

## Anforderungen Projekt SwissGrooves

Die Anforderungen an das Projekt SWISSGROOVES sind in zwei Workshops mit den Stakeholdern von Beratern der Firma McBerger ermittelt, abgestimmt und priorisiert worden.

Die Identifikation der Anforderungen erfolgt über ihren Titel, der möglichst kurz und aussagekräftig ist. Das verhindert einerseits Missverständnisse durch Vertauschen/Verwechseln von Nummern und erleichtert andererseits das Einprägen der Anforderungen über ihren Titel.

Title	Description	Status	Priority	Source	Complexity	Benefit
<i>Free text, short (one word)</i>	<i>Free text</i>	<i>proposed accepted postponed</i>	<i>1 – high 2 – medium 3 – low</i>	<i>Person name</i>	<i>1 – low 2 – medium 3 – high</i>	<i>Free text</i>
<b>Kundenfreundlichkeit, Individualisierung und „emotionale“ Kundenbindung</b>						
Personalisierung	Der Kunde kann seine Lieblingsmusikrichtungen auswählen und bekommt auf der Startseite Neuigkeiten dieser Stile zu sehen	proposed	1	Bucher	2	Der Kunde erhält ein personalisiertes Angebot.
Raritäten	Der Kunde kann eine Liste von Raritäten durchstöbern, um Sachen zu finden, für die er sonst viele Läden abklappern müsste.	proposed	2	Bucher	1	Der Kunde kommt gelegentlich auf die Seite zurück um sich nach Raritäten umzuschauen.
Rabattsystem	Pro ausgegebenem Franken bekommt der Kunde eine „Rille“ gutgeschrieben. Hat der Kunde	Proposed	2	Bucher	2	Kundenbindung

Title	Description	Status	Priority	Source	Complexity	Benefit
	100 Rillen angesammelt, bekommt er einen Einkaufsgutschein für CHF 5.-					
Newsletter	Der Kunde kann Musikrichtungen, Labels, Kompoonisten oder Produzenten abonnieren und erhält dann wöchentlich einen Newsletter mit neuen Angeboten.	Proposed	2	Arnold	2	Der Kunde wird automatisch über Neuerungen informiert.
<i>Kundenkontakt</i>						
Kundenkontakt	Die Schweizer Rillen als Shopbetreiber sind von dem Webshop aus erreichbar über <ul style="list-style-type: none"> <li>• email</li> <li>• Kontaktformulare</li> <li>• Gästebuch</li> </ul>	proposed	1	Seller	1	Rückmeldungen von Kunden, Kunden-Animation
Beschwerde-management	Der WebShop muss über ein benutzerfreundliches Beschwerdemanagement verfügen	proposed	1	Seller	1	Rückmeldungen von Kunden, Kunden-Animation
<i>Kundenfreundliche und sichere Bezahlung</i>						
Kreditkartenbezahlung	Der Kunde soll die Möglichkeit haben per Kreditkarte zu bezahlen, wobei die neuesten Sicherheitsstandards implementiert werden müssen.	proposed	1	Bucher	3	Der Kunde kann bequem, einfach und sicher bezahlen.
Rechnung	Stammkunden (und ältere Kunden, die keine Kreditkarte haben)	proposed	1	Bucher	2	Kunden ohne Kreditkarte können

Title	Description	Status	Priority	Source	Complexity	Benefit
	sollen auch über Rechnung bezahlen können.					weiterhin bedient werden.
PayPal	Neukunden, die keine Kreditkarte haben, sollen über den Bezahlservice PayPal bezahlen können.	proposed	2	Bucher	2	Unbekannte Kunden können ohne Kreditkarte bezahlen.
Quittung	Nach einer abgeschlossenen Bezahlung erhält der Kunde automatisch eine. Falls der Kunde eine Mailadresse hinterlegt hat erfolgt diese digital, ansonsten via Post.	proposed	2	Arnold	2	Kunde erhält Feedback nach einer Zahlung.
<i>Gestaltung des Webshops</i>						
Corporate Design	Die bodenständige Atmosphäre der B&M-Shops soll auch über den WebShop ausgestrahlt werden. Ideen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Beim Betreten des Shops Eingangsjodler oder Kuhglockensequenz oder Grammophon-Song</li> </ul>	proposed	1	Seller	1	Kunden finden sich wieder; emotionale Entscheidung für unseren Webshop
Blickfang	Ein knackiger Spruch empfängt die WebShop-Besucher, etwa „SwissGrooves – der urchige Schweizer Rillenshop“	proposed	1	Seller	1	Kunden werden sofort angesprochen und verweilen, klicken die Seite nicht

