

نمونه تجاری وبسایت سفر نما

درس مدیریت و کنترل پروژه فناوری اطلاعات

مهر ماه ۱۴۰۳

تهیه و تنظیم اعضای تیم

TechWantDo

EVERY TECH YOU WANT CAN BE DONE

پروژه طراحی وبسایت گردشگری

نام پروژه

سفر نما

تیم پروژه

سپهر عبادی

فرزاد شیروانی

محمد رضا ماجد

نگین دشتی

محمد رئوف اعرابی

ایمیل تیم:

safarnama.team@gmail.com

توصیف پروژه

"سفر نما" یک وبسایت جامع برای راهنمایی و تسهیل سفر به مقاصد گردشگری در ایران است. این پلتفرم به کاربران امکان می‌دهد تا به سادگی اطلاعات دقیق و به روز درباره جاذبه‌های گردشگری، اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها و تفریحات مختلف هر شهر را پیدا کنند. علاوه بر ارائه اطلاعات، کاربران می‌توانند نظرات دیگر مسافران را مشاهده کرده و تجربه‌های خود را به اشتراک بگذارند.

"سفر نما" با تمرکز بر صنعت گردشگری داخلی و پاسخ به نیازهای روزافزون مسافران ایرانی، امکاناتی را فراهم می‌کند که در حال حاضر در هیچ وبسایت داخلی دیگری به این صورت وجود ندارد. برخلاف وبسایت‌های مشابه که فقط امکان رزرو هتل یا یک نوع خدمات خاص را ارائه می‌دهند، این وبسایت تمامی نیازهای مسافران را در یک مکان گرد هم آورده و خدماتی جامع ارائه می‌دهد.

در مقایسه با اپلیکیشن‌های خارجی مانند گوگل مپ که تنها مکان‌های دلخواه را نشان می‌دهند و مسافر را در مسیر یابی کمک می‌کنند، "سفر نما" با تمرکز بر مقاصد داخلی، دسترسی آسان‌تری برای کاربران ایرانی فراهم می‌کند. با انتخاب هر شهر، مکان‌های دیدنی، اقامتگاه‌ها و پیشنهادات مرتبط به آن به کاربر پیشنهاد می‌شود. این وبسایت به شکلی طراحی شده که تمام نیازهای مسافر را در یک پلتفرم ساده و کاربردی برآورده کند.

ارزش‌های سازمانی قابل اندازه‌گیری (آسا)

الف. حوزه‌های اثرگذاری پروژه

مشتری:

- صرفه جویی در وقت مشتری برای پیدا کردن مکان مناسب و قیمت بهتر و کیفیت بهتر،
- افزایش کیفیت و امکانات مکان‌های گردشگری و غذا‌های رستوران‌ها با توجه به نظر سنجی و نظرات دیگر کاربران،
- آشنایی بهتر با مکان‌های گردشگری و توصیه سامانه برای هر کاربر

مالی:

- پیدا کردن قیمت مطلوب تر برای مشتری،
- بدست آوردن سود بهتر برای شرکت های گردشگری و طراحان سامانه،
- افزایش درآمد از طریق تبلیغات و ارتباط با شرکت های گردشگری

ب. ارزش مورد نظر پروژه

- افزایش کیفیت و امکانات اماکن گردشگری،
- افزایش کیفیت غذا های رستوران ها و اماکن گردشگری،
- افزایش سرعت در یافتن مکان های گردشگری برای کاربران،
- یافتن بهترین قیمت برای مشتری و فراهم آوردن امکان مقایسه قیمت ها،
- افزایش سود آوری برای شرکت های گردشگری و افزایش سهام گردشگری،
- کاهش ترافیک و سر درگمی مسافران،
- هدایت بهتر مسافران خارجی،
- بازگشت سرمایه به طراحان پروژه

ج. سنجه ها

- تعداد مشتری ها،
- تعداد رزروی های اماکن،
- نرخ بازگشت سرمایه،
- درصد رستوران ها و هتل های عضو در اپلیکیشن

