1. Phân tích yêu cầu: - Cổng thông tin giới thiệu thông tin các loại hình Mua bán của Công ty - Quản lý hệ thống bán sỉ/ lẻ. - Quản lý hệ thống showroom - Quản lý hệ thống các loại hàng, mặt hàng; quản lý hệ thống khách hàng - Cho phép khách hàng đặt/mua trực tuyến. - Cho phép người dùng tìm kiếm mặt hàng muốn

**I.Phân tích yêu cầu: - Cổng thông tin giới thiệu thông tin các loại hình Mua bán của Công ty**

* **Mục tiêu và đối tượng:**

Xác định mục tiêu của cổng thông tin này, ví dụ: Giới thiệu sản phẩm và dịch vụ, tạo cơ hội kinh doanh, cung cấp thông tin cho khách hàng, đối tác, nhà đầu tư, hoặc công chúng chung.

Đối tượng sử dụng cổng thông tin là ai? Người tiêu dùng, doanh nghiệp, cơ quan chính phủ, hoặc ai khác?

* **Loại hình Mua bán:**

Xác định các loại hình mua bán mà Công ty cung cấp. Có thể là sản phẩm, dịch vụ, hoặc cả hai.

Liệt kê các danh mục sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể mà công ty muốn giới thiệu.

* **Nội dung thông tin:**

Xác định nội dung cụ thể cần được hiển thị trên cổng thông tin, bao gồm mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá cả, thông tin liên hệ, hình ảnh, video, các ưu đãi, thông tin kỹ thuật (nếu cần).

* **Tính năng và giao diện:**

Quyết định về tính năng cụ thể của cổng thông tin. Ví dụ: tìm kiếm sản phẩm, đặt hàng trực tuyến, tạo tài khoản khách hàng, đánh giá sản phẩm, và theo dõi đơn hàng.

Thiết kế giao diện dựa trên trải nghiệm người dùng, đảm bảo dễ sử dụng và thân thiện.

* **Quản lý nội dung:**

Xác định cách quản lý và cập nhật thông tin trên cổng thông tin. Sử dụng hệ thống quản trị nội dung (CMS) hoặc nền tảng e-commerce phù hợp.

* **Bảo mật:**

Đảm bảo an toàn thông tin khách hàng và giao dịch. Sử dụng mã hóa, chứng thực hai yếu tố và bảo vệ dữ liệu cá nhân.

* **Tích hợp và phát triển tương lai:**

Xem xét tích hợp với các hệ thống khác như hệ thống thanh toán, CRM, hoặc ERP.

Dự tính phát triển tương lai, tích hợp trí tuệ nhân tạo, IoT hoặc các công nghệ mới.

* **Quản lý dự án:**

Lên kế hoạch và quản lý dự án phát triển cổng thông tin, xác định nguồn lực, thời gian và ngân sách.

* **Tiếp thị và quảng cáo:**

Xác định chiến lược tiếp thị và quảng cáo để đưa thông tin đến khách hàng và tạo dự án tương tác với cổng thông tin.

* **Thử nghiệm và tối ưu hóa:**

Thử nghiệm cổng thông tin để đảm bảo hoạt động mượt mà và không có lỗi.

Theo dõi hiệu suất và tối ưu hóa dựa trên phản hồi từ người dùng.

**II.Phân tích yêu cầu: Quản lý hệ thống bán sỉ/ lẻ-** **Quản lý hệ thống showroom.**

* **Mục tiêu kinh doanh:**

Xác định mục tiêu chính của hệ thống, bao gồm việc bán sỉ và lẻ, tăng doanh số bán hàng, cải thiện hiệu suất, hoặc mở rộng thị trường.

Xác định lợi ích kinh doanh mà hệ thống sẽ mang lại, như giảm chi phí, tối ưu hóa quy trình hoặc tạo ra dữ liệu phân tích.

* **Quản lý kho hàng:**

Xác định cách quản lý và theo dõi hàng tồn kho tại cả mức sỉ và lẻ.

Xem xét các tính năng cần thiết như kiểm tra tồn kho, đặt hàng, theo dõi hạn sử dụng, và quản lý chuỗi cung ứng.

* **Quản lý sản phẩm và danh mục:**

Đảm bảo hệ thống hỗ trợ việc quản lý danh mục sản phẩm và thông tin chi tiết về sản phẩm (mô tả, giá cả, hình ảnh).

Xem xét tính năng tạo và quản lý biến thể sản phẩm, kích thước, màu sắc, và các yếu tố khác.

* **Giá cả và chính sách giảm giá:**

Xác định cách quản lý và áp dụng giá cả cho các mức sỉ và lẻ.

