

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
Infotehnoloogia teaduskond

Maris Palopääl 192089IAAM

Eelanalüüs müügieesmärke toetava e-poe loomiseks Elisa Eesti AS-i näitel

Magistritöö

Juhendaja: Nadežda Furs

MBA

Kaasjuhendaja: Mati Mõttus

PhD

Tallinn 2021

Annotatsioon

Käesoleva magistritöö eesmärgiks on parendada Elisa veebipoodi nii, et see aitaks saavutada müügieesmärke läbi lisatavate võimekuste ja parendatud kasutuskogemuse ning pakkuda välja eesmärgi realiseerimiseks sobiv tarkvaralahendus.

Olemasolev e-poe lahendus loodi 2015. aastal ning seda on aastate jooksul väikeste osadena vastavalt vajadusele parandatud ja täiendatud. Ajaga on lisandunud uusi tootekategooriaid, lisaväärtusteenuseid, muutunud makseviiside fookused ja e-poe kasutamine lauaarvuti tagant on liikunud mobiiltelefonidesse. Müügieesmärkide tulemused ei ole ajaga paranenud ja ostuprotsess on muutunud keerulisemaks, kuna infot on juurde tulnud, aga terviklikku ostukogemust pole parendatud.

Magistritöö metoodikana kasutab autor ettevõtte juhtumianalüüsi konkreetse ettevõtte näitel, kirjeldab ettevõtte strateegiat, võimekusi ja protsesse. Analüüsib probleemi lahendamiseks loodud lahendusi antud valdkonna raames, Eestis ja mujal maailmas. Kogub kokku ärinõuded ja -reeglid ning tulemusena kavandab uue lahenduse prototüübi ja arhitektuurilise vaate.

Töö tulem võimaldab ettevõttel töömahtu hinnata ja arendustegevustega alustada.

Lahendus on väljatöötatud küll konkreetse ettevõtte vajadusi silmas pidades aga sobib nii Elisa Soome kui ka teiste telekommunikatsiooniettevõtete veebipoodidele, kes soovivad sarnaseid müügieesmärke saavutada.

Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ning sisaldab teksti 80 leheküljel, 6 peatükki, 21 joonist, 16 tabelit.

Abstract

Preliminary Analysis for Designing a Webstore that Contributes to Achieving the Sales Targets in Elisa Eesti AS

The goal of the thesis is to conduct a preliminary analysis for the purpose of improving the web store of Elisa Eesti AS in order to meet the sales targets of the e-channel.

The current web store was created in 2015 and it has been patched and updated step by step according to the needs. Gradually, new product categories and value-added services have been added, the focus of payment methods has changed, and web store usage has moved from desktop to mobile.

Achieving sales targets has not improved and the purchasing process has become more complicated due to the increase of information, but the complete purchasing experience has not been enhanced.

As a result of the Master's thesis, the author performs a business case study, describes the company's strategic capabilities and processes. The author analyzes the related solutions created in Estonia and elsewhere in the world that aim to solve the problem. The author gathers business needs and rules and designs a prototype and architectural view of the new solution.

The result of the thesis enables the company to launch a development project to implement the new solution. The solution has been designed with a specific enterprise orientation in mind, but it is usable by Elisa Finland or other telecommunication provider web stores that want to reach similar sales targets.

The thesis is in Estonian and contains 80 pages of text, 6 chapters, 21 figures, 16 tables.

Kokkuvõte

Magistritöö loomise eesmärgiks oli parendada Elisa Eesti veebipoodi nii, et see aitaks saavutada müügieesmärke läbi lisatavate võimekuste ja parendatud kasutuskogemuse ning pakkuda välja eesmärgi realiseerimiseks sobiv tarkvaralahendus. Töö eesmärk sai täidetud, kuna loodi lisatud võimekustega lahenduse prototüüp, kirjeldati ärinõuded ja äriinfomudel ning kavandati arhitektuuriline vaade.

Esimeses peatükis kirjeldatakse probleemi, selle olemust ja aktuaalsust. Antakse ülevaade veebipoe müügieesmärkidest, magistritöö etappidest, skoobist ja autori rollist ettevõttes. Teises peatükis kirjeldatakse magistritöö ettevõtet, strateegiat, eesmärke ja protsesse. Analüüsitakse seadmete ostu e-poe vooge maailma suurimate ja Eesti telekommunikatsiooni ettevõtete seas. Kolmandas peatükis kirjeldatakse analüüsis ja lahenduste kavandamise meetodeid. Neljandas peatükis viiakse läbi nõuete kogumise ja analüüsi meetodikad ning nende tulemid. Kirjeldatakse soovitud lahenduse ärireeglid ja -info mudel ning tuuakse välja kavandatud lahenduse prototüüp. Viiendas peatükis kirjeldatakse nõudeid läbi kasutajalugude ja *acceptance criteriati* ning tuuakse välja funktsionaalsed ja mittefunktsionaalsed nõuded koos prioriteetidega. Kujutatakse loodava lahenduse arhitektuuriline vaade komponent diagrammil ning selgitatakse komponentide olemust. Kuuendas peatükis tuuakse välja magistritöö järeldused, hetkeseis, edasised sammud ja ettepanekud tulevikus.

Peamistest meetodikatest kasutatakse äriprobleemi lahendamiseks juhtumiuuringut. Võimekuste kaardistamiseks kasutatakse Archimate raamistiku, äriprotsesse analüüsitakse BPMN-iga. Suurimate ostu takistavate tegurite tuvastamiseks viiakse läbi klientidega intervjuud. Olemasoleva lahenduse kasutatavuse probleemide tuvastamiseks ja uue lahenduse valideerimiseks viiakse läbi kasutatavuse testimised. Lahendus kujutatakse visuaalselt kõrge detailsusega prototüübil. Seadmete detailinfo spetsifikatsioonide leitavuse parendamiseks kasutatakse navigatsiooni testimist. Ärireeglid kujutatakse äriinfomudeliga. Ärinõuded kaardistatakse FURPS raamistikus ja planeeritava lahenduse arhitektuuriline vaade kirjeldatakse komponentdiagrammil.