

|  |  |
| --- | --- |
| Versione | 1.0 |
| Data |  |
| Destinatario | Prof. Andrea De Lucia |
| Presentato da | Riccardo Martiniello  Davide Cresci  Alessio Rizzolo  Giuseppe Caiazzo |

Requirements Analysis Document

Revision History

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| data | versione | descrizione | autori |
| 16/10 | 1.0 | Stesura prima parte | Intero Team |
| 31/10 | 1.1 | Revisione prima parte | Intero Team |

Sommario

[**1.** **Introduzione** 4](#_Toc23425535)

[**1.1** **Scopo del sistema** 4](#_Toc23425536)

[**1.2** **Ambito del sistema** 4](#_Toc23425537)

[**1.3** **Obiettivi e criteri di successo del progetto** 4](#_Toc23425538)

[**2 Sistema corrente** 4](#_Toc23425539)

[**3. Sistema proposto** 5](#_Toc23425540)

[**3.1 Descrizione del sistema** 5](#_Toc23425541)

[**3.2 Requisiti funzionali** 5](#_Toc23425542)

[**3.2.1 Gestione dell’autenticazione** 5](#_Toc23425543)

[**3.2.2** **Gestione dell’acquisto** 5](#_Toc23425544)

[**3.2.3** **Gestione del carrello** 5](#_Toc23425545)

[**3.2.4** **Gestione del cliente** 6](#_Toc23425546)

[**3.2.5** **Gestione del magazzino** 6](#_Toc23425547)

[**3.2.6** **Gestione marketing** 6](#_Toc23425548)

[**3.2.7** **Gestione amministrazione** 6](#_Toc23425549)

[**3.3 Requisiti non funzionali** 6](#_Toc23425550)

[**3.3.1 Usability** 6](#_Toc23425551)

[**3.3.2 Reliability** 6](#_Toc23425552)

[**3.3.3 Performance** 7](#_Toc23425553)

[**3.3.4 Supportability** 7](#_Toc23425554)

[**3.3.5 Implementation** 7](#_Toc23425555)

[**3.4 System Models** 7](#_Toc23425556)

[**3.4.1 Scenari** 7](#_Toc23425557)

1. **Introduzione**
   1. **Scopo del sistema**

Lo scopo del progetto Dress-Store è quello di realizzare un sito di e-commerce per la gestione di un negozio online specializzato nella vendita di capi di abbigliamento. Dress-Store è un e-commerce semplice e facile da utilizzare con tante funzionalità per migliorare sempre di più l’esperienza di coloro che decidono di visitarlo. Esistono diversi esempi di e-commerce come Zalando, Mec Shopping che dimostrano il successo e la notevole diffusione di queste tipologie di shop online che stanno attirando sempre più una clientela varia .

* 1. **Ambito del sistema**

Il sito può essere utilizzato da qualsiasi utente, infatti, non sono richieste competenze tecniche per l’uso. L’unica cosa necessaria è il possesso di un dispositivo che abbia una connessione ad Internet in modo tale da accedere al sito e usufruire a pieno delle funzionalità.

* 1. **Obiettivi e criteri di successo del progetto**

Gli obiettivi del progetto Dress-Store sono:

* Fornire un’interfaccia user-friendly che possa agevolare l’utilizzo del sistema;
* Agevolare gli utenti nei loro acquisti tramite un catalogo semplice e ben organizzato con una vasta gamma di prodotti;

Criteri per il successo del sistema:

* Facilità d’uso del sito;
* Utilizzo di un database sicuro;
* Agevolare gli utenti registrati con la possibilità di usufruire di molteplici servizi loro riservati;
* Semplicità sarà la chiave fondamentale per attirare la clientela;

**2 Sistema corrente**

Il progetto Dress-Store è un progetto “greenfield engineering”. Il sistema non sostituirà nessun sistema precedente.

**3. Sistema proposto**

**3.1 Descrizione del sistema**

Lo scopo del progetto, è di sviluppare una piattaforma on-line denominata **Dress-Store**, la quale mette a disposizione ad eventuali clienti la possibilità di comprare diversi capi di abbigliamento.

