

Веб продавница за книги

Цели:

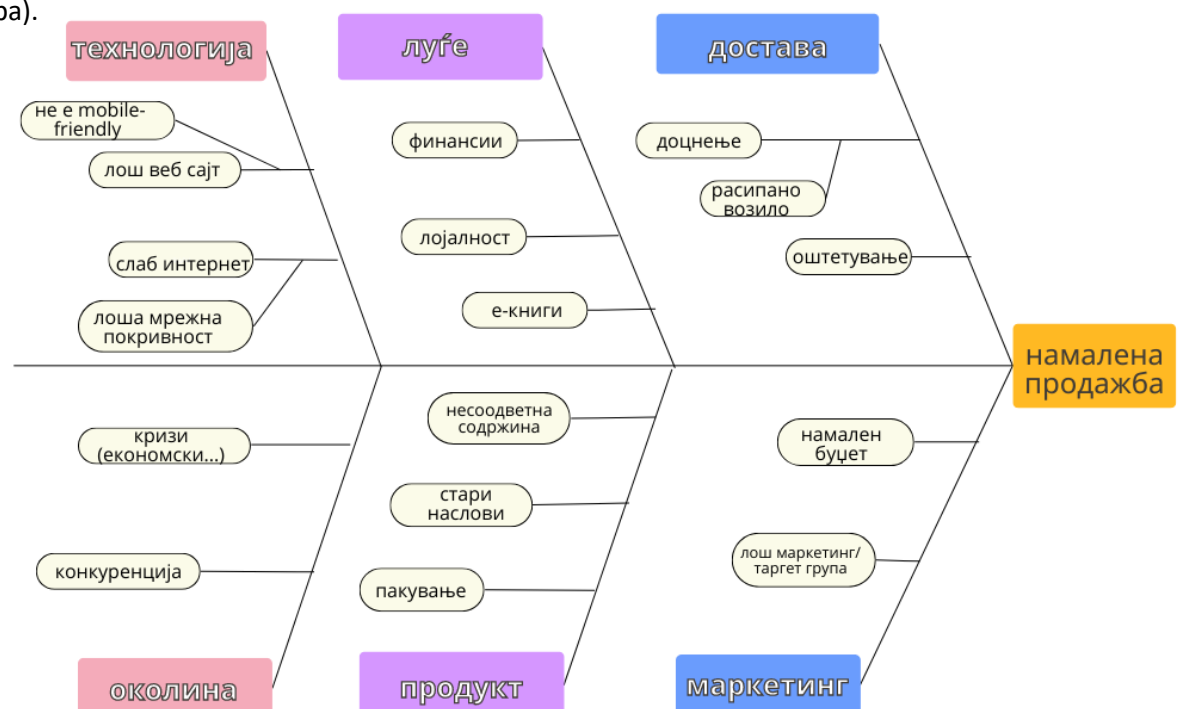
1. Задржување на веќе постоечките и придобивање на нови корисници
2. Целосно пренасочена продажба од социјалните мрежи кон веб продавницата
3. Да се зголеми продажбата т.е трендот на читање книги

Стратешко планирање (SWOT):

Јаки страни: <ul style="list-style-type: none">- Лесна достапност(нема физичка локација и 24/7 работи)- Таргетиран маркетинг- Онлајн излог- Намалена работна сила, физички средства и трошоци- Избор на начин на плаќање и достава	Можности: <ul style="list-style-type: none">- Категоризација на книгите според жанр- Можност за пребарување со клучен збор(дел од содржина, автор)- Препорачани книги според пребарувањата- Програми за редовни купувачи- Можност за регионално проширување
Слаби страни: <ul style="list-style-type: none">- Ограничена достапност на книги (трошење на залиха/набавување)- Зависност од надворешни соработници- Постојано одржување на веб сајтот- Голема инвестиција за изработка на ИС- Конкуренција (издавачки куќи, физички книжарници, продавници за книги по социјалните мрежи)	Опасности: <ul style="list-style-type: none">- Недоверба во онлајн купување и плаќање- Намалена продажба- Конкуренција (издавачки куќи, физички книжарници, продавници за книги по социјалните мрежи)- Одбрана опција за плаќање при прием, но неподигање на книгата- Хакнување на страната/паѓање при зголемена посетеност

Вип програма за купувачи каде што секој член ќе добие сопствен код преку кој може некој друг/нов корисник да нарача, а со секоја таква продажба VIP членот добива купон со 30% попуст на неговата наредна купена книга(трговија со добра).

Ishikawa дијаграм:



Обем и ограничување:

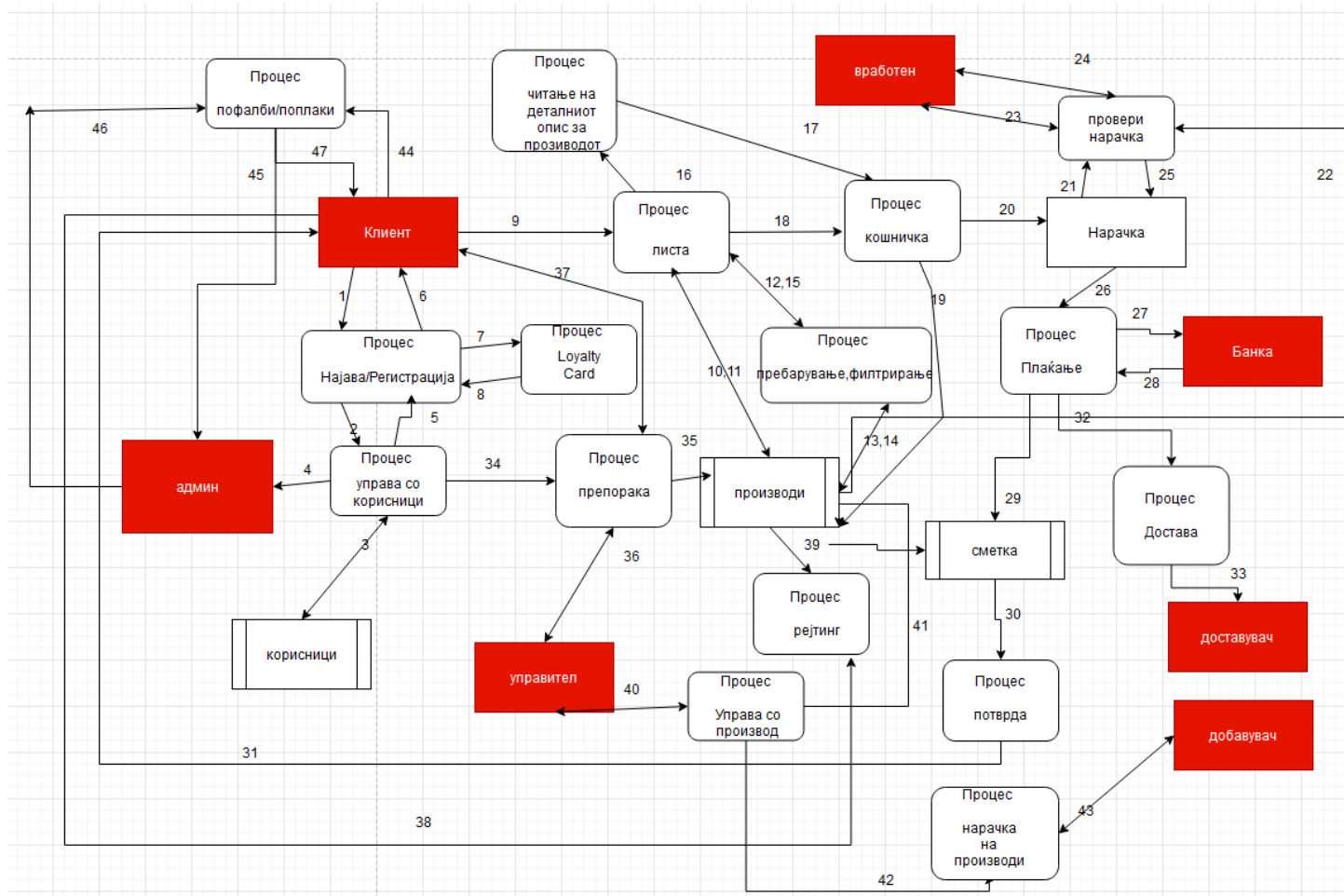
kurikniga.mk е веб продавница за книги. Во денешно време каде што имаме постојана употреба на Интернетот потребно е секој бизнис да се прошири и појави во сите можни делови. Па така ќе направиме и веб продавница за книги. Најпрво треба корисникот да направи свој профил(**регистрација**), а потоа да се **најави**. Се појавува листа со најнови книги кои ги поседува веб продавницата. Исто така постои и **поле за пребарување** каде што корисникот може да пребарува по некој клучен збор(име на книга, име/презиме на автор) и ќе биде овозможено **подредување** според цената, година на издавање, азбучен ред. И секако има категоризација на книгите според нивниот жанр. За секоја книга ќе биде прикажана нејзината корица и кратка содржина. Под секоја книга ќе постои копче **додади во кошничката** и по неговото кликување корисникот може непречено да продолжи со пребарување на книгите. За да продолжи со продажбата корисникот треба да ја отвори својата кошничка и да ги селектира книгите кои моментално сака да ги купи. По изборот на книгите продолжува со избирање на **начинот на достава**(бесплатно 7-14 дена или 200 денари за 1-3 дена) и **начин на плаќање**(на рака при прием на пратката или онлајн). Ќе има повеќе **програми за лојалност**(со различен тип на попуст), а една од најважните ќе биде VIP програмата каде што секој член ќе добие сопствен код преку кој може некој друг/нов корисник да нарача, а со секоја таква продажба VIP членот добива купон со 30% попуст на неговата наредна купена книга(трговија со добра). Еднаш неделно претплатените членови ќе добиваат **емаил** со неделни понуди на книги. Доставата ќе се врши секој работен ден од 12:00-20:00 со **електричен автомобил** од нашата компанија. Пред секоја достава корисниците ќе бидат контактирани преку телефон од страна на нашите доставувачи.

под-системи на веб продавница: Најава, Достава, Е-плаќање, Лојалност (пониски цени), Кошничка, Препораки, Филтрирање на производи, Контакт

Техничка физибилност на системот:

Група на функционалности	технологија	Предности на технологијата	Слабости на технологијата
Регистрација/Најава	ASP .net security	Добра заштита на личните податоци, можност за чување дополнителни информации за клиентите	Не сите корисници сакаат да се најават, ограничена количина на податоци
Препораки	.net серверска функционалност	Потенцијално зголемување на продажба, понијансирана архитектура со попрецизни и подоври резултати	Покомплексно одржување
Програми за лојалност	Virtual Loyalty card	Добивање на попусти и промоции	/
Филтрирање	MySQL	Лесно за имплементација	Потребно е добро познавање од бази на податоци.
Кошничка	.net серверска функционалност	Добар приказ, лесно пребарување, лесно бришење на непосакувани производи	Поголема комплексност при генерирање
Контакт(e-mail)	Spring Mail	Лесно за имплементација	Потребно е добро познавање на технологијата.
Е-плаќање	Stripe API	Безбедно е-плаќање, можност за плаќање на рати, едноставно за корисниците, дополнителни попусти и купонски кодови за корисниците	Лошо управување со претплата и зголемување на конверзии, нема никакви придобивки од аспект на зголемување на продажбата
Достава	Електричен автомобил	Не ја загадува околината	Мал број на места за полнење на автомобилот, сервис итн.

