

# Winkel van de Toekomst

Wobbe 2000

Vision Document

Versie 0.1

Auteurs: Malcolm Kindermans, Jeroen Kruis, Maurits van Mastrigt en Auke Willem Oosterhof.

Instituut: Hanzehogeschool Groningen

Datum: 18 januari 2015

## Documenthistorie

Datum	Versie	Beschrijving	Auteur
18 januari 2015	0.1	Initiële versie	Projectgroep

## Distributie

Naam	0.1
E. Nijkamp	×
Projectgroep	×

## Accordering document

Namens Winkel van de Toekomst:

(handtekening)

# Inhoud

<b>1. Inleiding</b>	<b>4</b>
1.1. Doel van het document	4
1.2. Referenties	4
<b>2. Positionering</b>	<b>5</b>
2.1. Het huidige bedrijfsproces	5
2.2. Probleemstelling	5
2.3. Alternatieve oplossingen	8
<b>3. Belanghebbenden</b>	<b>9</b>
3.1. Overzicht belanghebbenden vertegenwoorders	9
3.2. Profiel belanghebbenden	10
3.3. Behoeften van belanghebbenden	13
<b>4. Productperspectief</b>	<b>17</b>
4.1. NFC	17
4.2. Voorraadsysteem	17
4.3. Marketingafdeling	17
4.4. Klant apparaten	18
<b>5. Producteigenschappen</b>	<b>19</b>
5.1. Website	19
5.2. Mobiele applicatie	19
5.3. Prioriteit	20
<b>6. Overige requirements</b>	<b>21</b>
6.1. Niet-functionele requirements	21
6.2. Randvoorwaarden	21
6.3. Documentatie requirements	22

# 1. Inleiding

Deze sectie beschrijft het doel van het document en geeft verwijzingen naar de documenten die zijn gebruikt voor de totstandkoming van dit visie document.

## 1.1. Doel van het document

Dit document geeft de gemeenschappelijke visie van Hanzehogeschool en Wobbe op het project Shop of the Future. Het geeft de probleemstelling en de belanghebbenden weer, alsmede een samenvattend overzicht van de eisen die aan de beoogde applicatie worden gesteld. Deze eisen zijn nog niet verder uitgewerkt; de Vision dient als basis van waaruit deze uitwerking gestalte krijgt.

## 1.2. Referenties

Onderstaand worden de documenten beschreven waarvan dit visie document uit tot stand is gekomen.

Titel	Versie	Auteur	Vindplaats
Projectbeschrijving	1.0	Hanzehogeschool Groningen	<a href="http://goo.gl/D9FhDD">http://goo.gl/D9FhDD</a>

## 2. Positionering

Deze sectie beschrijft het huidige bedrijfsproces, de probleemstelling en mogelijk alternatieve oplossingen.

### 2.1. Het huidige bedrijfsproces

Momenteel is de supermarktketen Wobbe nog gewoon een normale, tamelijk saaie, supermarkt. De klanten doen hun boodschappen op de traditionele manier: ze lopen met een papieren boodschappenlijstje door de supermarkt en vullen hun boodschappenmandje met artikelen. Hierna plaatsen ze alle artikelen weer op de kassaband en rekenen af bij een cassière, waarna alles weer ingepakt moet worden. Daarnaast zien we dat de reclames vaak hun doel missen. Reclames zijn momenteel te onpersoonlijk.

Uit gesprekken in de wandelgangen is gebleken dat klanten de supermarkt als een saaie en ouderwetse supermarkt ervaren. Dat blijkt ook uit het feit dat het aantal klanten in de afgelopen maanden met  $\frac{1}{3}$  is teruggelopen.

