

# تجزیه و تحلیل وبسایت برند کاترین



کاری از تیم Space

## فهرست

- اهداف
  - هدف اول
  - هدف دوم
  - مشتریان وبسایت
  - کاربران هدف
- وضعیت رقبا
- نقشه سایت
- ارزش خلق شده

## اهداف

در عصر دیجیتال کنونی، طراحی و توسعه یک وبسایت برای برند کاترین، که در زمینه فروش قند، شکر و نبات فعالیت می‌کند، به عنوان یک ضرورت اساسی در راستای تداوم و رشد بازار این محصولات محسوب می‌شود. در این راستا، اهداف طراحی و توسعه وبسایت به صورت زیر قابل توضیح است:

- **هدف اول:** طراحی و توسعه فرانت یک وبسایت کاربرپسند برای محصولات شرکت کاترین

در این مرحله، تمرکز بر روی ایجاد یک نمای بصری دلپذیر و کاربرپسند است که بتواند تجربه خریدی لذت‌بخش را برای مشتریان فراهم آورد. طراحی واجد المان‌های گرافیکی جذاب، رنگ‌بندی متناسب با هویت برند کاترین و ساختار ناوبری ساده، به کاربران این امکان را می‌دهد که به راحتی به اطلاعات و محصولات مورد نظر دسترسی پیدا کنند. در این راستا، استفاده از تصاویر باکیفیت و جذاب از محصولات، می‌تواند حس اعتماد و تمایل به خرید را در مشتریان ایجاد کند.

- امکانات سایت:

- طراحی جذاب و کاربرپسند: استفاده از طراحی ساده و مدرن برای جلب توجه کاربران و تسهیل استفاده از سایت.
- دسته‌بندی محصولات: تقسیم محصولات به دسته‌های مختلف قند، شکر و نبات برای یافتن سریع‌تر و راحت‌تر.
- امکان جستجوی پیشرفته: قابلیت جستجو بر اساس برند، نوع و قیمت.
- سبد خرید و پرداخت آنلاین: ارائه امکان افزودن محصولات به سبد خرید و پرداخت آنلاین امن.

- مدیریت سفارشات و پیگیری ارسال: کاربران بتوانند سفارشات خود را مشاهده و وضعیت ارسال را پیگیری کنند.
- نقد و بررسی کاربران: امکان مشاهده و ثبت نظرات کاربران برای هر محصول.
- بخش وبلاگ و اطلاعات مرتبط: شامل مقالات و نکات مرتبط با استفاده از محصولات قندی و نکات تغذیه‌ای.

#### • هدف دوم: معرفی و فروش محصولات در سایت:

این بخش از طراحی وبسایت بر آن است که با ارائه توضیحات جامع و دقیق در مورد محصولات، مشتریان را به سمت خرید ترغیب کند. معرفی محصولات، به همراه ویژگی‌ها و مزایای آن‌ها، می‌تواند به کاربران کمک کند تا تصمیمات بهتری در خرید خود اتخاذ کنند. همچنین، مقایسه کیفیت محصولات کاترین با رقبای موجود در بازار، مانند مشمش و سایر برندها، عاملی است که می‌تواند اعتبار و تمایز کاترین را در ذهن مشتریان تثبیت کند. کیفیت بالای محصولات، به عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل متمایز کننده کاترین، می‌تواند در جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیمی نقشی حیاتی ایفا کند.

#### • مشتریان وبسایت:

مشتریان وبسایت کاترین شامل دو دسته اصلی هستند. از یک سو، مشتریان قدیمی که به روش‌های سنتی مانند خرید از نمایندگی‌ها یا مراجعه حضوری به مراکز و سوپرمارکت‌ها برای تأمین نیازهای خود اقدام می‌کردند، اکنون با راه‌اندازی این وبسایت، می‌توانند تجربه‌ای نوین و راحت‌تر از خرید آنلاین را تجربه کنند. این تغییر روش خرید برای آن‌ها نه تنها صرفه‌جویی در زمان را به ارمغان می‌آورد، بلکه امکان دسترسی آسان‌تر به محصولات باکیفیت کاترین را نیز فراهم می‌سازد.

از سوی دیگر، مشتریان جدیدی که از طریق وبسایت با برند کاترین آشنا می‌شوند، به دنبال محصولاتی با کیفیت بالا برای مصارف روزمره خود هستند. این طیف مشتریان شامل افرادی می‌شود که به نوشیدن چای علاقه‌مندند، شیرینی‌پزی می‌کنند و کیفیت محصولات برایشان اهمیت ویژه‌ای دارد. این مشتریان به دنبال محصولات قند، شکر و نباتی هستند که نه تنها طعم و عطر واقعی زعفران را داشته باشد، بلکه از نظر کیفیت نیز در سطح بالایی قرار گیرد.