ДФД дијаграм



1.Најава/регистрација на клиент, 2. Проверка на податоци, 3. Зачувување на корисник во база, 4.одобрување или одбивање, 5. Повратна информација за најавата, 6.статус на одговор, 7.проверка за лојална картичка, 8. Одговорза лојална картичка, 9. Прикажи листа на производи, 10.информации за производ, 11.врати ги потребните производи, 12.пребарај или филтрирај производ, 13.филтрирај производи, 14.пребарај производи, 15.прикажи соодветни резултатит, 16. Прочитај коментари за производот, 17. Врати се на листата со производи, 18.производидодадени во кошничка, 19.додади го производот во кошничка, 20. Нарачај производи, 21.провери ја наратката, 22.види дали има на лагер, 23.извести вработен за лагерот, 24.врати одговор, 25.направи наратка, 26.продолжикон плаќање, 27.контактирај банка, 28. Врати одговор од банка, 29.пристап до сметка, 30.потврди плаќањето, 31.извести клиент за успешно плаќање, 32.достави платен продукт, 33.најди доставувач, 34.историја на продукти,35.компатибилни производи, 36.податоци од препораки, 37.препорачани производи, 38.рејтинг од корисник, 39.рејтинг на производ, 40.одреди цена, 41.податоци за производи, 42.податоци за набавка на роба, 43.податоциод форма за набавка на роба,44.Оставање на коментар(пофалба/поплака) за производот,45.Преглед на пофалбите и поплаките.46.Повратен одговор за некои од поплаките.47.Преглед на повратниот одговор.

Податочен модел

Клиент (ID, Име, Презиме, ТелефонскиБрој, Адреса, e-mail, username, пол, Loyalty_card)

Вработен (ID_Вработен, Име, Презиме, стаж, ТелефонскиБрој)

Управител (код_Вработен, IDВработен*)

Админ (КодАдмин, IDВработен*, username, лозинка)

Добавувач (ШифраДобавувач, ИмеФирма, телброј, адреса, e-mail)

Доставувач (шифраДоставувач, ШифраКомпанија, ИмеКомпанија, телБрој, адреса, e-mail)

Регистрација (ID, ИмеКлиент, ПрезимеКлиент, ТелефонскиБрој, Адреса, e-mail, username, пол,лозинка)

Најава(username,лозина)

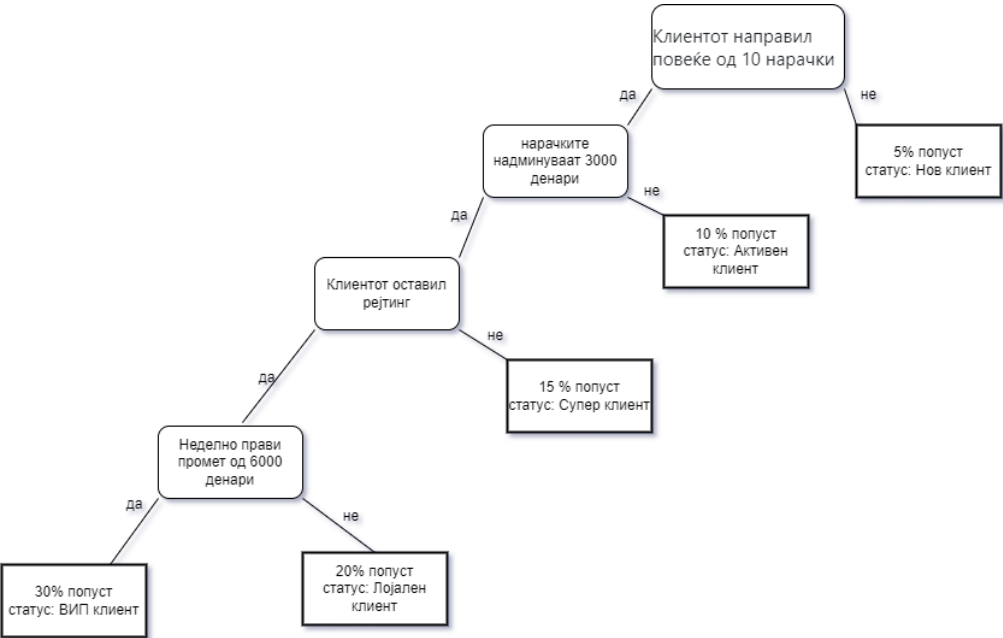
Производ (ШифраПроизвод, *, имеПроизвод, ДобавувачШифра, тип,бренд, цена, опис)

Кошничка (Шифра_производ*, IDклиент*)

