

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**



**Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων**

**Πτυχιακή Εργασία**

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΓΙΑ SMARTPHONES ΜΕ  
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ANDROID**

**Κλεοπάτρα Λοΐζου**

**Επιβλέπων: Παπαδόπουλος Δημήτριος**

**Πάτρα- 2019**

## Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ασχολείται με την δημιουργία μιας ηλεκτρονικής εφαρμογής (application) στο χώρο της κτηνοτροφίας που θα βοηθά στη γρήγορη και εύκολη αναζήτηση ζώων ανά είδος και ράτσα που είτε ζητούν υιοθεσία ,είτε χάθηκαν, είτε βρέθηκαν. Σκοπός της εφαρμογής είναι κυρίως η παροχή δυνατότητας άμεσης εύρεσης ζώων στην ευρύτερη περιοχή που βρίσκεται ο χρήστης μέσα από το χάρτη με τις αγγελίες καθώς επίσης και ο καλύτερος-ταχύτερος τρόπος προσέγγισης τους στην τοποθεσία που βρίσκονται. Οι πηγές εσόδων για να είναι εφικτή και βιώσιμη η εφαρμογή, θα είναι από διάφορες φιλοζωικές οργανώσεις, από εθελοντές κτηνίατρους και διαφημίσεις και από πληρωμή των επιπλέον χαρακτηριστικών της εφαρμογής που θα είναι διαθέσιμη για όλο το φιλοζωικό κοινό όπως είναι οι εθελοντές κτηνίατροι, pet shop, κουρεία ζώων και εκπαιδευτών καλών τρόπων των ζώων.

## **Summary**

This senior thesis deals with the creation of an application in the field of livestock. Breeding which will help in the quick and easy search of animals by species and breed that either ask for adoption or were lost or found. The purpose of the application is mainly to provide the possibility of immediate finding of animals in the wider area of the user through the classified ads as well as the best-quick way of approaching the site. Sources of revenue to be feasible and sustainable implantation will be form various animal welfare organizations, from volunteer veterinarians and advertisements and from payment of the extra features of the application that will be available to the entire zoo like volunteer veterinarians, pet shops, animal gardens and animal welfare instructors.

## Σκοπός της πτυχιακής εργασίας

---

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι να παρουσιάσει το επιχειρηματικό σχέδιο που εκπονήθηκε στα πλαίσια της μελέτης και κατασκευής ηλεκτρονικής εφαρμογής από την σπουδάστρια του τμήματος με την υποστήριξη και καθοδήγηση του υπεύθυνου καθηγητή. Με αυτό το επιχειρηματικό σχέδιο σκοπεύουμε να υλοποιήσουμε την αρχική ιδέα για τη δημιουργία μιας ηλεκτρονικής εφαρμογής με κύριο θέμα τα αδέσποτα ζώα.

## Στόχος της πτυχιακής εργασίας

---

Στόχος της πτυχιακής εργασίας είναι να διερευνήσει από τεχνολογικής πλευράς εάν είναι τεχνολογικά εφικτή και επιτεύξιμη η δημιουργία και ανάπτυξη μιας τέτοιας εφαρμογής. Από οικονομικής, αν είναι οικονομικά βιώσιμη η δημιουργία και λειτουργία της εταιρίας που θα υποστηρίζει την εφαρμογή. Και από την σκοπιά του μάρκετινγκ, αν η εφαρμογή αυτή είναι ανταγωνιστική και θα μπορούσε να αντέξει τον ανταγωνισμό της αγοράς.

## Περιεχόμενα

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....</b>	<b>1</b>
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....</b>	<b>4</b>
<b>ΕΙΚΟΝΕΣ.....</b>	<b>7</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>8</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....</b>	<b>9</b>
1.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ - ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ .....	9
1.2 ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΕΙ - ΤΟ ΚΕΝΟ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ .....	9
1.3 ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΟΥ ΚΑΛΥΠΤΕΙ .....	10
1.4 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ .....	10
1.5 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT - ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ .....	11
1.6 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΡΕΤ ΜΑΡ .....	13
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΙ ΘΕΩΡΙΑ.....</b>	<b>15</b>
2.1 ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	15
2.1.1 <i>Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) .....</i>	<i>15</i>
2.1.2 <i>Σε τι βοηθάει ένα επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) .....</i>	<i>15</i>
2.1.3 <i>Περιεχόμενα ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan) .....</i>	<i>16</i>
2.1.3.1 Εισαγωγή .....	16
2.1.4 <i>Management Summary – Σύντομη Περίληψη .....</i>	<i>17</i>
2.1.5 <i>Εκπαιδευτική Δραστηριότητα .....</i>	<i>18</i>
2.1.5.1 Η Επιχείρηση .....	19
2.1.5.2 Σκοπός και στόχος της επιχείρησης.....	19
2.1.5.3 Νομική Σύσταση .....	19
2.1.5.4 Κύριοι Μέτοχοι .....	20
2.1.5.5 Ισχυρά Σημεία της Επιχείρησης.....	20
2.1.5.6 Το Προϊόν Ή η Υπηρεσία.....	20
2.1.5.7 Η Υπηρεσία .....	21
2.1.5.8 Ανάγκες Που Καλύπτει .....	21
2.1.5.9 Ανταγωνιστικές Ιδιότητες .....	22
2.1.5.10 Η Αγορά .....	23

2.1.5.11	Target Group.....	23
2.1.5.12	Ανταγωνισμός.....	23
2.1.5.13	Εμπόδια Εισόδου στην Αγορά.....	24
2.1.5.14	Marketing Plan.....	24
2.2	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ.....	25
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b>	<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ.....</b>	<b>30</b>
3.1	ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	30
3.1.1	Τα δεδομένα που διαβάζει η εφαρμογή.....	30
3.1.2	Τα κριτήρια που διαβάζει η εφαρμογή.....	30
3.2	ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ WEB DESIGN - WEB DEVELOPMENT.....	31
3.2.1	Τα Wireframes.....	32
3.2.2	Τα Mockups.....	33
3.2.3	Τα Prototypes.....	33
3.2.4	Τα Αποτελέσματα.....	34
3.3	ΈΝΝΟΙΑ ΤΟΥ MOCKUP.....	35
3.3.1	Γιατί οι μακέτες είναι χρήσιμες για τους σχεδιαστές?.....	35
3.3.2	Μακέτες, τι είναι αυτό?.....	37
3.3.3	Professional ή τίποτα.....	39
3.3.4	Μερικά είδη Mockups.....	40
3.4	ΕΡΓΑΛΕΙΑ MOCKUPS.....	41
3.4.1	Balsamiq Mockups.....	41
3.4.2	Mockingbird.....	41
3.4.3	Mockup Builder.....	42
3.4.4	MockFlow.....	43
3.4.5	HotGloo.....	43
3.4.6	Invision.....	44
3.4.7	JustProto.....	45
3.4.8	Proto.io.....	46
3.4.9	inPresso Screens.....	46
3.5	ΕΣΤΙΑΖΟΝΤΑΣ ΣΤΟ BALSAMIQ MOCKUP.....	47
3.6	ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ PHOTOSHOP.....	48
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>	<b>ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ.....</b>	<b>50</b>

4.1	ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ BALSAMIQ MOCK-UP .....	50
4.1.1	Εξώφυλλο – <i>front page</i> .....	53
4.1.2	Είσοδος – <i>Log in page</i> .....	54
4.1.3	Κεντρικό μενού .....	56
4.1.3.1	Αλλαγή ιδιοκτήτη δεσποζόμενου ζώου συντροφιάς.....	58
4.1.4	Βοηθητικός χάρτης για την εύρεση του ζώου .....	61
4.1.5	Κατηγορίες – <i>ράτσες σκύλων</i> .....	62
4.1.6	Εύρεση συγκεκριμένου σκύλου με μοναδικά στοιχεία.....	64
4.1.7	Κατάσταση σκύλου την τωρινή στιγμή .....	66
4.1.8	Επίσκεψη σε κτηνίατρο .....	67
4.1.9	Ομαδική Συνομιλία.....	69
4.1.10	Λήψη βίντεο .....	71
4.1.11	Στατιστικά χρήσης της εφαρμογής για τους προγραμματιστές-ιδιοκτήτες της .....	73
4.2	GOOGLE ANALYTICS .....	74
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>		<b>84</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>		<b>86</b>

## Εικόνες

EIKONA 1 .....	37
EIKONA 2 .....	39
EIKONA 3 .....	40
EIKONA 4 .....	50
EIKONA 5 .....	52
EIKONA 6 .....	54
EIKONA 7 .....	56
EIKONA 8 .....	60
EIKONA 9 .....	62
EIKONA 10 .....	64
EIKONA 11 .....	66
EIKONA 12 .....	67
EIKONA 13 .....	69
EIKONA 14 .....	71
EIKONA 15 .....	72
EIKONA 16 .....	73
EIKONA 17 .....	75
EIKONA 18 .....	77
EIKONA 19 .....	78
EIKONA 20 .....	79
EIKONA 21 .....	80
EIKONA 22 .....	81
EIKONA 23 .....	82
EIKONA 24 .....	82
EIKONA 25 .....	83



## Εισαγωγή

Για τη δημιουργία της εφαρμογής εύρεσης ζώων pet MAP θα κινηθούμε σε δύο διαφορετικά και παράλληλα άρρηκτα συνδεδεμένα πεδία προκειμένου να μελετήσουμε και στη συνέχεια να υλοποιήσουμε την ηλεκτρονική εφαρμογή.

Σε πρώτη φάση, θα δούμε το επιχειρηματικό πλάνο που θα χρειαστεί να χρησιμοποιήσουμε για να μπορέσουμε να υλοποιήσουμε την εφαρμογή. Αν δηλαδή θα χρειαστεί να δημιουργήσουμε εταιρία, πόσα άτομα θα απασχολούνται και με ποια ειδικότητα, ποια θα είναι τα κέρδη της επιχείρησης, πως αυτά θα απορροφούνται και πως θα επενδύονται, με ποιο τρόπο θα λειτουργεί η επιχείρηση και όλοι όσοι θα βρίσκονται στο εργατικό και υπαλληλικό προσωπικό της, τα καθήκοντα του κάθε εργαζομένου, το business plan της επιχείρησης και άλλες ανταγωνιστικές εφαρμογές.

Στην επόμενη φάση, θα ξεκινήσουμε την υλοποίηση της εφαρμογής από τεχνολογικής μεριάς. Προκειμένου να εξοικονομήσουμε χρόνο και να περάσουμε σύντομα στην απεικόνιση της εφαρμογής θα χρησιμοποιήσουμε ένα mock up εργαλείο για την κατασκευή της εφαρμογής pet MAP. Το Balsamiq Mock up θα μας βοηθήσει να σχεδιάσουμε όσο το δυνατόν πιο κοντά στην πραγματικότητα την εφαρμογή μας. Πριν καταλήξουμε στο εργαλείο αυτό, το Balsamiq mock up, θα κάνουμε μια σύγκριση άλλων παρόμοιων εργαλείων που εξυπηρετούν τις ίδιες ή παρόμοιες ανάγκες, με την δική μας, την εικονική κατασκευή της εφαρμογής.

## **Κεφάλαιο 1**

### **Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ**

#### **1.1 Περιγραφή της εφαρμογής - υπηρεσίας**

Η pet MAP app είναι ουσιαστικά ένας ηλεκτρονικός χάρτης εύρεσης ζώων που θα προβάλλει πληροφορίες για τα ζώα ανά είδος σε συγκεκριμένη τοποθεσία καθώς επίσης και μία σειρά σχετικών πληροφοριών όπως: ράτσα, χρώμα του τριχώματος, χρώμα των ματιών, βάρος, ηλικία, εάν είναι πληγωμένο ή χτυπημένο. Επιπλέον, ο χρήστης θα μπορεί να αξιολογήσει την κατάσταση που βρήκε το ζώο προκείμενου να αποφεύγεται το φαινόμενο των αδέσποτων ή χαμένων ζώων ή ακόμη των ζώων που εγκαταλείπουν τη ζωή στο δρόμο.

#### **1.2 Ανάγκες που ικανοποιεί - το κενό της αγοράς**

Το διευρυμένο κενό της αγοράς που υπάρχει στον τομέα της ζωολογίας οδήγησε στην ανεύρεση μιας εφαρμογής ικανής να εξυπηρετεί σε ικανοποιητικά ποσοστά τόσο τις ανάγκες των ζωόφιλων που χάθηκε το ζώακι τους όσο και αυτών που βρήκαν κάποιο στο δρόμο αλλά και αυτών που ενδιαφέρονται να υιοθετήσουν με όλους τους νομικούς όρους κάποιο ζώακι.

Ως πρόβλημα ή κενό της αγοράς νοείται η ανικανότητα του συστήματος της ζωολογίας να ικανοποιήσει άμεσα και να εξυπηρετεί με την μέγιστη ποιότητα τους ζωόφιλους, τις φιλοζωικές οργανώσεις και τους κτηνιάτρους όσον αφορά τα αδέσποτα και τα απολεσθέντα κατοικίδια. Προς καταπολέμηση της ανικανότητας

αυτής δημιουργήθηκε η ηλεκτρονική εφαρμογή « pet MAP » [Stephen Spinelli, Robert Adams, Παπαδάκης Βασίλης] .

### **1.3 Ανάγκες που καλύπτει**

Η εφαρμογή καλύπτει την ανάγκη για άμεση, γρήγορη και αξιόπιστη πληροφόρηση στις υπηρεσίες της ζωολογίας. Θα συνεισφέρει και θα συμμετέχει στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας, αφού περισσότεροι χρήστες ζητάνε και ενώ παράλληλα περισσότεροι φιλόζωοι προσφέρουν. Απαντά στην ανάγκη των φιλόζωων για προβολή των αγγελιών τους που θα έχει ως αποτέλεσμα την μεγαλύτερη κατά το δυνατόν εύρεση αδέσποτων και απολεσθέντων κατοικίδιων. Η εφαρμογή θα παρέχει αξιόπιστες πληροφορίες προς τους χρήστες αφού θα δείχνει ακριβώς την τοποθεσία και τα στοιχεία του εκάστοτε αδέσποτου ζώου αφού θα υπάρχει τοποθετημένο chip σε αυτό.

Η εφαρμογή αυτή θα μπορεί να δώσει γρήγορη λύση σε καταστάσεις ανάγκης όπου κάποιος φιλόζωος - χρήστης βρίσκεται σε δύσκολη κατάσταση και, για παράδειγμα έχασε το κατοικίδιο του ένα βράδυ ή, σε άσχημο συμβάν που έτυχε σε κάποιο ζώακι. Η εφαρμογή θα μειώνει τον χρόνο αναμονής αφού θα δείχνει άμεσα την τοποθεσία του χαμένου ζώου και έτσι ο χρήστης θα έχει την δυνατότητα να πλησιάσει την τοποθεσία που διαφαίνεται στο χάρτη και να εξυπηρετηθεί. Επίσης ο χρήστης - φιλόζωος ενημερώνεται άμεσα για κοντινό κτηνιατρείο διανυκτερεύουν και γιατρό που είναι άμεσα διαθέσιμος για επίσκεψη.

### **1.4 Ανταγωνιστικές ιδιότητες**

Στις ανταγωνιστικές ιδιότητες της εφαρμογής πρέπει να αναφέρουμε πως η

εφαρμογή είναι δυναμική και όχι στατική που σημαίνει ταχύτητα, ευελιξία και ανταποκρισιμότητα στις ανάγκες του χρήστη καθώς και σε νέες απρόβλεπτες καταστάσεις ή εξελίξεις των ήδη υπάρχων. Για παράδειγμα ένας γιατρός - κτηνίατρος αργεί να πάει στο ραντεβού που έχει προγραμματιστεί μέσω της εφαρμογής λόγω κάποιου απρόβλεπτου γεγονότος, για παράδειγμα ένα μικρό οδικό ατύχημα. Χάρη στη διαδραστικότητα και τις δυνατότητες της pet Map, ενημερώνει ο γιατρός την εφαρμογή για την καθυστέρηση του και η εφαρμογή ενημερώνει και ειδοποιεί τον χρήστη για το ραντεβού που είχαν σε λίγη ώρα ενώ κατευθείαν ξεκινάει αυτόματα η εύρεση άλλου διαθέσιμου γιατρού - κτηνίατρο. Επίσης στα πλεονεκτήματα πρέπει να αναφερθεί πως η υπηρεσία θα παρέχεται δωρεάν στη βασική της έκδοση (premium model) και θα έχει εύκολη πρόσβαση για το χρήστη καθώς και η διεπαφή θα είναι εύκολη και φιλική προς τις ανάγκες του χρήστη. Σκοπός μας είναι οι διαρκείς βελτιώσεις και προσθήκες για καλύτερη πληροφόρηση, εξυπηρέτηση και κάλυψη των αναγκών του χρήστη για την φροντίδα των ζώων και η εγγυημένη αξιοπιστία, δίνοντας περισσότερη προσοχή στον εμπλουτισμό των παροχών που διαθέτει η εφαρμογή. Για αυτές τις διαρκείς βελτιώσεις θα λαμβάνονται υπόψη τα σχόλια και οι αξιολογήσεις των χρηστών που θα βρίσκονται σε forums ή στις αξιολογήσεις στο Play store [Paul Downs - Boss Life]

.

## **1.5 Ανάλυση SWOT - θεωρητική ανάλυση**

Η ανάλυση SWOT εξετάζει τα ισχυρά (strengths) και αδύναμα σημεία (weaknesses) μιας επιχείρησης, τις ευκαιρίες (opportunities) και απειλές (threats) από το περιβάλλον που δραστηριοποιείται. Χρησιμοποιείται από πολλές επιχειρήσεις προκειμένου να αξιολογήσουν την κατάσταση που βρίσκονται σήμερα με σκοπό να πάρουν αποφάσεις και να διαμορφώσουν έτσι την μελλοντική στρατηγική

ανάπτυξής τους.

Η ανάλυση SWOT χωρίζεται σε δύο βασικά μέρη. Στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι τα Δυνατά και Αδύναμα σημεία και στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι οι Ευκαιρίες και οι Απειλές. Οι δυνατότητες και οι αδυναμίες της επιχείρησης είναι εσωτερικοί παράγοντες που εντοπίζονται από την ανάλυση των λειτουργιών και συστημάτων της επιχείρησης.

Οι ευκαιρίες και απειλές της επιχείρησης εντοπίζονται από την μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο και δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Εξωγενείς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την λειτουργία της επιχείρησης είναι οι πολιτικοί παράγοντες (ένα καινούριο νομοσχέδιο, ή ακόμα και μία αλλαγή στην κυβέρνηση), οικονομικοί (αύξηση φορολογίας, μείωση επιτοκίων), κοινωνικοί (αύξηση πληθυσμού, ανεργία) και τεχνολογικοί (νέες μεθόδους παραγωγής, νέες τεχνολογίες).

Η ανάλυση SWOT μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για κάθε επιχείρηση. Μέσω αυτού μπορείτε να εντοπίσετε και να αξιοποιήσετε τα Δυνατά σημεία της επιχείρησης, να επενδύσετε πάνω σε αυτά και να εκμεταλλευτείτε τις μελλοντικές ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν. Μπορείτε να προσδιορίσετε τις απειλές και τους κινδύνους που θα παρουσιαστούν και να τους αποφύγετε με τα κατάλληλα βήματα. Θα πρέπει να έχετε υπόψη σας ότι η αξιολόγηση της υπάρχουσας στρατηγικής θα βοηθήσει στη διαμόρφωση της νέας. Οι πληροφορίες και οι γνώσεις που θα αποκτήσετε μέσα από την διαδικασία της SWOT Analysis, θα μειώνουν σημαντικά το ρίσκο κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Θα σας δοθεί έτσι η δυνατότητα να προβείτε σε μελετημένες και στρατηγικού τύπου αποφάσεις.

