

Έγγραφο απαιτήσεων εμπλεκόμενων μερών (StRS)

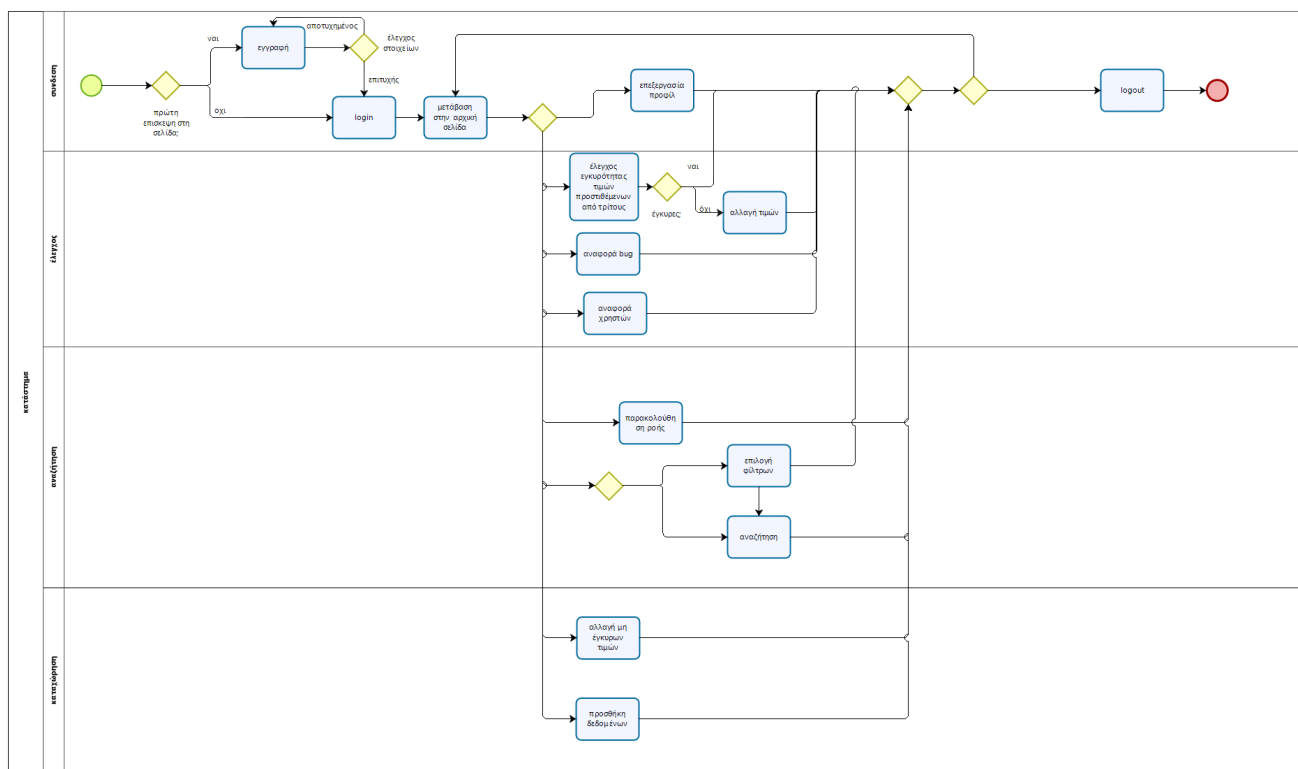
Stakeholders Requirements Specification

ΤΙΤΛΟΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΥ ΜΕΡΟΥΣ: “Ιδιοκτήτης καταστήματος”

1.1. Ταυτότητα - επιχειρησιακοί στόχοι:

Μέσω της εφαρμογής μας, ο ιδιοκτήτης ενός καταστήματος έχει τη δυνατότητα να προωθεί να προϊόντα του σε όλο το κοινό που την χρησιμοποιεί. Παράλληλα, η πλατφόρμα αποτελεί έναν καινοτόμο και αποτελεσματικό τρόπο διαφήμισης των προϊόντων του καταστήματος στην κοινότητα, με φυσικό επακόλουθο την αύξηση των πελατών του, άρα και των κερδών που σημειώνει.