De oplossing die bedacht is moet hier verandering in bieden. Met de nieuwe aanpak kunnen klanten thuis hun boodschappenlijstje al samenstellen. Wanneer ze vervolgens in de winkel zijn, kunnen ze het boodschappenlijstje via een app op hun mobiel bekijken. Tijdens de ronde door de winkel kunnen klanten de gewenste producten scannen met hun telefoon. Deze producten worden vervolgens van het boodschappenlijstje gestreept. Bij de kassa kan met de telefoon betaald worden. Hierdoor zijn er geen lange wachtrijen meer. Op basis van de boodschappenlijstjes kan gerichte reclame aan de klant worden getoond.

### 2.2. Probleemstelling

In de huidige situatie zijn een aantal verschillende problemen te onderscheiden. Hieronder wordt beknopt weergegeven wat deze verschillende problemen zijn:

<b>Het probleem:</b>	<b>Afrekenen duurt te lang</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Supermarkt</li><li>- Klant</li></ul>
<b>De impact hiervan is:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Klanten gaan naar supermarkten waar ze sneller kunnen afrekenen.</li><li>- Klanten raken geïrriteerd, wat het positieve gevoel van winkelen niet bevordert.</li><li>- Teruglopend aantal klanten.</li><li>- Teruglopende inkomsten.</li></ul>
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Versnelt het afrekenproces.</li><li>- Verhoogt het gevoel van 'even snel' iets te kunnen halen in de supermarkt.</li></ul>

<b>Het probleem:</b>	<b>Lange wachtrijen</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	- Supermarkt - Klant
<b>De impact hiervan is:</b>	- Klanten gaan naar supermarkten waar wachtrijen sneller verwerkt worden. - Geïrriteerde klanten. - Teruglopend aantal klanten. - Teruglopende inkomsten.
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	- Versnelt het verwerken van wachtrijen.

<b>Het probleem:</b>	<b>Winkelen duurt te lang</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	- Supermarkt - Klant
<b>De impact hiervan is:</b>	- Klanten gaan naar supermarkten waar ze sneller kunnen afrekenen. - Klanten worden geïrriteerd, wat het positieve gevoel van winkelen niet bevordert. - Teruglopend aantal klanten. - Teruglopende inkomsten.
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	- Versnelt het gehele winkelproces.

<b>Het probleem:</b>	<b>Reclame is niet specifiek</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	- Supermarkt - Klant
<b>De impact hiervan is:</b>	- Klanten maken minder gebruik van de aanbiedingen. - Klanten voelen zich minder betrokken bij de supermarkt.
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	- Verhoogt het gevoel van betrokkenheid bij de supermarkt. - Toont gerichtere advertenties.

<b>Het probleem:</b>	<b>Onduidelijke aanbiedingen</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	- Supermarkt - Klant
<b>De impact hiervan is:</b>	- Klanten maken minder gebruik van de aanbiedingen.
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	- Toont duidelijkere reclames.

<b>Het probleem:</b>	<b>Klanten hebben geen zicht op voorraad</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	- Supermarkt - Klant
<b>De impact hiervan is:</b>	- Klanten vragen regelmatig aan medewerkers of iets nog op voorraad is. - Klanten kopen iets niet, omdat ze niet durven te vragen of het nog op voorraad is.
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	- Toont klanten de voorraad van artikelen.

<b>Het probleem:</b>	<b>Bedrijfskosten zijn te hoog</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	De supermarkt
<b>De impact hiervan is:</b>	De uitgaven zijn hoger dan de inkomsten.
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	- Dringt de uitgaven terug.

<b>Het probleem:</b>	<b>Klanten vergeten het boodschappenlijstje</b>
<b>Dit beïnvloedt:</b>	De klant.
<b>De impact hiervan is:</b>	Klanten weten niet meer wat ze moesten hebben en dat wekt irritaties op.
<b>Een succesvolle oplossing:</b>	- Aanbieden van een boodschappenlijst die overal en altijd beschikbaar is.

## 2.3. Alternatieve oplossingen

De bovengenoemde oplossing van een website een mobiele applicatie is niet de enige mogelijke oplossing. Hieronder zullen daarom in het kort twee alternatieve oplossingen genoemd worden.

