

FindyourDRESS

Mattia Gatto Matricola: 216649 Professore: Domenico Saccà

OUR LOGO



IDEA DI PROGETTO

Semplificare l'acquisto di prodotti relativi all'abbigliamento, con un e-commerce nel quale i prodotti possono essere "indossati" attraverso un avatar personalizzabile nella fase di registrazione, il quale rispecchia il proprio aspetto e le proprie caratteristiche fisiche, al fine di rendere più reale la visione della vestibilità del prodotto sullo shopper che vorrà acquistarlo.

L'avatar dello shopper dopo che gli sono stati assegnati gli abiti che si vogliono acquistare, può essere giudicato con feedback positivi o negativi da altri utenti della community, i quali possono essere i suoi amici relativi ad un social network collegato al profilo, oppure può essere consigliato da un DressingConsulent esperto nel settore dell'abbigliamento.



Come Funziona?

1 Scarica l'applicazione

web-app disponibile per android e ios.



trova il vestito

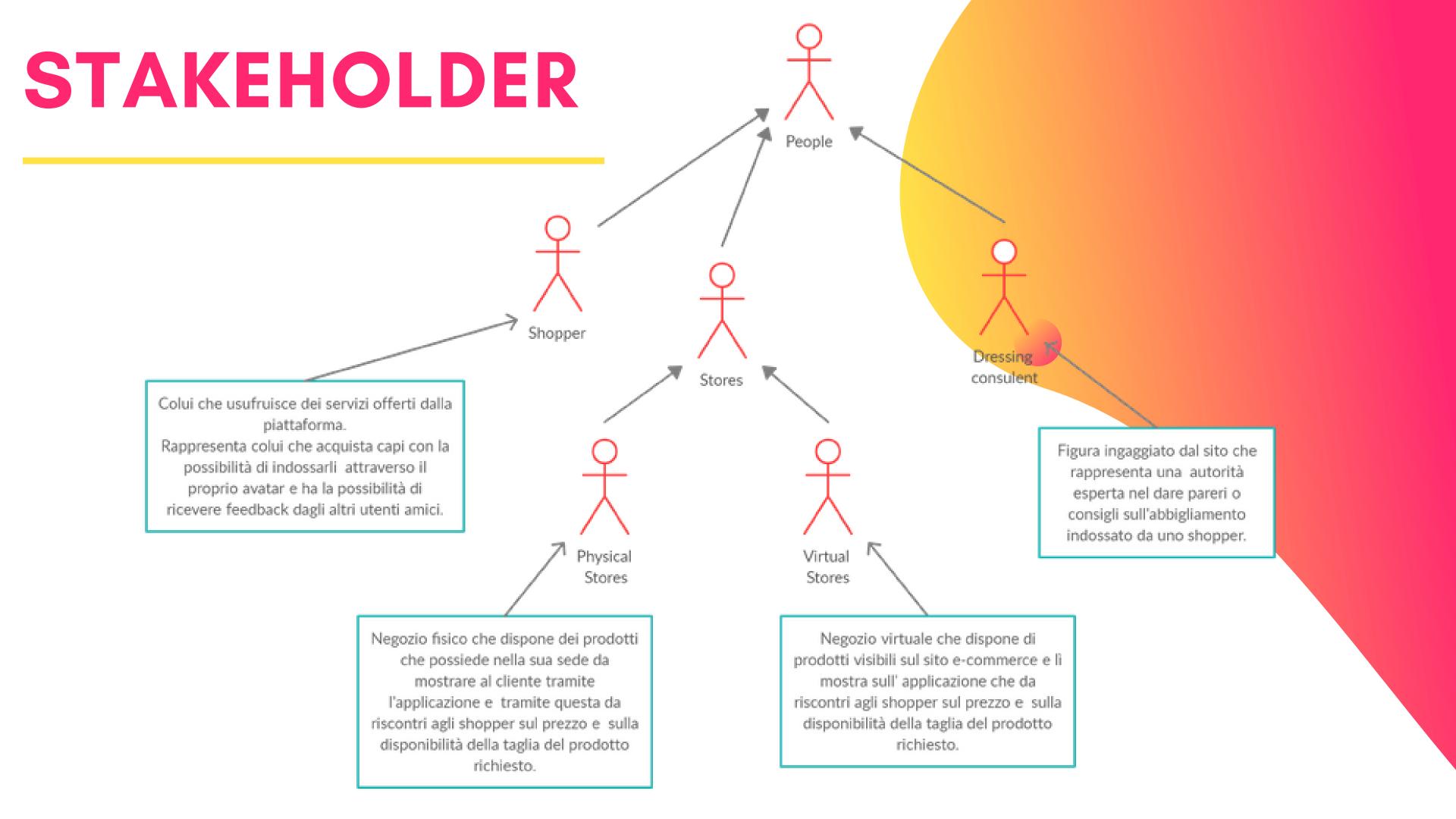
trova il vestito che più ti piace, ma prima di comprarlo fallo indossare al tuo avatar.