1.2. Περίγραμμα επιχειρησιακών λειτουργιών:



Ο κάθε καταστηματάρχης μπορεί να καταχωρεί τιμές και προσφορές για τα προϊόντα που διαθέτει. Συγχρόνως, ελέγχει την εγκυρότητα των παρατηρήσεων τιμών του εκάστοτε χρήστη και παρακολουθεί το πλήθος των επισκέψεων που γίνονται από τους χρήστες, άρα έχει έλεγχο των προϊόντων που είναι δημοφιλέστερα. Συγκεκριμένα, κάνει εγγραφή ή σύνδεση στην εφαρμογή ως κατάστημα, καταχωρεί εκπτώσεις, κάνει αναζήτηση μιας σειράς δεδομένων μέσω ποικίλων φίλτρων αναζήτησης και παραμετροποιεί το εταιρικό προφίλ του στην πλατφόρμα. Φυσικά, έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί σχόλια χρηστών για προϊόντα ή άλλα καταστήματα που τον αφορούν, να κάνει αναφορά χρηστών και καταγραφή τυχόν bugs του συστήματος.

2. Αναφορές - πηγές πληροφοριών:

N/A

3.1. Επιχειρησιακό μοντέλο:

Συγκριτικό πλεονέκτημα της εφαρμογής μας αποτελεί το γεγονός ότι συγκεντρώνει το σύνολο των φοιτητικών προσφορών ανά κατηγορίες. Τα καταστήματα επωφελούνται, δεδομένου ότι οι φοιτητές διευκολύνονται σημαντικά από αυτό το γεγονός και συνηθίζουν να την χρησιμοποιούν συχνά. Την ίδια στιγμή, η πλατφόρμα είναι ένας εξαιρετικός τρόπος στοχευμένης διαφήμισης των καταστημάτων, μιας και στοχεύουν απευθείας στο κοινό που τα ενδιαφέρει και στο οποίο θέλουν να απευθύνουν τις προσφορές τους. Συνέπεια της καλύτερης και πιο στοχευμένης διαφήμισης των προϊόντων είναι η αύξηση των κερδών της επιχείρησης. Μάλιστα, η τελευταία παρακολουθεί και τις κινήσεις-προσφορές-πελάτες ανταγωνιστικών καταστημάτων, οπότε έρχεται ένα βήμα μπροστά από τον ανταγωνισμό.

3.2. Περιβάλλον διαχείρισης πληροφοριών:

Μέχρι σήμερα, η κάθε επιχείρηση διαθέτει το δικό της ιστότοπο, όπου γνωστοποιεί στους ενδυνάμει πελάτες τις προσφορές που έχει προγραμματίσει. Για να ενημερωθεί κάποιος ενδιαφερόμενος για μια έκπτωση, πρέπει να επισκεφτεί το συγκεκριμένο site. Παράλληλα, για να μπορέσει το κάθε κατάστημα να παρακολουθεί και προσφορές άλλων καταστημάτων σε παρόμοια είδη, είναι αναγκασμένο να σπαταλά αρκετό χρόνο για να επισκέπτεται τα διαφορετικά site, μιας και δεν υπάρχει συγκεντρωμένη κάπου η αντίστοιχη πληροφορία.

4.1. Επιχειρησιακές διαδικασίες:

Η κάθε εταιρία, συνδεδεμένη στον προσωπικό της λογαριασμό, μέσω του ειδικά διαμορφωμένου προφίλ της, μπορεί να παρακολουθεί μία ροή πληροφοριών που αφορά καινούργιες δημοσιεύσεις-καταχωρήσεις χρηστών αλλά και καταστημάτων. Επίσης, έχει τη δυνατότητα να προβεί σε στοχευμένη αναζήτηση για μια άλλη εταιρία ή πελάτη ή προσφορά, κάνοντας χρήση μιας σειράς από φίλτρα, καθώς και να παρακολουθεί πληροφορίες που αφορούν επισκέψεις που σημειώθηκαν στις προσφορές της μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Στην καρτέλα με το εταιρικό προφίλ της, έχει εποπτικό έλεγχο όλων των προσφορών που προσφέρει ανά κατάσταση που διαθέτει στον χάρτη. Τέλος, ο καταστηματάρχης μπορεί να διορθώνει προσφορές που έχουν αναρτηθεί για το κατάστημά του από κάποιον τρίτο, χωρίς να αληθεύουν.

