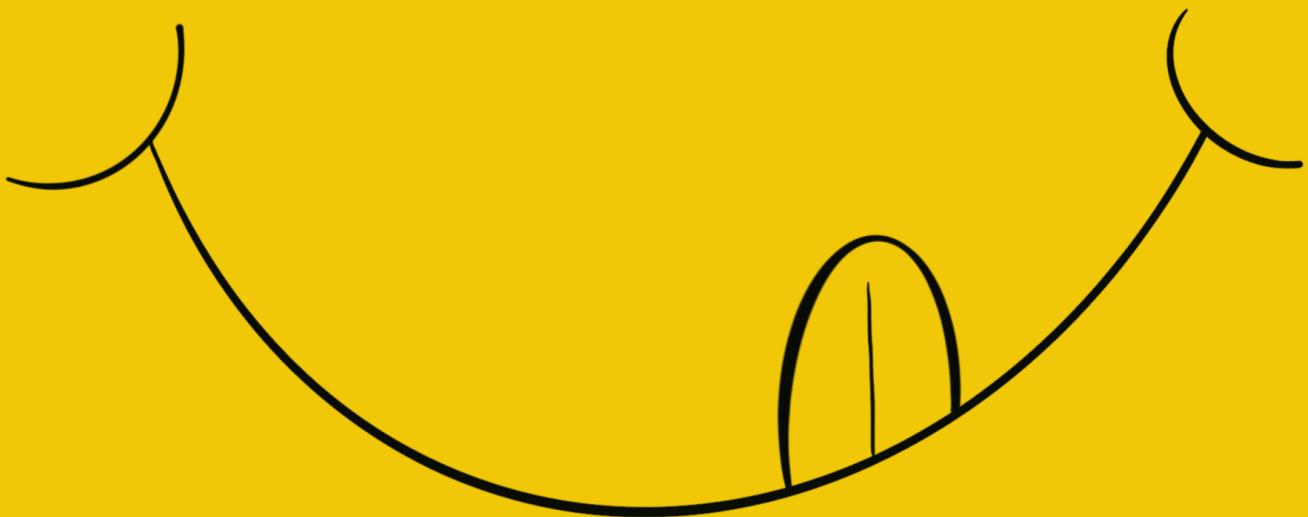


nomnomr.



Feasibility
Study

Περιεχόμενα

| | |
|--|----|
| Λίστα Αλλαγών | 3 |
| Σύνθεση Ομάδας | 4 |
| Η Μελέτη | 5 |
| Γιατί καταλήξαμε στην υλοποίηση του nomnomr; | 5 |
| Γιατί καταλήξαμε σε σύστημα android; | 5 |
| Τεχνικά Θέματα | 5 |
| Θέματα Λειτουργίας | 6 |
| Νομικά Θέματα | 7 |
| Οικονομικά Θέματα | 8 |
| Θέματα Ζήτησης | 9 |
| Ερωτηματολόγιο | 10 |
| Εργαλεία που Χρησιμοποιήθηκαν | 15 |

Λίστα Αλλαγών



Για να έχετε πρόσβαση στην τελευταία έκδοση των απαντήσεων μπορείτε να σκανάρετε το παραπάνω QR Code ή να χρησιμοποιήσετε το παρακάτω κουμπί.

[Πατήστε Εδώ](#)

Για να είναι πιο ευδιάκριτες οι αλλαγές στις σελίδες οι οποίες έγιναν, χρησιμοποιούμε τα παρακάτω χρώματα:

- Προσθήκη νέου υλικού
- Επεξεργασία / Προσαρμογή
- Διαγραφή υλικού

v0.2

- Διορθώθηκε ο τίτλος του εξωφύλλου. Ήταν λανθασμένος και έγραφε "Team Risk Assessment".
- Διορθώθηκε ο τίτλος της Μπεσιάνα Άγκο στην επόμενη σελίδα. Αναφερόταν ως "Φοιτητής", τώρα αναφέρεται σωστά ως "Φοιτήτρια".
- Προστέθηκε η παρούσα σελίδα.
- Διορθώθηκε η σειρά που εμφανιζόντουσαν οι εικόνες του ερωτηματολογίου στην ενότητα "Ερωτηματολόγιο" που βρίσκεται στην σελίδα 10. Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις 3, 4 και 5, εμφανίζονταν μετά τις ερωτήσεις 6, 7 και 8.
- Διορθώθηκαν τυπογραφικά λάθη.
- Ανανεώθηκαν τα screenshots από το ερωτηματολόγιο.
- Τροποποιήθηκε η τελευταία πρόταση της σελίδας 15.

v0.3

- Προστέθηκε ο ρόλος του QA Manager στην Αθανασία Ζεκυριά.

v1.0

- Διορθώθηκαν εκφραστικά και ορθογραφικά λάθη.
- Μετακινήθηκαν οι εικόνες του ερωτηματολογίου, ώστε να ευθυγραμμιστούν με τα κείμενα σχολιασμού τους.

