**پروژه دوم درس MIS**

**فاز اول**

**سند Envisioning محصول**

**گروه شماره 6**

**آترین مرتضی قاسمی 95104328**

**الهه رحمتی 95103923**

**نام استاد: دکتر مسلم حبیبی**

**فهرست**

[**بخش اول : چشم‌انداز محصول Product Vision 3**](#_Toc59884468)

[**مشتریان و یا کاربران هدف 3**](#_Toc59884469)

[**حوزه‌های ارزش ذی‌نفعان 3**](#_Toc59884470)

[**ویژگی‌های منحصربفرد محصول طبق فرمت‌های استاندارد 6**](#_Toc59884471)

[**بیانیه چشم‌انداز محصول ( Product Vision Statement ) 6**](#_Toc59884472)

[**بخش دوم : داستان کاربری User Stories 7**](#_Toc59884473)

[**بخش سوم : نیازمندی‌های عملکردی و محدودیت‌ها 10**](#_Toc59884474)

[**نیازمندی‌های عملکردی Functional Requirements 10**](#_Toc59884475)

[**محدودیت‌ها Constraints 12**](#_Toc59884476)

[**منابع 14**](#_Toc59884477)

# بخش اول : چشم‌انداز محصول Product Vision

تمامی موارد مطرح شده در این بخش، با مطالعه و بررسی منبع معتبر وبسایت OReilly و فصل 17کتاب Essential Scrum : A Pratical Guide to the Most Popular Agile Process نوشته شده است.

## **مشتریان و یا کاربران هدف**

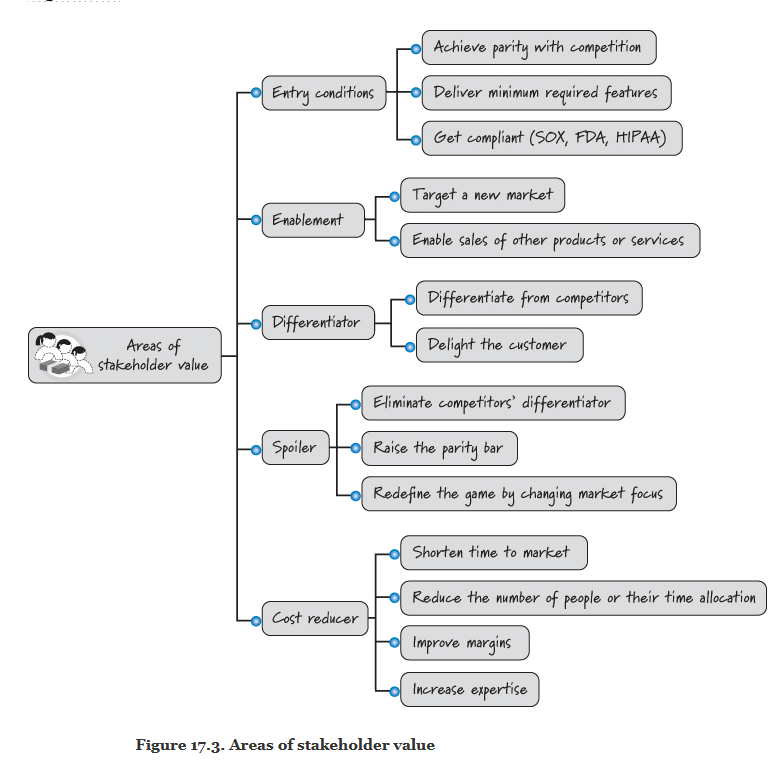
طبق صورت پروژه، در اولین بخش تعریف چشم‌انداز محصول، به شناسایی مشتریان یا همان کاربران هدف محصول می‌پردازیم تا بتوانیم دید اولیه‌ای از کلیت محصول در نظر گرفته شده، داشته باشیم.

