Requirementsanalyse

Use cases:

UC1 t/m UC9

Niveau: 2  
Versie: 1.2  
Datum: 23-9-2025

Team SE  
2025

Versiebeheer

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Versie | Datum | Wijzigingen |
| 0.1 | 9-6-2025 | Initiële versie |
| 1.0 | 12-9-2025 | UC1 t/m 3 |
| 1.1 | 16-9-2025 | UC4 t/m 6 |
| 1.2 | 23-9-2025 | UC7 t/m 9 |

Distributie

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Versie | Datum | Ontvangers |
| 1.0 | 12-9-2025 | John Brouwers |
| 1.1 | 16-9-2025 | John Brouwers en Freek de Jong |
| 1.2 | 23-9-2025 | John Brouwers en Freek de Jong |

Inhoud

[1 Inleiding 1](#_Toc202284022)

[2 Requirements 2](#_Toc202284023)

[2.1 UC1: Tonen boodschappenlijsten 2](#_Toc202284024)

[2.2 UC2: Tonen boodschappenlijst 2](#_Toc202284025)

[2.3 UC3: Tonen producten 2](#_Toc202284026)

[2.4 UC4: Kiezen kleur boodschappenlijst 3](#_Toc202284027)

[2.5 UC5: Plaatsen product op boodschappenlijst 3](#_Toc202284028)

[2.6 UC6: Inloggen 4](#_Toc202284029)

[2.7 UC7: Delen boodschappenlijst 4](#_Toc202284030)

[2.8 UC8: Zoeken producten 4](#_Toc202284031)

[2.9 UC9: Filteren producten – ON HOLD 4](#_Toc202284032)

[2.10 UC10: Aanpassen product aantal 5](#_Toc202284033)

[2.11 UC11: Tonen meest verkochte producten 5](#_Toc202284034)

[2.12 UC12: Toevoegen productcategorieën 5](#_Toc202284035)

[2.13 UC13: Tonen klanten/boodschappenlijst per product 6](#_Toc202284036)

[2.14 UC14: Toevoegen prijzen 6](#_Toc202284037)

[2.15 UC15: Toevoegen THT datum 7](#_Toc202284038)

[2.16 UC16: Controleren leeftijd – ON HOLD 7](#_Toc202284039)

[2.17 UC17: Opslaan boodschappenlijst 7](#_Toc202284040)

[2.18 UC18: Opslaan boodschappenlijstitems 7](#_Toc202284041)

[2.19 UC19: Toevoegen nieuw product 7](#_Toc202284042)

[2.20 UC20: Verwerken statiegeldbon 7](#_Toc202284043)

[2.21 UC21: Verwerken statiegeldopslag 7](#_Toc202284044)

[2.22 UC22: Verwerken korting klantenkaart 8](#_Toc202284045)

[3 Notulen gesprekken opdrachtgever en requirements analyse 9](#_Toc202284046)

[3.1 N1 - Gesprek 1 / Week 1 9](#_Toc202284047)

[3.2 N2 – Requirementsanalyse / Week 2 11](#_Toc202284048)

[3.3 N3 – Refinement / Week 3 12](#_Toc202284049)

# Inleiding

Deze requirementsanalyse beschrijft de functionele en non-functionele eisen voor de BoodschappenApp die klanten helpt bij het beheren van hun boodschappenlijsten en productinformatie. De analyse vormt de basis voor ontwerp, ontwikkeling en implementatie van de app.

Team SE

# Requirements

In dit hoofdstuk zijn de requirements uitgewerkt. De requirements zijn per use case gegroepeerd.

