

Applicazioni per dispositivi mobili

course

a.y. 2016/2017

CityShop

Design documentation¹

Team Members ²		
Name	Student Number	E-mail address
Francesco Fuschi	239266	<i>francesco.fuschi@student.univaq.it</i>
Davide De Marco	228737	<i>davide.demarco@student.univaq.it</i>

¹ The max length of this document is 20 pages

² The team leader is listed as first member in this table

Strategy



Product Overview

CityShop è una startup ideata dal nostro team. L'idea è quella di raggiungere tutti gli amanti dello shopping in qualsiasi posto essi si trovino. L'idea alla base dell'applicazione è fare shopping ovunque ci si trovi, facendo riscoprire il gusto dello shopping all'interno di store fisici. Dato il crescente prevalere del commercio online rispetto a quello locale, il team vorrebbe agevolare i piccoli e medi negozi nella competizione con i grandi siti di e-commerce. Usando la nostra app gli utenti verranno a conoscenza di negozi in precedenza a loro sconosciuti essendo sopraffatti dai più noti centri commerciali e/o siti di vendita online. Un turista in una zona da lui non conosciuta in genere va alla ricerca dei più noti centri commerciali in zona. Grazie alla nostra app tale turista verrà a conoscenza di negozi più modesti con cui difficilmente sarebbe entrato in contatto ma che potrebbero offrire prodotti di più alto interesse per l'utente.

Usando la nostra app l'utente potrà:

- Visualizzare i negozi di interesse sulla mappa della zona.
- Venire a conoscenza delle informazioni di un negozio di interesse.
- Visualizzare il catalogo di un negozio di interesse.
- Modificare i propri Brands e Categorie di interesse.

I negozianti dovranno pagare una quota di iscrizione e comunicare al team la volontà di voler inserire il negozio all'interno dell'applicazione in maniera da poter essere individuati dagli utenti. Ad ogni negoziante verrà fornito il link ad un applicativo web e un account per l'accesso a tale applicativo. Dopo aver effettuato l'accesso un negoziante potrà inserire ed eliminare prodotti dal proprio catalogo. Il team non svilupperà tale applicativo per la gestione.

Competitors

Dopo varie ricerche online e sui vari store mobile, CityShop sembrerebbe non presentare diretti competitors ma solo app con funzionalità simili quali "Foursquare" e "Places Around You".

L'idea alla base è simile alle due applicazioni sopra menzionate, ma entrambe permettono di visualizzare in maniera più generale posti di interesse di una determinata zona (per esempio tutti i ristoranti in zona Milano). La nostra applicazione al contrario si concentra sugli interessi del singolo utente in materia di abbigliamento (con possibili espansioni future), e crea un'esperienza personalizzata in merito alla ricerca di negozi visualizzati. Nelle applicazioni sopra citate le località sono filtrate in base a criteri che non riguardano gli oggetti venduti, rendendo così più difficile per l'utente localizzare prodotti più specifici. Nella nostra app il filtro viene concentrato sulla relazione che c'è tra utente e prodotto venduto, in particolare rendendo questi ultimi più facilmente reperibili tramite la categorizzazione in brands e categorie.

User Research


Per venire incontro al crescente utilizzo di smartphone in ogni occasione e per aiutare l'utente a trovare il prodotto desiderato in un modo semplice e veloce, CityShop si presenta come il punto di incontro tra il sempre meno frequente modo di acquistare prodotti in negozi locali di piccole e medie dimensioni e il sempre più crescente acquisto di prodotti online. CityShop offre un modo di trovare ciò che serve sul tuo smartphone, invogliandoti a visitare il negozio fisico per eventuali ulteriori acquisti. In tal modo qualsiasi negozio di interesse è a portata di smartphone e si evitano i problemi più comuni dovuti ad acquisti online come ad esempio i numeri di taglia sbagliati, prodotti che non arrivano o che arrivano in ritardo. Inoltre, nei negozi fisici si può avere sempre il consiglio e l'aiuto di un'eventuale commesso/a e la comodità di poter provare direttamente i capi scelti per verificare il buono stato del prodotto.

Oltre a soddisfare il bisogno dell'utente, si tiene anche conto dei bisogni dei negozianti che diverse volte si ritrovano con poca clientela, sempre dovuto al crescente sviluppo dei centri commerciali e degli acquisti online.

Con la nostra app i negozianti si ritroveranno con una maggior affluenza di clientela, rendendo così possibile l'ampliamento del negozio e l'aggiunta di prezzi sempre più competitivi.

