

FIND IT



PLA DE NEGOCI I MEMÒRIA TÈCNICA

ELOY YERPES · JUDIT ISERN · LLUIS HERNÁNDEZ

ÍNDEX

PLA DE NEGOCI	2
1. Missió i Objectius	2
2. Idea	2
2.1 Necessitat satisfeta	2
2.2 Valor proporcionat	3
2.3 Anàlisi competència i diferenciació	3
3. Màrqueting Estratègic (com volem aconseguir els objectius)	4
3.1 Segmentació i selecció de segments	4
3.2 Posicionament	6
4. Màrqueting Tàctic	7
4.1 Definició de producte	7
4.2 Estratègia de preus	8
4.3 Estratègia de comunicació	8
4.4 Estratègia de distribució	8
5. Operacions	9
6. Pla de Llançament	9
7. Calendari	9
8. Finances	10
8.1 Costos	10
8.2 Ingressos	10
9. Aspectes claus d'èxit / Àrees de risc (DAFO)	11
10. Annexos	12
10.1 Estudi de mercat	12
10.2 Taula de finances	15
MEMÒRIA TÈCNICA	16
1. Descripció funcional	16
2. Mockups	17
3. Casos d'ús	18
4. Diagrama de blocs	19
5. Diagrama d'arquitectura	21

PLA DE NEGOCI

1. MISSIÓ I OBJECTIUS

Donada la necessitat periòdica de comprar aliments o productes que satisfacin les nostres necessitats quotidianes, la població ha d'anar constantment al supermercat a comprar-los i per tant, passar temps buscant els productes per les diferents prestatgeries.

Gent amb grans llistes de la compra, es poden passar un parell d'hores per trobar tots els productes desitjats, donat que els han de buscar sense saber la localització exacta d'aquests en el supermercat. Com es poden localitzar tots els productes del supermercat? I si hi hagués una aplicació que et pogués dir on estan ubicats?

Si el que busques al entrar al supermercat es fer una compra ràpida de tots els productes desitjats, sense perdre massa temps buscant-los, fes servir *Find Me*. *Find Me* és una aplicació pel mòbil o incorporada en els carros de la compra que permet buscar tots els productes que hi ha en el supermercat per tal de facilitar la compra en aquest. El nostre objectiu és aconseguir que sigui una eina d'ús habitual en els supermercats.

2. IDEA

2.1 NECESSITAT SATISFETA

Find It apareix com una idea per alleujar les compres en el supermercat i amb la necessitat d'estalviar el màxim temps possible en el recinte, millorant l'experiència de compra de l'usuari al ajudar-lo a trobar productes que no aconsegueix trobar.

Això té grans beneficis econòmics per al supermercat, ja que si un comprador no troba un producte, pot optar per acabar no comprant-lo, i aquesta "recerca" del producte el despista d'altres possibles compres que volia fer.

Diversos estudis calculen que una persona pot passar dues hores en el supermercat, a la setmana. Fins i tot aquelles persones àgils per fer la compra, passen més temps del que haurien.

A més a més, els supermercats han començat a oferir serveis online per a poder fer la compra des de casa, el que suposa estar només uns 15-20 min fent la compra. Però encara i així, la població prefereix anar al supermercat, probablement perquè es fa menys tediós: buscar un element concret i afegir-lo a la cistella en canvi de només agafar-lo.

2.2 VALOR PROPORCIONAT

Find It dona un valor afegit, tant al supermercat com a l'usuari. A l'usuari li permet fer una compra més ràpida, permetent buscar i localitzar de manera satisfactòria productes que no son capaços de localitzar per ells mateixos. Això fa que l'usuari final estigui més satisfet i millora l'experiència de compra. Per altre banda, el supermercat surt guanyant, permetent posar notificacions i recomanacions d'ofertes actuals que ofereix el supermercat. Per no dir que tan sols la satisfacció de l'usuari final ja es un punt a favor de la app per al supermercat.

2.3 ANÀLISI COMPETÈNCIA I DIFERENCIACIÓ

Actualment en el sector dels supermercats no obtenim una competència directa en quant a aplicacions que facin el mateix que la nostra (donar informació sobre on es pot trobar un aliment dintre el supermercat).

En quant a competència general indirecta, podem tenir els cartells grans que situen els supermercats per tal de donar informació aproximada de on trobar certes categories de productes. També existeix la aplicació específica de cada supermercat, que generalment es basen en poder fer la compra online amb tots els productes ordenats per categoria i amb el seu respectiu preu (carrefour/mercadona).

En aquesta graella podem observar les principals aplicacions amb les seves característiques principals:

APP	Compra online	Mapa del supermercat	Productes per categoria amb el seu preu.	Llista compra	Descomptes/ Ofertes	Tarjeta super	Veure tickets (sense compra online)	Veure botigues.	Localitzador productes
Mercadona	X	-	X	-	-	-	-	-	-
Carrefour	X	-	X	-	X	X	-	X	-
El Corte Ingles	X	-	X	-	X	-	-	-	-
Alcampo	X	X	X	X	-	-	-	-	X
Ikea	X	-	X	-	-	-	-	-	-
Dia	X	-	-	X	X	X	X	X	-
Lidl	X	X	X	X	X			X	-
FIND IT	-	x	x	-	x	x	x	x	X

Per una banda, en taronja hem marcat les opcions que tenen altres aplicacions i nosaltres no, però que no volem implementar. En el nostre cas volem implementar una aplicació

basada a trobar productes al supermercat, per aquest motiu el que seria la compra online no ens interessa. Per altra banda amb color blau hem marcat les opcions que de moment no volem implementar a la nostra aplicació però que ho volem fer en un futur, per, d'aquesta manera, oferir també novetats als nostres consumidors. Finalment en negre tenim les opcions que en la nostra app volem aplicar actualment.

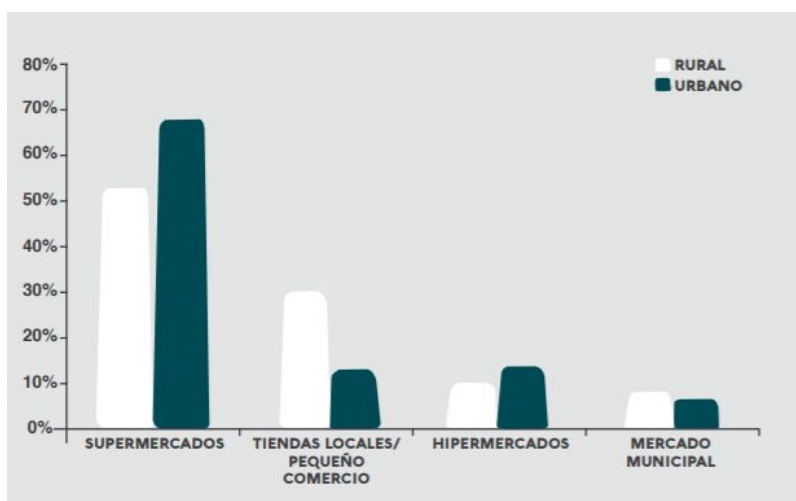
La nostra app està centrada en la cerca de productes en qualsevol supermercat, en canvi les altres estan centrades en la compra online dels supermercats de la marca, amb moltes característiques però sempre limitades a la marca. Moltes de les aplicacions que em provat donen tantes possibilitats i tanta informació que resulta agobiant i poc satisfactori emprar la app. La nostra app vol englobar tots els supermercats d'una manera senzilla afegint un valor en concret.