La piattaforma è accessibile solo tramite il web e offre la possibilità di registrarsi e di effettuare degli acquisti. I clienti, in fase di acquisto, avranno numerose informazioni disponibili che li aiuteranno a fare la miglior scelta possibile.

Il sistema sarà in grado di:

* Permettere ai clienti di effettuare un acquisto.
* Permettere all’addetto al magazzino di aggiornare le scorte.
* Permettere ai clienti di modificare le proprie informazioni.
* Permettere al gestore marketing di aggiornare i prezzi.

**3.2 Requisiti funzionali**

**3.2.1** **Gestione dell’autenticazione**

Il Cliente può:

* Registrarsi, inserendo i suoi dati. (Priorità: Alta)
* Effettuare il log-in, inserendo i dati forniti in fase di registrazione. (Priorità: Alta)
* Effettuare il log-out (Priorità: Alta)

* + 1. **Gestione dell’acquisto**

Il cliente deve essere in grado di:

* Effettuare degli acquisti all’interno del sito-web (Priorità: Alta)
* Fare ricerche nel catalogo per cecare dei prodotti da acquistare (Priorità: Alta)
* Eseguire un reso (Priorità: Bassa)
  + 1. **Gestione del carrello**

Il cliente può:

* Inserire o eliminare prodotti all’interno del carrello (Priorità: Alta)
* Visualizzare il proprio carrello (Priorità: Alta)
  + 1. **Gestione del cliente**

Un cliente può:

* Visualizzare il proprio profilo (Priorità: Alta)
* Visualizzare il proprio storico acquisti (Priorità: Alta)
* Modificare la modalità di pagamento (Priorità: Alta)
* Modificare le proprie credenziali (Priorità: Alta)
  + 1. **Gestione del magazzino**

Il magazziniere può:

* Controllare le scorte di uno specifico prodotto (Priorità: Alta)
* Visualizzare i prodotti che stanno per terminare (Priorità: Media)
* Modificare il numero di prodotti all’interno del database (Priorità: Alta)
* Comunicare l’esaurimento di un qualsiasi prodotto e rifornire il magazzino (Priorità: Alta)
  + 1. **Gestione marketing**

Il gestore del Marketing può:

* Scegliere un prezzo di un determinato prodotto (Priorità: Media)
* Aggiungere sconti promozionali ai prodotti (Priorità: Media)
* Cambiare i prezzi dei prodotti (Priorità: Alta)
* Effettuare il rimborso se viene richiesto un reso (Priorità: Bassa)
  + 1. **Gestione amministrazione**

Il proprietario può:

* Modificare o eliminare gli utenti (Priorità: Alta)
* Inserire, eliminare o modificare un prodotto (Priorità: Media)
* Visualizzare le statistiche di vendita per verificare l’andamento di un prodotto (Priorità: Media)

**3.3 Requisiti non funzionali**

**3.3.1 Usability**

L’utente deve essere in grado di muoversi facilmente all’interno del negozio di e-commerce; questo è possibile grazie all’utilizzo di menu contestuali che consentono di spostarsi agevolmente e di comprendere il funzionamento delle varie attività offerte.

**3.3.2 Reliability**

Il sito deve garantire all’utente una certa sicurezza in caso di inserimento di input non validi, in questo modo la navigazione risulta più immediata e sicura.

**3.3.3 Performance**

Il tempo di risposta del sito deve essere rapido. Se il sito dovesse essere sottoposto a manutenzione, l’utente deve essere avvisato in 24h di anticipo. Se l’utente chiede dei chiarimenti, deve ottenere una risposta entro un paio d’ore.

**3.3.4** **Supportability**

Il sistema deve essere adattabile ai cambiamenti del dominio dell’applicazione e deve essere manutenibile per poter gestire nuove tecnologie o correggere difetti esistenti.

**3.3.5 Implementation**

Il sito di e-commerce deve essere implementato in HTML, CSS e JavaScript.