Personas

Laura Rossi



"I folli inventano le mode e i saggi le seguono."

Età: 29
 Lavoro: Impiegata
 Famiglia: Sposata, un figlio
 Provenienza: Pavia, Italia
 Reddito familiare: 30.000€/anno

Personalità

Introversa

Estroversa

Analitica

Creatività

Passioni

- Ama fare sport nel tempo libero
- Adora fare shopping il fine settimana, specie in posti nuovi
- Content creation
- Social network
- Le piace viaggiare durante le ferie estive

Rapporto con la tecnologia:

- Fa un uso sporadico del computer al di fuori dell'orario lavorativo.
- Utilizza il telefono principalmente per aggiornare i suoi stati sui social e fa un uso moderato di applicazioni che mettono in risalto i POI (points of interest) di una zona.
- Si tiene aggiornata sulle ultime tendenze in campo di moda.

Frustrazioni

- Non vede di buon occhio applicazioni complesse e con una pessima curva di apprendimento.
- Non ama visualizzare pubblicità mirate durante la sua navigazione web e durante l'utilizzo di applicazioni.

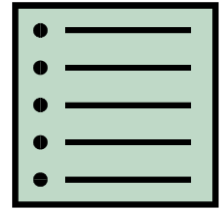
Caratteristiche

Moda	<div></div>
Realizzazione	<div></div>
Sport	<div></div>
Social	<div></div>
Cucina	<div></div>

Brands

NIKE HOGAN ZARA

Scope



Features

- Possibilità di visualizzare negozi per mezzo di "markers" vicini alla posizione dell'utente.
- Possibilità di visualizzare i propri dati personali immessi al tempo della registrazione e possibilità di modificarne alcuni valori.
- Possibilità di aggiungere/eliminare brands di interesse.
- Possibilità di aggiungere/eliminare categorie di interesse.
- Possibilità di visualizzare le informazioni relative ad un particolare negozio quali recapito telefonico, indirizzo ecc.
- Possibilità di visualizzare le marche in vendita di un determinato negozio.
- Possibilità di visualizzare i dettagli dei prodotti in vendita di un determinato negozio.
- Possibilità di passare a Google Maps per ottenere indicazioni stradali per arrivare al negozio di interesse.

Scenarios

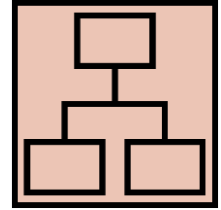
Un utilizzo-tipo dell'app CityShop da parte di un utente potrebbe essere il seguente: durante un fine settimana libero l'utente è intenzionato a fare shopping presso la sua località corrente ed effettua i seguenti passi:

- Apre l'app.
- Effettua il login/registrazione se ancora non effettuato.
- Osserva la mappa con i markers indicanti i negozi intorno a lui.
- Regola il raggio di interesse nel caso abbia a disposizione mezzi per potersi spostare in zone distanti rispetto la sua posizione corrente.
- Controlla se i negozi intorno a lui vendono un prodotto di suo interesse.
- Controlla la disponibilità del prodotto.
- Una volta trovato il negozio desiderato che vende ciò che lo aggrada, passa a Google Maps per ottenere indicazioni su come arrivare sul luogo mediante il pulsante in-app.

Durante un fine settimana libero l'utente è in vacanza in una località da lui non conosciuta. Decide quindi di voler fare shopping:

- Apre l'app
- Effettua il login/registrazione se ancora non effettuato.
- Verifica se nell'area circostante ci sono negozi di proprio interesse.
- Se non ve ne sono chiude l'app.
- Se sono presenti negozi di interesse tappa su un marker di un negozio.
- Controlla i prodotti in vendita.
- Se interessata apre le indicazioni su Google Maps e si dirige verso il negozio.
- Se non interessata chiude l'app o cerca un altro negozio di interesse.

Structure



Navigation model

Le viste principali della nostra app sono: le pagine di **“Tutorial”**, **“Home”** e **“Info negozio”**, poiché, per la prima, crediamo sia importante spiegare all'utente come funziona la navigazione all'interno della nostra app, per avere un primo impatto positivo con un utente novizio.

