****

**سند مرور مدل مورد كاربرد Loyalty**

|  |  |
| --- | --- |
| شناسه سند | DPV.LYL.UCM |
| نگارش | 1.0 |
| تاريخ ارائه | 18/03/1395 |
| شرح سند | **اين سند، مدل مرور مواردكاربرد پروژه ی Loyalty ورانگر است. در بخش اول اين سند ابتدا كنشگرها و موارد كاربرد را شرح داده سپس به سازماندهي آنها مي­پردازيم. بخش دوم سند نيز شامل شرح دقيق موارد كاربرد در قالب گردش رخدادها، شرط­ها، نيازمندي­ها، سناريوي كلي و نقاط گسترش است. چنانچه نياز به وجود سند جداگانه­اي با عنوان اطلاعات تكميلي وجود داشته باشد، اين سند نيز در راستاي تكميل سند مدل موارد كاربرد Loyalty تهيه خواهد گرديد.** |

شركت داده کاوان پیشرو ایده ورانگر

اين سند جهت استفاده در شركت داده کاوان پیشرو ایده ورانگر تهيه شده است و هرگونه تكثير از اين سند در خارج از محدوده مورد توافق ممنوع مي‏باشد.

**سوابق نگارش و مرور**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| تاريخ | نام | سمت | شرح |
| 18/03/95 | مريم شاكري | تحليل**­**گر | تهيه نسخه پيش نويس |
|  | فرید ظفرحیدری | مدير محصول |  |
|  | آرمان فضلی | مدیر عامل |  |

# مرور مدل مورد كاربرد

در اين بخش به بررسي كنشگرها و مواردكاربرد مختص آنها در پروژه Loyalty (باشگاه مشتریان) ورانگر مي‌پردازيم. با مطالعه اين بخش شما مي‌توانيد قابليت‌ها،‌ محدوديت‌ها و خصوصيات كيفي كنشگرها و موارد كاربرد را مرور كنيد.

# كنشگرها

* **نمودار كنشگرها**

شکل 1- نمودار کنشگرها

* **ليست كنشگرها**

| رديف | نام كنشگر | شرح مختصر | مورد كاربرد |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | راهبر شرکت | کاربر سامانه است که وظیفه تنظيم اطلاعات پایه و اعطای دسترسی به امکانات نرم افزار را در اختیار سایر کاربران قرار میدهد. (مطابق با BR001 کاربر راهبر سیستم، دارای کلمه عبور مشخص و دسترسی کامل به تمام امکانات نرم افزار را به صورت پیش فرض دارد.) | * ورود به سامانه * ثبت نام کاربر در سامانه * معرفی شرکت، مراکز فعالیت و ترمینالها * معرفی شرکای تجاری * تعریف ویژگی های خاص شرکت * معرفی نقش کاربری * تعریف گروه کارتها * عضویت در باشگاه مشتریان * مشاهده سوابق عضویت * تعیین سطوح دسترسی برای نقش کاربری * تعریف فیلدهای نوع مقدار * تعریف کالا * تعریف گروه کالا |
| 2 | مدیر فروش و بازاریابی | کاربر عضوی است که وظیفه تعریف و مدیریت قوانین و برنامه های وفاداری را بر عهده دارد. | * ورود به سامانه (2) * مدیریت قوانین * مدیریت برنامه وفاداری * مدیریت گروه برنامه |
| 3 | مدیر / کارمند فروشگاه /  صندوقدار یا فروشنده فروشگاه | کاربر عضوی است که مشاهده و کنترل نتایج برنامه وفاداری را بر عهده دارد. | * ورود به سامانه (2) * عضویت در باشگاه مشتریان (2) * مشاهده سوابق عضویت (2) |
| 5 | عضو باشگاه مشتریان (وب / موبایل) | کاربری است که برای عضویت و تكميل مشخصات اقدام میکند و مشاهده تغييرات و نتایج برنامه وفاداری برای وی حائز اهمیت میباشد. | * عضویت در باشگاه مشتریان (2) * ورود به سامانه (2) * مشاهده سوابق عضویت (2) |
| 6 | شرکای تجاری | کاربر عضوی است که کار تعریف، محاسبه، مشاهده و انتقال امتيازات را انجام میدهد و نتایج برنامه های وفاداری بين شرکتی را مشاهده میکند. | * مدیریت برنامه های مشترک با شرکت اصلی |