کاربران محصول ما در سه دسته کلی قرار می‌گیرند:

1. **مشتریان:** مشتریان در واقع همان افرادی هستند که به دنبال خرید کالاهای مدنظر خود از فروشگاه‌های آنلاین هستند. این افراد با مراجعه به وبسایت ما و ثبت‌نام، می‌توانند اطلاعات فروشگاه‌های مختلف را ببینند و بعد از بررسی کالاها، خرید خود را انجام دهند.
2. **صاحب فروشگاه:** این کاربران هم صاحبان فروشگاه‌های مختلفی هستند که به دنبال این هستند تا از طریق حضور در فضای وب در سایت شرکت ما، فروش کالاهای خودشان را افزایش دهند و درواقع تامین‌کننده کالاهای مشتریان ما هستند.
3. **پیک موتوری:** پیک‌های موتوری هم افرادی هستند که وسیله نقلیه موتوری دارند و می‌خواهند از طریق جابجایی کالاها و دریافت آنها از فروشگاه و تحویل به مشتری، درامد کسب کنند و به این شکل در محصول ما، به عنوان کاربر در نظر گرفته می‌شوند.

## **حوزه‌های ارزش ذی‌نفعان**

حوزه‌های ارزش ذی‌نفعان در دسته‌های مختلفی تعریف می‌شود و در نظر گرفته می‌شود که برای هر محصول، می‌توان برخی از این حوزه‌ها را در نظر گرفت و آنها را شرح داد که محصول ما چطور می‌تواند در این حوزه‌ها برای ذی‌نفعان ارزش ایجاد کند.

تصویر زیر، نشان می‌دهد که این حوزه‌ها چه مواردی می‌توانند باشند و در هر یک، محصول می‌تواند چه ارزشی را خلق کند.

برای محصول شرح داده شده در صورت پروژه هم، می‌توانیم برخی از این حوزه‌های ارزش را در نظر بگیریم که در جدول زیر، به همراه توضیحاتشان آورده شده‌اند :

|  |  |
| --- | --- |
| **حوزه ارزش** | **شرح** |
| کاهش‌دهنده هزینه / صرفه‌جویی در زمان | محصول ما می‌تواند از طریق در اختیار قرار دادن لیست کاملی از کالاهای فروشگاه‌های نزدیک به هر مشتری، در زمان و هزینه صرف شده توسط این مشتریان در حالت عادی (مراجعه تک تک و حضوری) کاهش چشم‌گیری ایجاد کند. |
| فعال کردن | این محصول می‌تواند بازار جدید پیک‌های موتوری را که قبلا در این فرایند خرید لباس نقشی نداشتند هم فعال کند و آنها را هم در این فرایند دخالت دهد.  همچنین فروشگاه‌ها هم از این طریق حضور آنلاین خود را فعال می‌کنند و مشتریان به مراتب خیلی بیشتری نسبت به حالت عادی محصولات آنها را بازدید می‌کنند. |
| تمایزدهنده / ایجاد حس خوشحالی در مشتری | این محصول جدید، کاملا متفاوت از فروشگاه‌های لباس سنتی است و یک تجربه جدید و خوشایند را برای مشتریان از طریق امکان بررسی و مقایسه فروشگاه‌های مختلف با هم از خانه‌شان رقم می‌زند و کمکشان می‌کند تا تصمیم آگاهانه‌ای حین خرید لباس مدنظرشان بگیرند. |
| شرایط ورود : داشتن حداقل ویژگی‌های ضروری | خرید لباس همیشه برای مشتریان این نگرانی را ایجاد می‌کند که اگر سایز مناسبی نداشت یا به اصطلاح توی تن خوب قرار نگرفت، بتوانند آن را پس بدهند که در محصول ما گنجانده شده است. |
| افزایش سطح رقابت و نوار برابری بازار | با ارائه تمامی محصولات به صورت آنلاین، فروشگاه‌هایی که همچنان به صورت آفلاین کار می‌کنند دچار هرج‌ومرج گسترده‌ای می‌شوند که ممکن است تعداد زیادی از مراجعان حضوری‌شان را از دست بدهند. امکان جستجوی آنلاین و در اختیار داشتن لیست تمامی محصولات فروشگاه‌ها و خرید آنلاین دیگر نُرم بازار لباس خواهد شد و این بازار دستخوش تحولات جدی می‌شود. |

## **ویژگی‌های منحصربفرد محصول طبق فرمت‌های استاندارد**

در گام بعدی تعریف چشم‌انداز محصول، می‌خواهیم ویژگی‌های اصلی و منحصر بفرد محصولمان را شرح دهیم تا در نهایت به چشم‌انداز محصول طبق فرمت‌های استاندارد برسیم.