### 2.3.1. Zelfscanner

Bij de supermarkten van Jumbo kunnen klanten zelf hun boodschappen scannen met een zogenaamde zelfscanner. Ook in deze supermarktketen zou dit een mogelijke oplossing zijn. De voor- en nadelen staan hieronder op een rijtje:

**Voordelen:**

- Klanten kunnen sneller winkelen.
- Het afrekenen gaat sneller.
- Minder cassières nodig.

**Nadelen:**

- Geen persoonlijke advertenties.
- Boodschappenlijstje nog steeds op papier.

### 2.3.2. Boodschappen bezorgen

Een andere mogelijkheid is om de boodschappen te laten bezorgen, zoals sommige andere supermarkten mogelijk maken. De voor- en nadelen van deze oplossing worden hieronder opgesomd:

**Voordelen:**

- Klanten hoeven niet meer hun huis uit.
- Minder medewerkers in de supermarkt.
- Omdat klanten een account aanmaken kunnen gepersonaliseerde advertenties worden getoond.

**Nadelen:**

- Klanten kunnen geen impulsaankopen doen in de supermarkt.
- Minder betrokkenheid bij de supermarkt.



## 3. Belanghebbenden

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de belanghebbenden, hun belangen en de belangrijkste problemen die worden opgelost.

### 3.1. Overzicht belanghebbenden vertegenwoordigers

Deze paragraaf beschrijft de belanghebbenden die betrokken zijn bij het project.

Belanghebbenderol	Vertegenwoordiger	Betrokkenheid
Stuurgroep	Supermarkt	Maakt functionele eisen duidelijk. Neemt beslissingen en is eindverantwoordelijk.
Product Owner	Supermarkt	Stelt eisen op en is betrokken bij de inceptiefase. Levert initiële projectbeschrijving op.
Domeindeskundige	Supermarkt	Levert kennis en inzichten rondom bezoekersgedrag en het winkelproces.
Beheerder	Supermarkt	Meedraaien met het uitrollen van de ontwikkelde systeem, om het beheer over te kunnen nemen.
ICT-Architect	Projectgroep 5	Opzetten van de infrastructuur voor het prototype te ondersteunen. Levert het Software Development Plan (SDP) en het Software Architecture Document (SAD).
Implementatiespecialist	Projectgroep 5	Ontwerp en ontwikkeling van het prototype.
Acceptatietester	Projectgroep 5	Test of het prototype werkt conform het opgestelde acceptatietestplan.

## 3.2. Profiel belanghebbenden

Deze paragraaf beschrijft iedere groep die belang heeft in het systeem.

### Stuurgroep

Eigenschap	Uitwerking
<b>Beschrijving</b>	De stuurgroep levert input omtrent de wensen van de gebruikers en opdrachtgever. Tevens neemt deze groep beslissingen over het product en zijn de personen in deze groep eindverantwoordelijk voor de tot stand komende oplossing.
<b>Verantwoordelijkheden</b>	De stuurgroep is eindverantwoordelijk voor het project.
<b>Succescriteria</b>	Duidelijke functionele eisen en wensen zijn vereist, om zo een goed fundament te leggen voor het project.
<b>Opmerkingen/Issues</b>	Het is belangrijk dat er duidelijk wordt gecommuniceerd en dat de eisen op een heldere manier worden vertaald.

### Product Owner

Eigenschap	Uitwerking
<b>Beschrijving</b>	Hij prioriteert de functionaliteit gedurende het hele project. Beslist over data voor opleveringen naar productie, bewaakt de samenhang van deze opleveringen en accepteert de incrementeel tot stand komende oplossing.
<b>Verantwoordelijkheden</b>	Zorgt er voor dat risico's in kaart worden gebracht. Prioriteiten scherp kunnen stellen op basis van functionaliteit.
<b>Succescriteria</b>	Hoog geprioriteerde functionaliteit is ingebouwd in het proof of concept. Risico's worden weggenomen.
<b>Opmerkingen/Issues</b>	Geprioriteerde functionaliteit niet aanwezig in het proof of concept. Risico's niet weggenomen.