# سازماندهي مدل مورد كاربرد

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | گروه سازماندهي | **رديف** | گروه سازماندهي |
| 1 | مدیریت راهبری سامانه | 2 | مدیریت عضویت |
| 3 | مدیریت شرکای تجاری | 4 | مدیریت قوانین |
| 5 | مدیریت برنامه ها | 6 | مدیریت پردازش و محاسبات |
| 7 | لایه یکپارچه باشگاه مشتریان (وب / موبایل / TPS) | 8 |  |

# 

# موارد كاربرد

شکل 2- نمودار كنشگر کاربر مشاهده­كننده و مواردكاربرد مربوط به آن

شکل 3- نمودار كنشگر کاربر عضو و مواردكاربرد مربوط به آن

| **رديف** | نام موردكاربرد | شرح مختصر | كنشگر | گروه | اولويت |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | ورود به سامانه |  |  |  | 1 |
| 2 | ثبت نام کاربر در سامانه |  |  |  |  |
| 3 | معرفی شرکت، مراکز فعالیت و ترمینالها |  |  |  |  |
| 4 | معرفی شرکای تجاری |  |  |  |  |
| 5 | تعریف ویژگی های خاص شرکت |  |  |  |  |
| 6 | معرفی نقش کاربری |  |  |  |  |
| 7 | تعریف گروه کارتها |  |  |  |  |
| 8 | عضویت در باشگاه مشتریان |  |  |  |  |
| 9 | مشاهده سوابق عضویت |  |  |  |  |
| 10 | تعیین سطوح دسترسی برای نقش کاربری |  |  |  |  |
| 11 | تعریف فیلدهای نوع مقدار |  |  |  |  |
| 12 | تعریف کالا |  |  |  |  |
| 13 | تعریف گروه کالا |  |  |  |  |
| 14 | مدیریت قوانین |  |  |  |  |
| 15 | مدیریت برنامه وفاداری |  |  |  |  |
| 16 | مدیریت گروه برنامه |  |  |  |  |
| 17 | مدیریت برنامه های مشترک با شرکت اصلی |  |  |  |  |

# شرح موارد كاربرد

***تذكر : در شرح موارد كاربرد بنا به علت سادگي كار، از گفتن عناوين مواردي كه فاقد توضيحات مي­باشند، صرف نظر شده است. قابل ذكر است، بنا به استانداردهاي علم تحليل نرم افزار، سند مورد كاربرد شامل موارد ذيل مي­باشد؛***

* ***شرح***
* ***مقدمه***
* ***گردش رخدادها***
* ***گردش اصلي***
* ***گردش جايگزين***
* ***زيرگردش***
* ***نيازمندي­هاي خاص***
* ***پيش­شرط***
* ***پس­شرط***
* ***اطلاعات تكميلي***
* ***Prototypes***

**باشگاه مشتریان**

شرکتها معمولا از دو طریق رشد می کنند؛

* **جذب** مشتریان جدید
* **فروش بيشتر** به مشتریان فعلی

از آنجا که بدست آوردن مشتریان جدید بسيار پرهزینه تر است، بنابراین شرکتها به دنبال این هستند که مشتریانشان در هر بار خرید بيشتر بخرند یا تعداد دفعات بيشتری خرید کنند. اینجاست که برنامه های مدیریت وفاداری مشتریان پدید می آیند.

**انواع برنامه های وفاداری (باشگاه مشتریان)**

1. امتیاز عددی (Points Programs)

به ازای هر فعالیت، یک امتیاز خاص به مشتری، داده میشود. بر اساس جمع امتیازات، یک جایزه در نظر گرفته میشود.