د. بازه زمانی

به دلیل بالا بودن ریسک پروژه، بازه ی زمانی را کوتاه گرفتیم (به عنوان مثال، بازه های زمانی ۳ ماهه). هدف ما انتظار جذب ۴۵ کاربر جدید است. در این راستا، درصد بازگشت به زمان اول باید ۱۰۰ درصد باشد؛ و نرخ بازگشت سرمایه را ارزیابی میکنیم که انتظار ما برای آن، ۱۵ درصد هزینه اولیه است. بازه بعدی انتهای ماه ششم و انتظار ما برای این مرحله بازگشت ۴۵ درصد هزینه اولیه است. بازه بعدی انتهای سال اول با انتظار بازگشت کامل هزینه اولیه است.

در صورت موفقیت آمیز بودن پروژه و رسیدن به هدف مورد نظر، بازه بعدی را طولانی تر (مثال انتهای سال دوم) با انتظار سوددهی ۱۰۰ درصد تعیین میکنیم.

تعداد کاربران جدیدی که انتظار داریم در هر بازه زمانی جذب کنیم، به شرح زیر است:

- در ۳ ماه، انتظار داریم ۴۵ درصد از هدف را محقق کنیم.
- در ۶ ماه، انتظار داریم ۱۰۰ درصد از هدف را به دست آوریم.
- در ۱۲ ماه، انتظار داریم ۱۰۰ درصد دیگر از هدف را محقق کنیم.
- در ۲۴ ماه، انتظار داریم ۱۰۰ درصد دیگر از هدف را دوباره به دست آوریم.

با توجه به این برنامه ریزی، به دنبال جذب کاربران جدید به کمک بازاریابی دهان به دهان (Word Of Mouth Marketing) هستیم.

ه. بیان آسا

زمان (ماه)	آسا
۳	۱۵٪ بازگشت هزینه اولیه ۱۰٪ افزایش تعداد مشتری

۶	۴۵٪ بازگشت هزینه اولیه ۳۰٪ افزایش تعداد مشتری
۱۲	۱۰۰٪ بازگشت هزینه اولیه ۵۵٪ افزایش تعداد مشتری
۲۴	۲۰۰٪ بازگشت هزینه اولیه ۱۰۰٪ افزایش تعداد مشتری

مقایسه با دیگر گزینه‌ها

در این بخش، به بررسی سه گزینه جایگزین برای پروژه طراحی وبسایت گردشگری "سفر نما" می‌پردازیم. این گزینه‌ها به ترتیب شامل: حفظ وضعیت موجود، توسعه اپلیکیشن موبایل به جای وبسایت، و استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان بستر اصلی فعالیت است. برای هر گزینه توضیحاتی ارائه شده و مزایا، معایب، هزینه‌ها و سوددهی آن بررسی خواهد شد.

۱. حفظ وضعیت موجود (بدون طراحی وبسایت):

در این گزینه، فرض می‌کنیم هیچ اقدام جدیدی برای طراحی وبسایت انجام نمی‌شود و از روش‌های فعلی برای ارائه خدمات گردشگری استفاده می‌کنیم. این روش شامل استفاده از تبلیغات آفلاین یا شبکه‌های اجتماعی برای راهنمایی کاربران و ارائه اطلاعات کلی درباره جاذبه‌های گردشگری است.

مزایا:

- عدم نیاز به هزینه‌های توسعه و نگهداری یک وبسایت یا اپلیکیشن.

- منابع مالی و زمانی بیشتری برای تمرکز بر فعالیت‌های دیگر باقی می‌ماند.

معایب:

- عدم توانایی در بهبود دسترسی و تعامل مستقیم با مشتریان جدید.
- کاهش توانایی رقابت با دیگر وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌های گردشگری که خدمات بهتری ارائه می‌دهند.
- محدودیت در ارائه خدمات جامع رزرو آنلاین و پیشنهادات شخصی‌سازی شده برای سفر.

هزینه‌ها: بسیار پایین

سوددهی: حداقل، به دلیل عدم جذب مشتریان جدید و کاهش ارتباط با بازار.