* امکان جستجو، مقایسه و بررسی محصولات فروشگاه‌های مختلف لباس برای مشتریان
* امکان ایجاد حساب برای صاحبان فروشگاه‌ها و آپدیت لیست کالاهای آنها به صورت real-time
* امکان فعالیت پیک‌های موتوری به صورت درخواستی ( مثل راننده‌های اسنپ و تپسی ) و تایید یا رد هر سفارش بسته به وضعیت پیک
* امکان مشاهده وضعیت سفارش درخواستی توسط مشتری و مشاهده مکان فعالی پیک موتوری که قرار است سفارش را به دست مشتری برساند
* بررسی و استعلام موجود بودن محصولات درخواست شده در سفارش مشتری توسط سامانه و تایید عدم وجود مشکل در سفارش مشتری
* امکان ذخیره‌سازی لیست خرید کاربر در صورت ناموفق بودن پرداخت وجه سفارش
* امکان ثبت امتیاز و نظر مشتری به فروشگاه لباس و پیک موتوری و ارزیابی آنها
* امکان مرجوع کردن کالای خریداری شده پس از تایید تیم پشتیبانی

## **بیانیه چشم‌انداز محصول ( Product Vision Statement )**

در نهایت با جمع‌بندی تمامی موارد بالا که در صورت پروژه ذکر شده است، می‌خواهیم در یک قالب استاندارد بیانیه چشم‌انداز محصولمان را تهیه کنیم. طبق منبع ذکر شده، فرمت‌های مختلفی برای تهیه این بیانیه وجود دارد که ما فرمت Elevator Statement را برای این بیانیه انتخاب کردیم. در این فرمت استاندارد، متن بیانیه باید در حد یک دقیقه قابلیت گفته شدن داشته باشد.

**متن بیانیه:**

" محصول ما یک پلتفرم آنلاین خرید لباس است که مشتریان را به فروشگاه‌های لباس به صورت آنلاین وصل می‌کند و به آنها قابلیت جستجو، مقایسه و انتخاب میان محصولات مختلف فروشگاه‌های لباس در محدوده هر مشتری را می‌دهد.

مشتریان، سریع‌تر و با صرف هزینه کمتر میان گزینه‌های مختلف، محصول خود را به صورت امن می‌خرند و به موقع توسط پیک‌های موتوری ما آنها را تحویل می‌گیرند. در صورت عدم رضایتشان هم می‌توانند کالاها را مرجوع کنند.

صاحبان فروشگاه‌ها هم ویترین آنلاین فروشگاه خود را می‌سازند و تعداد مراجعان خود را که مشتریان بالقوه خود هستند، به صورت چشم‌گیری افزایش می‌دهند و می‌توانند خود را میان سایر فروشگاه‌های رقیب از طریق ارزیابی که توسط مشتریان انجام می‌شود، مطرح کنند."

# بخش دوم : داستان کاربری User Stories

تمامی موارد مطرح شده در این بخش، با مطالعه و بررسی منبع معتبر وبسایت OReilly و فصل 5 کتاب Essential Scrum : A Pratical Guide to the Most Popular Agile Process نوشته شده است.

ابتدا با تعریف ساده ای از داستان کاربری شروع می‌کنیم. داستان‌های کاربری فرمت ساده و قابل درکی برای نشان دادن ارزش موردنیاز کسب‌وکار هستند که هم برای افراد فنی و هم برای افراد بیزنسی قابل درک هستند.

طبق توضیحات مرجع، یکی از راه‌های متداول بیان کردن داستان‌های کاربری، استفاده از فرمت زیر است:

* **عنوان داستان کاربری:** به عنوان یک «نقش کاربر»، من می‌خواهم که «هدف» را داشته باشم ( انجام بدهم) تا بتوانم به «سود و فایده» برسم.

در اینجا، ما هم برای تعریف داستان‌های کاربری‌مان از این فرمت استفاده می‌کنیم تا به صورت شفاف و خلاصه از دید کاربران مختلف محصولمان، بتوانیم user story مربوطه را تعریف کنیم و در سند Envisioning محصول بیاوریم.

