**前景与范围**

# 1 业务需求

## 1.1应用背景

目前，大部分喜欢逛街的人习惯于奔走于各个商场只为了去比较同款商品价格，有时会因为忘记去比较而未能够以满意的价格买到合适的商品。在各个商场之间的游走会耗费很多无用的时间同时会消耗人的许多体力，缺少比价的行为则会耗费额外的金钱，另外缺少一定目的性的逛街也会让人平白地消耗大量精力甚至最终一无所获。这是很多喜欢逛街的人面临的一个问题。

## 1.2业务机遇

人们在逛街之前通过一个商场价格信息整合系统看到自己附近（或者所要前往）的各大商场相关价格（包括优惠）信息，能够查看同一品牌在不同商场的促销活动和上新信息。通过这样一个系统，使用这一服务的人们可以节约相当多消耗在周转于各个商场的时间，并且通过该服务的比价行为可以更准确地找到价廉物美的商品，同时节省了很多金钱。人们在逛街之前将获得一个较为清晰的目的，这样大大降低了空手而归的可能性同时减少了人们在抉择时刻的精力消耗。对于商家而言，该系统能够将商家的优惠信息及时地展示在消费者的视线可及范围内，降低广告成本。最终达到双赢效果。

## 1.3业务目标与成功标准

### 业务目标：

BO-1:在第一个版本应用之后的6个月内，增加用户满意度。

度量标准（Scale）：对用户进行系统使用效果反馈调查；

计量方法（Meter）：对调查结果进行统计分析；

理想标准：满意度达到80%；一般标准：满意度达到60%；最低标准：满意度达到50%

BO-2:在第一个版本应用之后的12个月内，减少商家20%的广告成本。

BO-3:在第一个版本应用之后的3个月内，使用该系统的消费者消耗在路上的逛街时间减少30min或以上。

### 成功标准：

SC-1: 在第一个版本应用之后的6个月内，使用该系统的总人数达到2000人次或以上。

SC-2: 在第一个版本应用之后的3个月内，该系统能够承担20家或以上商场的优惠信息搜集。

SC-3: 在第一个版本应用之后的3个月内，该系统用户满意度达到最低标准；在第一个版本应用之后的6个月内，该系统用户满意度达到一般标准；在第一个版本应用之后的12个月内，该系统用户满意度达到理想标准。

1.4业务风险

RI-1:使用该系统的消费者太少，减少了对系统开发、推广以及维护的投资回报

可能性为0.4，影响为9

RI-2:部分商家可能并不认同该系统的投入带来的市场竞争行为，而导致信息收集存在难度，同时降低用户对系统满意度并可能减少他们对这一系统的使用

可能性为0.2，影响为5

RI-3:部分用户可能并不认同该系统所带来的便利作用，并不认同节省时间对于逛街的作用，这会减少用户对这一系统的使用

可能性为0.3，影响为5

# 2 项目前景

## 2.1前景概述

对那些希望增加逛街的目的性、减少逛街时间、节省逛街成本的消费者来说，“商场价格信息整合系统”是一个基于移动端的应用程序，它允许用户通过网络快速查询相关地点周围的商场优惠信息，并且允许用户查询同一品牌不同商场的促销活动和上新信息，提供给用户快捷方便的比价功能。与传统逛街行为相比，该系统的用户不需要通过在各个商场之间的周转来获取价格信息，这可以节省他们的时间与精力，在一定程度减少金钱消耗，是他们的逛街更有目的性。

## 2.2主要特性（待补充）

FE-1:用户通过相应操作定位周边商场

FE-2:显示各个商场的优惠活动信息

FE-3:根据用户选择的商场所提供的各种商品信息进行价格显示

FE-4:根据用户请求品牌信息显示同一品牌在周边商场的促销活动和上新信息

FE-5:用户能够对相关产品进行评价并查看他人评价

FE-6:用户能够把相关商品组织构成购物清单并记录

FE-7:买家用户能够通过该系统发布更新商品信息

## 2.3假设与依赖（待补充）

AS-1:商家能够及时更新相关信息，保证信息的及时性

DE-1:如果商场有自己的商品信息管理系统，那么“商场价格信息整合系统”必须能与这一系统进行双向通信。

# 3 项目范围

## 3.1第一版范围

第一版本将选择某一商圈进行试点运营，面向的用户是位于该商圈地域范围内消费者及商家。在第一版本范围内，需要做到用户能够迅速查看已入驻商场的相关促销、优惠活动，能够通过选择相应商场的方式查看该商场的各种商品信息，同时通过选择相应品牌的方式选择查看同一品牌在周边商场的促销活动和上新信息以达到比价的目的。对于卖家用户而言，系统需要提供他们及时发布更新商品信息的途径。

