Emmanuel van Oudennaarden + s115629

Modulenaam

Datum

Titel pagina

Inhoud

[1 Introductie 3](#_Toc190791929)

[2 Belanghebbenden analyse 4](#_Toc190791930)

[2.1 Belanghebbenden mindmap 4](#_Toc190791931)

[2.2 Belanghebbenden 4](#_Toc190791932)

[2.3 Belanghebbenden gecategoriseerd 4](#_Toc190791933)

[3 Acceptatie criteria Use case Diagram en Use case beschrijvingen 6](#_Toc190791934)

[3.1 Use Case Diagram 6](#_Toc190791935)

[3.2 Use Case beschrijvingen 6](#_Toc190791936)

[Enz. 7](#_Toc190791937)

[4 Onderzoek te verbetering van jouw webshop 8](#_Toc190791938)

[4.1 Onderzoek naar jouw webshop-bezoekers 8](#_Toc190791939)

[4.2 Onderzoek webshop-bezoekers met beperking 8](#_Toc190791940)

[4.3 Onderzoek waar een goede webshop aan dient te voldoen 8](#_Toc190791941)

[5 Ethische aandachtspunten 9](#_Toc190791942)

[6 Bronnen 9](#_Toc190791943)

[Bijlage 1 – Interviews 10](#_Toc190791944)

[Interview verslag 1 10](#_Toc190791945)

[Interview verslag 2 10](#_Toc190791946)

[Enz. 10](#_Toc190791947)

[Bijlage 2 – Poster onderzoek webshop 11](#_Toc190791948)

# 1 Introductie

Deze requirementsanalyse beschrijft de eisen en verwachtingen voor een webshop die sneakers verkoopt. De webshop richt zich op sneakerliefhebbers en sporters, met een gebruiksvriendelijke interface en aandacht voor toegankelijkheid en security. Het doel is om een Minimal Viable Product (MVP) te ontwikkelen dat voldoet aan de functionele en non-functionele eisen zoals vastgelegd in de opdrachtomschrijving.

De webshop zal een breed scala aan sneakers aanbieden, variërend van sportieve modellen tot exclusieve collecties. Gebruikers moeten eenvoudig producten kunnen bekijken, filteren en kopen via een geoptimaliseerde interface. De webshop wordt ontwikkeld in Angular (TypeScript) voor de frontend en Java Spring Boot voor de backend. De database wordt beheerd met PostgreSQL.

Dit document beschrijft in detail de belanghebbenden, de functionele en niet-functionele vereisten, de acceptatiecriteria en de toegankelijkheidsmaatregelen. Daarnaast wordt onderzocht hoe de webshop geoptimaliseerd kan worden voor een brede doelgroep en worden ethische aandachtspunten besproken.

.

# 2 Belanghebbenden analyse

**2.1 Belanghebbenden mindmap**

Een mindmap biedt een visuele representatie van de belangrijkste belanghebbenden van de webshop. Dit helpt bij het begrijpen van de rollen en verantwoordelijkheden van elk van hen. In de mindmap worden klanten, beheerders, ontwikkelaars, hosting providers en andere externe partijen opgenomen.

**2.2 Belanghebbenden**

Deze sectie beschrijft de belangrijkste stakeholders die betrokken zijn bij de webshop. Dit zijn individuen of organisaties die direct of indirect invloed hebben op de werking en het succes van de webshop.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Naam** | **Functie** | **Rol in het project** |
| Mark de Groot | Klant | Koopt sneakers via de webshop |
| Lisa Jansen | Beheerder | Voegt nieuwe producten toe en beheert bestellingen |
| Tom Verbeek | Developer | Ontwikkelt en onderhoudt de webshop |
| Hosting Provider | Serverbeheer | Zorgt voor hosting en beveiliging |
| Betaaldienstverlener | Payment Processor | Verwerkt betalingen |
| Toegankelijkheidsexpert | Consultant | Adviseert over usability en toegankelijkheid |

