

Έγγραφο απαιτήσεων εμπλεκομένων μερών (StRS)

Stakeholders Requirements Specification

Επιχειρήσεις

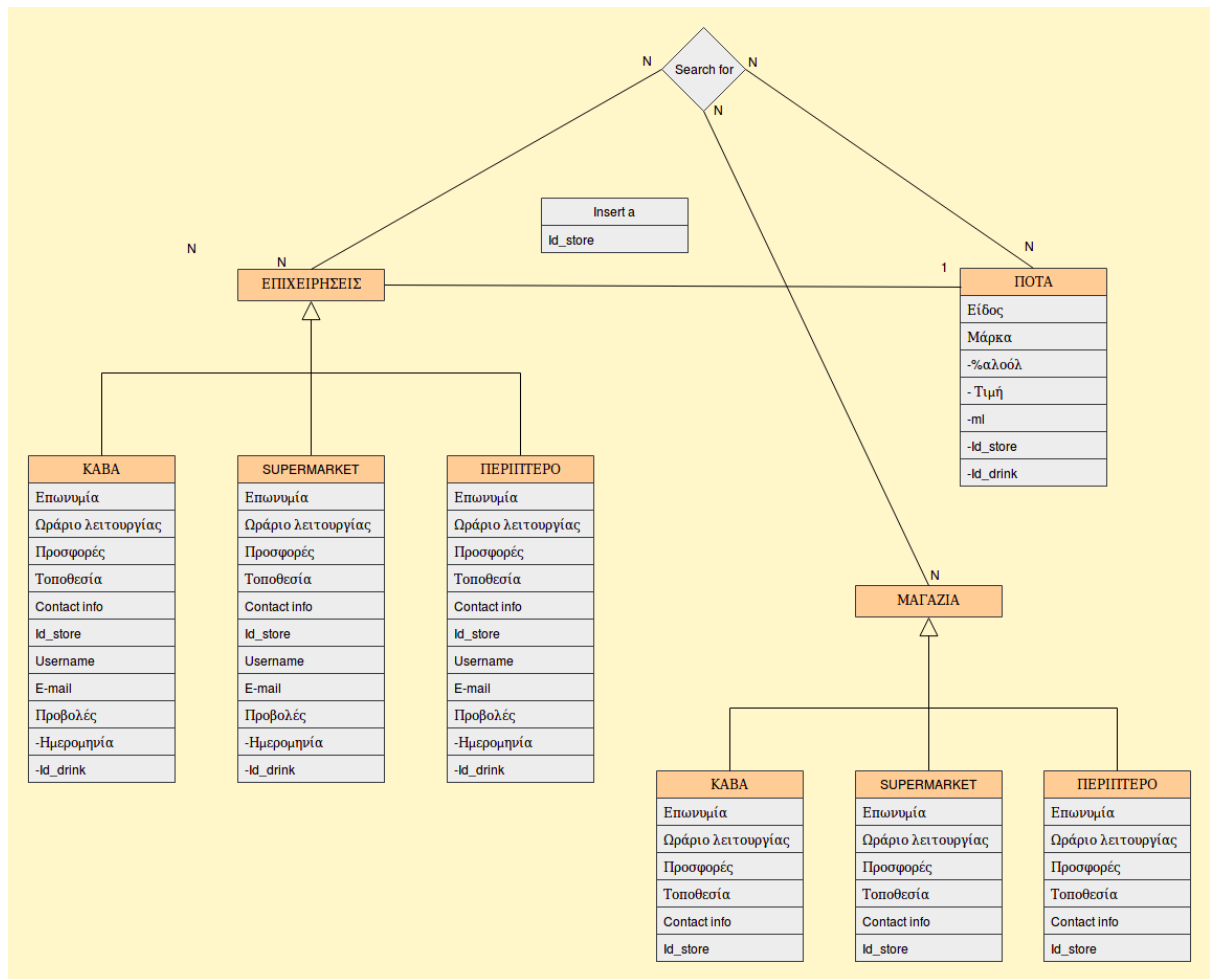
Εισαγωγή

1.1 Ταυτότητα - επιχειρησιακοί στόχοι

Οι επιχειρήσεις - πώλησης αλκοολούχων ποτών- αποτελούν εγγεγραμένους χρήστες της εφαρμογής οι οποίοι δεν ανήκουν στους ιδιώτες-εθελοντές αλλά στα καταστήματα που επιθυμούν να εισάγουν στην εφαρμογή τους τιμοκαταλόγους τους. Βασικός στόχος των επιχειρήσεων αποτελεί η διαφήμιση των προϊόντων τους και του φυσικού τους καταστήματος μέσω της εφαρμογής. Επιπλέον, επιδιώκουν να πάρουν feedback μέσω του πλήθους των προβολών (views) των προϊόντων τους, συγκρίνοντάς τα αποτελέσματα με τα στατιστικά των πωλήσεών τους.

