

WBA 2: Phase 2

Max Bobisch 11070440

Robert Schumann 11070745

Kurzvorstellung der Projektidee

Sticker-App



Das System ermöglicht, abfotografierte Sticker zu erkennen als entweder bereits vorhandene Sticker oder als neu anzulegende Sticker.

Zu einem Sticker wird eine Ressource angelegt, die z.B. folgende Daten enthält: Fundort (GPS-Daten, z.B. mit Verwendung der google maps-API), Aufnahmezeit, Nutzer, Stickerhersteller, Bezeichnung, Preis, Anbieter (Shops), Kommentare und etwaige quantitative Angaben (Häufigkeit der/s Sticker/s im System, in einer bestimmten Region, etc.).

Somit ergeben sich für das System verschiedene Stakeholder. Hier die primären: Die Endnutzer, Stickeranbieter (Shops, die die Produkte anbieten) und deren Hersteller.

News der Stakeholder können auf Wunsch abonniert werden. Asynchrone Kommunikation ist hierbei gegeben in Form von publish-Möglichkeiten seitens der Hersteller (neue Produkte, bestimmte Angebote, ...), entsprechend auch seitens der Stickershops (sale, special offers, etc.) und der Kunden (Favoritenlisten, eigens eingestellte unvollständige Datensätze, Stickersammlungen, ...). Jeder kann dabei jedem Nutzer oder auch einzelnen Stickern folgen (subscribe), so ist er/sie stets über alle Sticker-Informationen informiert, für die er sich interessiert.

Ferner wird es möglich sein, unbekannte Datenelemente (o.g. Angaben) im Nachhinein von anderen Stakeholdern ergänzen zu lassen (ähnlich einem wiki), so kann ein unbekannter Sticker von der Sticker-App-community identifiziert werden. Also kann die Sticker-App auch als eine Art Nachschlagewerk für seltene Sticker genutzt werden. Außerdem gibt es ein Feedbacksystem, z.B. in Form von Kommentaren.

Optional soll über die Sticker-App auch der Verkauf von Stickern über die Internetpräsenz ermöglicht werden, sowohl von privaten Kunden (Endnutzer) als auch von gewerblichen Shops.

Durchaus sinnvoll ist auch die Idee, den Herstellern/Anbietern einen Service anzubieten, der Ihre Produkte auf Beliebtheit (Kommentare, allgemeine Präsenz in einem bestimmten Zeitraum, etc.) und Verbreitung analysiert und ihnen damit Marktforschung und etwaige Verbesserung ihres Produktions-/Angebotsverhaltens zu ermöglichen.