Cân nhắc việc xây dựng và quản lý chính sách giảm giá, ưu đãi, và mã giảm giá.

* **Quản lý đơn hàng:**

Đảm bảo hệ thống hỗ trợ việc tạo, xử lý, và theo dõi đơn hàng từ đội ngũ bán hàng.

Xem xét tính năng quản lý trạng thái đơn hàng, giao hàng, và thanh toán.

* **Quản lý khách hàng:**

Đảm bảo có khả năng quản lý thông tin khách hàng, lịch sử giao dịch, và thông tin liên hệ.

Xem xét cách xây dựng và duy trì mối quan hệ với khách hàng sỉ và lẻ.

* **Bảo mật và quyền truy cập:**

Bảo vệ thông tin quan trọng của khách hàng và doanh nghiệp thông qua các biện pháp bảo mật, kiểm soát quyền truy cập, và mã hóa dữ liệu.

* **Tích hợp hệ thống:**

Xem xét cách tích hợp hệ thống quản lý bán sỉ/lẻ với các hệ thống khác như hệ thống thanh toán, hệ thống kế toán, hoặc hệ thống CRM.

* **Báo cáo và phân tích:**

Đảm bảo có khả năng tạo và tùy chỉnh báo cáo, phân tích dữ liệu bán hàng, và theo dõi hiệu suất kinh doanh.

* **Đào tạo và hỗ trợ:**

Xác định cách đào tạo nhân viên sử dụng hệ thống và cung cấp hỗ trợ kỹ thuật cho họ.

* **Tương lai và mở rộng:**

Xem xét khả năng mở rộng hệ thống để đáp ứng nhu cầu tương lai và thách thức mới.

* **Bảo mật và quyền truy cập:**

Bảo vệ thông tin quan trọng về khách hàng và hoạt động showroom thông qua các biện pháp bảo mật và kiểm soát quyền truy cập.

**III. Quản lý hệ thống các loại hàng, mặt hàng; quản lý hệ thống khách hàng**

1. **Quản lý hệ thống các loại hàng, mặt hàng:**

* **Mục tiêu kinh doanh:**

Xác định mục tiêu chính của hệ thống quản lý hàng hóa, bao gồm tối ưu hóa tồn kho, quản lý cung cấp, cải thiện quy trình đặt hàng, hoặc mở rộng danh mục sản phẩm.

* **Danh mục sản phẩm:**

Đảm bảo hệ thống hỗ trợ việc quản lý danh mục sản phẩm và thông tin chi tiết về sản phẩm (mô tả, giá cả, hình ảnh).

Xem xét cách quản lý biến thể sản phẩm, kích thước, màu sắc, và các yếu tố khác.

* **Quản lý tồn kho:**

Xác định cách quản lý tồn kho, bao gồm kiểm tra tồn kho, tái cung cấp, và theo dõi hàng tồn.

Đảm bảo có thông tin về tình trạng tồn kho cụ thể và dự đoán cần thiết.

* **Giá cả và chính sách giảm giá:**

Xác định cách quản lý và áp dụng giá cả cho sản phẩm và dịch vụ.

Cân nhắc việc xây dựng và quản lý chính sách giảm giá, ưu đãi, và mã giảm giá.

* **Quản lý đặt hàng:**

Đảm bảo hệ thống hỗ trợ việc tạo, xử lý, và theo dõi đơn hàng từ đội ngũ bán hàng hoặc khách hàng.

1. **Quản lý hệ thống khách hàng:**

* **Danh sách khách hàng:**

Xác định cách quản lý thông tin liên quan đến khách hàng, bao gồm danh sách khách hàng, lịch sử giao dịch, và thông tin liên hệ.

* **Trải nghiệm khách hàng:**

Đảm bảo rằng hệ thống hỗ trợ việc tạo ra một trải nghiệm tốt cho khách hàng thông qua quản lý dữ liệu khách hàng và tương tác với họ.

* **Phân tích và tiếp thị:**

Xem xét cách sử dụng dữ liệu khách hàng để phân tích thông tin về họ và tạo chiến dịch tiếp thị tùy chỉnh.

* **Bảo mật và quyền truy cập:**

Bảo vệ thông tin quan trọng của khách hàng thông qua các biện pháp bảo mật và kiểm soát quyền truy cập.

* **Tích hợp hệ thống:**

Xem xét cách tích hợp hệ thống quản lý khách hàng với các hệ thống khác như hệ thống thanh toán, hệ thống kế toán, hoặc hệ thống CRM.

* **Báo cáo và phân tích:**

Đảm bảo có khả năng tạo và tùy chỉnh báo cáo để theo dõi hiệu suất kinh doanh và phân tích dữ liệu khách hàng.