

## **Krta Projektu**

MyAGDmyRTV

## **Kierownik Projektu**

Damian Lasoń

Współtwórcy projektu: Tomasz Gaj, Mateusz Mazur, Sabastian Smoter,

## **Temat Projektu:**

Sklep Internetowy oferujący sprzęt RTV oraz AGD w modelu mieszanym omnichannel.

## **Tło Biznesowe**

Projekt powstał w wyniku analizy rynku sklepów internetowych konkurujących na współ z sklepami stacjonarnymi sprzedających sprzęt RTV oraz ADG. Z badania wyraźnie wynika że sklep internetowy zwiększa rozpoznawalność na rynku, co wpływa na wyniki sprzedaży.

Głównym bodźcem który wpłynął na podjęcie decyzji o stworzeniu sklepu omnichannel były badania analizy rynku :

- [Raport „E-commerce w Polsce 2020” (<https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/e-commerce-w-polsce-2020.html>)]

- [Raport z polskich sklepów internetowych](<https://www.vanat.ch/international-report-on-snow-mountain-tourism>).

- [Raport “Omnichannel 2019”]( <https://ekomersiak.pl/omnichannel-2019-jak-i-gdzie-polacy-kupuja-w-internecie/>)).

Na którego podstawie określono że:

- liczba osób korzystająca z internetu wzrosła o 40%
- 73% internautów kupuje online, wzrost o 11% z poprzedniego badania.
- świadomość klientów wzrosła o 30% odnośnie wykorzystywania sklepów internetowych
- podział w zakupie sprzętu elektronicznego w sposób stacjonarny do online, wychodzi 50 %
- najważniejsze dla klienta jest cena, zaraz potem brak kosztów przesyłki
- największy udział w sprzedaży internetowej mają komputery oraz elektronika
- dominującą na rynku rtv agd konkurencją jest kolejno: Allegro, Euro RTVAGD, Media Markt

### **Cel projektu**

- udostępnienie klientą możliwości zakupu online i odebrania produktu stacjonarnie.
- Udostępnienie klientom możliwości sprawdzeni asortymetu oraz cen.
- umoliwienie składania zamówień całą dobe.

### **Budżet projektu**

300 tys.

### **Zespół realizujący Projket**

Projekt będzie w pełni wykonywany przez 4 osoby

Kierownik Projketu - Damian Lasoń, Tomasz Gaj, Mateusz Mazur, Sebastian Smoter

### **Przewidywany wpływ na budżet po wstępnym wdrożeniu systemu**

Po pierwszym wdrożeniu można się spowdziewać wpływów z racji wygodniejszej formy składania zamówień oraz brak potrzeby płacenia za przesyłkę z racji możliwości odbioru stacjonarnie zakupionych produktów.

### **Terminy realizacji projektu**

Początek projektu : 13.02.2021

Początek wdrożenia: 14.03.2021

Zakończenie wdrożenia: 11.07.2021

## **Zależności projektu**

Projekt ten nie ma innych wewnętrznych zależności.

## **Zagrożenia**

Zagrożeniem są dominujące marki na rynku.

## **Sposoby przeciwdziałania**

- wypromowanie aplikacji internetowej
- użycie technik pozycjonowania sklepu internetowego
- szczegółowy opis produktów :
- łatwość wyszukania produktów,
- brak czasu dostawy, gdyż można odebrać produkt na miejscu
- duża jakość obsługi klienta dająca możliwości pozytywnych ocen
- szybka możliwość wzrostu produktu
- łatwość, szybkość i prostota w obsłudze sklepu w stosunku do konkurencji

## Zakres projektu

### Etap 1 - `Stworzenie Aplikacji`

Celem etapu pierwszego jest utworzenie funkcjonalnej aplikacji

Zadanie	Termin	Wykonawca	Oczekiwany rezultat
-----	-----	-----	-----
Stworzenie klasy User	14.03.21	Tomasz Gaj	możliwość tworzenia użytkowników.
Stworzenie klasy Order	1.04.21	Mateusz Mazur	Możliwość składania zamówień
Stworzenie klasy Item	5.04.21	Tomasz Gaj	Łączenie zamówienia z produktem
Stworzenie klasy Product	14.04.21	Sebastian Smoter	Gromadzi informacje o produkcie
Stworzenie klasy Catogory	01.05.21	Damian Lasoń	Segreguje produkty po kategoriach.
Stworzenie Manufactures	14.05.21	Sebastian Smoter	Segreguje produkty po producencie
Stworzenie bazy danych	06.06.21	Damian Lasoń	Baza danych produktów, użytkowników
Testowanie i poprawa	16.06.21	Mateusz Mazur	sprawdzenie działania oraz poprawki

### Etap 2 - `Interfejsy i style`

Celem etapu drugiego jest utworzenie interfejsu użytkownika, utworzenie stylu oraz testowanie

Zadanie	Termin	Wykonawca	Oczekiwany rezultat
-----	-----	-----	-----
Utworzenie interfejsu użytkownika	01.07.21	Damian Lasoń	Stworzenie wyraźnego interfejsu
Utworzenie Stylu	11.08.21	Sebastian Smoter	Atrakcyjny wygląd strony

### Buffer

Pozostały buffer (2 miesiące) jest przeznaczony na ewentualne zmiany w strukturach aplikacyjnych wywołanych problemami.

