**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC TỰ NHIÊN

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

CHUYÊN NGÀNH KỸ THUẬT PHẦN MỀM

**--oOo--**

Logo

Description automatically generated

**TÀI LIỆU NGHIỆP VỤ THỰC TẾ**

Thông tin thành viên: Lâm Quang Duy - 20120065

Ngô Quang Hưng - 20120095

Viên Hải Yến - 20120633

Lê Minh Trí – 20120634

Lớp: 20\_3

Nhóm: 11

Tên Nhóm: Next Gen

Môn học: Phân tích và quản lý yêu cầu phần mềm

Giảng viên lý thuyết: Lâm Quang Vũ

Giảng viên thực hành: Trương Phước Lộc

**Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 03, năm 2023**

MỤC LỤC

[I. quy trình nghiệp vụ TÌM KIẾM QUÁN ĂN của KHÁCH HÀNG 2](#_Toc130674763)

[1. Khách hàng tìm kiếm quán ăn thông qua các ứng dụng hỗ trợ: 2](#_Toc130674764)

[2. Khách hàng tìm kiếm quán ăn mà không sử dụng ứng dụng hỗ trợ 2](#_Toc130674765)

[II. Quy trình nghiệp vụ QUẢNG BÁ QUÁN ĂN của NGƯỜI BÁN 3](#_Toc130674766)

[1. Người bán hàng đăng tải thông tin lên các ứng dụng tìm quán ăn, đặt đồ ăn 3](#_Toc130674767)

[2. Người bán hàng dùng các trang mạng xã hội: facebook 3](#_Toc130674768)

[3. Người bán hàng quảng bá sản phẩm mà không sử dụng các ứng dụng hỗ trợ: 4](#_Toc130674769)

Thông qua quá trình tự tìm hiểu, phỏng vấn, thực hiện các khảo sát, thảo luận nhóm, chúng em đã tổng hợp được một số thông tin về quy trình nghiệp vụ tìm kiếm quán ăn của khách hàng và quy trình nghiệp vụ quảng bá quán ăn đến khách hàng của các người bán hàng (ở đây là bán các món ăn).

# quy trình nghiệp vụ TÌM KIẾM QUÁN ĂN của KHÁCH HÀNG

## Khách hàng tìm kiếm quán ăn thông qua các ứng dụng hỗ trợ:

Một số ứng dụng có sẵn mà người dùng có thể sử dụng như: google map, tiktok, youtube, facebook…

Quy trình tìm kiếm thường sẽ là:

* Truy cập vào các ứng dụng, tìm các địa điểm bằng chức năng tìm kiếm (ví dụ: youtube thì nhập nội dung tìm kiếm vào thanh tìm kiếm, google map thì nhập địa điểm cụ thể vào thanh tìm kiếm).
* Ứng dụng sẽ liệt kê ra một danh sách các địa điểm ăn uống theo các hình thức khác nhau, và có thể kèm theo các chỉ dẫn để đi đến địa điểm ăn uống đó. Ngoài ra, ở các ứng dụng này, khách hàng còn có thể xem các đánh giá, review của nhiều người dùng về chất lượng quán ăn.
  + Google map thì hiện các địa điểm trên map, kèm theo các đánh giá, nhận xét về quán của khách hàng (nếu khách hàng có đánh giá).
  + Tiktok, youtube thì hiện các nội dung review ở dạng video dài, video ngắn; khách hàng có thể tham khảo các món ăn từ các video đó, lấy thông tin về địa điểm quán ăn và tới quán nếu phù hợp với sở thích, mong muốn của khách hàng.
  + Facebook thì có các hội nhóm chuyên đăng về ăn uống, khách hàng có thể dễ dàng truy cập vào các hội nhóm đó và tìm kiếm món ăn phù hợp với nhu cầu của mình. Nội dung khách hàng tìm kiếm được thường thay đổi theo ngày, bởi vì các quán ăn thường sẽ cập nhật các thông tin về quán ăn, món ăn hằng ngày mỗi khi đăng bài lên các hội nhóm.

