



פרויקט בסיסי נתונים

מטרת הפרויקט הייתה להתנסות בשימוש מעשי בכלים וטכניקות מתקדמות להקמת בסיס נתונים בסביבה עסקית. במהלך הפרויקט, הקמתי אב טיפוס של בסיס נתונים שמותאם לתמיכה בתהליכים העסקיים של החברה. הפרויקט כלל פיתוח בעזרת MySQL ושימוש בכלים מתקדמים בSQL, בסיומו הוצגה הדגמה של שימוש בבסיס הנתונים.

ניתוח האתר: www.postermywall.com

חלק 1 – רקע כללי על הארגון והאתר

החברה בה בחרנו Postermywall, מציעה מבחר גדול של כלים ליצירת פוסטרים ועיצובים גרפיים נוספים בחינם ובאופן מקוון. זו תוכנית תכליתית וקלה מאוד לשימוש ובכך מאפשרת לכל אחד ליצור גרפיקה וסרטונים מבלי לדעת כישורים אומנותיים נרחבים. נוסדה בשנת 2010, כאשר לא קיימים לה חנויות פיזיות, אלא כל השירות והמכירה מתבצע ע"י אתר האינטרנט. כמו כן, המידע של המשתמש או הארגון נשמר בצורה מאובטחת בענן וכך מבטיח ארגון, סדר מיטבי ומקל על עבודת חברי הצוות. בנוסף, ממשיך העבודה ניתן לביצוע ע"י מחשבים, טאבלטים, וטלפון חכם.

מטרות עסקיות

- מכירת עיצובים גרפיים ופוסטרים בהתאמה אישית לארגונים שונים ע"י מכירת מנויים.
- שיווק האתר לנתח שוק רחב.
- מתן שירות עיצוב גרפי קל ונוח לכלל המשתמשים ברמה אופטימלית.

אתגרים עיקריים

אתגר משמעותי איתו מתמודדת החברה הינו יצירת קשר של אמון בינה לבין הלקוחות. בכדי ליצור אמון יש צורך בהשקעת רשם חיובי על הלקוחות המקבלים שירותים וקבלת ביקורות חיוביות. ניתן לעשות זאת ע"י רמת שירות איכותית, הנגשת האתר ושמירת פשטות השימוש בו. יתרה על כך, קיימים מגוון של אתרים המציעים שירות דומה, עובדה זו מגבילה את היקפי המכירות שיכולים להיות לחברה. כלומר, נתח השוק הינו מתפרס על מספר חברות ולכן החברה צריכה לחדש ולהתעדכן על מנת להישאר ברמה הגבוהה ביותר.

אתר בעולם - Canva

Canva היא פלטפורמה לעיצוב גרפי אונליין המשמשת ליצירת עיצוב גרפי ברשתות החברתיות, פוסטרים ותכנים חזותיים אחרים. הפלטפורמה כוללת גם תבניות גרפיות מוכנות לשימוש המשתמשים. ניתן לראות כי חברה זו מציעה שירותים דומים ולכן מתחרה על אותו נתח שוק של Postermywall. הבדל מהותי בין החברות הוא ש Canva מציעה שירותי הדפסה ומשלוח פיזי למוצרים שלהם לעומת Postermywall אשר לא נותנת את שירות זה אלא מציעה אפשרות להורדת העיצוב בלבד.

אתר בארץ - PIX

PIX הוא אתר אשר מציע שירות עיצוב גרפי מקוון ומטרתו העיקרית היא לאפשר למשתמשים בו להכין מוצרי דפוס לבתי העסק.



השירות מציע הדפסה של המוצר המוגמר ומשלוח עד לבית הלקוח.

הבדל מהותי בין החברות הוא שבPIX המוצר המוגמר הוא פיזי בלבד ואינו יכול להיות בגרסה מקוונת ולכן אתר זה אינו שם דגש על שיווק דיגיטלי.

חלק 2 – תהליך עסקי

תהליך עסקי הינו רצף של פעולות בסדר מסוים אשר גורמות להשגת מטרה עסקית מסוימת. התהליך בעל גבולות מוגדרים. התהליך העסקי המרכזי שקיים באתר הינו עיצובים גרפיים ורכישת פוסטרים. התהליך מורכב ממספר שלבים, בשלב הראשון מציע האתר לכניסת משתמש חדש/משתמש קיים או להמשיך כאורח, מוצגת האפשרות ליצירת עיצוב חדש או כניסה לסרטון הסבר על תהליך העיצוב. השלב הבא הינו בחירת קטגוריית רכישה, בין עיצוב דוגמה קיימת לבין יצירה ועיצוב דגם מותאם אישית ע"י הלקוח. לאחר מכן, עבור העיצוב המותאם הלקוח יבחר את מידותיו של הפוסטר, אלמנטי עיצוב ואופציות נוספות, ע"י עיצובים מוכנים באתר או עיצובים שהלקוח מכין בעצמו. בתהליך העיצוב יש אפשרות לשיפורים מסוימים אשר מתבצעים בתוספת תשלום. בשלב הבא נבחר בין פרסום דיגיטלי או הורדה של העיצוב. באפשרות ההורדה נוכל לבחור באופציות שדרוג העיצוב ואיכותו באמצעות תוספת תשלום או בגרסה חנימית אשר מציעה את האיכות הבסיסית. באפשרות הפרסום הדיגיטלי ישנם מספר אופציות נוספות אשר חלקן דורשות תשלום נוסף.

