



Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
**ФАКУЛТЕТ ЗА ИНФОРМАТИЧКИ НАУКИ И
КОМПЈУТЕРСКО ИНЖЕНЕРСТВО**

Прва домашна задача по предметот: Анализа и дизајн на ИС систем
Веб продавница со систем за препорака



ANGIES BRIDE

YOUR ONLINE WEDDING STORE

Изработил:

Ангела Анастасова 153 124

Професор:

д-р Владимир Трајковиќ

Скопје, јуни 2019

Содржина:

- Опис на вредноста што веб продавницата ја нуди за своите клиенти.....3
- Опис на главните функционалности на веб страницата.....3
- Опис на препораката што ќе биде вградена во веб страницата.....4
- Анализа на проблемите кои веб продавницата ги решава преку примена на дијаграмот на рибина коска5
- Кратка SWOT анализа за веб продавницата од која ќе произлезе стратегијата за развој.....6
- Почетна физибилити студија за веб продавницата.....7
- Генерална архитектура на веб продавницата со идентификувани клучни модули кои произлегуваат од техничката физибилност.....8

1) Опис на вредноста што веб продавницата ја нуди за своите клиенти

Вредноста која што мојата веб продавница ја нуди на своите клиенти е тоа што им овозможува да го видат целиот асортиман и понуди кои ги има на располагање во моментот, им го олеснува пазарувањето и на тој начин им заштедува време и енергија кои што се трошат во класичните продавници. Процесот на спремање венчавка знае да биде доста исцрапувачка работа, особено за девојките. Барајќи ја совршената комбинација се троши многу време, енергија, па дури и пари. Во интерес на невестите, оваа веб продавница им нуди целосна комбинација на надворешен изглед, правејќи избор од дома. Вредноста на веб продавницата клиентот може да ја согледа во изразените количини и модели за задоволување на неговата желба и потреба, без разлика дали станува збор за купување само на невестински фустан, целосна комбинација со аксесоари или повеќе фустани за деверушите. Со самиот избор за пазарување од оваа веб продавницата на клиентот му се овозможува дополнителен попуст, односно цената на производите е помала за разлика од класичната продавница со цел самата фирма да се ослободи од дополнителни трошоци и да се развие пазарувањето преку интернет. На пример денес некои продавници наплаќаат само за проба на невестински фустан бидејќи станува збор за важно парче облека, со поголема цена и постои можност да се оштети. Ова би се избегнало со оваа веб продавница. Гужвата и нервозата при пробата исто би се заобикоиле. За пронаоѓање на точната величина на веб страната ќе постои табела за невестата сама да се измери, во домашни услови и така би се намалила можноста за грешка при изборот. Наместо закажување термини во салони, чекање, пронаоѓање на вистинската величина, пробување на лице место, пребарување дали го има на залиха производот, клиентот може во домашни услови да го направи сето тоа и ако постои проблем со материјал или величина, истиот производ може да се замени при примање на пратката.

2) Опис на главните функционалности на веб страницата (поврзани со вредноста што таа ја нуди на своите клиенти), преку дефинирање на обемот и границите на бизнис случајот

Веб страницата би била достапна за секого, во било кој момент без разлика на времето на нарачка на производот или само за разгледување на понудениот асортиман. На клиентите им се нуди брза и квалитетна информација за цените и понудениот асортиман кои што се наоѓаат на веб страницата. При самото отварање на веб продавницата, клиентот ќе има јасна претстава за тоа што го бара бидејќи сите производи ќе бидат класифицирани и подредени според одредената намена во самата архитектура, односно навигациоскиот бар. Испораката би била доставена во најкраток можен период, препорачливо 3 до 4 работни дена. Ќе има достапен контакт центар.