**Domeindeskundige**

Eigenschap	Uitwerking
<b>Beschrijving</b>	Hij vervult een spilfunctie in het bepalen van de benodigde functionaliteit. Daarnaast wordt deze rol intensief betrokken bij gebruikersacceptatietests.
<b>Verantwoordelijkheden</b>	Heeft expertise in de businessprocessen die de te bouwen applicatie ondersteund.
<b>Succescriteria</b>	Acceptatietest worden succesvol uitgevoerd.
<b>Opmerkingen/Issues</b>	Acceptatietest niet succesvol uitgevoerd.

**Beheerder**

Eigenschap	Uitwerking
<b>Beschrijving</b>	Beheer van het systeem. (OS, Hardware en Netwerk) en functioneel en technisch applicatiebeheer.
<b>Verantwoordelijkheden</b>	Kennis van de gebruikte systemen waar de applicatie op zal draaien en kennis van de businessprocessen die de te beheren applicatie ondersteund. Deployen van de applicatie.
<b>Succescriteria</b>	Applicatie succesvol uitrollen, gebruikers begeleiden bij het gebruiken van de applicatie.
<b>Opmerkingen/Issues</b>	Applicatie niet kunnen uitrollen in de omgeving.

**ICT-Architect**

Eigenschap	Uitwerking
<b>Beschrijving</b>	Het ontwikkelen van een architectuur waar de te ontwikkelen software op moet aansluiten.
<b>Verantwoordelijkheden</b>	Kennis op het gebied van infrastuctuur, applicatielandschap bij e business. Beoordelen van software architecturen.
<b>Succescriteria</b>	Software sluit aan op architectuur.
<b>Opmerkingen/Issues</b>	Geschreven software sluit niet aan op de bedachte architectuur.

**Implementatiespecialist**

<b>Eigenschap</b>	<b>Uitwerking</b>
<b>Beschrijving</b>	Zorgt er voor dat de gebruikers betrokken zijn bij de implementatie van het systeem en dat de gebruikers klaar zijn om met het nieuwe systeem te werken.
<b>Verantwoordelijkheden</b>	Evaring met het implementeren van systemen, doelgericht en proactief uitrollen van een product binnen een organisatie.
<b>Succescriteria</b>	Gebruikers klaar zijn om de overstap te maken naar het nieuwe systeem.
<b>Opmerkingen/Issues</b>	Gebruikers zijn niet klaar om de overstap te maken naar een nieuwe systeem. Gebruikers zijn niet overtuigd van het nieuwe systeem.

**Acceptatietester**

<b>Eigenschap</b>	<b>Uitwerking</b>
<b>Beschrijving</b>	Het uitvoeren van de acceptatie- en productieacceptatietests.
<b>Verantwoordelijkheden</b>	Uitvoeren van acceptatietests en het ondersteunen van Domeindeskundigen bij de gebruikersacceptatietests.
<b>Succescriteria</b>	Het slagen van acceptatie- en productieacceptatietests.
<b>Opmerkingen/Issues</b>	Het niet slagen van de acceptatie- en productieacceptatietests.

### 3.3. Behoeften van belanghebbenden

Deze paragraaf beschrijft de behoeften c.q. problemen zoals die worden ervaren door de belanghebbenden.