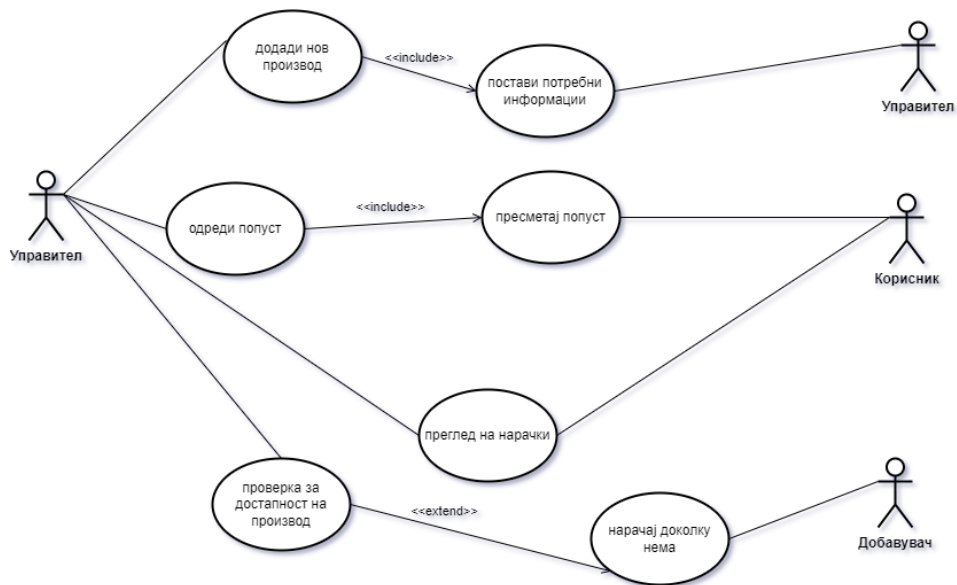
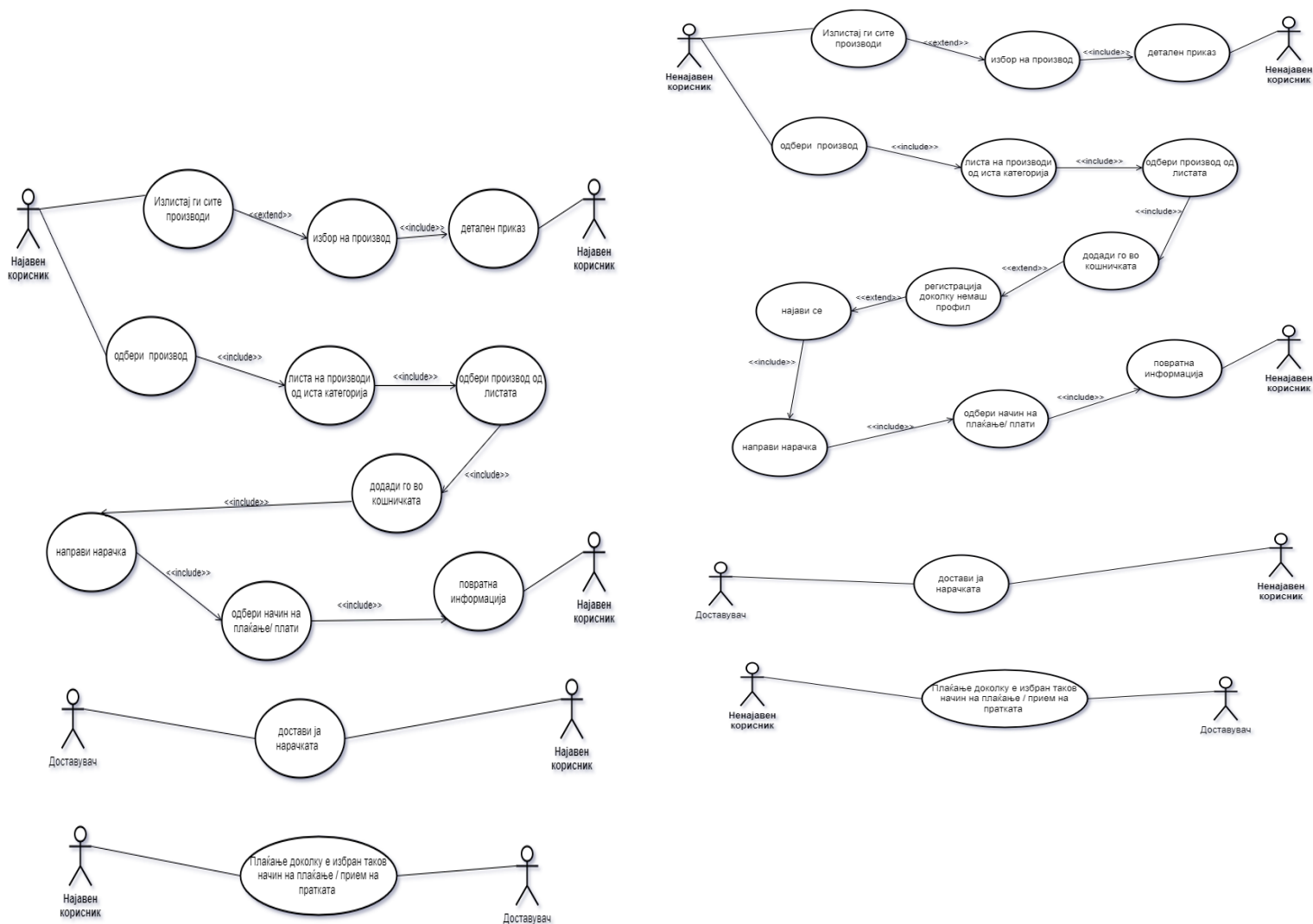
Нарачка (Код_нарачка, IDКлиент*, usernameКлиент*, ШифраПроизвод *, датум, сума ,град ,држава,забелешка,начинПл, адреса, емаил, телефон)
 Плаќање (кодНарачка*, IDКлиент*, usernameКлиент*, датум, сума)Банка (Код_Банка, ИмеБанка, инфоПлаќање)
 БанкаКлиент (ЕМБГ_клиент, КодБанка*, БројСметка, usernameКлиент)
 НабавкаНаРоба (КодНарачка, ШифраДобавувач*, IDВработен*, ШифраПроизвод *, сума, датум)Достава (шифра, КодНарачка*, шифраДоставувач*, датум, адреса)
 ПофалбаПоплака(ID,IDКорисник, КодАдмин,IDВработен,коментар,одговор)