Преку достапноста на веб страната постои можност за успешна продажба на подудените артикли на начин со кој се овозможува прогрес од продажбата со раст на обемот на бизнис случајот(програмата) со можност истиот да се дуплира, како пример секој успешно продаден производ овозможува вложување во исти и нови артикли на самата веб продавница кои повторно се на достапност на крајниот потрошувач. Секој производ кој ќе се продава во поголеми количини (пр. фустани за деверуши), ќе се набавува за пак да биде достапен поради неговото поголемо побарување. Единствена граница која што ќе ја поседува веб продавницата е тоа дека ќе има производи исклучително наменети од доменот на невестинска опрема. Од сите венчаници би имало броеви и клиентките ќе можат да си нарачаат според сопствената мерка. Освен фустанот, оваа веб продавница ќе нуди и други предмети кои се потребни за комплетен изглед на една невеста. Се што е потребно за свадбениот ден во животот на една дама ќе може да се најде и нарача од овде. За уште поголемо заштедување на времето во прилог ќе имаме поставени наши целосни предлог комбинации. Исто така би имало и понудени совети за побрзо да се најде совршениот фустан. На пример: Ако вашата градба е песочен часовник...Ако сте среќница чие тело има облик на песочен часовник, тогаш можете да облечете речиси секаков модел на фустан. Или...Сакате да ја истакнете фигурата – изберете мал фустан со квадратест израз и со крој што ја следи линијата на колковите.


3) Опис на препораката што ќе биде вградена во веб продавницата

Препораките се важен дел од секоја веб страница и можат да одиграат голема улога врз клиентите и да ги убедат да си нарачаат нешто. Препорака на оваа Веб продавница ќе бидат најпродаваните и најбараните производи од кои клиентките се задоволни. За таа препорака да се испита доволно е само да се провери историјата на купување на производите, искуствата со набавениот производ и колку пати корисниците го отвориле тој производ за да го видат и по сопствен интерес да го набават. Препораката ќе се врши на начин што на пример доколку најпродаван фустан за венчавка е фустанот на Zuhair Murad, при секое гледање на асортиманот под доменот невестински фустан како прв производ на Веб страницата ќе стои фустанот на Zuhair Murad. Исто така за таа препорака да биде повеќе убедлива, ќе бидат изложени коментари од искуства на клиентките при купувањето со цел помош при изборот на моменталниот потрошувач при разгледување на Веб продавницата. Истата препорака ќе важи за целиот асортиман во зависност за што е намената пр. за невеста, кума или деверуша. За секој производ посебно ќе има прикажано видео со добра презентација и препорака на селектираниот производ со цел за помош при изборот.

Анализа на проблемите кои веб продавницата ги решава преку примена на дијаграмот на рибина коска

Проблемите кои веб продавницата ќе ги решава се: пронаоѓање точна величина според градба, склопување целосен изглед и испорака.

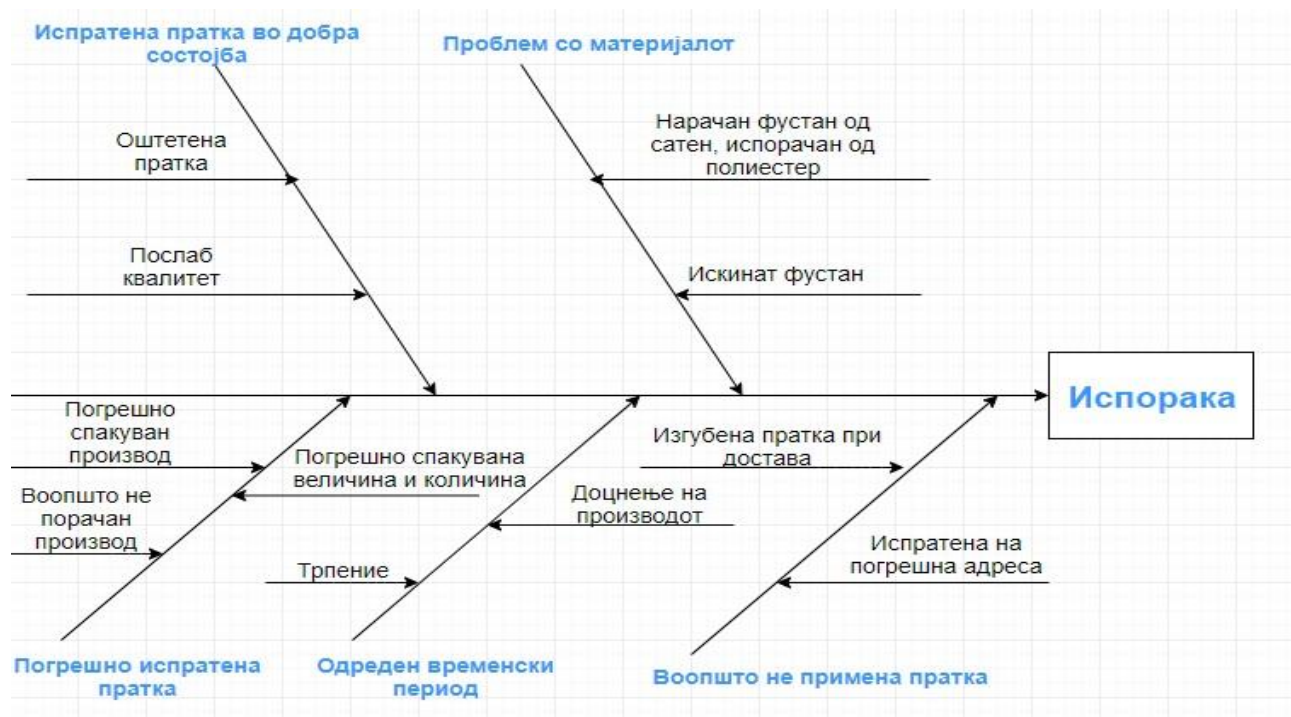
За пронаоѓање точна величина – Градбата на телото на невестата е важно за да се утврдат мерките на фустанот и да се намали можноста за грешка. За овој проблем на страната ќе има краток водич кој би им ја објаснил постапката на клиентките за прецизно мерење. На пример:

	<p>Bust Size – Измерете го делот околу градите, но опфатете го најголемиот опсег (не под градниот кош).</p> <p>Waist Size – Додека стоите исправени, наведнете се на половината на едната страна. Бразот што се формира на свитканото место е вашата природна димензија за половината.</p> <p>Hip Size – Стоејќи со споени нозе, измерете го целиот потполн дел на колковите.</p> <p>За висината многу е важно да носите чевли кои ќе ги носите на фустанот и така да измерите.</p>
--	--

За склопување целосен изглед оваа веб продавница би нудела слики со комплетен изглед (фустан + чевли + накит + чанта + вел + украси за коса) специјално од дизајнери за клиентките да видат предлог комбинации и побрзо да го направат својот избор.

Во главно проблемот што оваа веб продавница ќе го решава е проблемот со испораката која повеќето веб продавници ја имаат. Под проблем со испорака се подразбира тоа дали испораката е испорачена во состојба која клиентот ја набавил, дали е оштетена или не, дали е со послаб квалитет со можност за рекламација, проблем со материјалот (клиентката нарачала фустан од сатен, а добила испорачен од полиестер), погрешно испратен производ (испратен производ кој клиентот воопшто не го порачал, можност за погрешно спакуван производ од магацинот, производот да е испратен во погрешна величина и количина), одредениот временски период за достава (ќе биде зададен рок до кога клиентот да го очекува периодот за испорака, доколку производот касни клиентот ќе има можност да го врати производот, односно да ја откаже нарачката каде што проблемот е од надворешно влијание поточно доставувачите), проблем со не пратена пратка (ситуација каде што ќе се

решава проблемот од тоа дали производот е пратен на соодветното место што треба да биде пратен, дали тоа е изгубен при достава или пратен на погрешна адреса).



Кратка SWOT анализа за веб продавницата од која ќе произлезе стратегијата за развој (опис како ќе се развива веб продавницата во следните 5 години)

<p>СИЛНИ СТРАНИ (Strenghts)</p> <p>Широк спектар на производи</p> <p>Брза испорака</p> <p>Заштеда на време и пари</p> <p>Детални информации за производ</p> <p>Споредба на различни модели/брендови</p>	<p>СЛАБОСТИ (Weakness)</p> <p>Одлагање на испорака</p> <p>Недостиг на значајни попусти</p> <p>Недостиг на допир на производот</p> <p>Недостиг на интерактивност</p> <p>Недостиг на внимателно испитување на производ</p>
<p>МОЖНОСТИ (Opportunities)</p> <p>Повеќејазичност</p> <p>Меѓународна продажба</p> <p>Поголемо вложување</p> <p>Зголемување на асортиманот</p> <p>Рекламација</p>	<p>ЗАКАНИ (Threats)</p> <p>Промена на технологија</p> <p>Хакери</p> <p>Закана од брендови и нивни права</p> <p>Конкурентција</p>