3. MÀRQUETING ESTRATÈGIC (COM VOLEM ACONSEGUIR ELS OBJECTIUS)

3.1 SEGMENTACIÓ I SELECCIÓ DE SEGMENTS

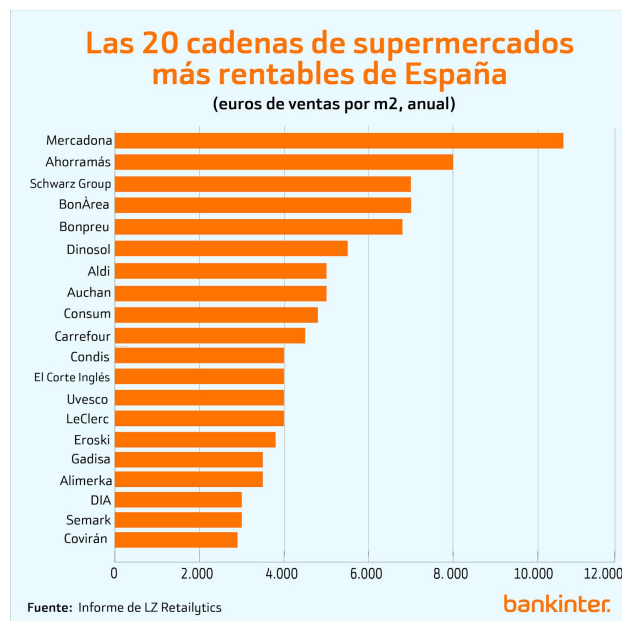
La nostra aplicació va dirigida als supermercats perquè aquests ofereixin un millor servei als seus clients. Per ser més específics en supermercats grans, ja que la app no està pensada per petits comerços ni mercats municipals. Així doncs, la nostra app va destinada a satisfer dos nivells: els supermercats (a qui els oferim el nostre servei), i els usuaris finals (persones que van a comprar) que serien els consumidors del servei.

Segons un estudi fet pel MPAC (Mesa Participación Asociaciones de Consumidores) el 2016 podem veure que en l'àmbit urbà en comparació al rural hi ha poc "petit comerç" i molts supermercats, en l'àmbit rural tot i haver-hi més supermercats que petits comerços, aquests segons són molt més potenciats. Així que el nostre focus de mercat seran les zones urbanes.



L'any 2017 es van registrar 21.406 supermercats actius a Espanya, un increment respecte el 2014 que se'n van registrar 20.375, així que considerem els supermercats d'espanya possibles potencials clients.

En aquest gràfic fet per el blog financer Bankinter podem veure els 20 supermercats que van facturar més a España el 2018. Així doncs, 20 cadenes de supermercats potencials clients nostres ja que són grans cadenes i amb bones facturacions.



Cal destacar que la nostra app va enfocada a millorar la cerca d'un producte dintre d'un recinte, i amb això u extrapolem a la cerca d'un producte dintre d'un supermercat, però la realitat és que es pot extrapolar a altres sectors molt similars, com és el cas de IKEA, una cadena enorme amb recintes inmensos on moltes de les coses que es volen comprar s'han d'anar a cercar a un magatzem. Ikea es un exemple clar de un sector que no es considera un supermercat, però que pot ser explotat amb la nostra app.

En quant al perfil de persona al que va enfocada la app, és simplement el perfil d'una persona que vagi a comprar al supermercat i no trobi un producte, suposant un rang d'edat aproximat des-de els 18 fins els 70 anys, ja que les persones majors a 70 anys no acostumen a fer servir les noves tecnologies, mentre que joves de menys de 18 anys no solen anar a fer grans compres al supermercat.

Es poden fer certes hipòtesis, com que les persones majors preferiran utilitzar la app integrada al carrito perquè és més senzill, o que en general la gent jove utilitzarà més la app que la gent major, ja que estan més integrats en les noves tecnologies.

També s'espera que aquesta sigui una app de us casual, no continuat, i que sobretot s'utilitzi en compres en superfícies molt grans a les que l'usuari no va de manera usual (ja que si és així l'usuari acostuma a saber on es troba el producte que vol comprar). Per tant, es pot descartar en un 90% la probabilitat de que l'usuari faci servir la app en el super on va a comprar cada setmana (deixant 1 de cada 10 vegades que tal vegada l'usuari no troba algun producte perquè han canviat la distribució del supermercat, per exemple).

3.2 POSICIONAMENT



En el mercat actual trobem moltes aplicacions basades en supermercats concrets, és a dir, cada supermercat té la seva pròpia aplicació. El que fa la nostra aplicació és englobar tots els supermercats. A diferència de les aplicacions de cada supermercat que es basen en la compra online, la nostra es basa en trobar els productes dintre del supermercat a més a més de tenir les ofertes del dia disponibles. És a dir, podríem dir que les aplicacions que trobem ara al mercat es basen més en la compra online i individual de cada supermercat, mentre que la nostra es basa en la compra física i engloba tots els supermercats.

4. MÀRQUETING TÀCTIC

4.1 DEFINICIÓ DE PRODUCTE

Find It serà una aplicació per a Android i més endavant iOS, que consistirà en facilitar la cerca de productes en grans supermercats. Serà una app amb una interfície senzilla, on es pugui cercar un producte i es presenti la localització de manera senzilla, sigui amb un mapa del supermercat en qüestió o indicant la prestatgeria on es troba ubicat. En un principi serà desenvolupada amb Android Studio, i podrà ser trobada a la Play Store, i en un futur a la App Store (Apple).



La nostra app tindrà dos enfocaments. Depenent del que el client vulgui comprar, podem tenir la app integrada en els carros de la compra, en una pantalla incorporada en ells, o simplement incloure el supermercat a la nostra llista per a que aparegui disponible en l'aplicació a descarregar per als usuaris finals.

Tenim diversos pros i contres per ambdues bandes:

1) Si la app va integrada al carrito: considerem que es tindria una pantalla en cada carrito amb la app corrent contínuament.

Pros: més fàcil accedir per els usuaris (no han de descarregar res ni agafar el mòbil)

Contres: més inversió inicial per part dels supermercats per implementar carritos amb pantalla.

Punt decisiu: el triomf o ruina de la nostra app es que els supermercats ens comprin la app. Si la idea agrada als nostres potencials clients tal vegada té més futur que la 2)

2) Si la app la tenim en el nostre mòvil: considerem que seria una app on els supermercats ens pagarien per estar disponibles dintre la nostra app, i que seria una app global amb molts supermercats diferents.

Pros: Més global, es pot estendre més fàcilment a tots els supermercats.

Menys inversió per part dels supermercats, per tant més atractiu per a ells que

son els que ens paguen

Contres: Més feina per als usuaris finals (han de descarregar-se una app i cercar el supermercat, tot i que aquest fes es podria suavitzar oferint rapidesa i una bona interfície dintre de la app.

Punt decisiu: El triomf o ruina de la nostra app es que els usuaris descarreguin massivament la nostra app, i això és difícil d'aconseguir.

Després d'analitzar el nostre objectiu, em arribat a la conclusió de que els nostres requeriments i funcionalitats havien de ser els següents: veure a l'apartat Descripció de funcionalitats de la memòria tècnica.

4.2 ESTRATÈGIA DE PREUS

Els nostres ingressos es basen principalment amb les llicències dels supermercats, oferim descomptes si s'agafen packs de més d'un supermercat i també s'encareix si no es vol permanència:

	Amb permanència (d'1 any)	Sense permanència
1 supermercat	1.540€	2.000€
3 supermercats	4.500€	5.900€
5 supermercats	7.400€	9.800€
10 supermercats	14.700€	21.500€

Els preus de les llicències estan basats en els costos que necessitem cobrir de l'empresa (especificats en l'Excel) però reduïts, ja que considerem que el nostre servei hauria de suposar al supermercat el mateix que contractar un treballador nou, d'aquesta manera fem un preu accessible per tota classe de supermercats. En el cas de volguer l'opció sense permanència el preu s'encareix, ja que el nostre objectiu és tenir una estabilitat, cosa que l'opció sense permanència no ens ofereix i per això no té un preu tan atractiu. Respecte als paquets, el preu és proporcional al nombre de supermercats però amb un descompte que va augmentant, per així com per a més supermercats contractes, més estalvies.

