

**پردیس فنی مهندسی**

**گروه مهندسی کامپیوتر**

|  |
| --- |
| **تهيه كننده: محمدعلی زارع چاهوکی** |

**نسخه 2.0**

**مشخصات تجاری**

پروژه علی‌بابا

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ردیف** | **اصلاحات** | **تاریخ** |
| **1** | **تهیه قالب مشخصات تجاری برای استفاده دانشجویان درس مهندسی نرم‌افزار** | **21/6/95** |
| **2** | **ایجاد نسخه‌ای جدید از مشخصات تجاری برای ثبت اهداف سیستم نرم‌افزاری** | **11/11/95** |
| **3** | **ایجاد نسخه‌ای جدید از مشخصات تجاری برای ثبت اهداف، ویژگی‌ها و موارد کاربری سیستم نرم‌افزاری** | **6/8/96** |
| **4** | **تهیه اهداف تجاری محصول در کلاس مهندسی نرم‌افزار** | **6/7/98** |
| **5** | **مرتب‌سازی و تدوین مواردی که به کمک دانشجویان درس مهندسی نرم‌افزار تهیه شده بود** | **7/7/98** |
| **6** | **تکمیل مستند از منظر ویژگی‌ها و موارد کاربری جهت ارسال به خانم عاصی و دانشجویان مهندسی نرم‌افزار** | **10/7/98** |

**فهرست مطالب**

[1 مقدمه 4](#_Toc473522822)

[2 توصیف محصول نرم‌افزاری 4](#_Toc473522823)

[3 کنشگران و اهداف آنها 4](#_Toc473522824)

[مراجع 9](#_Toc473522835)

# مقدمه

سامانه ایده‌کاو که به هدف کاوش در شبکه‌های اجتماعی در فاز اول، متمرکز بر اطلاعات تلگرام است، در حال حاضر به عنوان موتور جستجوی تلگرام شناخته می‌شود. در این مستند می‌خواهیم طرح تجاری و مشخصات سرویس علی‌بابا مبتنی بر ایده‌کاو را بیان کنیم. دلیل تهیه این مستند، گردآوری ایده‌های مختلف در خصوص این پروژه برای مشورت با دیگران و در صورت لزوم، ارائه به برنامه‌نویسان برای نظر درباره چگونگی پیاده‌سازی می‌باشد. لذا تمرکز در این مستند، برا اهداف، ویژگی‌ها، موارد کاربری و احتمالا قواعد کسب‌وکار برای موفقیت در این پروژه است.

در ادامه ابتدا در فصل دوم، توصیفی خلاصه از این پروژه آورده می‌شود. سپس در فصل سوم، به معرفی و توصیف کنشگران، اهداف آنها، ویژگی‌های سیستم برای رسیدن کنشگران به اهداف و همچنین موارد کاربری برای بیان چگونگی انجام کارها در محصول نرم‌افزاری برای پوشش ویژگی‌ها می‌پردازیم. سپس در فصل چهارم، قواعد کسب‌وکار اصلی در این پروژه بیان می‌شود. سپس برنامه زمان‌بندی انجام کارها در فصل پنجم آورده می‌شود.

# توصیف محصول نرم‌افزاری

ایده اولیه پروژه علی‌بابا توسط دوست عزیزم آقای مجید میرهندی در جلسه هم‌اندیشی مشترکی بیان شد. ایشان تاکید داشتند که ایده‌کاو در حال حاضر خدماتش را اصطلاحا به صوت خام‌فروشی عرضه می‌کند و می‌توان همانند سایت چینی علی‌بابا، رابط مناسبی میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان باشد.

در حال حاضر، تلگرام در ایران به علاوه بر کارکرد شبکه اجتماعی، به ابزاری برای خرید‌وفروش مبدل شده است. چالش اصلی کسب‌وکارها در بستر تلگرام عدم اعتماد کافی فروشنده به خریدار و همچنین مشکل فروشندگان در یافتن مشتری در این بستر می‌باشد. در پروژه علی‌بابا محصولی نرم‌افزاری در سایتی با نام کاوالا (kavala.ir) ارائه می‌شود که اولا با بهره‌گیری از محتواهای تولید شده در گروه‌ها و کانال‌های تلگرامی، سئوی سایت افزایش یابد و افراد به سمت این سایت هدایت شوند. همچنین پس از ورود افراد به کاوالا، تولید کنندگان و فروشندگان تلگرامی، به راحتی وارد صفحه فروشگاه خود شوند که از قبل ایجاد شده است. همچنین خریداران با امتیازهایی که دیگر خریداران به فروشندگان داده‌اند و همچینن با واسطه پولی کاوالا بتوانند با اطمینان بالا خرید خود را با کمترین قیمت انجام دهند.