با این رویکرد، وبسایت کاترین می‌تواند به عنوان یک پل ارتباطی مؤثر میان برند و مشتریان عمل کرده و با ارائه اطلاعات دقیق و جامع، به بهبود تجربه خرید آن‌ها کمک کند.

#### • کاربران هدف این برند:

کاربران هدف برند کاترین به طیف وسیعی از افراد با ویژگی‌های مختلف تعلق دارند. این کاربران شامل خانواده‌های ایرانی در رنج سنی ۲۵ تا ۶۰ سال هستند که به دنبال تأمین نیازهای روزمره خود به ویژه در زمینه مصرف قند، شکر و نبات با کیفیت می‌باشند. این گروه از کاربران، به دلیل اهمیت کیفیت و طعم محصولات در زندگی روزمره‌شان، تمایل دارند تا از برندهای معتبر و شناخته‌شده خرید کنند. این سایت به‌طور عمده برای افرادی که به دنبال خرید محصولات قندی به صورت عمده و جزئی هستند، طراحی می‌شود. این شامل مشتریان خانگی، قنادی‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها و سوپرمارکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ است.

علاوه بر این، ایرانی‌های مقیم خارج از کشور نیز بخشی از کاربران هدف کاترین را تشکیل می‌دهند. این افراد به دنبال یادآوری طعم‌های آشنا و

فرهنگ ایرانی هستند و خرید محصولات کاترین می‌تواند به آن‌ها احساس نزدیکی به وطن و فرهنگ خود را القا کند.

توریست‌هایی که به ایران سفر می‌کنند و به دنبال سوغات ایرانی هستند، نیز از دیگر کاربران هدف این برند به شمار می‌آیند. این افراد معمولاً به دنبال محصولاتی با کیفیت و خاص هستند که بتوانند به عنوان یادگاری از سفر خود به ایران به خانه ببرند.

در میان این کاربران، مشتریان خرید عمده غالباً از طریق دسکتاپ وارد وبسایت می‌شوند، زیرا نیاز به مشاهده جامع‌تر و مقایسه محصولات دارند. در مقابل، مشتریانی که خریدهای روزمره انجام می‌دهند، بیشتر از طریق گوشی‌های همراه خود به وبسایت مراجعه می‌کنند. کاربران معمولاً برای خرید محصولات یا برقراری ارتباط با نمایندگی‌ها و کارخانه به سایت سر می‌زنند و به دنبال تجربه‌ای سریع و آسان از خرید آنلاین هستند.

## وضعیت رقبا

برند کاترین در بازار با رقبای متعددی همچون مشمش، پایتخت، و ... روبه‌رو است. این رقبا اگرچه در عرصه قند و شکر فعالیت می‌کنند، اما کاترین از نظر کیفیت محصولات خود به وضوح برتری دارد. از طرفی برندهای رقیب نیز وب‌سایتی با کاربری راحت ندارند. بنابراین با ایجاد یک وب‌سایت کاربرپسند و جذاب، برند کاترین می‌تواند با بهره‌گیری از استراتژی‌های موثر در بازاریابی، جایگاه خود را در عرصه فروش به طور قابل ملاحظه‌ای ارتقا دهد و در این میدان، پیروز شود.



از معایب وب‌سایت‌های این دو برند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. **عدم بهینه‌سازی سئو:** وب‌سایت‌ها به طور مؤثر برای موتورهای جستجو بهینه‌سازی نشده‌اند که این موضوع می‌تواند به کاهش دیده شدن آن‌ها در نتایج جستجو منجر شود.

۲. **رابط کاربری نامناسب:** رابط کاربری وب‌سایت‌ها به گونه‌ای طراحی نشده است که کاربران بتوانند به راحتی با آن‌ها تعامل داشته باشند، که این می‌تواند تجربه کاربری را تحت تأثیر قرار دهد.

۳. **عدم سازگاری با دستگاه‌های مختلف:** وب‌سایت‌ها به طور مناسب برای نمایش در دستگاه‌های مختلف مانند موبایل و تبلت بهینه‌سازی نشده‌اند، که این مسئله می‌تواند به کاهش دسترسی کاربران منجر شود.

۴. **دسترسی محدود به بخش‌های مختلف سایت:** برخی از بخش‌های وب‌سایت به راحتی در دسترس نیستند، که می‌تواند به ایجاد ناامیدی در میان کاربران منجر شود. این موارد می‌توانند به وضوح بر تجربه کاربری و در نهایت موفقیت این برندها تأثیر بگذارند.