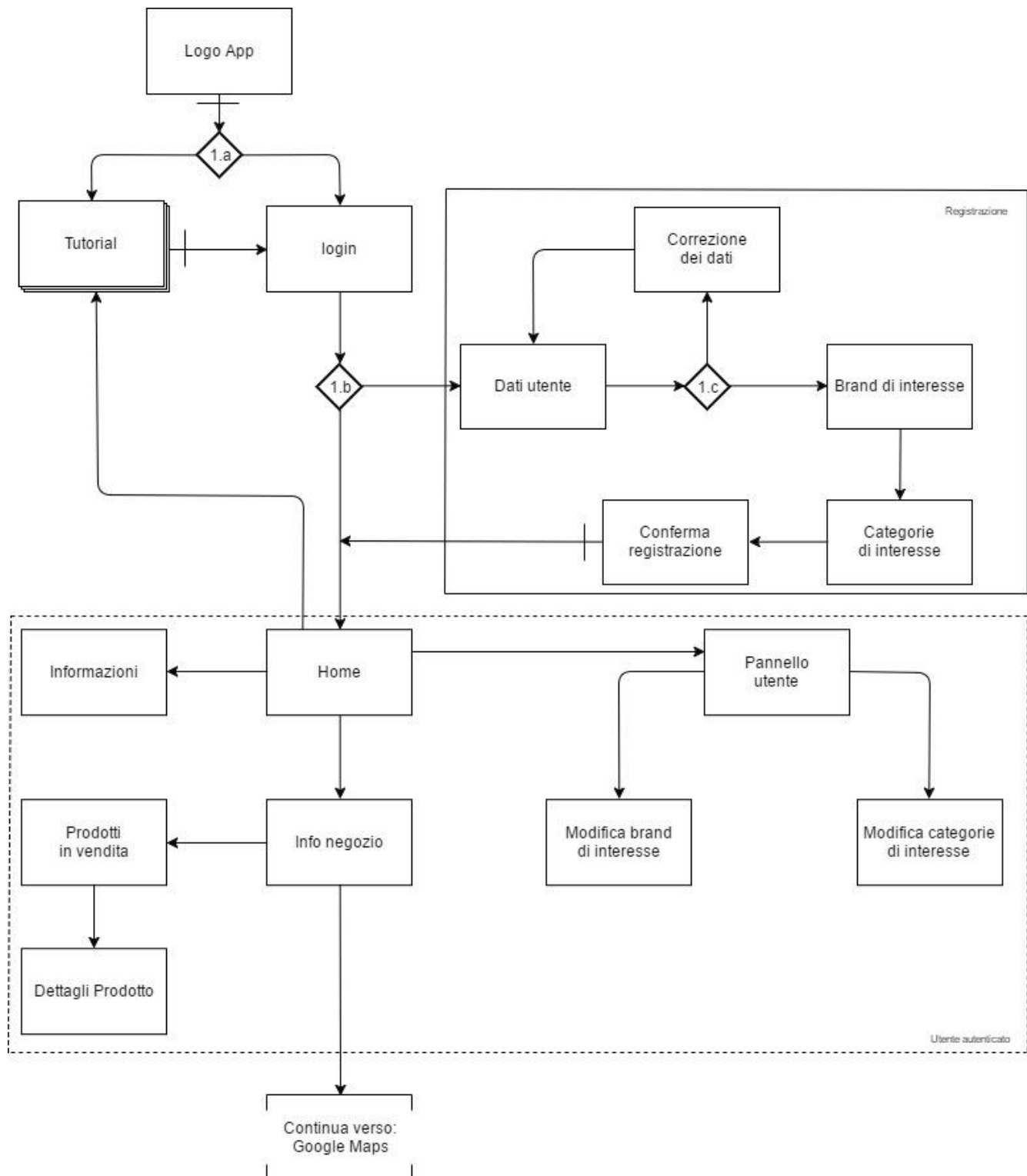
Da essa si passa al form di login (passo saltato dopo il primo accesso) e, nel caso l'utente non sia ancora registrato, esso può registrarsi mediante l'apposito form accessibile mediante il tap di **“Sign Up”**.

In questo caso l'utente viene redirezionato alla vista **“Dati Utente”** che corrisponde al form di registrazione a CityShop, chiedendogli, se i dati inseriti sono corretti, di inserire i suoi **“Brand di Interesse”** e le sue **“Categorie di Interesse”**.

Se tutti i campi sono stati compilati verrà data la possibilità all'utente di revisionare i dati inseriti o di dare la conferma (all'interno di **“Conferma registrazione”**) che i dati inseriti siano corretti.

