

Çoklu Ortam Geliştirme Aşamaları

Çoklu ortam geliştirme aşamaları şunlardır:

1. Keşif Aşaması
2. Tasarım Aşaması
3. Üretim Aşaması

Bu aşamalar düzgün bir sıra ile işleme tabi tutulmalı. Bir aşama biterken sonraki aşama başlamalı. Her bir aşamanın kendisine özgü amaç ve sonuçları vardır. Bunlar o aşamada ne yapıldığının belirleyicisidir.

Alıcı kimdir?

Çoklu ortam ürününde 2 önemli taraf vardır. Birincisi üretici, ikincisi alıcıdır. Çoklu ortam üretiminde ana referans noktası alıcıdır. İşte bu nedenle Üretici ve alıcı arasındaki ilişki çok önemlidir. Üreticiler dev çoklu ortam stüdyolarından tek bir bireye kadar geniş bir yelpazede dağılım gösterir. Fakat yapılacak işin kalitesi ve miktarı üreticinin özelliklerine göre mutlak olarak değişir.

Tüm çoklu ortam geliştirme işlemlerinde, alıcı ürünün potansiyel kullanıcısı konumundadır. Ortaya çıkan ürünü onlar kullanacaktır. Alıcı olarak tabir ettiğimiz bu kişiler, kendi ihtiyaçlarına özel uygulamalar sipariş edebilir. Bu durumda alıcı, dâhili alıcıdır. Öte yandan, oyun şirketleri gibi bazı firmalar ürünü hiçbir ön sipariş olmasızın mümkün olduğu kadar çok alıcıya satmak üzere üretirler. Bu durumda ise alıcı harici alıcı olarak adlandırılır.



Birçok durumda çoklu ortam ürünlerinin kullanıcıları bu alanda deneyimsiz şahıslardan oluşur. Bu nedenle onları geliştirme süreç içersinde yetiştirme durumunda kalırsınız. Alıcı ihtiyaçlarını karşılamamanın en ucuz yolunu arar. Bu çoklu ortam ürününün ana ikilemidir. Bazı özel gerekler

yüzünden ürün karmaşık olmamasına rağmen pahalı olur. Bazı üretim aşamaları ihmal edilmiş dahi olabilir. Bu nedenle üretici alıcıyı şu ana noktalarda dayalı olarak bilgilendirmeli:

- Alıcı beklediği ürüne ayıracağı bütçeyi belirlemeli bu sayede üretici bunun mümkün olup olamayacağına karar verebilir.
- Alıcı bir dağıtım planı yapmış olmalı. Onlara bu tür bir planları olup olmadığını sorulmalı. Örneğin, uluslar arası şirketler için eğitim parçası önemlidir çünkü bu şirketler geniş bir coğrafi alana yayılmışlardır.
- Alıcı bunun bir alışveriş olduğunu unutmayıp başka üreticilerin de tekliflerini almalıdır. Ürünü geliştirme konusundaki kapasitenizi ortaya koymalısınız.
- Alıcı ürünle ilgili geçerli bir fikirleri olmalı. Alıcıya bu fikirlerin oluşumu için yardımcı olabilirsiniz.