



دانشکده مهندسی صنایع

دانشگاه صنعتی شریف شریف  
درس MIS

استاد درس:  
دکتر مسلم حبیبی

نام اعضای گروه:  
مهدی محسنی  
محراب کشاورز گیلده  
احسان چشمی

نیم سال دوم  
سال تحصیلی ۹۹-۰۰

## ۱ Product Vision

**چشم انداز محصول توصیف کننده هدف** یک محصول است که با چه قصدی آن را ایجاد کرده ایم و به چه اهدافی در رابطه با مشتریان خود و سایر افراد مرتبط با کسب و کار می‌خواهیم برسیم. چشم انداز محصول وضعیت آینده محصول را توصیف میکند و پتانسیلی که محصول میتواند در آینده داشته باشد و همچنین چالش هایی که در آینده ممکن است برای محصول پیش بیاید را بررسی میکند و طبق آن میتوان تصمیم گرفت که برای رسیدن به آن اهداف تعیین شده باید چه کار هایی را انجام داد. حال برای نوشتن این چشم انداز محصول باید موارد زیر را بررسی بکنیم: مشتریان و کاربران هدف: طبیعتاً در حال حاضر تعداد فروشگاه ها و تنوع فروشگاه هایی که با آن ها قرارداد بسته شده اند کم و محدود هستند. از جمله کار هایی که باید در آینده انجام داد این است که تنوع فروشگاه ها افزایش یابد و قرارداد با انواع مختلف فروشگاه ها مانند فروش کاپشن، انواع شلوار، کت و شلوار مجلسی، لباس های casual بیرونی، لباس های اسپرت و ... بسته شود تا بتوان تعداد کاربرانی که شبکه کسب و کار ما آن را پوشش میدهد بیشتر شود و در واقع بازار هدف خود را بزرگتر کنیم همچنین برای گسترش هرچه بیشتر بازار هدف باید مناطق جغرافیایی تحت پوشش را گسترش داد و از تمامی استان ها و شهر های بزرگشان چندین مغازه را تحت پوشش قرار داد و با آن ها قرارداد بست. اینکار علاوه بر اینکه مدت زمان رسیدن یکسری از سفارشات خاص را سریع تر میکند همچنین باعث میشود که سلاقی افراد مختلف استان ها نیز همگی در یک مکان قرار گیرند و ممکن است به صورت تساعدی تعداد سفارشات لباس افزایش یابد. حوزه های ارزش ذی نفعان: ذی نفعان ما شامل افراد و گروه های زیر میشود: مشتریان: سه ارزش مهم برای مشتری وجود دارد قیمت، کیفیت، تنوع. برای قیمت محصولات دست کسب و کار ما کمی بسته است چون بسیار بستگی به خود فروشگاه ها دارد که آیا بخواهند از استراتژی تخفیف برای محصولات خود استفاده بکنند یا نه. در مورد کیفیت محصولات میتوان از جمله کار هایی که انجام داد درخواست اطلاعات کامل تر و دقیق تر از محصولات از فروشگاه ها کرد تا دیتا هایی که در سایت قرار میگیرند کامل تر باشند و همچنین تعداد عکس های موجود نیز بیشتر باشد. علاوه بر آن مشخصات ساینز بندی دقیق تر باشند و به طور مثال علاوه بر ساینز طول و عرض لباس نیز نوشته شود تا انتخاب محصول برای مشتری راحت تر باشد. برای افزایش میزان تنوع نیز باید همان مسیری که در قیمت مشتریان و کاربران هدف ذکر شده است را پیش گرفت و با افزایش تعداد قرارداد ها با فروشگاه های مختلف تنوع را زیاد تر کرد. فروشگاه ها: تضمین دهی به فروشگاهیان که مشتریان ما پرداخت هایشان کامل و درست بوده است (مخصوصاً در آمریکا که با کردیت خرید انجام میشود). همچنین باید سیستم پیک به نحوی خوب باشد که در هنگام فرستادن محصول به دست مشتریان آسیبی به آن وارد نشود و یا اگر مشتری لباسی را خواست پست بدهد که مشکلی نداشته و صرفاً از انتخاب خود ناراضی بوده است، پیک ها باید موظف شوند که محصول را کاملاً سالم به دست فروشگاه ها برسانند. علاوه بر آن میتوان یک سری طرح های خاص را برای فروشگاه ها ارائه کرد به طور مثال تخفیفات خاص را به آنها پیشنهاد داد که در روز های خاص در سایت نمایش داده شوند و باعث شود که هماهنگی بین فروشگاه ها نیز بیشتر شود. به طور مثال یک جشنواره ای سایت ما برگزار میکند برای بهتر شدن و بهتر عملکرد این جشنواره باید با فروشگاه ها هماهنگ کرد که تخفیفاتشان را به خوبی ارائه دهند و نه تخفیف کم داده باشند و نه تخفیف زیاد تا هم آن ها از سود خود ضرر نکنند و هم تعداد فروش ها در آن جشنواره کم نباشد. پیک: یکی از مسائل مهم بحث رسیدن محصول به دست مشتریان و همچنین پس دادن محصولات بد تحویل گرفته شده است. در حال حاضر تا حد خوبی این موارد پوشش داده شده اند. اما در آینده از جمله کار هایی که میتوان انجام داد سیستم تحویل دهی محصولات و تحویل گیری آن ها است که بسیار بستگی به تکنولوژی های فراگیر در آن زمان دارد. به طور مثال اگر فرض کنیم این کسب و کار در یک کشور پیشرفته مثل امریکا بوده است بر اساس میزان تقاضای مشتریان میتوان تصمیم گرفت که آیا از پهباد برای فرستادن سفارشات استفاده کرد یا نه. همچنین علاوه بر آن باید مکان هایی که پیک های مختلف قرار میگیرند را افزایش داد تا سرعت رسیدن به فروشگاه ها افزایش یابد و سریع تر بتوان محصول را به دست مشتری رساند. ویژگی های اصلی و منحصر به