A part de les llicències dels supermercats també oferirem un servei d'anuncis. Aquests anuncis seran del mateix supermercat i serà un servei a part. Es basarà en ofertes del dia o de la setmana que estaran per l'aplicació o apareixeran com un pop up.

Publicitat	Display		Publicitat	Clic
CPM	0,50		CPC	0,20
Sessions/mes	8,00		Sessions/mes	8,00
Impressions/sessió	6,00		Impressions/sessió	0,10
% que queda	0,10		% que queda	0,10

4.3 ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ

La nostra estratègia serà donar-nos a conèixer contactant directament amb les cadenes de supermercats més grans, així com per xarxes socials (com Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, LinkedIn,...) per tal d'arribar al màxim d'usuaris possible, i directament en la Google Play Store. La nostra app pot tenir un creixement exponencial, ja que tots els clients d'un supermercat que decideixi implementar la nostra app en el carrito entraran en contacte

amb ella. En un futur tenim pensat tenir un sector de marketing que s'encarregui de donar a conèixer la nostra app, tant en el que s'ha comentat com en possibles fires.

En quant al llançament de l'aplicació hem pensat com a data de sortida la primera setmana de Gener, abans del dia 6. Això es deu a que per les compres del dinar de Reis la gent anirà al supermercat i ja podrà fer servir l'aplicació en cas de desitjar-ho. Així doncs tenim una gran quantitat de possibles usuaris que ens poden donar molt de feedback en els primers dies.

Un altre idea que havíem pensat es llançar la app una mica abans del Black Friday, on tots els centres comercials i hipermercats s'emplenen de gent, però hem descartat la idea ja que segons el nostre planning de finalització de la app, hauríem d'esperar massa a treure-la, i per tant serà millor llançar-la al nadal.

Com a campanya promocional per una banda llançarem un vídeo (que publicarem en les nostres principals xarxes) on promourem la nostra aplicació i a la vegada ensenyarem les seves funcions principals. Per altra banda físicament farem promocions als supermercats, informant la gent i motivant-la a què es baixi l'app, a la vegada que els hi ensenyarem en persona com funciona i resoldrem tots els seus dubtes. A part de en persona, també tenim pensat posar cartells pels supermercats que siguin clients, d'aquesta manera arribem a tothom.

4.4 ESTRATÈGIA DE DISTRIBUCIÓ

Distribuïrem la app inicialment en la Google Play Store donat que l'aplicació estarà implementada en Android atès que la majoria d'usuaris tenen aparells electrònics amb aquest sistema operatiu. En el cas de tenir un creixement substancial, la introduïrem també en l'Apple Store.

Per altra banda, en cas de que els supermercats volguessin oferir un sistema integrat en els carros de la compra i estiguessin disposats en fer una despesa per integrar el hardware necessari, distribuïrem l'aplicació amb només el mapa del recinte corresponent per tal de que els usuaris no s'hagin de descarregar l'aplicació i puguin utilitzar-la igualment a l'hora de fer la compra.

5. OPERACIONS

- Desenvolupament del projecte: es desenvoluparà la app durant 4 mesos, estimant que al final d'aquests 4 les funcionalitats bàsiques estaran satisfetes per a treure l'aplicació al mercat, i que més endavant es podran anar afegint altres petites funcionalitats.
- Reunions amb financers: es farà una cerca de financers per a la app, tenint tot un plan econòmic i tots els aspectes planificats per tal de convèncer-los.
- Contactes i reunions amb supermercats: durant els 4 mesos anirem contactant amb els supermercats contínuament, cercant possibles compradors i intentant assegurar-nos clients. Això ens servirà tant per aconseguir financiació com per donar-nos seguretat assegurant-nos ingressos.
- Servei d'atenció al client: disposarem de servei d'atenció tant pels supermercats com pels usuaris que els descarreguin l'aplicació.

- Manteniment i actualització: per cada supermercat de l'aplicació. Tenir al dia el canvi de lloc dels productes i les noves ofertes.
- Rebre feedback: a partir de dels comentaris tants dels usuaris que utilitzen l'aplicació així com dels nostres clients, anar revisant l'aplicació per tal de treure noves actualitzacions, mantenint contents tant als usuaris com als supermercats.

6. PLA DE LLANÇAMENT

Per una banda, físicament concretarem reunions amb els directors dels diferents supermercats per presenta-los-hi el nostre producte.

Per altra banda, per potenciar les descàrregues farem publicitat per les xarxes socials i físicament als supermercats, facilitant codis QR i descomptes. Tota aquesta part la portarà el nostre responsable de marketing. En xarxes socials ens enfocarem a Instagram i Facebook, proporcionant sempre resposta als nostres usuaris.

7. CALENDARI

Inicialment buscarem finançament a persones properes a nosaltres o a partir dels estalvis que tinguem. Aquesta decisió es deu a que els primers mesos no tindrem grans despeses ja que els tres estarem treballant en crear el producte mínim viable. A més a més la contractació de personal és a mitjans d'Octubre, en els camps del màrqueting i disseny, just abans d'obtenir finançament així que els ingressos acumulats ens donarien per pagar el sou d'aquelles primeres setmanes. Setembre 2020: Formar l'empresa (tot l'equip)

- Principis d'Octubre 2020: MVP
- Mitjans d'Octubre 2020: contractar personal
- Finals d'Octubre 2020: primers contactes amb supermercats
- Principis de Novembre 2020: Buscar finançament
- Desembre 2020: Primer disseny de l'aplicació
- Setembre-Desembre 2020: Desenvolupament de l'aplicació
- Desembre 2020: Fira i contactes, començar a vendre producte.
- Gener 2021: llançament producte i seguir cercant compradors.

8. FINANCES

8.1 Costos

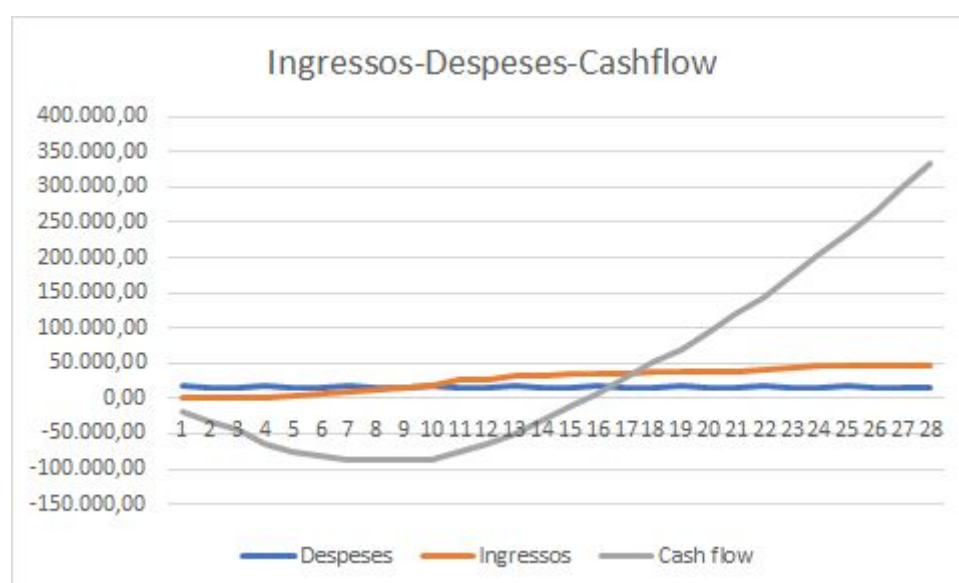
- Gastos de personal: En primer lloc tenim el sou de tots els empleats. Necessitem un CFO perquè ens porti tota la part financera de l'empresa. També un dissenyador perquè ens porti tot el disseny de l'aplicació. Finalment, una persona dedicada al marketing, que se'n farà càrrec de tota la promoció de l'aplicació. També hem de tenir en compte els nostres sous, els nostres càrrecs a part de la direcció de l'empresa es basarà en ser els desenvolupadors de l'aplicació i els CTO.