Примарната придобивка од релациониот модел е способноста да се создадат значајни информации со спојување на табелите. Соединувањето на табелите овозможува да ги разбереме односите помеѓу податоците и сето тоа е претставено на многу прегледен начин и затоа го имам одбрано релациониот модел.

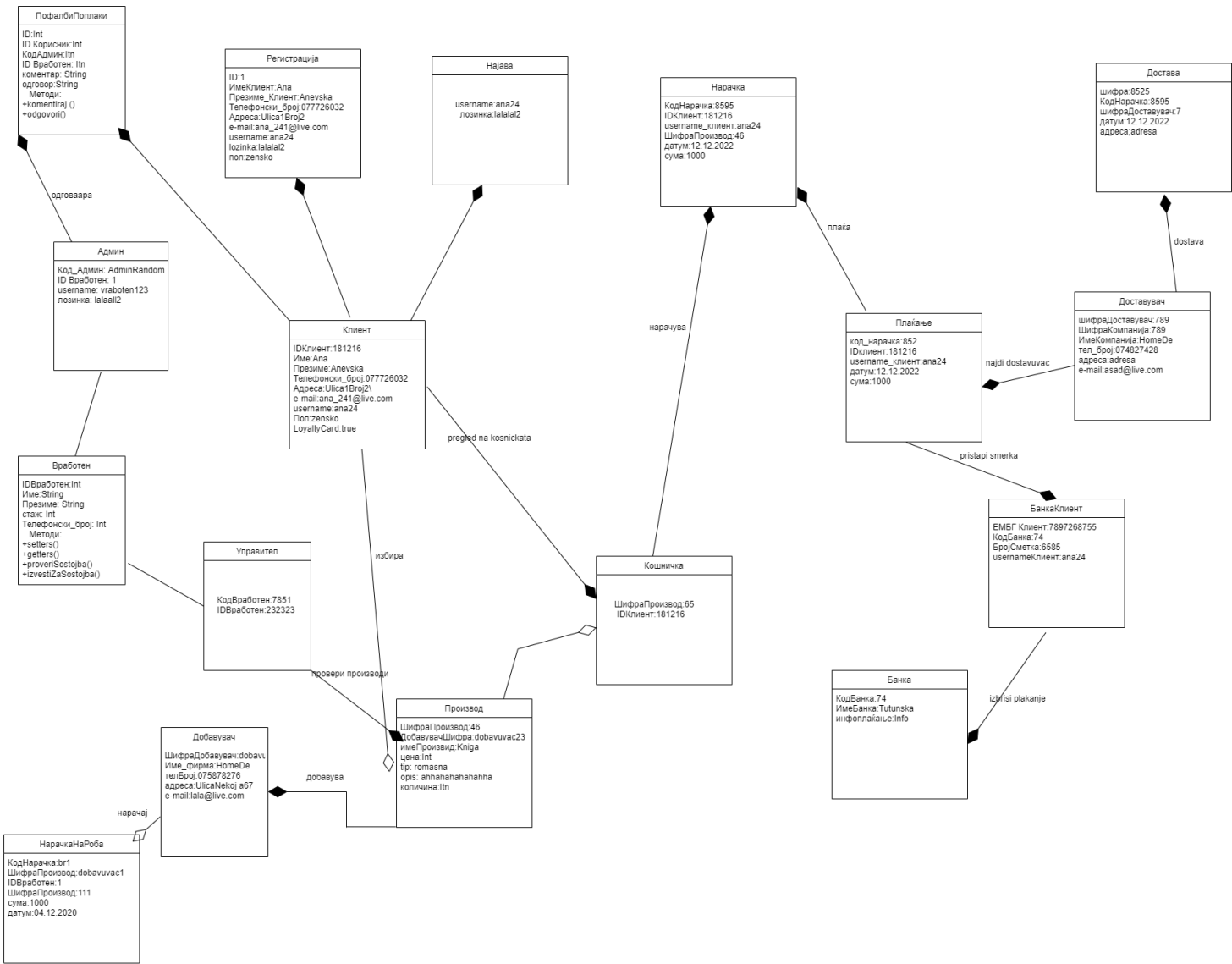
Модел на процеси



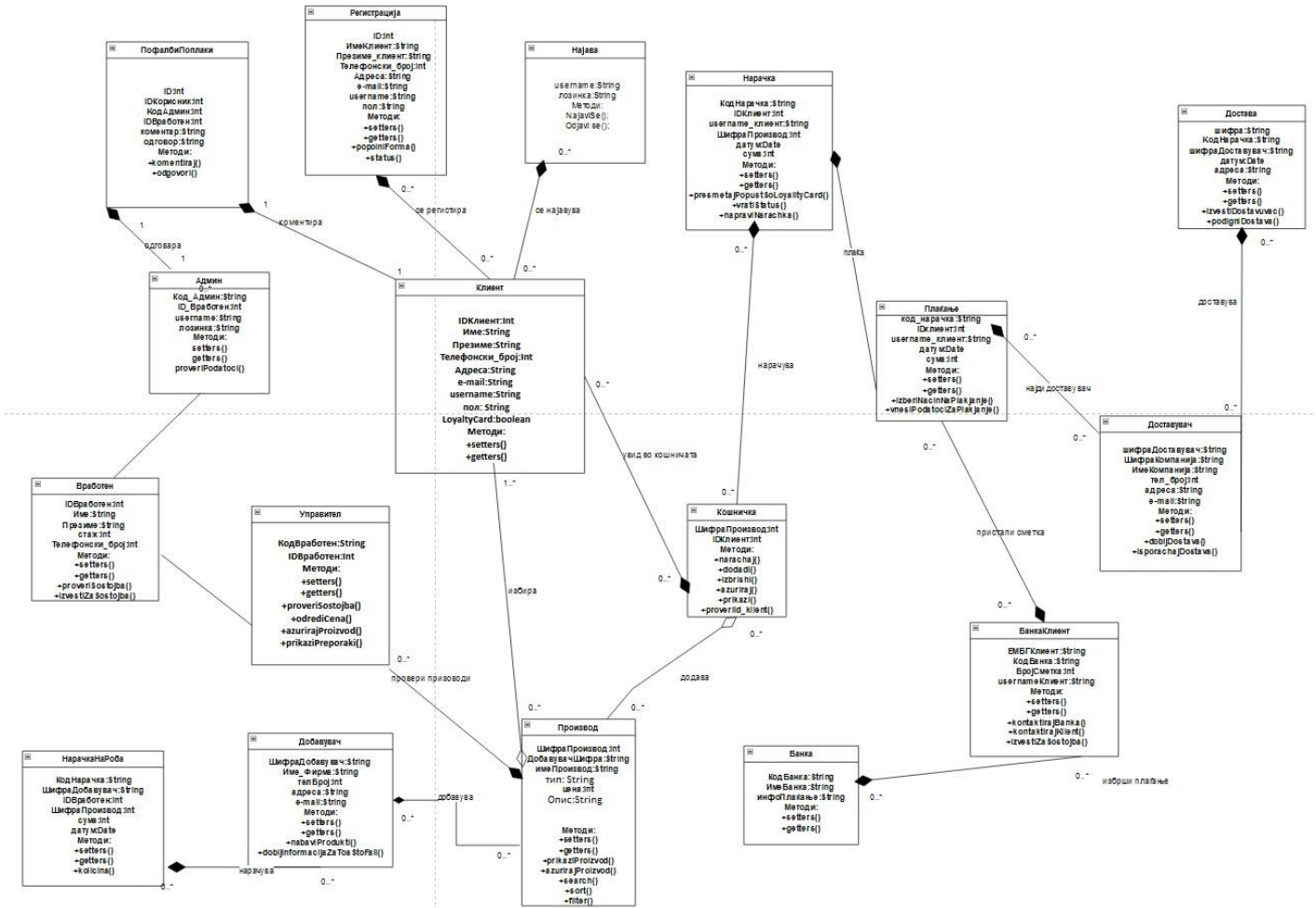
кориснички сценарија



дијаграм на објекти

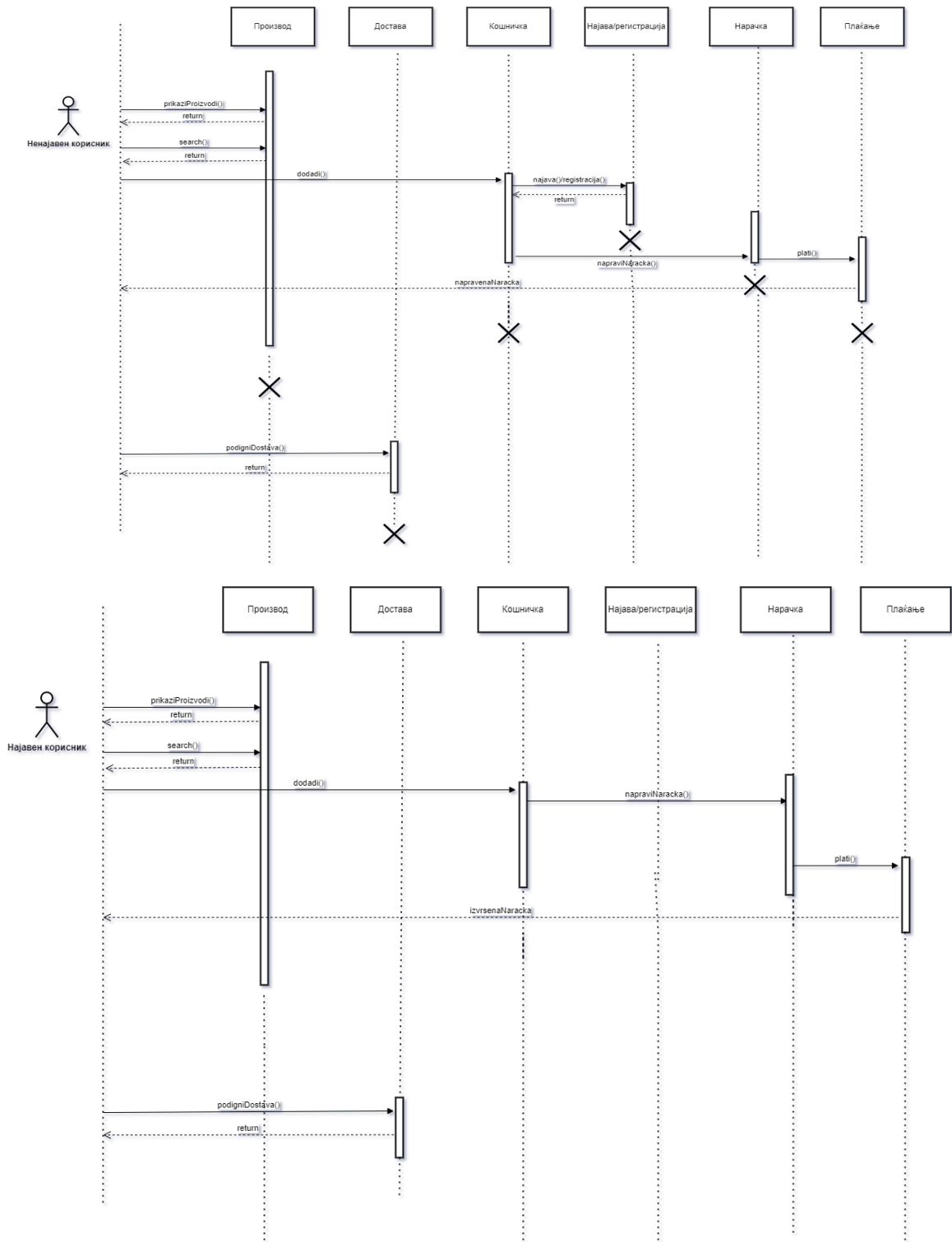


класен дијаграм

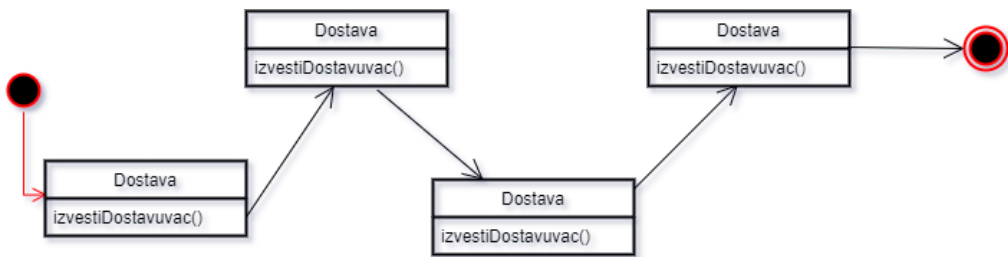


Секој корсник ќе може да пристапи до производите и да ги види истите со избор на prikaziProzivod(). Корисникот ќе може да додава, да брише во неговата кошничка(prikazi(),dodadi(),izbirshi()). Корисникот ќе може да ги филтира, сортира и пребарува производите.(sort(),filter(),search()). За да направи нарачка тој ќе мора да се најави или регистрира.