

# شاپینو

پروژه تحلیل و طراحی سیستم



## فهرست

2	گزارش کار جلسه اول
3	معرفی تیم
3	تایین وظایف
4	بررسی هدف پروژه
4	بررسی بازار کار
4	بررسی هزینه ها
4	بررسی جامعه هدف
5	گزارش کار جلسه دوم
6	تعریف یوزر استوری
7	نحوه کار با یوزر استوری
7	آموزش نوشتن یوزر استوری
8	یوزر استوری های پروژه شاپینو
12	گزارش کار جلسه سوم
13	طراحی سایت چیست
13	مراحل طراحی سایت
14	انواع طراحی سایت
15	طراحی شاپینو تسک ها
16	گزارش کار جلسه چهارم
17	تجاری سازی
17	رابط کاربری
22	سئو
25	گزارش کار جلسه پنجم
26	امنیت
28	تبلیغات
28	مجوز ها
29	گزارش کار جلسه ششم
30	جدول برنامه ریزی و گانت چارت

## گزارش کار جلسه اول

تاریخ : 1401/8/23

اعضای جلسه : مرتضی محمدخانی ، عرفان آقاییگی ، آرش نیکسیر ، سید احمد رضا رضوی مقدم

+ بررسی اهداف پروژه

+ بررسی های اولیه و پیشنیاز ها پیرامون پروژه

+ تعیین وظایف اعضا با توجه به دانش و مهارت های هر شخص

+ برنامه ریزی های اولیه برای انجام پروژه

+ تعیین چارت زمانی و زمان بندی برای آماده سازی پروژه

شاپینو: پروژه فروشگاه مواد غذایی ارگانیک و فراورده های کشاورزی

مالک محصول: مرتضی محمدخانی

مدیر اسکران: مرتضی محمد خانی

اعضای تیم اسکران: عرفان آقابییگی, سید احمد رضا رضوی مقدم, آرش نیکسیر

تعیین وظایف اعضای اسکران:

1. مرتضی محمد خانی: طراحی سرور و بک اند (سمت سرور)
2. عرفان آقابییگی: طراحی سایت و فرانت (سمت کاربر)
3. احمد رضا رضوی مقدم: طراحی آیکون و کارهای گرافیکی و تولید محتوا
4. آرش نیکسیر: جمع آوری اطلاعات و داده های مورد نیاز

## هدف

هدف از انجام این پروژه ایجاد یک بازار برای محصولات اورگانیک است. با توجه به نبود یک بازار متمرکز برای این بخش با توسعه این پروژه میتوان یک بازار بی رقیب برای این محولات ایجاد کرد علاوه بر سود سرشار این مجموعه میتوان بازار فروش محصولات اورگانیک را هدف مند کرد و رونق زیادی به این بخش داد.

## برسی بازار کار

اینروز ها با توجه به افزایش حجم بیماری هایی همچون دیابت و سرطان به دلیل مصرف بیش از اندازه مواد خوراکی ناسالم عده بسیار زیادی از مردم به سمت محصولات اورگانیک روی آورده اند. به همین دلیل امروزه بازار فروش محصولات اورگانیک بسیار پررونق شده است. طبق گزارش دبیر انجمن اورگانیک ایران گردش مالی مبادلات سالانه مواد غذایی اورگانیک در سطح جهان بیش از پنجاه میلیون یورو است. تعداد فروشگاه های اورگانیک در ایران بسیار اندک است ( حدود 15 فروشگاه ) از این رو با توجه به حجم انبوه تقاضا و حجم کم فروشگاه ها میتوان گفت که این تجارت میتواند در ایران بسیار سودمند و پر رونق باشد.

## برسی هزینه ها

با توجه به این که این پروژه توسط اعضای گروه انجام میشود نیازمنده هزینه خاصی نیست تنها هزینه این پروژه شامل اجاره و خرید سرور میباشد.

## بررسی میزان سودهی

در قسمت بازار کار مشاهده کردیم که این تجارت بسیار سودمند و پر طرفدار است ما میتوانیم در این پلتفرم با دریافت حق اشتراک از فروشنده های محصولات اورگانیک صاحب درآمد خوبی باشیم همچنین میتوانیم از گردش مالی فروشندگان سایت سود سرشاری کسب نماییم.

## بررسی جامعه هدف

همینطور که در قسمت قبل توضیح دادیم امروزه محصولات اورگانیک شامل گروه خاصی از افراد نمیشود و تمام اغشار جامعه جزء جامعه هدف ما میباشد و محصولات اورگانیک مربوط به رده سنی خاصی نیست پس میتوان فروش این محصولات را به تمام گروه های سنی و افراد گسترش داد.

## گزارش کار جلسه دوم

تاریخ : 1401/8/30

اعضای جلسه : مرتضی محمدخانی ، عرفان آقاییگی ، آرش نیکسیر ، سید احمد رضا رضوی مقدم

+ بررسی داستان کاربر

+ ایجاد داستان های کاربر اولیه

+ بررسی داستان های کاربر و پیشنهاد های آن

+ پردازش اولیه داستان های کاربر

## User story:

یوزر استوری (User Story) توصیفی کلی و غیر رسمی از قابلیت در یک نرم افزار است که از نقطه نظر کاربر یا مشتری نوشته می شود. اگر بپرسید هدف از نوشتن یوزر استوری چیست، به شما خواهیم گفت که هدف غایی آن، فراهم آوردن بستر لازم برای ارزش سازی برای مشتریان، به شکلی به خصوص است. در نظر داشته باشید که وقتی می گوئیم «مشتری»، صرفاً راجع به کاربران و مخاطبان سنتی یک محصول صحبت نمی کنیم، بلکه ممکن است مشتریانی داخلی یا همکارانی در سازمان داشته باشید که متکی بر تیم شما هستند.

یوزر استوری در قالب چند جمله و با ادبیاتی بسیار ساده نوشته می شود و بر خروجی مطلوب یک ویژگی تمرکز دارد. در یوزر استوری خبری از هیچ گونه جزئیات نیست و پیش نیازها، بعداً و پس از دستیابی به توافقی تیمی، به آن اضافه می شوند. این دست از استوری ها سازگاری کامل با فریمورک های مختلف [مدیریت چابک](#) مانند [اسکرام](#) و [کانبان](#) دارند. در اسکرام، طی [اسپرینت](#) ها است که تیم توسعه به سراغ یوزر استوری ها می رود. در کانبان نیز، تیم ها یوزر استوری ها را در [بک لاگ](#) [محصول](#) قرار و سپس از میان جریان کاری خود عبور می دهند. همین رسیدگی به یوزر استوری ها است که باعث می شود تیم های اسکرام قادر به دستیابی به تخمین های زمانی دقیق تر، برنامه ریزی بهتر برای اسپرینت ها و چابکی هرچه بیشتر باشند. به لطف استوری ها، تیم های کانبان می توانند نحوه رسیدگی به کارهای در جریان Work-in-Progress یا به اختصار WIP را بیاموزند و جریان کاری خود را بیش از پیش بهبود دهند.