- Lloguer del local: Necessitarem unes oficines on desenvolupar el nostre projecte, també hem de tenir en compte les despeses dins del local com l'aigua, llum, cafeteria, internet, etc.
- Servidors: Necessitem servidors on hostejar el nostre projecte. Utilitzarem els d'Amazon.
- Gastos de hardware: Necessitarem 6 ordinadors per treballar en el nostre projecte, així com també 3 telèfons pels directors.

8.2 INGRESSOS

Quan parlem dels ingressos que rebrà l'empresa amb l'aplicació, cal dir que aquesta és B2B2C, és a dir, que va dirigida a la societat i població que va a fer compres al supermercat però que el nostre client principal son les cadenes de supermercats. Així doncs, els ingressos que rebrem només seran de les tarifes imposades als supermercats que poden venir donades de dues maneres:

- Per una banda, rebrem ingressos de les llicències que oferirem als supermercats. Per sortir a la nostra aplicació el supermercat haurà de pagar cada mes. En el preu de la llicència inclourem el manteniment del supermercat dintre l'aplicació, actualitzacions i noves ofertes. A part oferim descomptes per les cadenes de supermercats, com més supermercats més descompte, afavorint a aquells supermercats que incloguin més supermercats en la nostra aplicació.
- Per altra banda, oferirem la possibilitat als supermercats de tenir popups i anuncis amb les seves ofertes diàries. Aquest cost és addicional a la llicència, i es basarà en visualitzacions i clicks.



En el excel es pot veure més detalladament d'on venen tots els ingressos i despeses. En aquest gràfic estan agrupats els ingressos de anuncis i llicències, però al excel es pot veure per separat si així es desitja.

9. ASPECTES CLAU D'ÈXIT / ÀREES DE RISC (DAFO)



DEBILITATS: una de les nostres debilitats és que necessitem finançament, sense ella no podríem tirar endavant el projecte, ja que tenim certes despeses a cobrir. Necessitem subvenció ja que hem de pagar els sous dels nostres treballadors, servidors, ordinadors, lloguer d'un local on treballar, etc.

AMENACES: Per una banda, tenim que la majoria de supermercats tenen la seva pròpia aplicació, tot i que les seves funcions principals són poder comprar per internet, veure els productes del supermercat i els seus respectius preus. Per altra banda, hem de tenir en compte que hi ha clients que prefereixen el tracte personal amb els treballadors, això pot ser un terror de cara a la nostra aplicació.

FORTALESES: la nostra aplicació principalment ofereix la possibilitat de trobar on està un producte de manera fàcil, t'indica en quin lloc del supermercat està de manera que no has de perdre temps buscant-lo. A part també t'ofereix la possibilitat de buscar per categories en lloc de per producte. A més a més, ofereix als clients la possibilitat de veure les ofertes del dia dels supermercats.

OPORTUNITATS: per moltes aplicacions que tinguin els supermercats totes són concretes del seu supermercat i es basa en la compra en línia majoritàriament. La nostra aplicació es basa a englobar tots els supermercats i poder buscar en qualsevol d'ells on es troben productes concrets, una aplicació així actualment no es troba al mercat així que és una gran oportunitat. Afegint que la gent busca trobar un producte com més ràpid millor i això és el que proporciona la nostra aplicació, trobar el que busques sense haver de donar 100 voltes al supermercat.

10. ANNEXOS

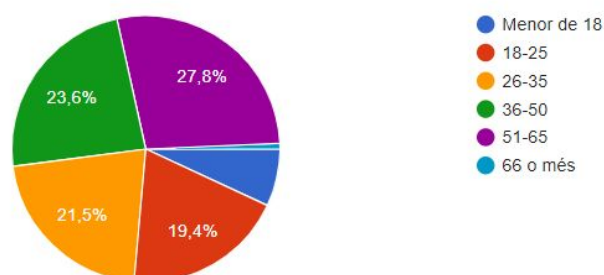
10.1 ESTUDI DE MERCAT

Vam fer una enquesta per averiguar l'opinió de la població respecte a la necessitat que ofereix la nostra aplicació i així tenir una idea de cap on enfocar el projecte.

Inicialment vam intentar preguntar a gent amb d'edats molt diferents per tal d'abarcар opinions molt diverses.

Quina edat tens?

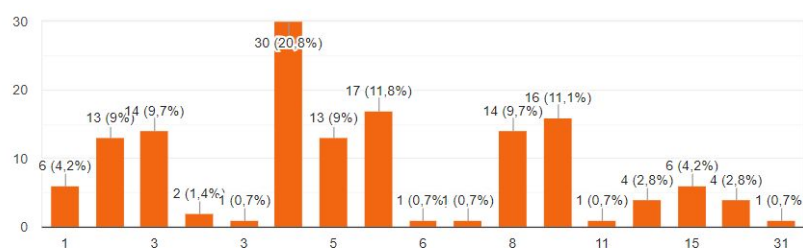
144 respostes



Seguidament vam fer preguntes generals enfocades a la quantitat de vegades que els enquestats anaven als diferents supermercats i la quantitat de diners que gastaven en la compra que realitzaven.

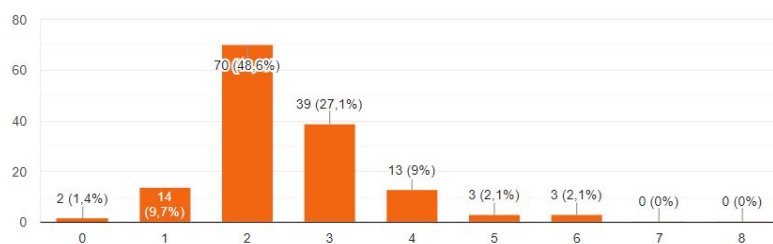
Aproximadament, quantes vegades al mes vas al supermercat?

144 respostes



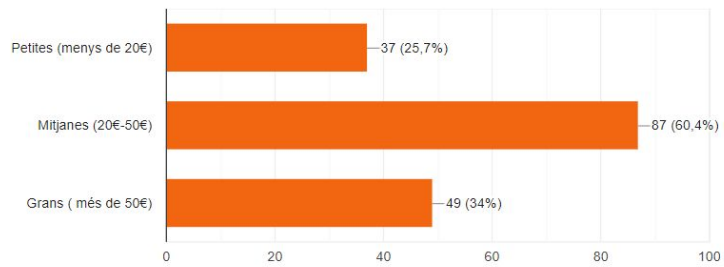
A quants supermercats diferents vas al mes?

144 respostes



Quan vas al supermercat fas compres ...

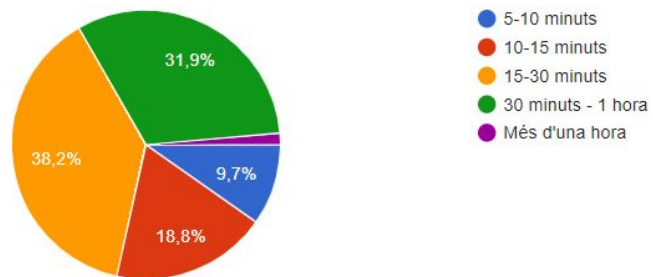
144 respostes



A més a més, ens vam centrar en la quantitat de temps que trigaven en fer la compra.

Quan vas al supermercat quan temps sols trigar?

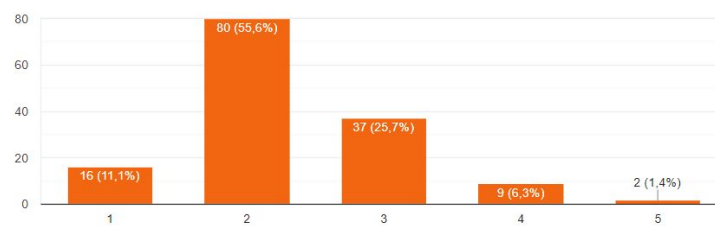
144 respostes



Finalment ens vam enfocar en fer preguntes basades en la nostra idea, sabent si el problema que presentavem succeïa en la població.