#### Saaie supermarkt

<b>Belanghebbende</b>	Stuurgroep, Product Owner
<b>Beschrijving</b>	Het is tegenwoordig lastig om je als supermarkt te onderscheiden. De grote ketens zetten volledige teams in om een zo goed mogelijk klantervaring te verwezelijken.
<b>Huidige situatie</b>	De winkel van de toekomst heeft beperkte middelen ten opzichte van de grote ketens en is daarom vrij 'gewoontjes' als het aankomt op uitstraling en indeling van de winkel.
<b>Oplossing</b>	Het assortiment is uniek, daarom wordt er gekeken naar innoverende middelen omtrent het winkelen zelf. Denk hierbij aan het aanbieden van een unieke klantervaring door middel van nieuwe middelen voor het winkelen en betalen.

#### Teruglopend aantal klanten

<b>Belanghebbende</b>	Stuurgroep, Product Owner
<b>Beschrijving</b>	Het aantal bezoekers en betalende klanten loopt terug. Ondanks de gevarieerde voorraad en scherpe prijzen, verwachten klanten dat een supermarkt zich onderscheidt.
<b>Huidige situatie</b>	Het aantal klanten neemt af, dit komt mogelijk door de beschikbare alternatieven (waaronder grote supermarkt ketens).
<b>Oplossing</b>	De winkel moet de klant iets unieks kunnen bieden, zoals bijvoorbeeld meer gemak bij het betalen. Dit zorgt voor mond-tot-mondreclame en meer terugkerende klanten.

**Het winkelen duurt te lang**

Belanghebbende	Stuurgroep
<b>Beschrijving</b>	Het zoeken naar de juiste producten wordt veelal als onplesant ervaren. Bezoekers vinden dat boodschappen doen te lang duurt.
<b>Huidige situatie</b>	Het huidige winkelen wijkt niet af van het normale proces. Een klant werkt (soms op een efficiënte wijze) een boodschappenlijstje af en betaald vervolgens bij de kassa. Het vinden van de juiste producten blijkt veelal moeilijker dan verwacht.
<b>Oplossing</b>	Klanten helpen in hun winkelproces. Zo kan een klant met digitale hulpmiddelen de kant op worden gewezen. Denk hierbij aan het samenstellen van digitale boodschappenlijst (eventueel in combinatie met een voorberekende looproute).

**Afrekenen duurt te lang (te lange wachtrijen)**

Belanghebbende	Stuurgroep
<b>Beschrijving</b>	Klanten ervaren lange rijen vrijwel altijd als vervelend.
<b>Huidige situatie</b>	De huidige manier van betalen is het plaatsen van de boodschappen op de kassaband, waarna de kassamedewerk(st)er de producten scant en de klant deze terug kan plaatsen in een kar.
<b>Oplossing</b>	Door de klant zelf de producten te laten scannen kan de kassamedewerk(st)er als tussenstap worden geëlimineerd. Hierdoor kunnen er meer klanten simultaan afrekenen.

**Reclame is niet specifiek genoeg**

Belanghebbende	Stuurgroep
<b>Beschrijving</b>	Wat een klant op het moment van het winkelbezoek nodig heeft sluit niet altijd aan op de huidige aanbiedingen.
<b>Huidige situatie</b>	Klanten krijgen wekelijks nieuwe aanbiedingen voorgeschoteld. Deze aanbiedingen gelden voor iedereen, terwijl niet iedereen dezelfde behoeften heeft.
<b>Oplossing</b>	Door, met behulp van de vorige aankopen, aanbiedingen te personaliseren wordt de klantwaardering vergroot en zal de klant meer reden hebben de winkel te bezoeken.

**Boodschappen te duur door het mislopen van kortingen**

Belanghebbende	Stuurgroep
<b>Beschrijving</b>	Niet alle klanten hebben inzichtelijk welke kortingen er op het moment van winkelen geldig zijn. Door bordjes en foldertjes wordt deze kennis grotendeels bijgebracht.
<b>Huidige situatie</b>	Niet alle klanten kiezen ervoor om de folders door te nemen om de juiste kortingen te vinden, hierdoor lopen ze mogelijk kortingen mis. Denk hierbij aan het kopen van kaas die de ene week in de aanbieding is, terwijl het de volgende week pas nodig zou zijn.
<b>Oplossing</b>	Door het gebruik van een digitale boodschappenlijst kunnen aanbiedingen worden gepersonaliseerd en kunnen er, op basis van vorige aankopen, suggesties worden gedaan. Hierdoor wordt het gat tussen goed aansluitende aanbiedingen en de klantwens gedicht.

