<快淘优惠券>

项目范围说明书

版本 <1.0>

修订历史记录

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **日期** | **版本** | **说明** | **作者** |
| 2020-4-19 | <1.0> | 定义了本项目裁剪后的各个主要过程和相应可交付成果 | 谷小雨 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

目录

1. 项目名称 4

2. 项目描述 4

3. 项目主要过程及可交付成果 5

4. 制约因素 6

5. 假设条件 6

# 项目名称

快淘优惠券。

# 项目描述

随着互联网的迅速发展以及中国网民的不断增多，网络购物平台纷纷成立，大学生群体对网购的推动起了很大的作用，大学生对网购的认知快，适应强，促使了大学生群体成为了网购成员中最重要的组成成员，然而，大部分大学生缺乏精力来源，主要依赖与父母给予的生活费，经济水平有限，在一定的程度上，降低了他们的购买能力

用户平时逛淘宝很多人会注意销量高的商品，所以商家想要提高自己商品的销量，淘宝的直通车广告费价格昂贵

电商用户群体庞大,但是优惠券平台并非一支独大，当下淘宝的用户已飙升至八亿，他们几乎每个月、每天、甚至每周都会有新的消费需求，包括从日用品到科技产品各方面的需求。但是市面上并没有把各种服务做到极致，让大家耳熟能详的品牌。

消费过度，大家渴求省钱，但是随着年轻人消费习惯的转变，他们的经济实力跟不上自己的消费需求。从而，他们渴求在高质量生活的同时能够适当的为自己省钱。所以，我认为他们有很大的需求去找到自己购买商品的优惠券。

商家优惠券资源充足,但是无从发放。由于淘宝的各方面限制，大部分的商家并没有足够的流量来源。

网购用户获取优惠券及其不便利，领取优惠券过程过为繁琐

# 项目主要过程及可交付成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 阶段（里程碑） | 子阶段 | 开始日期 | 截止日期 | 可交付成果 |
| 预启动 | 识别项目机会 | 2020年3月20日 | 2020年3月20日 | 商业分析报告 |
| 寻找解决方案 | 2020年3月20日 | 2020年3月20日 |
| 商业分析报告 | 2020年3月21日 | 2020年3月21日 |
| 评估 | 2020年3月22日 | 2020年3月22日 |
| 缓冲 | 2020年3月22日 | 2020年3月22日 |
| 启动 | 干系人分析 | 2020年3月23日 | 2020年3月24日 | 项目章程、干系人登记册、风险登记册 |
| 项目章程 | 2020年3月23日 | 2020年3月23日 |
| 启动会议 | 2020年83月25日 | 2020年3月25日 |
| 规划 | 收集需求 | 2020年3月26日 | 2020年3月26日 | 需求说明书、范围说明书、设计文档、进度计划、预算、测试计划、测试用例、风险登记册、项目总规划（人力资源计划、沟通计划） |
| 定义项目范围 | 2020年3月27日 | 2020年3月31日 |
| 制定进度计划 | 2020年4月1日 | 2020年4月7日 |
| 制定成本、质量计划 | 2020年4月8日 | 2020年4月13日 |
| 人力资源计划 | 2020年4月14日 | 2020年4月14日 |
| 沟通计划 | 2020年4月15日 | 2020年4月17日 |
| 风险管理计划 | 2020年4月17日 | 2020年4月17日 |
| 培训计划 | 2020年4月18日 | 2020年4月20日 |
| 缓冲 | 2020年4月21日 | 2020年4月23日 |
| 开发 | 组建团队 | 2020年4月24日 | 2020年4月25日 | 每日编译、源码、变更请求、可运行产品、测试报告 |
| 培训 | 2020年4月26日 | 2020年5月5日 |
| 编码 | 2020年5月6 | 2020年5月21日 |
| 测试 | 2020年5月22日 | 2020年5月29日 |
| 稳定 |  | 2020年6月1日 | 2020年6月19日 | 变更请求、用户手册、部署手册 |

# 制约因素

* 必须全部使用学院安排的师生进行项目的研发工作

# 假设条件

* 本产品定位的客户已经在使用各种购物软件并且有一定经济；