# **3.4 System Models**

## **3.4.1 Scenari**

|  |  |
| --- | --- |
| Nome scenario | Acquisto e reso di un prodotto |
| Attori partecipanti | Carlo: utente che visita il sito per la prima volta, Giovanni: magazziniere e Luca: gestore marketing |
| Flusso di eventi | * Carlo accede al sito web tramite un browser, intenzionato ad acquistare una felpa; * essendo la sua prima visita l’utente provvede alla registrazione fornendo i dati richiesti: “nome, cognome, data di nascita, e-mail e password”. Qualora i dati inseriti siano corretti il sistema risponde con il buon esito dell’operazione; * Carlo, essendo registrato al sito, a questo punto effettua il Login, inserendo l’indirizzo e-mail e la password forniti in fase di registrazione; * avendo effettuato l’accesso correttamente, l’utente può oltre a visualizzare il catalogo prodotti anche completare un ordine e visualizzare la sua area personale; * nel menu principale, l’utente ha a disposizione tre sezioni: “Uomo, Donna e Accessori”; * Carlo si sposta nella sezione “Uomo” dove ha a disposizione diverse scelte tra: “Giacche, Jeans, Camicie, Intimo, T-shirt e felpe, Cappotti e Pantaloni”; * Carlo si muove nella sezione “T-shirt e felpe” dove può scegliere tra una vasta gamma di capi di modelli e taglie diverse; * l'utente visualizza le foto dei modelli e il prezzo relativo al capo del reparto di riferimento; * Carlo decide di acquistare il modello di felpa: “Levi’s Grey melange”, quindi seleziona la sua scelta; * adesso l’utente dispone di una schermata con le informazioni sul prodotto che sta acquistando e le taglie disponibili. Le taglie non disponibili vengono visualizzate di colore grigio e l’utente non può selezionarle; * Carlo seleziona la taglia “M” e prosegue l’acquisto aggiungendo l’articolo al carrello; * a questo punto l’utente può continuare a navigare liberamente sul sito perché l’articolo selezionato è stato aggiunto al carrello e rimarrà lì fino a quando l’ordine non verrà annullato o confermato; * Carlo decide di completare l’ordine, quindi si sposta nella sezione “acquisto” e a questo punto deve fornire un indirizzo. Egli inserisce i dati richiesti: “Nome e Cognome destinatario, Città, provincia, via, CAP e numero di cellulare” e conferma l’operazione; * dopo aver confermato l’indirizzo per la spedizione, Carlo deve inserire una carta di credito. Egli completa le seguenti informazioni: “Nome e Cognome intestatario, numero di carta, data di scadenza e CVV”. L'utente conferma il metodo di pagamento; * a questo punto Carlo visualizza la pagina riepilogativa dell’ordine con il prodotto che sta acquistando, l’indirizzo di spedizione e il metodo di pagamento; * l'utente sceglie di concludere l’ordine e il sistema informa egli dell’avvenuta ricezione dello stesso; * completato l’acquisto da parte dell’utente, il sistema informa Giovanni, il magazziniere, che è stata acquistata una felpa della marca “Levi’s”, modello “Grey melange” e taglia “M”; * Giovanni reperisce l’articolo in magazzino e prepara l’imballaggio per affidare il collo al corriere; * Il collo relativo all’ordine viene affidato al corriere e a questo punto Carlo riceve una e-mail che conferma l’avvenuta spedizione e che contiene un link al sito web del corriere per il tracking; * Il corriere provvede alla consegna all’indirizzo specificato da Carlo nella procedura di acquisto; * al momento dell’avvenuta consegna del prodotto, Carlo si rende conto di aver acquistato una taglia errata per il suo capo d’abbigliamento e quindi decide di effettuare il reso; * Carlo accede al sito web con le sue credenziali e si reca nella sezione “storico acquisti” della sua area personale; * l’utente visualizza la lista degli ordini effettuati e sceglie l’ultimo che ha effettuato; * dopo aver scelto l’articolo, Carlo ha a disposizione l’opzione per il reso dove deve specificare il motivo dello stesso e a tal proposito seleziona “Taglia errata” proseguendo con la procedura; * per il ritiro del prodotto, il sistema chiede all’utente di confermare l’indirizzo di spedizione utilizzato per la consegna o di indicarne uno nuovo; * Carlo seleziona l’indirizzo inserito precedentemente e continua; * con la stessa procedura descritta precedentemente il sistema chiede all’utente di effettuare una scelta riguardante il metodo di pagamento per il rimborso, Carlo sceglie lo stesso utilizzato per acquistare il prodotto e prosegue; * a questo punto la procedura di reso è completa e il sistema informa l’utente circa i tempi stimati per il ritiro dell’articolo; * una volta giunto in magazzino tramite corriere, l’articolo è inserito nuovamente nel database da Giovanni che provvede anche ad avvisare Luca del completamento del reso; * infine, Luca, il gestore marketing provvede a rimborsare Carlo con il metodo indicato da quest’ultimo. |

