



Академија струковних
студија Шумадија
Одсек Крагујевац

Студијски програм: Информатика
Предмет: Пројектовање информационих система

Spa centar

- Funkcionalni zahtev –

Предметни наставник:

Саша Стаменковић

Студент:

Драган Лабан, 007/2022

Крагујевац 2023.

Садржај

Садржај.....	1
1. Увод.....	3
1.1. Циљ Развоја.....	3
1.2 Обим система	3
1.3 Приказ производа.....	3
1.3.1 Перспектива производа	4
1.3.2 Функције производа.....	4
1.3.3 Карактеристике производа	4
1.3.4 Ограничења.....	5
1.4 Дефиниције	5
2. Референца	5
3. Спецификација захтева	6
3.1 Спољашњи интерфејси.....	6
3.2 Функције.....	6
3.3 Погодности за употребу.....	6
3.4 Захтевне перформансе.....	7
3.5 Захтеви базе података	7
3.6 Пројектна ограничења	7
3.7 Системске карактеристике софтвера система	7
3.8 Допунске информације	7
4. Верификација.....	7
4.1 Спољашњи интерфејси	7
4.2 Функције.....	7
4.3 Погодности за употребу.....	7
4.4 Захтевне перформансе.....	8
4.5 Захтеви базе података.....	8
4.6 Пројектна ограничења.....	8
4.7 Системске карактеристике.....	8

4.8 Допунске информације.....	8
5.Прилози.....	8
5.1 Претпоставке и зависности.....	8
5.2 Акрономи и скраћенице.....	8

1. Увод

1.1 Циљ развоја

"Наш циљ је да постанемо водећи спа центар у [локацији] који пружа врхунске велнес и релаксационе услуге нашим клијентима. Желимо да створимо окружење које одише мирном и пријатном атмосфером, пружајући клијентима не само физичко, већ и емоционално и ментално благостање. Осмислићемо иновативне третмане и услуге, привући стручно особље и пружити изванредно искуство нашим клијентима. Поред тога, планирамо остварити профитабилно пословање које ће допринети расту наше компаније и обезбедити задовољство и поверење наших клијената."

Овај циљ развоја за спа центар израђује вашу визију за пословање и поставља основне аспекте као што су врхунске услуге, атмосфера, иновација, особље, профитабилност и задовољство клијената. Овај циљ ће вам служити као оријентир током развоја и управљања спа центром.

1.2 Обим система

Обим производа који спа центар приказује на свом сајту треба да буде комплетан и информативан како би привукао и обавестио потенцијалне клијенте.

1.3 Приказ производа

Спа центари би требало да имају деталјан и информативан приказ производа на својем сајту како би привукли и обавестили потенцијалне клијенте. Ево неких елемената који би требало да буду укључени у приказ производа на сајту спа центра:

1. **Опис Услуга и Третмана:** Подробан опис свих услуга и третмана које спа центар нуди, укључујући масаже, терапије за лице и тело, хидротерапију, фитнес активности, и друге специфичне услуге. Опис би требало да објасни користи од сваке услуге.
2. **Ценовник:** Прецизне информације о ценама услуга и третмана. Могуће је такође укључити и специјалне понуде и пакете.
3. **Фотографије и Визуели:** Визуелни приказ третмана, простора спа центра, и опреме. Фотографије би требало да омогуће клијентима да визуално искусе шта могу очекивати.
4. **Додатни Садржај:** Информације о особљу, квалификацијама и специјализацијама терапеута и стручњака, као и о програмима лојалности и специјалним догађајима.
5. **Рецензије и Искуства Клијената:** Прегледи и рецензије од стране раних клијената могу омогућити потенцијалним клијентима да чују о туђим искуствима.
6. **Резервације и Контакт Информације:** Омогућите клијентима да лако направе резервације онлајн и обезбедите контакт информације за додатна питања и информације.

1.3.1 Перспектива производа

Спа центари треба да прилажу перспективу производа са акцентом на кориснику на свом сајту. Перспектива производа са акцентом на кориснику фокусира се на потребе и очекивања клијената. Ово укључује:

1. **Персонализацију:** Представљање информација и услуга на начин који одговара различитим потребама и жељама клијената. Омогућава клијентима да лакше пронађу информације које их интересују.
2. **Усмеравање на Предности:** Објашњавање како одређена услуга или третман може користити клијенту. Наглашавање предности за њихово здравље, опуштање и добробит.
3. **Искуство Клијента:** Делење искуства клијената који су већ користили услуге спа центра. Ове рецензије и сведочанства могу омогућити потенцијалним клијентима да виде како су други искусили спа центар.
4. **Интеракцију и Комуникацију:** Омогућавање клијентима да лако комуницирају са спа центром путем онлајн форми, порука, или телефона. Ово такође укључује брз одговор на питања и захтеве клијената.
5. **Лични Додир:** Представљање особља и терапеута спа центра, омогућавање клијентима да се ближе упознају са онима који ће вршити услуге.

