

Project Management

michele.mongardi2@studio.unibo.it

federico.mazzini3@studio.unibo.it

CUSTOM MADE



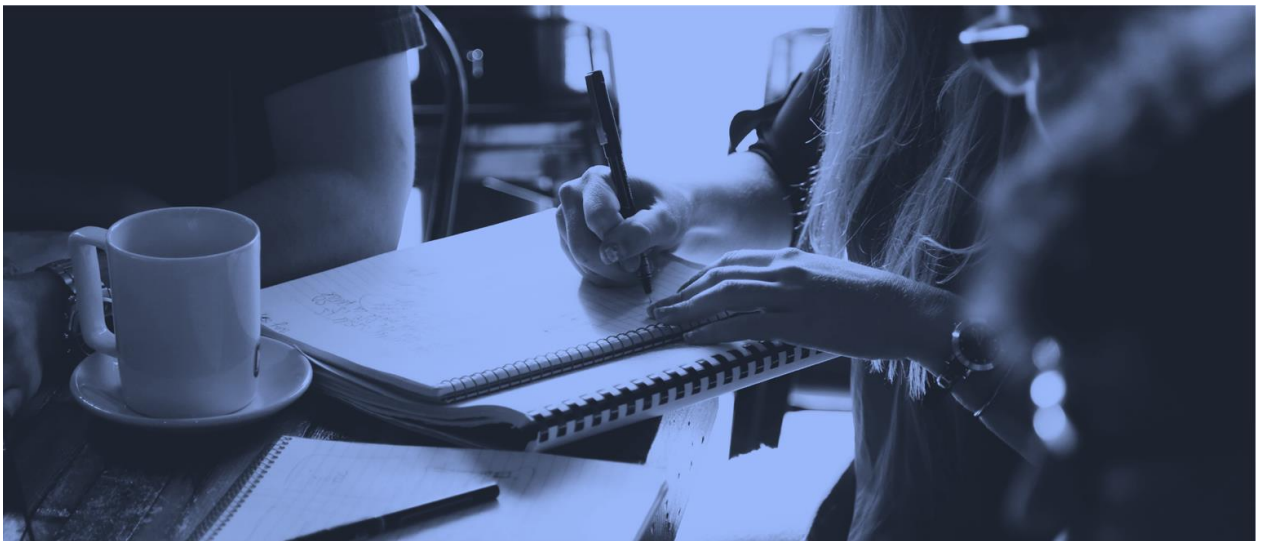
**Custom
Made**

SOMMARIO

Proposta progetto	2
Presenza digitale ed e-commerce	2
Servizio di drop shipping	2
Project Overview Statement (POS)	3
Problema/Opportunità	3
Goal	3
Obiettivi	3
Criteri di successo	4
Assunzioni, Rischi e Ostacoli	5
Condition of Satisfaction (CoS)	6
Requirement Breakdown Structure (RBS)	7
MoSCoW	8
Project Impact Statement template	9

CUSTOM MADE è un'azienda di articoli personalizzabili attiva nel settore da più di 40 anni. Conta diverse sedi sparse sul territorio a livello regionale. Il suo è un modello di business locale, in quanto i suoi clienti si recano in una delle filiali per richiedere i prodotti personalizzati. In seguito alla situazione d'emergenza sanitaria la direzione di CUSTOM MADE ha riscontrato una diminuzione del fatturato di circa il 25% rispetto agli anni precedenti. Per tentare di invertire il trend negativo, l'azienda si prepone di espandere il suo modello di business online, oltre che a mantenere i suoi store fisici.

L'azienda ha recentemente assunto una figura specializzata in Digital Transformation, la quale ha proposto di apportare una serie di innovazioni digitali.



Presenza digitale ed e-commerce

CUSTOM MADE affermerà la sua presenza online con un e-commerce, in cui i clienti potranno acquistare i vari prodotti dell'azienda personalizzandoli a loro piacimento. La soluzione dovrà quindi avere uno spazio dedicato alla personalizzazione degli articoli.