**Klanten hebben geen zicht op voorraad**

Belanghebbende	Stuurgroep, Product Owner
<b>Beschrijving</b>	Klanten hebben pas in de winkel zicht op de beschikbare voorraad van het product dat zij willen.
<b>Huidige situatie</b>	Door het mislopen van producten kan een klant gefrustreerd raken en heeft deze persoon hiermee een reden om een concurrent te bezoeken.
<b>Oplossing</b>	Met behulp van digitale boodschappenlijstjes, die thuis kunnen worden samengesteld, kan er direct inzage worden gegeven op beschikbare voorraad. Tevens heeft de winkel dan de mogelijkheid hierop in te spelen door bijvoorbeeld korting te geven op een alternatief.

**Klanten vergeten weleens boodschappen(lijstje)**

<b>Belanghebbende</b>	<b>Stuurgroep</b>
<b>Beschrijving</b>	Na het volledig uitzoeken en uitschrijven van een boodschappenlijstje kan deze weleens vergeten worden.
<b>Huidige situatie</b>	In dit geval heeft de klant de keus om het lijstje op te halen, of zich deze te herinneren. In dit laatste geval komt het natuurlijk voor dat er boodschappen worden vergeten.
<b>Oplossing</b>	Doordat vrijwel iedereen tegenwoordig een smartphone heeft en deze vrijwel altijd op zak heeft, is het uiterst makkelijk om ook hier het boodschappenlijstje in te bewaren. Heeft iemand geen smartphone tot zijn/haar bezitting, dan is er altijd de optie om de infobalie het digitale boodschappenlijstje te laten printen.



## 4. Productperspectief

De website en mobiele applicatie maken gebruik van bestaande systemen. Dit hoofdstuk beschrijft met welke bestaande systemen en afdelingen een koppeling gemaakt dient te worden. De afbeelding aan het eind van het hoofdstuk geeft overzichtelijk weer hoe de diverse componenten zich tot elkaar verhouden.

### 4.1. NFC

Moderne telefoontoestellen beschikken over Near Field communication (NFC) technologie. NFC-technologie biedt allerlei mogelijkheden. Een van die mogelijkheden is contactloos betalen met een telefoon. Een klant kan betalen door zijn telefoon in de buurt te houden van een NFC-vlak op een betaalterminal. Alle betaalterminals van Wobbe zijn inmiddels voorzien van NFC zodat deze de mogelijkheid bieden om contactloos te betalen. De Proof of Concept (PoC) zal NFC nog niet volledig geïmplementeerd hebben.