4.2. Περιορισμοί:

Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην πλατφόρμα συναντούν αρκετούς περιορισμούς, με τους περισσότερους να σχετίζονται με τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών, δεδομένης της απαγόρευσης να λαμβάνουν και να επεξεργάζονται στοιχεία από τα προσωπικά προφίλ των εγγεγραμμένων χρηστών της εφαρμογής (π.χ διεύθυνση κατοικίας, στοιχεία πιστωτικών καρτών). Επίσης, ενώ μπορεί να ενημερωθεί για προσφορές άλλων επιχειρήσεων στην πλατφόρμα, δεν έχει τη δυνατότητα να επεξεργάζεται τις αντίστοιχες αναρτήσεις, εφόσον δεν αφορούν την ίδια.

4.3. Δείκτες ποιότητας:

Οι ιδιοκτήτες των καταστημάτων θα κρίνουν ως “καλή” την υπηρεσία που τους παρέχεται μέσω της εφαρμογής αξιολογώντας την ταχύτητα της εύρεσης αποτελεσμάτων μέσω της αναζήτησης, το responsive design, το φιλικό και ευχάριστο UI, αλλά και το εύρος της διασύνδεσης και υποστήριξής της από άλλες πλατφόρμες.

5. Έκθεση απαιτήσεων χρηστών:

Ιδανικά, οι ιδιοκτήτες των καταστημάτων θα ήθελαν να υπάρχει η δυνατότητα για αυτόματη ανανέωση των προϊόντων που έχουν καταχωρήσει στην εφαρμογή. Ακόμη, θα ήταν εξαιρετικά χρήσιμο να μπορούν να ενημερώνονται για ανταγωνιστικές προσφορές με αυτές που παρέχουν οι ίδιοι, ώστε να προσαρμόζουν την πολιτική τους και να αυξάνουν την δημοφιλία τους.

6. Αρχές του προτεινόμενου συστήματος:

Κάνοντας χρήση της πλατφόρμας, ο επιχειρηματίας-ιδιοκτήτης ενός καταστήματος συνδέεται στο προφίλ του, το επεξεργάζεται, περιηγείται σε κατηγορίες προϊόντων-προσφορών και παρακολουθεί μία σειρά αναρτήσεων που έχουν γίνει από άλλους χρήστες, ενώ παράλληλα μπορεί να επιβλέπει τις δικές του καταχωρήσεις στο σύστημα. Χωρίς τεχνική δυσκολία, διορθώνει λανθασμένες καταχωρήσεις εκπτώσεων που αφορούν το κατάστημά του και συγκρίνει μεταξύ τους διαφορετικές εκπτώσεις ώστε να αποκτήσει μία καλή εικόνα των ανταγωνιστών του και γενικά της αγοράς.

7. Περιορισμοί στο πλαίσιο του έργου:

Περιορισμοί προκύπτουν λόγω της υποχρεωτικής τήρησης της νομοθεσίας περί GDPR, κοινώς της προστασίας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών της πλατφόρμας και της συμμόρφωσης με τους διεθνείς κανόνες. Δηλαδή, η παρακολούθηση των στοιχείων και των αναζητήσεων των χρηστών είναι ελεγχόμενη και ενδέχεται να αποκρύπτει στατιστικά στοιχεία που θα ήταν χρήσιμα για τα καταστήματα.

8. Παράρτημα: ακρωνύμια και συντομογραφίες:

UI: User Interface