Σύνθεση Ομάδας



Ιωάννης Λουδάρος

1067400

iloudaros@upnet.gr

Φοιτητής 4ου έτους

Ρόλος στο παρόν
κείμενο: Stylistics
Manager, Co-Editor



Χριστίνα Κρατημένου

1067495

up1067495@upnet.gr

Φοιτήτρια 4ου έτους

Ρόλος στο παρόν
κείμενο: Co-Editor



Ιωάννης Τσικέλης

1067407

st1067407@ceid.upatras.gr

Φοιτητής 4ου έτους

Ρόλος στο παρόν
κείμενο: Co-Editor



Αθανασία Ζεκυριά

1059660

up1059660@upnet.gr

Φοιτήτρια 5ου έτους

Ρόλος στο παρόν
κείμενο: Co-Editor,
QA Manager



Μπεσιάνα Άγκο

1059662

up1059662@upnet.gr

Φοιτήτρια 5ου έτους

Ρόλος στο παρόν
κείμενο: Co-Editor



Η Μελέτη

Γιατί Καταλήξαμε Στην Υλοποίηση Του nomnomr;

Είμαστε μια παρέα 5 ατόμων που τυχαίνει να βρισκόμαστε μαζί, είτε για διάβασμα, είτε για ταινίες, είτε για επιτραπέζια, αρκετές φορές μέσα στο μήνα. Αυτό σημαίνει πως πολλές από αυτές τις φορές καταλήγουμε στο να πεινάμε και να ψάχνουμε διακαώς εστιατόριο. Δυστυχώς, δεν καταλήγουμε σε αυτό εύκολα και γρήγορα.

Η ιδέα, λοιπόν, μιας εφαρμογής στην οποία έχεις τον χρόνο σου να δεις αναλυτικά κάθε κατάστημα (βαθμολογίες, ελάχιστη παραγγελία, μενού) και ταυτόχρονα, να δηλώσεις την προτίμησή σου σε αυτό, μιας φάνηκε ιδιαίτερα χρήσιμη. Το να δίνεις το κινητό σου από χέρι σε χέρι για να διαλέξεις ο καθένας τι θα βάλει στο καλάθι, δεν είναι επίσης, τόσο διασκεδαστικό... ειδικά, όταν μιλάμε για ζυγούς (!) Όπως παρουσιάζεται και στο project description, ο καθένας μπορεί να προσθέσει ότι θέλει στο καλάθι του, να πληρώσει για αυτό και να συνεχίσει ανενόχλητος την ζωή του, μέχρι να καταλήξει και η υπόλοιπη παρέα στο τι θα παραγγείλει.

Προσπαθούμε να καλύψουμε τις ανάγκες μιας αγοράς, που κακά τα ψέματα είναι κορεσμένη από εφαρμογές που είναι όλες ίδιες μεταξύ τους, προτείνοντας κάτι φρέσκο που θα καλύψει, αρχικά, τις δικές μας ανάγκες. Και ως μέλη του target group μας, ε μάλλον, έχουμε δίκιο.

Γιατί Καταλήξαμε Σε Σύστημα Android;

Οι συσκευές android έχουν εξελιχθεί σημαντικά στον καθημερινό τρόπο ζωής των νέων. Αυτό έχει οδηγήσει σε υψηλή ζήτηση για ανάπτυξη android εφαρμογών. Η Google προσφέρει δωρεάν ολοκληρωμένο περιβάλλον ανάπτυξης Android Studio (Integrated Development Environment – IDE) με επεξεργαστή κώδικα, θεμάτων, visual layout, στούντιο άμεσης εκτέλεσης κ.ο.κ. ώστε εμείς ως developers να έχουμε τη δυνατότητα να αναπτύξουμε εφαρμογές εύκολα.

Τεχνικά Θέματα

Το nomnomr, ως τεχνολογικό εγχείρημα, προϋποθέτει την ύπαρξη μίας τεχνολογικής βάσης για την υλοποίησή του. Προφανώς, τα εργαλεία συγγραφής κώδικα που θα χρησιμοποιηθούν, καλύπτουν πλήρως τις προβλεπόμενες λειτουργικότητες της εφαρμογής. Θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν όμως, και η δυνατότητα της συσκευής του μέσου χρήστη να ανοίξει και να περιηγηθεί στην εφαρμογή χωρίς κολλήματα και καθυστερήσεις.

Αυτό θα αποτελεί ιδιαίτερο κομμάτι της υλοποίησης και απαιτεί αρκετή προσοχή από τους προγραμματιστές. Η φάση της ανάπτυξης, αν και χρονοβόρα, είναι επιτεύξιμη από το δυναμικό της ομάδας μας, εντός των χρονικών πλαισίων που ορίζονται στα χρονοδιαγράμματα.

Όμως, πρέπει να ληφθεί υπόψιν η ποικιλομορφία των συστημάτων στα οποία εργάζεται το κάθε μέλος μας. Συγκεκριμένα, πρέπει να προνοήσουμε για τις περιπτώσεις όπου συνεργαζόμενα μέλη τυχαίνει να δουλεύουν με διαφορετικά λειτουργικά συστήματα, το οποίο μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα αχρείαστες τριβές. Διαφαίνεται λοιπόν η ανάγκη να θεσπίσουμε κάποιες συμβάσεις, οι οποίες θα διατηρούν την συνεργασία σε καταστάσεις που δεν δημιουργούν πρόβλημα. Για παράδειγμα, στα unix-like συστήματα δεν αποτελεί πρόβλημα ένα directory να τελειώνει με τον χαρακτήρα του κενού, ενώ στα windows κάτι τέτοιο απαγορεύεται. Θέτουμε λοιπόν τον περιορισμό ότι απαγορεύεται η ονομασία

φακέλων να έχει για τελευταίο χαρακτήρα το κενό ώστε να μην δημιουργηθούν θέματα στην συνεργασία της ομάδας.

Κατά τη διάρκεια της συγγραφής, θα απαιτείται αρκετά συχνά η παρουσία alpha testers, οι οποίοι θα ελέγχουν τα όρια λειτουργικότητας της εφαρμογής και θα αποκαλύπτουν bugs, τα οποία θα προωθούν στους προγραμματιστές προς επίλυση.