## UC1: Tonen boodschappenlijsten

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| # | Bron | Beschrijving | Asset | MoSCoW |
| UC1 | N1 | Tonen boodschappenlijsten |  | Must |
| FR1 |  | Elke boodschappenlijst heeft een naam. |  |  |
| FR2 |  | Elke boodschappenlijst heeft een datum. |  |  |
| FR3 |  | Alleen de eigen boodschappenlijsten wordt getoond. | AS1 |  |
| NFR1 |  | De boodschappenlijsten moeten in een lijstvorm onder elkaar worden getoond. |  |  |
| NFR2 |  | Elke boodschappenlijst heeft een kleur. |  |  |

## UC2: Tonen boodschappenlijst

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| # | Bron | Beschrijving | Asset | MoSCoW |
| UC2 | N1 | Tonen boodschappenlijst |  | Must |
| FR1 |  | De titel van de boodschappenlijst moet zichtbaar zijn. |  |  |
| FR2 |  | Elk product heeft een naam. |  |  |
| FR3 |  | Elk product heeft een aantal om te kopen. |  |  |
| FR4 |  | Vanuit de boodschappenlijstenpagina moet een mogelijkheid zijn om een specifieke boodschappenlijst in te zien. |  |  |
| FR5 |  | Er moet een mogelijkheid zijn om terug te navigeren naar de boodschappenlijstenpagina. |  |  |
| NFR1 |  | De producten moeten in een lijstvorm onder elkaar worden getoond. |  |  |
| NFR2 |  | Een boodschappenlijst op de boodschappenlijstenpagina moet klikbaar zijn om doorgestuurd te worden naar de specifieke boodschappenlijst pagina. |  |  |

## UC3: Tonen producten

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| # | Bron | Beschrijving | Asset | MoSCoW |
| UC3 | N1 | Tonen producten |  | Must |
| FR1 |  | Elk product heeft een productnaam |  |  |
| FR2 |  | Elk product heeft een voorraadstatus. |  |  |
| FR3 |  | Er moet een mogelijkheid zijn op de boodschappenlijsten pagina om de producten pagina te openen |  |  |
| FR4 |  | Er moet een mogelijkheid zijn om terug te navigeren naar de boodschappenlijstenpagina. |  |  |
| NFR1 |  | De producten moeten in een lijstvorm onder elkaar worden getoond. |  |  |
| NFR2 |  | Als er geen voorraad meer beschikbaar is van een product, dan moet getoond worden dat het product niet meer op voorraad is. |  |  |
| NFR3 |  | De knop voor het navigeren naar de producten pagina moet in de navigatiebalk worden weergegeven. |  |  |
| NFR4 |  | Met een knop moet terug genavigeerd kunnen worden naar de boodschappenlijsten pagina. |  |  |
| NFR5 |  | De knop voor het terug navigeren moet in de navigatiebalk worden weergegeven. |  |  |

# Notulen gesprekken opdrachtgever en requirements analyse

## N1 - Gesprek 1 / Week 1

Datum: 9-6-2025   
Aanwezigen:   
- Klaas van Dam, Requirementsengineer   
- Marieke Aalbers, Supermarkt bedrijfsleider

Bespreking:  
De bedrijfsleider geeft aan dat klanten steeds vaker behoefte hebben aan digitale ondersteuning bij het doen van boodschappen. Er is vraag naar een systeem waarmee klanten hun boodschappenlijsten eenvoudig kunnen beheren en producten kunnen terugvinden. De supermarkt wil inspelen op deze behoefte door een platform te ontwikkelen dat deze functionaliteiten biedt.

Er wordt besproken dat klanten meerdere boodschappenlijsten kunnen hebben. Dit is vooral handig voor klanten die bijvoorbeeld een wekelijkse lijst en een aparte lijst voor feestjes of speciale gelegenheden willen bijhouden. De bedrijfsleider benadrukt dat het systeem gebruikersvriendelijk en intuïtief moet zijn. Klanten moeten in één oogopslag hun lijsten kunnen zien en er gemakkelijk een kunnen selecteren. Uiteraard moeten boodschappenlijsten voorzien zijn van een naam en datum.

