**Corso di Applicazioni per dispositivi mobili**

**a.a. 2018/2019**

**SHOPZONE**

****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Membri del team[[1]](#footnote-1)** | | |
| **Nome** | **Matricola** | **Indirizzo E-mail** |
| Fabio | *Gentile* | [*Fabio.gentile@student.univaq.it*](mailto:Fabio.gentile@student.univaq.it) |
| Laura | *Di Egidio* | [*Laura.diegidio@student.univaq.it*](mailto:Laura.diegidio@student.univaq.it) |
| Stefano | *Tassoni* | *Stefano.tassoni2@student.univaq.it* |
|  |  |  |
|  |  |  |

Strategia

# Overview del prodotto

RIMUOVERE DESCRIZIONE

L’applicazione nasce con l’obiettivo di rendere una più facile ricerca per l’utente di negozi nelle sue vicinanze. L’obiettivo è anche quello di far maggiore pubblicità ai piccoli negozianti di abbigliamenti con lo scopo dunque di scoprire negozi meno conosciuti.

L’utente attraverso una barra di ricerca può trovare negozi nelle sue vicinanze e poter visualizzare tutti i prodotti con le novità del negozio. Ha anche la possibilità, solo se registrato all’ app, di poter salvare tali negozi da lui più frequentati in una ‘lista preferiti’.

Il negoziante può condividere all’interno di questa piattaforma vari articoli del negozio rendendoli disponibili all’utente.

Lo scopo è quello di ridurre il gap tra negozi di grossa taglia con negozi di piccola taglia che sono meno conosciuti e dunque sprovvisti di una propria app per poter gestire il loro negozio online, seppur gli acquisti verranno fatti fisicamente dall’ utente.

# Competitors

Facebook [La pagina personale del negozio]

GoogleMaps [Riguardante la ricerca del negozio più vicino e le sue recensioni]

Descrivere possibili competitor se ce ne sono

# Ricerca sull’utente

L’applicazione soddisfa il bisogno dell’utente di scoprire quali sono i capi d’ abbigliamento venduti nei negozi raggiungibili fisicamente.

Da parte del negoziante permette una maggiore visibilità del negozio dalla clientela locale.

I principali goals che permettono di raggiungere l’utente sono:

* Poter trovare il prodotto desiderato con la relativa taglia e il colore tra i negozi più vicini.
* La possibilità di poter provare di persona il capo evitando acquisti imprecisi e tempi di attesa tipici degli acquisti online.

Descrivere i BISOGNI che l’applicazione vuole soddisfare

Descrivere i principali GOALS dell’applicazione che permettono di raggiungere all’utente

# Persone



**Nome:** Francesca   
**Età:** 24   
**Professione:** Studentessa  
**Family:** Single   
**Internet use:** shopping, social media, segreteria studenti   
**Siti preferiti:** Facebook, Instagram, Moodle

Francesca, studentessa universitaria fuorisede che decide di fare shopping insieme alle coinquiline a Pisa, nella sua nuova città. Non si accontenta dei grandi centri commerciali e vuole scoprire nuovi negozi che le permettano con poco di avere ottimi acquisti.



**Nome:** Michela   
**Età:** 53  
**Professione:** Dipendente dell’Amadori  
**Family:** Mamma di 2 gemelli   
**Internet use:** social media  
**Siti preferiti:** Banca, segreteria studenti

Michela, mamma di due bambini piccoli che deve trovare necessariamente un vestito per il matrimonio della sorella. I vestiti nei grandi negozi non l’hanno convinta, vuole piuttosto cercare qualcosa di particolare e che in pochi hanno acquistato. È dell’idea che anche quei piccoli negozi in realtà riservano bei vestiti e poco gettonati, quale migliore occasione se non questa di cercare altrove qualcosa di nuovo.