Servizio di drop shipping

Sfruttando l'opportunità generata dall'e-commerce, CUSTOM MADE si prepone anche di offrire un servizio di drop shipping. Grazie ad esso, coloro che vorranno vendere prodotti personalizzati online potranno farlo senza gestire le scorte sfruttando i servizi di personalizzazione, stoccaggio e spedizione messi a disposizione da CUSTOM MADE.

Project Overview Statement (POS)

Problema/Opportunità

- Recentemente CUSTOM MADE ha perso il 25% del fatturato, dovuto sia all'attuale emergenza sanitaria, sia alla crescita esponenziale del mercato online.
- L'azienda può sfruttare il fiorente mercato dell'online e aprirsi ad altri modelli di business diversi dalla vendita al dettaglio, come il drop shipping.

Goal

- Affermare la presenza online di CUSTOM MADE rilasciando un e-commerce in modo tale da creare un nuovo canale di vendita e aumentare i potenziali clienti.
- Offrire un nuovo servizio di drop shipping che consenta a un venditore online di vendere la propria merce sfruttando i servizi di stoccaggio, personalizzazione e spedizione di custom made.

Obbiettivi

- Sviluppare un sistema di e-commerce centralizzato che consenta l'acquisto di prodotti personalizzati a livello globale, in modo tale da aumentare la visibilità dell'azienda e i potenziali clienti.
- Sviluppare un sistema visuale integrato all'e-commerce che consenta di personalizzare i vari prodotti disponibili.
- Sviluppo di un sistema di assegnamento di un ordine alla filiale più consona sulla base del loro attuale carico di lavoro e posizione rispetto al cliente finale.
- Sviluppo di un sistema di gestione delle scorte centralizzato, il quale tenga traccia delle disponibilità correnti dei vari magazzini sparsi tra le sedi fisiche.
- Sviluppare un sistema che permetta ad entità terze di inoltrare automaticamente gli ordini effettuati sui loro e-commerce verso CUSTOM MADE, il quale si occuperà di realizzare e spedire il prodotto finito, seguendo quello che è il modello di business del drop shipping.

Criteri di successo

- Recupero del 20% del fatturato perso entro 1 anno dalla messa in produzione
- Il fatturato, a 1 anno dalla messa in produzione dei sistemi, sarà composto in egual misura tra ordini fisici e online, ovvero 50% di ordini effettuati online e 50% di ordini effettuati fisicamente.
- Il 95% degli ordini effettuati online, sia al dettaglio che tramite drop shipping, devono essere completati in tempi simili a quelli di un ordine fisico, cioè 3 giorni lavorativi dalla ricezione dell'ordine, esclusa la spedizione
- Il 90% degli ordini effettuati online, sia al dettaglio che tramite drop shipping, devono essere consegnati al cliente entro 7-10 giorni lavorativi
- Grazie al sistema di assegnamento ordini, ogni filiale deve mantenere una capacità produttiva non superiore al 90%
- Diminuire del 20% il tempo medio d'attesa per la sottomissione di un ordine quando viene effettuato tramite e-commerce rispetto allo store fisico.



Assunzioni/Rischi/Ostacoli

Sistema di e-commerce

Assunzioni:

- Deve essere disponibile e mantenuto aggiornato il catalogo prodotti per poter essere riportato e presentato agli utenti online
- L'aspetto UI/UX deve essere centrale nello sviluppo dell'applicativo
- Il sottosistema di ricezione degli ordini deve essere comune con quello del drop shipping

Rischi e ostacoli:

- Rischio che l'e-commerce non venga utilizzato a causa di un'errata campagna pubblicitaria
- Rischio che le vendite dell'e-commerce non rispecchino le aspettative a causa della presenza di competitor online, i quali già possiedono una clientela fissa

Sistema di drop shipping

Assunzioni:

- Il sottosistema di ricezione degli ordini deve essere comune con quello dell'e-commerce
- Qualsiasi prodotto venduto tramite drop shipping deve essere sottomesso precedentemente dal venditore come modello di prodotto.