یوزر استوری ها را ضمناً می توان بلوک های سازنده فریمورک های بزرگ تر چابک مانند اپیک ها (Epics) و ابتکارها (Initiatives) به حساب آورد. اپیک ها وظایفی بزرگ هستند که به مجموعه ای از استوری ها تقسیم می شوند و از سوی دیگر، چندین اپیک با قرارگیری کنار یکدیگر، یک ابتکار را شکل می دهند. این ساختارهای بزرگ تر باعث حصول اطمینان از این می شوند که امور روزمره تیم توسعه، به اهداف غایی سازمان کمک می کنند.

برخی از کلیدی ترین مزیت های یوزر استوری ها به شرح زیر است:

- باقی ماندن تمرکز بر کاربر: فهرستی از کارهایی که باید انجام شود، باعث می شود تیم روی وظایف ضروری متمرکز باقی بماند. اما مجموعه ای از استوری ها سبب می شوند که تیم روی حل مساله برای کاربران واقعی متمرکز باشد.
- مشارکت در تیم: وقتی هدف غایی ترسیم شده باشد، اعضای تیم می توانند با یکدیگر همکاری و راجع به نحوه خدمت رسانی به مشتری و رسیدن به هدف تصمیم گیری کنند.
- ارائه راهکارهای خلاقانه: استوری ها تیم توسعه را مجبور به [تفکر انتقادی](#) و خلاقانه راجع به نحوه رسیدگی به امور می کند.

- شکل‌گیری گشتاور: با پشت سر گذاشتن وظایف مربوط به هر استوری، تیم توسعه از یک چالش کوچک و یک پیروزی کوچک لذت می‌برد و به این ترتیب، گشتاور افزایش می‌یابد.

## نحوه کار با یوزر استوری‌ها

زمانی که یک استوری نوشته شد، نوبت به تعبیه آن در جریان کاری تیم می‌رسد. به صورت معمول، نوشتن هر استوری بر عهده **مالک محصول**، **مدیر محصول** یا مدیر برنامه است و سپس مورد بازنگری قرار می‌گیرد. در جریان یک اسپرینت یا جلسه برنامه‌ریزی اسپرینت، تیم راجع به استوری‌هایی که در این برهه توسعه به سراغ آن‌ها خواهد رفت تصمیم‌گیری می‌کند. در این مرحله، اعضای تیم به مباحثه راجع به پیش‌نیازها و کارکردهای مورد نیاز هر یوزر استوری مشغول می‌شوند. در واقع این فرصتی برای تیم است تا به ابعاد فنی و خلاقانه در فرایند پیاده‌سازی استوری فکر کند. زمانی که توافق نظری کلی حاصل شد، پیش‌نیازها هم به هر استوری افزوده می‌شوند. یک گام رایج دیگر در چنین جلساتی، امتیاز دادن به استوری‌ها براساس میزان پیچیدگی یا مدت‌زمان مورد نیاز برای رسیدگی به آن‌هاست. تیم‌های توسعه از واحدهای اندازه‌گیری مختلفی مانند سائز تی‌شرت‌ها یا دنباله فیبوناچی برای امتیاز دادن به استوری‌ها و تخمین زدن میزان وقت و تلاش مورد نیاز خود استفاده می‌کنند.

## قالب و مثال‌های یوزر استوری

یوزر استوری‌ها معمولاً در قالب جملاتی ساده نوشته می‌شوند و ساختاری مشابه آنچه در ادامه آورده‌ایم دارند: به عنوان یک [پرسونا]، من [می‌خواهم که...]، [تا این‌طور شود...].

## چطور یوزر استوری‌ها را بنویسیم؟

- معنای پایان یافتن: استوری معمولاً زمانی به «پایان» می‌رسد که کاربر قادر به انجام دادن کار مورد نظر باشد، اما باید اطمینان حاصل کرد که تعریفی واضح برای آن کار وجود دارد.
- مشخص کردن وظایف و وظایف خرد: لازم است به تصمیم‌گیری راجع به گام‌هایی که باید برداشت و همین‌طور شخص یا اشخاص مسئول هر گام مشغول شد.
- مشخص کردن **پرسونای** کاربران: قابلیت مورد نظر برای چه کسی ساخته می‌شود؟ اگر چندین مشتری مختلف مد نظر تان است، چندین استوری مختلف بنویسید.
- گام‌های ضروری: یک استوری برای هر گام در فرایندی بزرگ‌تر بنویسید.
- گوش دادن به بازخوردها: با کاربران خود مکالمه و مشکلات یا نیازهایشان را شناسایی کنید. وقتی می‌توان مستقیماً به سراغ مشتریان رفت، نیازی نیست که استوری‌ها را با حدس و گمان بنویسید.



- توجه به زمان :زمان موضوعی حساس است. بسیاری از تیم‌های توسعه ترجیح می‌دهند اصلا راجع به زمان‌بندی‌ها صحبت نکرده و صرفا برای تخمین‌های خود متکی باشند. از آن جایی که استوری‌ها را باید بتوان در یک اسپرینت به پایان رساند، استوری‌هایی که چندین هفته یا ماه زمان می‌برند باید به استوری‌های خردتر تقسیم شده و خود، یک اپیک به حساب آیند.

## شاپینو

1. من به عنوان مالک پروژه می‌خواهم که بازاری برای فروش محصولات اورگانیک ایجاد کنم تا فروشندگان این محصول بتوانند محصولات خود را در این بازار عرضه کنند.

پیش نیاز : ایجاد غرفه های مستقل تا فروشندگان بتوانند محصولات خود را در ان عرضه کنند .

پردازش : برای ایجاد این قابلیت ما احتیاج به ساخت غرفه های مجازی برای فروشندگان محصولات هستیم تا هر فروشنده بتواند محصولات خود را در غرفه خود به عرضه بگذارد

Str	اسم غرفه
Num	ایدی غرفه
Str	اسم مالک غرفه
Str	آدرس مالک
Num	شماره مالک
Str	مجوز مالک

پس نیاز : برای این منظور ما باید به فروشندگان دسترسی بدهیم تا بتوانند محصولات خود را در غرفه عرضه کنند .  
برای این منظور ما احتیاج به ثبت نام و احراز هویت فروشندگان نیز می‌باشیم.

2. من به عنوان یک فروشنده می‌خوام که به توانم به سادگی محصولات خود را عرضه کنم تا کاربران به راحتی از من خرید کنند .

پیشنیاز : ایجاد پنل اختصاصی برای فروشندگان محصولات تا بتوانند به راحتی محصول خود را در غرفه عرضه کنند فقط باید توجه کرد که پیچیدگی زیادی نداشته باشد.

پردازش : ایجاد پنل اختصاصی تا فروشندگان بتوانند محصولات خود را در آن وارد کنند (اطلاعاتی شامل تصویر محصول ، نام ، قیمت ، اطلاعات تکمیلی و توضیحات محصول )

اسم محصول	Str
قیمت	Num
موجودی	Str
عکس محصول	Input
توضیحات ( وزن ، حجم ، تعداد ، نوع و ... )	Str
مجوز های محصول	Str
تاریخ تولید و انقضا	Date
اطلاعات کالا (خواص ، کاربرد و...)	Str

پس نیاز : ایجاد ساز و کاری برای انتقال اطلاعات از پنل اختصاصی به دیتابیس و دسته بندی آنها و بارگذاری آن در غرفه فروشنده .

3. من به عنوان یک خریدار میخواهم سریع تر بتوانم محصول خود را خریداری کنم تا بتوانم به بهترین شکل خرید خود را انجام دهم .