1.3.2 Функција производа

1. **Презентација Услуга:** Информативни приказ свих услуга и третмана које ваш спа центар нуди. Свака услуга треба да има своју страницу са детаљним описом и фотографијама.
2. **Резервације Онлајн:** Могућност за клијенте да онлајн резервишу термине за услуге. Ово може укључивати календар за резервације и могућност избора терапеута.
3. **Ценовник:** Приказ цена за све услуге и третмане, са опцијом за приказ специјалних понуда и пакета.
4. **Галерија Слика:** Фотографије спа центра, простора, терапеута и самих третмана. Визуелни приказ помаже клијентима да се боље упознају са вашим центром.
5. **Рецензије и Искуства Клијената:** Секција за рецензије и сведочанства клијената који су већ посетили ваш спа центар.
6. **Блог или Савети:** Додавање вредних савета за здравље и велнес на вашем сајту може упутити клијенте на значај одржавања здравог начина живота.
7. **Контакт Информације:** Информације о контакту, укључујући адресу, телефонски број, и форму за контакт.
8. **Додајте Усмерење на Клијента:** Сајт треба да буде дизајниран тако да клијентима олакша налажење информација и резервација услуга. Такође, омогућите им да поставе питања и добију одговоре.

1.3.3 Функције производа

На веб сајту спа центра, функције производа могу се фокусирати на пружање информација, омогућавање резервација и комуникацију са клијентима.

1.3.4 Карактеристике корисника

Да би корисник могао да закаже термин за спа центар, обично ће му бити потребно следеће:

1. **Пристап Интернету:** Корисник мора имати пристап интернету како би могао да приступи веб сајту спа центра и закаже термине онлајн.
2. **Рачун или Профил:** Неки спа центри могу захтевати од корисника да имају кориснички налог или профил на њиховом сајту како би могли да врше резервације. Ово им омогућава да прате своју историју резервација и примају информације о акцијама и понудама.

3. **Избор Услуга и Термина:** Корисник мора да одабере које услуге или третмане жели да закаже, као и датум и време које им одговара.
4. **Контакт Информације:** Како би се потврдила резервација и омогућило спа центру да контактира клијента у случају потребе, корисник ће морати да унесе своје контакт информације, као што су име, телефонски број и имејл адреса.
5. **Плаћање (ако је применљиво):** Уколико спа центар захтева уплату или депозит при резервацији, корисник ће морати да обезбеди податке о плаћању, као што су информације о кредитној картици.
6. **Потврда:** Корисник ће добити потврду резервације путем имејла или СМС-а, која садржи детаље о термину и инструкције за долазак на термин.

1.3.5 Ограничења

Ограничења за спа центар представљају факторе који могу утицати на функционисање и развој оваквих објеката. Та ограничења могу се односити на физичке, законске, финансијске и друге аспекте.

Ограничења на сајту спа центра могу обухватити различите аспекте како би се обезбедила безбедност и боље корисничко искуство. **Финансијске Ограничености:** Ограничени буџет и финансијска средства могу ограничити развој, маркетинг и опрему спа центра.

1.4 Дефиниције

Термин	Дефиниција
Понуда	Mesto na sajtu, na kom je moguć prikaz cele ponude SPAcentra.
Козметичари	Osobe koje su profesionalno obučene za negu kose, lica, tela..
База података	Prikupljanje svih informacija vezane za ovaj sistem.
Физиотерапеути	Osobe koje su profesionalno obučene, za više različitih masaža.
Сајт	Mesto na kome klijenti imaju mogućnost, da putem interneta, onlajn pogledaju sve što ih interesuje vezano za bilo koji SPA-centar.
Власник	Osoba koja ima pristup administratorskom delu sajta, njenom uređivanju, kao i vlasnik branše SPA-centara
Посетиоци	Svako ko poseti sajt, da vidi ponudu usluga.
Документ утисака	Osobe koje žele da napišu svoje utiske o uslugama, kao i radu SPA-centra, i njenih zaposlenih.
Пролазник	Osobe koje žele samo da pogledaju ponude.
Клијент	Osoba koja koristi usluge.

2. Референце

<https://gejzer.rs/ci/spa-centar/>

3. Спецификација захтева

Спецификација захтева на сајту спа центра треба да обавља низ задатака и функционалности како би подржао боље искуство корисника, помогао у управљању пословним операцијама и омогућио ефикасну комуникацију.

Информациони систем на сајту спа центра често је повезан са базом података која игра кључну улогу у обезбеђивању ефикасног и лаког управљања информацијама и подацима о клијентима, услугама и операцијама спа центра.

3.1 Спољашњи интерфејси

Спољашњи интерфејси потребни за креирање сајта за спа центар укључују плаћање, интернет претраживаче, мобилне уређаје и социјалне мреже.