## 1.6 Ανάλυση SWOT της εφαρμογής pet Map

Στην ανάλυση που ακολουθεί θα πρέπει να παρατηρήσουμε πως η κρίση είναι το χαρακτηριστικό και συναντάται σε πολλά πεδία της ανάλυσης.

Στα ισχυρά σημεία αναφέρουμε τις ανταγωνιστικές ιδιότητες της εφαρμογής όπως ότι είναι μία δυναμική εφαρμογή και θα παρέχεται δωρεάν η βασική της έκδοση με τις βασικές της λειτουργίες προς τους χρήστες (premium model). Αξίζει να αναφέρουμε πως τα μέλη της ομάδας, εξαιτίας ακριβώς των ενδιαφερόντων και των γνώσεων τους έχουν την κατάλληλη κατάρτιση για να κατανοούν τις ιδιομορφίες και τις ιδιαιτερότητες των οικονομικών της κτηνοτροφίας και εξειδίκευση στο χώρο της και έτσι σκοπεύουν να παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες σύμφωνα με της θεωρητική τους κατάρτιση. Επίσης η ίδια η εφαρμογή θα αναπτυχθεί ώστε να είναι φιλική η διεπαφή των χρηστών. Στα ισχυρά σημεία μπορεί να προστεθεί και ο ελάχιστος αναγκαίος αριθμός εργαζομένων που απαιτούνται για την λειτουργία της επιχείρησης και το σχετικά μικρό κεφάλαιο εκκίνησης που απαιτείται.

Στις ευκαιρίες πρέπει να αναφέρουμε πως έχουμε μία αναδυόμενη αγορά - μη κορεσμένη, με άγνωστες δεινότητες ανάπτυξης. Η εδραίωση της επιχείρησης σε μια τέτοια αγορά αποτελεί μια πολύ καλή ευκαιρία. Ευκαιρία επίσης αποτελεί και η στοχευμένη διαφήμιση που θα μπορούσε να γίνει μετά από επεξεργασία δεδομένων μέσα από τη βάση δεδομένων της εφαρμογής μετά από την εξυπηρέτηση πελατών από την εφαρμογή.

Η δυσκολία χρηματοδότησης για την υλοποίηση και τη συντήρηση της εφαρμογής λόγω της κρίσης και η έλλειψη του εσωτερικού developer είναι αδύναμα σημεία της επιχείρησης αυτής.

Οι κίνδυνοι που μπορούν να προβλεφθούν είναι η εμβάθυνση της οικονομικής κρίσης και η ραγδαία μείωση του βιοτικού επιπέδου, που μπορεί να καταστήσουν την pet Map πολυτέλεια στη συνείδηση του μέσου χρήστη. Ανταγωνισμός από άλλες εφαρμογές αποτελεί και αυτός έναν κίνδυνο. Επίσης πιθανή είναι και η αρνητική αντίδραση των κτηνιάτρων και η μη ενσωμάτωση της χρήσης της εφαρμογής στις καθημερινές επαγγελματικές τους συνήθειες [<http://www.filozoiki.gr/drasthriothtes/tropoi-bohtheias-pros-adespota-zwa>].

## Κεφάλαιο 2

# ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΙ ΘΕΩΡΙΑ

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται το Επιχειρηματικό Σχέδιο συνολικά και ακολουθείται μια βήμα – βήμα η παρουσίαση της θεωρίας και της εφαρμογής της στο επιχειρηματικό σχέδιο [Simon Sinek] .

### 2.1 Θεωρητική εισαγωγή

#### 2.1.1 Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο (*business plan*)

Το business plan είναι μια γραπτή πρόταση που [Κέφης, Ν.Β. και Παπαζαχαρίου Π. (2009)]:

- Περιγράφει και αναλύει την επιχείρηση,
- Υπολογίζει την πορεία της στο μέλλον,
- Προβλέπει τα οικονομικά - πόσα χρήματα χρειάζεται για να στηθεί και πόσα θα αποδώσει,
- Αποδεικνύει αν είναι συμφέρον να ξεκινήσει ή να αναπτυχθεί η εταιρία.

#### 2.1.2 Σε τι βοηθάει ένα επιχειρηματικό σχέδιο (*business plan*)

- Στη λήψη της απόφασης να προχωρήσει ή να σταματήσει η επένδυση,



- Ξεκαθαρίζει την εικόνα της εταιρίας,
- Μειώνει το ρίσκο και συμβάλλει στην επιτυχία,
- Βοηθά στο να πεισθούν οι χρηματοδότες, συνέταιροι, τράπεζες και να επενδύσουν στην ιδέα,
- Δημιουργεί ένα μονοπάτι δράσης,
- Δημιουργεί την βάση αναφοράς για τον έλεγχο της προόδου υλοποίησης του έργου.

### **2.1.3 Περιεχόμενα ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan)**

- Εισαγωγή
- Η επιχείρηση
- Το προϊόν ή η υπηρεσία
- Η αγορά
- Marketing plan
- Διοίκηση και οργάνωση
- Οικονομική πρόβλεψη
- Οικονομικές απαιτήσεις
- Παραρτήματα

#### **2.1.3.1 Εισαγωγή**

- Σύντομη περίληψη του επιχειρηματικού σχεδίου που τονίζει την επιχειρηματική ιδέα και πώς αυτή θα επιτευχθεί.

- Πρέπει να διευκολύνει ένα τρίτο αναγνώστη μέσα σε 1 - 2 σελίδες μόνο να κατανοήσει την ιδέα, να πεισθεί για την οικονομική βιωσιμότητά της και για το σχέδιο υλοποίησης της.

#### **2.1.4 Management Summary – Σύνοψη Περίληψη**

Η Επιχειρηματική ιδέα μας αφορά μια ηλεκτρονική εφαρμογή (application) με τομέα τα αδέσποτα και απολεσθέντα ζώακια που θα βοηθά στην γρήγορη αναζήτηση και εύρεση αδέσποτων ή απολεσθέντων ζώων (ανά ράτσα) καθώς και σε ραντεβού με κτηνίατρους, καταχώρηση αδέσποτων ζώων προς υιοθεσία και άλλες αγγελίες.

Η έναρξη της εφαρμογής γίνεται από το χρήστη εισάγοντας ορισμένα δεδομένα - κατά προσέγγιση καθενός -, σκοπός των οποίων είναι η γρήγορη αναζήτηση ζώων και κτηνιάτρων καθώς και η ευκολότερη μετάβαση στην τοποθεσία αυτών.

Διαχειριστές και εμπλεκόμενα πρόσωπα είναι οι μέτοχοι - ιδρυτές, ιδιωτικοί πάροχοι, εταιρίες ηλεκτρονικών υπηρεσιών, υπαλληλικό προσωπικό και εποχιακοί λογιστές και νομικά πρόσωπα.

Οι πηγές εσόδων που προέρχονται από εξωτερικούς πόρους θα ανευρίσκονται είτε από διαφημίσεις είτε από προμήθεια για υπηρεσίες με κτηνίατρους, είτε από πληρωμή των επιπλέον χαρακτηριστικών που θα είναι διαθέσιμα για τους γιατρούς και τους χρήστες - ζωόφιλους.

Επιπλέον βασικό χαρακτηριστικό της εφαρμογής είναι ότι ο χρήστης θα έχει την δυνατότητα αξιολόγησης του κτηνίατρου σύμφωνα με τις εντυπώσεις που αποκόμισε από την ποιότητα της υπηρεσίας του, αλλά και την κατάσταση του ζώου που έχει βρει.

### **2.1.5 Εκπαιδευτική Δραστηριότητα**

Στον εκπαιδευτικό σχεδιασμό η εκπαιδευτική δραστηριότητα αποτελεί το κεντρικό σημείο ενδιαφέροντος της διαδικασίας σχεδιασμού (Beetham και Sharpe, 2007). Μια εκπαιδευτική δραστηριότητα είναι μια σκόπιμη ενέργεια που εκτελείται από εκπαιδευόμενους μέσα σε μια διαδικασία διδασκαλίας-μάθησης, προκειμένου να πετύχουν εκπαιδευτικούς στόχους (Klebl, 2006).

Η βασική αρχή του εκπαιδευτικού σχεδιασμού είναι το ότι αναπαριστά τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες και τις δραστηριότητες υποστήριξης οι οποίες εκτελούνται από διαφορετικούς ανθρώπους (εκπαιδευτές, εκπαιδευόμενους). Αυτές οι δραστηριότητες μπορούν να έχουν αναφορές σε διαφορετικά μαθησιακά αντικείμενα τα οποία χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων (π.χ. βιβλία, άρθρα, προγράμματα λογισμικού, εικόνες), καθώς και σε υπηρεσίες (π.χ. ασύγχρονης συζήτησης, συζήτησης πραγματικού χρόνου, wikis) που χρησιμοποιούνται για τη συνεργασία και την επικοινωνία κατά τη διάρκεια της διαδικασίας διδασκαλίας-μάθησης (Koper, 2006).

Ο όρος “εκπαιδευτικές δραστηριότητες” αναφέρεται σε ενέργειες που αποσκοπούν στην απασχόληση των εκπαιδευομένων ή του εκπαιδευτή κατά τη διάρκεια ενός εκπαιδευτικού προγράμματος. Τα διάφορα στάδια ενός προγράμματος (παρουσιάσεις, ασκήσεις, διαλείμματα, συζητήσεις) αποτελούν μαθησιακές ενέργειες ή δραστηριότητες. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες, ως βάση της εκπαιδευτικής διαδικασίας στηρίζονται, όπως θα αναλυθεί παρακάτω, σε εκπαιδευτικές τεχνικές και σχετίζονται με μια μέθοδο. (Μπουρλετίδης)

#### 2.1.5.1 Η Επιχείρηση

Περιγράφει [<https://epixeirein.gr/2008/06/24/business-plan/>]:

- Το σκοπό και το στόχο της επιχείρησης,
- Τη νομική σύσταση της,
- Τους κύριους μετόχους,
- Το επενδύμενο κεφάλαιο,
- Τα ισχυρά σημεία της επιχείρησης.

#### 2.1.5.2 Σκοπός και στόχος της επιχείρησης

- Εύκολη σύνδεση με κτηνίατρους.
- Άμεση απεικόνιση της τοποθεσίας του ζώου.
- Εύκολη πρόσβαση στο σημείο που βρίσκεται το ζώο.
- Αναβάθμιση του συστήματος εντόπισης των ζώων και της ένδειξης του ενδιαφέροντος από ζωόφιλους για υιοθεσία.

#### 2.1.5.3 Νομική Σύσταση

Το πιθανότερο είναι η εταιρία να ιδρυθεί ως Ε.Π.Ε. Θα μπορούσε και ως Ο.Ε. ή Έ.Ε. ή ΙΚΕ γιατί συνήθως αυτές είναι οι μορφές που επιλέγονται για την ίδρυση ηλεκτρονικής εταιρίας.

#### 2.1.5.4 Κύριοι Μέτοχοι

- Μέτοχοι - Ιδρυτές
- Ιδιωτικοί πάροχοι υπηρεσιών υγείας (κτηνίατροι, φιλοζωικά σωματεία κ.λπ.)
- Εταιρίες ηλεκτρονικών υπηρεσιών (Google κ.λπ.)

#### 2.1.5.5 Ισχυρά Σημεία της Επιχείρησης

- Η συναλλαγή μεταξύ χρήστη και εφαρμογής είναι άμεση και γρήγορη.
- Η εφαρμογή είναι δυναμική και ενημερώνεται όλο το 24ώρο με αποτέλεσμα την έγκαιρη πληροφόρηση και καθοδήγηση στους χρήστες.
- Η εφαρμογή χρειάζεται ελάχιστο αριθμό εργαζομένων.
- Η pet Map καταγράφει τις ηλεκτρονικές διενέργειες (ιστορικό) και μπορεί να συλλέξει πληροφορίες για τον χρήστη και τα ζώακια (προφίλ).
- Το κόστος χρήσης της εφαρμογής θα είναι δωρεάν.

#### 2.1.5.6 Το Προϊόν Ή η Υπηρεσία

Περιγράφει:

- Το προϊόν ή την υπηρεσία που θα πουλάει η επιχείρηση,
- Τι ανάγκες καλύπτει,
- Τα τεχνικά χαρακτηριστικά,
- Και τις ανταγωνιστικές ιδιότητες.

#### *2.1.5.7 Η Υπηρεσία*

Η pet Map app είναι ουσιαστικά ένας ηλεκτρονικός χάρτης για τα αδέσποτα - απολεσθέντα ζώακια που θα προβάλλει πληροφορίες για τους ζωόφιλους ανά είδος σε συγκεκριμένη τοποθεσία καθώς επίσης και μια σειρά σχετικών πληροφοριών όπως: ακριβή εμφάνιση τοποθεσίας του ζώου, αν έχει κάποιο πρόβλημα (καρδιακοί παλμοί), καταχώρηση ζώων που χάθηκαν από τις οικογένειες τους, αγγελίες ζώων που είναι προς υιοθεσία, εμφάνιση διαθεσιμότητας κτηνιάτρων και διαθεσιμότητα για επίσκεψη, την αξιολόγηση των γιατρών.

#### *2.1.5.8 Ανάγκες Που Καλύπτει*

- Την ανάγκη για άμεση, γρήγορη και αξιόπιστη πληροφόρηση των κτηνιάτρων που φαίνονται διαθέσιμοι.
- Την συμμετοχή στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας, αφού περισσότεροι χρήστες το ζητάνε και περισσότεροι ζωόφιλοι θέλουν να προσφέρουν λύσεις στα προβλήματα με τα αδέσποτα ζώα.
- Την ανάγκη των κτηνιάτρων για την προβολή των υπηρεσιών τους και της φήμης τους που θα έχει ως αποτέλεσμα την μεγαλύτερη κατά το δυνατόν προσέγγιση πελατών.
- Αξιοπιστία προς τους χρήστες όσον αφορά τους κτηνιάτρους και την ποιότητα της δουλειάς τους καθώς και για την ευαισθησία τους προς τα ταλαιπωρημένα ή χτυπημένα ζώακια.
- Καταστάσεις μερικώς επείγουσας ανάγκης. Για παράδειγμα ένα ζώακι

βρίσκεται εγκλωβισμένο και χτυπημένο, κάτι που θα διαπιστώνεται από το microchip σύμφωνα με τους παλμούς της καρδιάς, τότε φιλοζωικές οργανώσεις ή κτηνίατροι ή φιλόζωοι ενημερώνονται και διατρέχουν προς το σημείο που φαίνεται στο χαρτί πως βρίσκεται το ζώακι.

#### 2.1.5.9 Ανταγωνιστικές Ιδιότητες

1. Η εφαρμογή είναι δυναμική και όχι στατική που σημαίνει ταχύτητα, ευελιξία και ανταποκρισιμότητα στις ανάγκες του χρήστη καθώς και νέες πληροφορίες ή εξέλιξη των ήδη υπάρχων (όταν δηλαδή για παράδειγμα ένα ζώακι προορίζεται για υιοθεσία αλλά βρέθηκε κάποιος να το φιλοξενήσει έως ότου βρεθεί η οικογένεια που θα το μεγαλώσει)
2. Premium model και εύκολη πρόσβαση για τον χρήστη, καθώς η διεπαφή είναι φιλική ως προς τις ανάγκες του χρήστη.
3. Διαρκείς βελτιώσεις και προσθήκες για καλύτερη πληροφόρηση, εξυπηρέτηση και κάλυψη των αναγκών του χρήστη σε σχέση με τα ζώα που βρίσκονται έξω στο δρόμο και εγγυημένη αξιοπιστία δίνοντας περισσότερη προσοχή στον εμπλουτισμό των παροχών που θα διαθέτει η εφαρμογή. Για τις διαρκείς βελτιώσεις θα λαμβάνονται υπόψη οι αξιολογήσεις των χρηστών.

#### 2.1.5.10 *Η Αγορά*

Προσδιορίζει:

- Ποιος θα είναι ο δυνητικός πελάτης (target group),
- Τον ανταγωνισμό,
- Το μέγεθος/μερίδιο της αγοράς (διάγραμμα <πίτα>),
- Τα εμπόδια εισόδου στην αγορά και πώς αντιμετωπίζονται.

#### 2.1.5.11 *Target Group*

- Επαγγελματίες υγείας - σωματεία  
όπως είναι οι κτηνίατροι, φιλοζωικά σωματεία, φιλοζωικές οργανώσεις, διασώστες, νοσηλευτικό προσωπικό, φαρμακοποιοί, ιδιοκτήτες καταστημάτων με είδη ζώων
- Φιλόζωοι - χρήστες  
για παράδειγμα φοιτητές, οικογένειες, παιδιά, ηλικιωμένοι ανεξαρτήτου επαγγέλματος, κοινωνικής τάξης και τόπου διαμονής

#### 2.1.5.12 *Ανταγωνισμός*

- Οι άλλες εφαρμογές που κυκλοφορούν.



- Συνεχής εξέλιξη των εφαρμογών.

#### 2.1.5.13 *Εμπόδια Εισόδου στην Αγορά*

- Εφαρμογές που ήδη υπάρχουν και εμποδίζουν την "διείσδυση" της νέας εφαρμογής.
- Κόστος υλοποίησης, συντήρησης και διαρκούς ανανέωσης και αναβάθμισης της εφαρμογής.
- Η οικονομική κρίση οδηγεί στην δύσκολη εύρεση κεφαλαίων.
- Πιθανή αντίδραση ή απροθυμία των παροχών υγείας.

#### 2.1.5.14 *Marketing Plan*

Περιγράφει:

- Την τοποθέτηση της επιχείρησης στην αγορά,
- Πώς διαφοροποιείται το προϊόν / η υπηρεσία με τη βοήθεια των 4P:
  - 1.Product (προϊόν)
  - 2.Place (τοποθέτηση)
  - 3.Price (τιμή)
  - 4.Promotion (προώθηση) [Peterson Steven, Tiffany Paul]

### **Τοποθέτηση της επιχείρησης στην αγορά**

Η εφαρμογή θα απευθύνεται σε όλο το κοινωνικό φάσμα από τα χαμηλά έως τα χαμηλά κοινωνικά στρώματα κυρίως στους φιλόζωους.

## **2.2 Διοίκηση και οργάνωση**

Περιγράφει την ικανότητα λειτουργίας της επιχείρησης αναλύοντας

- Τους ανθρώπους (people),
- Τη διαδικασία παραγωγής (production),
- Τις εγκαταστάσεις (premises),

Τα μέσα, τον εξοπλισμό και τα συστήματα (instruments, equipment, systems)

[<https://www.supportbusiness.gr/financial/companies-legalforms/118-ksekinwntas-th-dikh-sou-epixeirhsh-oles-oi-nomikes-morfes-epixeirhsewn>].

### **Διοίκηση και οργάνωση**

Περιγράφεται η ικανότητα λειτουργίας της επιχείρησης αναλύοντας τα παρακάτω [Μάρκελλος Κ. και Μάρκελλου Π. και Ρήγγου Μ. και Συρμακέσης Σ. και Τσακαλίδης Α. (2006)]:

## **Ρόλοι, Αρμοδιότητες, Υποχρεώσεις**

- 4 Μέτοχοι
  - Οι μέτοχοι αναλαμβάνουν εξ' αδιαίρετου την σωστή και εύρυθμη

λειτουργία της εταιρίας, την εξαγωγή συμπερασμάτων - αποτελεσμάτων, την ανεύρεση νέων πελατών και όποια άλλη δραστηριότητα της επιχείρησης όπως:

- Τη θέση του οδηγού
- Τη θέση του υπαλλήλου για την υποστήριξη πελατών εκ του τηλεφώνου.
- Προγραμματιστές  
Είναι υπεύθυνοι για τη δημιουργία, τη τροποποίηση, τη συντήρηση, την αναβάθμιση και την ενημέρωση της εφαρμογής.

