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

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC TỰ NHIÊN

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

BỘ MÔN CÔNG NGHỆ PHẦN MỀM

**--oOo--**

Logo

Description automatically generated

**BIÊN BẢN QUAN SÁT ĐỐI TƯỢNG QUÁN ĂN**

Thông tin thành viên: Ngô Quang Hưng - 20120095

Lâm Quang Duy - 20120065

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. Đối tượng quan sát 3](#_Toc130613038)

[II. Thành viên quan sát 3](#_Toc130613039)

[III. Địa điểm quan sát 3](#_Toc130613040)

[a. Các nhóm trên Facebook 3](#_Toc130613041)

[b. Các app tìm quán ăn, đặt đồ ăn 3](#_Toc130613042)

[c. Tại các quán ăn 4](#_Toc130613043)

[IV. Nội dung quan sát 4](#_Toc130613044)

[a. Các nhóm trên Facebook 4](#_Toc130613045)

[1. Quy trình quảng bá 4](#_Toc130613046)

[2. Nhận xét về ưu điểm, khuyết điểm 4](#_Toc130613047)

[b. Các app tìm quán ăn, đặt đồ ăn 5](#_Toc130613048)

[1. Quy trình quảng bá 5](#_Toc130613049)

[2. Nhận xét về ưu điểm, khuyết điểm 5](#_Toc130613050)

[c. Tại các quán ăn 6](#_Toc130613051)

[1. Quy trình quảng bá 6](#_Toc130613052)

[2. Nhận xét về ưu điểm, khuyết điểm 6](#_Toc130613053)

[V. Tổng kết 7](#_Toc130613054)

[VI. Các tính năng cần thiết 8](#_Toc130613055)

[VII. Đánh giá 8](#_Toc130613056)

# Đối tượng quan sát

- Các quán ăn có nhu cầu quảng bá, được nhiều người biết đến, mở rộng tệp khách hàng

# Thành viên quan sát

- Lê Minh Trí – 20120634

# Địa điểm quan sát

## Các nhóm trên Facebook

* Nhóm facebook “Hội Những Người Ở Ký Túc Xá Khu B - KTX ĐHQG TP.HCM”

- Link: <https://www.facebook.com/groups/hoiktxkhub>

- Số lượng thành viên: 169,077 thành viên

* Nhóm facebook “Ăn Uống Shopping Giải Trí Làng Đại Học”

- Link: <https://www.facebook.com/groups/1176483092708602/>

- Số lượng thành viên: 57,687 thành viên

* Trang facebook “Cẩm nang Làng Đại học”

- Link: <https://www.facebook.com/langfvn>

- Số lượt thích: 62,000

- Số người theo dõi: 68,000

## Các app tìm quán ăn, đặt đồ ăn

* App đặt món ăn “Loship”

- Link: <https://loship.vn/welcome/>

- Lượt tải: hơn 1 triệu

* Web, App đặt món ăn “ShopeeFood”

- Link web: <https://shopeefood.vn/>

- Link app: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.deliverynow>

- Lượt tải: hơn 5 triệu

## Tại các quán ăn

* Tiệm trà sữa “AZ Tea”

- Địa chỉ: đường Vành Đai, Đông Hòa, Dĩ An, Bình Dương

* Quán “Lẩu Chay Hai Vị Thanh Minh”

- Địa chỉ: 868 Tô Vĩnh Diện, Đông Hòa, Dĩ An, Bình Dương

# Nội dung quan sát

## Các nhóm trên Facebook

### Quy trình quảng bá

- Tham gia vào các nhóm Facebook liên quan đến ẩm thực hoặc ăn uống trong khu vực địa phương hoặc thị trường mục tiêu của bạn. Ngoài ra, các quán ăn còn có thể liên hệ các trang Facebook, Blog được yêu thích, theo dõi (thường tốn thêm chi phí) để quảng bá thương hiệu, tạo ra các nội dung hấp dẫn để thu hút khách hàng.

