# نیازمندی‌های کاربردی چیست؟

در این بخش می‌خواهیم با استفاده از مدل تهیه‌ی سند SRS به معرفی دقیق نیازمندی‌های کاربردی یا همان Functional Requirementهای کسب‌وکار فرضی خود بپردازیم. ابتدا باید تعریف بسیار ساده و مناسبی از نیازمندی‌های کاربردی داشته‌باشیم. منظور از این دسته از نیازمندی‌ها، مواردی هستند که باید در سیستم و پلتفرم خود در نظر بگیریم به این دلیل که این خصیصه‌ها و ویژگی‌ها نیازهای اصلی کاربر از یک کسب‌وکار آنلاین فروش لباس می‌باشد و به عبارت بهتر با این نیاز‌مندی‌ها سیستم می‌تواند عمکلرد خود را داشته باشد و با استفاده آنها است که رفتار سیستم ما تعریف می‌شود. تصویر زیر به خوبی منظور ما را از FRها می‌رساند:



حال که تعریف مناسبی از نیازمندی‌های کاربردی یک سیستم و کسب‌وکار داشتیم با الگو گرفتن از مدل SRS به معرفی آنها برای کسب‌وکار خود می‌پردازیم:

# معرفی سیستم و محدوده‌ی آن

در اولین قدم باید تعریف مناسبی از سیستم خود داشته باشیم تا بتوانیم بر اساس آن پیش برویم. در این سیستم ما پلتفرم یک کسب‌وکار را مورد بررسی قرار خواهیم داد که در آن افراد می‌توانند با مراجعه به وب‌سایت فروشگاه ما کالای مدنظر خود را خریداری کنند. بنابراین اولین فرضیه ما در بررسی این است که تنها کانال ارتباطی و توزیع موجود وب‌سایت کسب‌وکار ما می‌باشد و اپلیکیشن تلفن همراه برای سامانه در نظر گرفته نشده‌است. این پلتفرم سه دسته از افراد را به یکدیگر وصل می‌کند و به عبارت بهتر به سه دسته از مشتریان خدمت می‌رساند. دسته‌اول کسب‌وکار و فروشندگانی لباسی هستند که باید از طریق عقد قرارداد حضوری مجوز فعالیت در این پلتفرم را دریافت بکنند. دسته‌ی دوم مشتریان و خریداران عادی هستند که با مراجعه به وب‌سایت می‌خواهند لباس و کالای مدنظر خود را خریداری کنند. دسته‌ی پایانی مشتریان پلتفرم نیز پیک‌هایی هستند که وظیفه‌ی آنها انتقال کالاهای خریداری شده به خریداران است که از طریق سامانه‌های مکان‌یابی سازمان‌دهی می‌شوند.

با توجه به توضیحات ذکر شده هدف و وظیفه‌ی این پلتفرم این است تا از طریق تسهیل امر فروش فروشندگان لباس خلق ارزش بکند تا کاربران عادی بتوانند به سادگی و رضایت مناسب خرید خود را انجام دهند. بنابراین مرز سیستم خود را در سه دسته افرادی که از پلتفرم استفاده می‌کنند محدود می‌کنیم و ارزش مبادله‌ای نیز خرید و فروش لباس می‌باشد.

# ویژگی‌ها و خصوصیات مشتریان

همانطور که پیش‌تر نیز ذکر کردیم مشتریان ما سه دسته‌ی زیر می‌باشند:

* خریداران و مشتریان عادی
* فروشندگان البسه
* پیک‌های موتوری

همانطور که در بخش‌های قبل‌تر این سند نیز تحلیل کردیم هر کدام از این دسته از افراد ویژگی‌های خاصی دارند که در طراحی و شناسایی نیازمندی‌ها باید به آن توجه ویژه‌ای داشته‌ایم باشیم که از تکرار مجدد آنها صرف نظر می‌کنیم. اما نکته‌ی مهم در این بخش این است که تمامی این افراد با تکنولوژی آشنا هستند و توانایی استفاده از اینترنت به صورت‌ حداقلی را دارا هستند و می‌توانند از وب‌سایت ما استفاده بکنند و توانایی انجام اقداماتی مانند ایمیل ساختن را به صورت کامل دارند. بنابراین این فرضیه را به ازای تمامی کاربران خود باید در نظر بگیریم.

