

1. Przygotowania projektu – zdefiniowanie celu biznesowego oraz wymagań dla procesu, uczestników procesu, use case'y

Cele biznesowe:

- Ułatwienie klientom finalizacji zakupów poprzez intuicyjne i skuteczne domykanie koszyka w systemie e-commerce
- Zwiększenie konwersji sprzedaży i minimalizacja porzuconych koszyków

Wymagania dla procesu:

- system w procesie powinien wspierać różne metody płatności, takich jak karty kredytowe, płatności mobilne, przelewy, portfele elektroniczne itd.
- klient powinien mieć możliwość wyboru preferowanej metody dostawy
- przy wyborze metody dostawy powinna znajdować się informacja jaki jest koszt dostawy oraz przewidywany termin dostawy
- musi zapewnić bezpieczeństwo danych osobowych i płatności klientów
- w procesie powinien być wykorzystany intuicyjny i wygodny dla użytkownika interfejs, wszystkie niezbędne kroki i opcje powinny być jasne i dostępne w zrozumiały sposób
- powinien umożliwiać cofanie się pomiędzy krokami procesu
- możliwość rezygnacji z procesu domknięcia koszyka i powrót do robienia zakupów
- na koniec przed zatwierdzeniem zakupu powinno wyświetlić się podsumowanie, gdzie klient sprawdzi zamawianą zawartość, dane, formy płatności i dostawy, kwoty itd.
- system powinien w procesie zapewnić odpowiednie komunikaty i obsługę błędów w przypadku problemów podczas jego realizacji
- możliwość realizacji zamówienia jako zalogowany użytkownik lub niezalogowany (gość)
- koszyk na czas procesu jest blokowany tzn. wybrane produkty są zarezerwowane i ktoś inny nie może kupić tej sztuki w tym momencie (jednak to prowadzi do szeregu dyskusji i problemami z magazynami bo Sprzedawca może wystawiać swoje produkty też na innych platformach marketplace itd.
- możliwość wybrania opcji wystawienia faktury (elektronicznej lub papierowej do zamówienia)

Uczestnicy procesu:

Klient – osoba korzystająca z platformy do robienia zakupów (może to być zalogowany użytkownik lub „gość” - niezalogowany użytkownik)

Sprzedawca – osoba sprzedająca produkty (musi posiadać konto sprzedawcy)

Administrator – osoba obsługująca platformę

Przypadki użycia:

PU.1. Złożenie zamówienia przez Klienta

PU.1.1. Logowanie i autoryzacja

PU.1.2. Wybór metody płatności przez Klienta

PU.1.3. Wybór opcji dostawy przez Klienta

PU.1.4. Wybór sposobu powiadamiania o etapach realizacji zamówienia przez Klienta

PU.2. Anulowanie złożonego zamówienia przez Klienta

PU.3. Dokonanie zmiany w zamówieniu przez Klienta

PU.4. Zatwierdzenie zamówienia przez Sprzedającego

2. Przygotowanie opisu procesu – założeń dla projektowanej funkcjonalności, flow przepływu danych – diagramy

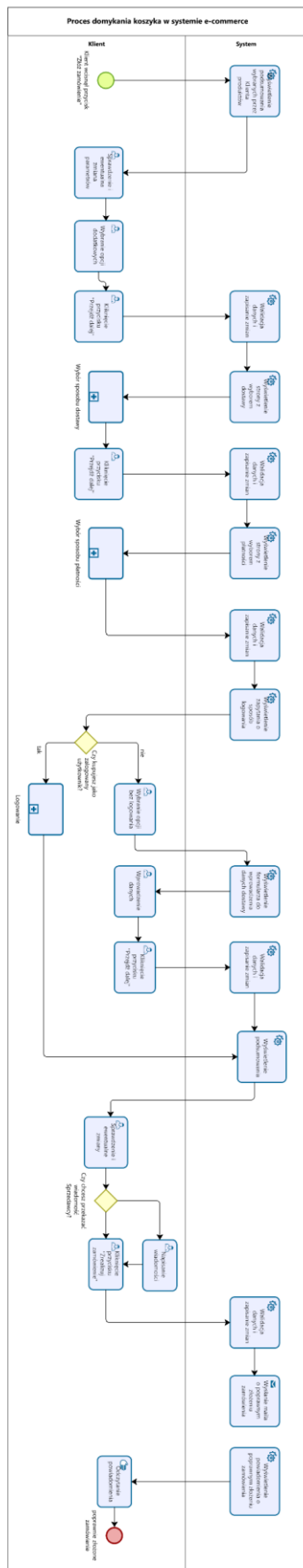
Opis procesu:

Proces domykania koszyka, czyli czas od kliknięcia przez Klienta „Złóż zamówienie” do otrzymania komunikatu o poprawnym złożeniu zamówienia.

