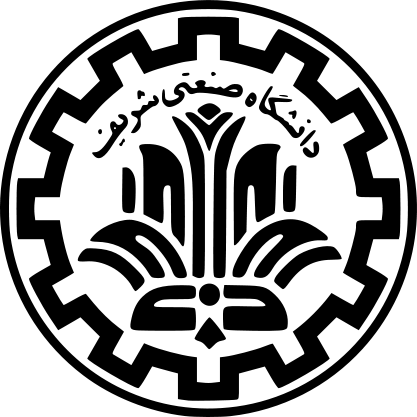
"باسمه تعالی"



دانشگاه صنعتی شریف

دانشکده مهندسی صنایع

پروژه دوم درس سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت

تهیه‌کنندگان:

امیررضا صفاریان (95104017)

نسترن زارع (95103967)

فاطمه احمدی (95103718)

استاد درس: دکتر حبیبی

نیمسال تحصیلی اول 1400-1399

# فهرست:

# مقدمه

# فاز1

## نحوه شکست کار ها

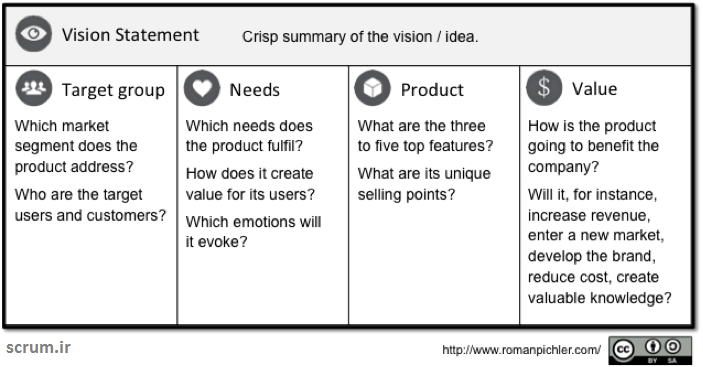
## هدف این فاز آشنایی بیشتر با محصول معرفی‌شده است در این قسمت نیاز است جهت آشنایی با ابعاد مختلف محصول یک سند محصول تهیه شود که این سند همان فایل envisioning می‌باشد. جهت تهیه این سند لازم است که محصول از 3 بعد بررسی شود در ادامه به معرفی و بررسی هر یک از این ابعاد می‌پردازیم.

# چشم‌انداز و استراتژی محصول (product vision)

در این بخش لازم است جهت شناسایی چشم‌انداز و استراتژی محصول سؤالاتی که برای محصول مطرح می‌شود را مشخص کنیم.

* چه کسی این محصول را خواهد خرید؟ مشتری هدف چه کسی است؟ چه کسی از این محصول استفاده خواهد کرد؟ کاربر هدف چه کسی است؟
* چه نیازهایی در این محصول پاسخ داده خواهند شد؟ چه ارزش‌هایی این محصول خواهد آفرید؟
* کدام‌یک از ویژگی‌های محصول برای رفع نیازها و همچنین موفقیت محصول حیاتی است؟ تقریباً محصول نهایی به چه شکلی خواهد بود؟ در چه عرصه‌هایی محصول ممتاز خواهد بود؟
* در مقایسه با نمونه‌های مشابه موجود، این محصول چگونه است؟ نقاط فروش منحصربه‌فرد محصول چه هستند؟ قیمت هدف کدام است؟
* به چه شکلی شرکت با فروش این محصول پول درخواهد ‌آورد؟ جریان درآمدی چگونه خواهد بود و مدل کسب‌وکار به چه شکلی است؟
* آیا این محصول امکان‌پذیر است؟ آیا شرکت می‌تواند این محصول را توسعه داده و آن را بفروشد؟

در این پروژه برای تهیه چشم‌انداز محصول برای بصری سازی و جمع‌بندی همه موارد بالا، از بوم چشم‌انداز محصول معرفی‌شده توسط آقای پیچلر به‌منظور شکست کار و مشخص کردن وظایف افراد گروه در تسک بورد استفاده می‌کنیم.