Si passa così alla seconda macro-vista della nostra app, la **“Home”**, la quale è anche la vista nella quale l'utente passerà la maggior parte del suo tempo all'interno di CityShop, per tale motivo si è deciso di rendere tutte le altre macro-funzionalità dell'app a distanza di **“tap”** dalla home, in modo che i negozi vicini all'utente siano sempre visibili da quest'ultimo.

Dalla home l'utente avrà accesso a tutte le altre funzionalità della nostra applicazione, in particolare le altre due principali: **“Pannello Utente”** e **“Info Negozio”**. La navigazione verso queste due viste è spiegata nel breve tutorial iniziale, rivisitabile tappando nella scheda in alto a destra dello schermo. Per raggiungere la prima vista, l'utente dovràappare sul menù sopra la mappa, dove sarà presente il suo nome, in modo tale da poter accedere alla gestione del suo profilo. Infine per accedere ad **“Info Negozio”** l'utente dovràappare su uno dei marker rappresentanti i negozi aderenti all'iniziativa della nostra app, per poi visualizzarne i dettagli; è anche possibile venire reindirizzati su Google Maps per avere le indicazioni su come arrivare nel negozio di interesse.

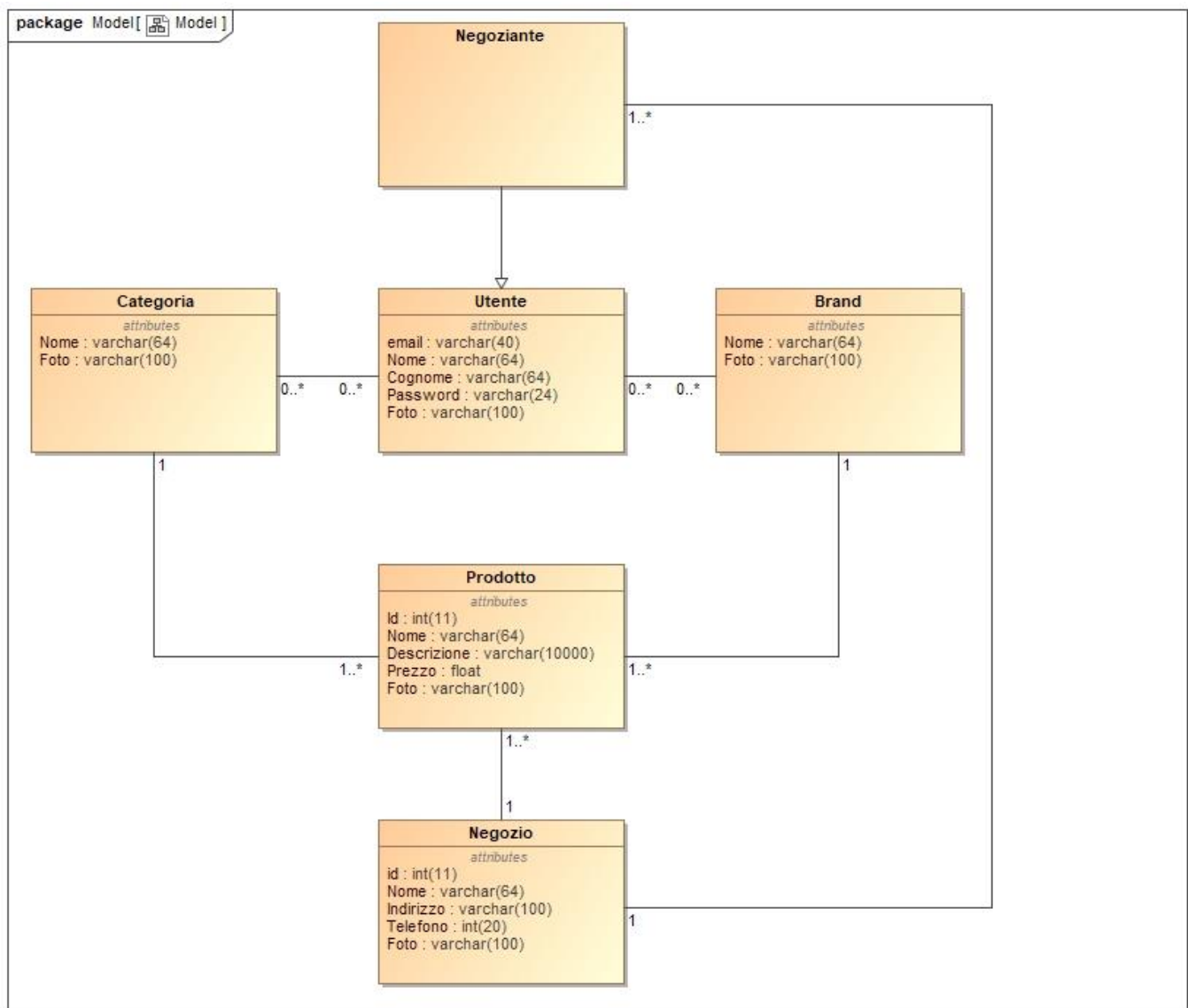


(1.a): Se è la prima volta che l'utente utilizza l'app procedi verso "Tutorial", altrimenti, se l'utente non è la prima volta che utilizza l'app e non desidera più visualizzare il tutorial, procedi verso "Login".

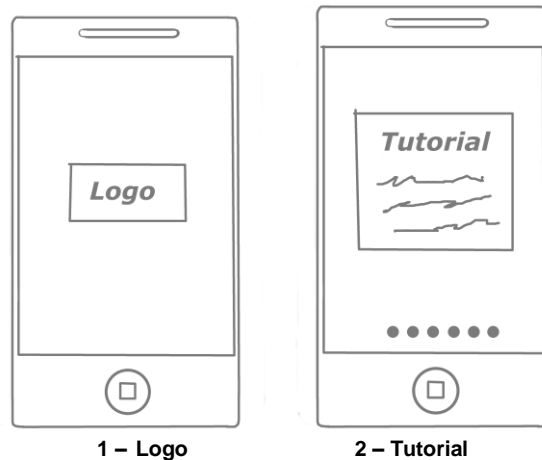
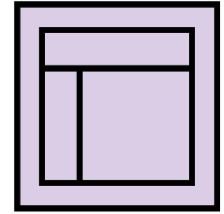