پیشنیاز : برای خرید راحت میتوانیم یک پنل برای ذخیره اطلاعات هر کاربر ایجاد کنیم تا هنگام خرید سریع تر محصول را سفارش دهند .

پردازش : ایجاد بخش ثبت نام برای کاربران و دریافت اطلاعات آنها

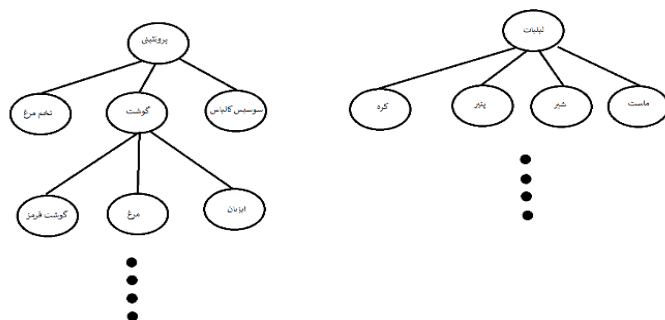
اسم کاربر	Str
شماره تماس کاربر	Num
رمز عبور	Pass
نام کاربری	Str
ایمیل	Email
آدرس	Str
کد پستی	Num
اطلاعات تکمیلی (اختیاری) ، سن ، شماره ملی ، شماره حساب	Str

پس نیاز : ذخیره اطلاعات کاربران در دیتابیس تا هنگام خرید کاربر دیگر احتیاج به وارد کردن آنها نداشته باشد

4. من به عنوان یک کاربر میخواهم دسته بندی محصولات را ببینم تا بتوانم راحت تر محصول مورد نظر خود را پیدا کنم.

پیشنیاز : ایجاد سازو کاری برای طبقه بندی محولات برای این منظور میتوان در هنگام وارد کردن محصولات توسط فروشنده از او بخواهیم نوع دسته بندی محصول را وارد کند .

پردازش : ایجاد یک طبقه بندی از تمام محصولات اورگانیک به این صورت که تمام انواع مختلف را در گروه های متفاوت تعریف کرده تا فروشنده در هنگام ورود اطلاعات محصول بتواند نوع ان را و دسته ای که در ان قرار میگیرد را مشخص کند .



مثالی از این نوع طبقه بندی :

پس نیاز : ایجاد رابط کاربری ساده و تیبل بندی برای دسترسی اسان به محصول مورد نظر

5. من به عنوان یک کاربر میخواهم نظرات و تجربیات استفاده دیگر خریداران محصول مورد نظر خود را ببینم تا بتوانم به درستی برای خرید محصول تصمیم گیری کنم .

پیشنیاز : ایجاد یک سازو کار برای کاربران که بتوانند پس از استفاده از ان محصول راجب ان نظر بدهند .

پردازش : ایجاد بخش اشتراک نظرات کاربران به طوری که تنها کسانی که در سایت ثبت نام کرده اند قادر به ثبت نظر باشند . همچنین ما احتیاج به سازو کاری داریم که به توان به نظرات پاسخ داد چه توسط مدیر فروشگاه و یا توسط دیگر کاربران سایت .

نام کاربر	Str
امتیاز کاربر به محصول ( 1 تا 5 )	num
عنوان نظر	Str
متن نظر	Str
کاربر این محصول را خرید کرده یا خیر	Check box
فایل پیوست ( عکس و فیلم ) از محصول	Input

پس نیاز : ذخیره نظر در دیتابیس و سپس بررسی ان توسط مدیر سایت و در صورت تایید مدیر و درست بودن مطالب قرار دادن نظر در سایت ( ایجاد سازوکاری در پنل مدیر برای بررسی نظرات و تایید انها برای قرار گیری در سایت )

گزارش کار جلسه سوم

تاریخ : 1401/9/7

اعضای جلسه : مرتضی محمدخانی ، عرفان آقابیگی ، آرش نیکسیر ، سید احمد رضا رضوی مقدم

- + بررسی طراحی سایت
- + بررسی مراحل طراحی سایت
- + بررسی وظایف طراح سایت
- + انواع طراحی سایت
- + طراحی اولیه شاپینو با توجه به پیش نیاز ها
- + ایجاد تسک ها

## طراحی سایت چیست؟

طراحی سایت یا وب دیزاین Web-Design به مراحل طراحی و ساخت یک پایگاه اینترنتی جهت اطلاع رسانی، معرفی شرکت و ارائه محصولات آن گفته می شود. طراحی وب سایت یک پروسه است که از لایه سازی صفحات وب، تولید محتوا، طراحی گرافیکی و رعایت اصول سئو تشکیل شده است. پیش از بررسی مراحل طراحی وب سایت، به مختصری از تاریخچه طراحی آن می پردازیم.

## مراحل طراحی سایت چیست؟

همان طور که بیان شد، طراحی وب سایت به معنی طراحی، ساخت و راه اندازی یک وب سایت یا بهینه سازی یک سایت قدیمی در بستر اینترنت است Web Design. (وب دیزاین) شامل 4 مرحله اصلی است که در ادامه هر کدام را شرح می دهیم.

### مرحله 1: طراحی وایر فریم

ابتدا با توجه به نوع سایت و نیاز مشتری، یک نمای کلی از سایت طراحی می کنیم. این نما شامل یک نقشه کلی از صفحات سایت و تعیین جایگاه و چیدمان المان ها و عناصر مختلف است. این مرحله از طراحی وب سایت «طراحی وایر فریم» نام دارد.

### مرحله 2: طراحی گرافیک سایت

پس از مشخص شدن محل قرارگیری عناصر سایت، باید سایت را طراحی کنیم. در این مرحله با توجه به نوع کسب و کار اینترنتی و با استفاده از نرم افزارهای مخصوص رنگ بندی و گرافیک سایت طراحی می شود.

### مرحله 3: کدنویسی و برنامه نویسی

با توجه به سایت طراحی شده و نیاز مشتری، در این مرحله می توان از روش های مختلفی برای مدیریت سایت استفاده کرد. سیستم های مدیریت محتوا مانند وردپرس و یا طراحی یک فریم ورک اختصاصی برنامه نویسی. تصمیم گیری در این بخش براساس هزینه ها و نیاز مشتری صورت می گیرد.

### مرحله 4: راه اندازی سایت

پس از انجام 3 مرحله قبل، به راه اندازی سایت در بستر جهانی اینترنت می پردازیم. در این مرحله پس از تهیه یک «هاست» و «نام دامنه مناسب»، سایت را پیکربندی کرده و در دسترس عموم قرار می دهیم.

## وظایف طراح سایت چیست؟

وظایف یک طراح سایت به این بستگی دارد که مسئولیت طراحی و ساخت کدام قسمت سایت را بر عهده دارد. برای راه اندازی یک سایت حرفه ای، به دو تیم یا دو شخص نیاز است. یک تیم برای طراحی شکل و ظاهر سایت و یک تیم برای طراحی کدهای سرور و کدهایی که برای کاربران قابل دیدن نیستند.



## انواع طراحی سایت

در قسمت قبل با مفهوم Frontend (فرانت اند) و Backend (بک اند) سایت آشنا شدیم. اکنون به بررسی انواع طراحی وب سایت می پردازیم. سایت ها به دو دسته کلی ایستاتیک (Static Website) و دینامیک (Dynamic Website) تقسیم می شوند.