# نیازمندی‌های کاربردی

حال در این مرحله به توجه به توضیحاتی که ارائه شد به معرفی نیازمندی‌های کاربردی می‌پردازیم. هر نیازمندی در سه گام معرفی می‌شود. در گام اول توضیحاتی مختصری در مورد ویژگی و اهمیت آن ارائه می‌دهیم. در گام بعدی لیست فعالیت‌هایی که کاربر انجام می‌دهد را ذکر می‌کنیم و در نهایت در گام نهایی نیازمندی کاربردی را مورد تحلیل و بررسی می‌کنیم.

1. سناریو و ویژگی اول
   1. توضیح کوتاه و اهمیت: ثبت‌نام مشتریان و خریداران محصول در پلتفرم و تأیید آنها – اهمیت: بالا
   2. لیست مراحل سناریو:
      1. کاربر وارد وب‌سایت می‎شود و لینک ثبت‌نام را انتخاب می‌کند.
      2. سپس وارد محیطی می‌شود تا بتواند اطلاعات خود را وارد بکند.
      3. ایمیل یا تلفن همراه خود را وارد می‌کند و منتظر ارسال پیامک یا ایمیل تأییدیه می‌ماند.
      4. ایمیل تأییدیه توسط کاربر باز می‌شود و مرحله‌ی ثبت‌نام به اتمام می‌رسد.
      5. اطلاعات کاربر در دیتابیس سیستم ثبت می‌شود.
   3. **نیازمندی‌های کاربردی:**  با توجه به مواردی که ذکر شد اول نیازمندی که باید متناسب با این بخش تعریف شود یک لینک ثبت‌نام واضح و مناسب در صفحه‌ی اول وب‌سایت می‌باشد. در ادامه‌ی آن نیز باید یک فرم مناسب جهت دریافت اطلاعات ثبت‌نام کاربران تعریف شود. در قدم بعدی باید سیستم از سامانه‌ای پشتیبانی کند که می‌تواند ایمیل یا پیامک تأییدیه ارسال بکند. در پایان نیز از بعد فنی، سیستم باید از یک دیتابیس بسیار مناسب بهره ببرد تا بتوان اطلاعات مشتریان را در آن ذخیره کرد.
2. سناریو و ویژگی دوم
   1. توضیح کوتاه و اهمیت: ثبت‌نام صاحبان فروشگاه در پلتفرم – اهمیت: بالا
   2. لیست مراحل سناریو:
      1. صاحب فروشگاه از طریق وب‌سایت اطلاعاتی مانند آدرس کسب‌وکار ما را به دست می‌آورد.
      2. سپس زمان یک جلسه را رزرو می‌کند تا از این طریق مراجعه حضوری داشته باشد.
      3. پس از انجام مذاکره عقد قرارداد انجام می‌شود.
      4. اطلاعات مهم کاری مانند ساعت کاری و محصولات در سامانه ثبت می‌شود.
      5. در نهایت یک حساب کاربری جامع که فروشنده توانایی شخصی‌سازی داشته باشد به او تخصیص داده می‌شود تا بتواند محصولات خود را با شرایط مدنظر خود به فروش برساند.
   3. **نیازمندی‌های کاربردی:** با توجه به قدم‌های ذکر شده ابتدا باید در وب‌سایت خود یک صفحه‌ی بسیار مناسب طراحی بکنیم که اطلاعات ارتباطی و تماسی ما برای فروشندگان در آن به نمایش در بیاید. سپس در صورت امکان باید یک فرم یا صفحه‌ی مخصوص جهت رزرو زمان جلسه برای فروشندگان در نظر گرفته شود تا برنامه‌ریزی مذاکرات به خوبی پیش برود. برای هر فروشنده باید یک فرم و فضای ورود اطلاعات مناسب در نظر گرفته شود تا اپراتورهای وب‌سایت ما پس از عقد قرارداد اطلاعات را در آن ثبت کنند، بنابراین به یک دیتابیس اطلاعاتی مناسب نیاز خواهیم داشت. آخرین نیازمندی کاربردی این بخش نیز مربوط به حساب کاربری فروشندگان است. با توجه به شرایط آنها، باید برای هر فروشنده یک صفحه‌ی جداگانه تخصیص داده شود تا قابلیت شخصی‌سازی مناسبی را داشته باشد.