۲. استفاده از اپلیکیشن موبایل به جای وبسایت:

این گزینه به توسعه یک اپلیکیشن موبایل به جای طراحی وبسایت اشاره دارد. اپلیکیشن به کاربران امکان می‌دهد خدمات گردشگری، رزرو هتل و مشاهده جاذبه‌ها را از طریق تلفن همراه تجربه کنند.

مزایا:

- دسترسی آسان‌تر و سریع‌تر به خدمات از طریق تلفن همراه که بسیاری از کاربران از آن استفاده می‌کنند.
- امکان ارسال نوتیفیکیشن‌ها برای اطلاع‌رسانی سریع درباره پیشنهادات و تخفیف‌ها.

معایب:

- هزینه توسعه و نگهداری یک اپلیکیشن به طور کلی بیشتر از یک وبسایت است.
- محدودیت دسترسی کاربران با تلفن‌های قدیمی یا سیستم‌عامل‌های غیرمرتبط، که ممکن است موجب کاهش تعداد کاربران شود.
- به‌روزرسانی مداوم و پشتیبانی از نسخه‌های مختلف اپلیکیشن به منابع بیشتری نیاز دارد.

هزینه‌ها: متوسط

سوددهی: متوسط، با این حال ممکن است نیاز به هزینه‌های بیشتر برای توسعه و نگهداری وجود داشته باشد.

۳. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغات و راهنمایی سفر:

در این گزینه، تمرکز بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی (مانند اینستاگرام و تلگرام) برای ارائه محتواهای مرتبط با گردشگری و تبلیغات خدمات و محصولات گردشگری است.

مزایا:

- هزینه بسیار کم برای ایجاد محتوا و تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی.
- ارتباط سریع و مستقیم با مشتریان و جذب مخاطبان جدید از طریق تعامل در صفحات اجتماعی.

معایب:

- عدم توانایی در ارائه خدمات جامع رزرو و مدیریت سفر. کاربران نمی‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی اطلاعات دقیق درباره اقامتگاه‌ها و جاذبه‌ها بیابند یا رزرو خود را انجام دهند.
- نبود یک سیستم منسجم و ساختاریافته برای مدیریت داده‌ها و تجربیات کاربران.
- وابستگی زیاد به الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی که ممکن است تعامل کاربران را محدود کند.

هزینه‌ها: پایین

سوددهی: محدود، به دلیل عدم توانایی در ایجاد درآمد پایدار از رزروها و خدمات مشابه.

گزینه ها	توضیح	مزایا و معایب	هزینه های مورد انتظار	سود مورد انتظار
طراحی وبسایت	توسعه یک وبسایت جامع گردشگری با اطلاعات کامل و خدمات رزرو آنلاین	مزایا: دسترسی آسان و جامع، امکان رزرو آنلاین، ایجاد ارزش بیشتر برای کاربران / معایب: هزینه توسعه وبسایت و نگهداری	۵	۹
اپلیکیشن موبایل	توسعه یک اپلیکیشن موبایل با خدمات مشابه وبسایت	مزایا: دسترسی آسان از طریق تلفن همراه، امکان ارسال نوتیفیکیشن / معایب: هزینه بیشتر، محدودیت دسترسی کاربران قدیمی	۷	۷
شبکه های اجتماعی	استفاده از شبکه های اجتماعی برای تبلیغ و ارائه اطلاعات	مزایا: هزینه کم برای تبلیغ و جذب مخاطب / معایب: عدم ارائه خدمات جامع، محدودیت در مدیریت تراکنش ها	۳	۴
حفظ وضعیت موجود	عدم طراحی وبسایت و ادامه کار به روش های فعلی	مزایا: بدون هزینه توسعه / معایب: عدم بهبود دسترسی، کاهش جذب مشتری	۱	۲

پیشنهاد

با توجه به تمام اطلاعات فنی و مالی ارائه شده، می توان نتیجه گرفت که آینده روشنی در انتظار سایت جامع گردشگری است. این پلتفرم نه تنها به دلیل جدید بودن و داشتن ویژگی های منحصر به فردش مانند پیشنهاد هوشمندانه

سفر بر اساس الگوهای کاربری، بلکه به دلیل رشد روزافزون بازار گردشگری دیجیتال پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به یک بازیگر کلیدی در این حوزه را دارد.