(1.b): Se l'utente si è autenticato e i dati inseriti sono corretti procedi verso "Home", altrimenti, se l'utente non si è autenticato e non possiede un account, procedi verso "Dati Utente".

(1.c): Se i dati inseriti dall'utente non sono corretti procedi verso "Correzione dei dati", altrimenti verso "Brand di interesse".

Data



Skeleton



Al primo accesso nell'applicazione vengono mostrate le schermate **Logo** e, successivamente, quella di **Tutorial**. Tale scelta è stata presa in quanto l'utente deve subito memorizzare l'icona con i colori che caratterizzano l'applicazione. In futuro (in caso di gradimento) tale utente potrebbe consigliare l'app ad amici e famigliari e, se l'icona ha avuto un buon impatto, l'utente ricorderà subito il nome da cercare sullo store. Successivamente viene presentato un breve tutorial per non far sentire l'utente spaesato e guidarlo passo passo nell'apprendimento delle funzionalità principali.

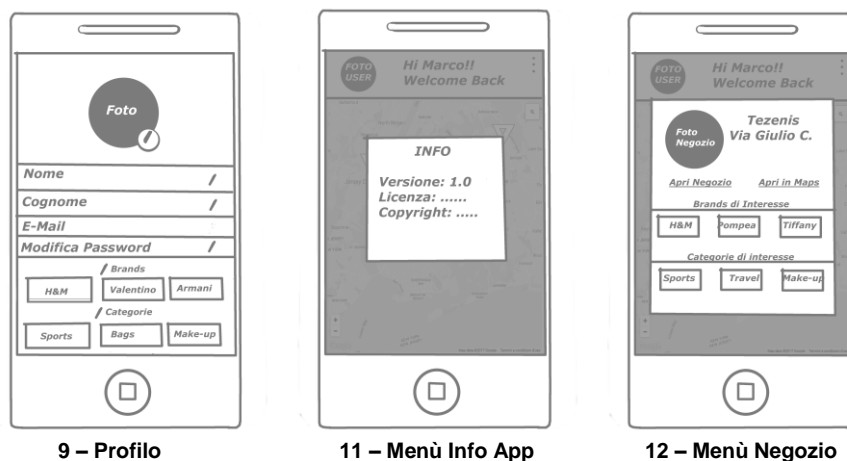


Di seguito alla schermata **Tutorial** viene presentata la schermata **login**. Nella schermata viene riproposto il logo dell'applicazione con la form di inserimento e-mail e password. Sono stati inseriti 2 bottoni in modo che l'utente possa procedere alla schermata home in caso di possesso di un'account altrimenti procedere alla schermata di registrazione tramite l'apposito tasto Sing-Up. La schermata **registrazione** è stata resa il più semplice possibile in modo tale che l'utente non si senta privato della