# کنشگران و اهداف آنها

در این فصل به صورت سلسله مراتبی به بیان کنشگران (قلم مشکلی)، اهداف آنها (قلم سبز)، ویژگی‌های سیستم (قلم آبی) و موارد کاربری در سیستم (قلم نارنجی) می‌پردازیم. از آنجایی که بر اساس این مستند، پروتوتایپ کاوالا با ابزار adobe xd ایجاد می‌شود، لذا تنها به بیان موارد کاربری ‌ای می‌پردازیم که قرار است در فاز اول پیاده‌سازی شوند

1. فروشندگان

منظور از فروشنده، هر شخص حقیقی یا حقوقی در داخل و یا خارج از کشور می‌باشد که کالا و خدماتی را عرضه می‌کند

گسترش بازار، تبلیغ، شناخته شدن و افزایش مشتریان

سئوی مستمر و کارشناسی شده

سینک با گوگل آنالیتیک

برای این ویژگی بسیار خوب است تا با api های گوگل آنالیتیک مشخصات آماری ورود به صفحه کاربر نشان داده شود

مورد کاربری ویرایش پست از منظر سئو

در این مورد کاربری، مدیر فروشگاه (مثلا مدیر کانال و یا گروهی در تلگرام که صفحه متناظرش در کاوالا وجود دارد) و یا کارشناسان سئوی کاوالا، صفحات فروشگاهی را از منظر سئو ویرایش می‌کنند. در ویرایش صفحه از منظور سئو، از آنجایی که بخش عمده‌ای از صفحات کاولا به صورت اتومات ایجاد می‌شوند، در هنگاه ایجاد صفحه، مشخصات سئو درنظر گرفته می‌شود. ولی ازآنجایی که تا بهبود کامل الگوریت خودکار سئو، نیاز به ویرایش صفحه و همچنین دریات بازخورد از کارشناسان سئو می‌باشد، این مورد کاربری نیاز است تا کاربر محتوای صفحه را بهینه نماید.

دریافت مشخصات جرافیایی کسب‌وکارها و مشتری‌ها

کافی هست به صورت دوره‌ای یا تنها یکبار موقعیت جغرافیایی کاربران سایت (فروشندگان و خریداران) به صورت غیر محسوس دریافت شود در در موارد کاربری که نیاز به موقعیت جغرافیایی هست، از آنها استفاده شود.

نمایش مشخصات جغرافیایی در نرم‌افزار

مورد کاربری نمایش موقعیت جغرافیایی مالک کسب‌وکار

در موردهای کاربری که کسب‌وکاری نشان داده می‌شود و یا در نتیجه جستجو و یا نتیجه توصیه به کاربر نشان داده می‌شود، در بسیاری از مواقع بسیار خوب هست که مشخص شود این کسب‌وکار (مثلا فروشگاه کفش)، در کجا (کجاها) قرار دارد تا شاید خریدا بخواهد به صورت حضوری مراجعه کند. نکته اصلی که در کاوالا وجود دارد این است که ما به هیچ وجه نمی‌خواهیم اطلاعات خریدار و فروشنده را از هم مخفی کنیم تا مجبور باشند حتما خریدشان را از طریق ما انجام دهند. ولی می‌خواهیم سرویس جذابی ارائه دهیم که به نفع طرفین باشد تا خرید و فروششان را از مجرای کاوالا انجام دهند.