### 4.2. Voorraadsysteem

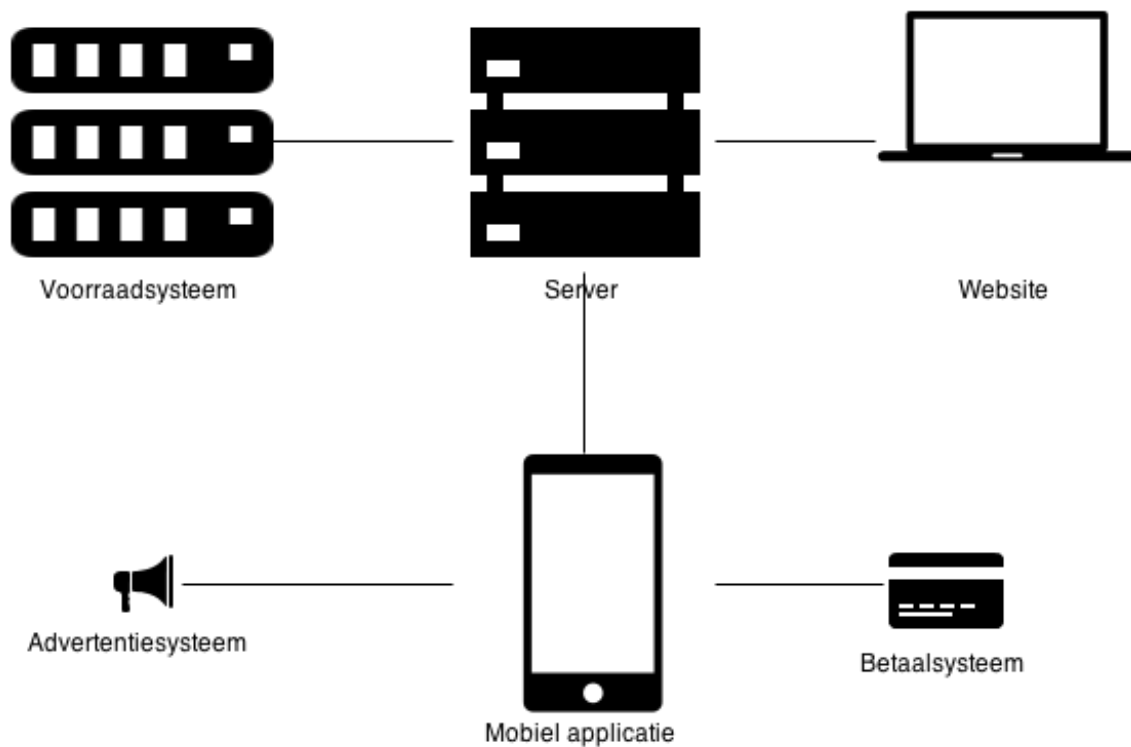
Wanneer klanten een boodschappenlijst samenstellen op het internet dan kan men zien of een product voorradig is. De website zal hiervoor gekoppeld moeten worden met het voorraadsysteem dat Wobbe gebruikt. Door deze koppeling hebben klanten de mogelijkheid om te zoeken door alle producten.

### 4.3. Marketingafdeling

De marketingafdeling van Wobbe wil de telefoon als medium gebruiken om advertenties op aan te bieden. Omdat de gebruiker een of meerdere boodschappenlijsten heeft gemaakt kunnen er gerichte reclameboodschappen worden getoond op basis van deze boodschappenlijsten. De aanwezigheid van een klant in een supermarkt van Wobbe kan worden bepaald door dat de telefoon van de klant verbinding maakt met het Wi-Fi-netwerk van de supermarkt.

## 4.4. Klant apparaten

Klanten kunnen de website benaderen vanaf hun computer, tablet of telefoon. De mobiele applicatie draait op een smartphone. Klanten dienen een Apple iPhone of een telefoon met Android te hebben om deze applicatie te kunnen gebruiken. De PoC bevat enkel een applicatie die geschikt is voor Android.



## 5. Producteigenschappen

Dit hoofdstuk bevat een opsomming van de functionaliteit van de website en de mobiele applicatie.

### 5.1. Website

De functionaliteit van de website is beperkt, maar de functies die de website bevat zijn noodzakelijk. Op de website moet een nieuwe gebruiker zich kunnen registreren. Na registratie kan een klant inloggen op de website. Op de website kan hij een boodschappenlijst aanmaken en kunnen aanpassen.

### 5.2. Mobiele applicatie

Een gebruiker moet kunnen inloggen met het account dat hij op de website heeft aangemaakt. Wanneer hij inlogt moet hij de boodschappenlijst zien die hij op de website heeft gemaakt. Tijdens het winkelbezoek kan de klant producten scannen die hij wil aanschaffen. De producten die hij vooraf op zijn boodschappenlijst had gezet worden gemarkeerd. Producten die niet op de boodschappenlijst staan maar toch gescand worden, worden aan de boodschappenlijst toegevoegd en gemarkeerd. Een gebruiker kan de markering van een product ongedaan maken wanneer hij het product toch niet wil kopen. Het scannen van de producten gaat door middel van de camera op de telefoon.

