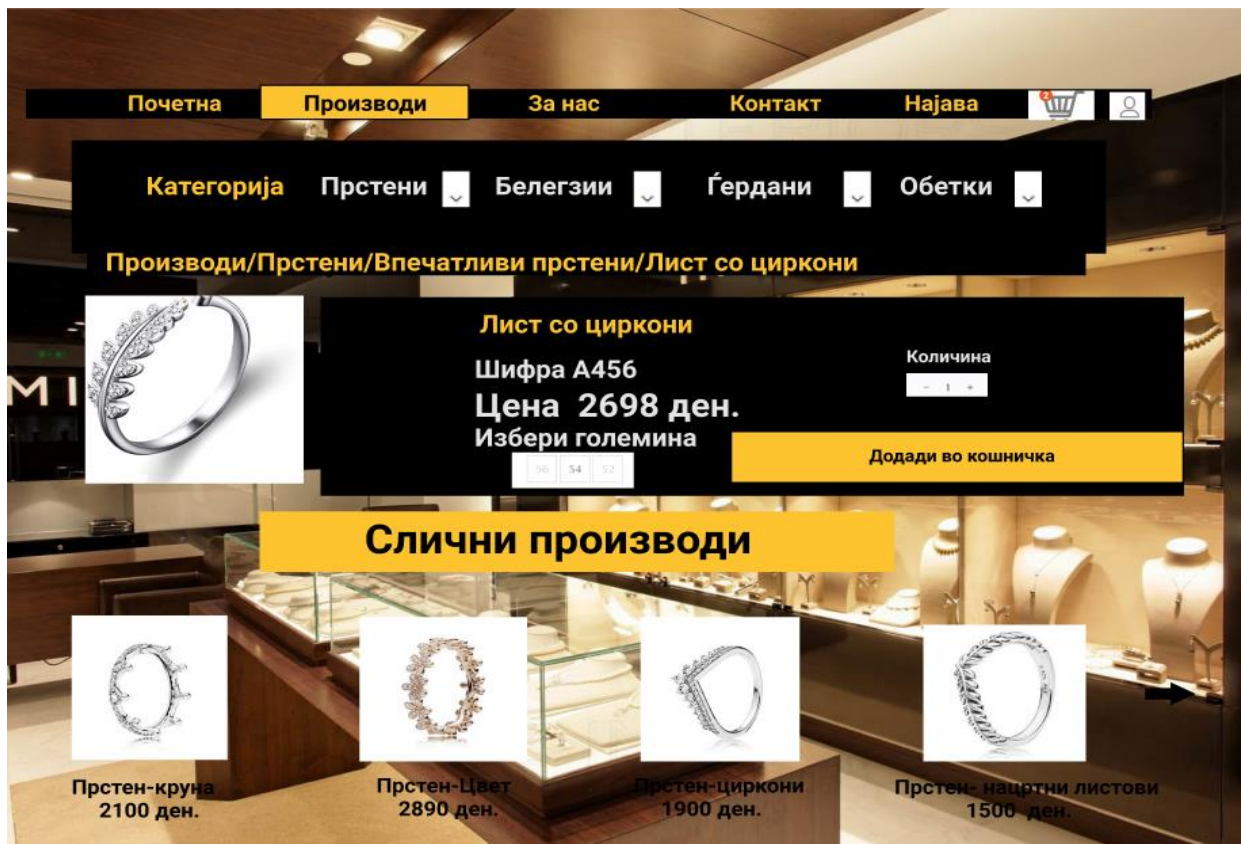


14) Дијаграм на промена на состојби



Во текот на целата домашна работа соработката беше совршена. Заеднички се работеше на сите точки и барања, со константно консултирање и разменување идеи и мислења. Ги корегиравме пропустите од првата домашна работа, односно ishikawa дијаграмот и подсистем за кошничка, и направивме понатамошни измени. Замена на делот за натпревар со лотарија беше посоодветно за нашиот систем, со тоа следувахе и промена на првичниот креиран ДФД дијаграм, секако следуваа и промени во податочниот дијаграм и корисничките сценарија за истата цел. Понатаму во податочниот дијаграм откиривме за мал пропуст во атрибутите за цена на производи што истото го корегиравме, со што понатамошно моделот на процеси беше полесен за имплементација. Корисничките сценарија, како и објектниот и класниот дијаграм се надоврзуваат на претходните дијаграми без потешкотии, но при креирањето на секвентниот дијаграм се забележува грешка кај корисничкото сценарио кај најавениот корисник, првично креирано само до кошничка без делот за плаќање и рангирање, со што се надолунава и комплетира истото корисничко сценарио. Крајно дијаграмот на промена на состојби прилично лесно се имплементираше бидејќи сите претходни елементи беа точно дефинирани и завршени само текот на целиот систем да се опише, па на тој начин успешно ја завршуваме втората домашна работа благодарјќи на перфектната соработка.