(najavise()/registirajse()) Narackata se pravi so napraviNaracka(). Се пресметува попуст со методот PresmetajPopustSoLoyaltyCard() и потоа се плаќа. Се избира начинот на плаќање (izborNaNacinotNaPlakjanje()) и се внесуваат податоците за плаќање (vnesPodatociZaPlakjanje()). Клиентот контактира со банката. Доставувачот добива известување дека е потребна достава (izvestiDostavuvac()) и потоа ја подигнува доставата (dobijDostava()). Ја добива со методот dobijDostava() и ја доставува (isporachajDostava()). Управителот ги ажурира податоците за цена на даден производ (azurirajCena()) како и подготвува дадени препораки (prikaziPreporaki()). Добавувачот ги набавува продуктите (NabaviProdukti()) и ги добива потребните информации за тоа што фали (dobijInformacijaZaToaStoFali()). Вработениот проверува за дадена состојба (proveriSostojba()) и известува при примена на состојбата izvestiZaSostojba()

секвентен дијаграм



промена на состојби



мокап на корисничкиот интерфејс

Романса

Трилер

Драма

Психолошки

Историски

За млади

На попуст %

Романса/Предоцна

ЊУЈОРК ТАЈМС БЕСТСЕЛЕР

ПРЕДОЦНА

Ов авторката на „Џаа завршува со нас“ и „Споменот на мајка“

КОЛИН ХУВЕР

Предоцна

од: Колин Хувер

Слоун би отишла до пеколот и назад за оние коишто ги сака. И го прави тоа, секој Божји ден. Заглавена во врска со опасниот и морално корумпиран Ејса, таа е подготвена на сè, само за да преживее додека не најде излез. И нема намера да дозволи ништо да ѝ застане на патот.

Ништо, освен Картер.

Слоун е најдоброто нешто што некогаш му се случило на Ејса. И ако се прашува тој, тој е најдоброто нешто што некогаш ѝ се случило нејзе. И покрај тоа што таа не го одобрува неговиот криминален животен стил, тој го прави она што е неопходно за да биде чекор пред сите во бизнисот. И чекор пред Слоун. И нема намера да дозволи ништо да му застане на патот.