Amb quina freqüència et costa trobar un producte al supermercat?

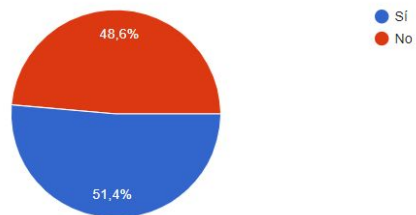
144 respostes



Vam donar a escollir dues opcions diferents respecte a si volien una aplicació al mòbil o integrada en el carro de la compra.

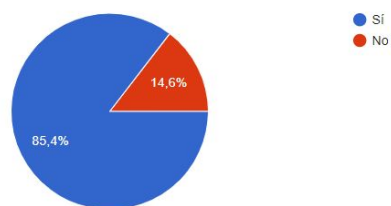
Et descarregaries una aplicació que t'indiqués on es troba el producte que estàs buscant?

144 respostes



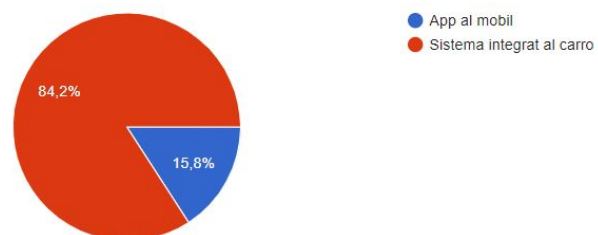
Faries servir la mateixa aplicació si estigués incorporada als carros del supermercat?

144 respostes



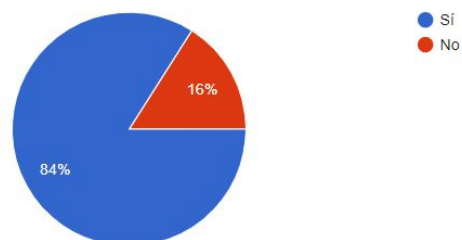
En cas afirmatiu en les dues preguntes anteriors, quina opció prefereixes?

120 respostes



Creus que els supermercats haurien d'oferir aquest servei?

144 respostes



10.2 TAULA DE FINANCES

Excel adjunt.

Aquest Excel està basat només amb les llicències, pròximament farem un Excel on inclourem els ingressos en el cas de que els supermercats vulguin anuncis de les seves ofertes.

MEMÒRIA TÈCNICA

1. DESCRIPCIÓ FUNCIONAL

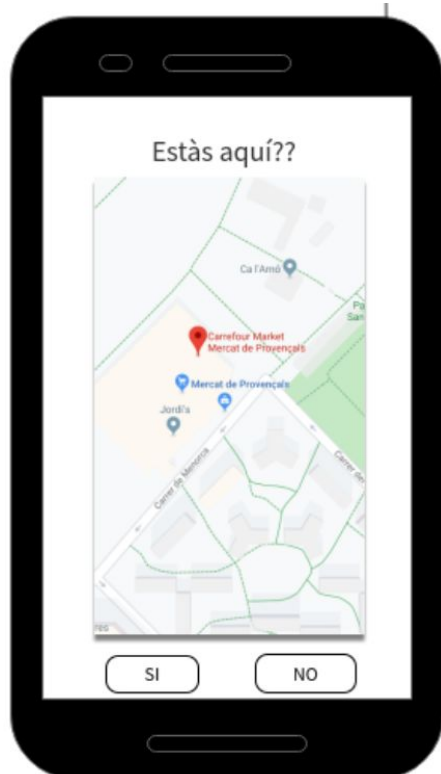
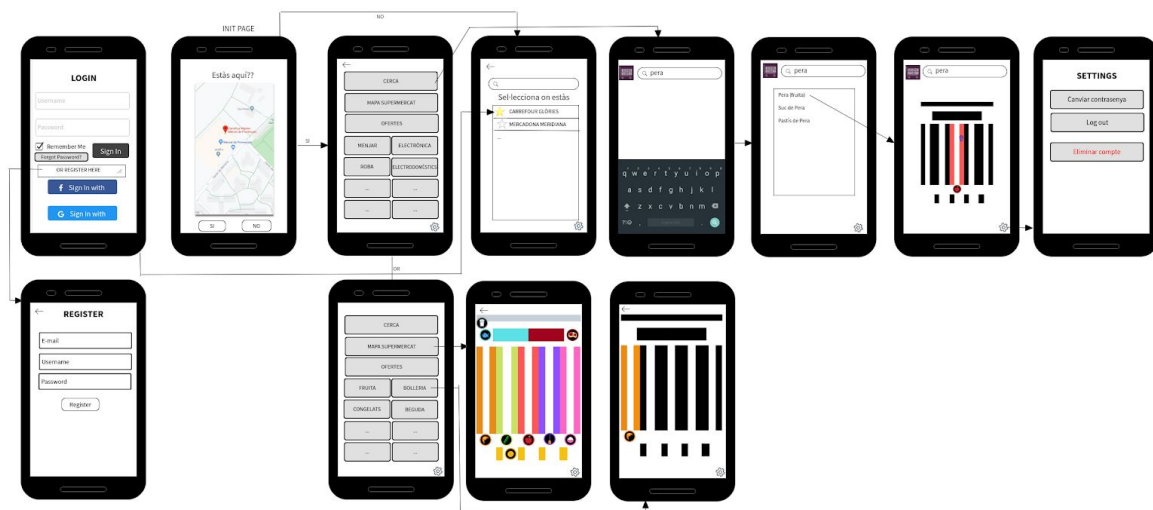
Requeriments

- Usuari
- Llistat de supermercats
- Llistat de productes en cada supermercat
- Sistema operatiu: Android
- Marcar habitual o no
- Veure ofertes del dia/setmana
- Localització del productes en cada supermercat

Funcionalitats

- Log in
- Registre
- Forgot password
- Canviar password
- log out
- Delete account
- Buscador producte
- Mostrar llistat de productes
- Buscador de supermercat
- Mostrar llistat de supermercats
- Mostrar supermercats habituals
- Marcar com a habitual
- Desmarcar com a habitual
- Mostrar mapa de localització de l'usuari
- Mostrar mapa del supermercat
- Marcar el producte cercat en el mapa
- Mostrar les ofertes del dia/setmana

2. MOCKUP



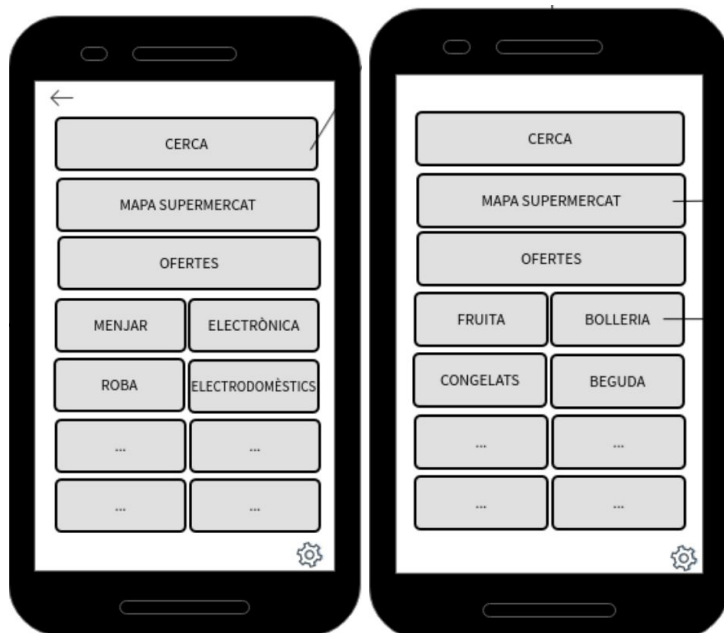
PANTALLA A

Pàgina inicial. A l'obrir l'aplicació surt un mapa d'on es troba l'usuari, i es pregunta si aquest està en el supermercat que indica. L'usuari es troba amb dues opcions. En el cas de trobar-se en el supermercat suggerit, l'usuari ha de prémer el botó de "Sí", que el porta a la pantalla C, on trobem ja les categories. En cas negatiu, l'usuari hauria de prémer "No", i es dirigirà a la pantalla B.