فروش محصول: از جمله ویژگی های بسیار مهم و منحصر به فروش لباس ها میزان دیتا های نشان داده شده از آن ها در سایت است. بدین منظور باید یک چارچوب کلی و دقیق برای تمامی فروشگاه هایی که با آن ها قرارداد داریم فرستاده شود تا بر اساس آن چارچوب اطلاعات محصول خود را به ما ارائه دهند و بتوان هر چه بهتر آن دیتا ها را به نمایش مشتریان و کاربران خودمان بگذاریم. در این بین اگر حجم این دیتا ها برای هر محصول زیاد شود باید user friendly و کاربر پسند بودن محیط کاربری سایت را نیز مد نظر قرار داد که این اطلاعات به صورت سطح بندی شده به نمایش گذاشته شوند به طور مثال در ابتدا فقط اطلاعات مهم مثل قیمت و رنگ و سایر محصول نمایش داده شود سپس در قسمت اطلاعات بیشتر به صورت صفحه بندی شده قسمت های مختلف بررسی شوند و مثلاً اطلاعاتی مانند اندازه دقیق لباس، جنس آن، ویژگی های خاص (مثلاً تعداد جیب های یک شلوار) آن قرار داده شود. همچنین علاوه بر مشخصاتی که هر جنس محصول دارد باید به تنوع و بخش بندی های کلی خود سایت نیز به خوبی پرداخته شود. چون کل پایه کسب و کار بر اساس سایت است باید به خوبی به ویژگی های ریز آن پرداخت حتی در مواقعی رنگ پست زمینه استفاده شده در سایت نیز بررسی میشود که زننده نباشد و باعث خستگی افراد نشود. بخش بندی های سایت باید به خوبی انجام شوند و کاملاً به صورت لیست بندی شده با فیلتر های گوناگون محصولات نمایش داده شوند. به طور مثال فیلتر بر اساس نوع محصول (شلوار، پیراهن، لباس راحتی و ...) و یا فیلتر بر اساس سن و جنسیت افراد (دختر، پسر، زن، مرد، افراد مسن) همچنین باید در کنار این فیلتر ها امکان فیلتر کردن بر اساس ویژگی های محصول نیز قرار داده شود به طور مثال روی قیمت یک دسته محصولی که مشتری در حال مشاهده آن است فیلتر انجام شود یا روی فروشگاه ارائه دهنده آن یا حتی جنس لباس و کارخانه تولیدی آن و اطلاعاتی از این قبیل.