3. سناریو و ویژگی سوم
   1. توضیح کوتاه و اهمیت: ثبت‌نام پیک‌های موتوری در پلتفرم – اهمیت: متوسط
   2. لیست مراحل سناریو:
      1. پیک موتوری از طریق وب‌سایت اطلاعات تماس را به دست ‌می‌آورد.
      2. از طریق رزرو آنلاین زمانی را جهت مراجعه انتخاب می‌کند.
      3. پس از مراجعه اطلاعات وسیله‌ی نقلیه او در سامانه ثبت و احراز هویت انجام می‌شود.
      4. در آخرین گام نیز وسیله‌ی نقلیه‌ی او مجهز به مکان‌یاب می‌شود.
   3. **نیازمندی‌های کاربردی**: همانند ویژگی پیشین در این بخش نیز نیازمند یک صفحه‌ی «تماس با ما» خواهیم داشت که اطلاعات ارتباطی کاملی در آن وجود داشته باشد. یک کانال مجزا جهت زمان‌دهی به پیک‌ها جهت مراجعه حضوری باید در نظر گرفته شود تا بتوانند زمان مورد نظر خود را رزرو کنند. این نیازمندی می‌تواند در قالب یک فرم آنلاین در نظر گرفته شود. جهت ثبت‌نام و احراز هویت به دو مورد نیاز خواهیم داشت. در ابتدا باید سیستم ما از طریق برخی از APIها به سازمان‌هایی مانند راهنمایی و رانندگی، پلیس 10+ و ثبت احوال متصل باشد تا بتوانیم فرایند احراز هویت رانندگان پیک‌های موتوری را انجام دهیم. در ادامه نیز باید دیتابیس اطلاعاتی مناسبی را جهت ثبت اطلاعات آنها در نظر بگیریم. در پایان نیز باید یک اپلیکیشن مناسب جهت اجرای فرایند مکان‌‌یابی و ثبت سفارش‌های رانندگان پیک‌ها در نظر بگیریم. بنابراین برای این دسته از مشتریان خود یک اپلیکیشن موبایل نیاز خواهیم داشت.
4. سناریو و ویژگی چهارم
   1. توضیح کوتاه و اهمیت: عملیات خرید از دید مشتری – اهمیت: بالا
   2. لیست مراحل سناریو:
      1. کاربران ابتدا بر اساس برخی از ویژگی‌ها مانند فاصله آنها تا محل مورد نظر، هزینه‌ی پیک و نوع محصولات فروشگاه‌های مورد نظر خود را انتخاب می‌کنند و وارد صفحه‌ی آن می‌شوند.
      2. سپس لباس‌ها و اجناس مورد نظر خودشان را وارد سبد خرید می‌کنند.
      3. سیستم باید به صورت برخط موجودی کالا را چک کند و در صورت تأیید کالا را به سبد خرید اضافه بکند.
      4. در ادامه عملیات خرید آنها می‌تواند شروع شود و از طریق درگاه پرداخت اینترنتی می‌توانند عملیات خرید را نهایی کنند.
      5. اگر خرید با موفقیت انجام شود پیام تأیید نمایش داده می‌شود و خرید نهایی می‌شود.
      6. در غیر این صورت محصول در سبد خرید باقی می‌ماند تا مشتری دوباره تلاش بکند.
