

Ахмадеев Р. Р.

студент, Уфимский Университет Науки и Технологий,

Кузнецов С. Г.

студент, Уфимский Университет Науки и Технологий,

Чуриков М. А.

студент, Уфимский Университет Науки и Технологий,

РЕГИСТРАЦИЯ: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ СЦЕНАРИЕВ ЦИФРОВЫХ ПЛОЩАДОК ТОРГОВЛИ (ЧАСТЬ 1)

Аннотация: В статье рассматривается такой базовый сценарий, как регистрация. Сценарий детализируется и анализируется с целью углубления понимания внутренних процессов цифровой среды площадок торговли.

Ключевые слова: цифровые площадки, онлайн-торговля, пользовательские сценарии, регистрация.

Abstract: The scenario is detailed and analyzed to deepen the understanding of the internal processes of the digital environment of trading platforms.

Keywords: digital platforms, online trading, user scenarios, registration.

Use case (1): “Регистрация клиента в сервисе”

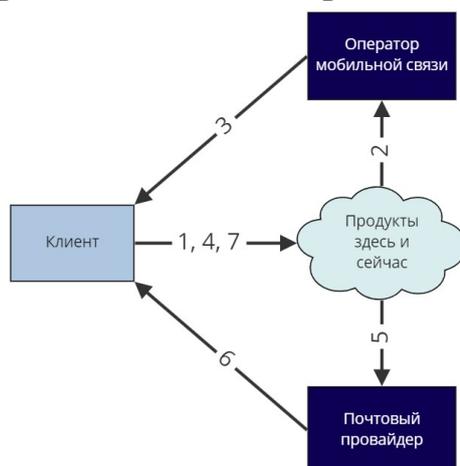


Рисунок 1. Use case (1): “Регистрация клиента в сервисе” с помощью оператора мобильной связи и почтового провайдера

1. Клиент знакомится и соглашается с условиями работы сервиса, заполняет регистрационную форму: вводит логин и пароль, Ф.И.О,

номер телефона, адрес электронной почты и направляет запрос на регистрацию в сервисе.

2. Сервис направляет на номер телефона клиента SMS-сообщение со кодом для подтверждения через мобильного оператора.
3. Мобильный оператор передает клиенту SMS-сообщение со кодом для подтверждения.
4. Клиент подтверждает номер телефона путем ввода полученного кода в приложении сервиса.
5. Сервис направляет на адрес электронной почты клиента сообщение со ссылкой для подтверждения через почтового провайдера.
6. Почтовый провайдер передает сообщение клиенту со ссылкой для подтверждения.
7. Клиент подтверждает адрес электронной почты переходом по ссылке, в результате которого сервис получает информацию о подтверждении [1].

Название:

Регистрация клиента в сервисе.

Краткое описание:

Клиент знакомится и соглашается с условиями сервиса, регистрируется в приложении сервиса с подтверждением мобильного номера и адреса электронной почты.

Участники:

Клиент, сервис, оператор мобильной связи, почтовый провайдер.

Предусловия:

Клиент знает о существовании сервиса и хочет зарегистрироваться в нем.

Триггер:

Желание не тратить свое время и силы на покупку еды и начать пользоваться возможностями сервиса.

Базовый сценарий:

Клиент соглашается с условиями сервиса, направляет запрос в сервис на регистрацию, вводит свои личные данные: ФИО, номер телефона, адрес электронной почты. Сервис отправляет запросы для подтверждения номера телефона и адреса электронной почты. После подтверждения клиент успешно регистрируется.

Постусловие:

Пользователь зарегистрировался в приложении после подтверждения номера телефона и адреса электронной почты, получил доступ к услугам сервиса.

Use case (2): “Регистрация оптовой организации в сервисе”

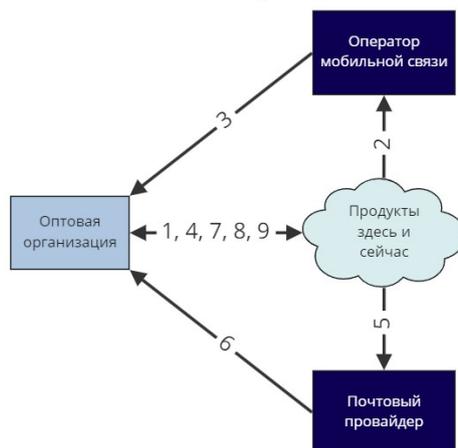


Рисунок 3. Use case (2): “Регистрация оптовой организации в сервисе”

1. Оптовая организация знакомится и соглашается с условиями договора с сервисом о партнерстве, присоединяется к условиям гарантии качества, заполняет регистрационную форму: вводит логин и пароль, наименование организации, ИНН, номер телефона, адрес корпоративной электронной почты и направляет запрос на регистрацию в сервисе.
2. Сервис направляет на номер телефона оптовой организации SMS-сообщение с кодом для подтверждения через мобильного оператора.
3. Мобильный оператор передает оптовой организации SMS-сообщение с кодом для подтверждения.
4. Оптовая организация подтверждает номер телефона путем ввода полученного кода в приложении сервиса.
5. Сервис направляет на адрес электронной почты оптовой организации сообщение со ссылкой для подтверждения через почтового провайдера.
6. Почтовый провайдер передает сообщение оптовой организации со ссылкой для подтверждения.
7. Оптовая организация подтверждает адрес электронной почты переходом по ссылке, в результате которого сервис получает информацию о подтверждении.
8. Сервис на основании представленных регистрационных данных проводит оценку соответствия потенциального партнера установленным сервисом критериям. В случае положительной оценки создает личный кабинет оптовой организации, в случае несоответствия оптовой организации установленным критериям направляет мотивированный отказ в сотрудничестве.