## Analiza rynku

Na rynku istnieje mnóstwo sklepów, które podobnie jak my oferują sprzedaż szeroko pojętego sprzętu elektronicznego, rozpoczynając na komputerach i laptopach, przez telefony i telewizory na zegarkach kończąc. Jednymi z największych sklepów tego typu są „Media Expert”, „RTV Euro AGD” i „Neonet”, które łącznie mają w Polsce sporo ponad 1000 sklepów stacjonarnych. Niewątpliwą zaletą wymienionych sklepów jest to, że klient który chce nabyć sprzęt, może go zobaczyć fizycznie w sklepach, lub też zamówić i odebrać w sklepie. Jest to o tyle ważne, że spora część klientów preferuje zakup towaru, który może zobaczyć na własne oczy przed kupnem. Firmy te na ten moment jednak nie są w naszym zasięgu, dlatego głównie skupimy się na sprzedaży internetowej oraz wysyłką kurierską towarów bezpośrednio do klientów, gdzie główny prym wiodą „X-kom” oraz „Morele”. Sklepy te posiadają tylko kilka placówek fizycznych w całej Polsce dlatego pod tym względem pozostają w naszym zasięgu. Stworzenie strony internetowej i zadbanie o jej odpowiednie pozycjonowanie będzie bardzo ważne dla rozwoju naszej działalności. Kluczowe będzie również zadbanie o klientów mobilnych, którzy większość zakupów wykonują przez smartfon, dlatego podobnie jak „X-kom” i „Morele”, będziemy chcieli stworzyć aplikację, która znacząco usprawnia i ułatwia zakupy internetowe.

Ostatnim krokiem będzie stworzenie tzw. Call Center, bez którego nie funkcjonuje żadna z wymienionych firm, gdzie klient będzie mógł uzyskać pomoc w wyborze towaru, czy też telefonicznie go zamówić. Handel internetowy rozwija się bardzo dynamicznie, więc wydaje się że znajdzie się miejsce dla naszego sklepu. Pewne jest to, że popyt na zakupy internetowe będzie cały czas rósł. Każdego roku Polski rynek e-commerce notuje wzrost o około 20% w porównaniu do zeszłego a w tym momencie łącznie jest wyceniany na ponad 50 miliardów złotych.

## Analiza ryzyka

- Na rynku jest wiele firm, które swoją markę budują od wielu lat. Posiadają przez to wysoce rozwinięte social media, dodatkowo ich strony są wysoko pozycjonowane w wyszukiwarkach.
- Firmy mają bardzo rozwinięte sieci logistyczne, przez co dostawa towarów jest z reguły realizowana na drugi dzień roboczy, z czym możemy mieć problem.
- Rynek cały czas się rozwija, a co za tym idzie, konkurencja również.
- Zły wybór asortymentu sklepu ( zakup produktów, na które nie będzie popytu).
- Źle skonfigurowane oprogramowanie strony, może doprowadzić do problemów.
- Błędnie trafiona kampania reklamowa nie wypromuje naszego sklepu
- Problem z logistyką naruszy dobrą opinię o naszym sklepie

## User Stories

Mateusz Mazur

Jako

Użytkownik

Użytkownik

Użytkownik

Użytkownik

Użytkownik

Moderator

Jako użytkownik rejestruję się ponieważ chcę śledzić historię zakupów

Jako użytkownik chcę wyszukiwać produkty po ich nazwie.

Jako użytkownik chcę się logować, aby sprawdzić status moich przesyłek.

Jako użytkownik chcę się logować, zmienić hasło do konta.

Jako użytkownik chcę wyświetlić obecne promocje.

Jako użytkownik chcę wyświetlić panel administratora.

Chcę

Jako użytkownik chcę otrzymać powiadomienia na email podany przy rejestracji.

Jako użytkownik chcę wybrać wyszukany produkt, aby zobaczyć jego specyfikację.

Jako użytkownik chcę zmienić hasło po zalogowaniu.

Jako użytkownik chcę dodać swój awatar.

Jako użytkownik chcę zobaczyć nowe produkty

Jako użytkownik chcę zarządzać kontami kupujących..

Jako użytkownik chcę móc ominąć podawanie danych przy zakupie.

Jako użytkownik chcę wyszukiwać produkt po cenie.

Jako użytkownik chcę móc zmienić hasło po zalogowaniu.

Jako użytkownik chcę wyświetlić swoje dane.

Jako użytkownik chcę zobaczyć popularne produkty.

Jako użytkownik chcę zarządzać zamówieniami.

Wtedy

Rejestracja

Szukaj

Logowanie

Edytuj profil

Banner  
Okazje

Admin

Użytkownik wchodzi na stronę



klika na kategorie



Wybiera produkt



Skrollowanie w dół



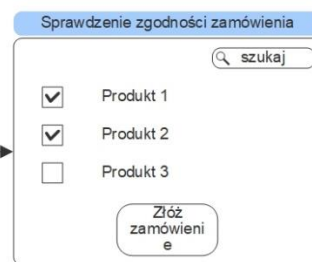
dodawanie produktu do koszyka



Potwierdzenie



Kontynuuj



Potwierdzenie zamówienia