### در سایت های ایستاتیک یا ایستا:

تنها قسمت فرانت اند انجام می شود، یعنی مطالب و محتویات سایت تنها یک بار جمع آوری شده و هر کدام از صفحات سایت، جداگانه طراحی و بارگذاری می شوند. در این سایت ها هر گونه تغییر باید توسط طراح و کارشناس سایت انجام شود. از این مدل معمولا برای طراحی وب سایت های معرفی (که تا مدت ها محتوای آن تغییر نمی کند) استفاده می شود.

### سایت دینامیک یا پویا:

در طراحی این سایت ها هر دو بخش فرانت اند و بک اند برنامه نویسی می شوند. سایت های پویا نیاز به تغییر مداوم محتوا دارند و باتوجه به کاربرد سایت، طراحی شده و توسعه پیدا می کنند. در سایت های دینامیک برنامه نویسی بک اند، وظیفه پویاسازی وب سایت را بر عهده دارد و باید اسکریپتی را طراحی کند که سایت به طور کامل پویا باشد.

## طراحی شاپینو (تسک ها)

+ باتوجه به نیاز های اولیه مالک محصول ایجاد طرح اولیه (وایر فریم)

+ بررسی یوز استوری های اولیه پیشنیاز ها و نیاز های طرح

+ اضافه کردن بخش های پیش نیاز به طرح وایر فریم

+ آماده سازی طرح ابتدایی سایت ( بررسی نهایی )

+ آماده سازی طرح گرافیکی اولیه

+ آماده سازی لوگو ها موشن ها و ایکون ها

+ بررسی نهایی طرح گرافیکی پروژه

+ شروع به کد نویسی فرانت با توجه به طرح گرافیکی

+ توسعه فرانت ( ریسپاسیو بودن و طراحی پویا و انیمشن ها و .. )

+ تولید محتوا و مقاله برای طرح اولیه فرانت

+ شروع به کد نویسی بک اند با توجه به نیاز های طرح و مالک

+ افزودن نیاز های یوز استوری ها به بک اند

+ پایان اولیه بخش فرانت

+ پایان اولیه بخش بک اند

+ اضافه کردن مباحث سئو به طراحی

+ کارآمد کردن امنیت سرور



## گزارش کار جلسه چهارم

تاریخ : 1401/9/14

اعضای جلسه : مرتضی محمدخانی ، عرفان آقاییگی ، آرش نیکسیر ، سید احمد رضا رضوی مقدم

- + بررسی تجاری سازی طرح
- + بررسی رابط کاربری
- + بررسی اهمیت رابط کاربری
- + مراحل ایجاد یک رابط کاربری مناسب
- + بررسی مباحث مربوط به سئو
- + بررسی اهمیت سئو
- + بررسی مراحل سئو

## بررسی تجاری

برای تجاری سازی این پروژه مرحله طراحی و راه اندازی این وب سایت تنها گام اول می باشد . تجاری سازی یک پروژه از مسئولیت های مالک طرح است و برای طراحان و سازندگان طرح مسئولیتی به همراه ندارد (به جز بخش رابط کاربری) البته گاهی اوقات طراحان و سازندگان یک پروژه مالک آن نیز هستند پس باید برای تجاری سازی این محصول هم اقداماتی را انجام دهند در ادامه به برخی از چالش ها و گام های تجاری سازی یک پروژه خواهیم پرداخت (باید توجه شود مراحل برای هر محصول و پروژه ممکن است متفاوت باشد ما نیز در اینجا به بررسی تجاری سازی شاپینو پرداخته ایم)

## رابط کاربری

امروزه تعاملات ما با دنیای دیجیتال از تعاملات انسانی ما پیشی گرفته است. رابط کاربری (UI) نحوه تعامل ما با سیستم های اطلاعاتی را مشخص می کند. در دنیای دیجیتال، جایی که تجربیات کاربر بسیار مهم است، رابط کاربری وب سایت باید جذاب و کاربرپسند باشد و بازدیدکنندگان را برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد پورتال و ارائه آنها همراهی کند.

یک رابط کاربری باعث می شود که بازدیدکننده به اطلاعات بیشتر، حرکت در سایت، ثبت نام یا خرید از طریق چت آنلاین یا مجموعه ای از فعالیت ها دست یابد. در عصر مدرن بازاریابی دیجیتالی، رابط کاربری نقش مهمی در افزایش نرخ تبدیل و همچنین وفاداری مشتری دارد.

رابط کاربری وسیله ای ساده و بصری برای تعامل کاربر با رایانه های شخصی، دستگاه های تلفن همراه هوشمند، وب سایت ها، دستگاه های ارتباطی و برنامه های نرم افزاری است UI. عمدتاً دارای دو جزء ورودی و خروجی است.

عناصر UI معمولی، بیشتر شامل صفحه کلید و صفحه لمسی است. در محیط کامپیوتری، UI به نرم افزاری گفته می شود که برای مدیریت عناصر فیزیکی به سبک ارگونومیک توسعه یافته است. به عنوان مثال، یک رابط کاربر تحت وب ورودی را می پذیرد و خروجی را به عنوان صفحات وب در اینترنت تولید می کند. کاربران می توانند در مرورگر وب به این صفحات دسترسی داشته باشند.

علاوه بر این، آخرین رابط های کاربری مانند رابط کاربری لمسی، رابط کاربری حرکتی و رابط کاربری هوشمند همچنان تجربه کاربر را غنی می سازد. عناصر رابط کاربری از کنترل های ورودی (گزینه ها، منوهای کشویی، زمینه های داده)، اجزای ناوبری (کادر جستجو، نوار ابزار، نمادها، برچسب ها)، اجزای اطلاعاتی (نوارهای پیشرفت، اعلان ها، جعبه های پیام) متغیر است.

## اهمیت رابط کاربری

اگرچه یک وب سایت مجموعه گسترده ای از خدمات را ارائه می دهد، عدم وجود وسیله مناسب برای تعامل با آن وب سایت، آن را بی ارزش می کند. یک رابط کاربری خوب بر ساده و کارآمد بودن تعامل کاربر متمرکز است. کاربران به وب سایت های جالب با رابط کاربری بصری که آنها را با جذاب ترین سبک به سمت وظیفه خود راهنمایی می کند، علاقه بیشتری نشان می دهند.

وظیفه طراحان وب این است که سایت های کاربردی ایجاد کنند که به راحتی توجه مشتری را به خود جلب کرده و باعث افزایش ترافیک آنلاین شود. در عصر حاضر که تعداد زیادی از مشاغل برای بقا و موفقیت خود به اینترنت وابسته هستند، یک رابط کاربری ساده و موثر نقش مهمی در توسعه وب ایفا می کند.