7 Registrati

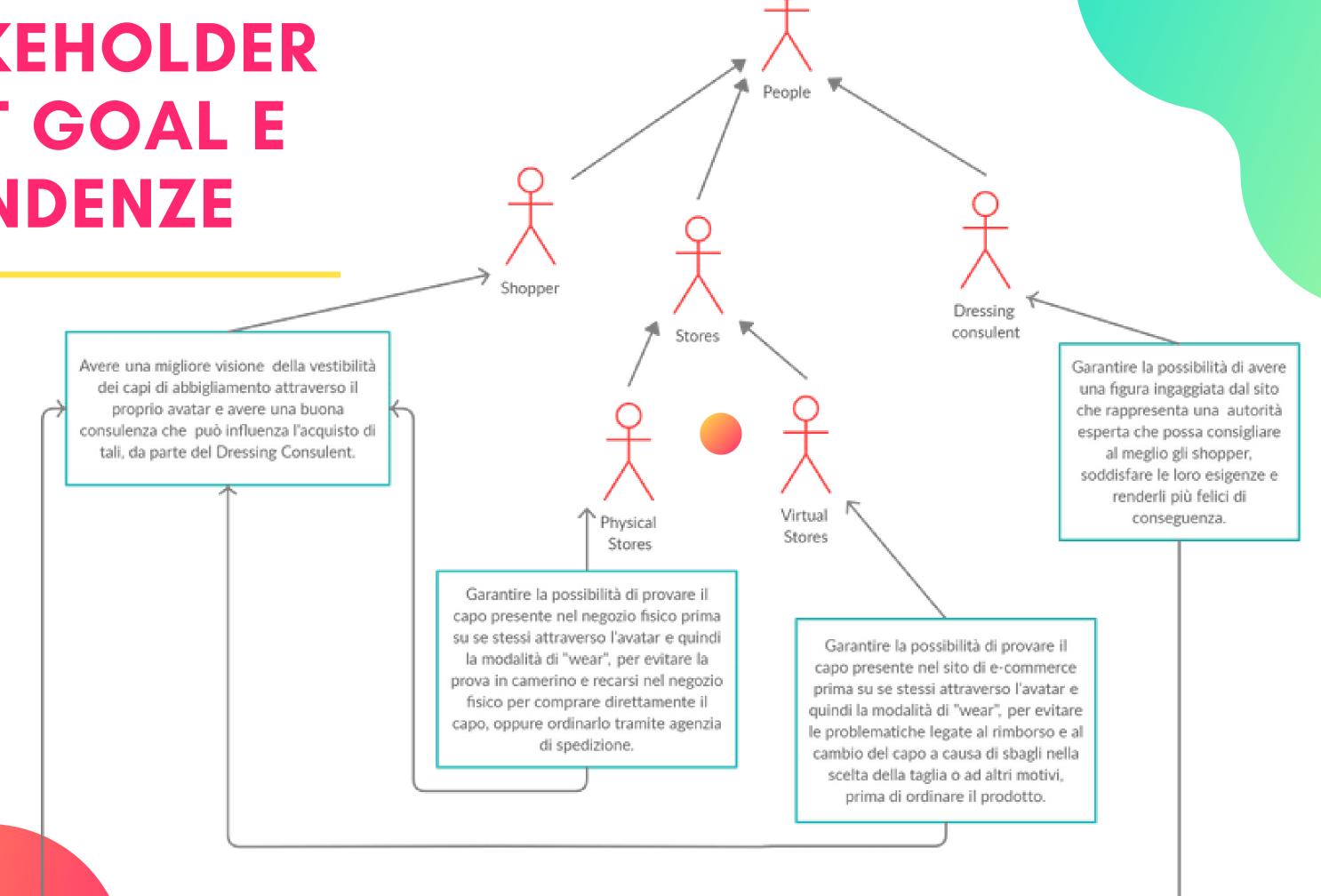
Inserisci le tue informazioni e crea l'avatar che più ti rispecchia per avere una visione più reale, come se fossi davanti allo specchio di un camerino con l'abito addosso.

Fatti consigliare

collega il tuo profilo al tuo account socialNetwork e mostra ai tuoi amici l'outfit del tuo avatar per ricevi le loro opinioni attraverso feedback, oppure mostra il tuo avatar vestito ad un DressingConsulent esterto nel settore dell'abbigliamento

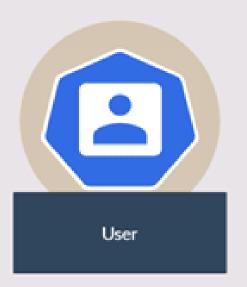


STAKEHOLDER SOFT GOAL E DIPENDENZE



Scenari specifici:Registrazione e Creazione dell' avatar





Dati personali

 Informazioni e dati generali:

Nome;
Cognome;
email
password;
sesso;
Data di nascita;
Luogo di nascita;
Città di residenza;
indirizzo di spedizione;
metodo di pagamento;

Crea avatar

colore pelle: altezza: corporatura :

-snella

- normale

- robusta

peso: colore occhi;

colore capelli: lunghezza piede; circonferenza vita; circonferenza collo; larghezza spalle; larghezza bacino;