Во развојот на веб продавницата во следните 5 години се предвидува да има поголем број на производи, комплет изглед за младоженецот (облека + аксесоар + чевли), проширена мултимедиска технологија, виртуелна реалност, побрза испорака, можност за клуб картички кои ќе ги поседуваат клиентите со цел да им се овозможат попусти на одредени производи.

Почетна физибилити студија за веб продавницата (операционална, временска, економска и техничка физибилност)

Дали ако се реализира ќе работи и кои се опасностите? (операционална физибилност)

Веб продавницата ќе се реализира и ќе работи доколку има добра заработувачка и потрошувачка, каде што опасностите се промена на технологијата каде што некои од клиентите можеби нема да можат да се снајдат на самата веб продавница и самото тоа ќе им створи одбивност за користење на Веб продавницата, кодот напишан за функционирање на веб продавницата да биде покомплексен и ќе зависи од можностите за кодирање на програмерите, можност од хакери и злоупотреба на податоците, закана од брендови и нивни права односно рекламирање на производ без нивна потврда, конкуренција, проблем при исплата на купениот производ. Исто така опасност претставува и дали некоја од веќе постоечките фирми за чанти, чевли и украси за коса би соработувала, како и потребните средства за почеток на бизнисот.

За колку време е можно да се реализира и под кои услови? (временска физибилност)

На веб продавницата и е потребно доволно време за реализирање бидејќи сепак се работи за продавница имплементирана на Интернет, потребна е набавка на производи, плаќање на програмери за кодирање во соодветен јазик за реализација на веб продавницата, финансии, покровители, партнери и остварување на силна конкуренција. За сето тоа да се интегрира односно вклопи во едно и да функционира како што треба потребно би било околу 1 година. Временската физибилити студија може да најде на проблеми при реализирање на горенаведените предвидувања (да нема доволно финансии за реализација до зададениот рок, да нема доволно покровители и партнери за помош на самата реализација, кодот од соодветните програмери да не може да се заврши во зададениот рок, да е потребно уште време за усовршување на саканата цел). Затоа доколку постојат вакви проблеми, сето тоа ќе треба да се одложи се додека не се усоврши како што треба за функционирање на оваа веб продавница но во најбрз можен рок.

Економска физибилити студија - За економска физибилити студија да функционира првично е потребен асортиманот за да може на секој производ да има цена. Производот цената ќе ја здобие врз основа на тоа каков е квалитетот на производот, за колку се набавил како роба за да се има некаков профит од самиот производ, цената ќе зависи и од потрошувачката и тоа ќе се базира на колку брзо ќе се троши тој производ (доколку производот се купува често - цената ќе се зголеми, доколку производот не се купува често

цената ќе се намали со тоа што ќе има попусти или едноставно од причина за тоа што не се купува за да почне да се купува). Директната вредност што ќе се добие од овој бизнис процес е довербата на клиентите, која се одвива на начин на кој го набавуваат производот, односно заработката од нивната потрошувачка. Индиректната вредност што ќе се добие е купениот производ и нивна употреба.

Дали може да се направи од технички аспект? (техничка физибилност)

Мора да постои техничка физибилити студија од причина што цел процес се врши преку Интернет и самата нарачка е од технички аспект. За тоа да се овозможи на клиентите им е потребен лесен и брз пристап до веб продавницата, паралелно и лесна и флексибилна имплементација на истата на колку е можно повеќе уреди во зависност од што користат за разгледување на оваа Веб продавница (лап-топ, компјутер, таблет, мобилен телефон). За имплементацијата, предвидено е да се имплементира како desktop верзија доколку корисникот користи уред како компјутер или лап-топ и mobile верзија доколку корисникот користи уред како мобилен телефон или таблет, од причина подобар визуелен преглед на страницата.

Генерална архитектура на веб продавницата со идентификувани клучни модули кои произлегуваат од техничката физибилност.