Verder wordt het belang van productinformatie benoemd. Klanten willen niet alleen weten welke producten op hun lijst staan, maar ook aanvullende details zoals prijs, voorraadstatus en locatie in de winkel. De bedrijfsleider merkt op dat een gestructureerde weergave van producten binnen een boodschappenlijst essentieel is. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door producten te groeperen op categorieën, zoals zuivel, brood en groenten.

Er wordt gesproken over de manier waarop het systeem de boodschappenlijsten toont. De bedrijfsleider geeft aan dat klanten verwachten snel en overzichtelijk te kunnen zien welke lijsten ze hebben. Er wordt ook gediscussieerd over de mogelijkheid om producten binnen een lijst te sorteren of te filteren, bijvoorbeeld op basis van meest recent toegevoegd of alfabetische volgorde. Op de lijst moeten producten kunnen worden aangepast in aantal. Per product moet het aantal worden weergegeven en of het product al gepakt is.

Bij het filteren denkt de bedrijfsleider aan een zoekveld boven de producten zodra je in een boodschappenlijst open hebt. Zo kan de klant immers snel producten vinden en aan de boodschappenlijst toevoegen.

Er vanuit gaande dat een klant meerdere lijsten heeft is het handig als de boodschappenlijsten verschillende kleuren kunnen hebben. Zo kan hij snel de verschillende lijsten herkennen. Ook is het handig als een lijst met boodschappen gedeeld kan worden; zo kunnen ook anderen het lijstje krijgen.

Tijdens het gesprek wordt ook gekeken naar toekomstige uitbreidingen. De bedrijfsleider geeft aan dat het in een later stadium mogelijk moet zijn om aanbiedingen of kortingen te koppelen aan producten binnen de boodschappenlijst. Dit zou klanten stimuleren om meer gebruik te maken van de app en extra aankopen te doen.

Tot slot wordt besproken hoe de functionaliteiten getest zullen worden. De bedrijfsleider stelt voor om een pilot te draaien in een aantal filialen, waarbij klanten feedback kunnen geven op de werking en bruikbaarheid van het systeem. Dit helpt om eventuele verbeterpunten tijdig te signaleren en aanpassingen door te voeren voordat de definitieve versie wordt uitgerold.

## N2 Notulen gesprek supermarkt bedrijfsleider

**Datum:** 25-2-2025  
**Aanwezigen:**

* Klaas van Dam, Requirementsengineer
* Marieke Aalbers, Supermarkt bedrijfsleider

**Bespreking:**  
Er is verder gesproken over drie belangrijke functionaliteiten die onderdeel zullen vormen van het nieuwe platform: het instellen van kleuren per boodschappenlijst, het plaatsen van producten op een boodschappenlijst en het inloggen in het systeem.

De bedrijfsleider geeft aan dat klanten hun lijsten graag willen personaliseren. Daarom moet het mogelijk zijn om aan elke boodschappenlijst een eigen kleur te koppelen. Dit verhoogt de herkenbaarheid en het gebruiksgemak, zeker voor klanten die meerdere lijsten tegelijk beheren. Elke lijst moet een instelbare kleur kunnen krijgen die als HEX-code wordt opgeslagen. In het overzicht van boodschappenlijsten moet de gekozen kleur duidelijk zichtbaar zijn. Het instellen van een kleur gebeurt op een aparte pagina, die via de navigatiebalk toegankelijk is. Op die pagina moet een knop aanwezig zijn met de tekst **“Kleur bewaren”** om de wijziging op te slaan.

Ook is besproken hoe klanten producten eenvoudig aan hun boodschappenlijsten kunnen toevoegen. De bedrijfsleider benadrukt dat de beschikbaarheid en voorraadstatus van producten hierbij een belangrijke rol spelen. In het systeem moet een lijst van beschikbare producten worden getoond, waarbij alleen producten die op voorraad zijn zichtbaar zijn. Per product moet de beschikbare hoeveelheid worden weergegeven. Door een product aan te klikken wordt dit direct aan de boodschappenlijst toegevoegd. Producten die al op de lijst staan, mogen niet meer getoond worden in de lijst van beschikbare producten. Als er geen producten meer beschikbaar zijn, moet dit duidelijk gemeld worden aan de gebruiker. Voor de interface is afgesproken dat de lijst met beschikbare producten rechts naast de boodschappenlijst wordt weergegeven, zodat de klant overzicht houdt.