یک رابط کاربری بد بازدیدکنندگان را مجبور می کند تا به دنبال یک وب سایت مطمئن تر باشند. هر ثانیه ای که کاربر در یک وب سایت صرف می کند، مستقیماً به قابلیت استفاده از یک رابط کاربری خوب نسبت داده می شود. تجربه کاربر به عنوان مهم ترین جنبه در توسعه وب بر مشارکت و تجربه کاربران متمرکز است. طراحی موفق ترکیبی از روانشناسی شناختی، گرافیک ماهرانه و محتوای مرتبط است. بدون تردید، مشتری امروزی چیزی فراتر از یک محصول یا خدمات می خواهد. این روزها مصرف کننده به دنبال یک تجربه کلی است که می تواند به طور مکرر به اشتراک گذاشته شود و رضایت آنها را کسب کند. با تغییر روند تجارت الکترونیکی، شما باید حضور و فعالیت آنلاین خود را برای ارائه خدمات و فروش محصولات افزایش دهید.

درک این نکته بسیار مهم است که متوجه شوید تنها با ایجاد یک وب سایت برای کسب و کار خود، مشتری را جذب نخواهید کرد، هر چند که شروع خوبی باشد. در عوض، برای جلب توجه آنها باید مطالب بیشتری ارائه دهید. محصول شما تنها با آسان کردن زندگی مشتریان شما می تواند به پتانسیل لازم برسد.

برای کمک به انجام این کار با طراحی وب سایت تجاری خود، هم طراحی UX (تجربه کاربری) و هم طراحی UI (رابط کاربری) را در نظر بگیرید. طراحی رابط کاربری بر ظاهر متمرکز است، در حالی که طراحی UX به تجربه کاربر مربوط می شود. ناوبری، طراحی، پاراگراف بندی و متن بخشی از رابط کاربری است، در حالی که میزان رضایت از استفاده از کل پلتفرم بخشی از طراحی UX است.

امروزه، بسیاری از شرکت ها یک وب سایت برای خود دارند. هدف اصلی آنها ایجاد حداکثر ترافیک برای وب سایت است. برای این منظور، آنها یک رابط کاربری موثر ایجاد می کنند. طراحی رابط کاربری می تواند کار سختی باشد. با این حال، ترفندها و تکنیک های خاصی می توانند این روند را ساده کنند. ما در این مقاله ترفندهایی برای "نحوه طراحی UI یک وب سایت" که منجر به جذب مشتری می شود به شما ارائه می دهیم.

وب سایت هایی که دارای تصاویر خیره کننده، ظاهر دوستانه و رویکرد کاربر پسند هستند، نقش مهمی در موفقیت هر کسب و کار ایفا می کنند. یک محیط کاربر پسند در یک وب سایت برای شکوفایی یک کسب و کار ضروری است. اصول متعددی برای طراحی وب سایت در جهت جذب مشتریان بیشتر وجود دارد. با این حال، همه آنها به یک اندازه موثر نیستند. قبل از شروع فرآیند "نحوه طراحی UI یک وب سایت"، لازم است قبل از طراحی UI، از اصول اولیه طراحی وب سایت و طراحی فروشگاه اینترنتی مطلع شوید. در زیر اصول طراحی رابط کاربری وب سایت برای افزایش ترافیک آورده شده است:

## کسب رضایت از طریق زیبایی شناسی

زیبایی شناسی در اطراف همه ما وجود دارد. برای درک زیبایی از محیط اطراف، به یک دید خلاق نیاز است. توسعه طرح های جذاب و حرفه ای برای مصارف تجاری بسیار مهم است. برای یک طراح، درک پویایی طراحی زیبا و موثر ضروری است. اصول طراحی خلاقیت فرد را افزایش داده و راهی برای تولید خروجی حرفه ای فراهم می کند. آنها تعادل را در طراحی شما ایجاد می کنند و به درک طرح زیبا و موثر کمک می کنند. رابط کاربری خود را ساده نگه دارید. تعادل بین عملکرد و سادگی را حفظ کنید. شما باید بتوانید عملکردهای مربوطه را به روشی ساده ارائه دهید. زیبایی شناسی نقش اصلی را در جذب مشتری ایفا می کند.

با این حال، این بدان معنا نیست که شما باید فقط بر عناصر هنری تمرکز کنید. یکی از اهداف طراحی UI، باید ارائه یک تجربه دلپذیر و رضایت بخش به مشتریان با استفاده از برخی عناصر هنری باشد. این یکی از موثرترین اصول طراحی رابط کاربری وب سایت است.

رضایت کلی، میزان رابط کاربری شما را تعیین می کند. سادگی و عملکرد یکی از اصول کلیدی طراحی وب برای جذب مشتری بیشتر است. پس از طراحی رابط کاربری، می توانید از این مقاله کمک بگیرید تا مشتریان بیشتری را جذب وب سایت خود کنید.

وب سایت های پویا اغلب با استفاده از بهترین طرح های رابط کاربری ایجاد می شوند و کاربران بیشتری را جذب می کنند. کمک به ایجاد ترافیک عظیم به صورت ارگانیک که یکی دیگر از ویژگی های خوب وب سایت های طراحی UI است. طراحی رابط کاربری با ظاهر زیبا برای یک وب سایت نیز مهم است زیرا مستقیم یا غیر مستقیم مسئول موفقیت کسب و کار است. رابط کاربری خوب باعث می شود کاربر بتواند با ایده کسب و کار شرکت ارتباط برقرار کند.

## از رابط کاربری های دیگر الهام بگیرید

طراحی به بخش مهمی از یک تجارت تبدیل شده است. همه ما می دانیم که یک طراحی خوب می تواند موفقیت زیادی کسب کند و توجه افراد را به خود جلب می کند. برای توسعه طرح های خلاقانه و نوآورانه، متدولوژی تفکر طراحی

سیستماتیک مورد نیاز است.

شما توسط رابط های کاربری متعدد موثر و فریبنده احاطه شده اید. در اینترنت تحقیق کنید تا از طراحی وب سایت های دیگر ایده بگیرید. برخی از پورتال های منابع که می توانید از آنها کمک بگیرید در زیر ذکر شده است:

- به مجموعه ای از رابط کاربری ها نگاهی بیاندازید تا بتوانید یکی از بهترین گالری رابط کاربری در اینترنت را پیدا کنید.

- از سوی دیگر، Mockplus دستورالعمل هایی را برای طراحی رابط کاربری همراه با ارائه های الهام بخش ارائه می دهد.

- همچنین می توانید به designrfix مراجعه کنید. آموزشی برای طراحی موفقیت آمیز UI ها به شیوه ای سازنده ارائه می دهد.

بدست آوردن ایده مناسب برای رابط کاربری شما پیش نیاز "نحوه طراحی رابط کاربری وب سایت" است. اگر قصد دارید رابط کاربری را همراه با یک مرجع متخصص انجام دهید می توانید با متخصصان ما در این زمینه تماس داشته باشید.

## ایجاد هماهنگی

در طراحی رابط کاربری خود از هماهنگی عوامل داخلی و خارجی استفاده کنید. به طور مداوم از رنگ ها و اصطلاحات فنی یکسان استفاده کنید. از نرم افزار مشابه برای طراحی رابط کاربری خود استفاده ببرید. دستورالعمل های مناسب و سازگار برای طراحی هر عنصر رابط کاربری خود داشته باشید. آنها شیوه یادگیری کوتاه تری ارائه می دهند و در نتیجه کاربران به راحتی وب سایت شما را به دلیل این هماهنگی ها تشخیص داده و جذب می شوند.

