

# Felhasználói történetek (User storyk)

## Tartalom

Fogyasztó a regisztráció előtt .....	2
Fogyasztó regisztráció.....	2
Fogyasztói nézet – Webshop menüpont .....	3
Fogyasztói nézet – Felfedezés menüpont.....	5
Fogyasztói nézet – Feliratkozási menüpont.....	6
Fogyasztói nézet – Receptek menüpont.....	7
Fogyasztói nézet – Közös rendelési listák .....	7
Termelő regisztráció .....	8
Termelő a regisztráció előtt .....	<b>Hiba! A könyvjelző nem létezik.</b>
Termelői nézet – Profilom menüpont.....	9
Termelői nézet – Webshop menüpont .....	9
Termelői nézet – Rendelések menüpont.....	10
Termelői nézet – Vásárlói visszajelzések.....	11
Termelői nézet – Feliratkozások menüpont.....	11
Admin nézet – Hitelesítések menüpont .....	12

## A regisztráció előtt

AS A		Felhasználó
I WANT TO		Támogatni a helyi termelőket és friss, környezetbarát bio termékeket vásárolni, valamint a legjobb minőségű élelmiszert gyorsan és jó áron beszerezni
SO THAT		Jobb minőségű termékeket találjak és környezettudatosabban éljek és hazai élelmiszert fogyasszak
1.	GIVEN	A webalkalmazást megnyitom a helyes URL címmel
	WHEN	Van internetkapcsolat és az URL cím helyes
	THEN	Lehetőségem van regisztrálni
2.	GIVEN	A webalkalmazást megnyitom a helyes URL címmel
	WHEN	Van internetkapcsolat és az URL cím helyes
	THEN	Meg tudom nézni az alkalmazás célját, motivációját és felhasználási lehetőségeit
3.	GIVEN	Felkeresem a webalkalmazást
	WHEN	Még nincsen regisztrált felhasználóm
	THEN	Használhatom az alkalmazás minden funkcióját, mint fogyasztó, de rendelést nem tudok leadni

## Fogyasztó regisztráció

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Regisztrálni az alkalmazásba
SO THAT		Friss, helyi termékeket tudjak beszerezni kényelmesen, online, jó áron
1.	GIVEN	A webapp oldalán vagyok, be van töltve
	WHEN	Még nincsen regisztrált felhasználóm
	THEN	Regisztrálni tudok az appba a „Regisztráció, mint fogyasztó” gomb megnyomásával
2.	GIVEN	A webapp oldalán vagyok, be van töltve
	WHEN	Már van regisztrált felhasználóm
	THEN	Be tudok lépni az alkalmazásba
3.	GIVEN	A webapp oldalán vagyok, be van töltve
	WHEN	Még nincsen regisztrált felhasználóm
	THEN	Nem tudom elérni az alkalmazás rendelési funkcióit

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Kitölteni a regisztrációs űrlapot
SO THAT		Létre tudjak hozni egy felhasználói fiókot
1.	GIVEN	Még nincsen felhasználó a megadott adataimmal
	WHEN	Helyesen és hiánytalanul adtam meg az adatokat
	THEN	Létrejön a felhasználói fiók
2.	GIVEN	Még nincsen felhasználó a megadott adataimmal
	WHEN	Van helytelenül, vagy hiányosan megadott adat
	THEN	Nem jön létre a fiók, hiba jelzése
3.	GIVEN	Már létezik fiók a megadott adatokkal
	WHEN	Bármilyen adatot adok meg
	THEN	Nem jön létre a felhasználói fiók

## Fogyasztói nézet – Webshop menüpont

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Termékeket böngészni
SO THAT		Számomra megfelelő minőségű, árú és megbízható termékeket találjak
1.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Nem adok meg szűrési feltételt
	THEN	Látom a bestseller termékeket, legjobb termelőket és a főbb árucikk kategóriákat
2.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Választottam a főbb kategóriák közül
	THEN	Látom az adott kategóriához tartozó termékeket
3.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Szűrési feltételt adok meg a termékekre vonatkozóan
	THEN	Látom a szűrési feltételeknek eleget tevő termékeket

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Keresést szűrni
SO THAT		Csak a számomra releváns termékeket lássam
1.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Szűrök a termékekre ár/kategória/típus/megbízhatóság alapján
	THEN	Látom a szűrési feltételeknek eleget tevő termékeket
2.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Szűrök az termelők értékelése alapján
	THEN	Látom a szűrési feltételeknek eleget tevő termelők termékeit
3.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Szűrök a gyártók területe alapján térkép segítségével
	THEN	Látom a szűrési feltételeknek eleget tevő termékeket
4.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Rendezem a termékeket bizonyos kritériumok szerint
	THEN	Látom a sorbarendezett termékeket

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Termékinformációkat nézni
SO THAT		Ellenőrizni tudjam a termék minőségét és a termelő megbízhatóságát
1.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Kiválasztok egy adott terméket
	THEN	Látom a termék leírását és vásárlói visszajelzéseket
2.	GIVEN	A fogyasztói webshop menüponton vagyok
	WHEN	Kiválasztok egy adott termelőt
	THEN	Látom a termelői bemutatkozást és a vásárlói visszajelzéseket
3.	GIVEN	Kiválasztottam egy termelőt, vagy terméket, akitől/amit már rendeltem korábban
	WHEN	Írok egy szöveges értékelést és egy pontszámot egy 5-ös skálán
	THEN	A visszajelzésem hitelesítésre kerül admin által, majd megjelenik
4.	GIVEN	Kiválasztottam egy terméket
	WHEN	Rákattintok a „Hozzáadás a kedvencekhez” gombra
	THEN	A termék bekerül a „Kedvenc termékeim” menüpontra