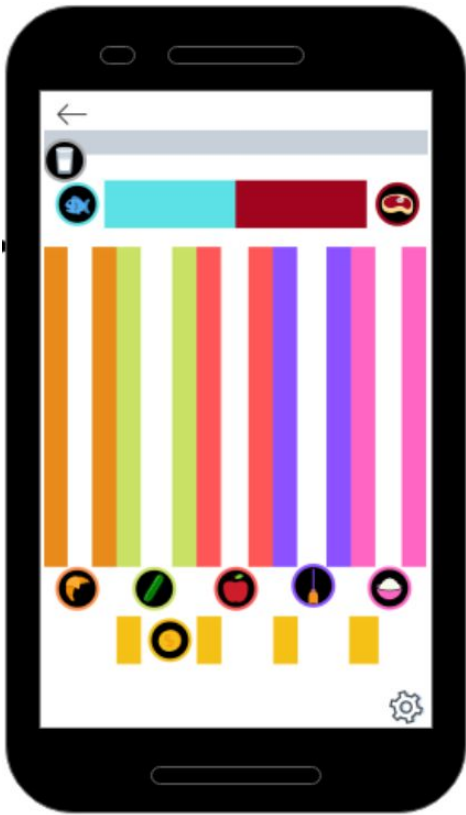

PANTALLA B

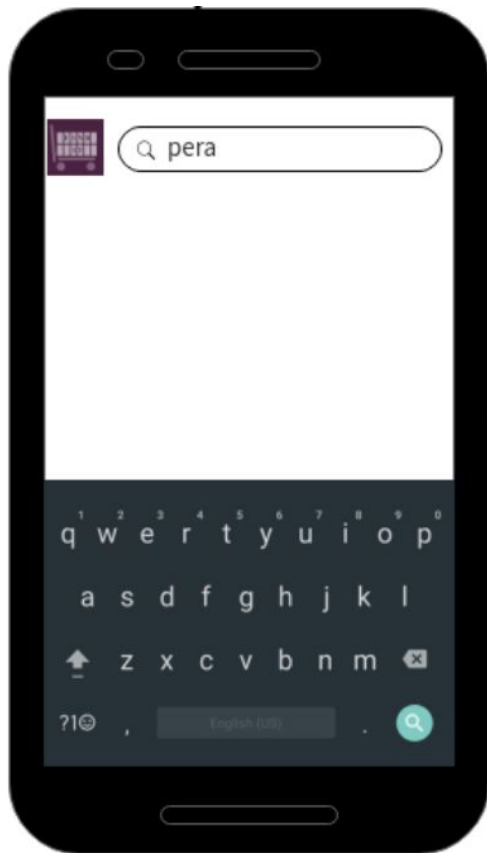
En cas que l'usuari marqui que NO a la pantalla principal, el portarà a aquesta pantalla, on li suggerirà diferents supermercats per aproximació a on està. En aquesta pantalla l'usuari ha d'escollir en quin supermercat es troba, pot utilitzar la barra superior de cerca per buscar pel nom del supermercat. Un cop cliqui a sobre del supermercat el porta a la pantalla C. Hi ha l'opció de marcar un supermercat com a habitual, es fa clicant a l'estrella. Per clicar a l'estrella és indispensable que l'usuari estigui registrat, per aquest motiu si no ho està, el passa a la pantalla I.



PANTALLA C

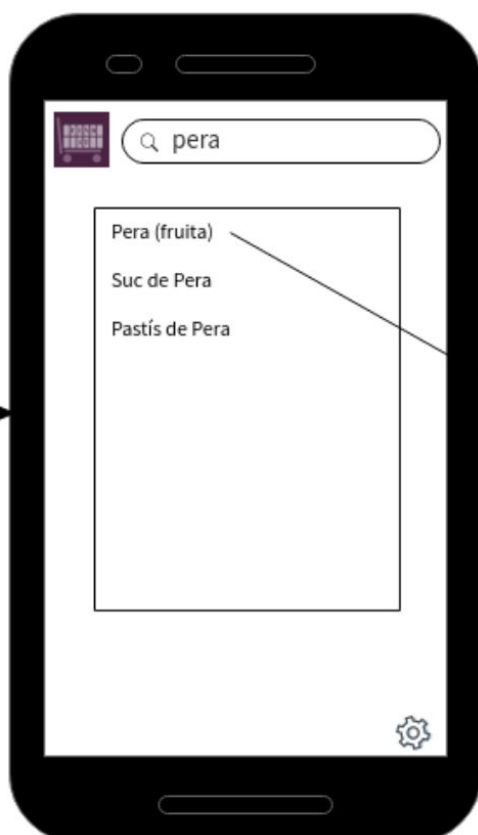
En aquesta pantalla et mostra 4 apartats importants, el primer la cerca on l'usuari pot buscar un producte concret i trobar on està situat dins del supermercat (pantalla f), el segon és un mapa del supermercat on et trobes (pantalla d), el tercer l'usuari pot veure les ofertes actuals que té el supermercat i el quart apartat es troben totes les categories les quals varien depenent del supermercat i un cop cliques et porta a un mapa on t'indica al passadís que es troba la categoria (pantalla e).

 <p>PANTALLA D</p>	<p>Al clicar sobre el mapa del supermercado, es muestra un mapa amb la distribució del supermercat i les seves categories. Així es pot tenir una visió global de totes les seccions i del supermercat.</p>
 <p>PANTALLA E</p>	<p>Al clicar sobre una categoria concreta, per exemple en aquest cas brioixeria, es marca on es troba aquesta categoria dins del mapa del supermercat.</p>



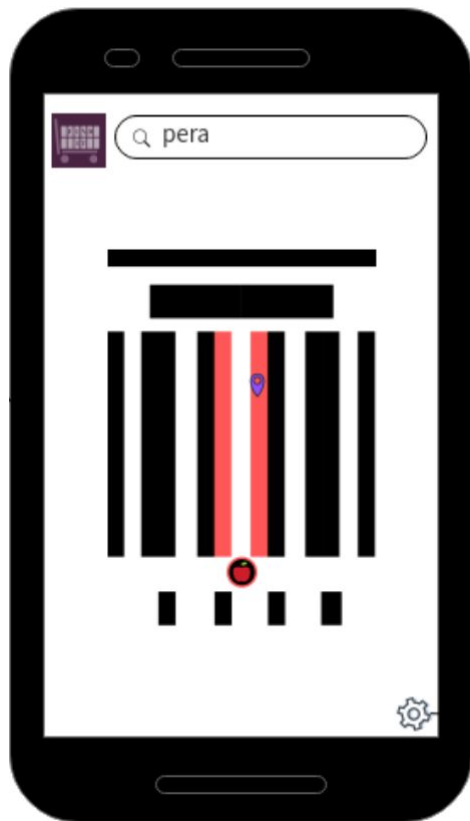
PANTALLA F

Si es clica sobre la cerca de la pantalla C, s'obre una barra superior on pots escriure el nom del producte que vols buscar.