15) Генерира мокап на корисничкиот интерфејс за клучните страници на веб продавницата



-Стефани Алексоска 151180

Атанас Мартиновски 173080

Стефани Алексоска 151180

Почетна Производи За нас Контакт Најава

← Назад кон кошничка

Одбери начин на плаќање

☐ ГОТОВИНСКИ
 ☒ КРЕДИТНА КАРТИЧКА

Кредитна картичка: Visa

Име: Марко Марковски


Број на сметка: *****

Пин: ****

Повторно Пин: ****

Вкупна цена: 5000ден.

Продолжи кон достава



Почетна Производи За нас Контакт Најава

← Назад кон плаќање

Достава

Адреса

Град: Скопје

Улица: Волгоградска

Број: 51

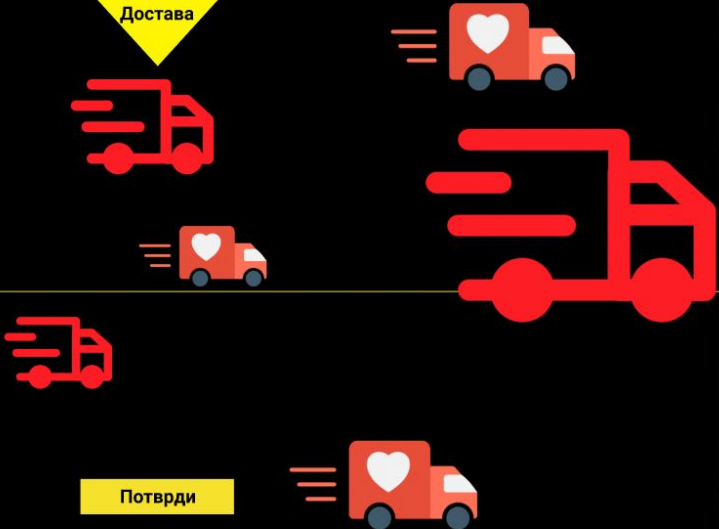
Производи: 2

Лотарија

Тикет: ☒ Да ☐ Не

Награда: Нема

Потврди



-Атанас Мартиновски 173080

Атанас Мартиновски 173080

Стефани Алексоска 151180

16) Образложи и дефинира содржината и типот на извештаите што се потребни за да се оствари бизнис случајот

Редовни извештаи

Извештај на залиха на производите од целата продавница

Целта на редовниот извештај ни е да се води сметка колкав е бројот на производи кои што се ги поседува оваа продавница.

Овие извештаи се потребни бидејќи освен што може да се виде бројот на производи може да се забележи и колкав е напредокот, колку е продаван еден производ спрема бројот на останати продукти од тој производ, дали е доволен бројот на производи за залиха.

Информацијата ќе се користи така што ќе служи за да дознаеме кои производи се повеќе продавани и дали има потреба од поголема залиха конкретно за тој производ.

Извештајот содржи податоци за сите производи од страна на накит како обетки, белегзии, ланчиња, прстени, како и нивни резерви.

Годишен извештај

Накит	Обетки	Ланче	Белегзии	Прстени
Залиха	300	450	600	270
Резерви	50	45	60	24

Месечен извештај

Накит	Обетки	Ланче	Белегзии	Прстени
Залиха	25	37	50	22
Резерви	4	4	5	2

-Стефани Алексоска 151180

Ад хок извештаи

Ад хок извештај е извештај кој се изработува по потреба, за разлика од редовните кои секогаш се прават, ад хок извештајот се прави поради одредена причина и има точна цел која треба да ја исполни. Извештајот се прави за еднократна употреба за специфична цел користејќи информации од различни извори. Подоле ќе разгледаме ад хок извештај за партнерства и за оштетена роба.

Ад хок извештај за партнерства

Овој извештај со своите прецизни податоци има за цел да покаже кои се партнерите во нашата компанија и секако нивниот удел, што би можело да води кон успех или загуба. Извештајот најчесто ќе се користи во печатена форма но секогаш постои и опцијата за презентациски формат користејќи проектор. Изложените информации не се јавни, треба да се внимава со нивно користење за да се избегнат различни проблеми со приватноста и сигурноста на сите компании.

Партнери	Партнер 1	Партнер 2	Партнер 3	Партнер 4
Удел	3%	10%	5%	3%

-Атанас Мартиновски 173080

Атанас Мартиновски 173080

Стефани Алексоска 151180

Ад хок извештај за оштетена роба

Преку овој извештај ќе се истакнат процентите на оштетена роба на производи при достава во минатите 6 месеци. Извештајот се прави по потреба која може да е предизвикана од неколку причини како главна може да се напомене незадоволство кај клиентите, на тој начин разгледувајќи и заклучувајќи кои фактори влијаат за незадоволството и понатамошни потенцијални решенија за настанати проблеми. Презентирањето на информациите може да бидат и во печатена форма и електронска. Сите информации се прецизни и не се јавни што значи треба да се внимава на приватноста и сигурноста. Секако компанијата ќе цели овие бројки да бидат што е можно помали за поголем успех во иднина.