داستان‌های کاربری زیر همگی طبق فرمت توضیح داده شده در بالا تعریف شده‌اند:

**داستان‌های کاربری مربوط به مشتریان و کاربران متداول سامانه)**

* به عنوان یک مشتری، من می‌خواهم که بدانم آیا سفارش من به طور کامل و به موقع در اختیار من قرار می‌گیرد یا نه تا بتوانم از خریدم مطمئن باشم و حین تحویل در منزل حضور داشته باشم.
* به عنوان یک مشتری، می‌خواهم که قابلیت مرجوع کردن کالاهای سفارش داده شده‌ام را داشته باشم تا بتوانم در صورت عدم رضایت ( ناشی از جنس، سایز یا ..) از کالا، وجه واریزی را پس بگیرم و کالاها را بدون مشکل به فروشگاه برگردانم.
* به عنوان یک کاربر متداول سامانه، می‌خواهم که قابلیت جستجوی نزدیک‌ترین فروشگاه‌های لباس به محل زندگیم را داشته باشم تا بتوانم سفارشات را در کم‌ترین زمان ممکن تحویل بگیرم و از فروشگاه‌های محبوبم خرید کنم.
* به عنوان یک کاربر متداول سامانه، می‌خواهم که لیست کالاهای موجود تمامی فروشگاه‌های لباس را ببینم و بتوانم بین گزینه‌های مختلف بررسی و مقایسه انجام دهم تا بتوانم بهترین تصمیم را برای خرید کالای موردنیازم بین فروشگاه‌های مختلف داشته باشم.
* به عنوان یک مشتری، می‌خواهم که قابلیت پیگیری و مشاهده وضعیت سفارشم را از طریق اطلاع از مکان فعلی پیک موتوری مربوطه داشته باشم تا خیالم راحت باشد که سفارش در حال رسیدن است و کی باید آماده تحویل گرفتن آن باشم.
* به عنوان یک مشتری، می‌خواهم که امکان امتیاز دادن به فروشگاه‌ها و پیک‌های موتوری را داشته باشم تا بتوانم عملکرد آنها را ارزیابی کنم و همچنین از دیدن امتیازاتی که بقیه به آنها داده‌اند، تصمیم بهتری برای سفارشم بگیرم.
* به عنوان یک کاربر متداول سامانه، می‌خواهم که لیست خریدم در حسابم ذخیره شود تا بتوانم هر زمان که لازم شد آن را سریعا سفارش دهم و از وضعیت کالاهای لیست خریدم اطلاع داشته باشم.

**داستان‌های کاربری مربوط به صاحبان فروشگاه‌ها و پیک‌های موتوری)**

* به عنوان یک صاحب فروشگاه، می‌خواهم اطلاعات دقیق فروشگاهم از قبیل آدرس، مشخصات، ساعات کاری و .. در حسابم ثبت شود تا کاربران سامانه بتوانند با فروشگاه من کاملا آشنا شوند.
* به عنوان یک صاحب فروشگاه، می‌خواهم لیست کامل محصولاتم را با توضیحات، مشخصات و تصاویر روی سامانه ثبت کنم و همچنین به صورت real-time لیست محصولات را بروز کنم تا مشتریان بتوانند محصولات من را به صورت کامل ببینند، با محصولات جدیدم آشنا شوند و محصولاتی که دیگر موجود نیستند را هم متوجه بشوند.
* به عنوان یک صاحب فروشگاه، می‌خواهم که بالافاصله پس از ثبت درخواست معتبر توسط یک مشتری، به من اطلاع‌رسانی شود تا بتوانم سریعا سفارش مشتری را آماده و بسته‌بندی کنم و دراختیار پیک مربوطه قرار بدهم.
* به عنوان یک صاحب فروشگاه، می‌خواهم که مشتریان به فروشگاه من و محصولاتم امتیاز بدهند و بقیه کاربران ببینند تا بتوانم با ارائه محصولات خوب، نظر کاربران بیشتری را به خودم جلب کنم و فروشم را افزایش بدهم.
* به عنوان یک پیک موتوری، می‌خواهم که نزدیک‌ترین سفارشات به محل من در سامانه برای من مشخص شود تا بتوانم در کوتاه‌ترین زمان و سریعا سفارش را از فروشگاه تحویل بگیرم و به مشتری تحویل بدهم.
* به عنوان یک پیک موتوری، می‌خواهم که قابلیت تایید یا رد کردن سفارشات را داشته باشم تا بتوانم فقط سفارشاتی را که خودم می‌خواهم تایید کنم و کار تحویل آن را انجام دهم.
* به عنوان یک پیک موتوری، می‌خواهم که کاربران به عملکرد من امتیاز دهند و سایرین بتوانند این امتیازات را ملاحظه کنند تا بتوانم با عملکرد خوب خودم، سفارشات بیشتری را بگیرم و درامد بیشتری کسب کنم.‌