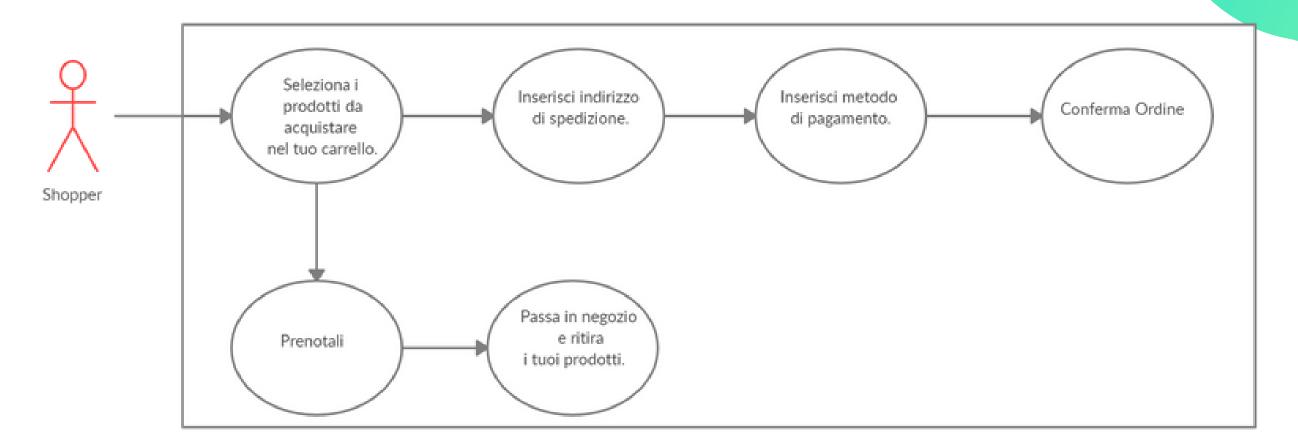
Interessi

tipologia tessuti; Stile; Marche; Prezzo; vestibilità;

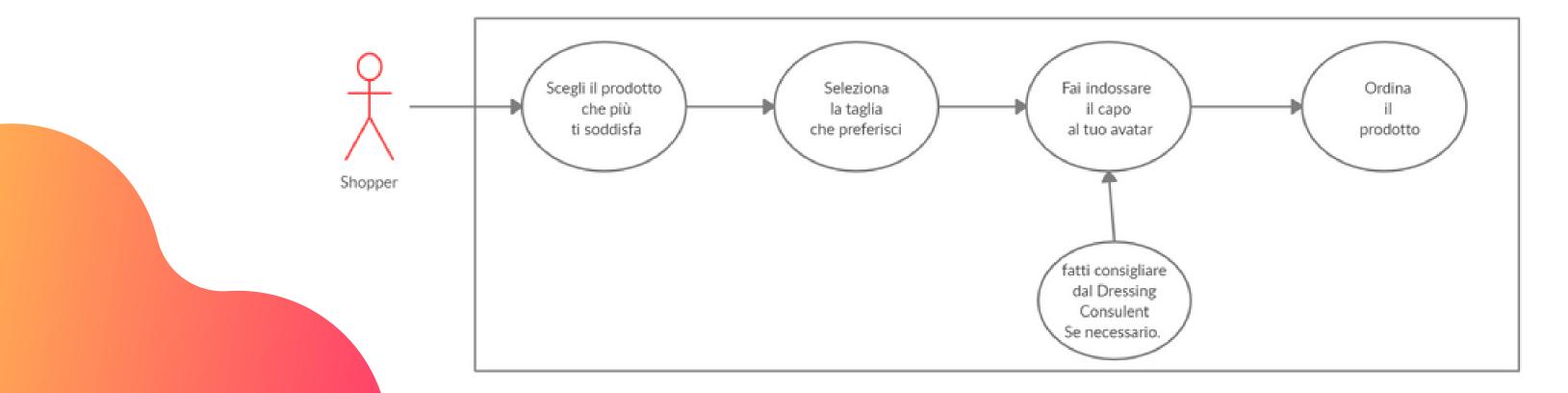
Colore:

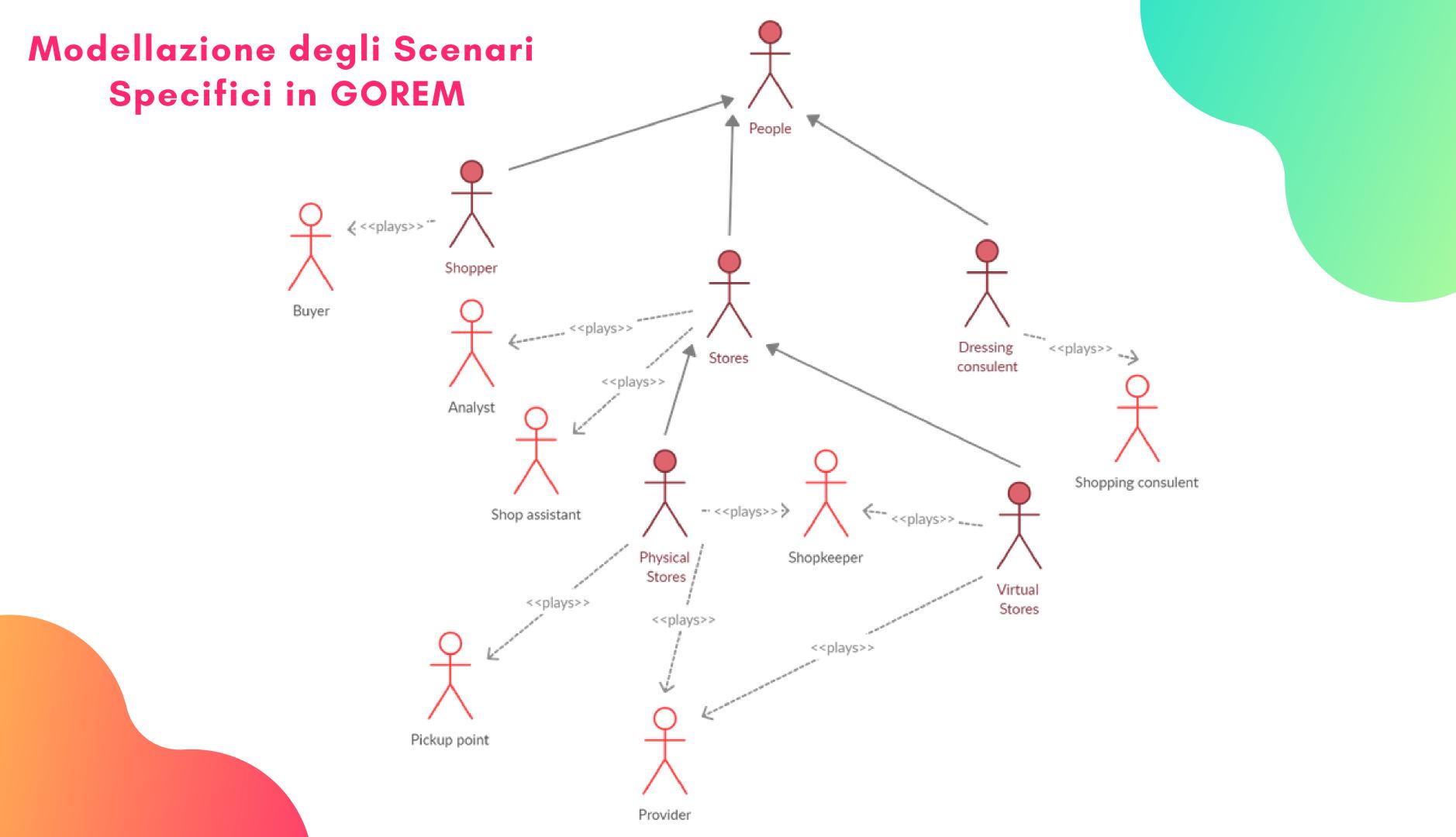
Scenari specifici:

• Acquisto prodotto

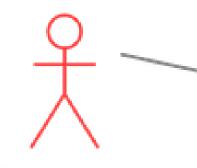


• Prova prodotto sull'avatar





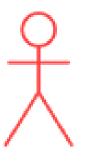
Modellazione dei Goal degli Scenari Specifici in GOREM



Registration of product information

notes

Registrare le informazioni relative ai prodotti presenti all'interno dello store. Registrare le informazioni legate agli acquisti effettuati.



Analyst

Shop assistant

Data analysis

notes

Effettua analisi sui dati relativi agli ordini effettuati dagli shopper e sugli andamenti vari degli store.



Assistant consultant

notes

Esperto che riesce a consigliare al meglio gli shopper che ne richiedono consulenza.

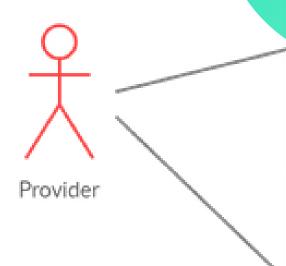


Buyer

Buyer of products

notes

Utente finale che compra i prodotti dopo averli visualizzati sul proprio avatar.



Clothing Provider

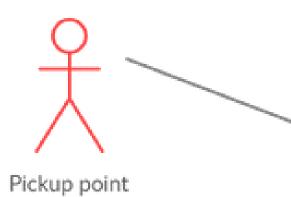
notes

Fornitore di merci tra le quali capi di abbigliamento vari e oggetti relativi all'abbigliamento a prezzi da grossista.

Service Provider

notes

Fornitore di vari servizi quali ad esempio, il trasporto di merci, reso prodotti o cambio etc..



Product collection points

notes

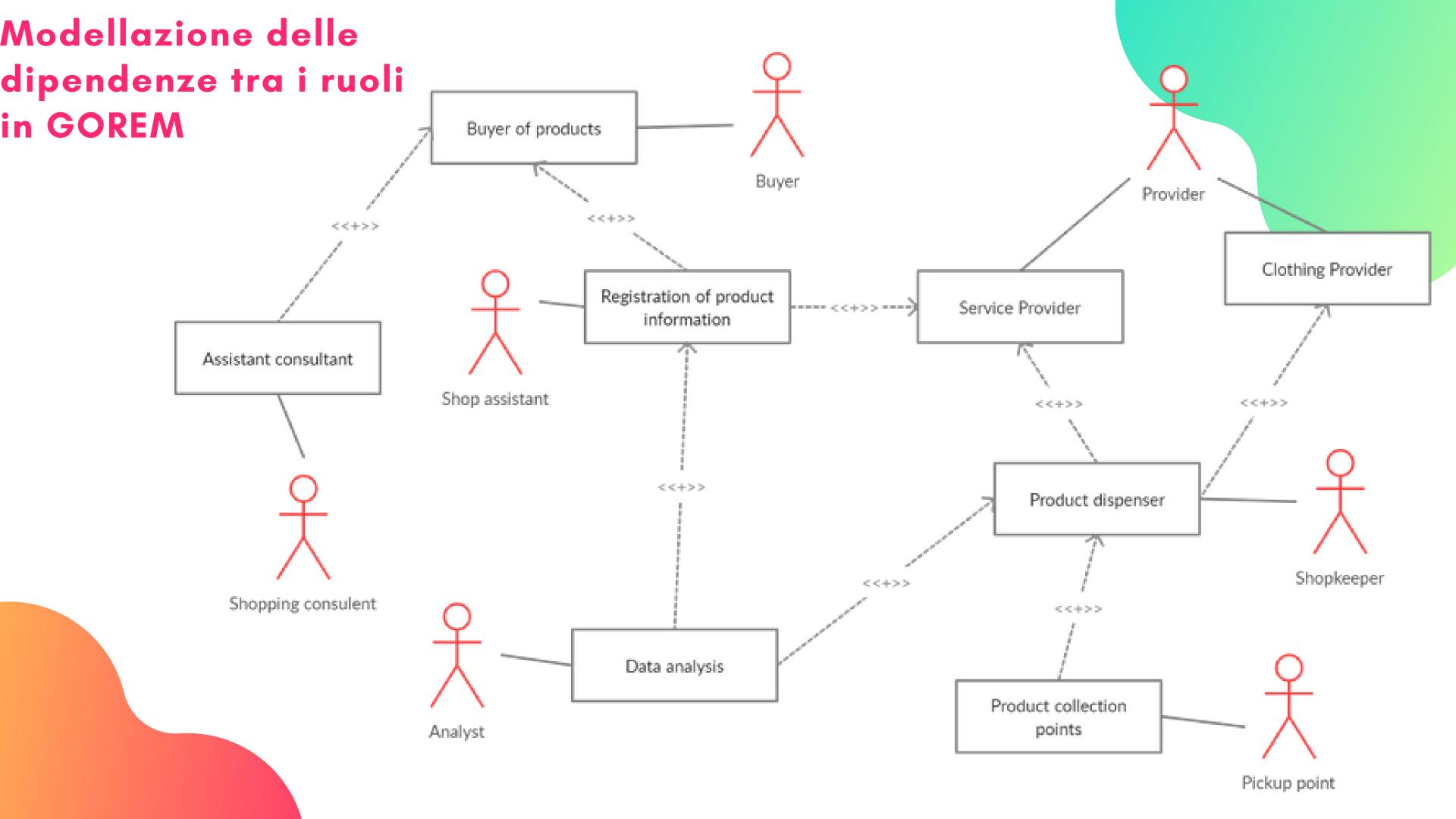
Utilizzare il proprio store come punto di ritiro prodotti.