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Rendelést leadni
SO THAT		Házhoz tudják szállítani a kiválasztott termékeim
1.	GIVEN	Egy adott terméknél kiválasztottam a mennyiséget
	WHEN	Rákattintok a „Kosárba helyezés” gombra
	THEN	A termék bekerül a kosaramba a megfelelő végösszeggel
2.	GIVEN	A „Kosaram” menüponton vagyok
	WHEN	Van már sikeres regisztrációm
	THEN	Le tudom adni a rendelést
3.	GIVEN	A „Kosaram” menüponton vagyok
	WHEN	Nincsen sikeres regisztrációm
	THEN	Nem tudom még leadni a rendelést
4.	GIVEN	A „Gyakori rendeléseim” menüponton vagyok
	WHEN	Kiválaszthatom a múltban választott termékeim a gyorsabb rendelési folyamat érdekében
	THEN	A termék bekerül a kosaramba a megfelelő végösszeggel
5.	GIVEN	A rendelési fázisban a „Szállítási lehetőségek” ponton vagyok
	WHEN	Kiválasztom a számomra ideális kiszállítást
	THEN	Automatikus emailt kapok a rendelésről és szállításról, majd a szállítás box-ba, csomagpontra, átvevőhelyre, vagy küszöbre érkezik
6.	GIVEN	A rendelési fázisban a „Fizetési lehetőségek” ponton vagyok
	WHEN	Kiválasztom a számomra ideális fizetést
	THEN	Biztonságos fizetés bankkártyával, vagy utalással történik, majd automatikus email a fizetés után

## Fogyasztói nézet – Felfedezés menüpont

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Új termékeket keresni
SO THAT		Felfedezzek eddig számomra ismeretlen termékeket és kipróbáljak újdonságokat
1.	GIVEN	A „Termékek felfedezése” menüponton vagyok
	WHEN	Kiválasztom, hogy mi alapján ajánljon termékeket: korábbi rendelések/bestseller/legjobb vélemények
	THEN	Az új termékek megjelenítésre kerülnek
2.	GIVEN	A „Termékek felfedezése” menüponton vagyok
	WHEN	Rákattintok az „Értesítések engedélyezése” gombra
	THEN	Az új akciókról, termékekről értesítést fogok kapni

## Fogyasztói nézet – Feliratkozási menüpont

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Fel/Le akarok iratkozni egy rendelési listára/listáról
SO THAT		Bizonyos időközönként ugyanazokat a termékeket gyorsabban meg tudjam vásárolni
1.	GIVEN	A „Feliratkozás” menüponton vagyok
	WHEN	Összeállítok egy számomra megfelelő rendelési listát, beállítom a rendelés gyakoriságát, majd feliratkozom
	THEN	A feliratkozás megtörténik, kapok egy visszajelzést és a csomag rendszeresen kiszállításra kerül
2.	GIVEN	A „Feliratkozás” menüponton vagyok, ahol látom az eddigi feliratkozásaim
	WHEN	A „Leiratkozás” gombbal leiratkozom a kiválasztott listáról
	THEN	Nem fogok több rendszeres kiszállítást kapni a listáról
3.	GIVEN	A „Feliratkozás” menüponton vagyok, ahol látom az eddig feliratkozásaim
	WHEN	Módosítom az kiválasztott feliratkozási listám
	THEN	A módosítástól az új rendelés kerül rendszeres kiszállításra
4.	GIVEN	Kapok egy üzenetet, hogy sikertelen bizonyos árucikkek beszerzése
	WHEN	Elfogadhatom vagy elutasíthatom a hiányos csomag kiszállítását
	THEN	A hiányos lista kerül kiszállításra

## Fogyasztói nézet – Receptek menüpont

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Recepteket olvasni, kreálni vagy hozzávalókat megrendelni
SO THAT		Új ötleteket találok, megosszam másokkal a saját receptjeim és a konkrét ételekhez a rendelés egyszerűbben menjen
1.	GIVEN	A „Receptek” menüpontra vagyok
	WHEN	Szűrök/Nem szűrök a receptek között
	THEN	Látom a szűrési feltételnek megfelelő recepteket
2.	GIVEN	Kiválasztottam egy receptet
	WHEN	Látom a recept elkészítési útmutatóját és a hozzávalókat
	THEN	Egy előre összeállított lista alapján meg tudom rendelni a hozzávalókat
3.	GIVEN	Rákattintok az „Recept hozzáadása” menüpontra
	WHEN	Kitöltöm a receptemhez tartozó információkat, majd nyilvános/privát felhasználásra közzéteszem
	THEN	A nyilvános recept hitelesítésre kerül admin által, majd láthatóvá válik
4.	GIVEN	Kiválasztok egy számomra ideális receptet
	WHEN	Rákattintok a „Hozzáadás a kedvencekhez” gombra
	THEN	A recept bekerül a „Kedvenc receptjeim” menüpontra