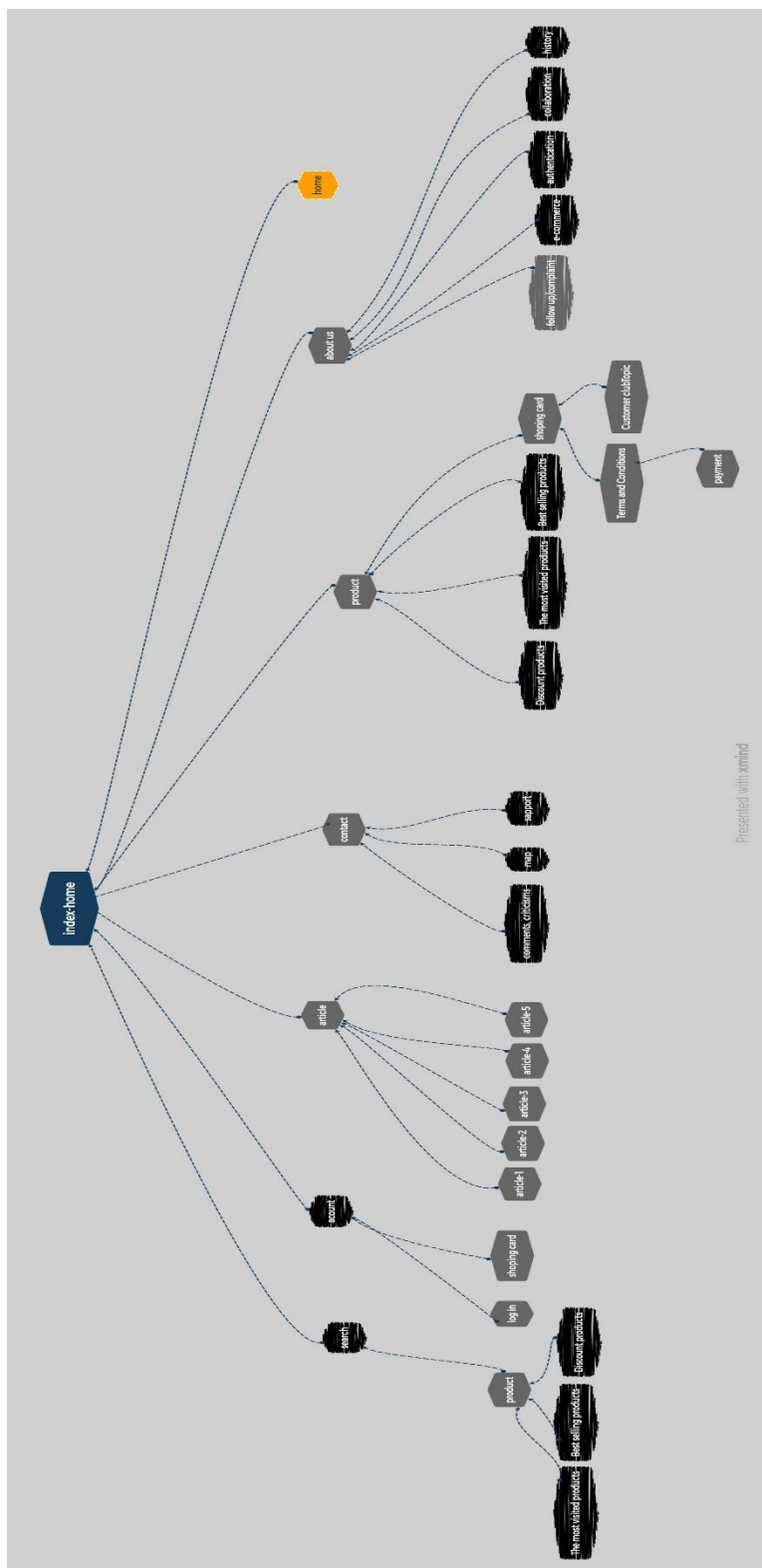
در زیر وب‌سایت دو برند مشمش و پایتخت آورده شده است:

[وب‌سایت برند پایتخت](#)

[وب‌سایت برند مشمش](#)



## نقشه سایت (Site map)



## ارزش خلق شده

سایت نهایی تجربه خریدی آسان و بدون دغدغه را برای کاربران فراهم می‌کند. همچنین، امکان مقایسه محصولات و دسترسی به اطلاعات مورد نیاز در خصوص قند، شکر و نبات از طریق بخش وبلاگ، به کاربران کمک می‌کند تا خرید هوشمندانه‌تری داشته باشند. علاوه بر این، امکان سفارش آنلاین و پیگیری وضعیت سفارش به‌طور دقیق، موجب صرفه‌جویی در زمان و افزایش رضایت کاربران می‌شود.

در نهایت، با توجه به این تنوع کاربران هدف، وبسایت کاترین باید به گونه‌ای طراحی و توسعه یابد که نیازهای مختلف این گروه‌ها را به بهترین شکل پاسخگو باشد.