**2.3 Belanghebbenden gecategoriseerd**

Deze sectie categoriseert de belanghebbenden op basis van hun invloed en belang in het project. Dit helpt bij het prioriteren van communicatie en besluitvorming.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Categorie | Belangrijke belanghebbenden | Invloed |
| Primair | Klanten, beheerders, developers | Hoog |
| Secundair | Hosting providers, betaaldienstverleners | Middel |
| Overig | Overheidsinstanties, consultants | Laag |

# Stakeholdersdiagram

Het onderstaande stakeholdersdiagram categoriseert de belanghebbenden van de webshop op basis van twee belangrijke factoren: **invloed/macht** en **belang**. Dit helpt om inzicht te krijgen in welke belanghebbenden prioriteit moeten krijgen bij besluitvorming, communicatie en projectbeheer.

**Toelichting op de Categorieën**

* **Invloed/Macht**: Dit verwijst naar de mate waarin een stakeholder invloed kan uitoefenen op het succes en de besluitvorming binnen het project.
* **Belang**: Dit geeft aan hoe belangrijk het projectresultaat is voor de stakeholder en in hoeverre zij betrokken zijn bij het succes van de webshop.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Invloed / Macht** | **Laag** | **Matig** | **Hoog** | **Zeer hoog** |
| **Laag** | Overheidsinstanties | Consultants | - | - |
| **Matig** | - | Hosting providers | Betaaldienstverleners | - |
| **Hoog** | - | - | Beheerders | - |
| **Zeer hoog** | - | - | - | Klanten, Developers |

## Analyse van het Diagram

1. **Laag Invloed / Laag Belang**
   * *Overheidsinstanties*: Zij hebben beperkte invloed en belang bij de dagelijkse operaties van de webshop, tenzij er specifieke regelgeving is waaraan voldaan moet worden.
2. **Laag Invloed / Matig Belang**
   * *Consultants*: Zij geven advies, bijvoorbeeld over toegankelijkheid, maar hebben geen directe invloed op de beslissingen en implementaties.
3. **Matig Invloed / Matig Belang**
   * *Hosting Providers*: Ze zorgen voor de technische infrastructuur, maar hun invloed op de inhoud en strategie van de webshop is beperkt.
4. **Matig Invloed / Hoog Belang**
   * *Betaaldienstverleners*: Hun rol is cruciaal voor de afhandeling van betalingen. Problemen met betalingen kunnen de klanttevredenheid direct beïnvloeden, wat hun belang verhoogt.
5. **Hoog Invloed / Hoog Belang**
   * *Beheerders*: Zij hebben directe controle over de inhoud en het beheer van de webshop, zoals het toevoegen van nieuwe producten en het afhandelen van bestellingen.
6. **Zeer Hoog Invloed / Zeer Hoog Belang**
   * *Klanten en Developers*:
     + *Klanten* zijn de kern van het succes van de webshop. Hun tevredenheid en koopgedrag bepalen het succes van de onderneming.
     + *Developers* ontwikkelen en onderhouden het platform. Zonder hun expertise kan de webshop niet goed functioneren.

# 3 Acceptatie criteria Use case Diagram en Use case beschrijvingen

## 3.1 Use Case Diagram

*Gebruik de requirements zoals wij die in de opdracht hebben gegeven.  
Alleen de Must en Shoulds, de Won’t hoeven niet toegevoegd te worden.*

**Use Case Diagram (Alleen de functionele requirements)**

*Voorbeeld use-case diagram.*

Afbeelding met tekst, diagram, schermopname, lijn

Door AI gegenereerde inhoud is mogelijk onjuist.

## 3.2 Use Case beschrijvingen

*Gebruik de requirements zoals wij die in de opdracht hebben gegeven.  
Alleen de Must en Shoulds, de Won’t hoeven niet toegevoegd te worden.*

**3.1 Use Case Diagram**

Een use case diagram visualiseert de interactie tussen gebruikers en het systeem. Dit helpt bij het begrijpen van de belangrijkste functionaliteiten en de rollen van verschillende gebruikers.