Месеци	Јули	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
Процент на оштетена роба	3.2%	2.4%	2.9%	2.5%	2.7%	3.4%

-Атанас Мартиновски 173080

17) Да се напишат кориснички стории (приказни) за препораката и креирање на нарачка од веб продавницата

Дарко има за цел да купи сребрена бразлета за подарок. Тој нема кориснички профил на веб продавницата па затоа креира нов. Откако Дарко го креира профилот и се најавува, од почетната страна навигира кон менито за производи. Во новиот прозорец од категории избира бразлети и продолжува со листање низ прозорецот за посакуваната бразлета. Ја избира соодветната бразлета, и при изборот под неа се појавуваат препораки за слични производи, при што Дарко се решава да го прошири подарокот и да купи и сребрен прстен благодарение на препораките.

-Стефани Алексоска 151180

Елена сака да си купи сет сребрени ланчиња. Таа претходно веќе ја има користено веб продавницата и има креирано кориснички профил па затоа прво се најавува. На почетната страница се упатува кон менито за производи и од новиот прозорец во категориите избира ланчиња. Со листање низ производите го пронаоѓа соодветниот сет ланчиња, со изборот за детали под производот се појавуваат препораките со слични производи но Елена не беше воодушевена со сличните продукти па затоа се одлучува да го купи само одбраниот сет ланчиња.

-Стефани Алексоска 151180

Викторија има желба да купи класични обетки па се одлучува тоа да го направи од нашата веб продавница. Како корисник кој прв пат се вклучува на веб продавницата таа започнува со креирањето на својот профил со внесување на сите потребни информации. Откако завршува со креирање на својот профил, од почетната страница го вклучува менито за производи, кај што се прикажуваат сите достапни производи. Преку изборот за категории го лимитира приказот само на обетки и започнува со листање низ производите. По одредено време ги наоѓа преферираните обетки па при изборот на страната се прикажуваат препораките од слични производи. Викторија немаше намера да купи некој друг продукт, но во препораките забележува прстен кој многу и се

Атанас Мартиновски 173080

Стефани Алексоска 151180

допаѓа па се решава и тој да го купи со што и целта на препораките е успешна. Следно, навигира кон кошничката за преглед на производите па бидејќи е нов член не и следува попуст за производите но затоа во иднина има голема веројатност да продолжи да купува накит од истата веб продавница и да оствари и дополнителен попуст. Продолжува кон прозорецот за плаќање каде што се одлучува за плаќање преку кредитна картичка, на тој начин внесувајќи ги потребните информации за остварување на плаќањето. Со завршувањето на плаќањето следува прозорецот за достава каде што Викторија ја внесува својата адреса и проверува дали е точен автоматски внесениот број на производи кои треба да и се достават. Исто така забележува дека и се доделува и тикет за лотарија за понатамошно извлекување, а бидејќи до сега не и била извлечена награда при доставата не следува награда од лотаријата. После се тоа Викторија успева успешно да изврши нарачка од веб продавницата.

-Атанас Мартиновски 173080

Роберт сака да ја изненади својата сестра со поелегантен подарок па како долготраен корисник на нашата веб продавница секако нема двоумење каде би го барал соодветниот подарок. Се поврзува на веб продавницата и веднаш се најавува со своите креденцијали. Искуството кое претходно го стекнал на нашата веб продавница му олеснува при потрагата и тој полесно навигира низ менијата. Од почетната страница ги отвора достапните производи преку изборот на менито па се префрлува во нов прозорец. Веднаш ја специфицира категоријата за ланчиња и продолжува со листање низ производите. После кратко време го забележува соодветното ланче според преференците на неговата сестра, па при изборот се појавуваат препораките, но Роберт е одлучен само за тој производ при што не обрнува големо внимание на нив. Се упатува кон кошничката за преглед и забележува дека како долготраен клиент добива попуст на цената за ланчето и се останато е како што треба па продолжува кон плаќањето. Како и во претходните куповини така и овој пат Роберт се одлучува за плаќање преку кредитна картичка и ги внесува неговите податоци за плаќањето и следствено иде кон финализирање на нарачката со достава. Во прозорецот за достава лесно се снаоѓа и ја внесува адресата. За жал, овој пат тој не е добитник на награда од лотаријата но секако го потврдува изборот за тикет за лотаријата па на тој начин ја завршува нарачката за потребниот подарок.

-Атанас Мартиновски 173080