- Υπάλληλος για την γραμματειακή υποστήριξη  
Είναι υπεύθυνος να δίνει απαντήσεις σε διάφορες απορίες των πελατών - χρηστών της pet Map app, υπεύθυνος για γενικές πληροφορίες πελατών και μη, υπεύθυνος για την αρχειοθέτηση των πελατών και των προσωπικών τους δεδομένων κ.ά.

- Οδηγός  
Από τη στιγμή που θα διαθέτουμε αυτοκίνητο και θα δεσμευθεί ως εταιρικό θα πρέπει απαραίτητα και νομικά να ορισθεί οδηγός για το εταιρικό μας όχημα.

## Η Διαδικασία Παραγωγής

- **Η συλλογή των πληροφοριών** (από φιλοζωικές οργανώσεις, φιλοζωικά σωματεία, κτηνίατρους, ζωόφιλους, φαρμακοποιούς, διασώστες, ιδιοκτήτες μαγαζιών με είδη ζώων και από όλα τα απαραίτητα μέσα).

- **Η καταγραφή των πληροφοριών** (τα δεδομένα "περνούν" στην ειδική εφαρμογή).
- **Η επεξεργασία αυτών** (επεξεργάζονται οι πληροφορίες που συλλέχτηκαν με σκοπό να διακρίνουμε τα διάφορα χαρακτηριστικά των πληροφοριών αυτών ώστε να τις κατανοήσουμε και να τις κατηγοριοποιήσουμε).
- **Η κατανόηση των πληροφοριών και η κατηγοριοποίηση τους** όπου η κατανόηση είναι απαραίτητη για να γίνει συνειδητό ποια είναι η πλέον σωστή αντιστοίχιση πληροφοριών που βρήκαμε και παραγόμενης υπηρεσίας, ώστε να πλησιάσουμε το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα που θα εξάγουμε προς τους χρήστες και η κατηγοριοποίηση είναι απαραίτητά για την διάκριση των πληροφοριών που βρέθηκαν ανάλογα με τα δεδομένα που εισήχθησαν.
- **Η επιλογή του μέγιστου δυνατού αποτελέσματος** (μέσα από τη συλλογή των καλύτερων πιθανών αποτελεσμάτων διακρίνεται ένα ως το μέγιστο δυνατό).
- Τέλος **η εξαγωγή και η εμφάνιση του τελικού αποτελέσματος** στην οθόνη του χρήστη (εφόσον βρέθηκε η καλύτερη δυνατή λύση εμφανίζεται στο χρήστη το τελικό αποτέλεσμα).

## Οι Εγκαταστάσεις

- ένα κτήριο που θα λειτουργήσει ως κύριο γραφείο
- μία ιστοσελίδα / εφαρμογή

## Τα Μέσα, Ο Εξοπλισμός, Τα Συστήματα

- 8 πλήρως εξοπλισμένα γραφεία (γραφεία, καρέκλες, φωτιστικά, ράφια, ντουλάπες, κτλ.),
- 1 σαλόνι με έπιπλα (τραπεζάκι, καναπέδες, καρέκλες),
- 1 SERVER,
- 2 MAC υπολογιστές,
- 6 σταθεροί υπολογιστές,
- 2 LAPTOP για πιθανή εξωτερική χρήση,
- 1 FAX - εκτυπωτής - πολυμηχάνημα ,
- 1 σταθερό - ασύρματο τηλέφωνο,
- 4 εταιρικά κινητά τηλέφωνα,
- 1 αυτοκίνητο,
- 1 κλιματιστικό.

## Οικονομική Πρόβλεψη

Περιγράφει:

- ποιες είναι οι επενδύσεις και τα έξοδα λειτουργίας,
- ποιο είναι το σημείο ισορροπίας (break - even point),
- πόσο χρονικό διάστημα χρειάζεται να καλυφθούν τα έξοδα,

- πότε αρχίζει να κερδοφορεί η επιχείρηση,
- υπολογίζει τα κέρδη ή τις ζημίες,
- υπολογίζει τη ρευστότητα που χρειάζεται η επιχείρηση,
- προβλέπει τους κινδύνους και μελετά ανάλογα σενάρια (sensitivity analysis) [Ryan Holiday] .

## Κεφάλαιο 3

### ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

#### 3.1 Τεχνικά χαρακτηριστικά

Η εφαρμογή θα τρέχει με γλώσσα προγραμματισμού JAVA για λειτουργικό android και Objective - C για λειτουργικό iOS. Θα χρησιμοποιεί MySQL για διαχείριση των σχεσιακών βάσεων δεδομένων. Η εφαρμογή θα είναι διαθέσιμη σε λειτουργικά συστήματα Windows και Linux για laptop και desktop, για κινητά και tablet που θα έχουν ως ηλεκτρονική πλατφόρμα i-Tunes, Google Play ή App World.

##### 3.1.1 Τα δεδομένα που διαβάζει η εφαρμογή

- Είδος ζώου
- Ακριβή τοποθεσία που βρίσκεται
- Τα στοιχεία του
- Κτηνίατρους καταχωρημένους και τα ιατρεία τους
- Κλινικές ζώων
- Φαρμακεία που συνεργάζονται

##### 3.1.2 Τα κριτήρια που διαβάζει η εφαρμογή

- Κρισιμότητα κατάστασης του αδέσποτου ή απομακρυσμένου ζώου (την συγκεκριμένη χρονική στιγμή που φαίνεται το ζώακι, μας δείχνει την κατάσταση του σύμφωνα με τους καρδιακούς παλμούς),

- Διαθεσιμότητα κτηνίατρου (την δεδομένη χρονική στιγμή που βρίσκουμε το ζώακι, βρίσκουμε ταυτόχρονα και το διαθέσιμο κτηνιατρείο κάτι που σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης του ζώου είναι πολύ χρήσιμο),
- Το κόστος επίσκεψης (ο χρήστης βλέπει τους γιατρούς που είναι διαθέσιμοι την συγκεκριμένη στιγμή και ανάλογα με το ποσό των χρημάτων που είναι διατεθειμένος να πληρώσει κλείνει αντίστοιχα το ραντεβού του),
- Ο τόπος που βρίσκεται ο χρήστης (η αναζήτηση μπορεί να γίνει από το σημείο που βρίσκεται ο χρήστης ή από άλλο σημείο που ο ίδιος μπορεί να επιλέξει όπως για παράδειγμα το σπίτι του, το γραφείο του ή και από ένα τυχαίο σημείο στο δρόμο.
- Ο τρόπος προσέγγισης. Τρόποι προσέγγισης του κτηνίατρου είναι πολλοί όπως λόγου χάρη είναι το Ι.Χ., αυτοκίνητο, πεζή πορεία ή κάποιο φορτηγάκι. Επίσης η εφαρμογή θα δείχνει τους δρόμους με την περισσότερη κίνηση ώστε αν ο χρήστης θέλει να βρίσκεται σύντομα στο ιατρείο λόγω έκτακτης ανάγκης για το ζώακι του να μην καθυστερήσει στον δρόμο λόγω κίνησης.

### **3.2 Λίγα Λόγια Για Το Web Design - Web Development**

Σε αυτό το κομμάτι θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο σχεδιασμός και η κατασκευή μιας ιστοσελίδας παρομοιάζεται με την μουσική, που όπως εκεί ακούμε μία μελωδία απλή που όμως είναι μια πολύπλοκη σύνθεση, κατά τον ίδιο τρόπο μία ιστοσελίδα κρύβει πολλά ζεύγη περιπλοκότητας που φαινομενικά φαίνονται τόσο απλά.



Υπάρχουν τρία βασικά εργαλεία/μεθόδοι στη φαρέτρα των designers που βοηθούν να γίνονται τα δύσκολα απλά και αυτά είναι τα wireframes, τα mockups και τα prototypes.

### **3.2.1 Τα Wireframes**

Τα wireframes είναι μία πρώτη αποτύπωση, ένα σχέδιο δράσης σαν να λέμε. Ο χρόνος που θα αναλωθεί σε αυτά πρέπει να καλύψει τις βασικές ανάγκες και να λύσει τις απορίες που αφορούν το γενικό layout, τη δομή, τα στοιχεία του website (header, footer, main menu κλπ.) και που θα εμφανίζονται αυτά. Όλα αυτά πρέπει να έχουν επιλυθεί πριν περάσουμε στις αισθητικές λεπτομέρειες.

Για αυτό το λόγο, τα wireframes σχεδιάζονται ή συνήθως σκισάρονται γρήγορα χωρίς λεπτομερή σχεδιασμό. Σε αυτή τη φάση έχει περισσότερη αξία να ξέρουμε αν θα υπάρχει slideshow στην αρχική σελίδα ενός site, αλλά δεν μας ενδιαφέρει προς το παρόν να γνωρίζουμε πως θα μοιάζει αυτό.

Το βασικό πλεονέκτημα των wireframes είναι ότι δίνουν στην ομάδα που εμπλέκεται σε ένα έργο, τη γενική εικόνα του, πριν η ομάδα αρχίσει να εστιάζει στις λεπτομέρειες. Γίνεται ένας πρώτος, σωστός προγραμματισμός που μειώνει το ρίσκο μελλοντικών λαθών ή αλλαγών, επειδή κάτι απλά ξεχάστηκε.

Τα wireframes μπορεί να υλοποιηθούν είτε με τον πιο απλό και παραδοσιακό τρόπο, σκισάροντας δηλαδή στο χαρτί, είτε χρησιμοποιώντας κάποιο σχεδιαστικό πρόγραμμα όπως είναι το illustrator και το Photoshop. Υπάρχουν επίσης προγράμματα που έχουν φτιαχτεί ειδικά για το σκοπό του wire framing όπως είναι το UXPin, το Balsamiq και το Mockups.

### **3.2.2 Τα Mockups**

Τα mockups με τη σειρά τους, έρχονται να συμπληρώσουν το αισθητικό κενό που αφήνουν τα wireframes. Παρέχουν δηλαδή όλη την πληροφορία για το πως θα μοιάζει το τελικό προϊόν. Σημαντικές πληροφορίες, όπως η χρωματική παλέτα, οι γραμματοσειρές και η γενικότερη αισθητική, δίνονται μέσα από τη δημιουργία του mockup.

Το πιο πρακτικό πλεονέκτημα των mockups είναι ότι είναι ευκολότερα αντιληπτά και κατανοητά από τους ανθρώπους που δεν έχουν σχέση με τη διαδικασία web design. Ενώ τα wireframes απαιτούν φαντασία από τον θεατή, τα mockups απεικονίζουν πιο ρεαλιστικά το αποτέλεσμα.

Το πιο συνηθισμένο και διαδεδομένο πρόγραμμα για το σχεδιασμό των mockups είναι το Photoshop. Πέρα από αυτό όμως, προγράμματα σαν αυτά που αναφέραμε παραπάνω (UXPin, Invision, Marvel) μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν. Φυσικά, υπάρχει και η επιλογή αποτύπωσης απευθείας σε κώδικα που κάνει πιο γρήγορη και άμεση τη διαδικασία των αλλαγών και των διορθώσεων.

### **3.2.3 Τα Prototypes**

Αφού λύσαμε το δομικό κομμάτι με τα wireframes και το αισθητικό με τα mockups, μας έμεινε το λειτουργικό κομμάτι. Εδώ τη λύση την δίνουν τα prototypes.

Στη διαδικασία του prototyping (prototype=πρωτότυπο), μπορούμε για πρώτη φορά να <<συνομιλήσουμε>> με το προϊόν που έχουμε δημιουργήσει. Εξερευνούμε δηλαδή σαν σε εξομοίωσή, το περιβάλλον που έχουμε σχεδιάσει.

Με το prototyping μας δίνεται η ευκαιρία να αντιληφθούμε αν όλα τα στοιχεία έχουν τοποθετηθεί σωστά, με σκοπό το καλύτερο δυνατό user experience (UX), κοινώς την εμπειρία που θα έχει ο χρήστης χρησιμοποιώντας το προϊόν μας.

Ένα από τα πιο εμφανή πλεονεκτήματα του prototyping, είναι ότι δίνει την ευκαιρία για user tasting (δοκιμαστική χρήση του προϊόντος από μια επιλεγμένη ομάδα ανθρώπων) πριν γίνει διαθέσιμο το προϊόν. Συνεπώς, δίνεται η δυνατότητα για βελτιώσεις, προσθήκες ή αλλαγές.

Αν και απαιτεί αρκετή φαντασία το prototyping με χαρτιά και σκίτσα αποτελεί μια από τις μεθόδους υλοποίησης. Πιο συνηθισμένες πρακτικές είναι αυτές που περιλαμβάνουν τη χρήση κάποιου προγράμματος παρουσίασης όπως το keynote, κώδικα ή σχεδιαστικά προγράμματα και εφαρμογές σαν αυτά που αναφέραμε και στο σχεδιασμό των mockups.

### **3.2.4 Τα Αποτελέσματα**

Γνωρίζοντας και κατανοώντας πλήρως τα πλεονεκτήματα και τις δυνατότητες της κάθε μεθόδου, μπορεί κανείς εύκολα να αποφασίσει και να προσαρμόσει τη διαδικασία που ταιριάζει ανά έργο.

Σε ένα έργο με πολλές γραφιστικές λεπτομέρειες, όπως ας πούμε σε ένα site μαγειρικής, θα χρειαστεί σίγουρα ο σχεδιασμός ενός mockup. Αντίστοιχα σε ένα έργο με τεχνικές πολυπλοκότητες και στοιχεία αλληλεπίδρασης, όπως ας πούμε σε μια εφαρμογή για κινητό για μια αεροπορική εταιρεία, είναι απαραίτητη η έγκαιρη κατασκευή ενός prototype.

Ο στόχος σε κάθε περίπτωση είναι το τελικό design να <<κυλάει>> στα χέρια των χρηστών, έτσι όπως "κυλάει" και η εκτέλεση του "take the a train" των Charles Mingus Sextet στα αυτιά των ακροατών.

### **3.3 Έννοια του Mockup**

Στην κατασκευή και το σχεδιασμό, το <<κοροϊδεύω>> ή mock-up, είναι μια κλίμακα ή πλήρους μεγέθους μοντέλο ενός σχεδίου ή συσκευή, που χρησιμοποιείται για τη διδασκαλία, την επίδειξη, την αξιολόγηση του σχεδιασμού, προώθησης, και άλλους σκοπούς. Το πρωτότυπο ,prototype, είναι αυτό που παρέχει τουλάχιστον ένα μέρος της λειτουργικότητας του συστήματος και επιτρέπει την δοκιμή ενός σχεδιασμού. Οι μακέτες από την άλλη μεριά χρησιμοποιούνται κυρίως από τους σχεδιαστές για να αποκτήσουν πληροφορίες από τους χρήστες. Οι μακέτες έχουν μηχανισμούς που φτάνουν μέχρι ένα συγκεκριμένο σημείο και από εκεί και πέρα οτιδήποτε δεν είναι σωστό το mock-up μας δίνεται η ευκαιρία να τροποποιούμε και να διορθώνουμε τυχόν λάθη.

Ψηφιακή μακέτα είναι μια έννοια που επιτρέπει την περιγραφή του προϊόντος, συνήθως σε 3D, για ολόκληρο τον κύκλο ζωής του. Ψηφιακή μακέτα εμπλουτίζεται με όλες τις δραστηριότητες που συμβάλλουν στην περιγραφή του προϊόντος.

Το προϊόν οι μηχανικοί σχεδιασμού, οι μηχανικοί της κατασκευής και οι μηχανικοί υποστήριξης δουλεύουν όλοι μαζί για να δημιουργήσουν και να υλοποιήσουν ένα τελικό άρτιο αποτέλεσμα [<https://en.wikipedia.org/wiki/Mockup>].

#### **3.3.1 Γιατί οι μακέτες είναι χρήσιμες για τους σχεδιαστές?**

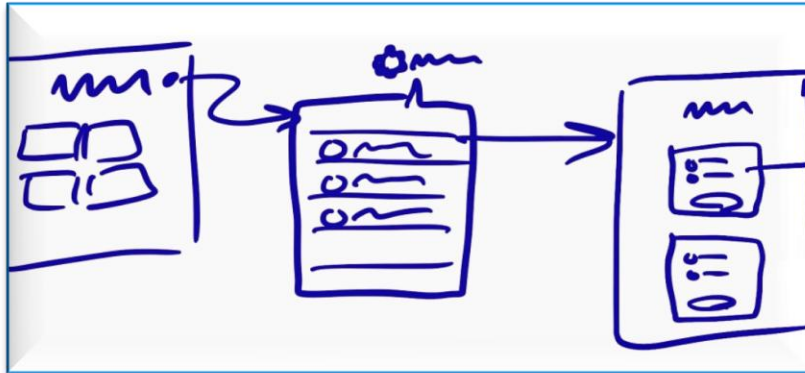
Οι γραφίστες έχουν να παρουσιάσουν αργά ή γρήγορα τα έργα τους προς τους πελάτες και σε συνάρτηση με πολύ δουλειά θα τους παρουσιάσουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Μερικές φορές η παρουσίαση είναι πιο εύκολο πράγμα ενώ άλλες φορές δεν είναι τόσο πολύ. Εν πάση περιπτώσει, πάντοτε θα πρέπει να πεισθούν οι πελάτες ότι η πρότασή τους ταιριάζει απόλυτα στις ανάγκες τους. Όλες οι απαιτήσεις των πελατών φαίνονται να είναι ικανοποιημένες και η πρότασή των

σχεδιαστών περιλαμβάνει όλα όσα ζητήθηκαν ώστε να μπορούν οι σχεδιαστές να έχουν την έγκριση από τους πελάτες. Μερικές φορές και στις περισσότερες περιπτώσεις, ο πελάτης δεν είναι ειδικός στο graphic design ή στο σχεδιασμό της επικοινωνίας. Σε τέτοιες περιπτώσεις θα πρέπει να αποφεύγεται το γεγονός να ζητάνε αλλαγές με βάση το τι τους αρέσει και τι όχι. Μιλώντας για graphic design, πολλοί σχεδιαστές συνήθως παρουσιάζουν το έργο τους ως <<επίπεδο σχεδιασμό>> ένα pdf, ένα jpg ή οτιδήποτε. Αλλά συνήθως δεν κάνουν τον σχεδιασμό μέσα σε πλαίσια τέτοια, κατάλληλα ώστε να μπορούν να τον παρουσιάσουν στους πελάτες.

Η φράση <<ο πελάτης έχει πάντα δίκιο>> πρέπει να εφαρμόζεται σε κάθε περίπτωση, ακόμα κι αν δεν συμφωνούμε πάντοτε με αυτό, θα πρέπει να παραδεχτούμε ότι η τελική απόφαση είναι πάντα του πελάτη οπότε και θα πρέπει να είναι όπως ακριβώς εκείνος θέλει.

Μερικές φορές, όταν θα μας έχει υποβληθεί μία πρόταση και θα πρέπει να παρουσιάσουμε μία λύση/αποτέλεσμα, ακόμη και να μην είναι καλή η σχεδίαση της λύσης/αποτελέσματος του προβλήματος, αν έχουμε χρησιμοποιήσει μια καλή μακέτα τότε η παρουσίαση θα είναι αξιόλογη. Ακούγεται λίγο τρελό και άδικο όμως το <<φαίνεσθαι>> πολλές φορές υπερτερεί από το <<είναι>>. Έτσι μπορεί να έχουμε φτωχές ιδέες, αλλά με μία καλή μακέτα μπορούμε να πετύχουμε μία άψογη παρουσίαση στους πελάτες μας.