**3.2 Use Case Beschrijvingen**

Use cases beschrijven de verschillende interacties tussen gebruikers en de webshop. Elke use case geeft een gedetailleerd overzicht van een specifieke functie, inclusief de betrokken actor, de voorwaarden, een beschrijving van het proces en de verwachte uitkomst. Dit helpt bij het begrijpen van de werking van het systeem en bij het definiëren van testscenario’s.

**UC1: Account aanmaken en inloggen**

|  |  |
| --- | --- |
| ID | UC1 |
| **Actor** | Klant |
| **Preconditie** | De klant heeft geen bestaand account |
| **Beschrijving** | De klant moet zich kunnen registreren met een e-mailadres en wachtwoord. Vervolgens kan de klant inloggen en toegang krijgen tot zijn/haar persoonlijke account. |
| **Scenario** | 1. Klant gaat naar de registratiepagina  2. Voert zijn/haar volledige naam, e-mailadres en wachtwoord in  3. Bevestigt registratie via door op de registreer knop te drukken  4. Logt in op de webshop |
| **Postconditie** | Klant heeft een nieuw gebruikers account waarop ze persoonlijke acties kan uitvoeren |

**UC2: Sneakers bekijken en toevoegen aan winkelmand**

|  |  |
| --- | --- |
| ID | UC2 |
| **Actor** | Klant |
| **Preconditie** | Klant is ingelogd of bezoekt de webshop met zijn/haar account |
| **Beschrijving** | De klant kan door het aanbod bladeren en sneakers selecteren om toe te voegen aan de winkelmand. |
| **Scenario** | 1. Klant navigeert naar de "Home" pagina.  2. De klant kiest een product dat moet worden toegevoegd aan het winkelwagentje  3. De klant klikt vervolgens op de toevoegen aan winkelwagen knop. |
| **Postconditie** | Sneaker is toegevoegd aan het winkelwagentje |

**UC3: Afrekenen van een bestelling**

|  |  |
| --- | --- |
| ID | UC3 |
| **Actor** | Klant |
| **Preconditie** | Klant heeft minimaal één item in de winkelmand |
| **Beschrijving** | De klant kan de bestelling voltooien door het afrekenproces te doorlopen. |
| **Scenario** | 1. Klant opent de winkelmand 2. Controleert producten en totaalprijs 3. Voert verzend- en betaalgegevens in 4. Bevestigt bestelling |
| **Postconditie** | Bestelling is succesvol geplaatst en klant ontvangt bevestiging |

**UC4: Beheerder voegt sneakers toe of verwijdert ze**

|  |  |
| --- | --- |
| ID | UC4 |
| **Actor** | Beheerder |
| **Preconditie** | Beheerder is ingelogd in het adminpaneel |
| **Beschrijving** | De beheerder kan producten toevoegen, aanpassen of verwijderen. |
| **Scenario** | 1. Beheerder logt in op het adminpaneel 2. Selecteert ‘Product toevoegen’ of ‘Product verwijderen’ 3. Voert productinformatie in of verwijdert product 4. Bevestigt actie |
| **Postconditie** | Product is zichtbaar in de webshop of verwijderd |

**UC5: Bestelhistorie inzien**

|  |  |
| --- | --- |
| ID | UC5 |
| **Actor** | Klant |
| **Preconditie** | Klant heeft eerder een bestelling geplaatst |
| **Beschrijving** | De klant kan eerdere bestellingen bekijken en de status volgen. |
| **Scenario** | 1. Klant logt in 2. Navigeert naar ‘Mijn bestellingen’ 3. Selecteert een bestelling om details te bekijken |
| **Postconditie** | Klant ziet een overzicht van de bestelling en status |

Deze uitgebreide beschrijvingen geven een volledig beeld van de interactie tussen gebruikers en het systeem.