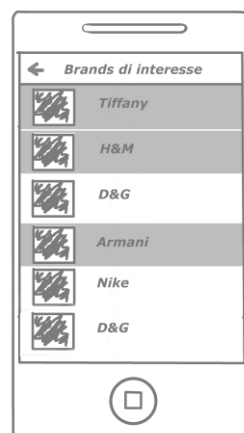
propria privacy con l'isperimento di troppi dati personali. La registrazione è stata divisa in 3 schermate. Nella prima schermata l'utente dovrà inserire obbligatoriamente Nome, Cognome, e-mail e password e a sua discrezione potrà inserire un'immagine di profilo. Premendo il tasto next l'utente verrà indirizzato nella seconda schermata di registrazione in cui verrà presentata la lista di brands presenti nel database. Basterà che l'utente clicchi su 0..n brands di suo interesse per selezionarli. I brands selezionati verranno indicati con lo sfondo grigio e la stessa cosa avverrà nella schermata 3, in cui sono presentate tutte le categorie presenti nel database. L'utente potrà navigare tra le schermate di registrazione a proprio piacimento tramite i tasti next e back fino a che non sarà convinto dei dati immessi. Per terminare la registrazione dovrà premere il tasto finish che comparirà nell'ultima schermata di registrazione. In tal caso l'utente verrà reindirizzato alla schermata home e una volta effettuato l'accesso, l'utente verrà ricordato per non dover rieffettuare l'accesso al successivo utilizzo dell'applicazione.



Nella schermata **Home** sarà presente la mappa con i marker dei negozi presenti dell'area prescelta e una barra con la foto e il nome dell'utente che ha effettuato l'accesso. Una frase di saluto, nella barra superiore, accoglierà l'utente. Inizialmente si era ipotizzato di inserire solo la mappa con i marker nella schermata home ma successivamente si è optato di inserire la barra superiore per rendere il tutto più user friendly. L'utente si sentirà accolto dall'applicazione tramite il messaggio di benvenuto e in più dalla barra si potrà accedere facilmente al **Menù Home**, in cui saranno presenti i tasti per accedere alle info dell'applicazione e al tutorial iniziale in caso di bisogno.



Cliccando sull'immagine di profilo nella schermata **Home** l'utente verrà indirizzato nella schermata del proprio **Profilo**. In tale schermata si potranno modificare i dati immessi durante la registrazione (eccetto la mail), e si potranno inserire o eliminare Brands e/o Categorie di interesse. L'utente potrà accedere a tali modifiche premendo semplicemente la matita posta al lato del campo da modificare. Nella schermata di **Profilo** verranno anche visualizzati 3 brands e 3 categorie random scelte dalla lista di brands e categorie scelti dall'utente e un tasto per effettuare il logout. Visto il design usato correntemente nelle app, l'utente capirà subito, vedendo la matita, che quello è un campo da poter modificare. Dal menu a tendina, presente nella schermata **Home** tramite il tasto con i tre puntini posto sulla barra superiore, si potrà accedere al tutorial e alle info dell'applicazione. Nella schermata **Menù Info App** vengono mostrate le informazioni riguardanti i produttori il copyright e la versione dell'informazione. Cliccando su un marker presente sulla mappa nella **Home** verranno visualizzate le informazioni del negozio a cui tale marker si riferisce. Tali informazioni verranno prese dal database e presentate con l'immagine del negozio, il nome e la via. Dalla schermata **Menù Negozio** si potrà aprire la schermata della lista di prodotti presenti nel negozio o accedere alle indicazioni su google maps. Nel menu vengono presentati anche alcuni brand e categorie di interesse per l'utente loggato. Tali scelte sono state fatte in quanto l'utente deve avere immediatamente una panoramica del negozio scelto, deve poter visualizzare cosa può esserci di suo interesse e deve poter accedere alle indicazioni stradali tramite google maps. Si potrà accedere alla lista di prodotti tramite tap sull'immagine del negozio o tramite l'apposito link nella schermata **Menù Negozio**.



13 – Brands

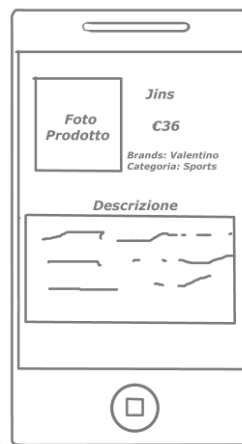


14 – Categorie

Dalla schermata di **Profilo** cliccando sulla modifica di brands o di categorie si accederà alle due viste **Brands** e **Categoria**.in cui sarà possibile aggiungere o togliere brands o categorie di interesse. Nelle due viste l'utente dovrà solo selezionare o deselezionare i brands/categorie di interesse per poi tornare indietro tramite l'apposita freccia, che lo riporterà alla vista del **Profilo** .



