

ΠΡΟΤΥΠΟ ΔΟΜΗΣ 1

Έγγραφο απαιτήσεων εμπλεκομένων μερών (StRS) Stakeholders Requirements Specification

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (ΕΜΕΙΣ)

1. Εισαγωγή

1.1 Ταυτότητα - επιχειρησιακοί στόχοι

Η ομάδα μας ξεκινάει το start-up παρατηρητήριο τιμών ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων προσφέροντας στο project αφενός μεν το σχεδιασμό και την υλοποίησή του σε επίπεδο λογισμικού και αφετέρου ένα επεδυτικό κεφάλαιο, ρίχνοντας όμως το βάρος στο πρώτο.

Σε πρώτη φάση μας ενδιαφέρει κυρίως η επέκταση των λειτουργιών του project και η διάδοσή του σε ένα όσο το δυνατόν πιο ευρύ κοινό. Μας ενδιαφέρει δηλαδή η εδραίωση της ιδέας μας και η επιτυχία της ως πλατφόρμα για την παροχή εθελοντικών υπηρεσιών μεταξύ των χρηστών.

Σε ένα επόμενο επίπεδο θα προσβλέπαμε και σε έσοδα, τα οποία θα επιστραφούν εν μέρει πίσω στην επιχείρηση σαν επεδύσεις και λειτουργικά έξοδα, ένα άλλο μέρος θα αντιστοιχεί στην εργασία μας ως κατασκευαστές λογισμικού και το υπόλοιπο μέρος θα αποτελεί κέρδος για εμάς ως εταίρους στην επιχείρηση. Εκτός από τα κέρδη, με το project αυτό μπορούμε να αποκομίσουμε οφέλη marketing για τον ευατό μας καθώς θα έχουμε να επιδείξουμε ένα (ας ελπίσουμε) καλό δείγμα δουλειάς και θα έχουμε δημιουργήσει θετικές εντυπώσεις από τις δωρεάν υπηρεσίες που παρέχει η εφαρμογή μας. Μέσα από το έργο αυτών θα μας γνωρίσει (ας ελπίσουμε) ένα αρκετά ευρύ κοινό από χρήστες της εφαρμογής κι άτομα που θα πληροφορηθούν για την ύπαρξή της μέσα από διαφημίσεις κτλ..

Κάποια στιγμή θα μπορούσαμε να πουλήσουμε την επιχείρηση σε τρίτους ή να μοιράσουμε μετοχές, ώστε να ελαφρυνθούμε από το βάρος της διαχείρισης της επιχείρησης και να εστιάσουμε στη συντήρηση κι επέκταση του λογισμικού της, ως απλοί υπάλληλοι ή μέτοχοι.

1.2 Περίγραμμα επιχειρησιακών λειτουργιών

Οι υπηρεσίες που παρέχονται στο front-end των χρηστών και εθελοντών δεν μας αφορούν άμεσα. Μπορούν να υπάρχουν εκεί βέβαια επιλογές που συνεισφέρουν στη διάδοση της εφαρμογής μας, όπως κουμπί «κάντε share την εφαρμογή » ή «βαθμολογείστε την εφαρμογή». Από τις κριτικές μπορούμε να αντλήσουμε feedback και να βελτιώσουμε την εφαρμογή μας καλύπτοντας τις απαιτήσεις των χρηστών. Επίσης, προκειμένου να κάνουμε το προσωπικό μας μάρκετινγκ που προαναφέραμε, μπορούμε να έχουμε ένα μικρό λινκ «ποιοί είμαστε» σε κάποιο σημείο της ιστοσελίδας, ώστε να μας γνωρίζουν και να επικοινωνούν με εμάς όσοι ενδιαφέρονται.

Μας αφορούν ιδιαίτερα τα στατιστικά που υπάρχουν στη βάση δεδομένων μας. Προφανώς προσωπικά δεδομένα, όπως κωδικοί χρστών κι εταιρειών θα είναι κρυπτογραφημένα και δε θα μπορούμε ούτε εμείς να τα δούμε. Θα μπορούμε όμως να πάρουμε πληροφορίες για τις καταχωρήσεις εθελοντών, για το τι αναζητούν οι χρήστες, για τη χρήση της εφαρμογής γενικότερα κατά την πάροδο του χρόνου, για τις κορυφαίες εταιρείες και αυτοκίνητα στις προτιμήσεις των χρηστών και εθελοντών, τις προσφορές που είχαν

τη μεγαλύτερη απήχηση κτλ. Οι πληροφορίες για τη χρήση της εφαρμογής μας βοηθούν να κατευθύνουμε την επιχειρηματική μας δράση.