Χρησιμοποιώντας ένα mockup που θα είναι εντυπωσιακό και πάνω από όλα κατανοητό ο πελάτης θα έχει μια πολύ καλή εικόνα και θα κατανοήσει το τελικό αποτέλεσμα του προϊόντος. Για αυτόν ακριβώς το λόγο θα πρέπει να σχεδιάζουμε με προσοχή αλλά και αγάπη τις μακέτες μας για να ικανοποιήσουμε τους πελάτες.



Εικόνα 1

### 3.3.2 Μακέτες, τι είναι αυτό?

Στην κατασκευή και το σχεδιασμό ενός ομοιώματος χρησιμοποιούμε μία μακέτα όπου ουσιαστικά είναι μια κλίμακα ή ένα πλήρους μεγέθους μοντέλο μιας σχεδίασης που την χρησιμοποιούμε κυρίως σε περιβάλλον διδασκαλίας, επίδειξης, αξιολόγησης του σχεδιασμού, της προώθησης αλλά και για άλλους λόγους.

Όταν εργαζόμαστε σε έργα γραφιστικής θα μπορούσαμε να χρειαστούμε μια μακέτα για διαφορετικές περιστάσεις. Σκεφτείτε για ένα έργο Web, για παράδειγμα: πώς μπορούμε να δείξουμε στον πελάτη μας τον τρόπο που λειτουργεί μια ιστοσελίδα UI, μία δηλαδή user interface σελίδα που οδηγεί την προσοχή του χρήστη άμεσα στον κύριο στόχο του ιδιοκτήτη της ιστοσελίδας, όπως είναι για παράδειγμα είναι ένα e-shop στο οποίο στόχος του ιδιοκτήτη είναι να βγάλει χρήματα πουλώντας διάφορα προϊόντα και έτσι ο web designer θα πρέπει να στρέψει το ενδιαφέρον του επισκέπτη της ιστοσελίδας-ηλεκτρονικού καταστήματος και να τον πείσει να κάνει αγορές.

Για ένα έργο web λοιπόν θα μπορέσουμε να δείξουμε στον πελάτη ότι μια UI ιστοσελίδα μπορεί να λειτουργήσει σε όλες τις οθόνες και συσκευές. Μπορούμε να

δείξουμε το έργο μας σε MAC αλλά και pc χρησιμοποιώντας το πρόγραμμα περιήγησης στο web σε διάφορα πλάτη. Έτσι καταλαβαίνουμε ότι η σελίδα θα λειτουργεί σε όλες τις συσκευές. Όμως για να δείξουμε στον πελάτη πώς θα είναι το έργο μας χρησιμοποιούμε τις μακέτες για να δούμε πώς θα είναι σε τελικό/πραγματικό πλαίσιο η ιστοσελίδα μας. Επίσης έτσι η παρουσίαση μας θα είναι σαφώς καλύτερο από το να δείχναμε μεμονωμένες και επίπεδες εικόνες jpg από το έργο μας.

Πέρα από τις ιστοσελίδες και τα e-shops μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τις μακέτες και για την προβολή αφισών, περιοδικών και πινακίδων. Με δεδομένο ότι η εκτύπωση ενός υλικού δεν είναι και το πιο εύκολο πράγμα αφού δεν μπορούμε να εκτυπώσουμε τα πάντα στο γραφείο μας καθώς μερικά υλικά είναι πιο μεγάλα από αυτά που μπορεί να εκτυπώσει ένας inkjet εκτυπωτής γραφείου. Σε τέτοιες περιπτώσεις λοιπόν χρησιμοποιούμε προτάσεις σχεδιασμού όπως είναι το pdf για να δείξουμε το έργο μας στον πελάτη κατανοώντας ευκολότερα το τελικό αποτέλεσμα. Εμφανίζεται λοιπόν η ψηφιακή μακέτα που θα διευκολύνει τον πελάτη να έχει μια βέλτιστη εικόνα του αποτελέσματος από το να κοιτάζει ένα απλό αρχείο γραφικών εντελώς διαφορετικό από την πραγματικότητα.

**Easy functional  
mockups without**



**Εικόνα 2**

### **3.3.3 Professional ή τίποτα**

Αν θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε ένα mockup για να παρουσιάσουμε το έργο μας στον πελάτη, μπορούμε ουσιαστικά να επιλέξουμε ανάμεσα σε δυο τρόπους: μπορούμε να προσπαθήσουμε να σχεδιάσουμε την μακέτα μόνοι μας με δικές μας πρωτοβουλίες ή ακόμη καλύτερα να χρησιμοποιήσουμε επαγγελματικές λύσεις. Προσπαθώντας να σχεδιάσουμε μια μακέτα από το μηδέν παρατηρούμε ότι είναι μια διαδικασία πολύ χρονοβόρα διότι θα πρέπει να προσθέσουμε κάποιες αξίες, γεγονός που χρειάζεται πολύ χρόνο και κόπο χωρίς να μας εξασφαλίζεται κάποιο σίγουρο αποτέλεσμα επιτυχίας που θα φαίνεται επαγγελματικό. Είναι λοιπόν πιο εύκολο και γρήγορο να στηριχθούμε σε έτοιμες μακέτες και βέβαια θα πρέπει να επιλέξουμε μια άρτια σχεδιασμένη που αναφέρεται σε επιχειρηματίες, γνωρίζοντας σε ένα μεγάλο ποσοστό ότι η παρουσίαση του έργου μας θα έχει αξία και θα είναι άμεσο στην κατανόηση από τον πελάτη και θα κάνει απλούστερη και πιο γρήγορη την ροή των εργασιών μας έχοντας ως γνώμονα την φράση <<ο χρόνος είναι χρήμα>>.





**Εικόνα 3**

### **3.3.4 Μερικά είδη Mockups**

Στο σημείο αυτό θα εξετάσουμε κάποια είδη mock-ups σε πολλές και διάφορες περιπτώσεις που θα μπορούσαμε να τα χρησιμοποιήσουμε. Όταν έχουμε τραβήξει κάποιες φωτογραφίες δολοφόνων με το νέο μας DSLR , ή έχουμε τραβήξει ένα υπέροχο βίντεο με το iPhone μας - τι θα ακολουθήσει;

Ενώ αισθάνεται φυσικό να τοποθετείτε τα μέσα ενημέρωσης γρήγορα στη σελίδα σας στο Facebook , ορισμένες φορές οι σπουδαίες φωτογραφίες ή βίντεο χρειάζονται το δικό τους σπίτι με τη μορφή προσωπικής ιστοσελίδας. Αλλά από την άλλη πλευρά, δεν είναι εύκολο να δημιουργήσετε μια διάταξη ιστότοπου που να συμπληρώνει τα εμπλουτισμένα μέσα.

Για να δημιουργήσετε μια μεγάλη ιστοσελίδα, οι επαγγελματίες σχεδιαστές ιστοσελίδων επωφελούνται από τα εργαλεία mockup για να αναλύσουν τη διάταξη, το σχεδιασμό και τη λειτουργικότητα. Η αξιοποίηση αυτών των εφαρμογών (μερικές από τις οποίες είναι 100% δωρεάν) είναι μια σοφή κίνηση - ειδικά εάν ενδιαφέρεστε να δημιουργήσετε έναν επαγγελματικό ιστότοπο για τη φωτογραφία

ή το βίντεο σας. Ας δούμε αναλυτικά τα εργαλεία που έχουμε στη διάθεση μας για την υλοποίηση του “φαίνεσθαι” μιας ιστοσελίδας ή μιας εφαρμογής.

## **3.4 Εργαλεία Mockups**

### **3.4.1 *Balsamiq Mockups***

Ίσως ένα από τα πιο γνωστά και δημοφιλή εργαλεία mockup, το Balsamiq Mockups είναι μια υπηρεσία mockup που βασίζεται σε σύννεφο (με συνοδευτική εφαρμογή επιφάνειας εργασίας) που σας επιτρέπει να δημιουργείτε γρήγορα και εύκολα δημιουργίες διασκέδασης και διαδραστικής ιστοσελίδας.

Το Balsamiq Mockups, με το περίεργο, σκασμένο, σχεδιασμένο στυλ, σας δίνει τη δυνατότητα να εστιάσετε στην επίλυση μεγαλύτερων προβλημάτων του UI παρά στην εμμονή στις λεπτομέρειες.

Η εφαρμογή έρχεται με μια τεράστια συλλογή από drop-in εξαρτήματα και επαναχρησιμοποιήσιμες βιβλιοθήκες, καθώς και ένα εύκολο interface drag-and-drop. Δεδομένου ότι είναι cross-platform και έχει πλήρη υποστήριξη εκτός σύνδεσης, μπορείτε να δημιουργήσετε mockups οπουδήποτε.

Η τιμολόγηση για την εφαρμογή γραφείου ξεκινά από \$ 79 για μια άδεια ενός χρήστη, αλλά υπάρχει μια έκπτωση 50% όταν εγγραφείτε για μηνιαία συνδρομή στο myBalsamiq (τα σχέδια ξεκινούν από \$ 12 το μήνα).

### **3.4.2 *Mockingbird***

Το Mockingbird είναι μια άλλη δημοφιλής εφαρμογή που βασίζεται στο web wireframing, με μερικές εξαιρετικές λειτουργίες ψημμένες για τη σύνδεση και τη διανομή των mockups σας.

Σχεδιασμένο για γρήγορη δημιουργία πρωτοτύπων, το Mockingbird σας επιτρέπει να δημιουργείτε διεπαφές γρήγορα με τον επεξεργαστή drag-and-drop, είτε μόνος είτε σε συνεργασία με μια ομάδα.

Με τη σύνδεση των σελίδων μαζί, μπορείτε στη συνέχεια να δημιουργήσετε αλληλεπιδραστικά mockups και wireframes - ιδανικά για κοινή χρήση με τους πελάτες σας, αναθεώρηση της ροής εργασίας και εξορθολογισμό της εμπειρίας των χρηστών σας.

Τα προγράμματα εγγραφής Mockingbird ξεκινούν από μόλις \$ 9 το μήνα για έναν προσωπικό λογαριασμό (ο οποίος σας επιτρέπει να έχετε δύο ενεργά έργα) και τα ομαδικά σχέδια που κυμαίνονται από \$ 20 έως \$ 85 το μήνα, ανάλογα με τον αριθμό των έργων.

### **3.4.3 Mockup Builder**

Το Mockup Builder είναι μια δωρεάν εφαρμογή web κατασκευασμένη στο Microsoft Silverlight, η οποία έχει σχεδιαστεί για να σας επιτρέπει να δημιουργείτε λογισμικά και mockups για το website, και στη συνέχεια να τα μοιράζεστε εύκολα με πελάτες ή συνεργάτες.

Η βιβλιοθήκη των διαθέσιμων στοιχείων είναι διαφορετική (υποστηρίζοντας τα επιτραπέζια, browser, iOS και Android), αλλά περιορισμένη σε ποσότητα. Για ένα δωρεάν εργαλείο, ωστόσο, ο Mockup Builder έχει σίγουρα καλύψει τις βάσεις του και προσφέρει ένα καλό σημείο εκκίνησης για τη δημιουργία πρωτοτύπων απλών ιδεών και εννοιών.

Όταν είστε έτοιμοι να μοιραστείτε το mockup, τα έργα μπορούν να εξαχθούν ως αρχεία PNG και PDF ή να μοιραστούν απευθείας. Όσοι έχουν πρόσβαση μπορούν στη συνέχεια να αφήσουν σχόλια και σχόλια για το έργο.

#### **3.4.4 MockFlow**

Το MockFlow είναι μια υπηρεσία "super-easy wireframing" που σας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργείτε και να συνεργάζεστε σε σύνθετα διαδραστικά καλώδια και πρωτότυπα UI για τους ιστότοπους και τις εφαρμογές σας. Όπως και με το Balsamiq, το MockFlow περιλαμβάνει μια πλατφόρμα επιφάνειας εργασίας (υποστηριζόμενη από την Adobe Air), έτσι ώστε να μπορείτε να δημιουργήσετε τις ιδέες του UI σε ένα εξορθολογισμένο περιβάλλον χωρίς συνωστισμό με πλήρη υποστήριξη εκτός σύνδεσης. Το MockFlow περιλαμβάνει επίσης μια δωρεάν εφαρμογή για κινητά που είναι ιδανική για την παρουσίαση πρωτοτύπων σε πελάτες και την πρόσβαση σε mockups σας. Υπάρχουν επίσης και άλλα πρόσθετα.

Το MockFlow διαθέτει δύο επιλογές τιμολόγησης, ένα δωρεάν σχέδιο που σας προσφέρει ένα μικρό έργο (τέσσερις σελίδες) με δύο συνεργάτες και ένα πακέτο Premium στα 99 δολάρια ετησίως για απεριόριστα έργα, μερικά πρόσθετα και μερικά πρόσθετα προνόμια. Με ένα σημείο τιμών κάτω από 100 δολάρια ετησίως για τον λογαριασμό premium, το Mockflow είναι μία από τις πιο προσιτές επαγγελματικές λύσεις.

#### **3.4.5 HotGloo**

Με περισσότερα από 26.000 έργα που δημιουργήθηκαν, το HotGloo είναι ένα άλλο εργαλείο φερεγγυότητας και web mockup που έχει περάσει εδώ και αρκετό καιρό.

Αυτή η εφαρμογή στο Web αγκαλιάζει μια μεγάλη βιβλιοθήκη συστατικών στοιχείων, πλούσια σε χαρακτηριστικά, διασύνδεση μεταφοράς και απόθεσης και εργαλεία για συνεργασία και ανασκόπηση.

Η υπηρεσία έχει ένα από τα πιο στιλβωμένα περιβάλλοντα συγγραφής στο διαδίκτυο που έχουμε δει, καθιστώντας την εφαρμογή αυτή ευχάριστη χρήση. Με το HotGloo, θα μπορείτε να δημιουργήσετε ολόκληρες αλληλεπιδράσεις χρηστών - μπορείτε να σχεδιάσετε, να δοκιμάσετε, να αναθεωρήσετε και να ελέγξετε την πλήρη ροή εργασιών στις εφαρμογές σας. Άλλα εργαλεία περιλαμβάνουν τη δυνατότητα δημιουργίας κύριων προτύπων (τα οποία μπορούν να εφαρμοστούν σε ολόκληρο το έργο), στοίβες έξυπνων στοιχείων για την οργάνωση του UI και της πρόσβασης βάσει ρόλου για δημιουργούς και πελάτες.

Τα σχέδια τιμολόγησης της HotGloo κυμαίνονται από \$14 έως \$54 το μήνα, με δωρεάν δοκιμή 15 ημερών για νέους λογαριασμούς.

### **3.4.6 Invision**

Το Invision είναι ένα άλλο ηλεκτρονικό εργαλείο που στοχεύει να σας βοηθήσει να σχεδιάσετε, να μοιραστείτε και να δοκιμάσετε την εμπειρία του χρήστη σας.

Πέρα από τα wireframes, το Invision σας επιτρέπει να δημιουργείτε πλήρως διατυπωμένες και εξαιρετικά αλληλεπιδραστικές μακέτες με τόσα πολλά που θέλετε να βάλετε σε αυτά.

Μεγάλα εργαλεία συνεργασίας διευκολύνουν την κοινή χρήση έργων και την από κοινού εργασία ως ομάδα, ενώ η υποστήριξη κινητής τηλεφωνίας είναι αρκετά καλή.

Είτε δημιουργείτε πρωτότυπα υψηλής πιστότητας είτε διαδραστικά καλωδιακά πλαίσια, η Invision καθιστά εύκολη τη δημιουργία και την κοινή χρήση έργων. Τα εργαλεία συρραφής περιλαμβάνουν μια βιβλιοθήκη μεγάλων στοιχείων και πιο λεπτομερείς mockups σας δίνουν τον πλήρη έλεγχο των εικόνων, των χρωμάτων και

της διάταξης μέσω ενός εξορθολογισμένου και καθαρού περιβάλλοντος επεξεργασίας.

Η Invision διαθέτει δίκτυο περισσότερων από 30.000 σχεδιαστές, συμπεριλαμβανομένων μερικών μεγάλων εταιρειών. Τα προγράμματα εγγραφής κυμαίνονται από δωρεάν (για μέχρι δύο έργα) έως 75 δολάρια το μήνα για μέχρι 20 ενεργά έργα. Υπάρχει επίσης μια δωρεάν δοκιμή 30 ημερών για όλους τους λογαριασμούς.

### **3.4.7 JustProto**

Το JustProto είναι μια εφαρμογή webframing σε web με μερικά χαρακτηριστικά που δεν έχουμε δει σε άλλα προϊόντα.

Όπως πολλές παρόμοιες προσφορές, το JustProto διαθέτει μια μεγάλη βιβλιοθήκη στοιχείων wireframe και widgets, προσβάσιμα μέσω ενός απλού interface drag-and-drop. Ωστόσο, υπάρχουν μερικά άλλα βασικά χαρακτηριστικά που έθεσαν το JustProto εκτός από το πλήθος.

Όχι μόνο μπορείτε να μοιραστείτε τα έργα μέσω ενός ενιαίου συνδέσμου μετοχών, αλλά το JustProto σας επιτρέπει επίσης να συνεργάζεστε σε πραγματικό χρόνο με άλλους σχεδιαστές, να συνομιλείτε με πελάτες και συνεργάτες και να διατηρείτε ιστορικό όλων των επικοινωνιών συνομιλίας. Με το JustProto, μπορείτε να δημιουργήσετε πλήρως εξοπλισμένα, διαδραστικά καλώδια σε πραγματικό χρόνο και στη συνέχεια να συλλέξετε άμεση ανατροφοδότηση.

Τα προγράμματα JustProto κυμαίνονται από \$ 19 έως \$ 99 το μήνα, με προσαρμοσμένα πακέτα διαθέσιμα για μεγάλους και επιχειρηματικούς πελάτες. Παρέχεται δωρεάν δοκιμαστική περίοδος 15 ημερών και δεν απαιτείται πιστωτική κάρτα για εγγραφή.

### **3.4.8 Proto.io**

Το Proto.io είναι μια πλατφόρμα πρωτοτύπων εφαρμογών που έχει σχεδιαστεί ειδικά για πρωτότυπα εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας.

Αυτή η εφαρμογή ιστού σας βοηθά να δημιουργείτε μακέτες για κινητά με ευκολία για iPhone, iPad, Android και μια σειρά άλλων συσκευών. Το Proto.io σας δίνει πλήρη έλεγχο στα χρώματα, τις γραμματοσειρές και τη διάταξη και έρχεται με μια βιβλιοθήκη μεγάλων στοιχείων για να διευκολύνει την κατασκευή πλούσιων πρωτοτύπων.

Το Proto.io σας επιτρέπει επίσης να μοιράζεστε έργα και να συνεργάζεστε με άλλους σχεδιαστές. Τα πρωτόκολλα Proto.io μπορούν να προβληθούν απευθείας στην κινητή συσκευή σας, δίνοντάς σας μια καλύτερη αίσθηση για το πώς θα εμφανιστεί και θα λειτουργήσει η εφαρμογή σας σε μια πραγματική ρύθμιση ή μπορείτε να δείτε έργα μέσω του προγράμματος αναπαραγωγής Proto.io web.

Υπάρχει δωρεάν διαθέσιμο πρόγραμμα, το οποίο είναι καλό για ένα μικρό έργο (πέντε οθόνες) και οι συνδρομές που καταβάλλονται είναι 24 και 49 δολάρια το μήνα, με αρκετά γενναιόδωρες προσφορές σε ποσοτώσεις δίσκων, οθόνες, συνεργάτες και άλλους πόρους.