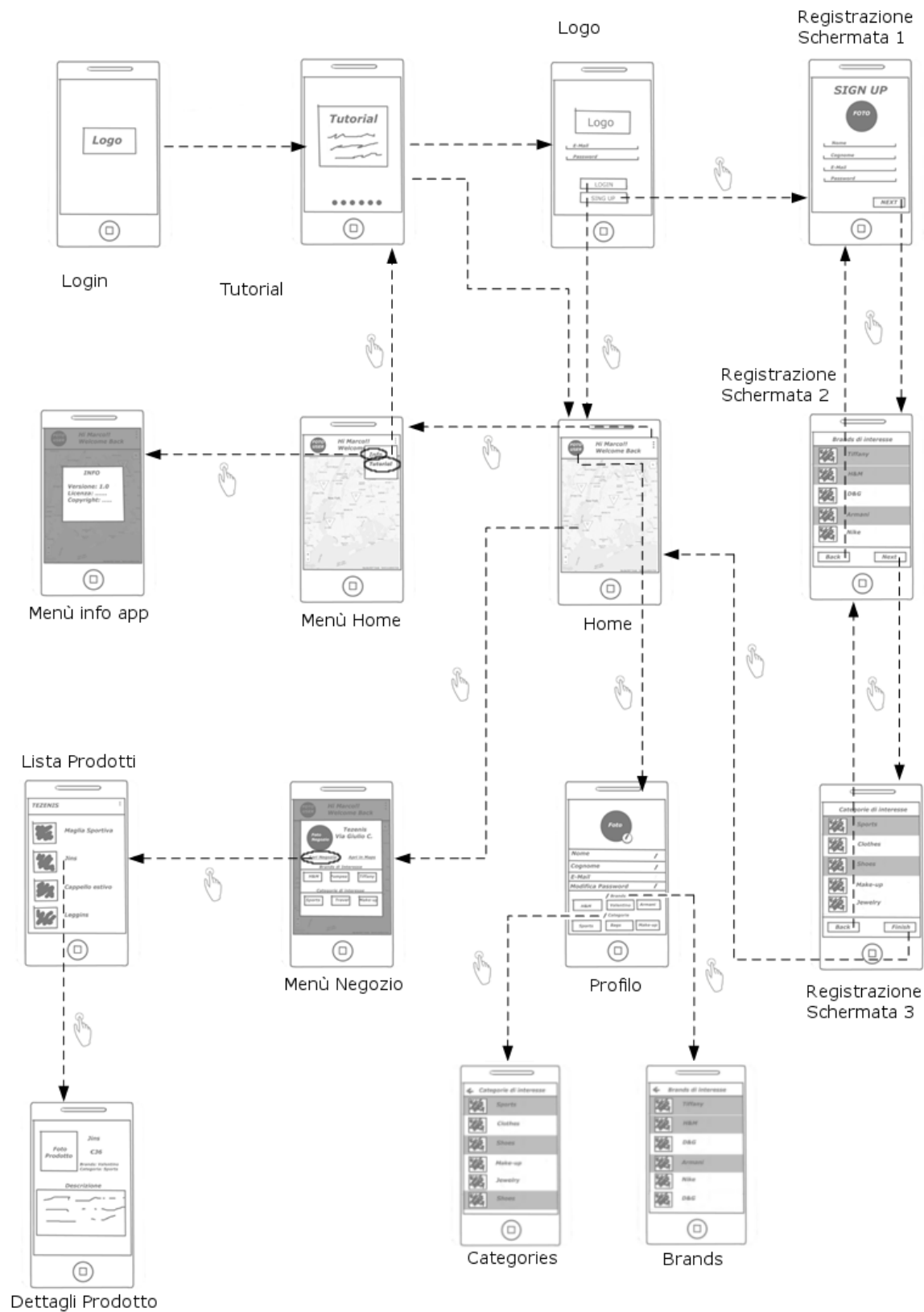
15 – Lista Prodotti



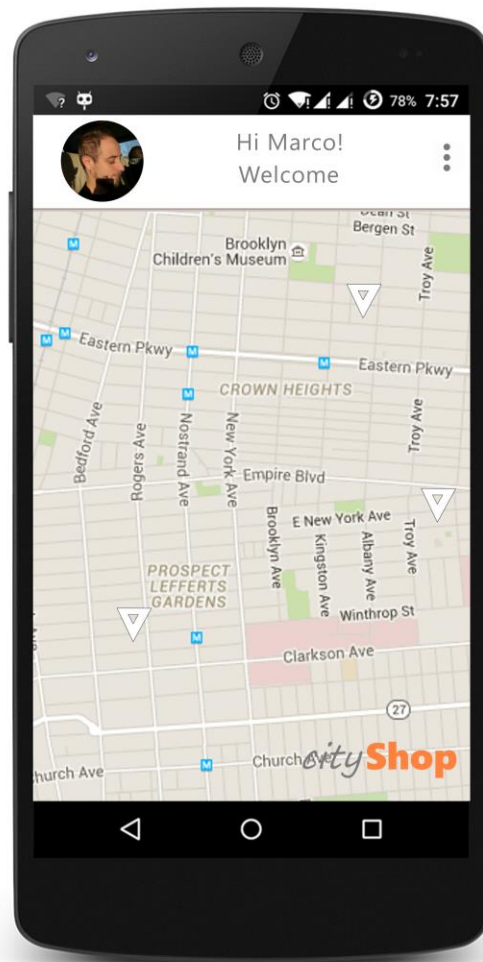
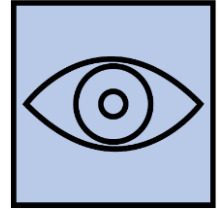
16 – Dettagli Prodotto

Nella schermata **Lista Prodotti** verranno presentati tutti i prodotti presenti nel negozio scelto. La schermata presenta il nome del negozio e la lista di prodotti proposta tramite l'immagine di ogni prodotto con il relativo nome. L'utente potrà anche filtrare i prodotti tramite la scelta di un brand e una categoria. Tale filtro potrà essere applicato tramite il menu a cui si può accedere dalla barra superiore con la pressione sul tasto con i tre puntini. Cliccando su un prodotto si accede alla schermata **Dettagli Prodotto** in cui viene presentato il prodotto scelto. Nella schermata sarà presente l'immagine del prodotto, il nome, il prezzo, il nome del negozio che lo vende, il brand e la categoria a cui appartiene. Oltre a ciò viene presentata una breve descrizione del prodotto. Per avere un'idea più chiara sull'aspetto dell'applicazione viene fornito il file [Lo-Fi-Wireframes.rar](#) presente nel repository.

LINK Lo-Fi-Wireframe



Surface



Nella seguente immagine viene mostrato l'Hi-Fi Wireframe della Home page della nostra applicazione. Il layout della pagina presenta una barra di navigazione superiore e un contenitore inferiore dove verranno mostrati tutti i contenuti. Questo layout viene ripreso da quasi tutte le pagine.