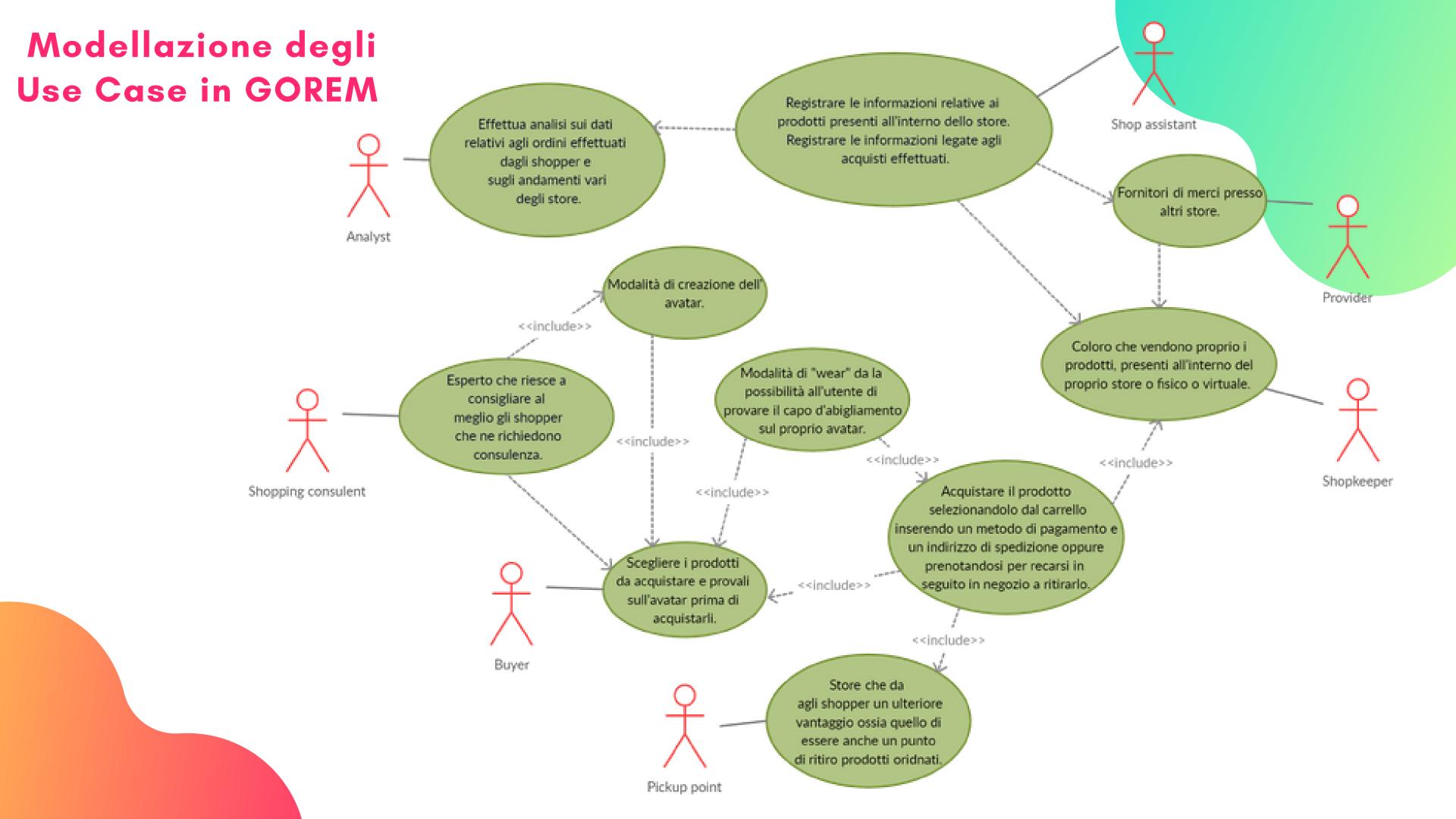


Product dispenser

notes

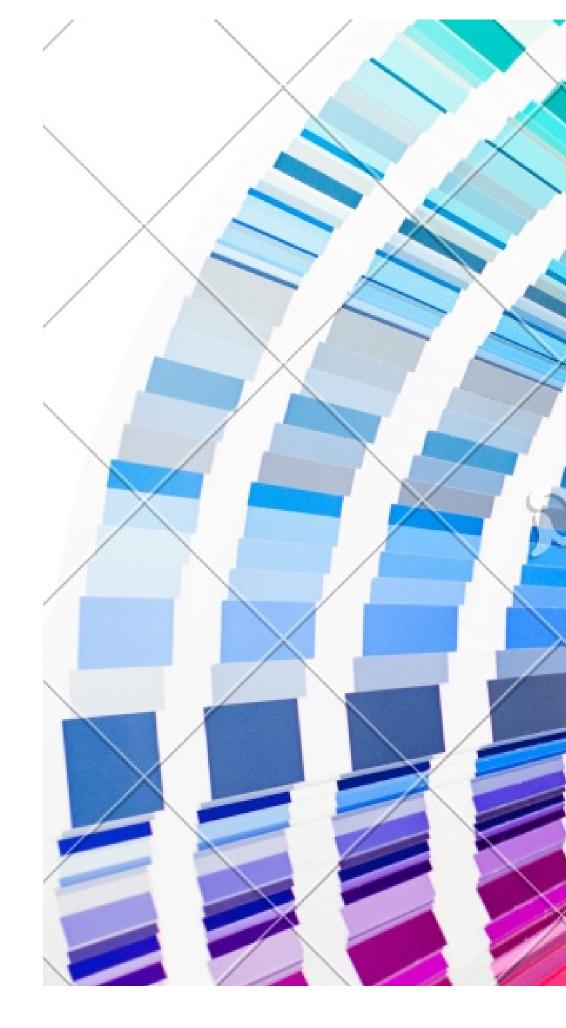
Store che vende i prodotti e da la possibilità di recensire le proprie merci.





Schema del Modello di Business dell'Idea Progettuale

Partner Chiave	Attività Chiave	Valore Offer	Relazioni con C	Segmenti di Clientel
-Store online -Store fisici	-Manutenzione; -Innovazione; -Collaborazioni -Accordi con compagnie publicitarie; -Accordi con gli store; -Yantaggi per store fisici e store