9. Сервис уведомляет организацию о создании личного кабинета и дает инструкцию о подключении через API.

10. Оптовая организация подключается к сервису по API для обмена информацией.

Название:

Регистрация оптовой организации в сервисе.

Краткое описание:

Оптовая организация знакомится и соглашается с условиями договора с сервисом о партнерстве, присоединяется к условиям гарантии качества, регистрируется в приложении сервиса с подтверждением мобильного номера и адреса электронной почты, подключается к сервису через API.

Участники:

Оптовая организация, сервис, оператор мобильной связи, почтовый провайдер.

Предусловия:

Оптовая организация знает о существовании сервиса и хочет зарегистрироваться в нем, чтобы работать вместе.

Триггер:

Желание начать совместную деятельность для более эффективной работы.

Базовый сценарий:

Оптовая организация соглашается с условиями с условиями договора с сервисом о партнерстве, присоединяется к условиям гарантии качества, заполняет регистрационную форму: вводит логин и пароль, наименование организации, ИНН, номер телефона, адрес корпоративной электронной почты и направляет запрос на регистрацию в сервисе. Сервис отправляет запросы для подтверждения номера телефона и адреса электронной почты. После подтверждения оптовая организация успешно регистрируется, сервис отправляет инструкцию для подключения, с помощью которой оптовая организация подключается к сервису через API для обмена информацией, онлайн обновления виртуальной витрины в сервисе.

Постусловие:

Оптовая организация зарегистрировалась в приложении после подтверждения номера телефона и адреса электронной почты, успешного прохождения процедуры оценки на соответствие критериям подключилась к сервису через API.

Use case (3): “Регистрация компании доставки в сервисе”

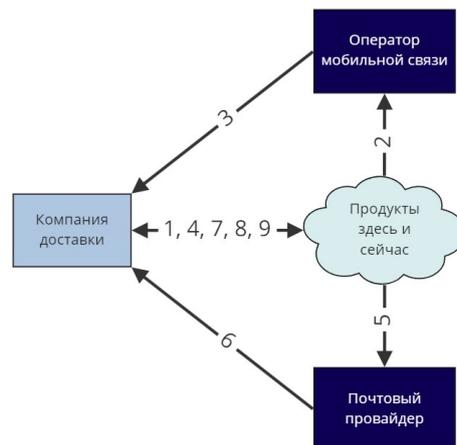


Рисунок 4. Use case (3): “Регистрация компании доставки в сервисе”

1. Компания доставки знакомится и соглашается с условиями договора с сервисом о партнерстве, присоединяется к условиям гарантии качества, заполняет регистрационную форму: вводит логин и пароль, наименование организации, ИНН, номер телефона, адрес корпоративной электронной почты и направляет запрос на регистрацию в сервисе.
2. Сервис направляет на номер телефона компании доставки SMS-сообщение с кодом для подтверждения через мобильного оператора.
3. Мобильный оператор передает компании доставки SMS-сообщение с кодом для подтверждения.
4. Компания доставки подтверждает номер телефона путем ввода полученного кода в приложении сервиса.
5. Сервис направляет на адрес электронной почты компании доставки сообщение со ссылкой для подтверждения через почтового провайдера.
6. Почтовый провайдер передает сообщение компании доставки со ссылкой для подтверждения.
7. Компания доставки подтверждает адрес электронной почты переходом по ссылке, в результате которого сервис получает информацию о подтверждении.
8. Сервис на основании представленных регистрационных данных проводит оценку соответствия потенциального партнера установленным сервисом критериям. В случае положительной оценки создает личный кабинет компании доставки, в случае несоответствия компании доставки установленным критериям направляет отказ в сотрудничестве.
9. Сервис уведомляет организацию о создании личного кабинета и дает инструкцию о подключении через API.

10. Компания доставки подключается к сервису по API для обмена информацией и обновления онлайн карты центров доставки и местонахождения курьеров [2].

Название:

Регистрация компании доставки в сервисе.

Краткое описание:

Компания доставки знакомится и соглашается с условиями с условиями договора с сервисом о партнерстве, присоединяется к условиям гарантии качества, регистрируется в приложении сервиса с подтверждением мобильного номера и адреса электронной почты, подключается к сервису через API для обмена информацией и обновления онлайн карты центров доставки и местонахождения курьеров.

Участники:

Компания доставки, сервис, оператор мобильной связи, почтовый провайдер.

Предусловия:

Компания доставки знает о существовании сервиса и хочет зарегистрироваться в нем, чтобы работать вместе.

Триггер:

Желание начать совместную деятельность для более эффективной работы.

Базовый сценарий:

Компания доставки соглашается с условиями с условиями договора с сервисом о партнерстве, присоединяется к условиям гарантии качества, заполняет регистрационную форму: вводит логин и пароль, наименование организации, ИНН, номер телефона, адрес корпоративной электронной почты и направляет запрос на регистрацию в сервисе. Сервис отправляет запросы для подтверждения номера телефона и адреса электронной почты. После подтверждения компания доставки успешно регистрируется, компания получает возможность подключения к API [3].

Постусловие:

Компания зарегистрировалась в приложении после подтверждения личных данных, успешного прохождения процедуры оценки на соответствие критериям подключилась к сервису через API.

Использованные источники:

1. Ковалёв А. В. Архитектура построения систем управления и сбора данных // Вестник ХНАДУ. 2007. №36.

2. Мусабеков М. А. Системная интеграция и построение архитектуры корпоративных систем // Cloud of science. 2013. №4.
3. Жилина Ирина Юрьевна Электронная розничная торговля в России: состояние и перспективы // ЭСПР. 2018. №1.