# 4 Onderzoek te verbetering van jouw webshop

## 4.1 Onderzoek naar jouw webshop-bezoekers

### Deskresearch

Je wil jouw webshop optimaliseren.  
Daarom doe je onderzoek naar jouw doelgroep.  
 **Voer deskresearch uit naar de doelgroep van jouw webshop  
Hou interviews met jouw doelgroep.**  
Bekijk bijvoorbeeld het volgende:

1. Wie is precies jouw doelgroep?  
   Bv. Leeftijd, Interesse, woonplek, budget, wat van de doelgroep belangrijk, waar ergert de doelgroep zich aan
2. Welke stijl webshop past het best bij jouw doelgroep?
3. Wat wil deze klant graag?
4. Wat wil deze klant juist niet?
5. Enz.

**Hoe pas je jouw webshop aan op wat je hebt gevonden?**

Beargumenteer steeds jouw bevindingen en vermeld steeds jouw bronnen.

## 4.2 Onderzoek webshop-bezoekers met beperking

Je wil jouw webshop optimaliseren voor bezoekers met een beperking.  
Daarom doe je onderzoek naar webshop gebruik door bezoekers met een beperking.  
Je kunt uit meerdere beperkingen kiezen, zie de opdracht. **Voer deskresearch uit naar webshop bezoekers met een beperking**  
Bekijk bijvoorbeeld het volgende:

1. Wat betekent het om deze beperking te hebben?
2. Wat wil de bezoeker met beperking graag?
3. Wat wil de bezoeker met beperking juist niet?
4. Enz.

**Hoe pas je jouw webshop aan op wat je hebt gevonden?**

Beargumenteer steeds jouw bevindingen en vermeld steeds jouw bronnen.

## 4.3 Onderzoek waar een goede webshop aan dient te voldoen

Je wil jouw webshop optimaliseren.  
Daarom doe je onderzoek naar de optimale webshop.  
 **Voer deskresearch uit om te bepalen wat een webshop goed maakt**  
Bekijk bijvoorbeeld het volgende:

1. Welke informatie heeft een webshopbezoeker nodig?
2. Hoe zoekt een webshopbezoekers?
3. Wat zijn goede webshops?
4. Wat hebben deze webshops gemeen?
5. Waarom werkt de ene webshop beter dan de andere?
6. Enz.

**Hoe pas je jouw webshop aan op wat je hebt gevonden.**

Beargumenteer steeds jouw bevindingen en vermeld steeds jouw bronnen.

# 5 Ethische aandachtspunten

Benoem ethische aandachtspunten die van belang zijn voor webshops.  
Benoem ethische aandachtspunten die van belang zijn voor specifiek jouw webshops.

Beschrijf voor jezelf op basis van ethische argumenten waarvoor jij kiest in jouw website.

# 6 Bronnen

Zet hier in APA stijl alle bronnen die je hebt gebruikt (in de tekst verwijs je naar deze bronnen)

# Bijlage 1 – Interviews

## Interview verslag 1

Vertel over jouw interview.  
bijvoorbeeld:  
Met wie hield je het interview?   
Hoe verliep het?  
Wat verbaasde je?  
Wat heb je geleerd van jouw interviews?

## Interview verslag 2

Vertel over jouw interview.  
bijvoorbeeld:  
Met wie hield je het interview?  
Hoe verliep het?  
Wat verbaasde je?  
Wat heb je geleerd van jouw interviews?

## Enz.

# Bijlage 2 – Poster onderzoek webshop

Hier komt de poster die je hebt gemaakt bij het onderzoek wat jij hebt gedaan:  
Maak een poster met daarop de uitkomsten van je onderzoek.

* Webshopgebruiker van jouw product
* Webshopgebruiker met beperking
* Waar een goede website aan dient te voldoen

Vergeet niet de bronvermelding bij de uitkomsten van je deskresearch!!

Denk eraan dat dit o.a. betrouwbare en relevante bronnen zijn.