فرستادن مشخصات جغرافیایی به سرویس‌های نقشه

از آنجایی که ما اطلاعات مربوط به کسب‌وکارها را داریم و توانسته‌ایم مشخصات جغرافیایی آنها را هم به دست آوریم، لذا بسیار خوب هست تا بتوانیم مشخصات کسب‌وکارها و تلفن تماس آنها و دیگرا اطلاعاتشان را به سرویس‌های نقشه گوگل یا ویز و دیگر سرویس‌های نقشه ارسال کنیم تا اگر کسی مثلا در ویز دنبال فلان کتونی فروشی در بانه می‌گردد، بواسطه آنکه آن کتانی فروشی در کاوالا هست، سبب خیر شود و در ویز پیدا شود.

سینک شدن با تلگرام و دیگر شبکه‌های اجتماعی

بسیار خوب خواهد بود تا مثلا اگر مالک کانال کتونی فروشی در کاولا تغییراتی در توضیحات کانالش و یا اجناسش ایجاد می‌کند در کانال تلگرامیش نیز تغییرات ایجاد شود و یا اگر تغییر در قیمت محصولاتش در کاوالا ایجاد می‌کند، پیغام‌های مناسب مبنی بر تخفیف در گروه تلگرامیش و یا در اینستاگرامش برای مشتریانش ارسال شود. البته این فیچر در فاز اول مسلما پیاده‌سازی نخواهد شد ولی در فازهای بعدی، بسیار سبب راحتی کار می‌شود.

نشان دادن بازخورد مرتبط جامعه به فروشگاه داران

به فروشگاه داران بسیار خوب هست که که کسانی که مشتریان بالقوه‌اش هستند، نشان داده شود. از آنجایی که در ایده‌کاو، اطلاعات بسیار خوبی از افراد در تلگرامی داریم، لذا بواسطه اینکه فردی در چه گروه‌هایی در تلگرام عضو هست، چه پیام‌هایی در آن گروه‌ها ارسال می‌شود و یا چه پیام‌هایی آن فرد ارسال کرده است، لذا می‌توان فهمید که مثلا برای فروشنده‌ای که ورق‌های ام‌دی‌اف می‌فروشد، چه افرادی مشتریان خوبی هستند. فروشگاه دار می‌تواند به کمک ایده‌کاو به آنها پیامک ارسال کند و یا آنها را در گروه تلگرامی خودش اد کند

نشان دادن بازخورد مرتبط از فروشندگان به خریداران

البته باید خاطر نشان کرد که امکان دارد فردی که وارد کاوالا شده است هم فروشنده کالا یا کالاهایی خاص باشد و همزمان خود نیز بخواهد نیازهای خود را از دیگر فروشندگان کاوالا تامین کند. خریداران با توجه به اینکه در چه گروه‌هایی عضو هستند و ...، ایده‌کاو می‌تواند تشخیص دهد که آنها به چه کالاها و خدماتی نیاز دارند، لذا در کاوالا می‌توان به نحو مناسبی، تامین کنندگاه نیازشان را به آنها نشان داد.

قیف فروش

برای اینکه بتوانیم به خریداران پیشنهادهای بسیار جذابی بدهیم که خرید با صرفه‌تری داشته باشند و از طرفی دیگر، فروشندگان نیز از قبل فروش اجناس بیشتر منتفع شوند، این ویژگی لازم می‌باشد. هرچند در نسخه‌های اولیه این ویژگی احتمالا مدنظر نخواهد بود، ولی در توسعه و فروش بهتر سیستم حتما در نظر گرفته خواهد شد.

داشبورد تحلیل قیمت

در این ویژگی که از دو منظر می‌توان آن را درنظر گرفت، اطلاعات تحلیلی مفیدی می‌توان به خریدار و یا فروشنده ارائه داد. این ویژگی‌ها هم در نسخه‌های اولیه کاوالا مدنظر نخواهد بود.

پشتیبانی سایت توزیع شده

پشتیبان‌های سایت، یعنی کسانی که به درخواست‌های مشتریان و یا فروشندگان به صورت تلفنی، ایمیل، تیکت، تلگرام و دیگر روش‌های ارتباطی، پاسخ می‌دهند به صورت متمرکز در محل کاوالا مستقر نخواهند بود

ارسال سفارشی شده

بسیاری از خریداران مثلا چنانچه بخواهند کادوی تولید و یا ... برای دوستانشون ارسال کنند، با بهره‌گیری از ویژگی در کاوالا می‌توان خرید و شکل ارسال دلخواهی (کادو و بسته‌بندی، ارسال به صورت سورپرایز و ....) داشته باشند

* فروشندگان کاوالا

ای نوع از فروشندگان به واسطه قرارداد کاوالا با آنها، مشتری ویژه کاوالا می‌باشند. لذا تمامی سعی کاوالا بواسطه شراکت با آنها در بازاریابی این مشتریان در بستر پیامک، پیام صوتی و تلگرام می‌باشد.