سعی نکنید رابط وب سایت دیگر را کپی کنید. در عوض، خلاقیت به خرج دهید و ایده منحصر به فردی برای طراحی رابط کاربری خود ارائه دهید. هماهنگی بخش مهمی از اصول طراحی رابط کاربری وب سایت و همچنین فرایند "نحوه طراحی رابط کاربری وب سایت" است.

## • استفاده از رنگهای متنوع

استفاده از رنگ خوب می تواند به راحتی توجه بازدیدکنندگان را به خود جلب کند. استفاده هوشمندانه از رنگ ها باعث می شود که کاربر جذب بخش وب سایت مورد نظر شود. رنگهای قرمز، آبی و زرد این قابلیت را دارند که به راحتی مشتری را به سمت خود بکشانند.

## • استفاده از فضاهای سفید

بهترین وب سایت های طراحی رابط کاربری با ایجاد فاصله بین یک عنصر و عنصر دیگر، چه گزینه ها یا مقالات، از فضاهای سفید به درستی استفاده می کنند.

طراحی رابط کاربری خوب یک وب سایت می تواند به راحتی مشتریان را جذب کند، خواه یک سایت خرید باشد یا یک سایت خدمات نرم افزاری. وب سایت هایی که به درستی طراحی نشده اند می توانند قدرت نام تجاری را کاهش دهند. علاوه بر این، طراحی رابط کاربری یک وب سایت باید به گونه ای طراحی شود که هر کاربری بتواند به راحتی در کل سایت حرکت کند. طراحی وب UI کیفیتی را در اختیار کاربران قرار می دهد که با نوبری وب سایت هماهنگ باشد. استفاده از محیط وب سایت باید بسیار آسان باشد تا کاربران بتوانند به سرعت با آن سازگار شوند.

## قرار دادن آگهی های تبلیغاتی

برای تجربه بهتر کاربر، سعی کنید حداقل تعدادی تبلیغات را در رابط کاربری خود قرار دهید. اما یادتان باشد که به دنبال تبلیغات معتبر و شناخته شده باشید. آنها را در بالای صفحه خود قرار دهید زیرا مانع ارائه محتوای اصلی به کاربر نمی شوند. علاوه بر این، تبلیغ نیز برجسته خواهد بود. از قرار دادن بنر تبلیغاتی در وسط صفحه خودداری کنید، زیرا هنگام مرور محتوا، حواس کاربر را به سادگی پرت می کند. فقط آن را قبل از سربرگ قرار دهید. قرار دادن صحیح تبلیغات بنری یکی از اصول موثر طراحی وب برای جذب مشتری بیشتر است.

## درج گزینه فراخوان به عمل

گزینه فراخوان به عمل کاربر را قادر می سازد تا به راحتی تصمیم گیری کند. به عنوان مثال، گزینه های ثبت نام رایگان، اشتراک، دمو رایگان و غیره. یک دعوت به اقدام قدرتمند تنها به دلیل جذابیت بصری است که قدرتمند است. شما مطابق CTA خود انتخاب کنید. رنگی را انتخاب کنید که با هدف CTA یک رنگ و شکل ایده آل برای گزینه CTA خود را در جایی قرار دهید که کاملاً برای کاربران قابل رویت باشد. به عنوان مثال، می توانید CTA داشته باشید یک مرحله مهم در روند "نحوه طراحی رابط CTA خود را در گوشه بالای صفحه قرار دهید. قرار دادن مناسب گزینه کاربری یک وب سایت" است

همه نکات فوق نکاتی هستند که به عنوان اصول اولیه طراحی رابط کاربری وب سایت عمل می کنند. هنگام طراحی رابط کاربری وب سایت خود، این موارد را در ذهن داشته باشید. یک رابط کاربری موثر برای جذب مشتریان بیشتر، مطمئناً کسب و کار شما را شکوفا می کند.

انتظار می رود در سال های آینده تعداد زیادی از مشاغل وب سایت ها و برنامه های کاربردی خود را در دنیای دیجیتال رونمایی کنند. این بازار، تقاضا برای داشتن یک رابط کاربر در همه حوزه های برنامه نویسی مانند نرم افزار، برنامه های وب و توسعه نرم افزارهای تلفن همراه را افزایش می دهد. اشتیاق متخصصان فناوری با یک نوآوری خلاقانه، بازار کار رابط کاربری را پرسودتر و چالش برانگیزتر خواهد کرد. ترکیبی از مهارت های مهم مانند ارتباط، مدیریت افراد، کار گروهی و درک فرآیندهای شناختی، فرد را به کاندیدای ایده آل برای کار طراحی تبدیل می کند.

## سئو چیست

سئو (SEO) یا بهینه سازی برای موتورهای جستجو، مجموعه ای از فعالیت هایی است که در طراحی و کدنویسی سایت، تدوین استراتژی محتوایی، تولید محتوا و لینک سازی خارجی انجام می دهیم تا جایگاه بهتری در نتایج جستجوی گوگل کسب کرده و بازدیدکننده بیشتری برای سایت جذب کنیم.

## چرا سئو سایت برای ما مهم است؟

روزانه میلیاردها جستجو در گوگل انجام می شود ولی دلیل اهمیت سئو تنها تعداد بالای جستجوها نیست.

با ورود و همه گیر شدن تلفن های همراه، جستجو در اینترنت به یک ابزار قابل اعتماد و در دسترس برای پیدا کردن پاسخ سوالات، تصمیم گیری در مورد خرید یک محصول یا حتی پیدا کردن نزدیک ترین نانوائی محل تبدیل شده است. نتایجی که پس از جستجو به کاربر نمایش داده می شود نقش مهمی در فرآیند شناخت و تصمیم گیری او بازی می کند.

با سرمایه گذاری در حوزه سئو، این شانس را خواهیم داشت که در لحظه ای مناسب به مخاطب معرفی شویم؛ زمانی که به محصول یا خدمات ارائه شده نیاز دارد و به دنبال پاسخ مناسبی برای آن می گردد و به دوست مورد اعتماد خود یعنی گوگل رجوع می کند.

اعتماد کاربران؛ همان برگ برنده ای است که گوگل را به چنین شرکت بزرگی در دنیا تبدیل کرده است. واقعیت این است که؛ به آنچه حاصل از جستجوی خودمان در گوگل است اعتماد بیشتری داریم تا محتوایی که به صورت تبلیغات (بنر، پیامک، ایمیل و ...) به دست ما رسیده است.

## مهمترین مراحل سئو سایت چیست؟

سئو یا همان بهینه سازی سایت برای موتور جستجو، یک مسابقه است که موفقیت در آن فرآیندی زمانبر، پیچیده و مستمر است. تکنیک ها و روش های زیادی برای کسب جایگاه بهتر در نتایج گوگل وجود دارد که هر کدام می توانند تاثیر مثبتی در این فرآیند داشته باشند ولی زمانی اثربخشی لازم را دارند که در مسیری درست و با هدفی مشخص اجرا شوند. برای موفقیت در سئو هر سایت نیازمند 3 بازوی اصلی هستیم که عبارتند از:

## 1- سئو تکنیکال

پیش از شروع فعالیت‌های مرتبط با بازاریابی محتوا، به یک بستر قدرتمند و سایت استاندارد نیاز خواهیم داشت.