## Fogyasztói nézet – Közös rendelési listák

AS A		Fogyasztó
I WANT TO		Közös rendelési listát bizonyos felhasználókkal
SO THAT		Közös rendelést tudjak leadni másokkal, például lakótársal
1.	GIVEN	Rákattintok a „Közös lista készítése” gombra
	WHEN	Meghívót küldök más felhasználóknak a csatlakozásra
	THEN	A listába pakolhatok termékeket
2.	GIVEN	Az „Üzenetek” menüpontra vagyok
	WHEN	Látom a meghívóimat
	THEN	Elutasítom vagy elfogadom a meghívót
3.	GIVEN	A közös listába a felhasználók hozzáadott termékei láthatók
	WHEN	A hozzáadott felhasználók mindegyike elfogadja a listát
	THEN	Le tudják adni a rendelést
4.	GIVEN	A közös listába a felhasználók hozzáadott termékei láthatók
	WHEN	A hozzáadott felhasználók közül van, aki nem fogadja el a listát
	THEN	Nem tudják leadni a rendelést

## Termelő regisztráció

AS A		Termelő
I WANT TO		Regisztrálni az alkalmazásba
SO THAT		Könnyebben tudjam árusítani a termékeim a célközönségemnek, valamint a szállítást és fizetést hatékonyabban meg tudjam oldani
1.	GIVEN	A webapp oldalán vagyok, be van töltve
	WHEN	Még nincsen regisztrált felhasználóm
	THEN	Regisztrálni tudok az appba a „Regisztráció, mint termelő” gomb megnyomásával
2.	GIVEN	A webapp oldalán vagyok, be van töltve
	WHEN	Már van regisztrált felhasználóm
	THEN	Be tudok lépni az alkalmazásba
3.	GIVEN	A webapp oldalán vagyok, be van töltve
	WHEN	Még nincsen regisztrált felhasználóm
	THEN	Nem tudom elérni az alkalmazás eladási funkcióit

AS A		Termelő
I WANT TO		Kitölteni a regisztrációs űrlapot
SO THAT		Létre tudjak hozni egy termelői fiókot
1.	GIVEN	Még nincsen termelő a megadott adataimmal
	WHEN	Helyesen adtam meg az adatokat
	THEN	A vállalkozás hitelességét admin ellenőrzi, majd létrejön az termelői fiók
2.	GIVEN	Még nincsen termelő a megadott adataimmal
	WHEN	Van helytelenül, vagy hiányosan megadott adat
	THEN	Nem jön létre a fiók, hiba jelzése
3.	GIVEN	Már létezik fiók a megadott adatokkal
	WHEN	Bármilyen adatot adok meg
	THEN	Nem jön létre az termelői fiók



## Termelői nézet – Profilom menüpont

AS A		Termelő
I WANT TO		Kitölteni a profilom
SO THAT		Be tudjam mutatni a vállalkozásom, tudjak kis reklámot csinálni a termékeknek a vásárlók tájékoztatásához
1.	GIVEN	A „Profilom” menüponton vagyok
	WHEN	Kitöltöm/Módosítom az űrlapot minden igényelt információval, tölthetek fel képeket vagy videókat a tájékoztatáshoz
	THEN	A feltöltött profil leírás admin hitelesítés után láthatóvá válik

## Termelői nézet – Webshop menüpont

AS A		Termelő
I WANT TO		Feltölteni és módosítani a termékeim
SO THAT		A fogyasztók megrendelhesék és tájékozódhassanak a termékeimről
1.	GIVEN	A termelői webshop menüponton vagyok
	WHEN	Alapértelmezetten látom az összes termékem, majd rákattintok a „Termék hozzáadása” gombra
	THEN	Feltöltöm az új árucikket és rendelhetővé válik, ha publikus és hitelesített admin által
2.	GIVEN	A termék adatait kell megadnom feltöltéskor, vagy szerkesztéskor
	WHEN	A termék leírását hiánytalanul kitöltöm, majd elmentem az változtatásokat
	THEN	Hitelesítés admin által (ha publikus), majd frissül a rendelhető termékeim listája
3.	GIVEN	A termék szerkesztéskor kitöltendő űrlapon vagyok
	WHEN	Meghatározom a termék láthatóságát: privát/publikus
	THEN	Admin által hitelesítés (ha publikus), majd frissül a rendelhető termékeim listája
4.	GIVEN	A webshop menüponton látom az összes termékem
	WHEN	Kitörlök egyet a „Termék eltávolítása” gombbal
	THEN	A termék teljesen törlődik és ha eddig rendelhető volt, már nem lesz az
5.	GIVEN	A webshop menüponton a termékek feltöltésénél meg kell adnom a raktárkészletet
	WHEN	Elfogy az összes az adott termékből
	THEN	A termék nem lesz rendelhető és kapni fogok egy üzenetet a hiányról

AS A		Termelő
I WANT TO		Bizonyos ételekhez termékcsomagok, vagy összeillő termékekből válogatások, összeállítása
SO THAT		A vásárlók praktikusabban, esetleg olcsóbban meg tudják vásárolni a hozzávalókat az ételekhez
1.	GIVEN	Rákattintok a „Termékcsomagok összeállítás” menüpontra
	WHEN	Kiválogatom a termékeim közül (akár meglévő, vagy új létrehozása) a megfelelőeket, megadom a mennyiségeket és az árat
	THEN	Leírást adok a termékcsomaghoz, publikálom, majd admin általi hitelesítés után elérhetővé válik

## Termelői nézet – Rendelések menüpont

AS A		Termelő
I WANT TO		Kezelni a rendeléseket
SO THAT		A fogyasztók által leadott rendeléseket tudjam manuálisan is módosítani, ellenőrizni
1.	GIVEN	A „Rendelések” menüponton vagyok
	WHEN	Minden rendeléssel kapcsolatos kommunikáció (bankkal, kiszállító céggel, vásárlóval) automatikusan zajlik, azonban tudok manuálisan törölni, módosítani megrendelést
	THEN	A vásárlóval személyesen felveszem a kapcsolatot a rendelésben megadott adatok alapján és egyeztetem a részleteket
2.	GIVEN	A „Rendelések” menüponton vagyok
	WHEN	Nyomon tudom követni bizonyos időszakokra lebontva a termékeim keresettségét, bevételt, bestsellereket
	THEN	Következtetéseket tudok levonni az adatokból és fejleszteni tudom a vállalkozást
3.	GIVEN	A „Rendelések” menüponton vagyok
	WHEN	A beérkezett rendeléseket összekészítem és a futárcégnek visszajelzek
	THEN	A futárcég felveszi az összekészített termékeim