دریافت تبلیغات خاص از کاوالا و ایده‌کاو

فروش انحصاری

فروش کالا به صورت عمده

* فروشندگان تلگرامی و غیر تلگرامی

این نوع از فروشندگان، در تلگرام، مدیر گروه یا کانالی هستند که کانال و گروه انها توسط ایده‌کاو شناسایی شده است. این فروشندگان به احتمال زیاد، تجربه فروش در تلگرام، اینستاگرام و یا دیگر سایت‌ها را دارند و البته در یافتن اولیه این فروشندگان، مرجع ما تلگرام خواهد بود. لذا این فروشندگان با چالش‌های تلگرام مواجه بوده‌اند و می‌خواهد در بستر کاوالا از این چالش‌ها گذر کنند.

فروش بدون هزینه‌های بازاریابی

در حال حاضر، فروشندگان تلگرامی برای فروش بایستی همواره در حال بازاریابی باشند. چراکه تلگرام فضای بسته‌ای می‌باشد و کسب‌وکارها را نمی‌توان با جستجو در آن پیدا کرد. لذا معرفی شدن بستری مانند کاولا، این امکان را به فروشندگان تلگرامی می‌دهد تا با آمدن کسب‌وکارشان در بستر سایت، از طریق گوگل نیز پیدا شده و در داخل کاولا نیز قابل جستجو باشند.

تحلیل انواع روش‌های تبلیغات بر فروش و بازدید مشتریان

هرچند فروشندگان همواره بازاریابی را در نظر دارند، تحلیل اثربخشی بازاریابی‌هایی که انجام داده‌اند، بسیار برایشان مهم است

ارسال راحت، امن و مطمئن به مشتری

در کاوالا، ویژگی‌هایی مانند پرداخت پول در محل (Cash on Delivery)، انبار برای فروشندگان، ارسال با بهترین شبکه پستی و هر امکانی که گرفتاری فروشنده را از ارسال اجناس کم می‌کند، درنظر رگفته می‌شود.

پرداخت پول در محل

انبار مرکزی و منطقه‌ای کاوالا

این ویژگی که کاولا انباری داشته باشد تا فروشندگان ابتدا اجناس خود را به آنجا منتقل کنند و کار بسته‌بندی و ارسال توسط کاولا انجام شود، مسلما در نسخه‌های اولیه نخواهد بود ولی در ادامه می‌تواند به صورت جدی مدنظر باشد

فروش هر چه بیشتر

مبادله پایاپای

تخفیف‌های هدفمند (قیق فروش و بن تخفیف و ...)

دریافت بازخورد مشتریان از محصولات خود

دریافت بازخورد مشتریان از دیگر فروشندگان

1. مشتری‌ها

یافتن محصولات و مقایسه آنها

جستجو در بستر elastic search

مورد کاربری صفحه خانگی

با وارد شدن به سایت کاوالا، مشتری باید احساس راحتی و سادگی کار را داشته باشد. اینکه مشتری با انبوهی از محصول‌ها بمباران تبلیغاتی شود به نظر خوب نمی‌رسد و این هم که نداند به کجا آمده است و می‌تواند اجناسی با قیمت‌های خوب بخرد خوب نیست. البته باید توجه داشت که صفحه فرود مشتریان به کاوالا، سئو و یا تبلیغات دیگری است که صفحه کالایی خاص از فروشنده‌ای خاص، صفحه فرود می‌باشد.

لذا مهمترین بخشی که صفحه خانگی دارد، این است که کاربر بتواند به راحتی جستجو بزند هرچند که مسلما بخشی از محصولات کاوالا نیز قابل مشاهده خواهند بود.