virtuali; -maggiore visibilità;		-Applicazione mobile; -Servizio assistenza; -Meccanismi di feedback;	-Shopper; -Store fisici; -Store virtuali; -Dressing Consulent;
	Risorse Chiave		Canali	
	-Umane;		-Store aderenti;	
	-Fisiche;		-Web-application;	
	-Finanziarie; -Informative		-Social network;	
Struttura dei cos	sti		Flussi di ricavi	
	pi,manutenzione,se rumenti di lavoro,co		-Canone annuale p -Publicità;	oer gli store manager;

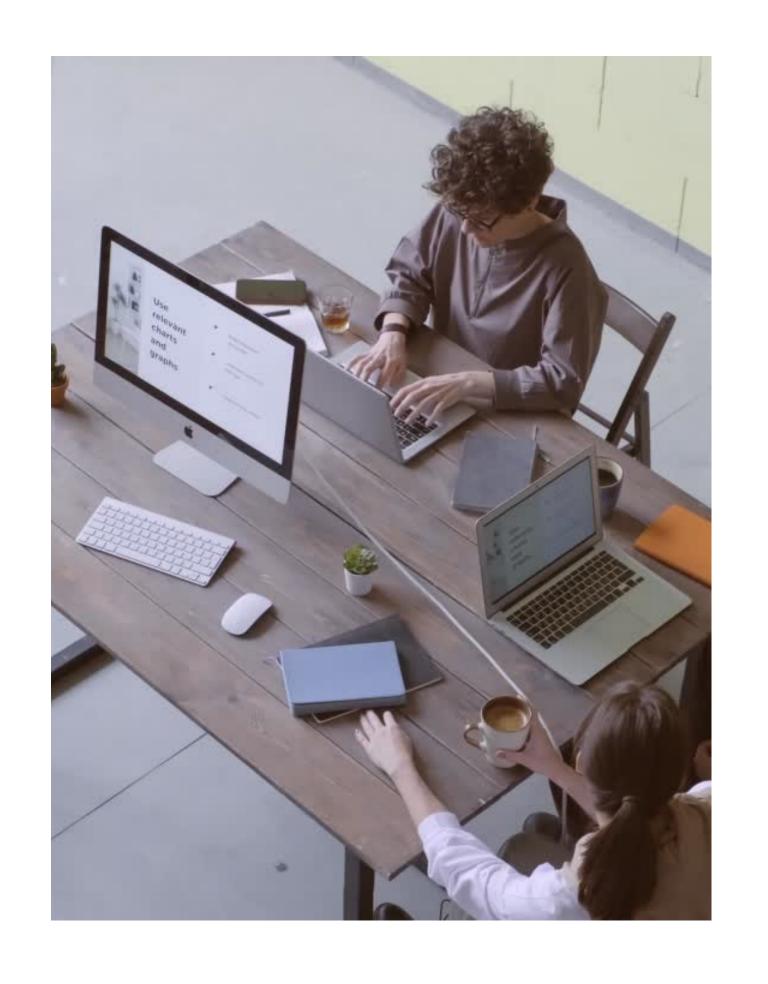


COMPETITOR









Analisi SWOT:

- PUNTI DI FORZA,
- PUNTI DI DEBOLEZZA,
- OPPORTUNITA',
- MINACCE

Strengths

- Eliminazione delle problematiche dovute dalle misure delle taglie dei vari capi che non risultano affidabili;
- Funzionalità innovative rispetto ai competitor come la funzione di "wear";
- · Supporto continuo;
- Compagnia pubblicitaria di impatto notevole ma non aggressiva;
- Facile interazione con gli amici presenti sulla piattaforma usando feedback;
- Possibile consulenza con un Dressing Consulent;
- Larga gamma di prodotti di diverse marche;

Weaknesses

- La mappatura dei prodotti, che ha bisogno di una raccolta di dati distribuiti dai manager store, che si devono mettere a disposizione, e poi raccolti dagli store assistant;
- Difficoltà nel reperire dati sempre più accurati per rendere il prodotto virtuale più reale possibile;
- Fiducia iniziale bassa da parte degli store manager;
- Livello di utenza iniziale critica o troppo bassa;
- · Ridotto budjet iniziale;

FINDYOURDRESS

Opportunities

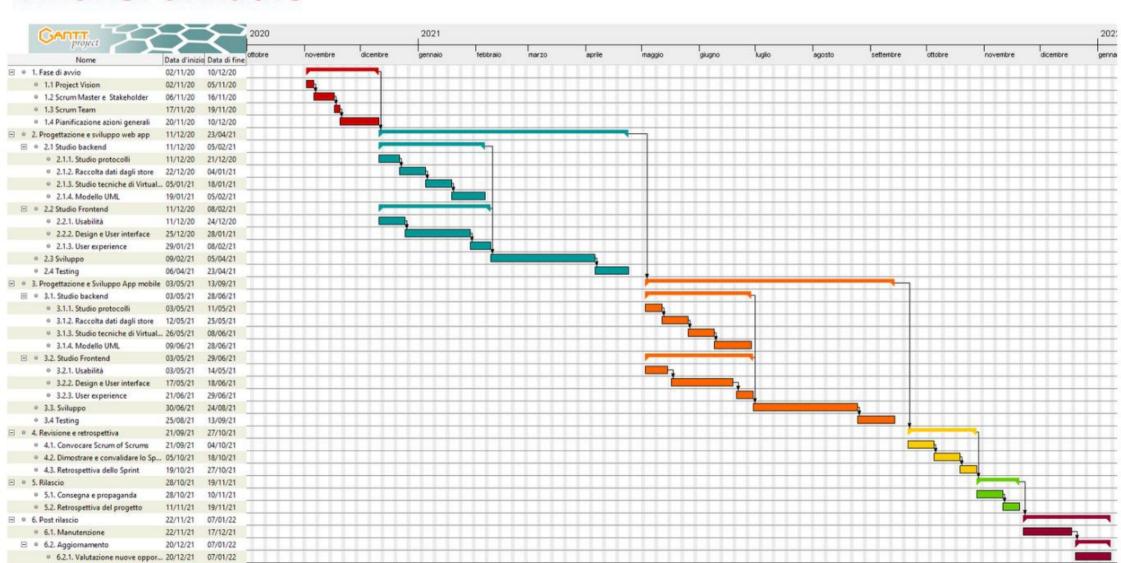
- Predisposizione all'utilizzo sempre più crescente di applicazioni mobile per facilitare il modo di fare shopping;
- Ampio margine di crescita e di sviluppo di possibili nuovi servizi da integrare nella piattaforma;
- Provare il capo prima di acquistarlo;
- Mercato dei capi di abbigliamento in costante crescita;

Threats

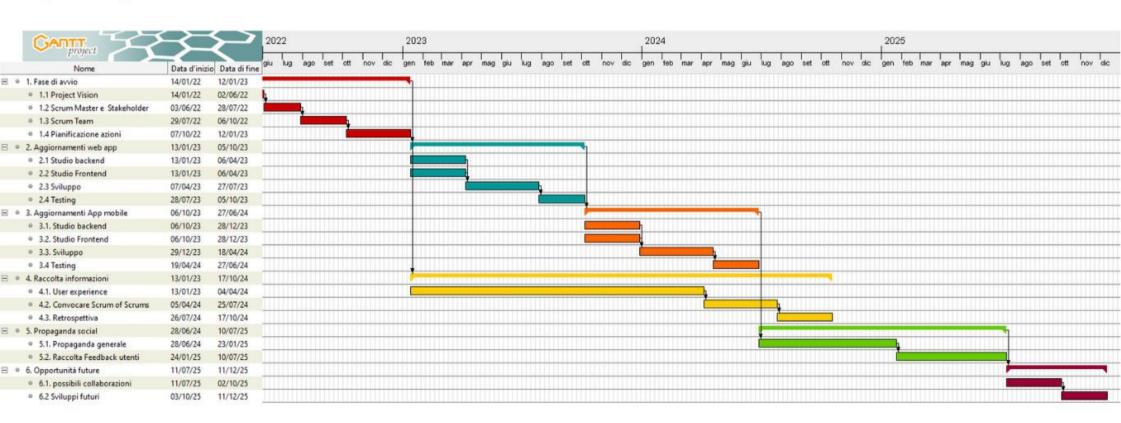
- Probabile nascita frequente di applicazioni e piattaforme concorrenti;
- Non apprezzamento dell'applicazione;
- · Possibili problematiche nei resi;