   3. **نیازمندی‌های کاربردی:** اولین و شاید یکی از مهمترین نیازمندی‌های کاربردی این پلتفرم این است که مشتریان بتوانند فروشگاه‌ها را بر اساس برخی از ویژگی‌های مورد نظرشان فیلتر بکنند و یا جست‌وجو کنند. بنابراین یک سامانه‌ی جست‌وجوی هوشمند فروشگاه‌ها بسیار حائز اهمیت است. در ادامه همانند تمامی فروشگاه‌های آنلاین باید امکان سبد خرید برای مشتریان فراهم شود تا بتوانند کالاهای مدنظر خودشان را در آنجا قرار دهند. نکته مهم در این بخش این است که باید سبد خرید به موجودی فروشگاه وصل باشد تا بتواند موجود بودن یا عدم موجود بودن کالا را بررسی کند. جهت انجام عملیات خرید باید قالبیت انتقال به درگاه خرید اینترنتی و بانک فراهم شود بنابراین قابلیت اتصال به درگاه خرید بانک دیگر نیازمندی مهم در این بخش است. آخرین مورد نیز هوشمند بودن سبد خرید است به این صورت که در صورت شکست عملیات پرداخت سبد خرید دست نخورده باقی بماند و تغییری نکند. به این دلیل که در صورت تغییر موجود فروشگاه دچار خطا خواهد شد.
5. سناریو و ویژگی پنجم
   1. توضیح کوتاه و اهمیت: اجرای فرایند تحویل سفارش – اهمیت: بالا
   2. لیست مراحل سناریو:
      1. اطلاعات سفارش ثبت شده به فروشنده ارسال می‌شود تا بتواند در سریع‌ترین زمان سفارش را آماده بکند.
      2. به طور همزمان و با تأیید فروشنده، نزدیک‌ترین پیک باید به طور هوشمند انتخاب شود.
      3. اطلاعات مربوط به سفارش و آدرس‌های مبداء و مقصد باید برای پیک ارسال شود.
      4. در صورت عدم تأیید پیک باید فرد دیگری انتخاب شود.
      5. در نهایت تحویل سفارش انجام می‌شود.
      6. ثبت نظر برای پیک و محصول خریداری‌شده
   3. **نیازمندی‌های کاربردی**: سامانه ثبت سفارش باید به صورت هوشمند طراحی شود تا به صورت خودکار اعلان سفارش را برای فروشگاه ارسال بکند. همچنین باید به صورت خودکار فرایند تخصیص پیک برای هر سفارش انجام شود. این دو نیازمندی کاربردی باید به‌گونه‌ای طراحی شود تا دخالت انسانی وجود نداشته باشد. نیازمندی کاربردی دیگر امکان ثبت نظر برای محصول و پیک است که باید به وسیله‌ی مشتری انجام شود. این اطلاعات باید در یک دیتابیس اطلاعاتی مناسب ذخیره شود.
6. سناریو و ویژگی ششم
   1. توضیح کوتاه و اهمیت: فرایند مرجوع کردن کالا: اهمیت: متوسط
   2. لیست مراحل سناریو:
      1. کاربر در صورت نیاز به مرجوع کردن کالا با پشتیبانی تماس می‌گیرد.
      2. بررسی درخواست مشتری به وسیله‌ی تیم پشتیبانی
      3. تخصیص پیک و مرجوع کردن کالا به فروشنده
   3. **نیازمندی‌های کاربردی:** در مرحله تقریباً نیازمندی کاربردی جدید وجود ندارد. همانند مواردی که پیش‌تر ذکر کردیم باید یک صفحه‌ی ارتباطی مناسب در وب‌سایت طراحی شود تا کاربران به آن دسترسی داشته باشند. همچنین جهت مرجوع کردن محصولات نیاز به یک سیستم هوشمند حمل‌ونقل داریم تا از آن استفاده بکنیم. سیستم مالی پلتفرم ما نیز باید به گونه‌ای طراحی شود تا بتوانیم از طریق آن عودت وجه مالی را انجام دهیم.