Επιπλέον, είμαστε άμεσα ενδιαφερόμενοι για το κομμάτι της εφαρμογής που υλοποιεί τη διεπαφή μας με τις εταιρείες:

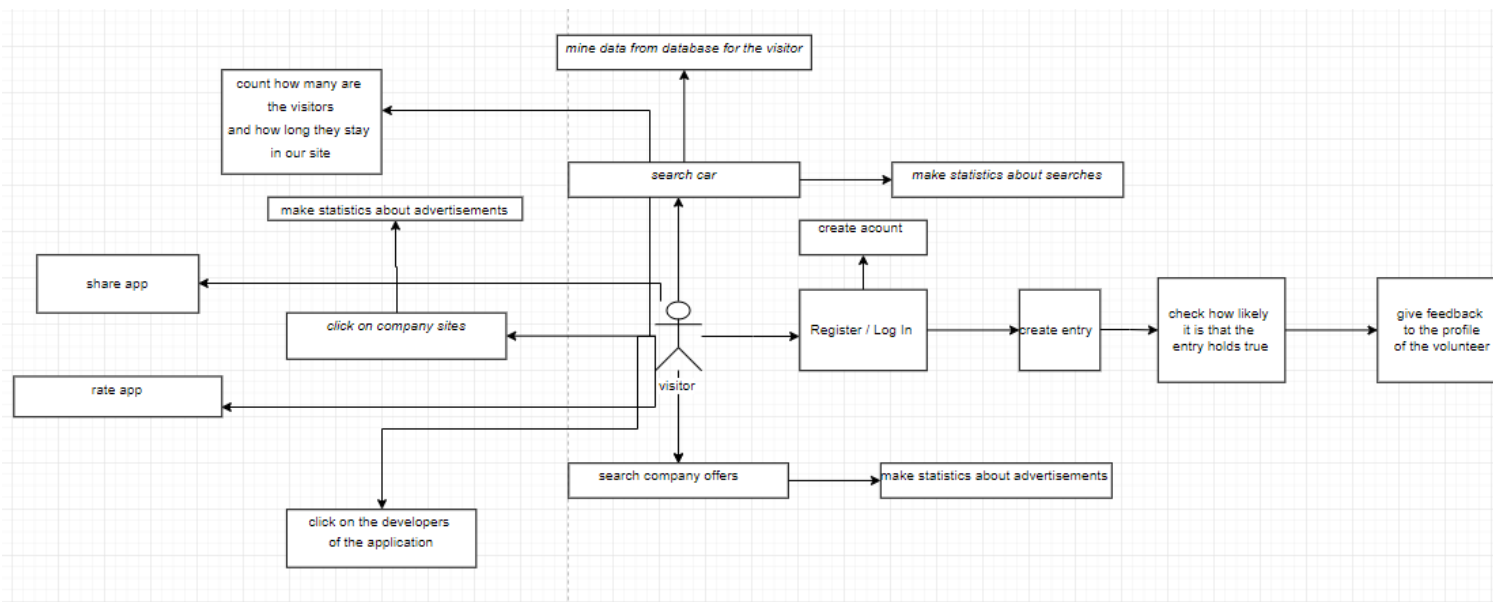
- Θα γίνονται αυτόματα «δημοπρασίες» για την παραχώρηση διαφημίσεων των εταιρειών. Οι διαφημίσεις αυτές βέβαια δε γίνονται εις βάρος του χρήστη, αλλά έχουν τη μορφή προσφορών ανά περιοχή και ανοίγουν μόνο αν το επιθυμεί ο χρήστης με ειδικό εικονίδιο που θα υπάρχει στην ιστοσελίδα. Όταν το πατάει θα του εμφανίζονται προσφορές σχετικές με την περιοχή αναζήτησης (ή και άλλα φίλτρα). Από τις διαφημίσεις αυτές μπορούμε να έχουμε χρηματικό κέρδος είτε να εξασφαλίζουμε πως θα διαφημίζεται η εφαρμογή μας από τις εταιρείες που ανακοινώνουν προσφορές.