1.2 Περίγραμμα επιχειρησιακών λειτουργιών

Οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να αναζητούν διάφορα προϊόντα και να βρίσκουν τις χαμηλότερες τιμές και τα καταστήματα τα οποία τις διαθέτουν, ώστε να ενημερώνονται άμεσα για τις προσφορές των ανταγωνιστών. Επιπλέον, κάθε επιχείρηση εφόσον διαθέτει ατομικό προφίλ στην εφαρμογή μπορεί να ενημερώνει εύκολα χαρακτηριστικά που αφορούν τα καταστήματά της (π.χ. ωράριο λειτουργίας) καθώς και να ανανεώνει ή να εισάγει νέα προϊόντα είτε μεμονωμένα είτε μέσω ενός CSV αρχείου. Το πεδίο των προβολών αφορά στατιστικά στοιχεία σχετικά με τα views των προϊόντων του εκάστοτε προϊόντος για δεδομένη χρονική περίοδο. Τέλος, οι επιχειρήσεις μπορούν να επικοινωνήσουν απευθείας με τους διαχειριστές της εφαρμογής και να προσφέρουν κουπόνια ή/και δωροεπιταγές για τα καταστήματά τους ώστε να διαφημίζονται έμμεσα, είτε να ζητήσουν την προβολή, μέσω της εφαρμογής, κάποιας συγκεκριμένης διαφήμισης - επί πληρωμής. Παρακάτω παρατίθεται διάγραμμα (διάγραμμα 1) που αναπαριστά τις βασικές λειτουργίες των επιχειρήσεων..



Διάγραμμα 1: UML αναπαράσταση βασικών λειτουργιών των Επιχειρήσεων

2. Αναφορές - πηγές πληροφοριών

N/A.

3. Διαχειριστικές απαιτήσεις επιχειρησιακού περιβάλλοντος

3.1 Επιχειρησιακό μοντέλο

Όσον αφορά στους επιχειρηματίες, αποτελούν ουσιαστικό τροχό εξέλιξης και επιβίωσης του έργου μας και συνεπώς οφείλουμε να προσφέρουμε κίνητρα αντάξια του κέρδους που θα αποκομίσουμε από αυτούς. Ειδικότερα, οι διαφημίσεις που θα παρατίθενται στο περιθώριο της εφαρμογής είναι καθοριστικής σημασίας για την προώθηση των εταιρειών. Επίσης, η εταιρεία εξελίσσεται γνωρίζοντας τη ζήτηση που αφορά στα προϊόντα της, κάτι που οδηγεί στη δυνατότητα αυτοβελτίωσής της βάσει των αναγκών που προβάλλουν οι πελάτες. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες θα έχουν πρόσβαση σε στατιστικά στοιχεία που αφορούν τόσο στο βαθμό επισκεψιμότητας του καταστήματος, όσο και στην αξιολόγηση των προϊόντων τους με βάση τα σχόλια των χρηστών.

3.2 Περιβάλλον διαχείρισης πληροφοριών

Η σημερινή εικόνα ως προς το περιβάλλον διαχείρισης πληροφοριών με βάση τις επιχειρήσεις περιλαμβάνει:

Ορισμένα καταστήματα διαθέτουν site προώθησης των προϊόντων τους, και συνεπώς με αυτόν τον τρόπο ενημερώνουν τον τιμοκατάλογό τους online για τα συγκεκριμένα προϊόντα. Όμως, δεν υπάρχει μια ενιαία εφαρμογή που να εμφανίζει συνολική εικόνα για τις τιμές των προϊόντων.

4. Λειτουργικές απαιτήσεις επιχειρησιακού περιβάλλοντος

4.1 Επιχειρησιακές διαδικασίες

Οι επιχειρήσεις θα χρησιμοποιούν την εφαρμογή μας για διαφήμιση των προϊόντων τους, μέσω των προσφορών. Για να “εγκαθιδρύσουμε” με κάθε επιχείρηση συνεργασία, θα παρέχουμε μια εύχρηστη φόρμα, η οποία δεν θα χρειάζεται απαραίτητα την άμεση επαφή μας με την επιχείρηση. Εφόσον έχει εγκαθιδρυθεί η συνεργασία θα παρέχουμε μια ξεχωριστή όψη για την παρακολούθηση της βάσης από την εκάστοτε επιχείρηση καθώς και ορισμένα στατιστικά στοιχεία σε ότι αφορά την κίνηση των προϊόντων της επιχείρησης.