## Khách hàng tìm kiếm quán ăn mà không sử dụng ứng dụng hỗ trợ

* Một số người dùng không có xu hướng đi tìm quán ăn mới, và hay đến các quán ăn quen của họ, đối với tệp khách hàng này, nhu cầu sử dụng các công cụ hỗ trợ tìm kiếm không cao.
* Đối với người dùng có nhu cầu đi ăn ngoài và muốn trực tiếp đi tìm quán ăn mà không sử dụng công cụ hỗ trợ, thông thường họ sẽ đi dọc theo các cung đường trong khu vực của họ và tìm các quán ăn trên cung đường đó nếu như không có gợi ý từ trước (hay còn gọi là đi lụi, thấy quán nào tấp vào quán đó).
* Các quán ăn được người dùng lựa chọn thường có các đặc điểm: không gian ăn uống thoả mái, tiện lợi, được trang trí nổi bật, có phong cách riêng; biểu ngữ, giá cả hấp dẫn người dùng (giá thường rẻ, dễ tiếp cận); các món ăn độc đáo, mới mẻ, tạo sự tò mò cho người dùng.
* Nếu như có các gợi ý từ các nguồn khác (liên lạc với bạn bè, người thân, hoặc các gợi ý của người đi cùng), thì khả năng cao là họ sẽ đi theo các chỉ dẫn đó nếu như hợp khẩu vị.

# Quy trình nghiệp vụ QUẢNG BÁ QUÁN ĂN của NGƯỜI BÁN

## Người bán hàng đăng tải thông tin lên các ứng dụng tìm quán ăn, đặt đồ ăn

Quy trình để người bán có thể quảng bá sản phẩm của mình đến người mua là:

* Đăng kí tài khoản bán hàng trên ứng dụng.
* Sau khi đăng kí tài khoản, người bán hàng cần phải xác thực một số thông tin cá nhân: tên, địa chỉ, giấy tờ tuỳ thân.
* Sau khi đăng kí, xác thực thành công, người bán hàng có thể tạo cửa hàng của mình trên ứng dụng. Đến đây, người bán cần phải cung cấp thông tin về sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ muốn bán.
* Tiếp theo là đăng sản phẩm lên cửa hàng, người bán cần đăng sản phẩm của họ đi kèm với hình ảnh, giá cả, khuyến mãi (nếu có). Sau đó , phần việc đưa sản phẩm đó tiếp cận đến người dùng thông qua các banner, quảng cáo, popup sẽ do các ứng dụng đảm nhận.
* Sau khi đăng sản phẩm xong, người bán có thể quản lý danh sách các đơn hàng và quản lý tình trạng giao hàng của sản phẩm nếu có khách hàng đặt mua các sản phẩm của họ.

## Người bán hàng dùng các trang mạng xã hội: facebook

Quy trình để người bán có thể quảng bá sản phẩm của mình đến người mua là:

* Chuẩn bị bài đăng thông báo về menu hôm nay của quán (gồm các thông tin cơ bản: mức giá, địa điểm, thời gian giao hàng, hình ảnh, video món ăn, menu,…).
* Liên hệ với admin của các Nhóm trên facebook để được cho phép đăng bài quảng cáo về quán ăn của mình (thường mất thêm một khoảng chi phí để các admin đồng ý cho các quán ăn đăng bài, chi phí này thường không cao).
* Ngoài ra, vào các dịp đặc biệt: các ngày lễ, ngày khai trương, ngày mở bán trở lại,… các quán ăn có thể cập nhật thêm các thông tin khuyến mã, giảm giá đến cho người dùng. Và còn một số trường hợp các quán ăn đăng bài quảng cáo cho món ăn mới của mình để thu hút thêm khách hàng cho quán.
* Về phần thông tin có tới được với nhiều người dùng hay không thì còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố: lượt tương tác của khách hàng (các bài đăng mới, hoặc có lượt tương tác cao, nhiều người dùng bình luận hơn, thường sẽ được facebook recommend tới nhiều người dùng hơn, dễ dàng được nhiều người dùng nhận thấy hơn.)

## Người bán hàng quảng bá sản phẩm mà không sử dụng các ứng dụng hỗ trợ:

Một số cách người bán có thể sử dụng để quảng bá sản phẩm của mình đến người mua là:

* Chọn địa điểm phù hợp: thường là các vị trí “đắc địa”, dễ nhận thấy, nổi bật, lượng người qua lại cao, có không gian ăn uống rộng lớn, có bãi đỗ xe, có khu vực riêng cho shipper đặt hàng,…
* Thiết kế quán, không gian ăn uống với các phong cách mới mẻ, biểu ngữ thú vị, mới mẻ, độc lạ, thu hút người dùng (thu hút về giá cả; món ăn mới mẻ, độc đáo; chương trình khuyến mãi,…).
* Chinh phục người dùng bằng chất lượng đồ ăn, liên tục điều chỉnh, cải thiện chất lượng món ăn cho phù hợp với đa số thực khách, kết hợp với nâng cao chất lượng phục vụ, và hình thức lan truyền thường là truyền miệng (người đi ăn thấy chất lượng món ăn đảm bảo, phục vụ chuyên nghiệp, sẽ có tỷ lệ giới thiệu quán ăn đến những mối quan hệ của họ, giúp mở rộng tệp khách hàng cho quán ăn).