### **3.4.9 inPresso Screens**

Τελευταίο, αλλά όχι ασήμαντο, το screensPresso είναι ένα πρωτότυπο εργαλείο τόσο για το λογισμικό επιφάνειας εργασίας όσο και για τους ιστότοπους.

Ένα από τα πράγματα που μας αρέσει στο inPresso είναι η δυνατότητα να δερματικές εφαρμογές χρησιμοποιώντας δημοφιλή θέματα διαχείρισης παραθύρων από μια ποικιλία λειτουργικών συστημάτων. Αυτό είναι υπέροχο εάν χτυπάτε μια εφαρμογή γραφείου και πρέπει να έχετε μια πραγματική αίσθηση για το τι θα φανεί το τελικό προϊόν.

Το inPresso είναι διαθέσιμο ως δωρεάν εφαρμογή επιφάνειας εργασίας ή μέσω συνδρομής, με κάποιες πολύ σημαντικές διακρίσεις μεταξύ των δύο. Η δωρεάν έκδοση σας δίνει ένα εργαλείο επιφάνειας εργασίας για πρωτότυπα εφαρμογών συγγραφής και συρματοπλέγματα που μπορούν να αποθηκευτούν και να επεξεργαστούν τοπικά. Εκτός από τα βασικά εργαλεία, το πακέτο συνδρομής επιτρέπει επίσης πρόσβαση σε μια ηλεκτρονική βιβλιοθήκη στοιχείων UI και επιτρέπει άμεση δημοσίευση και κοινή χρήση των πρωτοτύπων σας καθώς και ένα web player για την παρουσίαση πρωτοτύπων στους πελάτες σας.

Η ίδια η εφαρμογή desktop είναι cross-platform και οι ετήσιες συνδρομές είναι μόνο \$ 29 ανά έτος.

### **3.5 Εστιάζοντας στο Balsamiq Mockup**

Το Balsamiq είναι ένα γρήγορο εργαλείο περιελίξεων που μας βοηθά να εργαστούμε πιο γρήγορα και πιο έξυπνα. Αναπαράγει την εμπειρία του σκίτσου σε έναν πίνακα, αλλά χρησιμοποιώντας έναν υπολογιστή. Η κατασκευή των mock-ups είναι γρήγορη. Θα δημιουργήσουμε περισσότερες ιδέες, ώστε να μπορούμε να απορρίψουμε τα κακά σχέδια που δεν μας αρέσουν και να ανακαλύψουμε τις καλύτερες λύσεις.

Επειδή η Balsamiq απαιτεί ελάχιστες επενδύσεις σε χρόνο και προσπάθεια, θα αναθεωρήσετε τα σχέδιά σας πιο συχνά και θα τα βελτιώσετε νωρίτερα. Αυτό αφήνει περισσότερο χρόνο για συζήτηση και γραφή κώδικα. Είναι το τέλειο εργαλείο για τις άκαμπτες και ευκίνητες ομάδες.

Έλεγχος έκδοσης



Οι περισσότερες από τις εκδόσεις μας έχουν ιστορικό αναθεώρησης και η διαδικτυακή μας εφαρμογή έχει ακόμη διακλάδωση!

Δοκιμή χρήστη νωρίς!

Εκτυπώστε τα πρωτότυπά σας ή εκτελέστε online δοκιμές χρηστών πριν γράψετε τον κώδικα!

Το Balsamiq είναι το τέλειο εργαλείο για τους υπεύθυνους προϊόντων, προγραμματιστές και σχεδιαστές προϊόντων. Σχεδιάσαμε μια ομαλή συνεργασία από το έδαφος. Προσαρμόζεται στον τρόπο με τον οποίο εργάζεστε. Έχουμε εκδόσεις που εκτελούνται στον Ιστό, στον υπολογιστή σας ή ως προσθήκη στο wiki ή τον ιχνηλάτη σφαλμάτων. Επεκτάσεις τρίτου μέρους πρόσβαση σε πρόσθετα στοιχεία ελέγχου, προσαρμοσμένα εικονίδια, εργαλεία για εξαγωγή σε κώδικα HTML ή κώδικα και πολλά άλλα.

### **3.6 Σχετικά με το Photoshop**

Το Adobe Photoshop είναι ένας επεξεργαστής γραφικών ράστερ που αναπτύχθηκε και δημοσιεύθηκε από την Adobe Systems για macOS και Windows.

Το Photoshop δημιουργήθηκε το 1988 από Thomas και John Knoll. Έκτοτε, έχει γίνει το de facto βιομηχανικό πρότυπο για την επεξεργασία γραφικών, έτσι ώστε η λέξη "Photoshop" να έχει γίνει ένα ρήμα όπως στο "για Photoshop an image", "photoshopping" και "διαγωνισμός Photoshop", αν και η Adobe αποθαρρύνει αυτή τη χρήση . Μπορεί να επεξεργάζεται και να συνθέτει εικόνες ράστερ σε πολλαπλά στρώματα και υποστηρίζει μάσκες, σύνθεση alpha και διάφορα έγχρωμα μοντέλα, όπως RGB, CMYK, CIELAB, spot color και duotone. Το Photoshop έχει μεγάλη υποστήριξη για τις μορφές γραφικών αρχείων, αλλά χρησιμοποιεί επίσης τις δικές

του μορφές αρχείων PSD και PSB που υποστηρίζουν όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Εκτός από τα ράστερ γραφικά, έχει περιορισμένες δυνατότητες επεξεργασίας ή εκτύπωσης κειμένου, διανυσματικών γραφικών (ειδικά μέσω διαδρομής αποκοπής), 3D γραφικών και βίντεο. Το σύνολο χαρακτηριστικών του Photoshop μπορεί να επεκταθεί από τα plug-ins του Photoshop, τα προγράμματα που αναπτύσσονται και διανέμονται ανεξάρτητα από το Photoshop που μπορούν να τρέξουν μέσα σε αυτό και να προσφέρουν νέες ή βελτιωμένες λειτουργίες.

Το σχήμα ονομασίας του Photoshop βασίστηκε αρχικά σε αριθμούς έκδοσης. Ωστόσο, τον Οκτώβριο του 2002, μετά την εισαγωγή του branding Creative Suite, κάθε νέα έκδοση του Photoshop χαρακτηρίστηκε με "CS" συν ένα αριθμό. π.χ. η όγδοη μεγαλύτερη έκδοση του Photoshop ήταν το Photoshop CS και η ένατη μεγαλύτερη έκδοση ήταν το Photoshop CS2. Το Photoshop CS3 μέσω CS6 διανεμήθηκε επίσης σε δύο διαφορετικές εκδόσεις: Standard και Extended. Τον Ιούνιο του 2013, με την εισαγωγή του Creative Cloud, το πρόγραμμα αδειοδότησης του Photoshop άλλαξε με το λογισμικό ως μοντέλο μίσθωσης υπηρεσίας και τα επίθημα "CS" αντικαταστάθηκαν με "CC". Ιστορικά, το Photoshop συνδυάστηκε με πρόσθετο λογισμικό όπως το Adobe ImageReady, το Adobe Fireworks, το Adobe Bridge, το Adobe Device Central και το Adobe Camera RAW.

Παράλληλα με το Photoshop, η Adobe επίσης αναπτύσσει και δημοσιεύει Photoshop Elements, Photoshop Lightroom, Photoshop Express και Photoshop Touch. Συλλογικά, χαρακτηρίζονται ως "Η οικογένεια Adobe Photoshop". Αυτή τη στιγμή είναι ένα λογισμικό με άδεια χρήσης.

## Κεφάλαιο 4

### ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ

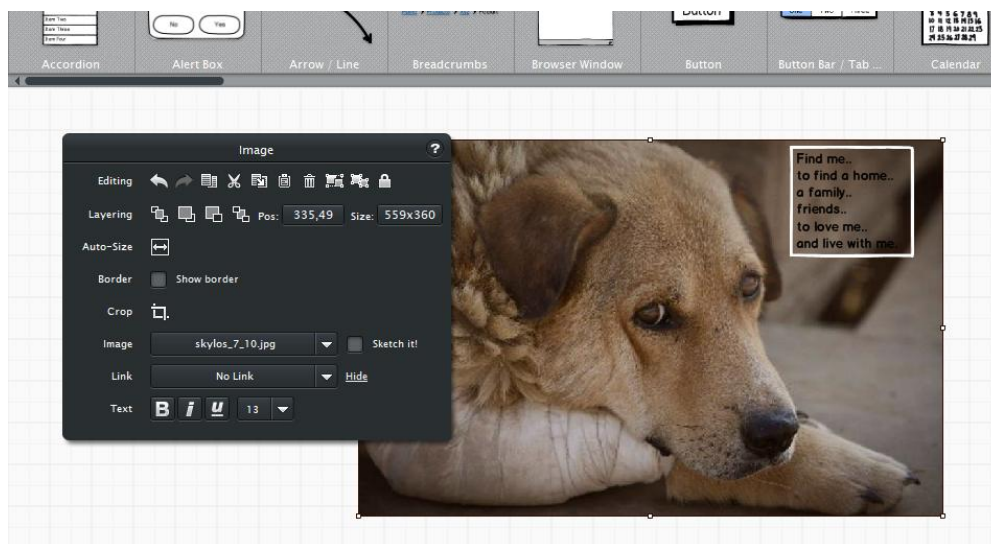
#### 4.1 Αναλυτική επεξήγηση κατασκευής Balsamiq Mock-up

Εργαζόμαστε στην πλατφόρμα Balsamic Mock - up, στην οποία βρίσκουμε όλα τα απαραίτητα εργαλεία σκίτσου για να φτιάξουμε ένα προσχέδιο μιας εφαρμογής που θα θέλαμε να δημιουργήσουμε πραγματικά προωθώντας την στο AppStore και στο PlayStore. Με τη βοήθεια του Balsamic Mock-up μπορούμε να έχουμε μια ιδέα, καλύτερα, μία εικόνα σχετικά με την εμφάνιση και τον σχεδιασμό της εφαρμογής. Μπορούμε να κάνουμε αλλαγές σε ότι δεν μας αρέσει και να το τροποποιήσουμε τόσο ώστε να φτάσει στο επιθυμητό αποτέλεσμα [<https://balsamiq.com/>].



Εικόνα 4

Η πρώτη και ίσως η ευκολότερη λειτουργία του Balsamiq Mock-up είναι να προσθέσουμε εικόνες στο πεδίο σχεδιασμού μας. Αυτό το κάνουμε για να δούμε ακριβώς τι θα περιέχει η πραγματική μας εφαρμογή. Όπως βλέπουμε παραπάνω, έχουμε προσθέσει μια .jpg εικόνα διαστάσεων 559x360 που απεικονίζει ένα τραυματισμένο σκυλάκι το οποίο κοιτάζει με τα μελαγχολικό και πονεμένο βλέμμα τον χρήστη της εφαρμογής. Η εικόνα αυτή θα χρησιμοποιηθεί ως αρχική εικόνα-σελίδα της εφαρμογής μας η οποία θα ασχοληθεί με την εύρεση αδέσποτων ζώων που χρειάζονται φιλοξενία, υιοθέτηση, μεταφορά σε γιατρό, βρίσκονται σε έκτακτη ανάγκη κ.ο.κ. Η διαδικασία προσθήκης εικόνας στο Balsamiq Mock-up γίνεται πατώντας στον άξονα "All" και στη συνέχεια πατώντας στο εικονίδιο "image". Έπειτα μας ανοίγει αυτόματα ένας πίνακας προκειμένου να μας δείξει τις λειτουργίες κατά τη προθήκη της εικόνας. Στο "image" πατάμε το βελάκι και μας εμφανίζει την επιλογή "import image", κατά την οποία εμείς πατώντας την εισάγουμε φωτογραφία από την έκθεση μας. Έπειτα μπορούμε να προσαρμόσουμε το μέγεθος της εικόνας όπως εμείς θέλουμε κλικάρωντας στις διαστάσεις "size" και αυξομειώνοντας στο μέγεθος μέχρι να έχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα.



**Εικόνα 5**

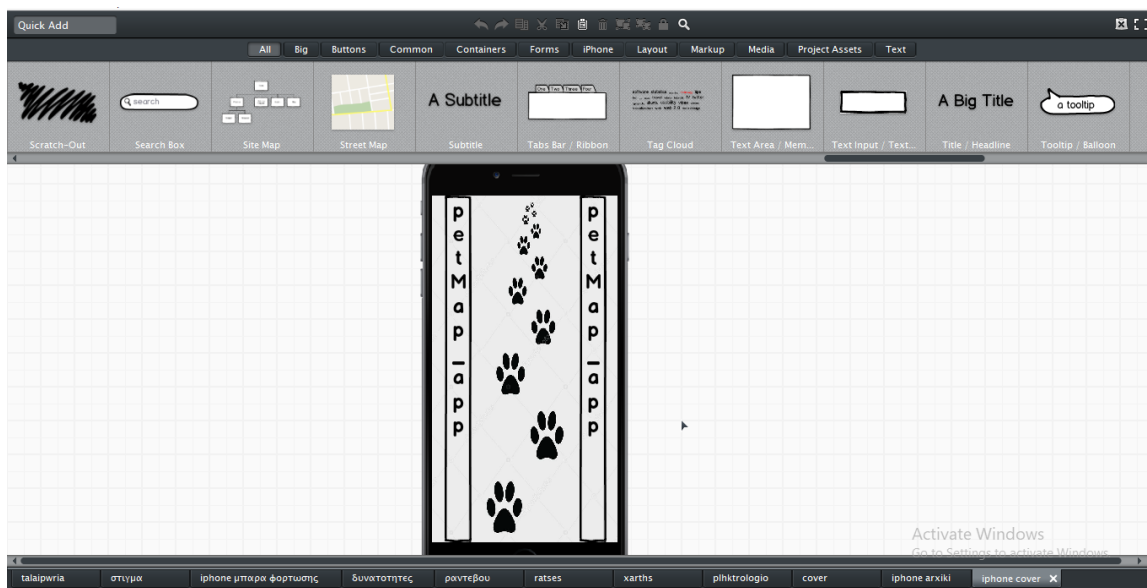
Στο Balsamiq mock-up μας δίνεται η ευκαιρία να προσθέσουμε κείμενο στις εικόνες μας, έτσι μπορούμε να δηλώσουμε κάποια άποψη, κάποιο συναίσθημα, κάποια πληροφορία ή οτιδήποτε άλλο που θέλουμε να παρέχουμε ως πληροφορία στον χρήστη-αναγνώστη. Στην κατηγορία “all” έχουμε την επιλογή “text area/memo field” κατά την οποία εισάγουμε κείμενο, μέσα στην text area. Να σημειώσουμε ότι, η πλατφόρμα μας, μας επιτρέπει να γράψουμε μόνο στην αγγλική γλώσσα. Τα ελληνικά δεν αναγνωρίζονται στο Balsamiq mock-up. Μπορούμε να το τοποθετήσουμε το κείμενο όπου εμείς θέλουμε στον χώρο που εργαζόμαστε.

Αφού έχουμε σχεδιάσει την αρχική εικόνα της εφαρμογής που αντιπροσωπεύει την θεματολογία της εφαρμογής μας, έρχεται η ανάγκη να σχεδιάσουμε το εξώφυλλο της. Λαμβάνοντας ως γνώμονα την ονομασία της εφαρμογής και την θεματολογία της, προσπαθούμε να σκεφτούμε τι θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως εξώφυλλο, ή διαφορετικά αν δεν έχουμε ήδη κάτι έτοιμο, τότε να σχεδιάσουμε αυτό που εμείς θέλουμε.

#### **4.1.1 Εξώφυλλο – front page**

Γνωρίζουμε ότι η εφαρμογή μας αφορά ζώα, κυρίως τους σκύλους, και καθώς έχει να κάνει με την εύρεση των χαμένων σκύλων, χρησιμοποιούμε την χαρακτηριστική πατούσα του σκύλου για να σχεδιάσουμε το εξώφυλλο μας. Συγκεκριμένα, συνδυάζουμε το χαρακτηριστικό στοιχείο του σκύλου, με την ονομασία της εφαρμογής.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, φτιάχνουμε δύο πυλώνες αριστερά και δεξιά της εικόνας που έχουμε κάνει “import” που είναι οι πατούσες όπως έχουμε αναφέρει παραπάνω. Οι πυλώνες ουσιαστικά είναι το “text area” , το περίγραμμα του και το περιεχόμενο του. Σαν περιεχόμενο έχουμε την ονομασία της εφαρμογής μας. “Pet Map App” είναι η ονομασία της εφαρμογής. Έτσι ο χρήστης-αναγνώστης, σαν εικονίδιο, έχοντας κάνει download την εφαρμογή “Pet Map App” βλέπει αυτό που περιγράψαμε παραπάνω και δείχνουμε αναλυτικά παρακάτω.



**Εικόνα 6**

Ο χρήστης-αναγνώστης της εφαρμογής ανοίγοντας την εφαρμογή, θα δει ως πρώτη σελίδα την εικόνα που έχουμε αναλύσει παραπάνω, η οποία δίνει την δυνατότητα, κατά κύριο λόγο να καταλάβει την χρησιμότητα της εφαρμογής.

### **4.1.2 Είσοδος – Log in page**

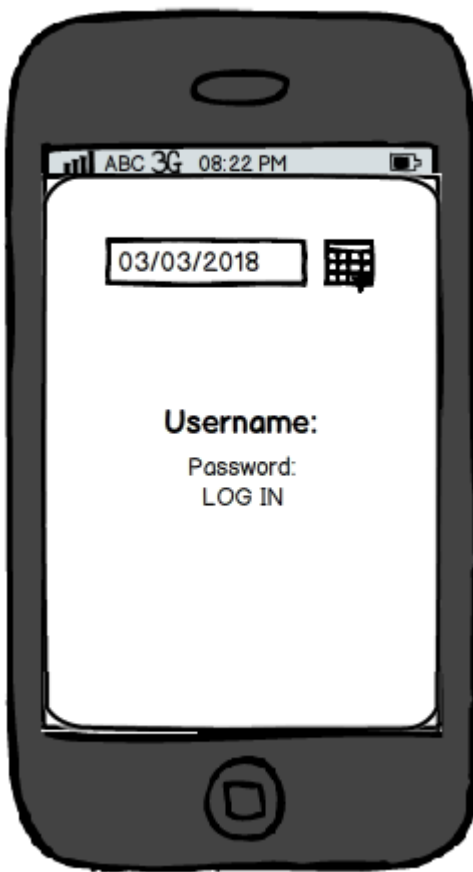
Ο χρήστης-αναγνώστης της εφαρμογής, για να μπορεί να έχει πρόσβαση στην εφαρμογή θα πρέπει να φτιάξει λογαριασμό, να καταχωρήσει τα στοιχεία του, και κατόπιν θα πρέπει να κάνει login. Αυτό συμβαίνει γιατί ο κάθε χρήστης της εφαρμογής έχει τις δικές του μοναδικές πληροφορίες που διαφέρουν σε σχέση με οποιονδήποτε άλλον. Έχει τον δικό του άξονα πορείας κατά την χρήση του σε κάποια, οποιαδήποτε εφαρμογή. Καταχωρώντας τα στοιχεία του δημιουργείται το προφίλ του και ξεκινάει μια μοναδική κατά χρήστη, ιστορία. Παρακάτω μπορούμε

να δούμε πως θα φαίνεται η φόρμα καταχώρησης στοιχείων κατά την ενέργεια του log in.

Σημαντικό είναι να πούμε ότι η ημερομηνία έχει καθοριστικό ρόλο. Αυτό πάει να πει πως άλλο ιστορικό χρήσης έχουμε την Δευτέρα για παράδειγμα και άλλο ιστορικό χρήσης θα έχουμε την Παρασκευή, μετά από 4 μέρες.