Rischi e ostacoli:

- Questo nuovo modello di business, se di successo, rischia di sovraccaricare di ordini le sedi fisiche.

Sistema di logistica ordini

Assunzioni:

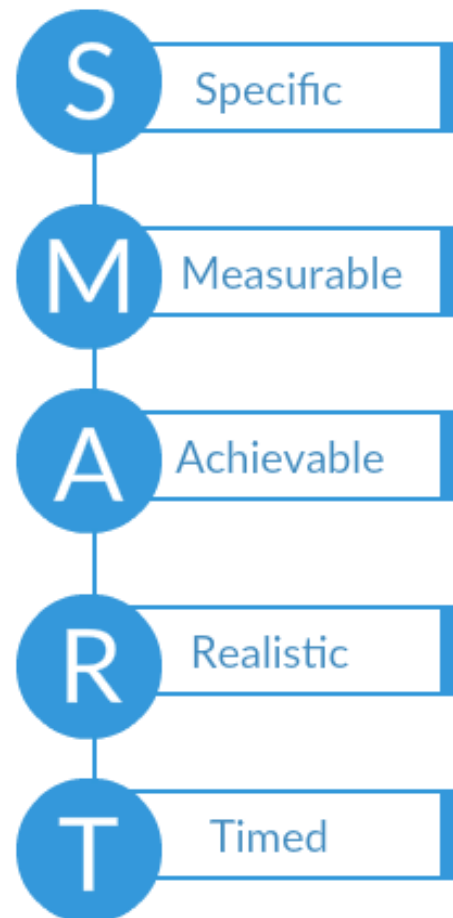
- L'indirizzamento di un ordine alla sede fisica è effettuato sulla base del carico di lavoro attuale delle sedi, sulla disponibilità dei prodotti e alla ubicazione del cliente.

Rischi:

- Il carico di lavoro potrebbe essere eccessivo da non permettere
- A causa dell'eccessivo carico di lavoro di una filiale vi è il rischio di non consegnare in tempo la merce

Condition of Satisfaction (CoS)

- Il progetto deve rispettare il budget prefissato, definito a 200k euro
- Il progetto deve rispettare la scadenza prefissata, ovvero di 6 mesi dall'inizio dello sviluppo.
- I clienti che acquistano online devono poter personalizzare i prodotti allo stesso modo in cui possono farlo in uno store fisico
- Si deve far particolare attenzione alla UI e UX in modo tale da rendere l'acquisto un'esperienza positiva per i clienti
- I clienti sono soddisfatti dell'esperienza di acquisto online, si predispone la valutazione di questa metrica mediante un sistema di recensioni
- Gli ordini derivanti dalla vendita online devono essere indirizzati alla filiale più consona sulla base del loro attuale carico di lavoro e posizione rispetto al cliente finale, in modo tale da minimizzare i tempi di realizzazione e consegna dei prodotti
- La gestione delle scorte deve essere centralizzata, in modo tale da poter sapere le disponibilità correnti dei vari magazzini sparsi tra le sedi fisiche.
- I prodotti venduti tramite drop shipping devono essere preventivamente definiti dall'entità terza che fa uso del servizio, definendo dei modelli prestabiliti.
- Gli ordini effettuati online, sia al dettaglio che tramite drop shipping, devono essere consegnati al cliente entro 7-10 giorni lavorativi
- Il rilascio dell'e-commerce ha priorità sullo sviluppo e il rilascio del sistema di drop shipping