# بخش سوم : نیازمندی‌های عملکردی و محدودیت‌ها

موارد مطرح شده در این بخش با بررسی و تجمیع مفاهیم موجود در فصل 5 و فصل 17 کتاب Essential Scrum : A Pratical Guide to the Most Popular Agile Process نوشته شده است.

## نیازمندی‌های عملکردی Functional Requirements

در زیر، نیازمندی‌های عملکردی که در شرح سیستم در صورت پروژه آورده شده است، در یک لیست آورده شده‌اند.

* زمانی که مشتری اقدام به ثبت نام در سامانه کرد، سامانه باید شماره همراه یا ایمیل مشتری را ثبت کند و بعد از تایید، اجازه ثبت‌نام و تکمیل مشخصات به مشتری بدهد.
* سامانه باید حساب صاحب فروشگاه را فقط بعد از مراجعه حضوری و عقد قرارداد به صورت دستی توسط کارمندان شرکت ثبت کند و امکان باز کردن حساب برای صاحب فروشگاه مثل مشتری وجود ندارد.
* سامانه باید اطلاعات فروشگاه مثل آدرس و ساعات کاری آن را بتواند ثبت کند.
* سامانه باید قابلیت اضافه کردن، حذف و ویرایش لیست کالاهای صاحبان فروشگاه‌ها به همراه مشخصات کالاهایشان را داشته باشد.
* سامانه باید حساب پیک‌های موتوری را فقط بعد از مراجعه حضوری و ثبت مشخصات و وسیله نقلیه باز کند و اجازه فعالیت در سامانه به آنها بدهد.
* سامانه باید بتواند مکان هر پیک موتوری که از وسیله ردیابی وی قابل ردگیری است، به صورت لحظه‌ای ثبت کند و نمایش دهد.
* سامانه باید بتواند فروشگاه‌های لباس نزدیک به هر مشتری و هزینه ارسال هر یک از این فروشگاه‌ها را به هر مشتری نشان دهد.
* سامانه باید قابلیت اینکه هر کاربر لیست خرید خودش را تشکیل دهد و نوع و تعداد کالاهای موردنیازش را در آن وارد کند داشته باشد.
* سامانه باید بتواند لیست کالاهای سفارش مشتری را بررسی کند تا ایرادی از قبیل اینکه کالا موجود نباشد یا در محدوده زمان کاری فروشگاه نباشد، در سفارش وجود نداشته باشد و بتواند آن را تایید کند.
* سامانه باید بتواند از موفقیت آمیز بودن پرداخت الکترونیکی کاربر باخبر شود تا بتواند ادامه فرایند خرید را انجام دهد.
* سامانه باید در صورت ناموفق بودن پرداخت الکترونیکی مشتری، لیست خرید وی را ذخیره و نگهداری کند.
* سامانه باید بعد از دریافت موفق بودن پرداخت کاربر، لیست سفارشات مشتری را به صاحب فروشگاه اعلام کند تا آماده‌سازی خرید شروع شود.
* سامانه باید بعد از دریافت موفق بودن پرداخت کاربر، روی پیک‌های موتوری آنلاین و در دسترس جستجویی انجام دهد تا نزدیک‌ترین موتور برای ارسال سفارش انتخاب شود.
* سامانه باید بعد از پیدا شدن پیک موتوری که درخواست را تایید کرد، اطلاعات خرید و لیست خرید را به پیک موتوری ارسال کند.
* سامانه باید قابلیت این را داشته باشد که هر پیک موتوری امکان تایید یا رد کردن درخواست را داشته باشد.
* سامانه باید تا جایی که یک پیک موتوری، درخواست سفارش را تایید کند پروسه جستجو را ادامه دهد.
* سامانه باید از مشتری بخواهد که نظر خود درباره فروشگاه لباس و پیک موتوری را به همراه امتیازی که به آنها می‌دهد ثبت کند، و این امتیازات و نظرات را برای هر فروشگاه و پیک ثبت و ذخیره کند تا دیگران هم بعدا بتوانند آنها را ببینند.
* سامانه باید امکان مرجوع کردن کالای خریداری شده را داشته باشد و این فرایند را انجام دهد.