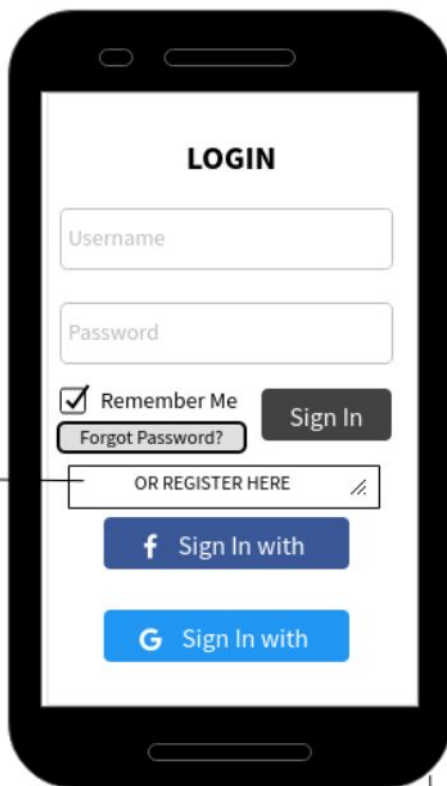
PANTALLA G

Un cop s'escriu el producte a la barra de cerca surt la llista de possibles productes que l'usuari pot estar cercant. Aleshores un cop l'usuari clica a l'opció desitjada es mostrarà on es troba el producte (pantalla h).





PANTALLA H

Un cop l'usuari ha clicat sobre el producte que està buscant es mostrarà el mapa del supermercat indicant on es troba el producte. D'aquesta manera l'usuari podrà anar on està indicat i agafar el producte que estava buscant.



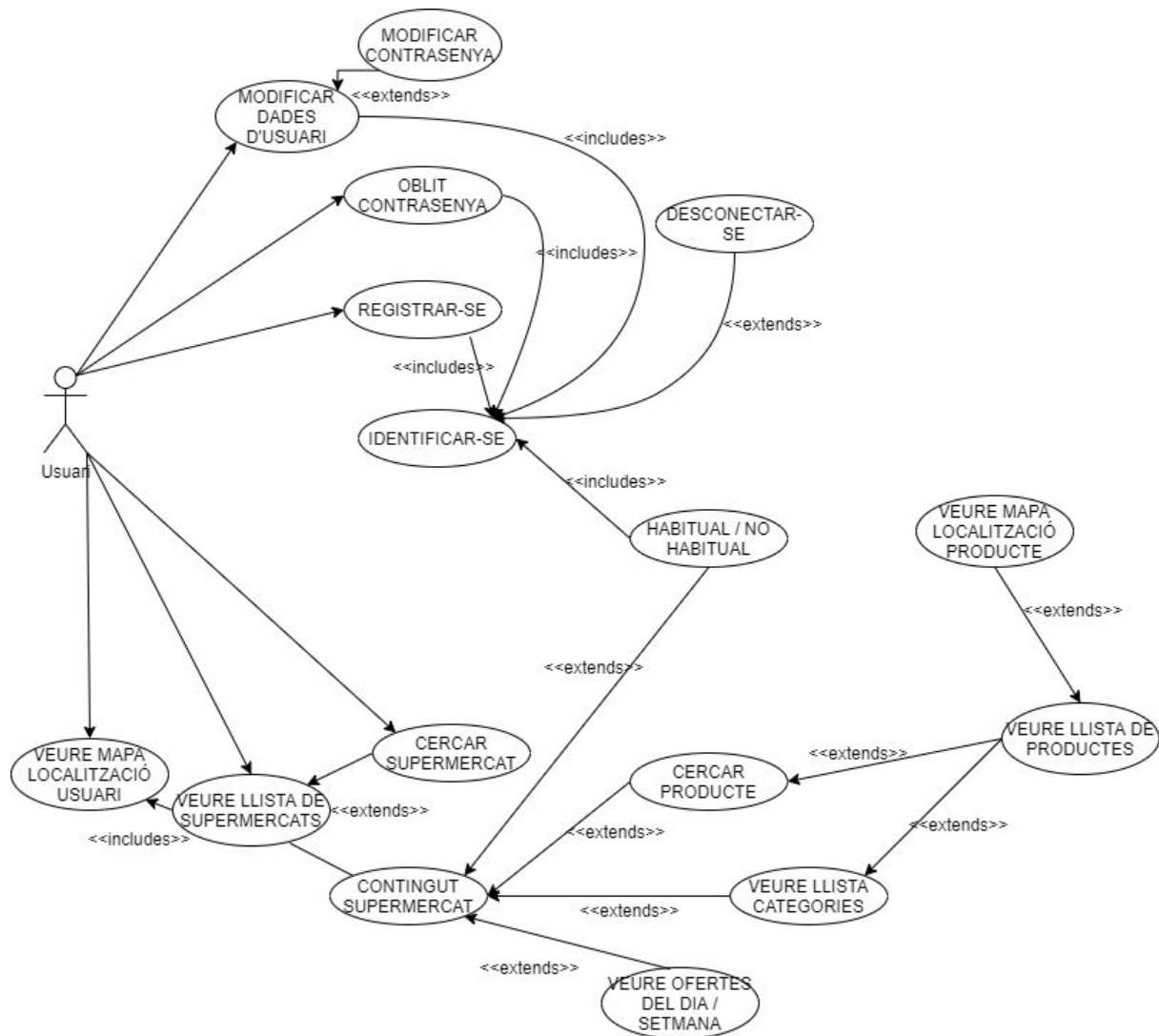
PANTALLA I

En el cas de voler guardar informació, com és el cas de voler marcar a un supermercat com a habitual, l'aplicació obliga a l'usuari a estar registrat. Aquesta pantalla de login permet entrar, si ja s'ha registrat anteriorment, o registrar-se. Per registrar-se cal clicar al "OR REGISTER HERE" (pantalla J) . També hi ha l'opció d'entrar amb Facebook o Google, per així proporcionar una manera més ràpida d'accedir a la gent.

 <p>PANTALLA J</p>	<p>En el cas de no estar registrat i haver de fer-ho s'accedirà a aquesta pantalla després de clicar a "OR REGISTER HERE". En aquesta pantalla es troba un formulari el qual es demana el correu, l'usuari que es desitja tenir, i la contrasenya.</p>
 <p>PANTALLA K</p>	<p>Si es clica a la icona que hi ha a baix a la dreta, referent a configuració, s'accedeix a aquesta pantalla. On permet a l'usuari canviar la contrasenya, sortir de la sessió o eliminar el compte.</p>

3. CASOS D'ÚS

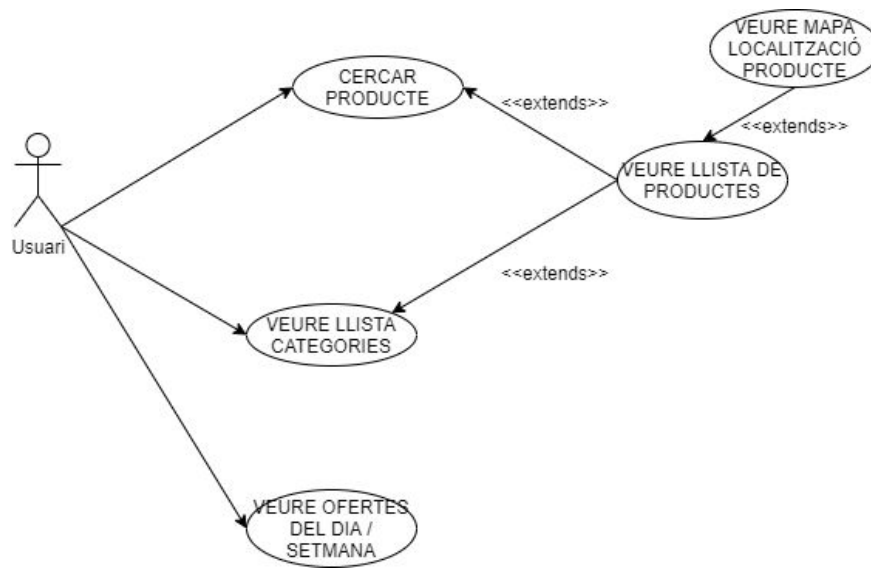
El cas d'ús següent és per l'usuari que es descarrega l'aplicació desde els seu aparell electrònic.