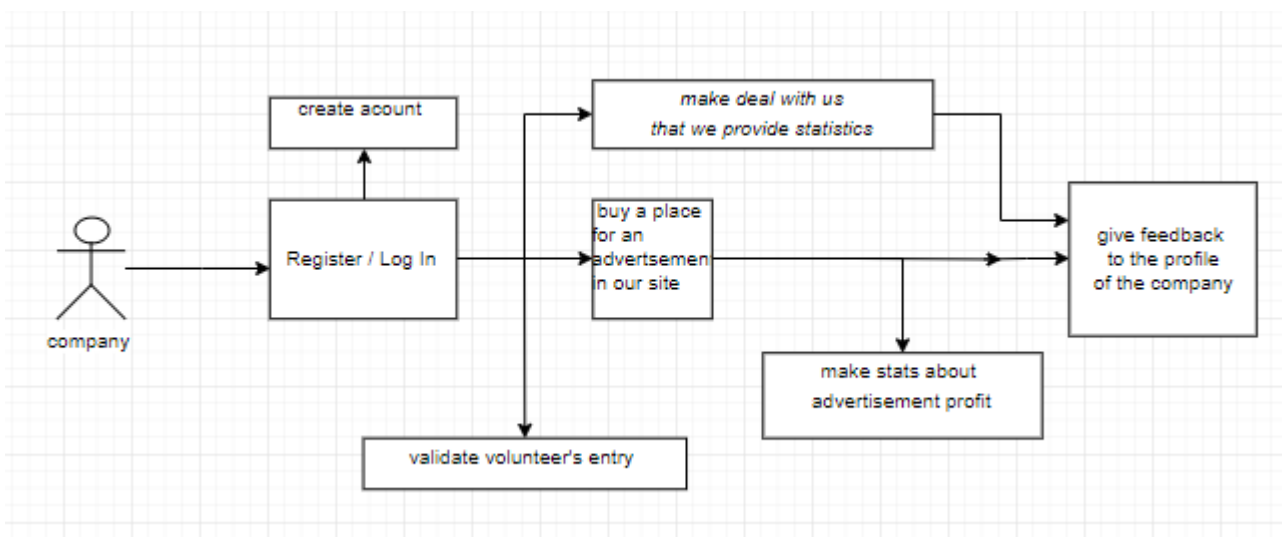
- Με παρόμοια λογική μπορούμε να διαμορφώνουμε και τη σειρά με την οποία εμφανίζονται τα αποτελέσματα. Αν έχουμε συμφωνία με μια εταιρεία θα την εμφανίζουμε πιο ψηλά. Προτεραιότητα εδώ θα παίζει βέβαια η βαθμολογία που δίνουν οι εθελοντές στις εταιρίες και τα αυτοκίνητα, αλλά σε περίπτωση ισοπαλιών σε «αστέρια» θα εμφανίζουμε πιο ψηλά αυτές που μας προφέρουν το μεγαλύτερο αντάλλαγμα.

- Σε εταιρείες που μας υποστηρίζουν με χρήματα/διαφήμιση μπορούμε να αφήνουμε ανοιχτό API για το site τους (powered by ...).

- Τέλος, μπορούμε να παρέχουμε χρήσιμες στατιστικές πληροφορίες της βάσης μας που αφορούν το πού κινείται η αγορά (πχ κορυφαίοι προορισμοί, τιμές) και ποιές είναι προτιμήσεις των χρηστών (κορυφαία μοντέλα αυτοκινήτων, εταιριών κτλ), οι οποίες θα είναι πιο ειδικές και δε θα εμφανίζονται στο ευρύ κοινό, αλλά θα κοινοποιούνται από μας στις εταιρείες με κάποιο αντάλλαγμα από αυτά που περιγράφονται παραπάνω.