در صفحه خانگی باید مشتری با هدف کاوالا که همان، خریدهای گسترده و ارزان تلگرامی بر بستر امن است، آشنا شود.

مقایسه چند محصول

دریافت بازخورد محصولی از کاوالا (بواسطه خرید دیگران)

این ویژگی با دو رویکرد قابل پیاده‌سازی است. روش اول همانند اتفاقی است که در اکثر فروشگاه‌ها روی می‌دهد. یعنی با توجه به خریدهای گذشته و ایکه مثلا کاربرانی که این محصول را خریده‌اند، اکثرا چه محصل دیگری را خریده‌اند، به مشتری پیشنهاد مناسب داده شد

دریافت بازخورد محصولی از کاوالا (بواسطه عضویت در گروه‌های تلگرامی)

از آنجایی که ما در ایده‌کاو می‌دانیم هر کاربری در چه گروه‌های تلگرامی عضو است و در آن گروه‌ها چه پیام‌هایی ارسال می‌شود و احیانا کاربر چه پیام‌هایی ارسال میکند، می‌توان از علایق پنهانی کاربر مطلع شد و بواسطه آنها به مشتری بازخورد برای خرید محصول جدید ارائه داد

آگاهی از کیفیت کالا و فروشنده آن

ترغیب مشتریان برای گذاشتن کامنت درباره محصول و برخورد فروشنده

ارسال ایمیل، پیامک، تلگرام، تماس تلفنی، پیام صوتی و ... برای دریافت بازخورد

درک و لمس ماهیت و کیفیت محصول

نمایش عکس از زاوبه‌های مختلف و قرار گرفتن ویدئوهای معرف محصول

نشان دادن بازخورد مرتبط به فروشگاه داران و محصول (تکراری)

خرید امن و راحت

پرداخت در محل

پس‌دادن کالا در صورت عدم تطابق

این ویژگی از ویژگی‌های اصلی در کاوالا می‌باشد که در فاز اول می‌بایست پیاده‌سازی شود. لذا چنانچه فروشنده برای محصول خود ویژگی‌هایی تعریف کرده است که در زمان دریافت تطابق وجود نداشته باشد، خریدار می‌تواند جنس را تحویل نگرفته و یا آن را بازپس بفرستد. از این رو ویژگی‌ای مانند پرداخت پول در زمان تحویل می‌تواند پیچیدگی‌های این ویژگی‌ را بسیار کاهش دهد.

برای پس دادن کالا پس از مدتی مثلا یک روز یا یک هفته باید مقرراتی تعریف شود که امکان داوری آنها وجود داشته باشد. در این خصوص می‌بایست تحقیقات بیشتری از سایت علی‌بابا و دیگر سایت‌های مشابه انجام شود

اطلاع‌رسانی از مراحل خرید

این که از طریق کاوالا به کاربر اطلاع داده شود که محصول خریداری شده‌اش الان در چه وضعیتی است و تغییر وضعیت و مشکلاتی که در طول مسیر نرمال پیش میادید به مشترب اطلاع داده شود، بسیار می‌تواند در نگرش مشتری در خرید امن تاثیرگذار باشد

خرید محصول با بیشترین کیفیت و کمترین قیمت

عقیده‌کاوی از بازخوردهای کاربران در خصوص فروشندگان و محصولات آنها

این ویژگی مسلما در فازهای اول کاوالا پیاده‌سازی نمی‌شود.

نشان دادن بازخورد مرتبط به فروشگاه داران و محصول (تکراری)

تطبیق محصولات با هم

از آنجایی که محصولاتی که در کاولا عرضه می‌شود توسط فروشندگان مختلفی و با گاها با اسامی مختلف عرضه می‌شود، لذا بسیار مهم است تا در فازهای بعدی در کاوالا، امکان مشابه‌یابی محصولات در میان مخصوصا محصولاتی که توسط فروشندگان تلگرامی انجام می‌شود، انجام پذیرد. لذا با مرتب سازی بر اساس قیمت می‌توان محصولی را با کمترین قیمت پیدا کرد.

1. بازاریاب‌های افیلیت

ایجاد کردن لینک برای هر محصوب برای بازایاب‌های افیلیت امکان جذابی می‌تواند باشد تا فروش محصولات در کاوالا افزایش یابد. احتمالا در فاز اول ویژگی‌های مربوط به این کنشگران پیاده‌سازی نخواهد شد.