1. اعتبار خرید (Spend Programs)

به ازای هر خرید، اعتبار خرید برای خریدهای بعدی اعطا میشود.

1. سطح بندی مشتری (Tiered Programs)

به ازای مجموعه فعالیتهای هر مشتری، سطح وی تغییر وضعیت میدهد و هر سطح امکانات خاص خود را دارد.

1. پرداخت هزینه (Paid Programs)

حق استفاده از یک خدمت، بدون دریافت هزینه آن، انجام میپذیرد.

1. جایزه هدف (Punch Programs)

اگر به هدفی خاص (هدف خرید) رسد، یک واحد از کالا یا خدمت را به رایگان جایزه میگیرد.

تمام برنامه های وفاداری شامل موارد بالا و یا ترکیبی از موارد بالا میباشد.

# ورود

هدف از ارائه­ي اين موردكاربرد، شرح فرآیند ورود به برنامه وفاداری ورانگر و امكانات آن، هنگام استفاده از برنامه مستقل تحت وب و یا موبایل ورانگر مي­باشد. (طبق BR003 چنانچه برنامه وفاداری بصورت برنامه درون سایر برنامه های ورانگر مثل سیستم های پخش و فروشگاهی جاسازی شده باشد، فرآیند ورود از طریق همین نرم افزارها مدیریت خواهد شد.)

# گردش اصلي

* كاربر برنامه (وب، موبایل و یا ویندوز) وفاداری را باز میکند.
* سيستم صفحه ورود به برنامه وفاداری را نمايش مي­دهد.
* کاربر، نام کاربری(شماره تلفن همراه) و کلمه عبور خود را وارد میکند.
* سیستم وجود نام کاربری و صحت کلمه عبور را بررسی میکند و در صورت صحیح بودن اطلاعات موجود در این 2 فیلد، محتوای نرم افزار را در محدوده ی سطح دسترسی کاربر، نمایش میدهد.
* كاربر صفحه ی اصلی نرم افزار، حاوی محتوای برنامه وفاداری را مشاهده مي­كند.
* كاربر گزينه «خروج» را انتخاب مي­كند و یا با استفاده از دکمه ی بازگشت به صفحه ی قبلی در تلفن های همراه هوشمند، از محیط App خارج میشود.
* سيستم پنجره برنامه وفاداری (باشگاه مشتریان) را مي­بندد.

# گردش جايگزين

### ورود – عدم وجود نام کاربری

* كاربر در گردش اصلي و قبل از ورود به سیستم، ممکن است که نام کاربری خود را به اشتباه وارد کرده باشد.
* سیستم وجود نام کاربری را بررسی میکند و پس از عدم پیدایش نام کاربری، پیغامی مبنی بر "این نام کاربری در سیستم ثبت نشده است" را نمایش میدهد.

### ورود – کلمه عبور ناصحیح

* كاربر در گردش اصلي و قبل از ورود به سیستم، ممکن است که کلمه عبور خود را به اشتباه وارد کرده باشد.
* سیستم صحت کلمه عبور را بررسی کرده و پیغام "کلمه عبور اشتباه است" را نمایش میدهد.

### ورود – فراموشی کلمه عبور

* كاربر در گردش اصلي و قبل از ورود به سیستم، ممکن است که کلمه عبور خود را فراموش کرده باشد.
* کاربر لینک "کلمه عبورم را فراموش کردم" را وارد میکند.
* سیستم پنجره ورود نام کاربری را نمایش میدهد.
* کاربر نام کاربری خود را وارد میکند.
* چنانچه کاربر، نام کاربری خود را صحیح وارد کرده باشد، سیستم کدی را به شماره موبایل وی پیامک میکند.
* کاربر کد دریافتی از طریق پیامک، همینطور کلمه عبور جدید و تکرار آن را در پنجره نمایش داده شده