- Tạo các bài đăng để cập nhật và quảng cáo thực đơn, khuyến mãi, sự kiện và các món mới. Sử dụng hình ảnh và video thu hút mắt để thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng.

- Chia sẻ hình ảnh và video của món ăn, không khí quán ăn và trải nghiệm của khách hàng trên nhóm. Điều này sẽ cho khách hàng tiềm năng có cái nhìn sơ qua về những gì họ có thể mong đợi khi đến thăm quán ăn của bạn.

- Tạo các bài đăng cho việc đặt hàng, cho phép khách hàng đặt hàng trong phần bình luận của bài đăng.

- Tiến hành khảo sát và thăm dò ý kiến để thu thập phản hồi và sở thích của khách hàng. Điều này sẽ giúp bạn hiểu được nhu cầu và sở thích của khách hàng và điều chỉnh các chiến lược tiếp thị của mình phù hợp.

### Nhận xét về ưu điểm, khuyết điểm

- Ưu điểm:

* Nhận được phản hồi từ khách hàng để cải thiện chất lượng.
* Quảng cáo trên mạng xã hội cho phép các chủ quán ăn nhắm đến đúng đối tượng khách hàng của mình bằng cách chọn các nền tảng phù hợp với sở thích và thói quen của khách hàng.
* Chi phí quảng cáo trên mạng xã hội thường rẻ hơn so với các phương pháp truyền thống như quảng cáo truyền hình, đài phát thanh hoặc báo chí. Các quán ăn có thể đặt ngân sách và chỉ trả tiền cho kết quả mong muốn.

- Khuyết điểm:

* Khách hàng không thể chỉ tìm chọn những món ăn theo nhu cầu vì khả năng lọc, tìm kiếm trên trang mạng xã hội còn hạn chế.
* Quá nhiều bài viết quảng cáo có thể khiến khách hàng mất hứng thú hoặc thậm chí chặn hoàn toàn trang mạng xã hội.
* Các quán ăn không thể kiểm soát hoàn toàn trang mạng xã hội mà họ quảng cáo. Các trang này có thể đăng hoặc người dùng có thể bình luận về những nội dung tiêu cực, độc hại gây ảnh hưởng đến thương hiệu của quán ăn.

## Các app tìm quán ăn, đặt đồ ăn

### Quy trình quảng bá

- Các quán ăn có thể đăng ký tham gia vào các ứng dụng tìm quán ăn để quảng bá. Các thông tin cần cung cấp để đăng ký bao gồm thương hiệu, thực đơn, địa điểm, giờ hoạt động.

- Sau khi đã đăng ký thành công, các quán ăn có thể tiếp tục cung cấp thêm các hình ảnh về các món ăn, không gian quán, ... để thu hút người dùng và giới thiệu dịch vụ của quán. Điều này giúp cho khách hàng có thể dễ dàng tìm hiểu thông tin về quán ăn trước khi đến địa điểm thực tế.

- Khi khai trương hay vào các dịp đặc biệt, các quán ăn có thể cung cấp mã giảm giá hay các chương trình khuyến mãi cho khách hàng sử dụng ứng dụng. Điều này sẽ giúp thu hút khách hàng mới và tạo lòng tin cho khách hàng cũ.

### Nhận xét về ưu điểm, khuyết điểm

- Ưu điểm:

* Tăng hiệu quả quảng bá: Quảng cáo trên ứng dụng tìm kiếm quán ăn có hiệu quả cao trong việc tăng khả năng tiếp cận của quán ăn vì các người dùng ứng dụng đều có mục đích tìm kiếm địa điểm ăn uống.
* Tăng mức độ trung thành của khách hàng: ứng dụng tìm kiếm quán ăn có thể giúp xây dựng tính năng giúp kết nối, ưu đãi cho những khách hàng đã sử dụng ứng dụng này để tìm quán ăn và khuyến khích họ quay lại quán ăn của bạn trong tương lai.
* Quảng cáo trên ứng dụng "tìm kiếm quán ăn" có thể tiết kiệm chi phí hơn so với các phương pháp quảng cáo truyền thống. Nhiều ứng dụng cung cấp các tùy chọn quảng cáo hợp lý, giúp các quán ăn của họ dễ dàng hơn.
* Nhận được phản hồi từ khách hàng để cải thiện chất lượng.