Title	Description	Status	Priority	Source	Complexity	Benefit
						gleich weg.
Mehrsprachigkeit	Der WebShop muss zweisprachig sein: Deutsch und Französisch. Option für Italienisch offen halten.	proposed	2	Seller	3	Keine Ausgrenzung von potenziellen Kundengruppen
<i>Verfügbarkeit, Performanz</i>						
Verfügbarkeit	Der Webshop muss hochverfügbar sein, damit keine Kunden wegen nicht verfügbarer Webseiten abspringen.	proposed	1	Rille	2	Kunden werden nicht verloren wegen läppischer technischer Probleme
Performanz	Der Webshop muss hoch performant sein, damit keine Kunden wegen zu langsam geladener Webseiten abspringen.	proposed	1	Rille	2	Kunden bleiben dran.
<i>Aktualität</i>						
Aktualität	Der Webshop muss die neuesten Titel der gängigen Genres topaktuell auf Lager haben, und zwar sowohl die konkreten Medien als auch die für ein Herunterladen verfügbaren Titel.	proposed	1	Rille	2	Muss! Sonst laufen die Kunden zur Konkurrenz.
Charts	Der Webshop bietet die Möglichkeit, die aktuellen Charts der grossen Sender einzusehen und gleich die Top-Titel zu bestellen.	proposed	1	Seller	2	USP und sehr bequem für junge Kunden!!

Title	Description	Status	Priority	Source	Complexity	Benefit
<i>Schnelligkeit und Flexibilität</i>						
FastDelivery	Zustellung von Bestellgut wenn möglich noch am selben Tag – Zusammenarbeit mit schweizweit oder lokal/regional flächendeckenden Kurierdiensten wie z. B. einem Pizzadienst?	proposed	1	Rille	3	USP und damit die Kunden bei der Stange bleiben.
Bestätigungs-Email	Gleich nach Erhalt einer Bestellung bekommt der Besteller eine email-Bestätigung zugesandt.	proposed	1	Rille	1	State-of-the-Art → Mussanforderung
TuneSearch	Suchfunktionalität auch nach Melodien	proposed	1	Rille	3	USP und sehr bequem für alle Kunden!!
<i>Aktuelles und umfangreiches Lager</i>						
Download	Der Shop bietet nicht nur die klassischen Tonträger an, sondern auch Songs zum Herunterladen	proposed	1	Rille	3	USP – jede Kundengruppe wird damit bedient.
<i>Anforderungen an das Projekt</i>						
TimeToMarket	Der WebShop muss innert sechs Monaten am Markt sein	proposed	1	Rille	2	Kundenrückgewinnung, Vermeidung weiteren Aderlasses
<i>Anforderung an den Betrieb des Webshops (fachlich und technisch)</i>						
mySwiss	Bestellungen/Versand zunächst nur innerhalb CH	proposed	1	Rille	1	Spricht heimatverbundene

Title	Description	Status	Priority	Source	Complexity	Benefit
						Kunden an
WebShop-Knowhow	Kein WebShop-Knowhow bei den „Schweizer Rillen“, sondern ein Wartungsvertrag mit einem Dienstleister	proposed	1	Rille	1	Klare Trennung der Verantwortlichkeiten, einfachere Organisation
Inkasso	Die „Schweizer Rillen“ sind zu klein für ein eigenes Inkasso → bei notorischen Nichtzahlern Inkassobüro beauftragen → Vertrag nötig, kostet Geld	proposed	1	Rille	1	Muss-Anforderung, sonst wären wir überfordert
Integration	Der Shop ist optimal mit dem bestehenden ERP-System integriert.	proposed	1	Milanesi	1	Enorme Arbeitersparnis
<i>Geschäftlicher Mehrwert</i>						
Cross-Selling	Das System bietet bei Bestellung eines Artikels gleich noch verwandte Artikel mit an (CD-Regale beim Kauf von CDs etc.)	proposed	3	Seller	2	Erhebliche Absatz-Steigerung (bekannt von anderen www-Händlern)
<i>Sonstiges</i>						
Nahtlosigkeit	Der Betrieb des WebShops soll ohne Medienbrüche ablaufen (also z. B. keine getrennte Rechnungsstellung) und darf praktisch keine Ressourcen des Ladengeschäfts binden	proposed	2	Milanesi	2	Arbeitersparnis, Vermeidung von Fehlern im Prozess

Title	Description	Status	Priority	Source	Complexity	Benefit
Digitalität	Aller WebShop-Schriftverkehr muss rein digital erfolgen, kein Scan von Dokumenten o. ä.	proposed	2	Milanesi	2	Arbeitsersparnis, Vermeidung von Fehlern im Prozess
AGBs	Es müssen juristisch wasserdichte, auf den Webshop gemünzte AGBs ausgearbeitet werden.	proposed	1	Euler	1	Rechtliche Klarheit im Internet.