Mobilní aplikace myRetail

Vize a popis funkcionality

(Michael Žabka)

# Úvod

Primárním cílem aplikace je nabídka slev k produktům a jejich popis (tedy aktivní komunikace se zákazníkem). Tyto nabídky jsou různých typů jako plošné pro všechny, pro určitý segment nebo individuální. Krom základní funkcionality bude obsahovat další tzv. moduly popsané níže. Mobilní aplikace pak bude sbírat informace o uživateli, které budou využívány pro personalizaci zákazníka. Aplikace bude k dispozici pro platformy Android, iOS (iPhone), Palm (Blackberry), Windows Phone a dále v omezené formě přímo přes web v libovolném internetovém prohlížeči. Aplikace je vyvíjena od MVP (Minimal Value Product).

# Beta aplikace online

<http://myretail.avantcore.cz:14500/myRetail.html>

# Funkcionalita

## Nabídky

Základní možností je prohlížení nabídek produktů. K těmto nabídkám je k dispozici cena, původní cena a sleva. Dále pak označení o jaký typ slevy se jedná (personální, segmentovou a plošnou). Samozřejmě obrázek, popis a detail nabídky.

### Věrnostní systém

Součástí nabídek je i informace o stavu „věrnostních bodů“. Tento princip bude jak v běžné kumulativní absolutní formě, tak ve speciální časově omezené.

#### Věrnostní body

Absolutní forma znamená, že zákazník sbírá body za celou existenci využívání programu. Za ty je následně možné odměňovat zákazníka nebo nakupovat věrnostní předměty (možný i tzv. cashback peněz zpátky zákazníkovi).

#### Věrnostní status

Druhý způsob bude principiálně sbírání bodu v časovém intervalu. Zákazník bude tak motivován např. v týdnu nakupovat a získávat vyšší status, za který bude získávat vyšší slevy. Status bude pohybovat v diskrétních pásmech (např. zelené, modré, oranžové a červené pásmo), které bude odrážet počet získaných bodů za daný týden.

#### Speciální (push) nabídky

Speciální nabídky budou moci být automaticky oznámeny v oznamovací oblasti zařízení (pokud bude uživatelem povoleno). Bude tak činěno např. v době kdy uživatel chodí obvykle nakupovat či v místě (blízkosti) prodejny (na základě dat zjištěných z předchozího používání aplikace).

## Sbírání ocenění

Tato možnost souvisí s předchozím věrnostním programem. Získání různých ocenění za nákupy. Ocenění mohou být rozděleny na různé segmenty zboží (rohlíky (pekař), mléko (mlékař) apod.).

## Hodnocení

Uživatel bude moct hodnotit produkty, nabídky, recepty apod. Hodnocení může probíhat pomocí like/dislike, hvězdičky, komentáře, počet zobrazení, počet nákupů, recenze atd.

## Seznamy

Zákazník si může vytvářet vlastní seznamy nákupu (stejné jako si lidé vytváří na papíry). Tyto seznamy budou moci obsahovat jak obecný pojem (vajíčka, jogurt apod.) tak konkrétní produkty konkrétní značky (Yoplet jogurt 200g jahodový apod.). Pro rychlejší užití bude využíváno interaktivního našeptávání dle předchozích zkušeností se zákazníkem. Bude možné i podstrčení konkrétního produktu jako jeho propagace (také na základě personalizované zkušenosti se zákazníkem).

### Skupinové seznamy

Seznamy bude možné vytvářet i napříč účty. Tento způsob souvisí se skupinovými účty (např. rodinný účet) „Bude tak možné, aby manželka doma na počítači vytvářela seznam, a manželovy, který pobíhá po krámě, by se interaktivně přidávaly položky do seznamu v jeho mobilu.“ (nahrazení telefonování při nákupu).

### Šablony seznamů

Dále je pak možné nastavení typický položek seznamu nákupu a přednastavení šablon jako např. malý nákup či velký týdenní nákup.

## Recepty

Zákazník bude moc procházet zajímavé recepty pole kategorií, oblíbenosti apod. Suroviny z receptu budou moci být přidány do seznamu nákupu. K nim budou k dispozici další informace, včetně postupu, ceny, popisu atd.

## Upozornění

Aplikace bude mít upozornění, které se budou týkat všech činností v aplikaci a speciální push zprávy (Obdoba facebook notifications).

## Skupiny

Každý zákazník bude moci být zařazen i do skupin, které budou napříč sdílet věrnostní body a další funkcionality. Skupiny budou mít vlastní identifikaci, která bude probíhat obdobným způsobem jako identifikace zákazníka (QR kód apod.).