Όλες αυτές οι δοσοληψίες με τις εταιρείες θέλουμε να γίνονται αυτοματοποιημένα και εγγυημένα και αυτό είναι κάτι που αναλαμβάνει η εφαρμογή μας.





2. Αναφορές - πηγές πληροφοριών

-Η βάση δεδομένων μας γεμίζει από τις καταχωρήσεις εθελοντών, αλλά κρατάει και πληροφορίες που προκύπτουν από τη χρήση της εφαρμογής. Παρακολουθούμε δηλαδή τι αναζητούν οι χρήστες μας, καταγράφουμε στατιστικά όπως πλήθος επισκέψεων, καταχωρήσεων κτλ.

-Παίρνουμε όπως είπαμε feedback από κριτικές.

-Οι επιχειρήσεις μπορούν κι αυτές να συνεισφέρουν στην επιβεβαίωση κρατήσεων που καταχωρούν οι εθελοντές, μέσω πχ ενός πρωτοκόλλου από κωδικούς κρατήσεων που θα αναγράφονται στην απόδειξη και θα μπορούμε εμείς να τους ζητάμε από όσους κάνουν καταχώρηση και να επαληθεύουμε με βάση το συμφωνημένο με την εταιρεία πρωτόκολλο

3. Διαχειριστικές απαιτήσεις επιχειρησιακού περιβάλλοντος

3.1 Επιχειρησιακό μοντέλο

Η εφαρμογή μας εντάσσεται στο τμήμα της αγοράς που αφορά την ενοικίαση αυτοκινήτων. Καλύπτει ένα **κενό** που υπάρχει στην αγορά αυτή, την παρακολούθηση και σύγκριση τιμών. Μάλιστα, το καλύπτει **δωρεάν** προς τους χρήστες και χωρίς μεγάλη επιβάρυνση του χρήστη με διαφημίσεις. Η εφαρμογή παρέχει μια **πλήρη εικόνα** της αγοράς (τιμές, βαθμολογίες, στατιστικά, προσφορές και όλα αυτά ανά περιοχή, μοντέλο και εταιρεία). Η **πιστότητα των πληροφοριών** μας ενισχύεται με διάφορους μηχανισμούς (συναλήθευση καταχωρήσεων, πιθανή επιβεβαίωση από εταιρείες αυτοκινήτων, προφίλ εθελοντή -> αποφυγή σπαμ, κακοπροαίρετων/ειρωνικών κριτικών, καθώς αυτές θα είναι πιο εντοπίσιμες από τους χρήστες και δε θα τις λαμβάνουν υπόψιν). Όλα αυτά την κάνουν ιδιαίτερα ελκυστική στο κοινό των χρηστών. Οι εθελοντές θα έχουν κι αυτοί rewards από την προσφορά τους (λίστα top users κτλ). Οι επιχειρήσεις εποφελούνται από διαφημίσεις και πληροφορίες, όπως προαναφέραμε. Όλοι λοιπόν φαίνεται να έχουν κάποιο περιθώριο κέρδους από την εφαρμογή, ο ανταγωνισμός μας είναι ελάχιστος και η απαιτούμενη επένδυση μικρή, καθώς το project λειτουργεί λίγο πολύ μόνο του άπαξ και το έχουμε στήσει. Άρα έχει προοπτικές να είναι επιτυχημένο και μικρά ρίσκα για εμάς.

3.2 Περιβάλλον διαχείρισης πληροφοριών

Η μόνη πηγή τέτοιου είδους πληροφοριών είναι από σαιτ εταιρειών (πολλές δεν έχουν ούτε καν σαιτ). Δεν υπάρχει ωστόσο υπηρεσία που να τα συγκεντρώνει και να τα συγκρίνει όλα αυτά, ούτε υπηρεσία που να παρέχει real-time δεδομένα. Όσο για τα στατιστικά, αυτά το πολύ πολύ να υπάρχουν σε κλειστές βάσεις των εταιρειών χωρίς πρόσβαση στον επισκέπτη.

4. Λειτουργικές απαιτήσεις επιχειρησιακού περιβάλλοντος

4.1 Επιχειρησιακές διαδικασίες

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ

-Απαρίθμηση επισκέψεων στη σελίδα.