Wanneer de klant wil afrekenen kan hij op een de knop drukken die daar voor bestemd is. Aan de klant wordt een bon getoond. Vervolgens kan de klant contactloos betalen bij een betaalterminal. Contactloos betalen is geen onderdeel van de PoC. Aan de klant kunnen advertenties worden getoond wanneer hij zich in een supermarkt bevindt. Advertenties zijn geen onderdeel van de PoC.

### 5.3. Prioriteit

De prioriteit van bovenstaande functionaliteit is in deze paragraaf aangegeven volgens de MoSCoW-methode.

#	Omschrijving	Prioriteit
1	Accountregistratie	Must Have
2	Inloggen op website	Must Have
3	Inloggen op mobiele applicatie	Must Have
4	Boodschappenlijst aanmaken op website	Must Have
5	Boodschappenlijst tonen in mobiele applicatie	Must Have
6	Scannen van producten	Must Have
7	Bon genereren op basis van gescande producten	Must Have
8	Gescande producten verwijderen	Should have
9	Nieuw gescande producten toevoegen aan boodschappenlijst	Should have
10	Boodschappenlijst aanpassen op website	Should have
11	Betalen via NFC	Won't Have
12	Advertenties	Won't Have

## 6. Overige requirements

### 6.1. Niet-functionele requirements

Aan het product worden een aantal eisen gesteld die niet direct omschreven kunnen worden als functies die het product aan de klant biedt. Deze eisen staan hieronder:

- *Scanverwerkingstijd* (het scannen/afhandelen van een product) mag maximaal 2 seconden duren.
- De app moet *ondersteund* worden *door iOS en Android* (voor de *PoC* wordt volstaan met alleen Android).
- Het systeem moet *minimaal 1,000 actieve app clients tegelijkertijd* kunnen verwerken.
- Het systeem moet (relatief) eenvoudig *uit te rollen zijn* op *meerdere filialen*, zonder dat deze van elkaar afhankelijk zijn.

### 6.2. Randvoorwaarden

Er zijn een aantal voorwaarden waar het project aan moet voldoen om met succes afgerond te kunnen worden. Deze randvoorwaarden kunnen als volgt worden gedefinieerd:

- De *PoC* moet binnen 3 weken kunnen worden gedemonstreerd.
- De betaalmogelijkheden in de supermarkt dienen NFC te ondersteunen.
- De marketingafdeling dient in staat te zijn om persoonlijke advertenties te maken (dit hoeft echter niet in de *PoC*).
- Het systeem dient gekoppeld te kunnen worden aan verschillende soorten voorraadssystemen.
- De klant van de supermarkt heeft de beschikking over smartphone met internet (of Wi-Fi ondersteuning) en een camera.
- Supermarkt biedt een gratis Wi-Fi-hotspot aan.

## 6.3. Documentatie requirements

Om de bruikbaarheid en onderhoudbaarheid van het gehele systeem te vergroten, zullen een aantal documenten/hulpmiddelen opgeleverd worden, te weten:

- Software Development Plan.
- Software Architecture Document.
- Trainingsmateriaal voor klanten, zodat zij om kunnen gaan met de website en de app.  
Dit zal via een online helpfunctie worden verschaft.
- Testdocumentatie (documenten over wat er getest moet worden en wat de testresultaten zijn).
- Deploymentdocumentatie (documentatie over hoe het systeem uitgerolt kan worden).
- Adviesrapport over mogelijke verbeteringen aan het product.
- Trainingsmateriaal voor de marketingafdeling, zodat zij persoonlijke advertenties kunnen samenstellen en kunnen distribueren. Dit zal via een online helpfunctie worden verschaft.