## 3.2后续版本范围

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 特性 | 版本1 | 版本2 | 版本3 |
| FE-1 | 定位于某一商圈进行试点运营 | 扩大入驻商家的群体，促使某城市大部分商家入驻 | 如果运营良好，继续扩大商家群体，在全国范围内运营 |
| FE-2 | 完全实现 |  |  |
| FE-3 | 完全实现 |  |  |
| FE-4 | 完全实现 |  |  |
| FE-5 | 不实现 | 完全实现 |  |
| FE-6 | 不实现 | 完全实现 |  |
| FE-7 | 完全实现 |  |  |

## 3.3限制与排除

LI-1:由于某些商品的信息未经录入或未及时更新等原因，不能保证提供的信息与现实完全同步

LI-2:由于商家提供信息不甚完整、时间差等诸多原因，不能保证所有信息的完整录入

LI-3: “商场价格信息整合系统”只能在入驻商家之间进行比价

# 4 项目环境

## 4.1操作环境（待完善）

该系统要求运行在移动端（以Android、IOS、WP三大平台为主）。面向的用户以地域为范围，要求系统能24小时运行。

## 4.2涉众

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 涉众 | 主要目标 | 态度 | 主要关注点 | 约束条件 |
| 买家 | 可以通过系统获得较为完整的市场信息，更好地选择心仪的商品，并以较为便宜的价格获得。 | 作为系统的主要服务对象，系统的使用能够节省时间、金钱和精力，所以积极支持该系统，但不能确保能够得到满意的结果 | 使用要简单；商品信息要有效；信息要丰富、及时； | 需要连接网络保证信息的及时更新；无法获得未入驻商家的相关销售信息 |
| 商场管理层 | 可以让更多的消费者看到商场的优惠促销活动，减少广告成本 | 能够接受，但比较谨慎 | 尽量少使用新技术；关注运营后对市场产生的影响，关注使用系统的成本 | 尚未有充足的用户基础，无法预测使用系统的成效，缺少非常强烈的动机去使用系统 |
| 品牌销售员 | 得不到太多益处，会增加经营中的操作步骤 | 不愿意采用该系统，但能够认识到该系统的价值所在 | 尽量减少简化商品信息发布更新的相关步骤 | 需要时间去适应销售步骤的变更 |
| 需求提出者 | 帮助提高消费者的购物效率，节省大众的时间与金钱 | 强烈承诺完成版本2，在条件许可的情况下完成版本3 | 适应该系统能够有效节省用户的时间、金钱和精力 | 无 |

## 4.3项目属性

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 属性 | 执行者 | 约束因素 | 可调整因素 |
| 进度 |  |  | 计划于2015年2月底完成第一版，2015年4月底完成第二版，2015年6月底完成第三版（经营良好，条件许可）；在不包括责任人评审的情况下，最多可超过期限3个星期 |
| 特性 |  | 1.0版本中要求实现的特性必须完全可操作 |  |
| 质量 |  | 必须通过95%的用户验收测试；必须通过全部的安全性测试；所有的安全事务都必须遵守相关的安全标准 |  |
| 人员 | 团队规模包括一名兼职的项目经理，两名开发人员和一名兼职的测试人员；如果有必要，还可以再增加兼职的开发人员 |  |  |
| 费用 |  |  | 在不包括责任人评审的情况下，财政预算最多可超支15% |

# 词汇表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 缩写 | 英文English | 中文 |
| BO | Business Object | 业务对象 |
| SC | Success Criteria | 成功标准 |
| RI | Risk | 业务风险 |
| FE | Feature | 系统特性 |
| AS | Assume | 假设 |
| DE | Dependence | 依赖 |
| LI | Limit | 限制与排除 |

# 参考资料（待完善）

# 附录（待完善）