## محدودیت‌ها Constraints

طبق تعریف مراجع مختلفی که در بخش منابع آورده شده است، نیازمندی‌های غیرعملکردی یا همان Nonfunctional Requirements ویژگی‌های سیستم از قبیل امنیت، پایایی، عملکرد Performance، نگهداری، مقیاس‌پذیری و قابلیت استفاده را شامل می‌شود که به عنوان **محدودیت‌ها** برای طراحی سیستم در نظر گرفته می‌شوند. پس درواقع محدودیت‌هایی که ما به دنبال آنها هستیم همان Nonfunctional Requirements هستند که در بخش طراحی سیستم قرار دارند و در شرح پروژه مستقیما به این موارد اشاره نشده است اما می‌توانیم برخی از آنها را که جزو موارد متداول معمول برای چنین پلتفرم‌هایی هستند، در نظر بگیریم.

* مشتریان باید بلافاصله پس از ورود موفق به سامانه، رمز عبوری را که در ایمیل یا پیامک تایید برایشان فرستاده شده بود، عوض کنند. همچنین رمز عبور اولیه هیچ‌گاه نباید دوباره استفاده شود.
* هر درخواست ناموفق برای ورود به حساب مشتریان، صاحبان فروشگاه یا پیک‌های موتوری، چه به خاطر نام کاربری چه به خاطر رمز عبور، باید در سیستم ثبت و ذخیره شود و بعد از 3 بار درخواست ناموفق در بازه زمانی کوتاه، حساب موقتا از دسترس خارج شود و ایمیل یا پیامک هشدار برای صاحب حساب ارسال شود.
* در صفحه ورود به حساب کاربر، مشتری یا صاحب فروشگاه یا پیک موتوری، به جز نام کاربری و رمز عبور، یک Captcha هم برای شناسایی درخواست‌های نامعتبر یا جلوگیری از هک شدن‌ حساب‌ها توسط بات‌های مختلف قرار داده شود.
* سامانه باید قابلیت این را داشته باشد که فعالیت 5 میلیون کاربر را پشتیبانی کند و عملکرد بخش‌های مختلف آن دچار هیچ اخلال یا کندی نشود.
* سامانه باید از انواع مرورگرهای مختلف مثل کروم، فایرفاکس، اکسپلرور و سافاری و نسخه‌های بروز شده‌ی آنها پشتیبانی کند.
* سامانه باید قابلیت اینکه پیک‌های موتوری بتوانند عکس پروفایل برای خودشان آپلود کنند را داشته باشد تا مشتریان و فروشگاه‌ها پیک موتوری که هر سفارش به آن تخصیص داده شده را بشناسند.
* سامانه باید بتواند عکس‌های محصولات فروشگاه‌ها را بدون کم کردن از کیفیت تصاویر و یا تغییر در ابعاد آنها آپلود کند و آن را با سرعت مناسبی به کاربران نشان دهد.
* سامانه باید حداقل امتیاز 98 درصدی را از به لحاظ سرعت از سایت‌های معتبر سنجش سرعت و عملکرد وبسایت مثل GTMetrix دریافت کند و آن را در طول زمان حفظ و نگهداری کند.

# منابع

* Essential Scrum : A Pratical Guide to the Most Popular Agile Process Chapter 17
* Essential Scrum : A Pratical Guide to the Most Popular Agile Process Chapter 5
* https://learning.oreilly.com/library/view/essential-scrum-a/9780321700407/ch17.html
* https://learning.oreilly.com/library/view/essential-scrum-a/9780321700407/ch5.html
* <https://reqtest.com/requirements-blog/functional-vs-non-functional-requirements>
* https://www.scaledagileframework.com/nonfunctional-requirements