במידה ובוחרים באפשרות חנימית, ניתן להוריד את העיצוב למחשב אך אם נרצה לשתף דיגיטלית או אם בוחרים באפשרות שאינה חנימית נדרשת כניסה/הרשמה לאתר, בחירת אמצעי תשלום ובכך מסתיים התהליך העסקי המרכזי באתר.

ישנם תהליכים עסקיים נוספים באתר כגון שירותי שיווק שהחברה מציעה- תזמון ופרסום ברשתות חברתיות, פרסום באמצעות דואר אלקטרוני. התהליך העסקי המרכזי מקושר לתהליכים אלו מכיוון שהם מבוססים על פרסום עיצובי הפוסטרים עצמם. כמו כן, לא מצאנו תהליכים עסקיים שאינם קשורים לאתר המקוון.

לתהליך המקוון יש יתרונות רבים עבור החברה, בעזרת האינטרנט החברה מסוגלת לאסוף מידע רב על לקוחותיה שלאחר ניתוח מעמיק ניתן להפיק מידע חיוני היכול לשפר את יעילות והיקף המכירות של העסק. בנוסף, הפעילות המקוונת חוסכת עלויות נלוות כגון: שכירות, כוח אדם ועוד הוצאות נלוות. יתרון חשוב נוסף הינו תהליך העיצוב שנותן אפשרות לכל אחד לעצב וליצור פוסטרים ללא ניסיון קודם. קיים גם חסרון מרכזי עבור החברה בתהליך מקוון- כאשר הלקוח רוצה ליצור פוסטר פיזי כגון הזמנה לחתונה, פליירים, כרזות וכדומה, לא ניתן לראות את המוצר המוגמר באופן פיזי ונצטרך לסמוך על רזולוציה ואיכות המוצר שמציע האתר.

מבחינת הלקוחות, היתרון המרכזי בתהליך רכישה מקוון הינו הנוחות והזמינות שיש לקנייה באינטרנט. אין צורך להגעה פיזית לחנות/משרד פרסום בשעות ספציפיות. ישנה אפשרות לעצב וליצור בכל רגע נתון וניתנת האפשרות להורדת הפוסטר בלחיצת כפתור. יתר על כן, קיימות אופציות עיצוב רבות חנימיות החוסכות כסף רב ללקוח הממוצע שאינו דורש עיצובים מיוחדים. החיסרון המרכזי עבור הלקוחות הינה שעבודת העיצוב אינה מתבצעת ע"י גורם מקצועי וכתוצאה מכך המוצר המוגמר יכול להיות ברמת עיצוב נמוכה יחסית.

בעת תהליך עיצוב הפוסטר, הלקוח אינו מחויב לתת שום פרט במידה ובחר בעיצובים חנימיים. במידה וכן בחר בשירותים הדורשים תשלום, הלקוח נדרש ליצור משתמש הכולל מתן פרטיו האישיים- שם ושם משפחה, אימייל ופרטי תשלום. בנוסף, ישנם פרטים אופציונליים כגון חשבונות במדיה החברתית, תמונת פרופיל, מס' טלפון. החברה מציעה ללקוח לבנות פרופיל מעצב פוסטרים וכך יוכל לפרסם את עיצוביו האישיים ואף להרוויח מהם. פרטיו האישיים ופרטי התשלום של הלקוח הינם מידע הכרחי לזיהוי הלקוח וביצוע התשלום, כמו כן החברה מציעה הרשמה לחברות מועדון, קבלת מידע על מבצעים ועדכונים נוספים באימייל וכך מגדילה את חשיפת הלקוח למוצריה מבלי



שהלקוח יצטרך לבקר כל פעם באתר. בנוסף, בעזרת חשבונות המדיה האתר מתפרסם לקהל רחב יותר וכך האתר משווק לנתח שוק רחב יותר, שזהו חלק ממטרותיה העסקיות של החברה.

תרשים זרימה עבור התהליך העסקי