- Khuyết điểm:

* Không phải tất cả khách hàng tiềm năng đều sử dụng ứng dụng tìm kiếm quán ăn, vì vậy các quán ăn có thể bỏ lỡ việc tiếp cận những người dựa vào các phương pháp khác để tìm địa điểm ăn uống.
* Phụ thuộc vào công nghệ: Việc tìm kiếm các ứng dụng ăn uống dựa vào công nghệ, đôi khi có thể gặp lỗi hoặc không đáng tin cậy, khiến các quán ăn bỏ lỡ khách hàng tiềm năng.

## Tại các quán ăn

### Quy trình quảng bá

- Các quán ăn cũng có một số phương pháp thu hút khách qua tại quán của họ:

* Tạo một thực đơn hấp dẫn: Các món ăn phải được chuẩn bị và chế biến tốt, đảm bảo chất lượng và hương vị ngon. Quán nên cập nhật thực đơn thường xuyên để khách hàng có thể thử nhiều món ăn mới.
* Áp dụng kỹ thuật trang trí và thiết kế nội thất phù hợp: Thiết kế không gian nội thất đẹp mắt, sử dụng đèn chiếu sáng tạo điểm nhấn và thêm những chi tiết trang trí để tăng tính thẩm mỹ của quán.
* Đặt các biển hiệu bắt mắt, biểu ngữ thú vị tại vị trí dễ thấy để thu hút sự chú ý của người đi đường.
* Lên kế hoạch cho chương trình khuyến mãi hấp dẫn: Quán nên tạo ra các chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng, ví dụ như giảm giá, tặng quà, phần ăn miễn phí...
* Phát tờ rơi hay đặt các banner giới thiệu dịch vụ, chương trình khuyến mãi hiện có của quán

### Nhận xét về ưu điểm, khuyết điểm

- Ưu điểm:

* Sử dụng biển báo và biểu ngữ bắt mắt có thể thu hút sự chú ý của người đi đường và tăng khả năng quán ăn được nhận diện và chú ý hơn.
* Thiết kế nội thất thẩm mỹ có thể cải thiện trải nghiệm của khách hàng và thu hút khách hàng mới đến quán ăn.
* Sử dụng tờ rơi và biểu ngữ có thể thông báo hiệu quả cho khách hàng về các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt hiện có, khuyến khích họ mua hàng và trở thành khách hàng thường xuyên.

- Khuyết điểm:

* Phương pháp quảng bá này chỉ tiếp cận được một số lượng khách hàng hạn chế, bao gồm những người đi ngang qua quán ăn và có thể không hiệu quả trong việc tiếp cận nhiều đối tượng hơn.
* Chi phí thiết kế và thực hiện bảng hiệu và thiết kế nội thất hấp dẫn có thể cao, điều này có thể không khả thi đối với một số doanh nghiệp nhỏ.
* Tờ rơi và biểu ngữ đôi khi có thể bị khách hàng coi là xâm nhập hoặc gây phiền nhiễu, điều này có thể tác động tiêu cực đến nhận thức của họ về quán ăn.

# Tổng kết

- Thông qua việc quan sát, nhóm nhận thấy rằng quảng bá quán ăn là một yếu tố quan trọng trong việc thu hút khách hàng và nâng cao doanh thu trong ngành ẩm thực. Các phương pháp quảng bá như sử dụng mạng xã hội và các ứng dụng tìm kiếm quán ăn, cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ của quán ăn, sử dụng các biển hiệu, banner và các phương tiện truyền thông truyền thống là những phương pháp hiệu quả để đưa thông tin đến khách hàng.