|  |  |
| --- | --- |
| Nome scenario | Aggiornamento articoli nel catalogo |
| Attori partecipanti | Giovanni: magazziniere e Luca: gestore marketing |
| Flusso di eventi | * Un fornitore consegna presso il magazzino 100 jeans modello *413 slim fit* della marca *Tommy Hilfiger*, 20 per ognuna delle taglie *44, 46, 48, 50, 52;* * Giovanni deve sistemarli nel magazzino e quindi provvedere ad aggiornare il database incrementando le scorte del prodotto se è già presente nel sistema o inserire un nuovo prodotto; * Giovanni accede alla propria area del sito inserendo le credenziali; * a questo punto il magazziniere controlla i prodotti presenti dove non compare un articolo con i dettagli sopra evidenziati; * il sito mostra una sezione dedicata ai magazzinieri, dalla quale Giovanni può scegliere di *Inserire un nuovo articolo o cercare un articolo esistente;* * Giovanni seleziona la prima scelta e il sito invita l’utente a inserire i dati richiesti; * il magazziniere prende uno dei 100 jeans e inserisce le informazioni: *codice prodotto, descrizione, marca, modello, taglia, colore, quantità, categoria(****abbigliamento uomo,*** *scelta tra: abbigliamento uomo, donna o accessori), tipo(****jeans****, scelto tra: giacche, jeans, camicie, intimo, t-shirt e felpe, cappotti e pantaloni) e foto;* * una volta compilati i dati, Giovanni li conferma inserendo il prodotto nel catalogo; * la procedura ovviamente è analoga per qualsiasi prodotto si voglia inserire nel catalogo, in questo caso il magazziniere ripeterà 5 volte l’operazione indicando come quantità: *20* e scegliendo la taglia tra: *44, 46, 48, 50, 52;* * completata l’operazione il magazziniere viene reindirizzato alla pagina iniziale dove seleziona la seconda scelta *“cerca un articolo esistente”* e quindi verifica che le informazioni inserite precedentemente siano corrette; * in seguito all’inserimento di un nuovo articolo nel catalogo, Luca, il gestore marketing, viene informato di un nuovo prodotto presente nel sistema che ha bisogno di essere etichettato con un prezzo di vendita; * Luca accede al sistema con le sue credenziali; * il sito web mostra una schermata con due opzioni: *Cerca prodotto o Cerca ordine;* * Luca seleziona la prima scelta e inserisce il codice dell’articolo che vuole visualizzare, quindi il codice che gli è stato comunicato precedentemente da Giovanni; * confermato il codice, il sito mostra il prodotto con le relative informazioni e tre campi da compilare: *prezzo di vendita, IVA e un eventuale sconto promozionale da applicare;* * Luca inserisce 70.00 € come prezzo, 22% come IVA e non applica sconti promozionali, conferma i dati rendendo disponibile e visualizzabile ai clienti il prodotto con tutte le informazioni necessarie per poter effettuare un acquisto. |