Θέματα Λειτουργίας

Για να αναπτυχθεί το nomnomr πρέπει πρώτα να αποδείξουμε ότι όντως επιλύει ένα πρόβλημα.

Μάλιστα, είναι απαραίτητο, όχι απλά να επιλύει αυτό το πρόβλημα, αλλά να το κάνει αρκετά καλά -καλύτερα από άλλες πιθανές προτάσεις- ώστε οι χρήστες να το επιλέξουν και να δικαιολογήσει έτσι το κόστος ανάπτυξης του. Καταλήγουμε λοιπόν στα παρακάτω θέματα:

1. Εσωτερικά θέματα
2. Εξωτερικά θέματα

1. Εσωτερικά θέματα

Το πρόβλημα και οι λειτουργίες που πραγματεύεται το nomnomr είναι γνώριμα για όλα τα μέλη μας. Λόγω αυτού όλοι έχουν να προσφέρουν ιδέες για χαρακτηριστικά που είναι θεμιτό να περιλαμβάνει η εφαρμογή. Αυτό, μπορεί να δημιουργήσει δυσκολίες στην ιεράρχηση των χαρακτηριστικών που θέλουμε να ενσωματώσουμε. Για τη διαχείριση συγκρούσεων στο εργασιακό περιβάλλον, η λύση που προτείνουμε είναι η διαρκής επικοινωνία, με σκοπό, όχι την ευχαρίστηση κάθε μέλους της ομάδας ξεχωριστά, αλλά την επίτευξη του καλύτερου εφικτού αποτελέσματος.

Στην περίπτωση μας, θα εστιάσουμε στην ισχύ της πλειοψηφίας. Σε περιπτώσεις, ωστόσο, που μέλος είναι πιο καταρτισμένο σε συγκεκριμένο τομέα, η άποψη του θα έχει μεγαλύτερη βαρύτητα.

2. Εξωτερικά θέματα

Το nomnomr συνεργάζεται με άλλους φορείς για να προσφέρει μια μοναδική γρήγορη και ευέλικτη εμπειρία χρήσης. Αυτοί οι φορείς χωρίζονται σε 3 κατηγορίες:

1. Παρασκευαστές Φαγητού

Χρειάζεται να συσταθεί μια ομάδα η οποία θα παρακολουθεί τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της εστίασης. Αυτή η ομάδα θα κάνει προτάσεις συνεργασίας σε καταστήματα αυτού του χώρου τα οποία θα πραγματοποιούν τις υπηρεσίες παρασκευής και διανομής φαγητού.

2. Payment Services

Μια ομάδα διαχείρισης πληρωμών είναι αναγκαία. Αυτή θα περιλαμβάνει εξειδικευμένους developers καθώς και ειδικούς σε νομικά και οικονομικά θέματα τέτοιας φύσης. Οφείλει, επίσης, να παρακολουθεί τις πλατφόρμες πληρωμών και τις ευκαιρίες που αυτές προσφέρουν ώστε να ρυθμίζονται τελικά οι πληρωμές με ευκολία και με το μικρότερο δυνατό κόστος.

3. Customer Support

Η τελευταία ομάδα που θα πρέπει να δημιουργήσουμε, είναι η ομάδα που θα χρειαστεί να σηκώνει το βάρος των αποτυχιών μας. Ένα επικοινωνιακό κέντρο εξυπηρέτησης πελατών, που θα είναι διαθέσιμο 24/7 για να λύνει τυχόν προβλήματα που προκύπτουν στους end users.

Νομικά Θέματα

Η εφαρμογή μας θα διαχειρίζεται προσωπικά δεδομένα χρηστών, αν και εφόσον ο χρήστης επιτρέπει την χρήση τους. Ο χειρισμός αυτών θα πρέπει να γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή, ώστε να μην είναι προσβάσιμα από επιθέσεις ανταγωνιστών. Διαφορετικά, δημιουργείται ο κίνδυνος να οδηγηθούμε σε δικαστική διαμάχη με τους πελάτες μας, είτε αυτοί αποτελούν ένα κατάστημα που επέλεξε την πλατφόρμα μας, είτε αυτοί είναι απλοί χρήστες που χρησιμοποιούν την εφαρμογή μας για τις παραγγελίες τους. Τέτοιου είδους διαμάχες έχουν σοβαρό οικονομικό και χρονικό αντίκτυπο στο έργο μας, αλλά ταυτόχρονα, πλήρτουν την φήμη της επιχείρησής μας.

Σημαντικός για την λύση των παραπάνω πιθανών προβλημάτων είναι ο ρόλος του security lead που θα έχει ανατεθεί στους backend και mobile developers της εφαρμογής μας. Αυτοί θα είναι υπεύθυνοι για την εξέταση ασφάλειας σε κάθε στάδιο ανάπτυξης της εφαρμογής. Ο ρόλος τους έγκειται σε 5 βασικές κατηγορίες:

- Έλεγχος δεδομένων που συλλέγονται και διατηρούνται: Θα λαμβάνουν αποφάσεις για τα χρονικά διαστήματα που θα διατηρούνται δεδομένα χρηστών στο σύστημα και για το ποια θα είναι αυτά.
- Προσαρμογή κώδικα μεταξύ πλατφορμών για κινητές συσκευές: Κάθε λειτουργικό σύστημα κινητής τηλεφωνίας χρησιμοποιεί διαφορετική διεπαφή προγραμματισμού εφαρμογών (API), η οποία περιλαμβάνει διαφορετικές λειτουργίες ασφάλειας και χειρισμού αδειών. Επομένως, ο κώδικας θα πρέπει να προσαρμόζεται αναλόγως για κάθε ένα ξεχωριστά.
- Δημιουργία ασφαλών διαπιστευτηρίων χρήστη: Η εφαρμογή μας απαιτεί από τους χρήστες να δημιουργούν usernames και κωδικούς πρόσβασης. Η φύση της εφαρμογής μας απαιτεί υψηλό επίπεδο ελέγχου ταυτότητας (για παράδειγμα, υψηλές απαιτήσεις ισχύος κωδικού πρόσβασης) καθώς στον εκάστοτε λογαριασμό χρήστη θα υπάρχουν προσωπικές πληροφορίες όπως πληροφορίες πληρωμών και διευθύνσεις. Οι κωδικοί πρόσβασης χρηστών δεν θα πρέπει επίσης να αποθηκεύονται ως απλά κείμενα στον διακομιστή. Θα πρέπει να χρησιμοποιείται μια επαναλαμβανόμενη κρυπτογραφική συνάρτηση κατακερματισμού για να κατακερματίζονται οι κωδικοί πρόσβασης των χρηστών και στην συνέχεια, να επαληθεύονται με αυτές τις τιμές κατακερματισμού. Οι χρήστες θα μπορούν απλώς να επαναφέρουν τους κωδικούς πρόσβασής τους αν τους ξεχάσουν.
- Κρυπτογράφηση δεδομένων: Οι security leads οφείλουν να χρησιμοποιήσουν transit encryption (SSL/TLS σε μορφή HTTPS) για την ασφάλιση προσωπικών δεδομένων και κλειδιών API κατά την μεταφορά αυτών από μια συσκευή στον διακομιστή μας. Αυτό είναι ιδιαίτερα σοβαρό επειδή πολλοί χρήστες χρησιμοποιούν μη ασφαλή δημόσια δίκτυα WiFi για πρόσβαση σε εφαρμογές. Με τη χρήση HTTPS, απαιτείται ένα ψηφιακό πιστοποιητικό από αξιόπιστο προμηθευτή (που μπορεί να βρεθεί σε πολύ χαμηλό κόστος) ώστε η εφαρμογή να το ελέγχει σωστά.
- Συνεχής έλεγχος ασφαλείας ακόμα και μετά την κυκλοφορία της εφαρμογής: Με την εφαρμογή διαθέσιμη για λήψη, οι security leads θα πρέπει να συνεχίζουν να ασχολούνται με την ασφάλεια της: ενημερώνοντας βιβλιοθήκες ασφαλείας, προωθώντας ενημερώσεις στους χρήστες και χρησιμοποιώντας τα σχόλια χρηστών για να εντοπίσουν και να διορθώσουν πιθανές ευπάθειες.

Τέλος, η σύσταση ομάδας με έμπειρους νομικούς που θα ασχολείται με θέματα εχεμύθειας και κατοχύρωσης πνευματικών δικαιωμάτων θα αποτελέσει την δικλείδα ασφαλείας στην αντιμετώπιση των νομικών ζητημάτων.

Οικονομικά Θέματα

Μία σημαντική πτυχή, αλλά ταυτόχρονα ο κυριότερος προβληματισμός σε ένα έργο, είναι η διαχείριση του κόστους. Η διεξαγωγή του Feasibility Study αποσκοπεί στην διευκρίνηση της βιωσιμότητας του έργου. Ένα βασικό κομμάτι της έρευνας αποτελεί το financial aspect. Έχοντας κάνει μια αρχική εκτίμηση του κόστους (Project Plan), παρουσιάζεται η ανάγκη κάλυψης ορισμένων εξόδων. Αυτά αφορούν:

- Σε αρχικό στάδιο την ενοικίαση/αγορά χώρου, την αγορά εξοπλισμού, λογισμικού, εφοδίων γραφείου και σχετικών licenses.
- Τους μισθούς των εργαζομένων, τα κόστη της ασφάλισής τους και των utilities (ρεύμα, νερό, internet κτλ.).
- Σε επόμενο στάδιο, τα κόστη προωθητικών ενεργειών και διαφήμισης, του marketing research και των legal fees (προστασία επιχειρηματικής ιδέας, copyrights, privacy policy, νομική εκπροσώπηση κλπ.).
- Με το launch της εφαρμογής, το κόστος της λειτουργίας feedback και βελτίωσης του προϊόντος.