1. Affermare la presenza online di CUSTOM MADE
 - 1.1. Realizzazione di un sito di e-commerce
 - 1.1.1. Digitalizzazione del catalogo prodotti
 - 1.1.1.1. Schermata di visualizzazione catalogo prodotti
 - 1.1.1.2. Aggiunta di un prodotto al catalogo
 - 1.1.1.3. Eliminazione di un prodotto dal catalogo
 - 1.1.2. Gestione utenti all'interno dell'e-commerce
 - 1.1.2.1. Registrazione di un utente all'e-commerce
 - 1.1.2.2. Login di un utente registrato
 - 1.1.2.3. Eliminazione di un utente registrato
 - 1.1.3. Tool visuale di personalizzazione dei prodotti
 - 1.1.3.1. Salvataggio del prodotto personalizzato
 - 1.1.4. Acquisto di prodotti personalizzati
 - 1.1.4.1. Definizione carrello utente
 - 1.1.4.2. Raccolta dati spedizione
 - 1.1.4.3. Raccolta dati di pagamento
 - 1.1.5. Recensione di un prodotto acquistato
 - 1.2. Realizzazione di un sistema di dropshipping
 - 1.2.1. Creazione di un modello di prodotto
 - 1.2.2. Sottomissione di un ordine di drop shipping
 - 1.3. Sistema centralizzato di gestione e monitoraggio scorte
 - 1.3.1. Monitoraggio dello stato corrente di tutti i magazzini con relative disponibilità
 - 1.3.1.1. Monitoraggio tramite interfaccia web
 - 1.3.1.2. Monitoraggio automatizzato tramite API
 - 1.3.2. Aggiornamento delle disponibilità correnti di un magazzino
 - 1.4. Sistema di assegnamento ordini automatico
 - 1.4.1. Reindirizzamento di un ordine alla filiale più consona per gestirlo
 - 1.4.1.1. Definizione della filiale più consona
 - 1.4.1.1.1. Controllo filiale più vicina
 - 1.4.1.1.2. Controllo disponibilità prodotti filiale
 - 1.4.2. Notifica assegnamento ordine alla filiale individuata

1. Affermare la presenza online di CUSTOM MADE	
1.1. Realizzazione di un sito di e-commerce	M
1.1.1. Digitalizzazione del catalogo prodotti	M
1.1.1.1. Schermata di visualizzazione catalogo prodotti	M
1.1.1.2. Aggiunta di un prodotto al catalogo	M
1.1.1.3. Eliminazione di un prodotto dal catalogo	M
1.1.2. Gestione utenti all'interno dell'e-commerce	M
1.1.2.1. Registrazione di un utente all'e-commerce	M
1.1.2.2. Login di un utente registrato	M
1.1.2.3. Eliminazione di un utente registrato	M
1.1.3. Tool visuale di personalizzazione dei prodotti	M
1.1.3.1. Salvataggio del prodotto personalizzato	M
1.1.4. Acquisto di prodotti personalizzati	M
1.1.4.1. Definizione carrello utente	M
1.1.4.2. Raccolta dati spedizione	M
1.1.4.3. Raccolta dati di pagamento	M
1.1.5. Recensione di un prodotto acquistato	C
1.2. Realizzazione di un sistema di dropshipping	S
1.2.1. Creazione di un modello di prodotto	S
1.2.2. Sottomissione di un ordine di drop shipping	S
1.3. Sistema centralizzato di gestione e monitoraggio scorte	M
1.3.1. Monitoraggio dello stato corrente di tutti i magazzini con relative disponibilità	M
1.3.1.1. Monitoraggio tramite interfaccia web	S
1.3.1.2. Monitoraggio automatizzato tramite API	M
1.3.2. Aggiornamento delle disponibilità correnti di un magazzino	M
1.4. Sistema di assegnamento ordini automatico	M
1.4.1. Reindirizzamento di un ordine alla filiale più consona per gestirlo	M
1.4.1.1. Definizione della filiale più consona	M
1.4.1.1.1. Controllo filiale più vicina	M
1.4.1.1.2. Controllo disponibilità prodotti filiale	M
1.4.2. Notifica assegnamento ordine alla filiale individuata	M

Project Impact Statement template

9

Persona / entità che ha effettuato la richiesta
Descrizione
Business value apportato / Problemi risolti dal cambiamento
Attività che il cambiamento richiede per essere completato
Impatto causato dal cambiamento a livello di:
<div>Costi</div> <div>Schedula</div> <div>Qualità della soluzione</div> <div>Risorse</div>
Rischi
Alternative al cambiamento e analisi di differenti scenari