## ۲ User Story

داستان کاربری مشتری ۱. به عنوان مشتری نیاز دارم هنگام ثبت نام حساب، اگر خطایی مرتکب می شوم به وضوح مطلع شوم تا بتوانم سریع آن را برطرف کنم. ۲. به عنوان مشتری، باید بتوانم وارد حساب کاربری خود بشوم تا بتوانم جزئیات حساب و سفارشات گذشته خود را ببینم. ۳. به عنوان مشتری که به دنبال کالایی هستم، اگر کالایی در فروش است باید بتوانم از آن مطلع شوم تا ترغیب به خرید آن شوم. ۴. به عنوان مشتری که به دنبال کالایی هستم، باید مناسب ترین گزینه ها برای من نمایش داده شود تا با احتمال بیشتری آنچه را که می خواهم پیدا کنم. ۵. به عنوان مشتری باید از برنامه مزایای وفاداری مطلع شوم تا از این برنامه بهره ببرم. ۶. به عنوان مشتری در شرف خرید، باید بتوانم مشخصات کارت اعتباری خود را ارائه و احراز هویت شوم تا بتوانم پرداخت خود را تکمیل کنم. ۷. به عنوان مشتری در شرف خرید، نیاز دارم در صورت عدم موفقیت پرداخت سبد خرید خود را بازبایی کنم تا در وقتم صرفه جوی کنم. ۸. به عنوان مشتری که خریدی انجام داده، باید سفارش من به موقع و به درستی تکمیل شود تا مجبور نشوم از طریق خدمات مشتری پیگیری کنم. ۹. به عنوان مشتری که خریدی انجام داده، باید از شرایط مرجوعی مطلع شوم تا در صورت نیاز بدون مشکل مراحل را طی کنم.

داستان کاربری صاحب فروشگاه ۱. به عنوان صاحب فروشگاه باید قبل از مراجعه از شرایط عقد قرارداد مطلع شوم تا مشکلی در مراحل ثبت نام پیش نیاید و نیازی به مراجعه مجدد نباشد. ۲. به عنوان صاحب فروشگاه باید بتوانم وارد حساب کاربری خود بشوم تا بتوانم جزئیات حساب و معاملات گذشته خود را ببینم. ۳. به عنوان صاحب فروشگاه باید توانایی اضافه، حذف و ویرایش لیست کالاها در هر لحظه را از طریق حساب کاربری داشته باشم. ۴. به عنوان صاحب فروشگاه باید بتوانم امتیاز و نظرات مشتریان را ببینم تا درکی از عملکرد خود به دست آورم. ۵. به عنوان صاحب فروشگاه باید از شرایط تبلیغات و پرموت کردن محصولات خود در سامانه مطلع شوم تا بتوانم مشتریان بیشتری جذب کنم. ۶. به عنوان صاحب فروشگاه که از طریق سیستم خریدی از او شده، باید در اسرع وقت از خرید مطلع شوم تا بتوانم کالا را در زمان مناسب به پیک

تحويل بدهم. ۷. به عنوان صاحب فروشگاهي كه خريدي از او تكميل شده، بعد از فروش کالا بايد در اسرع وقت مبلغ فروش به حسابم واريز شود تا دچار زيان نشوم. ۸. به عنوان صاحب فروشگاهي كه كالايي از او مرجوع شده، بايد از دلايل آن مطلع شوم تا از تكرر آن جلوگیری كنم. ۹. به عنوان صاحب فروشگاهي كه كالايي از او مرجوع شده، بايد بتوانم مشخصات كارت اعتباري خود را ارائه و احراز هويت شوم تا هزينه كالاي مرجوعي را بازگردانم.

داستان کاربري پيك ۱. به عنوان پيك بايد قبل از مراجعه از شرايط عقد قرارداد مطلع شوم تا مشكلي در مراحل ثبت نام پيش نيايد و نيازي به مراجعه مجدد نباشد. ۲. به عنوان پيك بايد بتوانم وارد حساب کاربري خود بشوم تا بتوانم جزئيات حساب و ماموريت هاي گذشته خود را ببينم. ۳. به عنوان پيك بايد بتوانم امتياز و نظرات مشتريان را ببينم تا دركي از عملکرد خود به دست آورم. ۴. به عنوان پيكي كه ماموريتي براي او ارسال شده، بايد از جزييات ماموريت قبل از قبول كردن آن مطلع شوم تا بتوانم در مورد پذيرفتن آن تصميم گيري كنم. ۵. به عنوان پيكي كه ماموريتي را پذيرفته، نياز دارم كه از قبل به صاحب فروشگاه و خريدار در مورد زمانبندي رسيدن پيك اطلاع داده شود تا بدون معطلی ماموريت خود را تكميل كنم. ۶. به عنوان پيكي كه ماموريتي را تكميل كرده بايد هزينه آن را در اسرع وقت دريافت كنم تا دچار زيان نشوم.