Η διαχείριση του συνολικού κόστους καταλήγει στην αξιολόγηση της οικονομικής βιωσιμότητας του έργου, σε συνδυασμό με την εκτίμηση των απολαβών, που θα καθορίσουν το μέγεθος της επιτυχίας ή μη. Έτσι, για την κάλυψη του αρχικού κόστους χρειάζεται να απευθυνθούμε σε επενδυτές. Στρεφόμαστε σε ένα επενδυτικό κοινό στον χώρο της εστίασης που γνωρίζει τις ανάγκες του καταναλωτή, ώστε να έχει την δυνατότητα να προωθήσει την επιχείρησή του μέσω της εφαρμογής. Ωστόσο, λόγω του μεγάλου ανταγωνισμού στον χώρο του app food order/delivery, έχει μεγάλη σημασία και βαρύτητα η ποιότητα της παρουσίασης. Είναι απαραίτητη η λεπτομερής προβολή και επεξήγηση των καινοτόμων στοιχείων της εφαρμογής, καθώς και η αναλυτική αναφορά του cost estimation και του risk assessment. Παράλληλα, κατά την πρόταση της εφαρμογής σε ιδιοκτήτες καταστημάτων μπορούμε να προσφέρουμε την επιλογή premium συνδρομής τους, στην οποία με την καταβολή ενός χρηματικού ποσού θα εξασφαλίζουν πως τα καταστήματά τους θα εμφανίζονται πρώτα στην λίστα. Η καταβολή του χρηματικού ποσού μπορεί να είναι εφάπαξ ή μηνιαίο (π.χ. 5 ευρώ/μήνα). Τελικά, όσον αφορά την σχέση της εφαρμογής με το εκάστοτε κατάστημα, παρουσιάζεται η ανάγκη δέσμευσης ενός μικρού ποσοστού ανά παραγγελία. Είναι μια τακτική που ακολουθούν οι μεγαλύτερες πλατφόρμες παραγγελίας φαγητού και συνιστά ένα μεγάλο κομμάτι των εσόδων. Επίσης, σημαντικό ρόλο παίζει η διαφήμιση του προϊόντος. Το πρώτο βήμα είναι η ενεργός παρουσία στα social media και η δημιουργία περιεχομένου. Εφόσον, το προϊόν απευθύνεται σε νεότερο κοινό είναι θεμιτό να γίνει η προσέγγισή τους στις πλατφόρμες που χρησιμοποιούν καθημερινά. Η χρήση εργαλείων για personalized ads παράλληλα με την διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα συνεισφέρουν στην προώθηση. Άλλες επιλογές μετρίασης του κόστους είναι η κυκλοφορία δύο εκδόσεων της εφαρμογής, η μία θα είναι δωρεάν στο download αλλά θα περιέχει διαφημίσεις, ενώ η δεύτερη θα είναι ad-free και θα μπορεί να γίνει αναβάθμιση έναντι χρηματικού ποσού (1-2 ευρώ).

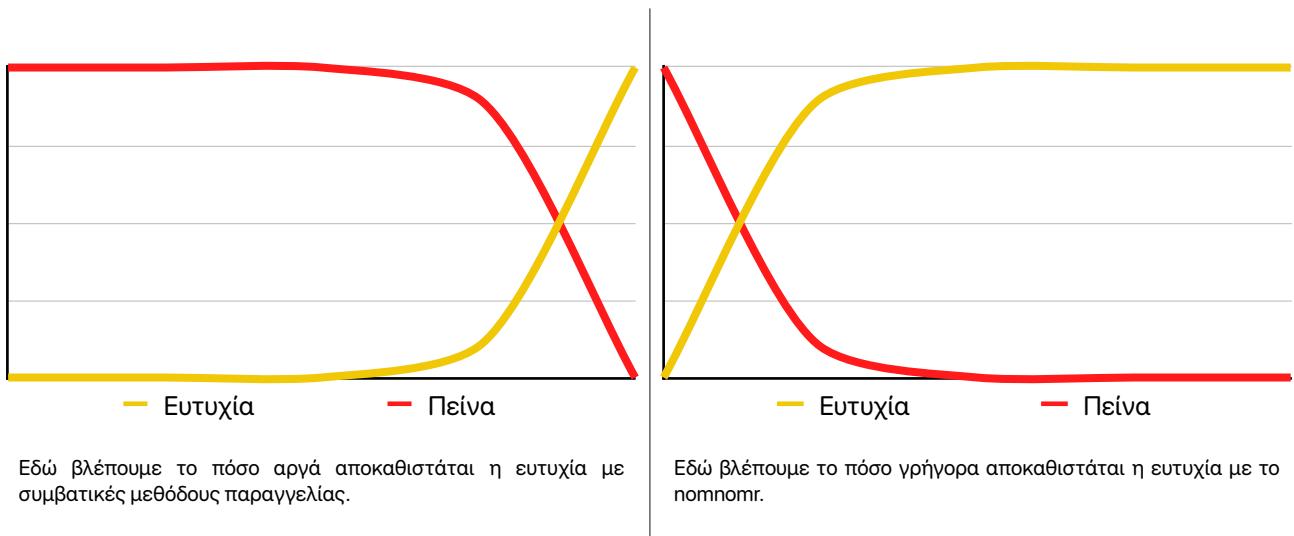
Η ανάλυση των οικονομικών στοιχείων είναι βασικό εργαλείο για την αποφυγή χρεοκοπίας και κατ' επέκταση αποτυχίας. Για τον λόγο αυτό, υπάρχει επιτακτική ανάγκη για την κατασκευή ενός ισολογισμού. Ο ισολογισμός απαρτίζεται από στοιχεία, τα οποία σε δεδομένες χρονικές στιγμές (συνήθως 31/12 ή 30/6) απεικονίζουν την οικονομική κατάσταση της εταιρίας από την έναρξη του έργου. Απαραίτητα πρέπει να αποτελείται από την περιουσία της επιχείρησης, τα μέσα δράσεως, τις υποχρεώσεις της εταιρείας προς τρίτους, τα ποσά που έχουν επενδύσει οι ιδιοκτήτες σε αυτή και τυχόν έκτακτα έξοδα. Η κατασκευή και η ανάλυση του ισολογισμού θα γίνει από έμπειρη και καταρτισμένη ομάδα οικονομικής διαχείρισης.