## Termelői nézet – Vásárlói visszajelzések

AS A		Termelő
I WANT TO		Megnézni és reagálni a vásárlói visszajelzésekre
SO THAT		A fogyasztók megrendelhessék és tájékozódhassanak a termékeimről
1.	GIVEN	A „Vásárlói visszajelzések” menüponton vagyok
	WHEN	Láthatom a vállalkozásomra érkezett visszajelzéseket
	THEN	Reagálhatok a reakciókra
2.	GIVEN	A „Vásárlói visszajelzések” menüponton vagyok
	WHEN	Látom a legutóbbi, termékeimre érkezett visszajelzéseket
	THEN	Reagálhatok a reakciókra

## Termelői nézet – Feliratkozások menüpont

AS A		Termelő
I WANT TO		A fogyasztók általi feliratkozások kezelése
SO THAT		A rendszeres termékcsomagokat összeállítsam időre, vagy szóljak a készlethiányról
1.	GIVEN	A „Feliratkozások” menüponton vagyok
	WHEN	Látok minden feliratkozást, amit el tudok fogadni és el tudom utasítani
	THEN	A fogyasztó kap egy visszajelzést a sikeres/sikertelen feliratkozásról
2.	GIVEN	A „Feliratkozások” menüponton vagyok
	WHEN	Az egyik termékből készlethiány van
	THEN	A fogyasztó kap egy visszajelzést, hogy szeretné-e a hiányos csomagot
3.	GIVEN	A „Feliratkozások” menüponton a heti megrendeléseket látom
	WHEN	Minden alkalommal összekészítem a csomagrészem
	THEN	A futárcégnek feladom a rendelésem minden alkalommal

## Admin nézet – Hitelesítések menüpont

AS A		Admin
I WANT TO		Hitelesíteni a feltöltött adatokat, termékeket, véleményeket
SO THAT		Minden, ami az app-ban előfordul termék, hozzászólás, vállalkozás valós legyen és megbízható
1.	GIVEN	A „Termékek hitelesítése” almenüponton vagyok
	WHEN	Minden új és módosított publikus termékről, hogy valós-e és a leírása hiteles
	THEN	A hitelesített publikus termékek minden fogyasztó számára láthatóak lesznek
2.	GIVEN	A „Vásárlói vélemények hitelesítése” almenüponton vagyok
	WHEN	Minden termelőről, vagy termékről érkezett véleményt hitelesítek, hogy igazolt vásárló legyen, nem szerepelnek-e benne trágár szavak vagy valótlan kijelentések
	THEN	A hitelesített vélemények mindenki számára láthatóak lesznek
3.	GIVEN	A „Receptek hitelesítése” almenüponton vagyok
	WHEN	Minden receptről meghatározom a hitelességét, ellenőrizve a tartalmát és a felhasznált alapanyagokat
	THEN	A hitelesített receptek minden fogyasztó számára láthatóak lesznek
4.	GIVEN	A „Termelők hitelesítése” almenüponton vagyok
	WHEN	Minden új regisztrált termelőt hitelesítek, hogy a cég/vállalkozás valóban létezik-e és megbízható, hazai forrásból származó/bio termékeket árusít
	THEN	A hitelesített termelők a hitelesítés után használhatják a termelői fiókot és a fogyasztók láthatják és rendelhetnek tőlük

# Prioritizált felhasználói történetek

**Legfontosabb User storyk, amelyek nélkül a webshopnak nem lenne értelme:**

## 1. Fogasztó regisztráció

**Felhasználói impakt:** A fogyasztó adatai elengedhetetlenek a kiszállításhoz, számlázáshoz és fizetéshez

**Becsült komplexitás:** A felhasználókat egy adatbázisban tárolhatnánk az adataikkal, a bejelentkezési adatok titkosításával, valamint minden bejelentkezéskor kapna a user egy token, amellyel még tovább biztosítanánk a biztonságos rendelőst.

## 2. Termelői regisztráció

**Felhasználói impakt:** Az termelő és vállalkozása adatai elengedhetetlenek a hiteles termék árusításhoz

**Becsült komplexitás:** A termelőket egy adatbázisban tárolnánk az adataikkal és termékeikkel, a bejelentkezési adatok titkosításával, valamint minden bejelentkezéskor kapna a user egy token, amellyel még tovább biztosítanánk a biztonságos rendelőst.

## 3. Termelői nézet – Rendelés összekészítése, feladása

**Felhasználói impakt:** A rendelések összekészítése és feladása elengedhetetlen egy webshop alkalmazáshoz

**Becsült komplexitás:** A fogyasztók által leadott rendelések közül minden termelő látni fogja a hozzá tartozó termékeket, amiket rendeltek tőle, a termelő csak összekészíti a csomagot és jelez a futárcégnek az állapotról és feladásról

## 4. Fogyasztói nézet – Kosár/rendelési lista készítése és elküldése

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók tudnak összeállítani és leadni rendeléseket, ez elengedhetetlen egy webshophoz, mert ők a célközönség, éppen miattuk üzemel a webshop a gyorsabb, olcsóbb, hatékonyabb vásárlás érdekében

**Becsült komplexitás:** Vásárlók kosárba tudják helyezni a termékeik akár különböző termelőktől, azon termékekből válogathatnak, amiből van készleten, majd a rendelési adatok kitöltése után ki kell választania a szállítást és jöhet a biztonságos online fizetés.