-Συλλογή πληροφοριών από τις αναζητήσεις των επισκεπτών (σε ποιες περιοχές ψάχνουν, τι αυτοκίνητα έχουν τη μεγαλύτερη ζήτηση, ποιές εταιρείες κτλ).

-Σχετικά με τη διερεύνηση της σχέσης των επισκεπτών με τις διαφημίσεις μπορούμε να κάνουμε 2 βασικά πράγματα :

Πρώτον να μετράμε πόσο συχνά ανοίγουν μια διαφήμιση (προσφορά ή λινκ σε σαιτ εταιρείας) .

Δεύτερον να έχουμε δύο στιγμιότυπα της ιστοσελίδας και να ανοίγει τυχαία κάθε φορά ένα με διαφημίσεις είτε ένα χωρίς διαφημίσεις. Αν οι διαφημίσεις δρουν αρνητικά στην εμπειρία χρήστη, τότε αυτός θα εγκαταλείπει γρήγορα τη σελίδα χωρίς να τη χρησιμοποιεί. Συγκρίνουμε χρόνο παραμονής σε περίπτωση με και χωρίς διαφημίσεις και βγάζουμε τα συμπεράσματά μας σχετικά με το αν αξίζει και πόσες διαφημίσεις αξίζει να υπάρχουν.

-Εξόρυξη δεδομένων από τη βάση κάθε φορά που ο επισκέπτης κάνει αναζήτηση με βάση κάποιο φίλτρο.

ΕΘΕΛΟΝΤΕΣ

-Αποθήκευση του προφίλ εθελοντών με κρυπτογραφημένα τα προσωπικά δεδομένα, παρακολούθηση της δράσης τους, κατάταξή τους ανάλογα με τη συνεισφορά (top users).

-Αποθήκευση των καταχωρήσεων των εθελοντών, αξιολόγησή τους ως προς την αληθοφάνεια, πόσο απέχουν δηλαδή από τη μέση καταχώρηση ανάλογα με το μοντέλο την εταιρεία και την περιοχή, αν επιβεβαιώνεται από την εταιρεία (προαιρετικό), αλλά και ανάλογα με το προφίλ του εθελοντή και το αν αυτός είναι αξιόπιστος. Αποθήκευση των αξιολογήσεων που κάνουν οι εθελοντές.

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

-Εξόρυξη δεδομένων από τη βάση όταν τους παρέχουμε στατιστικά βάσει συμφωνίας.

-Συλλογή πληροφοριών σχετικά με το πόσες και ποιές εταιρείες συνεργάζονται με μας.

-Συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη δημοπρασία διαφημίσεων στο σαιτ μας (πόση ζήτηση έχουν, πόση αξία αποκτούν κτλ)

4.2 Περιορισμοί

-Δε μπορούμε να είμαστε βέβαιοι για την εγκυρότητα μιας καταχώρησης, εκτός κι αν την επαληθεύσει η εταιρεία (ακόμα και τότε δεν είμαστε 100% σίγουροι, πάντα κρατάμε επιφυλάξεις).

-Υπάρχει μια σχετική ανωνυμία στους εθελοντές. Δίνουν username αλλά δεν ξέρουμε ποιοί πραγματικά είναι. Δε φέρουν ευθύνη για τις καταχωρήσεις τους.

-Υπάρχει πολυφωνία, δε μπορούμε να διαγράψουμε καταχωρήσεις ή κριτικές επειδή δε μας φαίνονται έγκυρες / βάσιμες

-Όταν κάνουμε συμφωνία με μια επιχείρηση ότι θα τη διαφημίσουμε εμείς με αντάλλαγμα να μας διαφημίσει κι εκείνη δεν είναι εύκολο να ξέρουμε αν το τήρησε.

-Τα κέρδη μας προέρχονται αποκλειστικά από διαφημίσεις και μάλιστα περιορισμένες.

-Οι πληροφορίες που έχουμε πρόσβαση έχουν περιορισμούς ιδιωτικότητας. Δε μπορούμε να δούμε κωδικούς χρηστών κατά το login ή εταιρειών κατά τις δοσοληψίες. Επίσης πρέπει να ενημερώνουμε τους χρήστες για τους όρους χρήσης και να περιμένουμε να τους αποδεχτούν, ώστε να ξέρουν ποιές πληροφορίες αντλούμε κατά την πλοήγησή τους στην ιστοσελίδα.