Πάμε να δούμε τη κατασκευή της σελίδας αυτής μέσω Balsamiq Mock Up. Για αρχή τοποθετούμε την έτοιμη εικόνα-πλαίσιο iPhone. Στην θεματολογία “all” βάζουμε την εικόνα “iPhone” και στη συνέχεια βάζουμε, χρησιμοποιώντας από την θεματολογία “big” το mock up “multiline button” και στη συνέχεια αλλάζουμε τα by default δεδομένα του tab. Συγκεκριμένα βάζουμε τα νέα δεδομένα “username” και “password”. Ακόμη, καθώς έχουμε θεωρήσει σημαντικό ρόλο της ημερομηνίας, χρησιμοποιούμε από την θεματολογία “buttons” του Balsamiq Mock up την τεχνική «Date chooser / Date Picker” για να προσθέσουμε στην σελίδα του log in την ημερομηνία επίσκεψης.





**Εικόνα 7**

#### **4.1.3 Κεντρικό μενού**

Μόλις ο χρήστης πληκτρολογήσει τα στοιχεία του, και πατήσει το πλήκτρο LOG IN, η δεύτερη σελίδα που θα επισκεφθεί θα είναι εκείνη με το MENU ρΜα, το μενού της εφαρμογής. Από εκεί ο χρήστης θα μπορεί να κάνει τις ενέργειες του, τις κινήσεις του κατά την χρήση της εφαρμογής. Αναλυτικά, ως πρώτη επιλογή θα μπορεί να βρει κάποιο σκυλάκι που χάθηκε. Ως δεύτερη επιλογή θα μπορεί να κλείσει ραντεβού με κάποιο γιατρό που θα βρίσκεται στην περιοχή που τον ενδιαφέρει

προκειμένου να τον επισκεφθεί μαζί με το πληγωμένο/τραυματισμένο σκυλάκι που βρήκε μέσω της πρώτης επιλογής του MENU pMa. Στην τρίτη επιλογή, θα μπορεί να δει τους τετράποδους φίλους μας που χρειάζονται σπίτι. Εκεί βρίσκονται όλα εκείνα τα ζώακια που μπορούν οι χρήστες της εφαρμογής να δηλώσουν το ενδιαφέρον τους και να τα υιοθετήσουν.

Πρέπει να πούμε πως αυτός είναι και ουσιαστικά ο σκοπός της εφαρμογής. Σε αυτό το σημείο όμως θα χρειαστεί να γνωρίζουμε κάποιες πληροφορίες σχετικά με την υιοθεσία αδέσποτων ζώων. Παρακάτω θα μιλήσουμε για τον τρόπο υιοθέτησης σκύλου.

Σύμφωνα με την εγκύκλιο η Ελληνική Πολιτεία, κατά την ρύθμιση του θέματος της διαχείρισης των αδέσποτων ζώων εκτίμησε τις συγκεκριμένες και ειδικές παραμέτρους που συνδέονται με αυτό και προέκρινε ως μόνη νόμιμη διαδικασία για την έξοδο τους από την κατάσταση του αδέσποτου, την ένταξη τους στο καθεστώς του δεσποζόμενου ζώου συντροφιάς, μέσω της υιοθεσίας, η οποία γίνεται από φυσικά πρόσωπα και νομικά πρόσωπα που λειτουργούν με την μορφή φιλοζωικών σωματείων και ενώσεων.

Η υιοθεσία αφορά μόνο τα αδέσποτα ζώα συντροφιάς καθώς η περίπτωση αγοράς ή δωρεάς ή λόγω άλλης αιτίας απόκτησης ζώου από γνωστό ιδιοκτήτη, δεν είναι υιοθεσία αλλά αλλαγή ιδιοκτησίας.

Ο νέος ιδιοκτήτης πρώην αδέσποτου ζώου συντροφιάς μπορεί να είναι τόσο φυσικό όσο και νομικό πρόσωπο (μόνο φιλοζωικό σωματείο ή ένωση), με κατοικία ή έδρα αντίστοιχα, τόσο εντός όσο και εκτός ελληνικής επικράτειας.

Η διαδικασία της υιοθεσίας δεν αλλάζει αν το ζώο πρόκειται να μετακινηθεί ή όχι στο εξωτερικό μετά την υιοθεσία. Η διαδικασία της υιοθεσίας αδέσποτου ζώου συντροφιάς περιλαμβάνει α) την υπογραφή της δήλωσης υιοθεσίας από τον νέο ιδιοκτήτη ή από το φυσικό πρόσωπο που αυτός έχει εξουσιοδοτήσει

(πληρεξούσιος). Για κάθε ζώο υπογράφεται ξεχωριστή δήλωση υιοθεσίας. β) την παραλαβή του ζώου από τον νέο ιδιοκτήτη ή από το φυσικό πρόσωπο που αυτός έχει εξουσιοδοτήσει (πληρεξούσιος)

Στην περίπτωση που η υιοθεσία πραγματοποιείται από φυσικό πρόσωπο που δεν είναι μόνιμος κάτοικος της Ελλάδας ή από φιλοζωικό σωματείο που δεν έχει την έδρα του στην Ελλάδα, μέσω εξουσιοδοτημένου προσώπου (πληρεξουσίου) τότε η πληρεξουσιοδότηση αποδεικνύεται εγγράφως με βέβαιη χρονολογία και φέρει την επισημείωση της Χάγης.

Ειδικότερα για την περίπτωση φιλοζωικών σωματείων με έδρα το εξωτερικό η εν λόγω εξουσιοδότηση μπορεί να δίδει την δυνατότητα υπογραφής δηλώσεων υιοθεσιών και παραλαβής των ζώων αυτών κάθε φορά που αυτό απαιτείται ή για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, υπό την προϋπόθεση ότι αυτό αποτυπώνεται στην εν λόγω εξουσιοδότηση.

Επιπλέον στην περίπτωση αυτή ο πληρεξούσιος υποβάλλει κάθε φορά υπεύθυνη δήλωση στην οποία αναγράφεται ότι η πληρεξουσιοδότηση δεν έχει ανακληθεί και ότι το εν λόγω σωματείο εξακολουθεί να υφίσταται.

Στην διαδικτυακή ηλεκτρονική βάση δεδομένων ως προσωρινός ιδιοκτήτης του αδέσποτου ζώου δηλώνεται ο Δήμος και μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας της υιοθεσίας ως νέος πλέον ιδιοκτήτης δηλώνεται το φυσικό πρόσωπο ή το φιλοζωικό σωματείο στην κατοχή του οποίου περιήλθε το ζώο.

#### *4.1.3.1 Αλλαγή ιδιοκτήτη δεσποζόμενου ζώου συντροφιάς*

Στην περίπτωση αλλαγής ιδιοκτήτη ενός δεσποζόμενου ζώου συντροφιάς, τα εμπλεκόμενα πρόσωπα (παλιός και νέος ιδιοκτήτης) παρουσιάζονται σε πιστοποιημένο κτηνίατρο και συνυπογράφουν Υπεύθυνη Δήλωση αλλαγής ιδιοκτήτη ζώου συντροφιάς, επιδεικνύοντας έγγραφα που επαληθεύουν τα ατομικά

τους στοιχεία, προκειμένου να επικαιροποιηθούν τα στοιχεία ιδιοκτήτη του ζώου στην Διαδικτυακή Ηλεκτρονική Βάση σήμανσης και καταγραφής ζώων συντροφιάς. Σε περίπτωση που κατά την παραπάνω διαδικασία ο νέος ή ο πρώην ιδιοκτήτης του ζώου δεν μπορεί να παραστεί αυτοπροσώπως, εξουσιοδοτεί κάποιο πρόσωπο (πληρεξούσιος) ώστε να ενεργήσει για λογαριασμό του (αλλαγή ιδιοκτησίας του ζώου στο νέο ιδιοκτήτη, αίτημα της μεταβολής των στοιχείων στη ΔΗΒΔ από τον πιστοποιημένο κτηνίατρο).

Όταν ο νέος ιδιοκτήτης βρίσκεται εκτός Ελλάδας η πληρεξουσιοδότηση αποδεικνύεται εγγράφως με βέβαιη χρονολογία και φέρει την επισημείωση της Χάγης.

Στην Διαδικτυακή Ηλεκτρονική Βάση δηλώνεται ο νέος ιδιοκτήτης καθώς γίνεται και σχετική ενημέρωση του βιβλιαρίου υγείας και του διαβατηρίου το ζώου.

Στην τέταρτη επιλογή οι χρήστες της εφαρμογής Pet Map app μπορούν να συνομιλήσουν online μεταξύ τους μέσω του chat και να μοιραστούν όλα όσα θέλουν σε προσωπική συνομιλία μεταξύ τους. Στην επόμενη επιλογή, υπάρχει η δυνατότητα “about dogs”, εκεί θα μπορούν οι χρήστες της εφαρμογής να μάθουν πληροφορίες και να αποκτήσουν γνώσεις για τους σκύλους και τα αδέσποτα ζώα. Ακόμη θα πάρουν χρήσιμες συμβουλές σχετικά με την προσέγγιση ενός φοβισμένου και τραυματισμένου σκύλου.

Έπειτα υπάρχει η επιλογή “write something”. Εκεί ο χρήστης της εφαρμογής pet Map app μπορεί να γράψει ότι θέλει, και σαν blog. Οι χρήστες μπορούν να δημοσιεύουν τις εμπειρίες τους σχετικές με τα ζωάκια και να τις μοιράζονται με το υπόλοιπο κοινό της εφαρμογής.

Τέλος, βρίσκεται η ενότητα “NEWS”. Στην ενότητα αυτή οι χρήστες μαθαίνουν νέα σχετικά με το περιβάλλον της εφαρμογής. Για παράδειγμα, εκεί μπορεί να δει κάποιος ότι ο σκύλος που βρέθηκε χθες στον Ασπρόπυργο, βρήκε κατευθείαν οικογένεια να τον υιοθετήσει, ή μπορεί να δει ότι ο σκύλος που είχε βρεθεί πριν

από πέντε χρόνια τραυματισμένος στην Ραφήνα, έχει την δικιά του οικογένεια πλέον και γέννησε 7 κουταβάκια τα οποία χρήζουν υιοθεσίας. Ουσιαστικά μιλάμε για μια ενότητα ενημερώσεων, όπως είναι και οι ενημερώσεις που βλέπουμε σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως λόγω χάρη το Facebook έχει τη σελίδα news feed.



**Εικόνα 8**

#### **4.1.4 Βοηθητικός χάρτης για την εύρεση του ζώου**

Η εφαρμογή pet Map app, για την οποία έχουμε κάνει ένα προσχέδιο μέσω του βοηθητικού μας εργαλείου, του προγράμματος Balsamiq Mock up, έχει κύριο ρόλο στην εύρεση των ζώων που έχουν χαθεί ή βρίσκονται στο δρόμο παρατημένα, κάποια από αυτά χτυπημένα, άλλα σε άσχημη κατάσταση, κάποια σε κρύο περιβάλλον. Η εύρεση των ζώων αυτών δεν μπορεί να γίνει χωρίς χάρτη. Έτσι, το pet Map app με την βοήθεια του χάρτη μας δείχνει που μπορεί να βρίσκεται το ζώακι που ψάχνουμε. Έχουμε αναφέρει παραπάνω ότι τα microchip που έχουν τα ζώακια μπορούν να γίνουν ανιχνεύσιμα και ορατά στον χάρτη που χρησιμοποιούμε στην εφαρμογή μας. Οι χάρτες θα εντοπίζουν το ζώακι και θα το στιγματίζουν ώστε να μπορεί ο χρήστης να το βρει με ευκολία.

Για να μπορέσουμε να δημιουργήσουμε την απεικόνιση του χάρτη μέσω του Balsamic Mock up χρησιμοποιήσαμε την εισαγωγή εικόνας προκειμένου να είμαστε πιο συγκεκριμένοι σχετικά με την τοποθεσία, αφού χρησιμοποιώντας την εικόνα έχουμε πραγματικές θέσεις, ονόματα οδών που υπάρχουν στην πραγματικότητα. Αν ωστόσο θέλαμε να χρησιμοποιήσουμε τον χάρτη του Balsamiq Mock up, του προγράμματος δηλαδή που δουλεύουμε για να απεικονίσουμε την pet Map app θα μπορούσαμε να χρησιμοποιήσουμε το “Street Map” που βρίσκεται στον άξονα “All” και τον οποίο δείχνουμε παρακάτω.



Εικόνα 9

#### **4.1.5 Κατηγορίες – ράτσες σκύλων**

Το εγχειρίδιο εύρεσης αδέσποτων ζώων, κατά κύριο λόγο έχει να κάνει με την εύρεση των αδέσποτων ή χαμένων σκύλων. Έτσι, επειδή τα σκυλιά έχουν διάφορες ράτσες, χρειάζεται να έχουμε ορισμένες επιλογές και κατηγορίες για τις ράτσες αυτές. Η χρησιμότητα αυτού του πεδίου, της εφαρμογής μας pet Map app βοηθάει τον χρήστη όταν ψάχνει κάποιο συγκεκριμένο είδος από τους τετράποδους φίλους μας, με αυτόν τον τρόπο η εύρεση γίνεται πιο εύκολα και γρήγορα. Έτσι, κάναμε

μια μελέτη σχετικά με τις πιο γνωστές και με μεγάλη συχνότητα αναζήτησης, ράτσες σκύλων, τις οποίες ένας χρήστης, όχι μόνο αναζητά επειδή έχασε, αλλά μπορεί και να αναζητά επειδή ενδιαφέρεται να υιοθετήσει. Ο χρήστης πατώντας πάνω στις ράτσες, θα μπορεί να δει μεμονωμένα τη ράτσα που επιλέγει, ενώ αν επιλέξει παραπάνω από μία ράτσα θα μπορεί να δει τις ράτσες που έχει επιλέξει.

Σχετικά με το κατασκευαστικό κομμάτι της δυνατότητας αυτής, μέσω του Balsamiq Mock up, μας βοήθησε το “tag cloud” που βρίσκεται στο περιεχόμενο του άξονα “all”. Επεξεργάζοντας τη βάση αυτή, μπορέσαμε να δημιουργήσουμε τη σελίδα στην οποία ο χρήστης θα έχει την ευκαιρία να επιλέξει ακριβώς τη ράτσα σκύλου που θέλει να δει.





Εικόνα 10

#### **4.1.6 Εύρεση συγκεκριμένου σκύλου με μοναδικά στοιχεία**

Ακόμη, όταν ο χρήστης γνωρίζει την ονομασία του σκύλου, μπορεί να κάνει αναζήτηση και να δει την πορεία της εκάστοτε κατάστασης του σκύλου που ενδιαφέρεται να μάθει. Βέβαια, επειδή υπάρχει η πιθανότητα να υπάρχουν δύο ή και περισσότερα σκυλάκια με το ίδιο όνομα, η αναζήτηση θα γίνεται με τον κωδικό του microchip που έχει το κάθε ζωάκι, έτσι η αναζήτηση θα είναι έγκαιρη και θα

εμφανίζει μόνο ένα αποτέλεσμα. Το αποτέλεσμα αυτό θα αφορά την κατάσταση που βρίσκεται το ζώο εκείνη τη στιγμή, αν δηλαδή έχει βρεθεί, αν έχει βρει γιατρό σε περίπτωση που ήταν χτυπημένο, αν υιοθετήθηκε από κάποιον. Έτσι ο χρήστης θα μπορεί να γνωρίζει το status του ζώου.

Χρησιμοποιώντας το Balsamiq Mock up, μας βοήθησε να απεικονίσουμε τη λειτουργία αυτή το “field set / group / container” στο οποίο μπορέσαμε να αλλάξουμε να γράψουμε το “dog name” , δηλαδή τον αριθμό “microchip” που θα φαίνεται το ιστορικό και το status του ζώου, ενώ στη μπάρα αναζήτησης ο χρήστης θα μπορεί να πληκτρολογήσει και να αναζητήσει τον αριθμό του “microchip”. Στο σημείο αυτό χρειάζεται να πούμε ότι χρησιμοποιήσαμε για την παρακάτω απεικόνιση το “search box” και το πληκτρολόγιο “iPhone keyboard” από τον άξονα “all”.



Εικόνα 11

#### ***4.1.7 Κατάσταση σκύλου την τωρινή στιγμή***

Σε συνέχεια των παραπάνω, κατασκευάζουμε την σελίδα με τις πληροφορίες για την κατάσταση του ζώου που θα παρέχονται στον χρήστη της εφαρμογής. Θέσαμε ως κύριες πληροφορίες το όνομα, την ηλικία, την περιοχή και το αν βρέθηκε το ζώακι για το οποίο ο χρήστης θέλει να γνωρίζει. Για να το δούμε αυτό, πήραμε το template 'data grid / table' και το επεξεργαστήκαμε έτσι ώστε να βάλουμε τα δεδομένα και τις πληροφορίες που εμείς θέλουμε.



Name (job) ▲	Ag ◆	Location	Found ▼
romeo	13	petralwna	<input checked="" type="checkbox"/>
mario	4	marousi	<input checked="" type="checkbox"/>
fedra	7	aspropur	<input checked="" type="checkbox"/>
hra	15	psuxiko	<input checked="" type="checkbox"/>
akis	9	aigalew	<a href="#">?</a>
tripa	2	xalandri	<a href="#">?</a>

Εικόνα 12

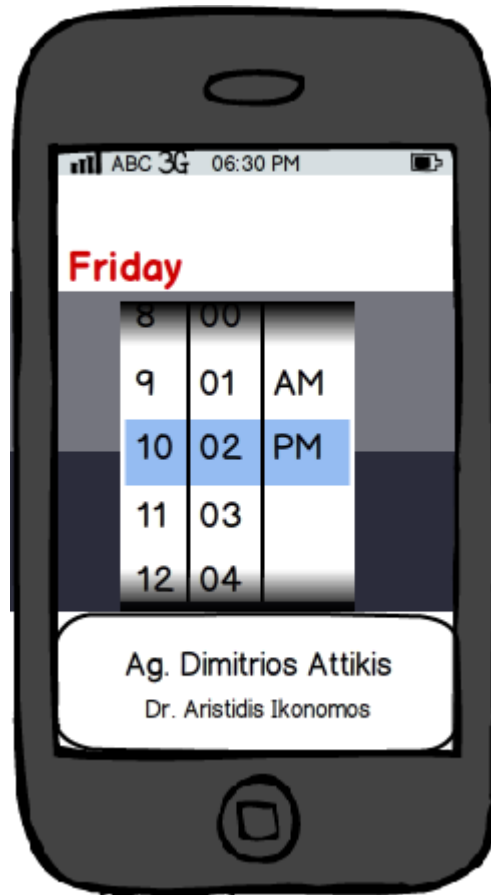
#### 4.1.8 Επίσκεψη σε κτηνίατρο

Πάμε να δούμε τώρα πώς μπορεί να φαίνεται η σελίδα που ο χρήστης θα βλέπει τη διαθεσιμότητα του γιατρού. Ο χρήστης θα μπορεί να κλείσει ραντεβού με τον γιατρό που βρίσκεται κοντά στην τοποθεσία που θέλει, για να μπορέσει να εξετάσει το ζώάκι. Αυτό θα μπορεί να γίνεται μέσω της εφαρμογής μας, pet Map app για να είναι πιο εύκολη και γρήγορη η διαδικασία που χρειάζεται να γίνει όταν ο χρήστης

βρίσκει ένα σκυλάκι με ανάγκη για επίσκεψη στο γιατρό. Βασικό είναι να πούμε ότι ο χρήστης θα μπορεί έτσι να επιλέγει την ώρα και την ημέρα που θέλει να κάνει την επίσκεψη στο γιατρό.

