|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| מס' קבוצה | אתר | | | תאריך הגשה |
| 17 | <https://rustysurfboards.com/> | | | 14/11/2021 |
| חברי הצוות - מספרי ת.ז | | | | |
|  | |  |  | |

## פרויקט בסיסי נתונים

## מטלה 1 – רקע כללי על הארגון והאתר

**תיאור החברה :**

החברה - Rusty surfboards הוקמה בשנת 1985 על ידי ראסטי פריזנדורפר. החברה מתמחה בבניית גלשנים בעיצוב אישי מדוקדק ומציעה מבחר ענק של סגנונות ועיצובים. זו אחת מהחברות המצליחות בתחום ייצור הגלשנים והיא משרתת מספר גולשים מקצועיים מפורסמים.

החברה מאפשרת עיצוב אישי מוקפד של גלשנים הכולל -

* התאמה של עובי ונפח הגלשן למבנה הגוף של הגולש, לרמת הכושר הגופני שלו ולסגנון הגלישה.
* בחירת החומר ממנו מיוצר הגלשן מתוך מבחר חומרים בעלי תכונות ויתרונות שונים.
* עיצוב חיצוני אומנותי מוקפד לטעמו של הלקוח.

**מטרות עסקיות :**

החברה היא חברה יצרנית שמטרתה העיקרית היא לייצר רווח כלכלי. מטרות החברה הן לבצע כמה שיותר מכירות, לגייס כמה שיותר לקוחות ולשמר אותם לרכישות עתידיות. החברה תשאף ליצור לעצמה מוניטין בקרב אוכלוסיית הגולשים בתור חברה שבונה גלשנים איכותיים ומשפרי ביצועים.

**אתגרים :**

* מתן מענה לציפיות של הלקוחות – על החברה להקפיד על תצוגה כמה שיותר קרובה למציאות כזו שתאפשר ללקוחות לבחור כראות עיניהם ולא להתאכזב בסוף התהליך.
* יצירת אמינות וייחודיות אל מול המתחרים - ישנן חברות רבות המציעות שירותים דומים ועל החברה לבלוט מבחינת המוצר והשירות שהיא נותנת.
* עמידה בלוחות הזמנים היצרניים אליהם היא מתחייבת בפני הלקוחות.
* ניהול המידע באופן מאורגן ומאובטח כך שפרטי ההזמנות יישמרו באופן מסודר, פרטי המזמינים יישמרו באופן מאובטח, המלאי תמיד יישאר מעודכן וסדר ההזמנות יבוצע כראוי.

**האתר :**

מטרת האתר של החברה היא ריכוז שלל המוצרים והאפשרויות שהחברה מציעה תוך הנגשתם לקהל הרחב. האתר שואף ליצור ממשק אופטימלי עבור הלקוחות לרכישת גלשן בין אם הרכישה מתבצעת כבחירה מקטלוג ובין אם מדובר בעיצוב אישי של הגלשן. האתר מאפשר ללקוחות לעיין בפריטים, לקבל מידע אודות החברה, לבצע תשלומים, לעקוב אחר משלוחים ולנהל פרטי חשבון מבלי לתקשר ישירות עם נציג אנושי. האתר הוא החנות המקוונת של החברה – הוא משמש ככלי בידי החברה לקידום מטרות העל שלה – יצירת רווח , העלאת מספר המכירות ויצירת נגישות רכישה.

**מתחרים :**

**אתר עולמי - ג'י-פורס** - מותג גלשנים מפורסם בבעלותו של גראהם סמית'. בדומה לאתר שלנו האתר מציע מבחר גלשנים ענק המסווג לפי התאמה לביצועים /עיצוב וצורה / מימדי גוף הגולש וכ"ו בשונה מהאתר שלנו הבחירה באתר זה היא מתוך קטלוג דגמים מוכנים, אין אפשרות לעיצוב אישי.

**אתר ישראלי - אולטרא וויב** - חנות המפעל הראשונה בישראל לייצור גלשנים וציוד גלישה. בשונה מהאתר שלנו המתמקד רק בייצור ועיצוב גלשנים , האתר הנ"ל חולש על נושאים רבים – הוא מציע קטלוג גלשנים לצד מבחר רחב של ציוד גלישה , חליפות גלישה, סקייטים, בוגי ואף תחזית גלים. בין האפשרויות הרבות שמציע האתר ניתן למצוא גם את האפשרות לעיצוב גלשן אונליין. בניגוד ל - Rusty surfboards האתר הישראלי פחות נישתי ואינו מתמקד רק בעיצוב ומכירה של גלשנים.

## מטלה 2 – התהליך העסקי

התהליך העסקי הנבחר הוא עיצוב ורכישת גלשנים, האתר מאפשר רכישת גלשנים בבחירה מקטלוג או עיצוב אישי של גלשן ורכישתו אונליין. מלבד תהליך זה קיימים תהליכים עסקיים נוספים באתר לדוג' מתן שירות לקוחות אך באופן מובהק תהליך הרכישה הוא המשמעותי ביותר באתר.