Θέματα Ζήτησης

Τα τελευταία χρόνια κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οι ηλεκτρονικές παραγγελίες φαγητού έχουν εκτοξευτεί. Οι εφαρμογές αυτές σε συνδυασμό με την εξάπλωση του δικτύου συνεργαζόμενων καταστημάτων οδήγησαν στην ραγδαία αύξηση της καθημερινότητας μας, αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών προτιμάει της ηλεκτρονικές παραγγελίες από τη διαδικασία άφιξης στο φυσικό κατάστημα. Δεν είναι τυχαίο ότι μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες του χώρου, απασχολεί πάνω από 6.000 άτομα, εκτελεί πάνω από 1,5 εκατ. παραγγελίες τον μήνα (στην Ελλάδα μόνο) και έχει κεφαλαιοποίηση που ξεπερνά τα 6,5 δισ. ευρώ. Ο ανταγωνισμός στη δυναμικά αναπτυσσόμενη αγορά του online delivery, ανάμεσα στις ήδη δημοφιλείς εφαρμογές και στις συνεχείς νέες προσθήκες, είναι τεράστιος.

Σε κανέναν δεν αρέσει να περιμένει. Ακόμη χειρότερα, σε κανέναν δεν αρέσει να περιμένει, όταν πεινάει. Το να συντονίσεις μια ομάδα ανθρώπων είναι έτσι κι αλλιώς δύσκολο, γίνεται όμως πολύ δυσκολότερο όταν είναι μια πεινασμένη ομάδα ανθρώπων που προσπαθεί να αποφασίσει τι θα παραγγείλει για να φάει. Κάθε λεπτό που περνάει σε όλους φαίνεται αιώνας και μεγαλώνει την δυσαρέσκεια τους, κάνοντας την παραγγελία όλο και πιο δύσκολη. Εκεί έρχεται το nomnomr, μια πρωτότυπη ιδέα η οποία δεν έχει εμφανιστεί ακόμη στην ελληνική αγορά και προσφέρει περισσότερες λειτουργίες όσο αναφορά τη διευκόλυνση των παραγγελιών και την εξοικονόμηση χρόνου, για να οργανώσει αυτό το χάος πεινασμένων.

Όπως είναι κοινώς αποδεκτό, υπάρχει μια αντίστροφη σχέση μεταξύ της ευτυχίας και της πείνας. Είναι κρίσιμης σημασίας λοιπόν να αποκατασταθεί το γρηγορότερο δυνατό η ευτυχία μέσω της μείωσης της πείνας. Οι μέθοδοι διαδικτυακών παραγγελιών μέχρι τώρα, αν και δουλεύουν ικανοποιητικά για ατομικές παραγγελίες ή για παραγγελίες μικρού πλήθους ατόμων, γίνονται χρονοβόρες και αναποτελεσματικές, ενώ συχνά καταλήγουν σε αδιέξοδο, όταν χρειάζεται να παραγγείλουν πολλά άτομα. Η πρόταση μας (η οποία περιγράφεται αναλυτικά στο Project Description) έρχεται να το αλλάξει αυτό, κάνοντας τις παραγγελίες φαγητού, αυτό που πρέπει να είναι, διασκεδαστικές και άμεσες. Όστε να περνάμε περισσότερο ποιοτικό χρόνο μαζί, και λιγότερο χρόνο να χαϊδεύουμε την κοιλιά μας που γουργουρίζει επίμονα. Στα παρακάτω διαγράμματα μπορείτε να δείτε οπτικοποιημένο, το όφελος που προσφέρουμε.



Ο χρόνος επιλογής και παραγγελίας μειώνεται σημαντικά. Συνεπώς, το όφελος του τελικού χρήστη, και άρα το αν θα είναι διατεθειμένος να χρησιμοποιήσει το nomnomr, είναι προφανές.

Από τα παραπάνω, όχι μόνο αποδείξαμε ότι υπάρχει ευρύ αγοραστικό κοινό για τον εφαρμογή μας, αλλά ότι επιπλέον, αυτό το κοινό έχει κίνητρο να την επιλέξει.

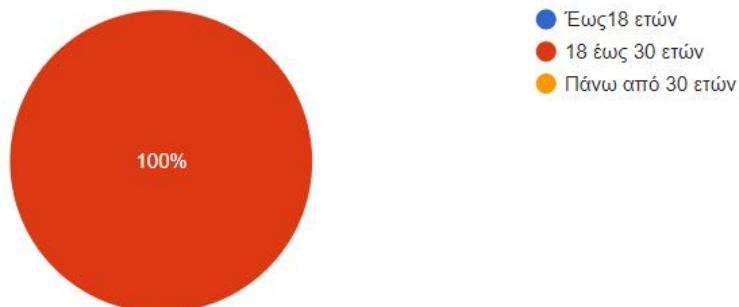
Επίσης, δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο παρουσιάζοντας το έργο μας σε ένα δείγμα από τους πιθανούς μελλοντικούς μας πελάτες. Οι ερωτήσεις που περιέχει το ερωτηματολόγιο είναι οι εξής:

Ερωτηματολόγιο

Για να αξιολογήσουμε την αντίδραση του κοινού στο nomnomr δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο (<https://forms.gle/KJWWNK6W682SSAY38>). Παρακάτω σας παραθέτουμε τις απαντήσεις που λάβαμε:

1. Ποιά είναι η ηλικία σας;

22 απαντήσεις

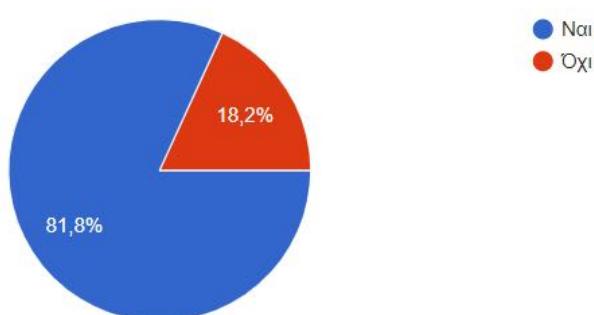


Η εφαρμογή μας απευθύνεται κυρίως σε νέους και οι απαντήσεις που λάβαμε ήταν αποκλειστικά από άτομα της ηλικιακής ομάδας 18 έως 30 ετών.