راحتی ثبت‌نام و کاربری

دریافت سود خوب

یافتن محصولاتی که به جامعه شنوندگان آنها، ارتباط بیشتری داشته باشد

1. کارشناس سئو

در ابتدای شروع کاوالا و در بلندمدت، افرادی که وظیفه سئوی کاوالا را بر عهده دارند، کارشناس سئوی کاوالا نامیده می‌شوند. این افراد با احتمال بسیار در روزهای اول شروع به کار کاولا، کار خود را شروع خواهند کرد و محتواهایی که به صورت خودکار توسط ایده‌کاو ایجاد شده است را ویرایش می‌کنند و بر اساس مجوع نظرات آنها، الگوریتم‌های تولید محتوای سئوی ایده‌کاو اصلاح می‌شود.

قرار دادن راحت محتوا

مشابه امکانات بسیار راحتی که در سایت‌هایی که به صورت رایج با وردپرس ایجاد می‌شود، کارشناس سئو بتواند محتوا در کاوالا قرار دهد

ارائه راحت بازخورد به محتوهای خودکار ارسالی از ایده‌کاو

در موردهای کاربری که برای قراردادن محتوا و یا ویرایش محتوا برای کارشناس سئو تدارک دیده می‌شود، این هدف و یا ویژگی می‌بایست منظور شود

1. مرکز تماس

کارشناسان مرکز تماس که مسلما به صورت غیر متمرکز با کاوالا همکاری دارند باید دسترسی‌های خاصی به اطلاعات فروش و فروشندگان و خریداران داشته باشند تا بتوانند با اثربخشی بالا پاسخگوی دیگر کنشگران کاولا باشند

آگاهی از میزان اثربخشی و سهیم شدن در فروش

چنانچه بتوان کاری کرد که کارشناس مرکز تماس بسیار با علاقه و انگیزه با مشتریان صحبت کند به گونه‌ای که علاوه بر سنجش رضایت مشتریان از عملکردشان بتوان آنها را به نوعی در فروش سهیم کرد که با خلاقیت و ارتباط موثرتر با مشتریان و فروشندگان بتوانند سبب رونق خرید و فروش در کاوالا شوند

راحتی در برخورد با مخاطبین

چنانچه مشتری که تماس گرفته است برای کارشناس مرکز تماس ناآشنا نباشد و بتواند علاوه بر تلفن، با روش‌های دیگری توضیحات را برای مشتریان و فروشندگان ارسال کند (مثلا ارسال توضیحات ویدئوی در تلگرام) می‌تواند احتمالا با انرژی کمتر اثربخشی بالاتری داشته باشد

پاسخگویی 7x24

1. ادمین‌ها و مدیران سایت

دانستن روند کارها

پیش‌بینی اتفاقات در آینده با روند کنونی

پشتیبان گیری سریع، مداوم

بالا بودن سامانه در شرایط مختلف کرش

1. تحلیلگران بازار

پیشنهاد کالاهایی که فروش مناسبی دارند

آگاهی از سلایق جاری مشتریان

پیش‌بینی سلایق آتی مشتریان

1. دیگر کنشگران

در فازهای بعدی کاوالا، می‌توانند کنشگران دیگری نیز مطرح شوند و یا ممکن است در نسخه‌های بعدی این مستند، کنشگران دیگری نیز اضافه شوند. لذا از آنجایی بسیاری از این کنشگران پس از رشد بالای کاوالا مطرح می‌شوند، در این مستند تنها نامی از آنها برده می‌شود تا در ادامه بتوان آنها را یادآوری کرد.

دفاتر نمایندگی کاوالا فروش، کارشناس بیمه، وکیل و کارشناس حقوقی، خدمات پس از فروش، زنجیره تامین، نیازمندان داده، بازاریاب‌های حضوری، بازاریاب‌های دییجیتال، منابع انسانی و حراست، حمل‌ونقل، سهام‌داران کاوالا، انباردار، حسابدار، کنترل کیفیت،

# مراجع

[1] Alibaba.com, seen at 2019-09-20.