Παρακάτω έχουμε εικόνα πως θα βρίσκει ο χρήστης διαθέσιμη ώρα και ημέρα για ραντεβού με τον γιατρό. Παραπάνω έχουμε αναλύσει τις διάφορες δυνατότητες που θα μας παρέχει η εφαρμογή `pet Map app`, έχουμε αναφέρει και δείξει την επιλογή `“find a doctor”`, στην οποία όταν ο χρήστης την επιλέξει, θα κατευθύνεται στην εικόνα που βλέπουμε παρακάτω.

Επιλέξαμε να χρησιμοποιήσουμε για την κατασκευή αυτή, την δυνατότητα που μας δίνει το `Balsamiq Mock up` και μας εμφανίζει τις ώρες από τον άξονα `“all”` και είναι το `“iPhone picker”`, στη συνέχεια για να βάλουμε τον διαθέσιμο γιατρό που βρίσκεται κοντά στην περιοχή που αναζητά ο χρήστης χρησιμοποιήσαμε την λειτουργία `“multiline button”` στην οποία μετά από επεξεργασία δείξαμε την διαθεσιμότητα στους γιατρούς της περιοχής, εμφανίζοντας στο χρήστη το όνομα και την τοποθεσία του γιατρού. Σχετικά με την ημέρα του ραντεβού χρησιμοποιήσαμε την λειτουργία `“title/headline”` και κατόπιν επεξεργασίας γράψαμε την ημέρα που θα θέλαμε το ραντεβού μας.



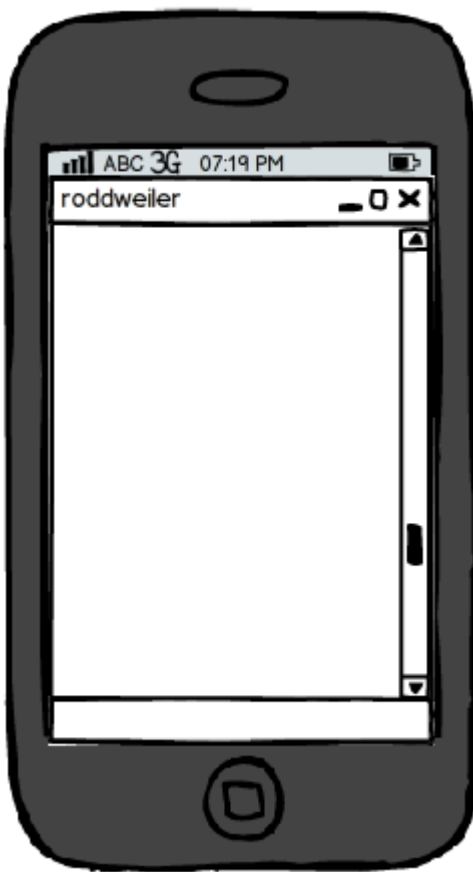
Εικόνα 13

#### **4.1.9 Ομαδική Συνομιλία**

Ακόμη μια σημαντική χρήση που θα έχει η εφαρμογή μας, είναι εκείνη του chat. Πιο συγκεκριμένα, όταν λέμε chat εννοούμε μια μορφή επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο μεταξύ δύο ή και περισσότερων χρηστών (ομαδική συνομιλία) μέσω ενός υπολογιστή ή κινητής συσκευής. Μόλις αρχίσει μια συνομιλία, ο κάθε χρήστης εισαγάγει το κείμενο μέσω του πληκτρολογίου και πατώντας αποστολή το κείμενο εμφανίζεται στην οθόνη του άλλου χρήστη άμεσα. Αυτός ο τρόπος συνομιλίας είναι διαφορετικός από άλλους τρόπους επικοινωνίας όπως το email

που η παραλαβή και η απάντηση ενός μηνύματος δεν γίνεται σε πραγματικό χρόνο. Πολλές φορές μέσω του τρόπου αυτού της συνομιλίας μπορούμε να μοιραστούμε εικόνες, βίντεο, ηχογραφήσεις, αλλά και άλλα αρχεία όπως ακόμη και την κοινοποίηση τοποθεσία ή την πραγματοποίηση κλήσεων ήχου ή ακόμη και βιντεοκλήσεων. Στην δική μας περίπτωση, μιλώντας για την εφαρμογή `ret Map app` και πάντα βάση του προγράμματος σχεδιασμού της εφαρμογής αυτής, του `Balsamiq Mock-up`, μπορούμε να δημιουργήσουμε chat στην πιο απλή του μορφή ή οποία υποστηρίζει μόνο την επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο μέσω της κινητής συσκευής από την οποία θα χρησιμοποιείται η εφαρμογή.

Έτσι, δημιουργήσαμε με τη βοήθεια του εργαλείου μας `Balsamiq Mock up`, το chat με το οποίο θα μπορούν οι χρήστες της εφαρμογής να ανταλλάσσουν νεότερα και πληροφορίες σχετικά με τους μικρούς τους φίλους, τα ζώακια. Για να δημιουργήσουμε το chat, χρησιμοποιήσαμε την εικόνα του iPhone από τις επιλογές που μας παρέχει η ομάδα "All", πάνω σε αυτήν την εικόνα, τοποθετήσαμε την επιλογή "window/dialog" και πάνω σε αυτή την επιλογή τοποθετήσαμε το "vertical scroll bar" για να μπορεί ο χρήστης να βλέπει παλιότερα μηνύματα από διάφορες συνομιλίες. Επιπλέον, όπως βλέπουμε και παρακάτω, στην αναπαράσταση του chat, στο πάνω μέρος φαίνεται το όνομα του συνομιλητή που επικοινωνεί την κάθε στιγμή ο χρήστης.



**Εικόνα 14**

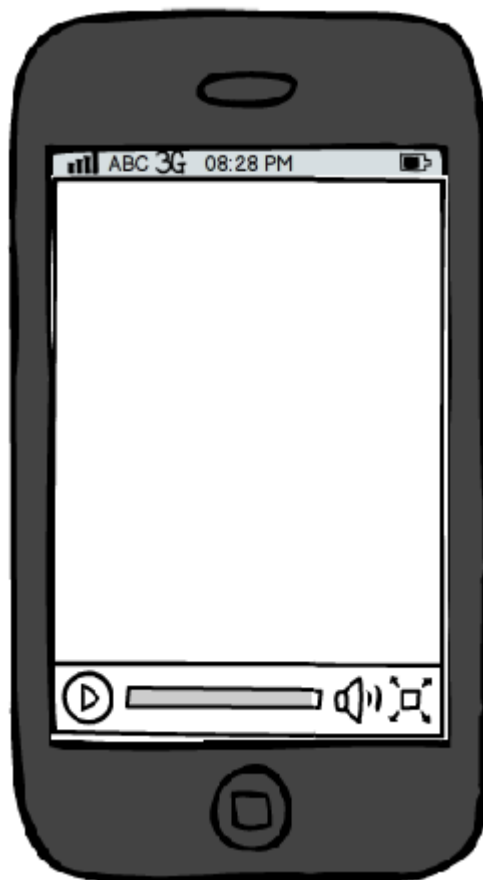
#### ***4.1.10 Λήψη βίντεο***

Μία εξίσου σημαντική λειτουργία για τους χρήστες της εφαρμογής εύρεσης ζώων, pet Map app είναι το βίντεο. Με την χρήση και λειτουργία του video οι χρήστες της εφαρμογής έχουν την δυνατότητα να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, να ανταλλάξουν τα νέα τους και τις εμπειρίες του σχετικά με τους μικρούς κατοικίδιους φίλους του ή και να μοιραστούν διάφορες σημαντικές στιγμές από τα ζωάκια τους, όπως είναι για παράδειγμα μια γέννα ή ένα σοβαρό χειρουργείο που είναι καλό να γνωρίζει ο



συνομιλητής για την διαδικασία, όπως για παράδειγμα είναι η στείρωση, που είναι μια πολύ σημαντική επέμβαση για τα ζώα καθώς και η μετέπειτα περίοδος που χρειάζεται προσοχή τόσο από το ίδιο το ζώακι όσο και από τον ιδιοκτήτη του.

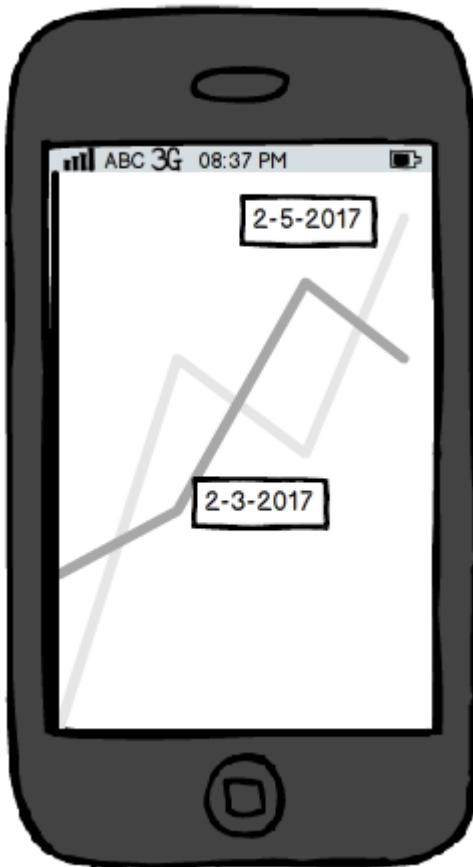
Για να δημιουργήσουμε την απεικόνιση του video στην εφαρμογή pet MAP, με τη βοήθεια του Balsamiq Mock Up χρησιμοποιήσαμε από το περιεχόμενο “Big” την οθόνη του “iPhone”, όπως έχουμε χρησιμοποιήσει σε όλες τις απεικονίσεις των λειτουργιών της εφαρμογής, και έπειτα τοποθετήσαμε από το ίδιο περιεχόμενο την βάση “Video Player” για να μπορέσουμε να δείξουμε πως θα είναι η λειτουργία video της εφαρμογής μας.



**Εικόνα 15**

#### **4.1.11 Στατιστικά χρήσης της εφαρμογής για τους προγραμματιστές-ιδιοκτήτες της**

Στο σημείο αυτό, έχουμε δημιουργήσει μία ακόμη δυνατότητα αποκλειστικά και μόνο για τους προγραμματιστές της βάσης δεδομένων της εφαρμογής, ώστε να μπορούν να δουν ποσοστά χρήσης της εφαρμογής από το κοινό, για να αξιολογήσουν την πορεία της και το ενδιαφέρον του κοινού για την pet MAP app.



**Εικόνα 16**

## 4.2 Google Analytics

Πριν από μια τριετία περίπου, η μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης, η Google, δημιούργησε ένα σπουδαίο εργαλείο για οποιονδήποτε διατηρεί έναν διαδικτυακό τόπο, είτε αναφερόμαστε σε ένα μεγάλο εταιρικό site, είτε σε ένα προσωπικό blog, είτε σε μια εφαρμογή για κινητές συσκευές, όπως είναι η pet MAP. Μέσα από το Google Analytics μπορεί ένας χρήστης να πάρει σημαντικά στατιστικά στοιχεία για τους επισκέπτες και την κίνηση της ιστοσελίδας του, όπως είναι ο αριθμός μοναδικών επισκέψεων, οι προβολές της σελίδας, πώς ήρθαν οι επισκέπτες σε αυτήν και πόσο παρέμειναν, τα bounce rates κ.ά.

Παρακάτω θα μιλήσουμε αναλυτικά για κάποιες λειτουργίες που μας παρέχουν ανάλογες πληροφορίες τα Google Analytics.



**Εικόνα 17**

Μία πρώτη πληροφορία που μπορούμε να έχουμε για την εφαρμογή μας είναι η επισκόπηση των επισκεπτών. Μπορούμε να διαλέξουμε την περίοδο που επιθυμούμε να μελετήσουμε και να δούμε διάφορα στοιχεία για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Συγκεκριμένα μπορούμε να δούμε:

- Συνολικές επισκέψεις

Τα sessions (συνολικές επισκέψεις) αποτελούν ομαδοποίηση αλληλεπιδράσεων των χρηστών. Για παράδειγμα, ένας χρήστης στην ίδια επίσκεψη μπορεί να ανοίξει μερικές σελίδες, να κάνει μια παραγγελία κλπ. Όλες αυτές οι ενέργειες του χρήστη θα καταγράφονται ως ένα μοναδικό session γιατί έγιναν στα πλαίσιο της ίδιας επίσκεψης.

- Επισκέπτες της εφαρμογής

Τους νέους επισκέπτες αλλά και εκείνους που έχουν επισκεφθεί και παλαιότερα την εφαρμογή μία ή και περισσότερες φορές.

- Σύνολο των pageviews

Το σύνολο επισκέψεων στις σελίδες της εφαρμογής μας.

- Το μέσο όσο των σελίδων της εφαρμογής που επισκέφθηκε ο χρήστης

Με αυτό τον τρόπο βλέπουμε πόσο εξερευνούν οι επισκέπτες της εφαρμογής μας

- Τη μέση διάρκεια της κάθε επίσκεψης της σελίδας

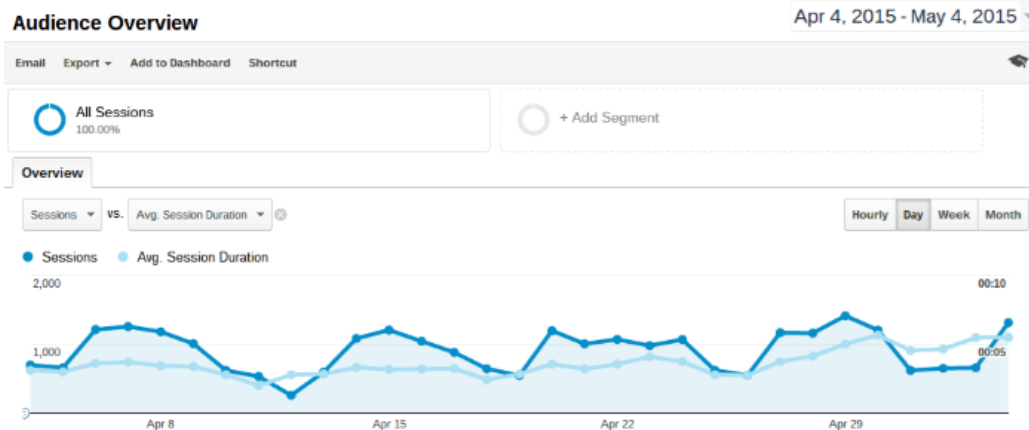
Έτσι βλέπουμε πόσο χρόνο μένει ο χρήστης στην εφαρμογή μας

- Bounce rate

Είναι το ποσοστό των χρηστών που εγκαταλείπει το site μας αφού μπει σε αυτό και χωρίς να κάνει κάτι σε άλλη σελίδα της εφαρμογής μας

- Το ποσοστό νέων επισκέψεων

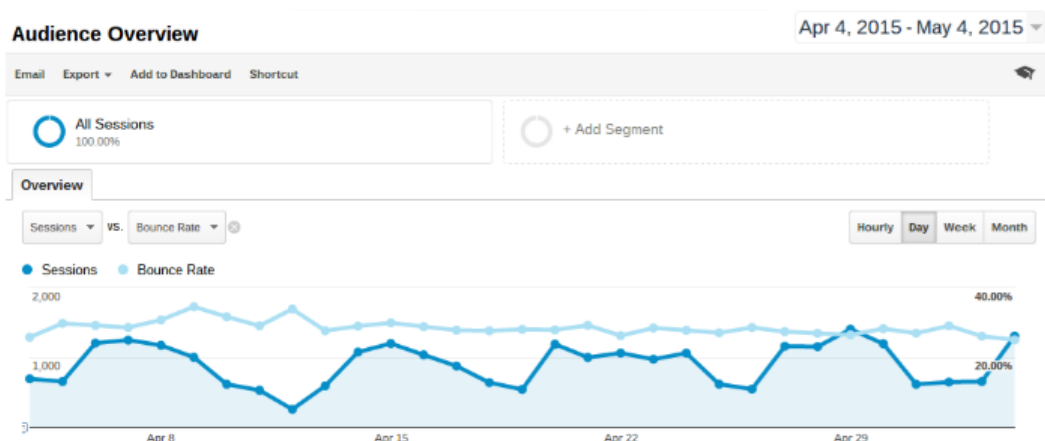
Έτσι μπορούμε να αξιολογήσουμε αν οι διάφορες ενέργειες που έχουμε κάνει στην εφαρμογή μας έχουν αποτέλεσμα.



**Εικόνα 18**

Αξίζει να σημειώσουμε ότι αν επιλέξουμε να δούμε μία συγκεκριμένη τιμή, από το σύνολο των τιμών που μας παρέχουν τα Google Analytics, όπως για παράδειγμα είναι το average session duration το γράφημα που απεικονίζεται θα προσαρμοστεί βάσει των δεδομένων της τιμής αυτής.

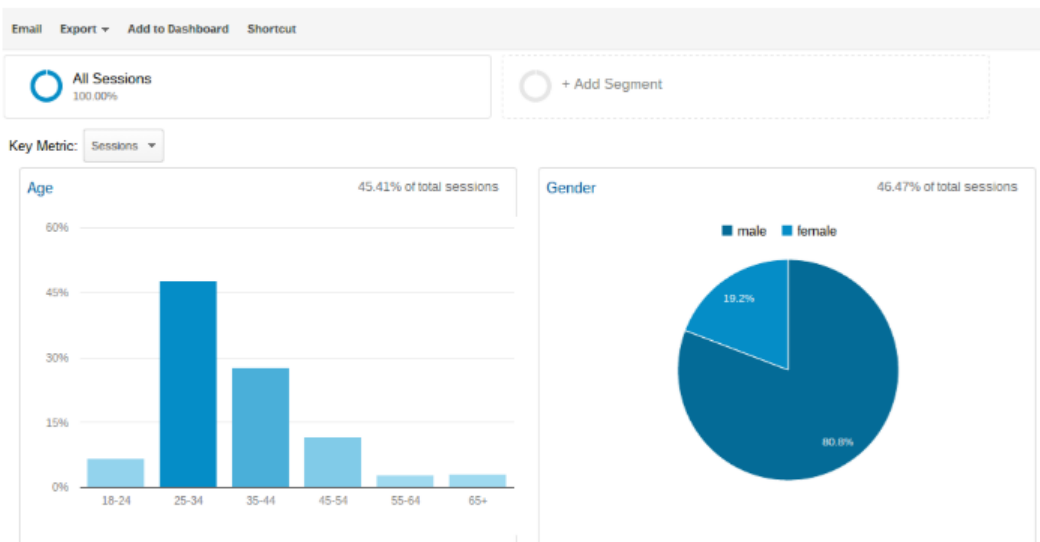
Σε συνέχεια του παραπάνω παραδείγματος μπορούμε να αναλύσουμε την επισκεψιμότητα της εφαρμογής μας και να παρατηρήσουμε ότι οι περισσότερες επισκέψεις έχουν γίνει τις εργάσιμες ημέρες σε αντίθεση με τα Σαββατοκύριακα που οι επισκέψεις φαίνεται να είναι λιγότερες. Ακόμη μπορούμε να δούμε ότι ο μέσος χρόνος παραμονής των χρηστών στην εφαρμογή μας είναι 4 λεπτά, κάτι που μας δίνει να καταλάβουμε ότι η πλειονότητα των επισκεπτών της εφαρμογής μας βρίσκει την πληροφορία που χρειάζεται, ενώ παράλληλα αν συνδυάσουμε και τις τιμές του bounce rate που είναι σε χαμηλά επίπεδα, 25-30%, βλέπουμε ότι ο χρήστης πέραν του ότι βρίσκει τις πληροφορίες που θέλει, και παραμένει στην εφαρμογή μας για να την εξερευνήσει περισσότερο.