I colori usati nell'applicazione sono quattro in quanto non si è voluto saturare l'app con troppi colori. Si è voluto puntare molto di più sull'utilizzo di immagini per rendere l'applicazione più colorata ed user friendly. I colori menzionati sono:

- #ff823e
- #7b7b7b
- #000000
- #ffffff



Tali colori sono stati scelti in quanto richiamano i colori del nostro logo. Il logo è stato creato da noi e cerca di richiamare in maniera più fedele possibile lo spirito dell'applicazione, ovvero considerare la città come un grande negozio. Il logo prende il nome dell'app e vi unisce un carrello con dentro la città come simbolo della città vista come un unico negozio dove poter trovare qualsiasi cosa di proprio interesse.



Le icone usate nell'applicazione sono le Font Awesome icons, icone standard usate nella programmazione web.

Inizialmente il team aveva optato nell'uso dei fonts Segoe UI e Segoe UI Heavy (Fonts presenti negli Hi-Fi Wireframes) ma successivamente, avendo difficoltà nel reperimento dei tali essendo fonts proprietari, si è deciso di utilizzare i fonts Lato e Lato Heavy.

Lato

Lato Heavy

In particolare verrà usato il font Lato Heavy nelle barre superiori in cui è presente il nome della view (Profilo, Sign Up, ...) mentre il font lato verrà usato nel resto dell'applicazione. Per avere un'idea più chiara sull'aspetto dell'applicazione finale viene fornito il file [Hi-Fi-Wireframes.rar](#) presente nella repository.