## 5. Termelői nézet – Termékek feltöltése

**Felhasználói impakt:** A termékek feltöltése a termelők által elengedhetetlen része a webshopnak, hiszen ezen funkció nélkül nem lehetne miből rendelnie és válogatnia a fogyasztónak

**Becsült komplexitás:** A termelőknek lehetősége van bármilyen típusú terméket feltölteni adatokkal, árral és készletmennyiséggel a webshopra. Ezeket minden termelőhöz külön el kell tárolni és kezelni kell a készletet. Továbbá a termékek módosítása és törlése is hasznos funkció

## 6. Szállítás, fizetési lehetőségek és automatizmus

**Felhasználói impakt:** A webshop legnagyobb előnye a rugalmas kiszállítások és fizetési módok. A gyors és kényelmes vásárlás sok vásárlót vonz és ez adja meg a webshop valódi előnyét a fizikai boltokkal szemben.

**Becsült komplexitás:** Meg kell valósítani a rendelési fázisban, hogy több szállítási mód közül lehessen választani (boks, csomagpont, küszöbre, házhoz), valamint a fizetés működjön bankkártyával, vagy átutalással. Esetleg Google Pay vagy Apple Pay támogatás. Ezek visszajelzése automata módon kellene, hogy működjön, automail rendszerekkel a vásárló és szolgáltató között, valamint a termelő és szolgáltató között.

## 7. Fogyasztói nézet – Receptek (ez adja a webshop sajátosságát)

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók tudnak a publikált receptek között új ötleteket meríteni, a receptekhez való hozzávalókat egy csomagban meg tudják rendelni (tételesen ki vannak gyűjtve a hozzávalók és egy gombnyomásra kosárba rakhatja a csomagot a megfelelő mennyiségekkel) és saját maguk is tudnak közzétenni ötleteket

**Becsült komplexitás:** A közzétett recepteket admin által hitelesíteni kell, utána kerülhetnek publikálásra, a privát recepteknél erre nincs szükség. A receptekben nyilvántartott hozzávalók alapján le lehet adni egy termékcsomag rendelést a hozzávalókból

## Fontos User storyk, amelyek a hatékony és megbízható vásárlást segítik:

### 1. Regisztrációs űrlapok megfelelő kitöltése

**Felhasználói impakt:** A regisztráció fontos része, hogy megfelelően lekezelve történjen az új felhasználók rögzítése, hiszen ez fontos a biztonság és adatvédelem szempontjából

**Becsült komplexitás:** A regisztrációs űrlapon a fogyasztói és termelői regisztrációtól függően minden kulcsfontosságú személyes, bejelentkezési és vállalkozási adatot el kell tárolnunk. Ezen felül fontos, hogy ne legyenek duplikált felhasználók a rendszerben és az adatbázis titkosítása is lényeges a nem kívánt rendelkezések elkerülése érdekében

### 2. Admin hitelesítések

**Felhasználói impakt:** Az admin/adminok által történő hitelesítéseknek fontos szerepe van a megbízhatóság miatt. Ilyen esetek, hogy csak igazolt vásárlók tudjanak értelmes véleményt nyilvánítani, vagy csak valós vállalkozások tudjanak valós termékeket árusítani, vagy csak életszerű recepteket lehessen publikálni

**Becsült komplexitás:** Új vélemény, vállalkozás, termék, vagy recept létrehozásánál el kell tárolni, hogy azt egy admin jóváhagyta-e, valamint, ha egy adott termék lehet privát és publikus is, akkor csak a publikálás esetében érdemes megvizsgálni a hitelesítést. Hitelesítés után minden felhasználó számára látható a közzététel

### 3. Termékinformációk és vélemények/visszajelzések

**Felhasználói impakt:** A termékinformációk, valamint a visszajelzések segítenek a fogyasztóknak, hogy egy adott termelő mennyire megbízható, vagy éppen egy adott termék milyen is valójában ízre, minőségre stb. Ezek a felhasználói történetek is fontosak a megbízhatóság és vásárlói döntéshozatal szempontjából

**Becsült komplexitás:** A termelőknek lehetősége van minden termékhez leírást adni és módosítani, amit egy admin által hitelesítünk. Ezeket minden termék esetén el kell tárolnunk minden termelőhöz. Ezen felül a felhasználói visszajelzéseket is csekkolni kell egy adminnak, ezeket minden termékhez és termelőhöz eltároljuk.

#### 4. Termelői nézet – Profil

**Felhasználói impakt:** A termelőkhöz tartozó profil kitöltésével tájokoztatást tudnak adni a vásárlóknak a vállalkozásról, vagy éppen a termelés folyamatáról. Így a fogyasztók közelebb kerülhetnek az eladóhoz és vásárlásra ösztönözhetik a vevőket

**Becsült komplexitás:** A termelőkhöz el kell tárolni egy leírást, amelyet képekkel és videókkal egészíthetnek ki. A látványosság fontos szerepet játszhat ezen a részen



**Hasznos User storyk, amelyekkel a webshop extrákat nyújthat, de ezek nélkül is működik:**

**1. Fogyasztói nézet – Termékek keresése, szűrése**

**Felhasználói impakt:** A megjelenítendő termékek szűrése előzmények, vélemények, ár, kategória vagy terület alapján növeli a felhasználói élményt és hatékonyabb vásárlást eredményez

**Becsült komplexitás:** Minden termékhez el kell tárolni minden szűrni kívánt adatot és ezek alapján lekérdezéseket kell rajtuk végrehajtani, majd megjeleníteni. A terület alapú szűrés esetén célszerű lehet egy térképet használni, amelyen a felhasználó ki tudja választani a keresni kívánt térséget.