Scopo

**Funzionalità**

Fornire una lista dei requisiti funzionalità della vostra app  
USER:

* Ricerca negozio
* Lista negozi in vicinanza
* Lista negozi preferiti
* Aggiunta dei negozi tra preferiti
* Ricevere informazioni sempre aggiornate
* Contattare il venditore per qualsiasi tipo di informazione
* Seguire la pagina del negozio

NEGOZIANTE:

* Inserimento, modifica e cancellazione post
* Conoscere i follower

**Scenari**

RIMUOVERE DESCRIZIONE

È una narrazione breve e semplice che descrive come una persona potrebbe provare a soddisfare uno dei propri BISOGNI. Immaginare il processo (o i processi) che potrebbero eseguire gli utenti all’interno della app in modo tale da soddisfare le proprie esigenze.

Scenario1:

  
Francesca dopo la lezione di Analisi 2 decide di staccare la mente ed uscire un po' alla scoperta di Pisa, città universitaria. Decidere di uscire con le sue nuove coinquiline e di non rinchiudersi nei grandi centri commerciali, bensì farsi una passeggiata alla scoperta di nuovi posti. Ottima occasione per cercare negozi nel centro storico di Pisa che non hanno tutta questa popolarità e poter con poco soddisfare i propri bisogni. Francesca, su consiglio della coinquilina scarica ShopZone ed immediatamente cerca “Pisa” sulla barra di ricerca posta in alto. Francesca decide di voler girare tutti i negozi che l’app consigli. Ritiene interessante la varietà di abbigliamento venduta in un negozietto in ‘Via del Po’, 17’ e, certa di volerci tornare di nuovo, decide di aggiungere questo negozio tra ‘negozi preferiti’.  
A questo punto però viene chiesto a Francesca di registrarsi e lei, volenterosa di ricevere aggiornamenti del negozio, si iscrive e può continuare nella sua ricerca liberamente.

Scenario 2:

Michela, ormai agli sgoccioli, decide di dedicarsi un intero pomeriggio in vista della cerimonia che l’aspetterà domenica. Non ha però tutto questo tempo di andare nel centro commerciale che dista 50km da casa sua; preferisce invece scendere sotto casa, nel centro de L’ Aquila ed iniziare la sua ricerca. Ha bisogno per sapere tutti i negozi nelle sue vicinanze e, grazie a ShopZone, avrà a sua disposizione la lista completa dei negozi. Michela però, non avendo tempo a disposizione non è certa di riuscire a girare tutti i negozi consigliati; decide quindi di spulciare prima il profilo del negozio per avere un’idea di cosa il negozio può proporgli. Scarta tutti i negozi di abbigliamento classico e decide di andare a provare un abito da cerimonia a ‘Frutta&Verdura’ in ‘Viale della Croce Rossa, 2’. Sa, ancora prima di arrivare, che il negozio ha a disposizione per quell’ abito le taglie S,M,L ed i colori blu e rosa. Inoltre, grazie alle foto postate ha già visto il modello, la lunghezza e come deve essere portato. Per Michela questa giornata è risultata produttiva ed è pronta per sfoggiare l’abito in questo giorno importante.

Struttura

# Modello Navigazionale

RIMUOVERE DESCRIZIONE

Modello navigazionale della propria app.

# Data

RIMUOVERE DESCRIZIONE

UML Class diagram che rappresenta il data model della app contenente entità e relazioni tra esse. Le entità e le relazioni derivano dalle funzionalità e dagli scenari descritti nel capitolo precedente.

Scheletro

RIMUOVERE DESCRIZIONE

LO-FI Wireframes della app. In tale fase è obbligatorio creare un wireframe completo contenente tutte le viste della app descritta nel modello navigazionale.

Inoltre, per ogni LO-FI wireframe dare una breve descrizione e mettere in evidenza i principi di design utilizzati e i design pattern.

Superficie

RIMUOVERE DESCRIZIONE  
Descrizione delle scelte rilevanti che fatte in relazione al layout e alla tavolozza dei colori, ai caratteri, alle icone, ecc.

Fornire uno o piu’ Hi-FI wireframe della tua app. Mostrare la/e vista/e piu’ rappresentativa

1. RIMUOVERE LA NOTA: Il team leader è il primo nella lista [↑](#footnote-ref-1)