اتوماتیک‌سازی فرآیندهای سفر و پیشنهادات به کاربران بر اساس علایق، بازدیدها، و تعاملاتشان با سایت، کاربران را به استفاده مستمر از پلتفرم تشویق می‌کند. این ویژگی در طول زمان به طور چشمگیری تجربه کاربری را بهبود بخشیده و میزان وفاداری کاربران را افزایش می‌دهد. از این طریق، کاربران احساس می‌کنند که پیشنهادات سایت دقیقاً مطابق با نیازها و خواسته‌هایشان است، که منجر به افزایش رضایت آن‌ها و بازگشت مکررشان به سایت می‌شود.

یکی دیگر از جنبه‌های قابل توجه این پروژه، پتانسیل گسترش به بازارهای بین‌المللی است. با توجه به اهمیت روزافزون گردشگری در اقتصاد جهانی و نیاز به ابزارهای هوشمند برای برنامه‌ریزی سفر، این پلتفرم می‌تواند به سرعت در کشورهای مختلف توسعه یابد و از طریق ایجاد همکاری‌های بین‌المللی، بازارهای جدیدی را به خود جذب کند. این امر می‌تواند منجر به افزایش ترافیک بین‌المللی و حتی جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی شود.

از دیدگاه اقتصادی، این پلتفرم می‌تواند از طریق فروش خدمات پرمیوم و ارائه پیشنهادات ویژه به کاربران، مانند سفرهای تخفیف‌دار یا پکیج‌های خاص، به کسب درآمد بپردازد. کاربران مایل خواهند بود که برای تجربه‌ای بهتر و شخصی‌سازی‌شده‌تر هزینه کنند، و این موضوع می‌تواند به منبع درآمد ثابت و قابل اتکا برای سایت تبدیل شود. علاوه بر این، سایت می‌تواند با شرکت‌های گردشگری، هتل‌ها، ایرلاین‌ها و آژانس‌های مسافرتی همکاری کرده و از طریق بازاریابی مشارکتی (Affiliate Marketing) و نمایش تبلیغات هدفمند نیز درآمدزایی کند.

به عنوان مثال، یکی از ویژگی‌های جذاب پلتفرم می‌تواند ارائه پیشنهادهای ویژه براساس زمان‌های مختلف سال باشد؛ مثل پیشنهاد سفر به مقصدهای خاص در فصل‌های مناسب، جشنواره‌ها یا تخفیف‌های فصلی. این مزیت رقابتی نه تنها به جذب کاربران جدید کمک می‌کند بلکه باعث افزایش تعامل و مشارکت کاربران فعلی می‌شود.

در نهایت، اگرچه این پروژه با ریسک‌های خاصی همراه است، از جمله محدودیت‌های مالی و چالش‌های فنی در پیاده‌سازی الگوریتم‌های هوشمند و نگهداری از سیستم‌ها، اما با برنامه‌ریزی دقیق و بهره‌گیری از نیروهای متخصص و همکاری با شرکای تجاری قوی، می‌توان این موانع را به فرصت‌هایی برای رشد تبدیل کرد. پیش‌بینی می‌شود که این سایت، در صورت مدیریت صحیح و تبلیغات موثر، ظرف چند سال به یکی از معتبرترین پلتفرم‌های گردشگری تبدیل شده و سهم قابل توجهی از بازار را از آن خود کند.

به این ترتیب، سایت گردشگری می‌تواند هم در بعد مالی و هم در بعد استراتژیک، موفقیت چشم‌گیری به دست آورد و به عنوان یکی از پیشگامان دیجیتال در صنعت گردشگری شناخته شود.