استانداردسازی کدنویسی سایت، رعایت اصول سئو در طراحی تجربه کاربری، نشانه‌گذاری استاندارد (Schema) برای درک بهتر ربات‌ها از ماهیت صفحه، بهینه‌سازی سرعت سایت، نمایش صحیح در موبایل و مواردی از این دست را سئو تکنیکال می‌نامیم.

## 2- بازاریابی محتوا

موفقیت در سئو بدون محتوا تقریباً غیرممکن است. البته منظور ما تنها محتوای متنی نیست بلکه تصویر، ویدئو، صوت و حتی ابزارهایی که در سایت خود ارائه می‌کنیم در پاسخ‌گویی به نیاز کاربر و درک گوگل از کیفیت محتوای ما تاثیر گذار هستند.

فعالیت‌هایی شامل شناسایی کلمات کلیدی ارزشمند، آنالیز رقبا، تدوین استراتژی محتوایی، تولید محتوای ارزشمند، برچسب‌گذاری و دسته‌بندی موضوعی، لینک‌سازی داخلی و ... را می‌توان بخش مهمی از فرآیند بازاریابی محتوا دانست.

## 3- لینک سازی هدفمند

فعالیت مستمر و هدفمند در شبکه‌های اجتماعی، حضور در فروم‌های تخصصی، دریافت بک لینک از سایت‌های معتبر و مرتبط، خرید رپورتاژ آگهی از رسانه‌های پرمخاطب و ... را اصطلاحاً SEO Off-page می‌نامیم. فعالیت‌هایی که در بیرون از سایت ما رخ می‌دهند ولی مستقیماً بر جایگاه و رتبه ما تاثیر خواهند داشت.

## چه کسی باید سئو سایت ما را انجام دهد؟

سئو در مفهوم ساده و در اجرا پیچیده است. در واقع سئو مجموعه‌ای از فعالیت‌های متنوع و مستمر است که اجرای آن هم به دانش و هم به تجربه نیازمند است. تصمیم‌گیری در مورد این که چه کسی سئو سایت ما را بر عهده بگیرد بستگی به 3 فاکتور اصلی شامل بودجه، منابع انسانی و زمان خواهد داشت.

به طور معمول کسب و کارهای اینترنتی به 4 روش مختلف سئو سایت خود را مدیریت می‌کنند:

## 1- یادگیری و انجام سئو توسط مالک کسب و کار

در این روش مالک کسب و کار خودش سئو را فرا گرفته و بخش مهمی از زمان و انرژی خود را صرف این کار می‌کند. کسب و کارهای نوپا که هنوز بودجه کافی و ساختار سازمانی مشخص برای سرمایه‌گذاری در حوزه سئو را ندارند معمولاً از این روش استفاده می‌کنند و پس از کسب موفقیت‌های کوچک و تامین بودجه استراتژی خود را تغییر می‌دهند.



## 2- برون‌سپاری به شخص یا شرکت

اگر مجموعه‌ای اهمیت سئو را به خوبی درک کرده و بودجه کافی برای تامین هزینه‌های آن را داشته باشد؛ برون‌سپاری پروژه به یک شخص یا شرکت معتبر به‌صرفه‌ترین روش برای موفقیت در سئو خواهد بود.

این کار شما را از دغدغه‌های مربوط به جذب و نگهداشت نیرو، تامین امکانات و فضای کاری و از همه مهمتر آزمون و خطا برای رسیدن به نتیجه مطلوب راحت خواهد کرد.

## 3- تشکیل یک تیم داخلی سئو در شرکت

سازمان‌ها و شرکت‌هایی که دارای بیش از 30 کارمند هستند می‌توانند با تشکیل یک تیم داخلی برای دیجیتال مارکتینگ و سئو؛ سرعت عمل و انعطاف‌پذیری خود را در تصمیم‌گیری و اجرای کمپین‌های بازاریابی و پیشرفت در سئو افزایش دهند.

این روش هزینه‌های به مراتب بیشتری در مقایسه با برون‌سپاری خواهد داشت ولی نقطه قوت آن بازدهی بالا و کسب نتیجه در زمان کوتاه‌تر است.

## 4- ترکیب تیم داخلی و مشاور حرفه‌ای

برای سازمان‌هایی با بیش از 100 کارمند که معمولاً در حوزه‌های رقابتی مثل گردشگری، ارز دیجیتال و ... فعالیت می‌کنند و سئو مجرای مهمی در بازاریابی آنها محسوب می‌شود؛ تشکیل یک تیم داخلی کافی نیست. معمولاً این شرکت‌ها از مشاوران حرفه‌ای و نظارت متنوع برای تقویت تیم و تصمیم‌گیری بهتر بهره می‌برند.

## گزارش کار جلسه پنجم

تاریخ : 1401/9/21

اعضای جلسه : مرتضی محمدخانی ، عرفان آقاییگی ، آرش نیکسیر ، سید احمد رضا رضوی مقدم

+ بررسی ادامه فرایند تجاری سازی و چالش های آن

+ بررسی اهمیت امنیت پروژه

+ بررسی راهکار های ایجاد امنیت پروژه

+ بررسی تبلیغات و چالش های آن

+ بررسی دریافت مجوزهای تجاری

## امنیت

یکی از مسائل مربوط به هر پروژه برقراری امنیت آن است در پروژه مورد نظر ما که یک وبسایت میزبان و یک بازار خرید و فروش پویا است طبیعتاً امنیت هاست و دامنه یکی از مهم ترین عوامل خواهد بود چرا که در صورت بروز هرگونه مشکلی ممکن است اطلاعات افراد و سرمایه آنها از دست برود پس یکی از گام های مهم تجاری سازی برقراری امنیت است چرا که افراد و کاربران به سایت های با امنیت بالا اعتماد بیشتری میکنند و همچنین سرمایه و اطلاعات مهم افراد حفظ میشود امنیت بالا در واقع باعث افزایش اعتبار یک پروژه میشود و اگر پروژه ای مورد هک و حمله ی سایبری قرار بگیرد و نتواند از خود محافظت کند دیگر قابل اتکا نیست و در جذب مخاطب به مشکل بر میخورد

(مهم ترین توصیه برای افزایش امنیت استخدام متخصص این زمینه برای بهبود امنیت پروژه است)

## امنیت سایت چه اهمیتی دارد؟

بهتر است اینطور بیان کنیم که ادامه و اعتبار فعالیت سایت بستگی به امنیت وب دارد. اینکه سایت شما هک نشود امنیت سایت را تضمین نمی کند. اگر سایت شما هک نشده است دلیل بر امنیت سایت نیست. در واقع شاید تلاشی برای نفوذ به سایت شما نشده باشد.

اهمیت امنیت وب سایت شما در زمان حمله مشخص می شود. با وجود رعایت موارد امنیتی هر سایت امکان دارد مورد حمله قرار بگیرد. انواع هک، تعداد و روشهای آن بسیار مختلف هستند که هر کدام یک اقدام دائمی را می طلبد.

## امنیت هاست

هاست سایت را از شرکت های معتبر تهیه کنید. امنیت هاست در امنیت وب سایت بسیار حائز اهمیت است. در هنگام خرید به سیستم های امنیتی آنتی ویروس، آنتی اسپم، آنتی شل، فایروال نرم افزاری و سخت افزاری سرور توجه بسیار زیادی بکنید.