Ένα καθοριστικό μεγάλο ποσοστό εξ αυτών απάντησε θετικά, όσον αφορά την χρησιμότητα της εφαρμογής που προτείνουμε στους εν δυνάμει χρήστες μας.

2. Θεωρείτε ότι η συγκεκριμένη εφαρμογή καλύπτει τις ανάγκες αυτής της αγοράς;

22 απαντήσεις



3. Σε περίπτωση που απαντήσατε "Όχι" στην ερώτηση 2, επιλέξτε πιθανούς λόγους:

5 απαντήσεις

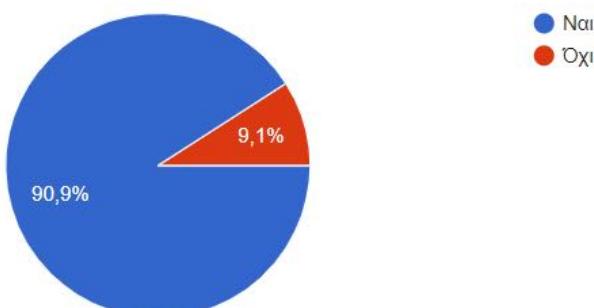


Ωστόσο, υπήρξαν ορισμένες αρνητικές απαντήσεις, οι οποίες πραγματεύονταν:

- «θεωρώ ότι η χρήση της εφαρμογής θα είναι περίπλοκη», την πολυπλοκότητα της εφαρμογής κατά την εμπειρία του χρήστη.
- «έχω ήδη εγκατεστημένη μια παρόμοια εφαρμογή», τον ανταγωνισμό έναντι παρόμοιων εφαρμογών που υπάρχουν ήδη στην αγορά.
- «θεωρώ ότι απευθύνεται σε ένα πολύ μικρό υποσύνολο παραγγελιών κι ακόμα και σ' αυτή τη περίπτωση (που είναι δηλαδή χρήσιμη) φαίνεται τόσο χρονοβόρα όσο ο παραδοσιακός τρόπος επίλυσης του προβλήματος», το πόσο χρονοβόρα μπορεί να αποβεί η διαδικασία επιλογής καταστήματος, καθώς και το πόσο μικρό είναι το target group μας.
- «αμφισβητώ την αποδοτικότητα της όσο αναφορά τη γρήγορη επιλογή καταστήματος και παραγγελίας», την αποδοτικότητα όσον αφορά την ταχύτητα επιλογής καταστήματος.

4. Θεωρείτε ότι η λειτουργία swipe right-left θα σας βοηθήσει στην εξοικονόμηση χρόνου;

22 απαντήσεις



Η λειτουργία swipe right – left (μου αρέσει – δεν μου αρέσει), βρίσκει σύμφωνους το 90,9% των εν δυνάμει χρηστών της εφαρμογής όσον αφορά την εξοικονόμηση χρόνου.

5. Εάν απαντήσατε "Όχι" στην ερώτηση 4, αναφέρετε τον πιθανό λόγο:

2 απαντήσεις

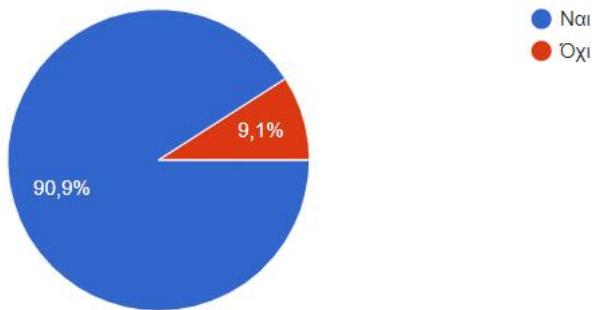
Τα καταστηματα ειναι παρα πολλα

Στο tinder μεχρι στιγμης δεν με εχει βοηθησει

Στο σημείο αυτό, να αναφέρουμε πως όπως φαίνεται και στις παραπάνω οι θέσεις του project description, ο αριθμός των καταστημάτων δεν θα αποτελεί πρόβλημα καθώς ο χρήστης θα έχει την δυνατότητα να τον περιορίσει σε όσα καταστήματα επιθυμεί να του εμφανιστούν βάσει των φίλτρων που επιλέγει: Δημοφιλέστερα, Καλύτερη Βαθμολογία, Γρηγορότερα, Κοντινότερα, Ελάχιστο Κόστος Παραγγελίας. Στην εισαγωγή του ερωτηματολογίου, όπως είναι εμφανές, αναφέρουμε την βασική χρηστικότητα της εφαρμογής δίχως πολλές λεπτομέρειες, επομένως, είναι λογικό τα άτομα που απάντησαν να αναφέρουν ήδη «λυμένα» προβλήματα.