- Phương pháp hiện đại là sử dụng mạng xã hội và các ứng dụng tìm kiếm quán ăn. Đây là một trong những phương pháp hiệu quả nhất để đưa thông tin đến khách hàng một cách nhanh chóng và tiết kiệm chi phí. Tuy nhiên, để đạt được hiệu quả tối đa, các quán ăn cần đầu tư thời gian và công sức để tạo ra nội dung chất lượng, thu hút khách hàng và nâng cao độ tin cậy trên các nền tảng này.

- Phương pháp truyền thống hơn là cải thiện chất lượng dịch vụ, sản phẩm và không gian của quán ăn. Điều này rất quan trọng để giữ chân khách hàng, đảm bảo họ trở lại và khuyến khích họ giới thiệu cho người khác. Ngoài ra, các quán ăn còn có thể kết hợp sử dụng các biển hiệu, banner để tiếp cận khách hàng. Mặc dù không phải là phương pháp mới nhất, nhưng việc sử dụng các phương tiện truyền thông này vẫn mang lại hiệu quả cao, đặc biệt đối với các quán ăn ở vị trí đông đúc hoặc ở các địa điểm du lịch. Tuy nhiên các phương pháp này lại tốn chi phí khá lớn, không phù hợp với những quán ăn nhỏ.

- Bên cạnh đó, nhóm cũng rút ra được các mong muốn của quán ăn khi quảng bá quán của mình:

+ Quảng bá được thông tin đầy đủ về quán: Các quán ăn mong muốn được quảng bá thông tin đầy đủ về địa chỉ, giờ mở cửa, menu và các thông tin khác liên quan đến quán của mình trên các ứng dụng tìm kiếm quán ăn.

+ Tiếp cận được tệp khách hàng mong muốn.

+ Tương tác và phản hồi với khách hàng: Các quán ăn mong muốn có cơ hội tương tác với khách hàng trên các ứng dụng tìm kiếm quán ăn, nhận được phản hồi và đánh giá từ khách hàng để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ của mình.

+ Tối ưu hóa chi phí quảng bá: Các quán ăn muốn tối ưu hóa chi phí quảng bá của mình trên các ứng dụng tìm kiếm quán ăn, đồng thời đạt được hiệu quả cao nhất từ mức chi phí đó.

# Các tính năng cần thiết

- Đăng thông tin đầy đủ về quán: Ứng dụng cần cung cấp một giao diện đăng ký quán ăn để quán có thể cập nhật thông tin về địa chỉ, giờ mở cửa, menu và các thông tin khác liên quan đến quán của mình. Điều này giúp cho khách hàng dễ dàng tìm kiếm và biết đầy đủ thông tin về quán.

- Tạo cơ hội tiếp cận khách hàng: Ứng dụng cần cung cấp các công cụ để quán có thể tạo cơ hội tiếp cận khách hàng thông qua các chức năng quảng bá trên ứng dụng, bao gồm quảng cáo trên trang chủ, ưu đãi, mã giảm giá, … Điều này giúp quán tiếp cận được nhiều khách hàng hơn, đồng thời tăng khả năng thu hút và giữ chân khách hàng cũ.

- Tương tác và phản hồi với khách hàng: Ứng dụng cần cung cấp các công cụ để quán có thể tương tác và phản hồi với khách hàng trên ứng dụng, nhận được phản hồi và đánh giá từ khách hàng để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ của mình. Điều này giúp cho quán có thể nắm bắt được nhu cầu của khách hàng và tối ưu hóa dịch vụ của mình.

# Đánh giá

- Việc quan sát đối tượng các quán ăn diễn ra thuận lợi, suôn sẻ, đúng kế hoạch và thời gian đề ra.