En la nostra aplicació donem l'opció, a l'usuari, d'identificar-se, però no en un principi. En cas de no voler, l'usuari pot fer totes les funcionalitats bàsiques de l'aplicació que comporten trobar la localització d'un producte. En el cas de voler afegir el supermercat a favorits (*habitual*), l'aplicació si que obliga a registrar-se.

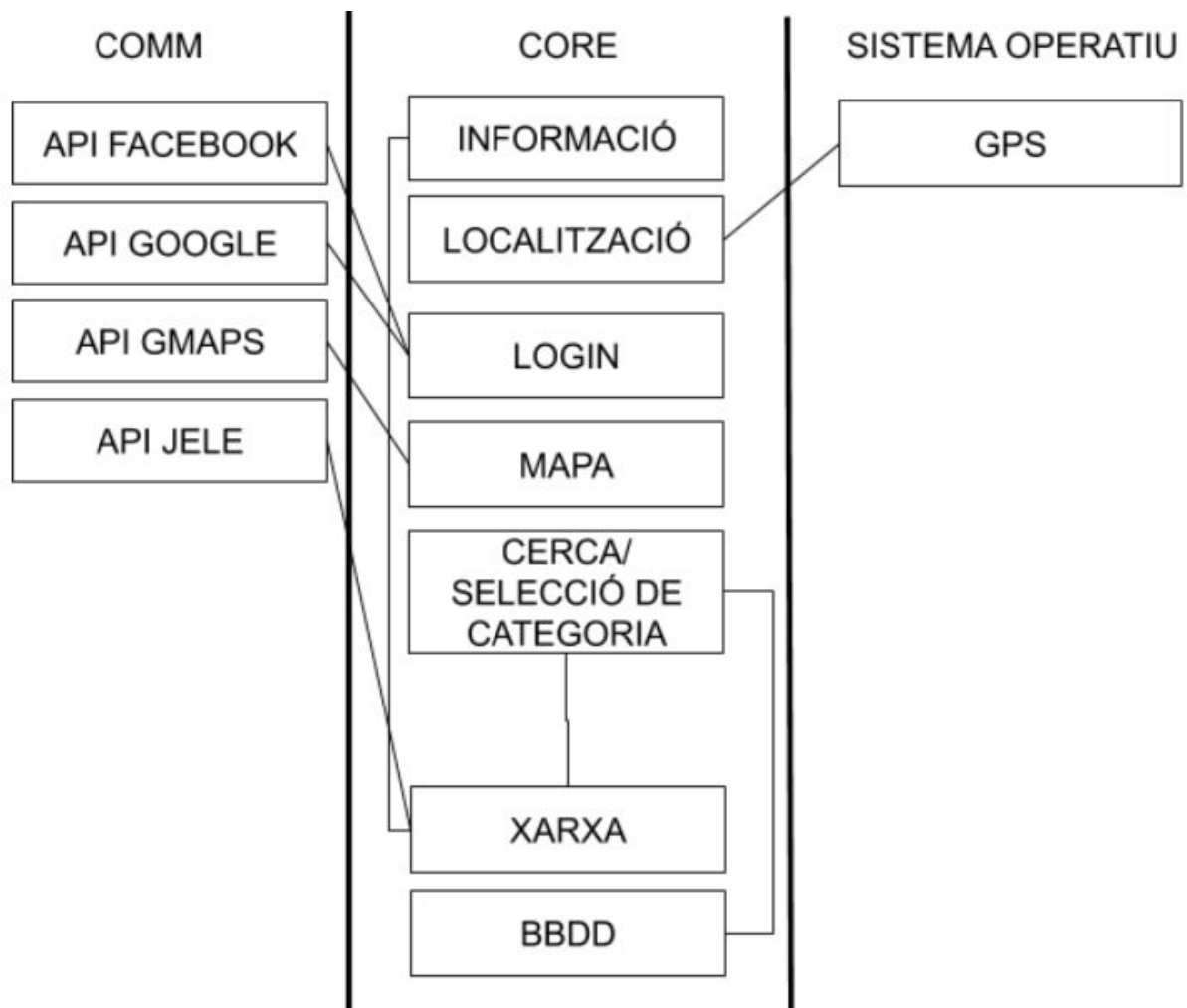
Pel que fa al funcionament de l'aplicació sense cap registre, l'usuari al principi haurà de seleccionar en quin supermercat està, ja sigui mitjançant GPS o buscant en la llista de supermercats disponibles. Una vegada seleccionat, l'usuari pot cercar un producte concret o trobar-lo segons la seva categoria. A més a més, també podrà veure les ofertes de la setmana d'aquell supermercat en concret. Una vegada selecciona el producte desitjat de la llista suggerida, apareixerà la seva localització en el supermercat en el que es troba.

Cas d'ús de l'usuari que fa servir l'aplicació en la pantalla integrada en el carro de la compra.



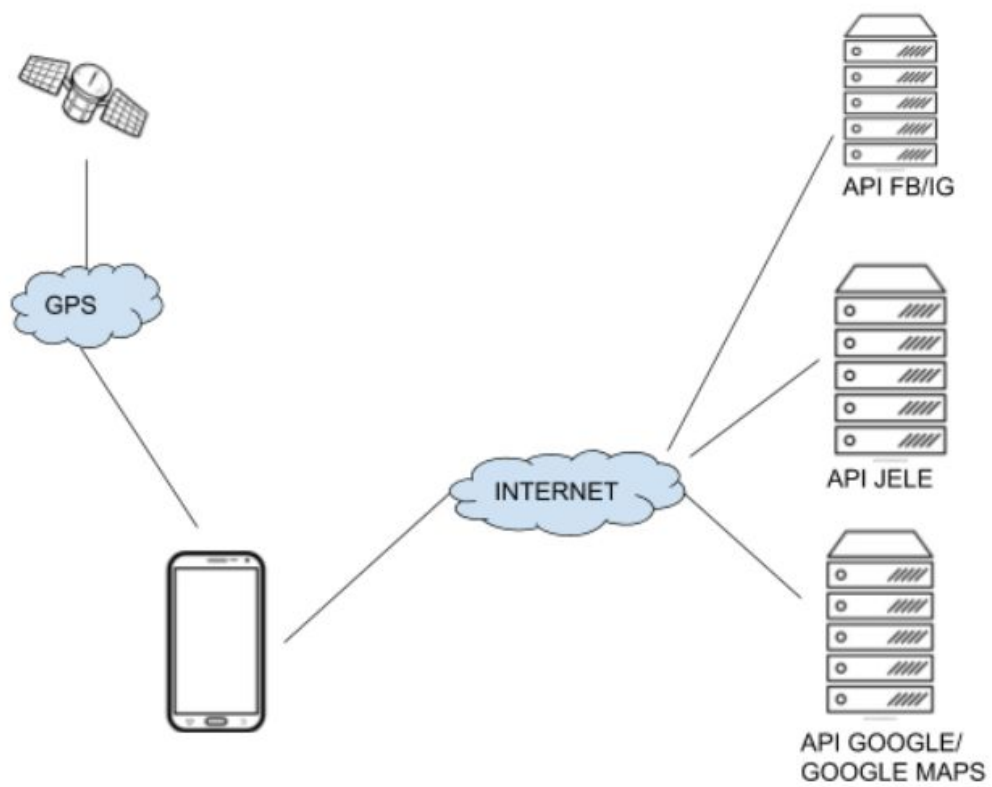
Al ser una aplicació integrada en el carrito del supermercat concret, la localització ja ve definida i per tal no fa falta cap acció de cerca o selecció d'ubicació. Així doncs, l'usuari, només pot buscar el producte amb les mateixes opcions que en el cas d'ús anterior i pot veure també les ofertes.

4. DIAGRAMA DE BLOCS



La API JELE es la API de la nostra empresa, la qual utilitzem per accedir a les dades dels nostres supermercats.

5. DIAGRAMA D'ARQUITECTURA



La API JELE es la API de la nostra empresa, la qual emprarem per accedir a les dades dels nostres supermercats.