**Εικόνα 19**

## 2. Demographics

Σημαντικά χαρακτηριστικά για τους επισκέπτες μας είναι η ηλικία το και το φύλο. Έτσι βλέπουμε το target group της εφαρμογής μας. Λαμβάνοντας υπόψη όλα αυτά, μπορούμε να κάνουμε αντίστοιχα τις ενέργειες που προγραμματίζουμε για την βελτίωση των πληροφοριών της εφαρμογής μας αλλά και να προβλέψουμε παράγοντες που μπορεί να μην έχουμε σκεφτεί, τα Google Analytics μας βοηθάνε να ανακαλύψουμε πιθανά προβλήματα της εφαρμογής μας.



**Εικόνα 20**

### 3. Interests

Τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών μας είναι βασική τιμή για να δούμε αν έχουμε προσελκύσει τους κατάλληλους επισκέπτες της εφαρμογής μας στους οποίους έχουμε στοχεύσει να έχουμε ως κοινό για την εφαρμογή μας, βέβαια σίγουρα μπορούμε να δούμε και τους δυνητικούς επισκέπτες της εφαρμογής μας.

### 4. Geo

Ακόμη μια σημαντική πληροφορία που μπορούμε να αντλήσουμε από τις τιμές των Google Analytics είναι η γεωγραφική τους τοποθεσία και η γλώσσα τους. Έτσι μπορούμε να ελέγξουμε την απήχηση της εφαρμογής μας σε ποιες χώρες χρησιμοποιείται και μέχρι που μπορούμε να επεκτείνουμε την δραστηριοποίηση της.

Έτσι αν έχουμε επιλέξει δύο γλώσσες για την εφαρμογή μας, τα Αγγλικά και τα Ελληνικά, και παρατηρούμε ότι έχουμε επισκέψεις από χρήστες στην Ισπανία, τότε

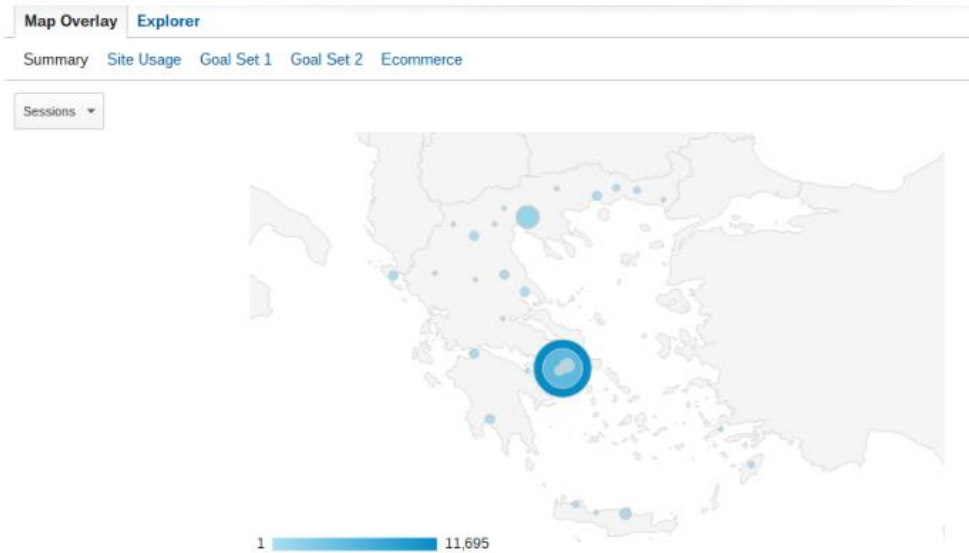


## Δημιουργία εφαρμογής για smartphones με λειτουργικό σύστημα android

μπορούμε να προσθέσουμε και την ισπανική γλώσσα στην εφαρμογή μας ώστε να εξυπηρετήσουμε εκείνους τους χρήστες και να εισαχθούμε στην δική τους αγορά. Ακόμη, μπορούμε να δούμε γενικά τα αποτελέσματα ανά χώρα αλλά και ανά περιοχή.

	Language ?	Acquisition			Behavior		
		Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?
		<b>27,943</b> % of Total: 100.00% (27,943)	<b>39.28%</b> Avg for View: 39.23% (0.12%)	<b>10,975</b> % of Total: 100.12% (10,962)	<b>28.35%</b> Avg for View: 28.35% (0.00%)	<b>2.87</b> Avg for View: 2.87 (0.00%)	<b>00:03:43</b> Avg for View: 00:03:43 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	1. en-us	<b>10,895</b> (38.99%)	<b>38.50%</b>	<b>4,195</b> (38.22%)	<b>31.17%</b>	<b>2.73</b>	<b>00:03:38</b>
<input type="checkbox"/>	2. el	<b>9,478</b> (33.92%)	<b>36.42%</b>	<b>3,452</b> (31.45%)	<b>23.52%</b>	<b>2.65</b>	<b>00:04:05</b>
<input type="checkbox"/>	3. el-gr	<b>6,435</b> (23.03%)	<b>41.45%</b>	<b>2,667</b> (24.30%)	<b>28.16%</b>	<b>2.57</b>	<b>00:03:26</b>
<input type="checkbox"/>	4. en-gb	<b>594</b> (2.13%)	<b>45.96%</b>	<b>273</b> (2.49%)	<b>32.66%</b>	<b>2.63</b>	<b>00:02:51</b>
<input type="checkbox"/>	5. en	<b>85</b> (0.30%)	<b>49.41%</b>	<b>42</b> (0.38%)	<b>48.24%</b>	<b>3.44</b>	<b>00:03:05</b>
<input type="checkbox"/>	6. ru	<b>77</b> (0.28%)	<b>33.77%</b>	<b>26</b> (0.24%)	<b>54.55%</b>	<b>2.27</b>	<b>00:06:16</b>
<input type="checkbox"/>	7. c	<b>68</b> (0.24%)	<b>100.00%</b>	<b>68</b> (0.62%)	<b>57.35%</b>	<b>90.00</b>	<b>00:04:21</b>
<input type="checkbox"/>	8. (not set)	<b>55</b> (0.20%)	<b>100.00%</b>	<b>55</b> (0.50%)	<b>27.27%</b>	<b>1.73</b>	<b>00:01:02</b>
<input type="checkbox"/>	9. de	<b>35</b> (0.13%)	<b>42.86%</b>	<b>15</b> (0.14%)	<b>54.29%</b>	<b>1.83</b>	<b>00:01:57</b>
<input type="checkbox"/>	10. fr-fr	<b>34</b> (0.12%)	<b>100.00%</b>	<b>34</b> (0.31%)	<b>100.00%</b>	<b>1.00</b>	<b>00:00:00</b>

Εικόνα 21



**Εικόνα 22**

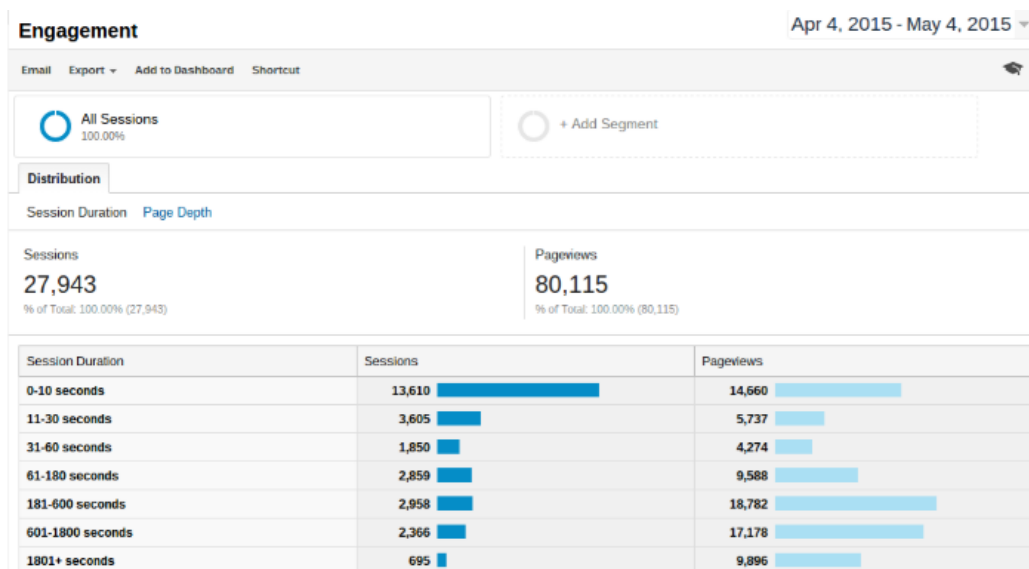
#### 5. Behavior

Με τις τιμές που μας δίνει το behavior μπορούμε να δούμε πώς συμπεριφέρονται οι επισκέπτες ότι μπαίνουν στην εφαρμογή μας, αν τελικά βρίσκουν τις πληροφορίες που αναζητούν και αν φεύγουν από την εφαρμογή χωρίς να κάνουν κάτι. Ακόμη, μπορείς να μάθεις πληροφορίες για τους νέους επισκέπτες, και το γενικότερο ποσοστό των επισκεπτών της εφαρμογής, που αν είναι υψηλό μπορούμε να πούμε με σιγουριά ότι οι χρήστες είναι ευχαριστημένοι από τις πληροφορίες που παρέχονται. Για να μπορέσουμε να διατηρήσουμε υψηλά επίπεδα επισκεπτών στην εφαρμογή μας, θα πρέπει να την έχουμε συνεχώς ενημερωμένη και με έγκυρες πληροφορίες. Επιπλέον μέσα από το engagement μπορούμε να δούμε την διάρκεια των επισκέψεων και πόσες σελίδες της εφαρμογής επισκέπτονται κάθε φορά οι χρήστες.

## Δημιουργία εφαρμογής για smartphones με λειτουργικό σύστημα android

User Type ?	Acquisition			Behavior		
	Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?
	27,943 % of Total: 100.00% (27,943)	39.28% Avg for View: 39.23% (0.12%)	10,975 % of Total: 100.12% (10,962)	28.35% Avg for View: 28.35% (0.00%)	2.87 Avg for View: 2.87 (0.00%)	00:03:43 Avg for View: 00:03:43 (0.00%)
<input type="checkbox"/> 1. Returning Visitor	16,968 (60.72%)	0.00%	0 (0.00%)	22.72%	2.74	00:04:19
<input type="checkbox"/> 2. New Visitor	10,975 (39.28%)	100.00%	10,975(100.00%)	37.06%	3.07	00:02:47

Εικόνα 23



Εικόνα 24

### 6. Mobile

Στις τιμές που μας δίνει το Mobile, μπορούμε να δούμε πόσοι χρήστες φτάνουν στην εφαρμογή μας από το κινητό τους ή το tablet τους. Μπορούμε να δούμε συγκεκριμένα από ποιες συσκευές μπαίνουν στην εφαρμογή μας.

Device Category ?	Acquisition			Behavior		
	Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?
	<b>27,943</b> <small>% of Total: 100.00% (27,943)</small>	<b>39.28%</b> <small>Avg for View: 39.23% (0.12%)</small>	<b>10,975</b> <small>% of Total: 100.12% (10,962)</small>	<b>28.35%</b> <small>Avg for View: 28.35% (0.00%)</small>	<b>2.87</b> <small>Avg for View: 2.87 (0.00%)</small>	<b>00:03:43</b> <small>Avg for View: 00:03:43 (0.00%)</small>
1. desktop	<b>25,931</b> (92.80%)	<b>38.13%</b>	<b>9,887</b> (90.09%)	<b>27.33%</b>	<b>2.92</b>	<b>00:03:50</b>
2. mobile	<b>1,359</b> (4.86%)	<b>56.59%</b>	<b>769</b> (7.01%)	<b>43.71%</b>	<b>2.29</b>	<b>00:02:18</b>
3. tablet	<b>653</b> (2.34%)	<b>48.85%</b>	<b>319</b> (2.91%)	<b>37.06%</b>	<b>1.88</b>	<b>00:02:01</b>

Εικόνα 25

#### 7. Users Flow

Τώρα ένα χρήσιμο εργαλείο, που βέβαια θα χρειαστεί χρόνο ενασχόλησης αλλά παρέχει μεγάλο αριθμό δεδομένων συγκεντρωτικά. Στις τιμές αυτές μπορούμε να δούμε όλη την πορεία των χρηστών από την στιγμή που μπήκαν στην εφαρμογή μας μέχρι και την τελευταία σελίδα που επισκέφθηκαν πριν αποχωρήσουν. Μπορούμε να δούμε πώς έρχονται οι επισκέπτες στην εφαρμογή μας, το σημείο που εντόπισαν την εφαρμογή αυτή ή ακόμη και ποια social networks οδήγησαν τους επισκέπτες στην εφαρμογή. Ακόμη, εδώ μπορούμε να δούμε τα σημεία της εφαρμογής που οι χρήστες την εγκαταλείπουν, τα drop-offs. Έτσι μπορούμε να αναλύσουμε γιατί οι χρήστες εγκαταλείπουν την εφαρμογή μας και να προχωρήσουμε σε διορθωτικές κινήσεις.

## Κεφάλαιο 5

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σε αυτό το κεφάλαιο αφού παρουσιάσαμε το επιχειρηματικό σχέδιο, θα επιχειρήσουμε να απαντήσουμε στις ερωτήσεις - στόχους που θέσαμε στην εισαγωγή.

- *Είναι τεχνολογικά εφικτή και επιτεύξιμη η εφαρμογή?*

Οι απαιτήσεις της εφαρμογής σε λογισμικό και σε υλιστικό είναι και σε που χρειάζονται είναι διαδεδομένες και δοκιμασμένες πλέον στην εποχή μας. Η ομάδα έχει μπει στην διαδικασία να ενσωματώσει και ένα προγραμματιστή που θα συνεργαστεί μαζί μας και θα αναπτύξουμε την εφαρμογή. Ήδη έχουμε προχωρήσει στην δημιουργία ενός demo από την εφαρμογή για να αστικοποιήσουμε πώς θα είναι η εφαρμογή και να έχουμε μια πρώτη εικόνα. Άρα η εφαρμογή είναι εφικτή από τεχνικής άποψης.

- *Είναι βιώσιμη οικονομικά η εφαρμογή?*

Το επίπεδο της αρχικής επένδυσης είναι σχετικά μικρό, κοντά στις 100.000€. Οι προβλέψεις είναι αρκετά μετριοπαθείς σε σχέση με τις δυνατότητες της αγοράς. Η αρχική επένδυση και τα κόστη μπορούν να συρρικνωθούν αρκετά σε αρχικό στάδιο για την εκκίνηση της επιχείρησης. Αναζητούμε εναλλακτικούς και οικονομικότερους τρόπους εκκίνησης της επιχείρησης διαρκώς και ίσως μπορέσουμε αρχικά να μας παραχωρηθεί κάποιος server. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε πως η επιχείρηση δείχνει να παραμένει κερδοφόρα πληρώνοντας τέσσερις επιχειρηματικές αμοιβές, δυο προγραμματιστές και δυο υπαλλήλους. Με τέτοια δομή η επιχείρηση θα

μπορούσε να εξυπηρετήσει πολύ περισσότερους από 1000 πελάτες που έχουμε στα σενάρια μας. Άρα η επένδυση είναι οικονομικά βιώσιμη.

- *Είναι ανταγωνιστική η εφαρμογή?*

Πέρα από τα ανταγωνιστικά στοιχεία που αναφέραμε η ομάδα θα προσπαθήσει μέσα από συνεχείς βελτιώσεις και προσαρμογές να διατηρήσει όσο πιο ανταγωνιστική γίνετε σε κάθε τομέα. Θα προσπαθήσουμε να εξελίσσουμε διαρκώς σε επίπεδο πληροφόρησης, εξυπηρέτησης, προσφορών, διαδραστικότητας και σε κάθε άλλο ανταγωνιστικό κομμάτι την εφαρμογή. Άρα η εφαρμογή είναι και θα παραμείνει ανταγωνιστική.

- *Θα αντέξει στην αγορά?*

Η άποψη του κοινού κατά την παρουσίαση για την εφαρμογή σε εκδήλωση του ΤΕΙ, από έρευνα με ένα πρώτο μικρό δείγμα, φαίνεται να είναι εξαιρετικά θετική. Πέρα από την έρευνα αυτή, σε συζητήσεις με καθηγητές της σχολής και με φοιτητές ή ακόμη και το ευρύτερο κοινό που ρωτήσαμε είναι επίσης θετική. Δεν υπάρχει ασφαλής τρόπος να προβλεφθεί η επιτυχία μιας επένδυσης, παρότι αναφέραμε πως έχουμε θετικά μηνύματα από το περιβάλλον μας. Έχουμε όμως την κατάρτιση, την υποστήριξη και κυρίως την διάθεση να προσπαθήσουμε ώστε να σταθεί αυτή η εφαρμογή στην ελληνική αλλά ακόμη και στη παγκόσμια αγορά.

## **Βιβλιογραφία – Πηγες Internet**

### **1. Βιβλιογραφία**

Κέφης, Ν.Β. και Παπαζαχαρίου Π. (2009) – Το επιχειρηματικό όραμα σε business plan. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Μάρκελλος Κ. και Μάρκελλου Π. και Ρήγγου Μ. και Συρμακέσης Σ. και Τσακαλίδης Α. (2006) – e-επιχειρηματικότητα. Από Την ιδέα στην υλοποίηση. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά γράμματα

Stutely R. – Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου

Stephen Spinelli, Robert Adams, Παπαδάκης Βασίλης – Δημιουργία Νεοφυών επιχειρήσεων-επιχειρηματικότητα τον 21<sup>ο</sup> αιώνα

Peterson Steven, Tiffany Paul – Επιχειρηματικός σχεδιασμός για Πρωτάρηδες

### **2. Ξενόγλωσσα βιβλία από το διαδίκτυο**

Peter Thiel & Blake Masters - Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future

Ryan Holiday - Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising

Jeff Walker - Launch: An Internet Millionaire's Secret Formula to Sell Almost Anything Online, Build a Business you love and live the Life of your Dreams

Simon Sinek - Start with Why

Paul Downs - Boss Life: Surviving my Own Small Business

### 3. Πηγές Internet

Balsamiq. Rapid, effective and fun wireframing software. | Balsamiq

<https://balsamiq.com/>

<https://epixeirein.gr/2008/06/24/business-plan/>

<http://www.excelixi.org/knowledge->

[base/entrepreneurship/ta vasika simeia pou prepei na periexei ena business plan](http://www.excelixi.org/knowledge-base/entrepreneurship/ta-vasika-simeia-pou-prepei-na-periexei-ena-business-plan)

<https://www.supportbusiness.gr/financial/companies-legalforms/118-ksekinwntas-th-dikh-sou-epixeirhsh-oles-oi-nomikes-morfes-epixeirhsewn>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Mockup>

<http://www.filozoiki.gr/drasthriothtes/tropoi-bohtheias-pros-adespota-zwa>

<https://www.lifo.gr/print/urban-life/162705>

<https://www.zoosos.gr/protaseis-gia-tin-antimetopisi-tou-zitimatos-ton-adespoton-zoon-apo-ton-voulefti-ioanninon-tou-sy-riz-g-karagianni/>

<http://www.kathimerini.gr/955885/article/epikairothta/ellada/oi-mayres-selides-toy-nomosxedioy-gia-ta-zwa-syntrofias>

<https://polis2020.wordpress.com/2018/01/08/y-poxrewseis-dhmwn-gia-adespota/>