Εκτός από την όψη, οι επιχειρήσεις θα μπορούν να εισάγουν ειδικές προσφορές που στοχεύουν στους εθελοντές ώστε να τους παρακινήσει να μας ενημερώνουν για τα προϊόντα της.

Τέλος, μια επιχείρηση θα μπορεί να πραγματοποιεί μαζικές εισαγωγές μέσα από ειδική φόρμα π.χ με εισαγωγή από ένα csv αρχείο, ενώ θα υπάρχει κατηγορία “Προσφορές”, η οποία θα αφορά όλους τους χρήστες ανεξαιρέτως και στην οποία θα εισάγει δεδομένα η επιχείρηση στο πλαίσιο πιθανώς κάποιας διαφημιστικής καμπάνιας, δηλαδή θα αφορά εποχιακές προσφορές και όχι μόνιμες τιμές.

4.2 Περιορισμοί

Όσον αφορά στους επιχειρηματίες, αναγκαστικά μπαίνουν σε σειρά προτεραιότητας ως προς την διαφήμιση που παρέχουμε, κάτι που είναι αναμφίβολα περιοριστικό για τους ίδιους.

4.3 Δείκτες ποιότητας

Για τις επιχειρήσεις η υπηρεσία θα είναι “καλή” εφόσον θα τους παρέχονται όλες οι στατιστικές πληροφορίες (π.χ. views σε συγκεκριμένο προϊόν που χρειάζονται άμεσα, χωρίς πολλές ενδιάμεσες διαδικασίες.) Επίσης, η δυνατότητα των γρήγορων updates είναι μια παράμετρος βάσει της οποίας πρόκειται για μια καλή εφαρμογή από την οπτική των επιχειρηματιών.

5. Έκθεση απαιτήσεων επιχειρήσεων

Οι επιχειρήσεις που θα συμμετάσχουν στην πλατφόρμα παρέχοντας πληροφορίες και προσφορές, αναμένουν την αύξηση της δημοτικότητάς τους στο κοινό, μέσω της διαφήμισης ή σαν αποτέλεσμα της αναζήτησης προϊόντων ή καταστημάτων. Μέσω του έργου αυτού επιθυμούν επίσης να ενημερώνονται για τις τιμές και τις προσφορές που παρέχουν στους χρήστες οι ανταγωνιστές τους, ενώ χρειάζονται την ευκαιρία επί πληρωμής διαφήμισης του καταστήματός τους, ώστε να εμφανίζεται πρώτο στις αναζητήσεις (σε μορφή που θα αναφέρεται ότι είναι μέρος διαφήμισης). Τέλος, οι εταιρείες αυτές θέλουν να έχουν στην διάθεση τους διάφορα στατιστικά για τις αναζητήσεις των χρηστών, ώστε να μπορούν να έχουν μία καλή εικόνα της αγοράς.

6. Αρχές του προτεινόμενου συστήματος

Το σύστημα που θα δημιουργήσουμε είναι μία διαδικτυακή εφαρμογή, στην οποία η κάθε επιχείρηση θα έχει ένα προφίλ στο οποίο θα έχει πρόσβαση μόνο η ίδια. Μέσω αυτού του προφίλ, θα κάνει καταχωρίσεις στις τιμές των προϊόντων της. Αυτό που τη διαφοροποιεί από τον απλό χρήστη είναι πως θα συμβάλλει στο σύστημα επιβράβευσης των εθελοντών χρηστών, προσφέροντάς τους εκπαιδευτικά κουπόνια. Όλο αυτό γίνεται με ασφάλεια μέσω μιας ασφαλούς διαδικτυακής σύνδεσης https. Τέλος, ένα έργο όπως αυτό απαιτεί ασφαλή διαχείριση δεδομένων και συμμόρφωση στον GDPR, ώστε να μη μπορεί ο οποιοσδήποτε να διαγράψει έγκυρες καταχωρήσεις, ούτε να υποκλέπτει δεδομένα για προσωπική χρήση .

7. Περιορισμοί στο πλαίσιο του έργου

Οι περιορισμοί στα πλαίσια του έργου από την πλευρά των επιχειρηματιών είναι οι εξής:

- Δεν είναι υποστηρίζεται η ηλεκτρονική πώληση προϊόντων.
- Ενδεχόμενη ανεπαρκής γνώση χρήσης του συστήματος.
- Δεν είναι εφικτό να αρνηθεί το σύστημα επιβράβευσης των χρηστών.
- Ισάξια προώθηση όλων των επιχειρήσεων.

8. Παράρτημα: ακρωνύμια και συντομογραφίες

CSV : Comma-Seperated Values

GDPR: General Data Protection Regulation

HTTPS: Hypertext Transfer Protocol Secure

UML: Unified Modeling Language