**2. Fogyasztói nézet - A webshop regisztráció előtti használata**

**Felhasználói impakt:** Mielőtt egy felhasználó regisztrálna a webshopra, használni tudja az app fogyasztói nézetét. Ez azt jelenti, hogy minden olyan tevékenységet, amely nincsen felhasználóhoz kötve, azt tudja használni, ha pedig olyan részhez ér, ott értesítjük, hogy regisztráljon. Ennek előnye, hogy a felhasználók gyorsan meg tudják ismerni az appot mindenféle fárasztó űrlap kitöltése nélkül, még kosárba is helyezheti a termékeket, a rendelés résznél egyedül a legvégén igényel regisztrációt a program.

**Becsült komplexitás:** A http kérések autorizációja megoldható tokenekkel, tehát ahol igényelt a token (tehát a bejelentkezés), ott visszajelzést adunk a regisztrációról, ahol nem ott engedjük a folyamatot.

**3. Feliratkozások rendelési listára**

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók össze tudnak állítani számukra gyakran rendelt csomagokat, amelyekre fel tudnak iratkozni. Ennek előnye, hogy ezek a csomagok az általuk beállított időintervallumokban rendszeresen kiszállításra kerülnek, amíg le nem iratkoznak. Ez egy nagy kényelmet ad a felhasználóknak

**Becsült komplexitás:** Minden fogyasztónál el kell tárolni a feliratkozásait és a feliratkozásban szereplő termékeket, valamint a termékekhez tartozó termelőket. A termelőknek a határidők előtt össze kell állítania és fel kell adnia a csomagot. Ha egy termék készlete hiányos, akkor a fogyasztónak lehetősége lesz eldönteni, hogy szeretné-e a hiányos listát megrendelni, vagy elutasítja a teljes kiszállítást

#### **4. Fogasztói nézet - Közös rendelési listák**

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók meg tudnak hívni más felhasználókat, akikkel közös rendelési listát szeretnének készíteni. A lényege, hogy nem kell külön-külön leadni a rendeléseket, hanem több személy együttesen is leadhatja több eszköztől úgy, hogy mindenki hozzáadhatja a számára szükséges termékeket, majd elfogadás után megtörténhet a rendelés

**Becsült komplexitás:** A közös listát bármelyik felhasználó létrehozhatja és csak azok a felhasználók látják még, akik meghívót kaptak. Ezután mindenki tehet bele termékeket és a végösszegben részletezve lesz ki mennyit fizet és mik az ő termékei. A szállítás egyszerre történik egy helyre és a rendelés csak azután lesz elfogadva, ha minden felhasználó jóváhagyta a listát

**Kiegészítő User storyk, amelyek kényelmi funkciókat adnak és segítik a gyorsabb és könnyebb vásárlást:**

**1. Fogyasztói nézet – Termékek/receptek kedvencekhez adása**

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók el tudják tárolni a kedvenc termékeik, csomagjaik, receptjeik. Ez hozzásegíti őket, hogy gyorsabban megtalálják, amit keresnek, ami segít gördülékenyebb rendelés kivitelezésében

**Becsült komplexitás:** A felhasználóknál el kell tárolni a kedvencekké nyilvánított termékeket, recepteket, csomagokat.

**2. Fogyasztói nézet – Gyakori rendelések**

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók, akik már rendeltek, láthatják az előző rendeléseik és azokat a termékeket, amelyeket már többször is megvettek. Ez hozzásegíti őket, hogy gyorsabban megtalálják, amit keresnek, ami segít gördülékenyebb rendelés kivitelezésében

**Becsült komplexitás:** A fogyasztók esetében nyilván kell tartani az összes leadott rendelést és a megrendelt termékek összesített darabszámát

**3. Értesítés új termékekről**

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók be tudják kapcsolni az értesítéseket, ami azt eredményezi, hogy az app rendszeresen értesítéseket küld a felhasználónak az új termékekről, vagy a legújabb akciókról

**Becsült komplexitás:** Valamilyen formában meg kell valósítani az értesítéseket. Ez lehet például email-es, vagy sms-ben. Figyelnünk kell a vásárlók gyakori rendelését és az ahhoz kapcsolódó termékeknél, ha változás vagy akció van, küldjük az értesítést

**4. Fogyasztói nézet – Felfedezés menüpont**

**Felhasználói impakt:** A fogyasztók ezen a menüpontra tudnak új termékeket böngészni, ami hozzásegítheti őket, hogy megismerjenek újabb termékeket vagy termelőket

**Becsült komplexitás:** A felhasználó be tudja állítani, hogy mi alapján jelenítse meg az új ajánlott termékeket: előző rendelések, bestsellerek, legjobb termelők stb. Ezután az app olyan random termékeket sorol fel több termelőtől, amelyeket a felhasználó még nem, vagy csak nagyon kevés alkalommal vásárolt. Tehát figyelni kell a fogyasztó összes előző rendelésében szereplő tételeket is.