## ۳ Functional Requirement

### نيازمندی های کاربردی

□ به نيازمندی هايي گفته مي شود كه مشتري آن ها را صراحتا از ما مي خواهد. در اين پروژه اين نيازمندی ها عبارتند از: □ ثبت نام و تكميل مشخصات فرد با شماره همراه يا ايميل □ ارسال پيامك يا ايميل براي تاييد ثبت نام □ ثبت نام حضوري صاحبان فروشگاه □ صاحبان فروشگاه □ صفحه شخصي داشته باشند كه درون آن اطلاعات فروشگاه باشد و صاحب فروشگاه قدرت اضافه و حذف و ويرايش ليست كالاها به همراه مشخصاتشان را داشته باشد. □ ثبت نام حضوري پيك هاي موتوري و ثبت مشخصات خود و وسيله نقلیه □ شان □ ردیابی پيك □ هاي موتوري به كمك گوشي هوشمند □ نشان دادن ليستي از فروشگاه هاي لباس نزديك به هر كاربر و هزينه پيك به او □ انتخاب فروشگاه توسط كاربر □ مشاهده ليست كالاهاي موجود فروشگاه انتخاب شده توسط كاربر به او □ انتخاب كالاهاي مورد نياز و تعداد هر کدام توسط كاربر و اضافه شدن اين كالاها به سبد خريد او □ بررسي عدم مشكل در كالاهاي انتخابي توسط كاربر (وجود كالا و سفارش در محدوده زماني درست) □ ارسال سفارش توسط كاربران □ پرداخت هزينه توسط كاربر از طريق درگاه بانكي □ ارسال پيام موفقيت پرداخت در صورت موفقيت به كاربر □ متوقف شدن عمليات خريد و نگهداشته شدن ليست خريد كاربر در صورت عدم موفقيت پرداخت □ در صورت موفقيت پرداخت ليست خريد به سامانه ارسال شود □ ليست سفارشات مشتري به صاحب فروشگاه داده شود □ جستجو روي پيك هاي موتوري آنلاين و در دسترس □ انتخاب نزديك ترين موتور براي ارسال سفارش □ تاييد پيك براي قبول سفارش □ ارسال اطلاعات خريد (آدرس فروشگاه، آدرس مقصد و ليست خريد) به پيك موتوري □ امكان رد سفارش توسط پيك □ جستجوی دوباره و پيدا كردن پيكي ديگر در صورت رد سفارش توسط پيك (اين روند تا زمان پيدا شدن پيك ادامه مي يابد) □ امتياز دهی به فروشگاه و محصول و پيك و ذخيره شدن آن ها □ امكان مرجوع كردن كالاي خريداري شده در صورت خواست مشتري □ تماس كاربر با تيم پشتیبانی و در صورت تاييد ارسال پيك موتوري براي بازگرداندن كالا محدوديت ها □ ممكن است سايز لباس ها براي افراد مناسب نباشد. □ امكان ست كردن چند لباس با هم وجود ندارد. □ امكان تست كردن لباس هاي مختلف بدون سفارش دادن آن ها براي مشتريان وجود ندارد. □ فروشنده قدرت توضيح دادن و تعريف كردن از محصول را ندارد. □ مشتري قدرت دست زدن و ديدن جنس محصول از نزديك را ندارد. □ امكان اين وجود ندارد كه از فروشنده بپرسيم چه جنسي مي خواهيم و فروشنده ما را راهنمايي كند. □ امكان نسبه بردن جنس وجود ندارد. □ اگر فروشنده جنسي را نداشته باشد و بخواهد به زودي آن را

بیاورد امکان این را ندارد که به مشتری این اطلاع را بدهد.