3.2 Funkcije

UML diagram

3.3 Pogodnosti za upotrebu

Резервације и Заказивање: Омогућите корисницима да онлајн резервишу термине и услуге са практичним календарима и опцијама избора. Информације о Услугама: Пружите детаљне информације о свим третманима, масажама, терапијама, ценама и трајању како би корисници могли да донесу информисане одлуке. Галерија и Визуелни Материјал: Поставите фотографије и видео материјале који приказују просторе, опрему, терапеуте и пружају корисницима визуелни доживљај. Оцене и Рецензије: Отворите могућност за кориснике да остављају оцене и рецензије како би други корисници могли да виде искуства других људи. Контакт Информације: Јасно наведите информације о контакту, укључујући адресу, телефон, имејл и мапу за лакше проналажење локације спа центра. Блог и Савети: Ако водите блог, делите корисне чланке и савете о здрављу, лепоти и wellness темама. Пријаве и Профили Корисника: Омогућите корисницима да креирају корисничке профиле где могу пратити своје резервације, преференце и истраживати персонализоване понуде.

3.4

Захтеви за перформансе који су потребни за веб сајт спа центра укључују брзо учитавање страна, стабилну доступност, брзу резервацију термина и одлично корисничко искуство.

3.5 Захтеви базе података

За функционисање спа центра, потребни су следећи захтеви базе података: **Подаци о Клијентима:** Чување информација о клијентима, укључујући контакт податке, историју резервација, предференце и оцене услуга. **Резервације:** Складиштење информација о резервацијама за услуге и термине, укључујући информације о врсти услуге, датумима и временима. **Информације о Услугама:** Чување података о различитим услугама, третманима, масажама, ценама и додатним информацијама.

Галерија и Мултимедија: Складиштење слика, видео материјала и описа услуга које се приказују на сајту.

Блог и Садржај: Подаци о чланцима и саветима који се објављују на сајту, укључујући текст, слике и линкове.

Аутентикација и Профили Корисника: Информације о корисничким налозима, пријавама и корисничким профилима.

Безбедност и Приватност: Заштита података и примена мера безбедности како би се спречио неовлашћен приступ информацијама.

Оцене и Рецензије: Складиштење информација о оценама и рецензијама које остављају корисници.

Финансијске Трансакције: Ако сајт обрађује плаћања онлајн, потребно је чувати информације о финансијским трансакцијама, укључујући информације о плаћеним рачунима и уплатама.

3.6 Пројектна ограничења

Пројектна ограничења за сајт спа центра обухватају задат буџет, временски рок за развој, техничке спецификације, садржај и материјале, интеграцију са другим системима, дизајн и визуелни идентитет, правилнике и законске захтеве, корисничко искуство и тестирање, као и управљање садржајем на сајту. Ова ограничења имају кључну улогу у одређивању обима и функционалности сајта спа центра и треба да се поштују у току развоја пројекта.

3.7 Системске карактеристике софтверског система

Системске карактеристике које су потребне за софтверски систем сајта спа центра укључују избор одговарајућих програмских језика и развојних оквира, кориштење система за управљање базом података, серверске инфраструктуре, развој корисничког интерфејса, бек-енд и фронт-енд развој, системе за аутентификацију и ауторизацију, интеграцију са другим системима, SEO оптимизацију, заштиту и безбедност, чиме се осигурава функционалност и безбедност софтверског система сајта. 4. Верификација

4.1 Спољашњи интерфејси

Спољашњи интерфејси везани за сајт спа центра укључују интеграцију са системима за онлајн резервације, обраду плаћања, интеграцију са друштвеним мрежама, и коришћење аналитичких алата за праћење посета и корисничког поведенија на сајту.

4.2 Функције

Верификација УМЛ дијаграма...

4.3 Погодности за употребу

Од корисника сајта захтева да одаберу услуге и термине.

Клијенти могу бити сигурни да ће им све услуге бити обезбеђене.

Уколико клијент има налог на сајту сваким коришћењем он остварује купоне које касније могу дати попусте на услуге.

4.4 Захтеване перформансе

Корисник ће бити задовољан уколико клик одмах отвара жељену страницу и опцију. Самим тим што је сајт оптимизован клијент не мора да има најновији тип уређаја.

5 Прилози

5.1 Претпоставке зависности

Постоји неколико фактора који су важни за успешно функционисање спа центра. Један од најважнијих фактора је квалитетно особље. Спа центар мора имати стручне и обучене терапеуте, рецепционисте и козметичаре који могу пружити висококвалитетне услуге.

Други важан фактор је широк спектар услуга. Спа центар мора понудити различите врсте масажа, третмане лица и тела, козметичке третмане и друге услуге како би задовољио различите потребе клијената

5.2 Акрономи и скраћенице

SPA – „SANUS PER AQUAM“