## Produkty

K dispozici bude nabídka všech produktů, které jsou na jednotlivých prodejnách k mání. K nim bude také informace o cenách, popisy atd. Produkty budou řazeny do kategorií pro snadnější hledání. Zároveň budou moci být přidávány do oblíbených produktů a do nákupních seznamů.

## Nastavení aplikace

Zákazník si bude moci nastavit veškeré možnosti prostředí, nabídek apod. Toto nastavení bude sdíleno s účtem na internetu.

## Přihlášení

Uživatel se do účtu bude muset přihlašovat pomocí přihlašovacích údajů. V nativní aplikaci bude tento krok prováděn pouze jednou. (Při instalaci bude provedena rychlá registrace a odsouhlasení podmínek).

## Smlouvání

Zákazník si bude moct vybrat konkrétní produkty, na které by chtěl slevu. Na základě toho systém vyhodnotí, jestli mu bude sleva poskytnuta, a za jakých podmínek. Při splnění těchto podmínek se mu sleva zobrazí v nabídkách s označením vysmlouvané nabídky.

Produkty, po kterých žádá slevu (smlouvá), si bude uživatel vybírat buď ze seznamu všech produktů, nebo ze zúženého seznamu pro něj adekvátního.

## Odmítání nabídek

Zákazník bude moci odmítnout slevy, které pro něj nejsou adekvátní. Na základě toho se mu zobrazí nová náhradní sleva. Motivací je, aby zákazník získával jen slevy, které žádá. Zároveň však bude omezen počet všech možných nabízených slev. Při odmítnutí slevy se mu již taková sleva nezobrazí.

### Náhradní nabídka

Při odmítnutí nabídky bude náhradní nabídka vystavena formou výběru zákazníka z několika jemu nabídnutých. Počet nabídek, ze kterých si bude moci vybírat, bude závislý na jeho věrnosti (věrnostní body, ocenění, status apod.).

## Seriálové nabídky

Krom běžných nabídek budou k dispozici i seriálové nabídky. Zákazník bude mít k dispozici sekci, ve které budou nabízeny seriálové nabídky. Průběh bude takový, že pokud nakoupí něco, dostane nabídku další na jiný produkt a následně na další a takhle dále. Kritéria pro seriálové nabídky jsou specifické pro různé seriálové nabídky.

## Augmented reality

Do budoucna je plánováno využití fotoaparátu pro vytvoření rozšířené reality. To bude zákazníkovy v reálném čase zobrazovat nabídky a další informace v místech produktů (viz obrázek).



## Identifikace zákazníka

Identifikace zákazníka bude primárně probíhat načtením kódu zákazníka přes QR kód či Bar code. Na základě tohoto spárování budou načteny veškeré individuální slevy atd.

Sekundární způsob identifikace bude probíhat pomocí NFC čipu telefonu (či RFID (věrnostní) karty).

## Hra

Aplikace bude obsahovat možnost dotažení dalších modulů. Mezi ně patří např. hry, které budou souviset s nakupováním a nabídky. Tímto způsobem bude možné řešit prodej modulů a podnikatelský model.

\*Konkrétní specifikace her budou dokumentovány odděleně.

## Automatické zaměření aplikace

Na základě poznávání zákazníka se bude aplikace upravovat resp. funkcionalitu zaměřovat tak, aby se mu nabízeli pouze funkce, které jeho segment využívá (primárně).

# Backend aplikace

Pro aplikaci by existovala administrační část, která by dovolovala interaktivně komunikovat se zákazníky, se segmenty, přidávat produkty a nabídky apod. (jedná se o jinou externí aplikaci, která ovlivňuje chod této mobilní aplikace).

# Získávání informací o zákazníkovi

Díky aplikaci, a to především nativní nainstalované v telefonu, je možné získávat dodatečné informace a provádět nad nimi dataminigové analýzy. (Tyto získávání informací budou muset být explicitně povoleny zákazníkem).

## GPS souřadnice

Získávání dat o pohybu zákazníka v rámci jeho nákupního chování.

## WiFi prodejny

Předchozí varianta s hrubějšími informacemi.

## Bluetooth

Detekování zákazníka na bližší vzdálenost (desítky metrů).

## RFID / NFC / QR code / Bar code

Detekce zákazníka na krátkou vzdálenost (1cm – jednotky metrů)

## Energetická optimalizace

Využívání periferií telefonu bude optimalizováno pro energetickou úsporu.

# Wireframe

Jedná se o první verzi wireframů, které byly postupně obměněny.