## 5. Termékcsomagok összeállítása

**Felhasználói impakt:** A termelők össze tudnak állítani nagyobb csomagokat, amelyek több terméket foglalnak magukba. Ez köthető egy bizonyos ételhez, összeillő termékekhez, vagy éppen egy termékválogatáshoz. Ennek célja, hogy a vevők rugalmasabban tudják kipróbálni a termelő áruit, ezen felül az ár is lehet, hogy kedvezőbb. Ezekre a csomagokra is fel lehetne iratkozni (pl. havi sörválogatás).

**Becsült komplexitás:** A termelők a termékek feltöltésénél lehetőséget kapnak, hogy termékcsomagokat töltsenek fel. Itt ki kell választaniuk a saját termékeik közül azokat és annyit, amennyit a csomagba szeretnének. Publikálás és hitelesítés után elérhetővé válik.

## 6. Termelői nézet - Vásárlói visszajelzésekre reakció

**Felhasználói impakt:** A termelőknek lehetősége van a fogyasztók által adott visszajelzésekre, vagy esetleg kérdésekre reagálni. Ez segíti a kommunikációt a vásárló és eladó között, valamint a felhasználók tájékoztatását is.

**Becsült komplexitás:** A termelői oldalon is meg kell valósítani, hogy az eddigi termékre, vagy termelőre érkezett hozzászólásokra lehessen reagálni. Esetleg egy chat részleget létrehozni, viszont ott csak a termelő és azon felhasználók írhatnak, akik már rendeltek tőle.

# MVP

## Kijelölt User Story-k az MVP meghatározásához:

- 1. Fogasztó regisztráció**
- 2. Termelői regisztráció**
- 3. Termelői nézet – Termékek feltöltése**
- 4. Fogasztói nézet – Kosár/rendelési lista készítése és elküldése**
- 5. Termelői nézet – Rendelés összekészítése, feladása**
- 6. Termékinformációk és vélemények/visszajelzések**
- 7. Termelői nézet – Profil**
- 8. Fogasztói nézet – Receptek**

## MVP Tartalma

A szoftvertermék egy működő termelőközpontú webshop lesz. A weboldalra való regisztráció mind fogyasztók, mind termelők számára elérhető lesz egy külön menüponton keresztül. A regisztrációnál való komolyabb validációra nincs szükség, jelenleg alacsony regisztrációs számra számítunk, így a nem hiteles regisztrációkat még napi szinten manuálisan tudjuk korrigálni és kiszűrni.

A termelők termékeket tudnak feltölteni, ahhoz leírást megadni és kötelezően képekkel biztosítani a termék hitelességét. A terméket egy adminisztrátor fogja jóváhagyni, mivel a képet és a termék autentikusságát szükséges ellenőrizni.

Fogyasztóként már csak a jóváhagyott termékeket fogjuk látni. Ezeket tudjuk a kosarunkba betenni. A kosarunk végén lehetőségünk van a rendelés leadására. Mivel alacsony felhasználói aktivitásra számítunk, így a fizetési folyamatot manuálisan fogjuk kezdeményezni és elküldeni a felhasználó email címére. Ez egy Wizard of Oz MVP kialakítási technikával feleltethető meg. Alacsony rendelésszámnál kezelhető lesz a fizetések manuális kezelése és megspórolunk egy komplex fizetési folyamatot a User Story-kból.

Ha a felhasználó kifizette a rendelése összegét egy adminisztrátor manuálisan fizetetté teszi a leadott rendelést, ami meg fog jelenni a termelői nézetben az érintett felhasználónak. Itt szükséges számára az érintett termékeket előkészíteni, feladni majd azt a szállítási bizonylattal igazolni, hogy az utalás részünkről megtörténjen a termelő felé. (Hasonlóan itt is kezdetben sok manualitást igényel adminisztrátor részéről).

Ha a fogyasztó fizetett, lehetősége lesz rögtön értékelést adni a termékről. Ezek az értékelések más felhasználók számára is publikus lesz. Emellett minden terméknél lesz link a termelő profiljára, így az alapján is tudnak dönteni a felhasználók, hogy számunkra melyik termék lesz a legmegfelelőbb.

Más piaci versenytársaknál nem találtunk ilyen funkciót, így úgy döntöttünk az alkalmazásunknak lesz egy esszenciális funkciója, amely megkülönböztet minket a versenytársaktól: a receptek. Felhasználók (termelők/fogyasztók egyaránt) tudnak recepteket publikálni, amikhez tudnak választani az oldalon választott termékeket. Így termelők össze tudnak fogni és közös termék halmazból összeállítani recepteket vagy fogyasztók saját ötleteket megosztani a termelők termékei használatára. Ezeket a recepteket szintén lehet értékelni és a rendelési listánkhoz hozzáadni a hozzávalókat.

## MVP Teljes

A kiválasztott US-k egy olyan terméket adnak ki, mely egy önállóan életképes ajánlat/alternatíva lehet a piacon. Önmagában már értéket ad a felhasználónak és kiadható, mint termék. A termék megkülönböztet minket a versenytársaktól.

## MVP Minimális

A meghatározott US listából nem tudnánk kivenni egyet sem, anélkül, hogy a fenti MVP tartalma ne sérülne. Így kijelenthetjük, hogy az MVP minimális.

## MVP Reális

Úgy látjuk a fent leírt funkciók, megvalósíthatóak reálisan a szemeszter végig. Sok kényelmi és nem esszenciális funkciót helyettesítettünk felhasználói manualitással részünkről, így jelentősen redukáltuk az MVP tartalmának méretét.

# Key Performance Indicator

Az egy felhasználóra jutó rendelések összértékének és az egy felhasználóra jutó aktív interakciók számának súlyozott kombinációja a platformon.