## امنیت اینترنت

استفاده از اینترنت عمومی که کنترل و یا محدودیت امنیتی خاصی ندارد بسیار خطرناک می باشد. حتی زمانی که از اینترنت شخصی استفاده می کند باید اقدامات امنیتی را انجام دهد. باتوجه به اینکه همه از وای فای استفاده می کنند برای جلوگیری از هک وای فای باید اقداماتی انجام شود مثل: غیرفعال کردن wps، فعال کردن فایروال مودم، محدود کردن مودم به mac address.

## امنیت رمز عبور

از مواردی که آن را همه می دانند ولی رعایت نمی کنند. یک رمز عبور قدرتمند باید بیشتر از 8 کاراکتر باشد. از حروف بزرگ و کوچک اعداد، - و کاراکترهایی مثل @.%/? // استفاده شود.

مورد دیگر تغییر رمز عبور است. رمز عبور را باید در بازه های زمانی مختلف تغییر داد. این مورد برای محافظت سایت در برابر حملات brute force است.

### امنیت آنتی ویروس و فایروال

یک وبمستر باید از آنتی ویروس و فایروال قدرتمند و معتبر و اصلی استفاده نماید. محصولات امنیتی عرضه شده توسط شرکت های eset و kaspersky مناسب هستند.

### امنیت سیستم مدیریت محتوا

یکی از شایع ترین دلایل عدم امنیت سایت، استفاده از قالب و افزونه هایی است که اصلی نیستند. هر قالب یا افزونه ای که منابع غیر اصلی دریافت شود مشکل ترکیب با بدافزارف شل، اسپمر و ... دارد.

### امنیت سطح دسترسی

سطح دسترسی مناسب مخصوصا برای فایل هایی که شامل اطلاعات دیتابیس هستند بسیار حائز اهمیت و لازم است. در این شرایط باید سطحی از دسترسی را به فایل ها داد که فقط وب سرور و owner بتوانند اطلاعات را داشته باشند. برای فایل های دیگر باید سطح دسترسی معقولی را انتخاب کنیم.

### امنیت مسیر ورود به سایت

از قابلیت محافظت از مسیر ورود به سایت استفاده کنید. اگر نام کاربری و رمز عبور سایت را هکر بداند با این قابلیت می توانید جلوی مشاهده هکر از مسیر مدیریت را بگیرید.

### امنیت از طریق SSL

یکی از بهترین شیوه های امنیت اطلاعات کاربران و مدیران سایت استفاده از SSL بر روی سایت است. این کار حتی بر روی سئو سایت شما تاثیر مثبت می گذارد. راه اندازی SSL اطلاعات ورودی و خروجی را با الگوریتم های خاص خود رمز گذاری کرده و از شنود و هک شدن این اطلاعات جلوگیری می نماید.

استفاده از SSL باعث می شود حتی اگر اینترنت شما امن نباشد مشکلی برای سایت پیش نیاید.

### موارد دیگر امنیت وب سایت:

پیگیری مشکلات امنیتی گزارش شده و بروزرسانی امنیتی مداوم

محافظت سایت در برابر اسپمرها

تعیین محدودیت های دسترسی و مشاهده

استفاده از سیستم عامل و نرم افزارهای معتبر و اصلی

## تبلیغات

یکی از مهم ترین عوامل تجاری سازی تبلیغات یک طرح میباشد . برای تبلیغات یک پروژه نیاز به صرف هزینه است و معمولا یکی از پر هزینه ترین بخش هر پروژه مربوط به هزینه های تبلیغات میباشد .

برای تبلیغات راه های زیادی وجود دارد با توجه به هزینه ای که برای آن صرف میشود راه ها و انواع آن متفاوت است مثلا میشود با صرف هزینه های زیاد تبلیغ های تلویزیونی داشت که مخاطب های زیادی هم دارند در واقع هرچه مخاطبان رسانه ی مورد استفاده برای تبلیغات بیشتر باشد هزینه تبلیغ در آن رسانه نیز بیشتر خواهد بود. تبلیغات درست و خوب باعث بیشتر شناخته شدن طرح و جذب مخاطب و مشتری برای آن میشود و رونق کسب و کار و پروژه را بسیار بالا میبرد .

بهترین راه برای تبلیغ درست نیز استفاده از افراد متخصص در این زمینه میباشد که با توجه به هزینه ما بتوانند بهترین روش ها و رسانه ها را پیدا کرده و با حداقل سرمایه گذاری بتوانیم حداکثر پوشش افراد را داشته باشیم .

## مجوز ها

یکی دیگر از بخش های فرایند تجاری سازی یک پروژه دریافت مجوز های مربوط به آن است داشتن مجوز برای هر پروژه باعث میشود کاربران و افراد به این طرح اعتماد کامل کنند . پروژه یا طرح هایی که مجوز های مربوط به خود را ندارند معمولا نمیتوانند مخاطبان زیادی جذب کنند چرا که در دنیای امروز امکان کلاه برداری و جرایم سایبری بسیار زیاد شده است .

از جمله مجوز ها برای پروژه شاپینو میتوان به نماد تجارت الکترونیک و نماد اعتماد الکترونیک اشاره کرد همچنین مجوز صفحه فیشینگ برای پرداخت بسیار حائز اهمیت است .

معمولا کاربران برای خرید های خود به نماد ها و مجوز ها نگاه میکنند و در صورتی که یک فروشگاه از این نماد ها برخوردار نباشد از آن خریدن نمیکند .

دریافت مجوز ها چالش های خود را دارد اما غیر ممکن نیست و با کمی وقت و هزینه میتوان مجوز های مربوط را کسب کرد .

## گزارش کار جلسه ششم

تاریخ : 1401/9/28

اعضای جلسه : مرتضی محمدخانی ، عرفان آقاییگی ، آرش نیکسیر ، سید احمد رضا رضوی مقدم

+ برنامه ریزی برای انجام تسک ها

+ رسم گانت چارت پروژه

زمان پایان	مدت زمان فعالیت	زمان شروع	فعالیت
1401/8/28	5	1401/8/23	بررسی اولیه پروژه
1401/9/3	3	1401/8/30	یوزر استوری ها
1401/9/14	7	1401/9/7	وایر فریم
1401/9/30	10	1401/9/20	طراحی گرافیکی
1401/10/30	25	1401/10/5	فرانت
1401/10/30	20	1401/10/10	بک اند
1401/11/5	10	1401/10/25	سئو
1401/11/8	10	1401/10/28	امنیت

لیسات تمام تسک ها در صفحه 15 آمده است و جدول بالا برنامه ریزی به صورت کلی است در واقع بعضی از این تسک ها زیر مجموعه ی هم حساب میشوند .

این برنامه ریزی در ابتدای پروژه انجام شده بود ولی در تاریخ 1401/9/28 به این کتابچه و در جلسه ششم این پروژه افزوده شده است .

توقع میرفت این پروژه تا 1401/11/8 به اتمام برسد و قابل استفاده باشد . اما با توجه به اتفاق های افتاده فقط 60 درصد این پروژه آماده شده است و به بهره برداری کامل نرسیده است . استاد در صورت نیاز به مشاهده اصل پروژه میتواند با شماره ی 09369972504 (شماره مالک مرتضی محمدخانی) ارتباط برقرار کند تا پروژه برایشان ارسال شود .