ANALISI REQUISITI

INDICE

* Individuazione categoria della categoria di Utenti (sia interni che esterni)
* Definizione di gruppi omogenei di utenti
* Individuazione degli obiettivi per ogni classe di utenza (sia in termini generali che di informazioni e funzionali)
* valutare la possibilità di realizzare più siti web (non necessario)

ABSTRACT

Si vuole progettare un portale Web per l’azienda dolciaria “I TESORI DI SQUITTY”. L’azienda possiede un negozio situato nel centro cittadino e un laboratorio industriale in periferia. Il focus dell’azienda e’ la vendita al minuto presso il negozio e la vendita all’ingrosso con consegna. Attivita’ secondarie sono il servizio Catering e l’organizzazione di feste. L’azienda richiede la progettazione di un portale a fini pubblicitari e per fornire un servizio automatizzati di ordini.

GLOSSARIO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TERMINE | SINONIMI | SIGNIFICATO |
| al minuto | al dettaglio, singola, al pacco | Fornire i prodotti in unita’ preconfezionate |

INDIVIDUAZIONE CATEGORIE DI UTENTI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Clienti privati abituali | 16-50 | Play | italiano |
| Clienti all’ingrosso abituali | Eta lavorativa (18-60) | Work | italiano, inglese |
| Investitori di Impresa | >30 | Work | Italiano, inglese |
| Clienti privati potenziali | 16-50 | Play | italiano, inglese |
| Clienti potenziali all’ingrosso | 18-60 | Work | italiano, inglese |
| Organizzatori di Eventi/Catering | >20 | Work | italiano, inglese |
| Gestore servizio ordini | 23-60 | Work | italiano |
| Operaio servizio ordini | 18-60 | Work | italiano |
| Potenziali lavoratori | >20 | Work | italiano |

DEFINIZIONE DI GRUPPO OMOGENEO DI UTENTI

|  |  |
| --- | --- |
| Cliente con P.I. | Clienti all’ingrosso abituali, Organizzatori di Eventi/Catering, Clienti potenziali all’ingrosso, |
| Cliente al minuto | Clienti privati abituali, Clienti privati potenziali |
| Impiegato | Operaio servizio ordini, Gestore servizio ordini |
| Utente in cerca informazioni | Investitori di Impresa, Organizzatori di Eventi/Catering, Clienti potenziali all’ingrosso, Clienti privati potenziali, Potenziali lavoratori |

INDIVIDUAZIONE DEGLI OBIETTIVI PER CLASSE DI UTENZA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CLASSE DI UTENZA | OBIETTIVI GENERALI | OBIETTIVI INFORMAZIONI | OBIETTIVI FUNZIONALI |
| Cliente con P.I. | Acquisto di merce | Info sui prodotti fornibili all’ingrosso. Info su modalita’ di fornitura e disponibilita’. Prezzi dei prodotti non ivati. | Possibilita’ di fare ordini sul portale, possibilita’ di vedere storico ordini fatti e stato di ognuno di essi. Canale ad hoc per la comunicazione tempestiva con l’azienda. Possibilita’ di gestire la consegna. Possibilita’ di impostare ordini automatici periodici. |
| Cliente al minuto | Acquisto di merce | Info sui prodotti al minuto. Prezzo al minuto. | Possibilita’ di fare ordini sul portale, possibilita’ di vedere storico ordini fatti e stato di ognuno di essi. |
| Impiegato | Ottenere supporto al proprio lavoro | Dati quantitativi e informativi sugli ordini. | Vedere elenco ordini con relativi prodotti.  Elenco prodotti da produrre durante il suo turno. Inserire prodotti e gestirli. |
| Utente in cerca informazioni | Ricerca di informazioni | Contatti, informazioni su come arrivare, storia aziendale, info sull’offerta dell’azienda. | Barra di ricerca informazioni. |

VALUTAZIONE POSSIBILITA’ DI REALIZZARE PIU’ SITI

Emerge la possibilita’ di realizzare due versione una rivolta a un pubblico con P.I. (professionale), mentre l’altra rivolta ad un pubblico interessato alla vendita al minuto. A seguito di analisi e’ stato deciso che la suddivisione non e’ necessaria in quanto l’insieme degli obbiettivi delle due categorie sopra citate sono estremamente simili, ma comunque presente. Per questa ragione si e’ scelto di creare un sito unico che verra’ organizzato con uno schema specifico per audience.