Ништо, освен Картер

Количина: 1

купи

Прочитај ги и:

ПАМЕЛА КУЕР

ЗАБРАНЕТ ДОЛПР

од: Тимоти Фолтер

490 ден

315 ден

ПАМЕЛА КУЕР

СОВЕРШЕНСТВО

од: Р.Л. МЕТУСОН

490 ден

308 ден

ТАТЈАНА АЛЕКСАНДАР

ТАТЈАНА И АЛЕКСАНДАР II: ПОСТОЯТ КОН СВЕТОТ КРЕСТ

од: Татјана Савинова

490 ден

350 ден

САРА МОРГАН

СО ЛУБОВ ОД ЛОНДОН

од: Сара Морган

490 ден

343 ден

ПАМЕЛА КУЕР

ЗАБРАНЕТ ДОЛПР

од: Тимоти Фолтер

490 ден

315 ден

ПАМЕЛА КУЕР

СОВЕРШЕНСТВО

од: Р.Л. МЕТУСОН

490 ден

308 ден

ТАТЈАНА АЛЕКСАНДАР

ТАТЈАНА И АЛЕКСАНДАР II: ПОСТОЯТ КОН СВЕТОТ КРЕСТ

од: Татјана Савинова

490 ден

350 ден

САРА МОРГАН

СО ЛУБОВ ОД ЛОНДОН

од: Сара Морган

490 ден

343 ден

Романса

Трилер

Драма

Психолошки

Историски

За млади

На попуст %

Кошничка

Производ	Цена	Количина	Вкупно	
<div><div>ЊУЈОРК ТАЈМС БЕСТСЕЛЕР</div><div><div>ПРЕДОЦНА</div><div>КОЛИН ХУВЕР</div></div></div>	350	2	700	✗
<div><div>САРА МОРГАН</div><div>БЕЖИК ШКОТСКА</div><div>USA TODAY BESTSELLER</div></div>	350	2	700	✗
<div><div>ПРЕШКАТА</div></div>	350	2	700	✗

Вкупно: 2100

Нарачај

Романса

Трилер

Драма

Психолошки

Историски

За млади

На попуст %

Детали за нарачка

Е-маил адреса

Телефонски број

Адреса, град

Начин на испорака



Забелешки:

Код за попуст

Нарачај



Романса

Трилер

Драма

Психолошки

Историски

За млади

На попуст %

Податоци за платежната картичка

Име и презиме

Број на картичка

CVV2/CVC2

Рок на важност:

месец



година

Износ:

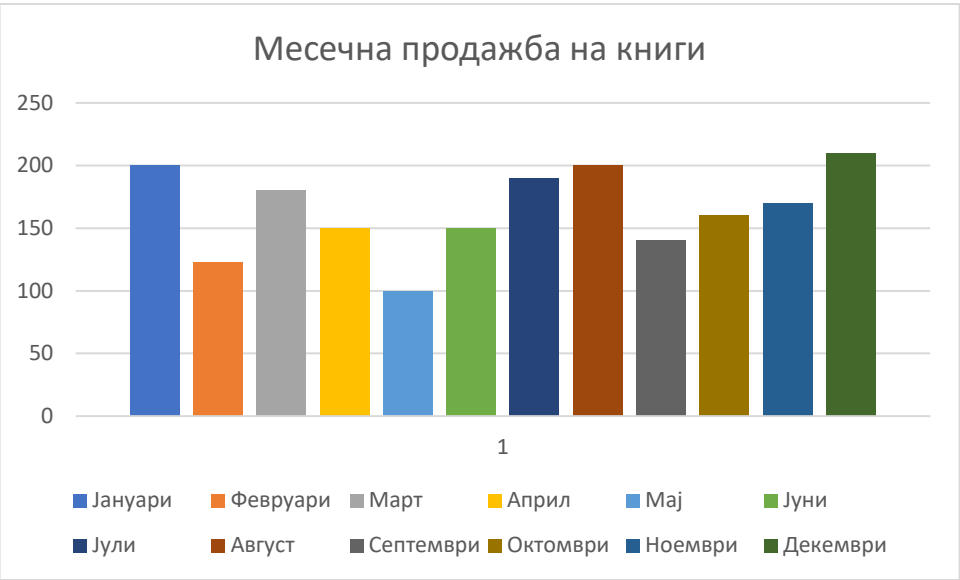
2100

Откажи

Потврди

редовен и ад-хок извештај

тип	Редовен извештај за проверка на кои корисници (нови/ постоечки) и колку нарачки се прават
содржина и обем	Овој извештај ги содржи корисниците поделени во две групи (нови/постоечки) и споредба на бројот на нарачки со претходни месеци
вид	Тип на корисник
временски интервал	Месечен извештај
цел	Задржување на веќе постоечките и придобивање на нови корисници
податочни полиња	Тип на корисник
задолжен вработен	управител
потреба	Со овој извештај ќе помогне да се увиди кој тип на корисници прават повеќе нарачки и ќе помогне да се превземат нови чекори за да се зголеми бројот на нарачки во таа група што е потребно.



Ад-хок извештај за зголемена продажба на книги на месечно ниво ќе ни покаже дали е остварена една од главните цели на бизнисот: Да се зголеми продажбата т.е трендот на читање книги

Кориснички стории

Дополнителна продажба може да се оствари во случај кога корисникот ја гледа листата Прочитај ги и.

СЦЕНАРИО:

Корисникот е веќе најавен, избрал конкретна книга според неговиот вкус/потреби, ја прочитал содржината, и сака да ја купи, клика на копчето **Купи** со што избраната книга се додава во кошничката. Доколку корисникот сака да одбере некоја слична книги, клика на некоја од понудените книги од листата **Прочитај ги и**, ја чита содржината, и повторно клика на копчето **Купи**. Сите книги кои ги избрал корисникот се наоѓаат во кошничката. Потоа корисникот се пренасочува кон **кошничката** го кликува копчето **Нарачај** и ги внесува потребните **Детали за нарачката** како и **Податоците за платежната картичка**. Нарачката се комплетира со клик на копчето **Потврди** како и известување за успешна нарачка со ID број.