## Definíció

Ez a KPI egy olyan kombinált mérőszám, amely két fő faktort vesz figyelembe:

- **Kosárérték:** Az egy felhasználóra jutó átlagos rendelési érték (Average Order Value, AOV), azaz a rendelést leadó felhasználók átlagosan mekkora összeget költenének a platformon.
- **Aktív interakciók:** Az egy felhasználóra jutó releváns platformtevékenységek (pl. kosárba helyezés, termékmegtekintés, rendelés) száma, amely a felhasználói elköteleződést mutatja.

## Mérhetőség

Ez a KPI az alábbiak szerint mérhető:

- **Kosárérték:** Az összes leadott rendelési érték osztva a rendelést leadó felhasználók számával, majd megszorozva a rendelést leadó felhasználók számának négyzetgyökével. Ezzel biztosítható, hogy egyetlen felhasználó kevés legyen a cél eléréséhez, és hogy a KPI értéke kontrolláltabban nőjön a felhasználók számának növekedésével.
- **Aktív interakciók száma:** Az aktív interakciók összértéke (termékmegtekintések, kosárba helyezések, rendelés stb.) osztva az aktív felhasználók számával.
- **Kombinált érték:** A két faktor együttesen mutatja, hogy egy felhasználó mennyire aktív és hajlandó költeni a platformon.

## Súlyok:

Két súlyérték:  $W_1$  a kosárértékre és  $W_2$  az aktív interakciókra. A KPI-ben mindkét faktor súlyozva van, így előnyben részesíthetjük a kosárértéket (például 0,7-es súllyal), amely közvetlenebben jelzi a potenciális bevételt, miközben az aktivitást is értékeli.

## Képlet:

A KPI kiszámításához használt súlyozott képlet a következő:

$$KPI = (w_1 \times \frac{\text{Összes rendelési érték}}{\text{Rendelést leadó felhasználók száma}} \times \sqrt{RLFSZ}) + (w_2 \times \frac{\text{Aktív interakciók száma}}{\text{Aktív felhasználók száma}})$$

- $W_1$ : kosárérték súlya (például 0.7)

- $W_2$ : aktív interakciók súlya (például 0.3)

Magyarázat:

- **Összes rendelési érték:** Az összes, a platformon leadott rendelés összértéke.
- **Rendelést leadó felhasználók száma (RLFSZ):** Azoknak a felhasználóknak a száma, akik rendelést adtak le.
- **Aktív interakciók száma:** Az összes platformon végzett aktivitás (rendelés, kosárba helyezés, termékmegettekintés stb.) összesítve.
- **Aktív felhasználók száma:** Azoknak a felhasználóknak a száma, akik aktívan interakcióba léptek a platformmal (rendelést adtak le vagy terméket böngésztek).

## Indoklás:

Ez a KPI figyelembe veszi mind a kosárérték, mind az általános aktivitás fontosságát. A kosárérték nagyobb súlyt kap, mivel közvetlenül kapcsolódik a potenciális bevételhez. Az aktivitási faktor szerepe, hogy felmérje, mennyire elkötelezettek a felhasználók, ami szintén fontos, mivel egy magasan elkötelezett felhasználói bázis a későbbiekben nagyobb bevételt generálhat.

## Cél elérésének fontossága:

A súlyozott kombinált KPI elérése világos képet ad arról, hogy a platform mennyire működik jól az első hetekben, mind a vásárlási hajlandóság (kosárérték) szempontjából, mind pedig a felhasználói elkötelezettség (interakciók) alapján. Ha a kosárérték magas, az azt mutatja, hogy a felhasználók hajlandóak költeni. Ha pedig a felhasználók aktívak, az a felhasználói élmény hatékonyságát mutatja. Így mindkét faktor értéke magas teljesítményt jelez.

Kitűzött cél:  $KPI \geq 25$

## Hogyan értelmezhető a célérték?

Ez az érték azt jelzi, hogy:

1. **Kosárérték:** Az egy felhasználóra jutó átlagos rendelési érték (a **kosárérték**) magas, tehát a felhasználók nemcsak érdeklődnek a platform iránt, hanem hajlandóak jelentős összeget költeni.
2. **Interakciós aktivitás:** A felhasználók aktív elkötelezettsége magas, azaz nemcsak rendelnek, de más aktivitásokat is végeznek a platformon, például termékeket tekintenek meg, többször visszatérnek, és kosárba helyezéseket végeznek.



***Példa a kitűzött cél eléréséhez szükséges feltételekre:***

Ha például a következő tényezők állnak fenn:

- **Összes rendelési érték:** 70 euró
- **Rendelést leadó felhasználók száma:** 5
- **Aktív interakciók száma:** 40
- **Aktív felhasználók száma:** 10
- **Súlyok:**  $w_1 = 0.7$  és  $w_2 = 0.3$

Akkor a számítások a következők:

1. **Kosárérték része:**

$$w_1 \times \frac{70 \text{ euró}}{5 \text{ felhasználó}} \times \sqrt{5} = 0.7 \times 14 \times 2.236 = 21.913$$

2. **Aktív interakciók része:**

$$w_2 \times \frac{40 \text{ interakció}}{10 \text{ felhasználó}} = 0.3 \times 4 = 1.2$$

**KPI:**

$$21.913 + 1.2 = 23.113$$

Az elérni kívánt **25-ös érték** így egy kihívást jelentő, ám elérhető cél, amely a platform használói számára valódi elkötelezettséget és jelentős vásárlási hajlandóságot jelez.