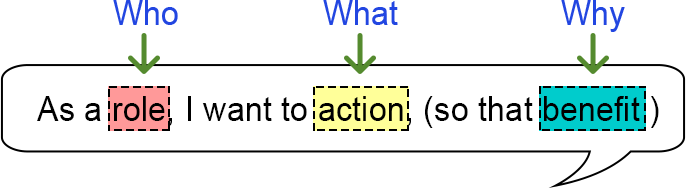


# داستان کاربری (User Story)

داستان کاربری در توسعه نرم‌افزار و مدیریت محصول، شرح غیررسمی و طبیعی ویژگی‌ها در یک سیستم نرم‌افزاری است. داستان کاربر ابزاری است که در”توسعه نرم‌افزاری چابک” برای توصیف ویژگی نرم‌افزار از دید کاربر نهایی استفاده می‌شود. در داستان کاربری نوع کاربر ، آنچه می‌خواهند و دلیل آن خواسته تعریف می‌شود و به ارائه توضیحی ساده از یک نیاز کمک می‌کند.

داستان‌های کاربر باید پاسخگوی 3 سؤال اساسی زیر باشد:

* برای چه کسی است؟
* چه انتظاری از سیستم دارد؟
* چرا مهم است ؟

تأیید نشان‌دهنده پذیرش آزمون است ، به‌این‌ترتیب مشتری یا مالک محصول تأیید می‌کند که این داستان به رضایت آن‌ها منجر شده است. به‌عبارت‌دیگر، تأیید بیانگر شرایط رضایتمندی است و برای تعیین اینکه آیا داستان هدف را تحقق می‌بخشد یا نیازهای دقیق‌تر را نشان می‌دهد، استفاده می‌شود.

جهت طراحی داستان کاربری در این پروژه، وظایف در این بخش‌بر مبنای کاربرانی که در متن پروژه ذکرشده‌اند؛ یعنی مشتریان ، فروشگاه‌ها و پیک موتوری تقسیم‌بندی می‌شوند.

# شرح نیازمندیهای کاربردی (functional requirements) و محدودیتهای محصول ( constraints)

# تصاویر از کانبان ها

## نمای ابتدای کار

## نمای انتهای کار

**مشخص کردن ذی­نفعان**

ذی‌نفعان، افراد و گروه‌ها و سازمان‌هایی هستند که می‌توانند روی چشم‌انداز و مأموریت یک بنگاه اقتصادی تأثیر بگذارند. هم‌چنین دستاوردها و خروجی‌های استراتژیک بنگاه، روی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. ضمناً می‌توانند در زمینه‌ی عملکرد بنگاه، انتظارها و ادعاهایی داشته باشند و این انتظارات را به‌وسیله‌ی اهرم‌های مختلفی که در اختیاردارند اعمال کنند. باید توجه داشت که واژه ذی­نفع در استراتژی به معنی اثرگذاری و اثرپذیری است نه این‌که حتماً در منفعت و سود شریک باشند و به وضعیت گره خوردگی 2 مجموعه ابلاغ می‌گردد.

فشار رقابتی در دهه‌های اخیر، بسیار بیشتر شده و امکانات تولید، به شکلی گسترده و فراگیر توزیع‌شده است. فناوری اطلاعات هم به سهم خود، نقش مهمی در تسریع فرایندهای تولید، طراحی و عرضه ایفا کرده است. به‌طورکلی می‌توان گفت فشار رقابتی و ناپایداری محیطی، در اغلب صنایع افزایش پیداکرده و هر اشتباهی در قبال هر یک از ذی‌نفعان، می‌تواند بقای کل کسب‌وکار را تهدید کند پس لازم است کسب‌وکارها ذی‌نفعان خود را به‌درستی شناسایی کنند و حوزه‌های ارزش هر یک را تعیین کنند.

از اصلی­ترین ذی‌نفعان این پروژه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

1. مشتریان پلتفرم
2. پیک‌های موتوری
3. صاحبان فروشگاه‌های لباس محلی عضو سایت
4. کارمندان داخلی شرکت (کارمندان بخش ثبت‌نام، بازاریابی ، ارتباط با مشتری و ...)
5. سهام‌داران شرکت
6. بانکی که درگاه پرداخت به آن را در سایت خود قراردادیم
7. صاحبان فروشگاه‌های لباس محلی غیر عضو
8. سایت‌های مشابه رقیب

# منابع

## فاز1

* <https://blog.scrum.ir/2017/02/product-vision/>
* <https://moh3nnajafi.com/%D8%AF%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D9%86-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A8%D8%B1%DB%8C-%DB%8C%D8%A7-user-story-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA-%D8%9F/>
* <http://radekstepan.com/burnchart/#!/> (نمودار می ده )

## فاز2

## فاز3