4.3 Δείκτες ποιότητας

-Εύρυθμη λειτουργία που επιτυγχάνει τους στόχους, απουσία bugs. Αυτοματοποίηση, μικρή ανάγκη δικών μας επεμβάσεων και συντήρησης.

-Εύρωστη, ασφαλής, αποδοτική βάση δεδομένων, πληθώρα στατιστικών πληροφοριών.

-Πλήθος επισκέψεων, εγγεγραμμένων χρηστών και βαθμολογία στις αξιολογήσεις (γενικά πόσο δημοφιλής είναι η εφαρμογή και πόσο καλές κριτικές αποσπά).

-Αριθμός καταχωρήσεων, εθελοντών, επιβεβαιώσεις από εταιρείες (μέτρο πιστότητας των πληροφοριών)

-Ζήτηση που υπάρχει για τις θέσεις διαφημίσεων, πόσο ακριβά δημοπρατούνται αυτές, με πόσες και ποιές εταιρείες υπάρχει συνεργασία.

5. Έκθεση απαιτήσεων χρηστών

Θα θέλαμε ιδανικά ένα ευρύ φάσμα από στατιστικά πάνω στη λειτουργία της εφαρμογής, θα ήθελα δηλαδή να καταγράψουμε και να συσχετίσουμε όλα τα δεδομένα που μας αφορούν.

Θα θέλαμε να είχαμε βέλτιστο σύστημα αξιολόγησης καταχωρήσεων ως προς την αληθοφάνεια και αναγνώρισης των μη έγκυρων.

Θα θέλαμε απόλυτη λειτουργικότητα που υλοποιεί τους επιχειρησιακούς στόχους και τις υπηρεσίες, αυτοματοποίηση της εφαρμογής και ασφάλεια των δεδομένων.

Θα θέλαμε ασφαλή και εγγυημένη ως προς την τήρηση των συμφωνιών διεπαφή με άλλες εταιρείες.

6. Αρχές του προτεινόμενου συστήματος

-Έχουμε όρους χρήσης της εφαρμογής προς τους χρήστες που τους πληροφορούμε για το ποιες ενέργειές τους παρακολουθούμε και για το ότι δε φέρουμε ευθύνη και δεν εγγυόμαστε για την πιστότητα των πληροφοριών που τους παρέχουμε αφού αυτές προέρχονται από τους ίδιους ως εθελοντές.

-Έχουμε πρωτόκολλο κρυπτογράφησης και διασφάλισης προσωπικών δεδομένων των χρηστών.

-Έχουμε συμφωνίες συνεργασίας με εταιρείες που διαφημίζουμε ή μας διαφημίζουν.

-Έχουμε πιθανά συμφωνίες και πρωτόκολλα επιβεβαίωσης κρατήσεων με εταιρείες.

-Δε διαγράψουμε κριτικές/καταχωρήσεις ακόμη κι αν δεν τις εγκρίνουμε, χάριν πολυφωνίας. Μπορούμε να τις επισημάνουμε όμως ως μη αξιόπιστες.

-Για να γίνει κάποιος εθελοντής του ζητείται να φτιάξει ένα στοιχειώδες προφίλ με register στο οποίο να έχει τουλάχιστον ένα user name. Έκτοτε μπορεί να κάνει log-in. Οι επισκέπτες δεν έχουν κάποιο περιορισμό εισόδου.

7. Περιορισμοί στο πλαίσιο του έργου

Περιορισμοί που αφορούν χρόνο που είμαστε διατεθειμένοι να δαπανήσουμε για να υλοποιήσουμε τις διάφορες πτυχές του έργου, περιορισμοί εργατικού δυναμικού.

Περιορισμοί κεφαλαίου, δε μπορούμε πχ να κάνουμε καμπάνια προώθησης.

Περιορισμοί resources, δε μπορούμε να αποθηκεύουμε και να διαχειριζόμαστε απεριόριστο όγκο δεδομένων.

8. Παράρτημα: ακρωνύμια και συντομογραφίες

Δεν υπάρχουν