תהליך העיצוב והרכישה אונליין הוא עצם המהות של החנות המקוונת. החברה היא חברה יצרנית לכן מחוץ לגבולות האתר מתנהלת פעילות הייצור שלה. התהליך העסקי של עיצוב ורכישה מקוונים משתלב באופן ישיר עם תהליך הייצור כך שההזמנות המתבצעות דרך האתר מכתיבות את הייצור ומתווספות להזמנות הפרונטליות.

בנוסף, לחברה קיימת חנות פיזית בה ניתן להתרשם, לבחור ולקנות גלשנים. תהליך הרכישה בחנות הפרונטלית מקביל לתהליך ההזמנה והרכישה דרך האתר, נבחן את היתרונות והחסרונות של התהליך המקוון עבור הלקוח ועבור החברה:

**צד הלקוח - יתרונות :**

* העיצוב הרכישה והתשלום פשוטים מהירים ואינם דורשים הגעה פיזית. ניתן להזמין את המוצרים שהאתר מציע מכל מקום וזמן בעולם ללא תלות בשעות פתיחה או מיקום החנות.
* האתר מכיל מידע חיוני כמו תשובות לשאלות נפוצות, הסברים על סוגי הגלשנים ועוד, באופן הזה הלקוח יכול לצרוך את הידע מבלי להמתין למענה של גורם אנושי.

**צד הלקוח - חסרונות :**

* בחירת גלשן היא לא עניין של מה בכך זהו מוצר יקר אשר ביכולתו להשפיע על ביצועי הגלישה לכן מתעורר החשש שקנייה מקוונת תהיה פחות איכותית.
* הלקוח מוותר על חווית קנייה פרונטלית ומשאיר פרטים אישיים באתר החברה.

**צד החברה - יתרונות :**

* השימוש בחנות מקוונת מבטל את מגבלת המרחק הפיזי ומרחיב את קהל היעד של החברה.
* החנות המקוונת חוסכת בכוח אדם ומאפשרת ביצוע רכישות 24/7 ללא העסקת עובדים.

**צד החברה – חסרונות :**

* החברה מסתכנת באי שביעות רצון הלקוחות בעקבות הזמנה מקוונת – אם האתר לא הציג את המוצר באופן מדויק הלקוח עלול להחזיר את המוצר או לדרוש פיצוי.

לאורך התהליך העסקי נאספים פרטי מידע שונים מהלקוח:

תחילה נאספים נתונים להתאמת הגלשן - מין , גיל, גובה , משקל , תדירות גלישה וכושר גופני – מילוי הנתונים הללו הוא חובה עבור מי שמעצב לעצמו גלשן וזאת לשם התאמה טובה ככל הניתן מצד החברה ללקוח (בבחירה מקטלוג פרטים אלו אופציונליים אך לא נדרשים כחובה).

בהמשך נאספים פרטי ההזמנה – הלקוח מתבקש לבחור את חלקי הגלשן השונים ועיצובו - אלו פרטים הכרחיים לביצוע הזמנה תקינה אך בחירתם על ידי הלקוח היא אופציונלית (ישנן בחירות בסיס דיפולטיביות). בשלב האחרון הלקוח מתבקש להזין את פרטיו האישיים: שם מלא, מספר טלפון, כתובת אימייל, כתובת מגורים, עיר מיקוד ומדינה ולאחר מכן את פרטי אמצעי התשלום – מסירת כלל הפרטים הנ"ל היא בגדר חובה ולא ניתן להמשיך בתהליך טרם מסירתם. סביר להניח שחלק מהמידע האישי הנאסף אינו הכרחי לביצוע ההזמנה. הסיבה שהחברה רוצה לאסוף כמה שיותר מידע על הלקוחות ודורשת גם פרטים לא הכרחיים היא הרצון שלה להרכיב פרופיל לקוח באמצעות הנתונים כך שיהיה ניתן לנתח אודות הלקוחות, להסיק על התאמת רכישות עתידיות ועל סוג קהל היעד של החברה.

Diagram

Description automatically generatedDiagram

Description automatically generated

## מטלה 3 (30%) – עיצוב קונספטואלי (תרשים ישויות-קשרים) ראשוני

Diagram, schematic

Description automatically generated

הנחות המודל:

* ניתן לשלם על הזמנה רק באמצעות כרטיס אשראי וכל הזמנה תשולם על ידי כרטיס יחיד.
* כרטיס אשראי נשמר ומשויך להזמנה מסוימת , הכרטיס לא נשמר עבור הלקוח.
* לקוח יכול להזמין מספר גלשנים זהים באותה הזמנה.
* Email הוא ייחודי עבור כל לקוח.
* בביצוע הזמנה נדרשת הזנה של כתובת מייל גם במידה והלקוח לא נרשם לאתר.
* עבור הזמנה מסוימת ניתן לבצע משלוח או איסוף עצמי.
* כתובת נדרשת רק כאשר מתבצע משלוח וכל הזמנה נשלחת לכתובת אחת בלבד.
* לכל משלוח מתועד מספר מעקב משלוח ייחודי (tracking ID).
* כשלקוח בוחר גלשן מוכן מהמלאי מדובר ב- Surfboard.
* חיפוש יכול להתבצע על ידי משתמש רשום או משתמש לא רשום.
* פרטי הגולש )השדה המורכב surfer בישות customer) הם פריט מידע אופציונלי שישמר תחת פרופיל הלקוח במידה ובחר לעצב גלשן.