6. Θεωρείτε ότι η εφαρμογή θα βοηθήσει στην επιλύση του προβλήματος πληρωμής σε περισσότερα του ενός άτομα;

22 απαντήσεις



Η ξεχωριστή πληρωμή ανά χρήστη, όπως φαίνεται και από τις παραπάνω απαντήσεις, βρίσκει τους εν δυνάμει χρήστες μας σύμφωνους.

7. Εάν απαντήσατε "Όχι" στην ερώτηση 6, αναφέρετε τον πιθανό λόγο:

2 απαντήσεις

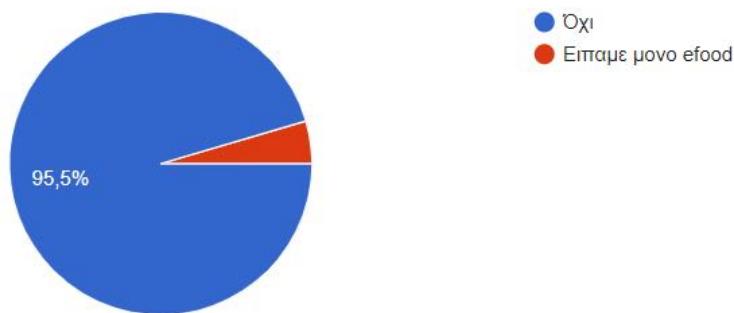
Υπάρχει ήδη λειτουργία "split check" μέσω mobile εφαρμογών μερικών τραπεζών.

Δεν εχω φιλους, μονο για μενα παραγγέλνω

Η διαφορά με αυτό που προτείνει το παραπάνω άτομο, είναι ότι η διαχείριση των πληρωμών θα γίνεται ταυτόχρονα με την πληρωμή κάθε παραγγελίας, χωρίς να χρειάζεται η χρήση 2 εφαρμογών, μία για την παραγγελία φαγητού και μία για το split check.

8. Γνωρίζετε υπάρχουσα εφαρμογή που να έχει παρόμοια χρηστικότητα με την προτεινόμενη εφαρμογή "nomnomr"; Αν ναι, συμπληρώστε το όνομά της στο πεδίο "Άλλο":

22 απαντήσεις



Επιβεβαίωνεται η μοναδικότητα της ιδέας μας, σε σύγκριση με άλλες εφαρμογές της αγοράς. Οι απαντήσεις περί efood στις ερωτήσεις μας, θεωρούμε πως έχουν χιουμοριστικό τόνο. Παρόλα αυτά, σαν χρήστες της συγκεκριμένης εφαρμογής, αναγνωρίζουμε πως δεν διαθέτει τις λειτουργίες που προτείνουμε.

9. Συμπληρώστε λειτουργίες που θα θέλατε να υποστηρίζει το "nomnomr" ώστε να ανταποκρίνεται στις δικές σας ανάγκες:

5 απαντήσεις

Εκπτωτικά κουπονακια οταν εγγράφομαι

Έχω μείνει ευχαριστημένη , είμαι πλήρης

Δυνατότητα παραγγελίας από διάφορα καταστήματα, αγνοώντας το ελάχιστο κόστος παραγγελίας.
Δεδομένου ότι υπάρχουν υπηρεσίες delivery οι οποίες είναι ανεξάρτητες από καταστήματα εστίασης (δεν είναι δηλαδή οι ντελιβεράδες υπάλληλοι του καταστήματος από το οποίο παραγγέλνεις) αυτό είναι εφικτό. Επεκτείνοντας αυτή την ιδέα, οι ντελιβεράδες θα ήταν υπάλληλοι της nom^r κι έτσι κάθε παραγγελία θα χαρακτηρίζοταν ως takeaway για το κατάστημα αφού δε θα χρησιμοποιούσε δικό του delivery.

Θα ήθελα να μου δείχνει και τις προσφορές που έχει το εκάστοτε κατάστημα την ώρα του swipe

Άλλο όνομα σιγουρα. Πραγματικά ποιος το σκέφτηκε αυτό?

Εδώ υπάρχουν ιδέες που προτάθηκαν για το nomnomr:

- Εκπτωτικά κουπόνια: είναι μια ιδέα η οποία θα μπορούσε να γίνει πράξη μετά το λανσάρισμα της εφαρμογής, με σκοπό την έλξη περαιτέρω χρηστών.
- Προσφορές κατά την διάρκεια της επιλογής καταστημάτων: οι προσφορές όπως και τα υπόλοιπα στοιχεία του εκάστοτε καταστήματος, θα εμφανίζονται στο προφίλ του καταστήματος, αν ο χρήστης κάνει swipe up για περαιτέρω πληροφορίες.
- Η λειτουργία που προτείνει το 3o άτομο είναι σίγουρα ενδιαφέρουσα, αλλά την παρούσα στιγμή, αναφερόμαστε πιο πολύ στην δημιουργία της πλατφόρμας και αργότερα, στην επέκταση αυτής της υπηρεσίας.
- Το όνομα αποτελεί προϊόν brainstorming της ομάδας μας και δεν είναι συζητήσιμο.

Το ερωτηματολόγιο **παρέμεινε** ανοιχτό μέχρι τις 30 Μαρτίου, και σας προσκαλούμε να το συμπληρώσετε.

Εργαλεία Που Χρησιμοποιήθηκαν

Pages

Χρησιμοποιήθηκε για την τελική σύνδεση των κειμένων, την μορφοποίηση τους, την εισαγωγή των mockups και την εξαγωγή του pdf.

Word

Χρησιμοποιήθηκε για την σύνταξη των κειμένων.

Google Form

Κατασκευή ερωτηματολογίου.