Tot slot is de inlogfunctionaliteit besproken. De bedrijfsleider benadrukt dat dit de toegangspoort is tot het systeem en dat het proces eenvoudig en betrouwbaar moet zijn. Het inlogscherm moet velden bevatten voor gebruikersnaam en wachtwoord, met daarnaast een duidelijke **“Login”** knop. Bij het drukken op de knop worden de inloggegevens geverifieerd. Wanneer de inlog succesvol is, wordt de klant doorgestuurd naar de pagina met boodschappenlijsten en wordt de naam van de klant zichtbaar getoond. Als de inlog niet succesvol is, moet er een duidelijke foutmelding worden weergegeven.

**Conclusie:**  
Met deze drie functionaliteiten worden de basisstappen gezet om het platform gebruiksvriendelijk en functioneel te maken. De personalisatie via kleuren, het eenvoudig beheren van producten en de betrouwbare toegang via login vormen belangrijke fundamenten voor het succes van de app. In een later stadium zal dit uitgebreid getest worden in een pilotfase, waarbij feedback van klanten verzameld wordt.

## N3 Notulen gesprek supermarkt bedrijfsleider

**Datum:** 2-3-2025  
**Aanwezigen:**

* Klaas van Dam, Requirementsengineer
* Marieke Aalbers, Supermarkt bedrijfsleider

**Bespreking:**  
Tijdens het overleg zijn twee nieuwe functionaliteiten besproken die de gebruikservaring van het platform verder verbeteren: het delen van boodschappenlijsten en het zoeken van producten.

Allereerst is gesproken over de mogelijkheid om boodschappenlijsten te delen. De bedrijfsleider geeft aan dat klanten het praktisch vinden om een lijst met anderen te kunnen delen, bijvoorbeeld binnen een gezin of huishouden. Het systeem moet daarom voorzien in de mogelijkheid om een lijst op te slaan als bestand of kopie, zodat deze eenvoudig kan worden doorgegeven. Er moet een duidelijke knop aanwezig zijn om het opslaan te starten. Ook moet de gebruiker de actie kunnen annuleren, waarbij een melding verschijnt dat het opslaan is geannuleerd. Na een succesvolle opslag moet het systeem altijd een bevestigingsmelding geven, zodat de klant weet dat de actie is geslaagd.

Daarnaast is besproken hoe klanten producten eenvoudiger kunnen terugvinden met behulp van een zoekfunctie. Boven de productlijst, die naast de boodschappenlijst wordt weergegeven, moet een zoekveld aanwezig zijn. Hiermee kan een klant snel filteren op de gewenste producten. Wanneer een zoekopdracht geen resultaat oplevert, moet er een melding getoond worden zodat duidelijk is dat het product niet beschikbaar is. Als er geen zoekwaarde wordt ingevoerd, worden alle producten getoond zodat klanten een volledig overzicht behouden. De zoekbalk moet altijd boven de productlijst zichtbaar zijn en intuïtief werken.

**Conclusie:**  
Met het delen van boodschappenlijsten wordt samendoen en samenwerken binnen huishoudens ondersteund, terwijl de zoekfunctie klanten helpt sneller producten te vinden en de lijsten efficiënter te beheren. Beide functionaliteiten dragen bij aan gebruiksgemak en klanttevredenheid. Ook voor deze onderdelen zullen functionele tests worden uitgevoerd, met specifieke aandacht voor meldingen en de zichtbaarheid van knoppen en zoekvelden.