Klient klika przycisk „Złóż zamówienie” (można go kliknąć z poziomu otwartego koszyka, jak i skrótu podgląd koszyka po najechaniu kursorem). System otwiera stronę z pierwszym krokiem składania zamówienia. Klient widzi podsumowanie wybranych produktów, może zmienić ich parametry (ilość, kolor, długość w zależności od produktu). Poniżej widzi „opcje dodatkowe” oferowane przez sklep np. rozszerzona gwarancja. Po dokonaniu wyboru Klient klika przycisk „przejdź dalej” tam wyświetla się strona z wyborem dostawy, są tam wszystkie możliwości wybrane przez Sprzedawcę do jego sklepu. Potem Klient przechodzi do następnego kroku, gdzie wybiera sposób płatności, one też są określone przez Sprzedawcę z możliwych dostępnych na platformie. Po przejściu dalej wyświetla się okno czy Klient chce zrealizować zakup jako zalogowany czy nie zalogowany użytkownik. Jeśli wybiera, że zalogowany otwiera się okno logowania, tam do wyboru różne formy logowania oferowane przez platformę. Po zalogowaniu jego dane do zamówienia są wyświetlane i możliwe przez niego do edycji. Jeśli wybrał opcję bez logowania wyświetla się formularz z niezbędnymi danymi do realizacji zamówienia. (to krok trzeci, bo nie zawsze wszystkie dane są potrzebne, np. jeśli wybrał wcześniej paczkomat, teraz wprowadzanie adresu nie jest obowiązkowe, chyba że wybierze opcję wystawienia faktury). Po wprowadzeniu wszystkich potrzebnych danych Klient przechodzi dalej i zostaje wyświetlone podsumowanie całego zamówienia, jego wyborów i danych. Klient ma też możliwość napisania wiadomości do Sprzedawcy. Po sprawdzeniu wszystkich danych Klient klika przycisk „Zrealizuj zamówienie”. Wtedy wysłane zostaje powiadomienie na maila o poprawnym złożeniu zamówienia (koniec procesu) I w zależności od wyboru sposobu zapłaty, może być przekierowanie na bramkę płatniczą itp. Sprzedawca otrzymuje powiadomienie o nowym zamówieniu i ma określony czas na potwierdzenie przystąpienia do jego realizacji. Klient dostaje wtedy powiadomienie. Na każdym etapie procesu Klient może anulować działanie lub cofnąć się do poprzedniego kroku

Poniżej proces przedstawiony na diagramie BPMN:

Zadanie rekrutacyjne – projekt wszystko.pl
Izabela Radka



3. Parametry procesu – zaproponowanie parametrów konfiguracji: wymaganych / opcjonalnych

Propozycja konfiguracji:

Sprzedawcy w momencie zakładania konta, dzięki któremu będą sprzedawać swoje produkty, dostosowując swoją stronę do potrzeb jakie mają i co chcą zaoferować, wybierając z katalogu rozwiązań na platformie np. jeśli jest to sklep AGD to może wybrać że przy ich produktach Klient ma możliwość wyboru opcji odbioru zużytego sprzętu lub wybór możliwości rozszerzonej gwarancji, Sprzedawca przy konfiguracji swojego sklepu określa czy potrzebuje przy zamawianiu swoich produktów przez Klienta dodatkowych checkboxów, powinien też mieć możliwość też wyboru przy których produktach chciałby, żeby Klient miał dodatkowe opcje. Tutaj należałoby przeanalizować najbardziej popularne branże i te w które platforma chce głównie celować na początek, żeby dostosować taki pakiet/katalog rozwiązań, a później z rozwojem platformy dodawać/ulepszać kolejne.

Parametry:

- cena/ ilość minimalna do realizacji zamówienia
- przedziały ilościowo-cenowe (np. jeśli większe zamówienie to cena jednostkowa jest niższa)
- potrzebne dane w zależności od formy dostawy (np. jeśli Klient wybierze paczkomat ważny jest numer telefonu, ale adres już nie jest potrzebny)
- możliwość wybierania paczkomatów z mapki lub po adresie
- w przypadku np. AGD, gdzie może firma sama dostarcza – wybór godzin dostawy
- opcja wystawienia faktury – obowiązkowe dane z przypadku firmy lub osoby fizycznej

4. Przygotowanie propozycji komunikacji, jeśli potrzebne (dla Klienta / administratora)

Propozycja komunikacji:

Klient ma opcję wyboru jaką formę komunikacji preferuje (SMS, mail czy oba).

Maile uzależnione od opcji dostawy, tak by później Klient nie dostawał dwóch maila z platformy i np. DPD.

Kontakt z Administratorem/formularz zgłoszeniowy (może być w mailu z potwierdzeniem prawidłowego złożenia zamówienia)

Może aktywny chatbot w trakcie kompletowania koszyka, ale też w trakcie domykania koszyka, jeśli pojawiłyby się wątpliwości na którymś etapie.