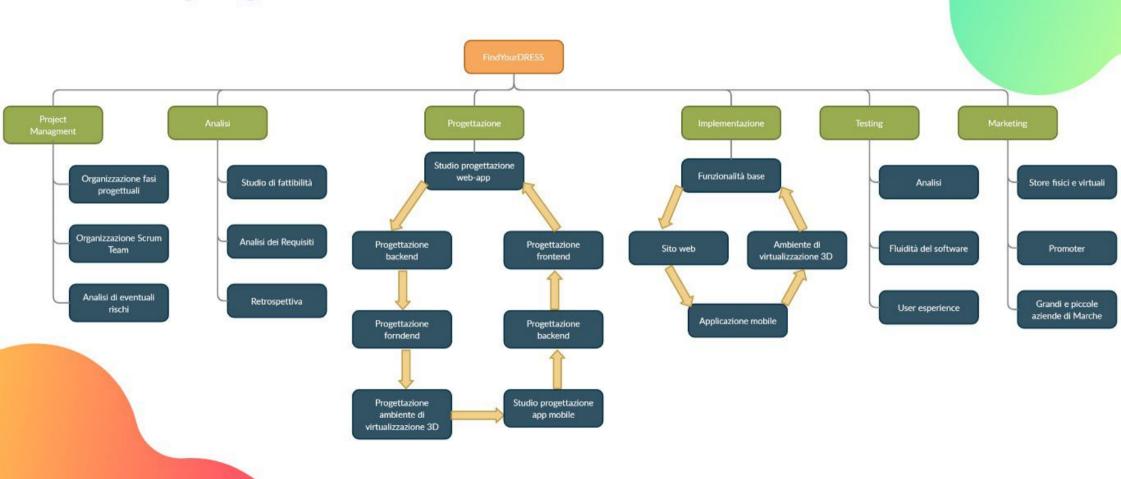
Analisi annuale



Analisi quinqueannuale



Analisi e pianificazione dell'idea progettuale



Analisi dei costi

personale	€perora	ore annue	R	AL 1°	Anno (Lordi) - 2	2° Anno (Lordi)	3° Anno (Lordi)	4° Anno (Lordi)	5° Anno (Lordi)
Ingegnere Informatico	30)€ 1	760	26.198,53€	52.800€	52.800€	52.800€	52.800 €	52.800€
Planner	30)€ 1:	160	17.267,21€	34.800€	34.800 €	34.800€	34.800 €	34.800€
Sviluppatore Frontend	26	5€ 1:	120	13.640,56€	29.120€	29.120€	29.120€	29.120€	29.120€
Sviluppatore Backend	26	5€ 1:	120	13.640,56€	29.120€	29.120 €	29.120€	29.120 €	29.120€
Sviluppatore App	26	5€ 1:	120	13.640,56€	29.120€	29.120 €	29.120€	29.120 €	29.120€
Analista	28	3€ 14	180	20.027,80€	41.440€	41.440 €	41.440€	41.440 €	41.440€
Manager	30)€ 1:	160	17.267,21€	34.800€	34.800 €	34.800€	34.800 €	34.800€
virtual reality expert	30)€ 13	300	17.267,21€	39.000€	39.000 €	39.000€	39.000 €	39.000€
image and marketing manager	23	8€ 8	10	8.220,87€	18.630€	18.630€	18.630€	18.630€	18.630€
totale					308.830€	308.830 €	308.830€	308.830€	308.830€
Servizi	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Aanno	o e			
Server	10.000€	14.000 €	18.000€	22.000 \$	24.000)€			
Piattaforma cloud	10.000€	12.000€	16.000€	18.000 €	20.000)€			
Costo Manutenzione	15.000€	17.000 €	19.000€	21.000 €	23.000)€			
Pubblicità	5.000€	10.000€	15.000€	20.000 €	25.000)€			
totale	40.000€	53.000€	68.000€	81.000 €	92.000)€			

Altri Costi	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Aanno
PC	20.000€	6.000€	0	0	0
Sede azienda	10.000€	10.000€	10.000€	10.000€	10.000€
Costi arredo	20.000€	10.000€	0	0	0
totale	50.000€	26.000€	10.000€	10.000€	10.000€

Analisi dei Costi Totale

Costi TOT	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno
Personale	308.830€	308.830€	308.830 €	308.830€	308.830€
Servizi	50.000€	26.000€	10.000€	10.000€	10.000€
Altri Costi	40.000€	53.000€	68.000€	81.000€	92.000€
Costi TOT	398.830€	387.830€	386.830€	399.830€	410.830€

Analisi dei ricavi Totale

R	icavi : Abbonamento mensile €35,00	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno
Is	crizioni	850	1050	1150	1250	1350
R	icavi dagli store	357.000€	441.000€	483.000€	525.000€	567.000€

Analisi dei costi-ricavi

Costi-Ricavi	1° Anno	2° Anno	3° Anno	4° Anno	5° Anno
Ricavi TOT	357.000€	441.000 €	483.000 €	525.000€	567.000€
Costi TOT	398.830€	387.830 €	386.830 €	399.830€	410.830 €
Risultato d'esercizio	- 41.830€	53.170€	96.170€	125.170€	156.170€
Percentuale tra Risultato d'esercizio e ricavi TOT	-11,717%	12,06%	19,91%	23,84%	27,54%

Conclusioni

Il mondo dello shopping online sta diventando sempre più importante.

Questo procedimento va a sostituire l'abitudine di andare a provare abiti in negozio o ordinare e fare cambi continui online, con una certezza nell'acquistare il prodotto desiderato senza avere bisogno di cambiarlo poiché si è sicuri di quello che si acquista.

E in questo periodo di diffusione del virus COVID-19 dove meno contatto si riesce ad avere con le persone e meglio si riesce a combattere tale minaccia, l'idea di evitare ancor di più di muoversi e spostarsi dalla propria abitazione non raffigura altro che un vantaggio per FindYourDRESS.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE