

## **عنوان پروژه :**

مدیریت فروشگاه اینترنتی

## **اعضای گروه :**

سمانه نوفرستی و مهجبین سلیمانی نژاد

## **شرح پروژه :**

سیستم مدیریت فروشگاه اینترنتی هوشمند با رویکرد پایداری محیط زیست

### **مقدمه :**

با گسترش روزافزون تجارت الکترونیکی، فروشگاه‌های اینترنتی به یکی از مهم‌ترین ابزارهای خرید و فروش کالا تبدیل شده‌اند. اما بیشتر فروشگاه‌های فعلی تنها بر فرآیند خرید و فروش مرکز هستند و به نیازهای خاص مشتریان یا جنبه‌های پایداری محیط زیست توجه کافی ندارند.

پروژه حاضر با هدف طراحی و پیاده‌سازی یک فروشگاه اینترنتی هوشمند و پایدار ارائه می‌شود که علاوه بر امکانات متداول فروشگاه‌های اینترنتی (مانند ثبت‌نام کاربر، سبد خرید، پرداخت آنلاین، مدیریت کالا و سفارش‌ها)، شامل قابلیت‌های ویژه‌ای است که تجربه خرید شخصی‌سازی‌شده و سازگار با محیط زیست را برای کاربران فراهم می‌کند.

## **اهداف پروژه :**

### **1-شخصیسازی تجربه خرید کاربران :**

سیستم به کاربران امکان می‌دهد در زمان خرید، حالت یا وضعیت خود را (مثلًاً خوشحال یا ناراحت یا ...) انتخاب کنند. بر اساس این انتخاب، فروشگاه مجموعه‌ای از محصولات مناسب با حالت آن کاربر را نمایش می‌دهد.

### **2-بهبود تعامل با مشتری از طریق نظرسنجی هوشمند :**

پس از هر خرید، یک سؤال کوتاه و هدفمند از کاربر پرسیده می‌شود تا بازخورد او نسبت به تجربه خرید یا محصول ثبت شود. این داده‌ها برای بهبود خدمات و پیشنهادهای آینده استفاده خواهند شد.

### **3-تشویق به خرید سبز و رفتارهای دوستدار محیط زیست :**

سیستم برای کاربرانی که کالاهای سازگار با محیط زیست یا دارای بسته‌بندی قابل بازیافت خریداری می‌کنند، امتیاز یا پاداش ویژه در نظر می‌گیرد. این امتیازها می‌توانند در خریدهای بعدی به صورت تخفیف یا مزایای دیگر استفاده شوند.

### **4-پیش‌فروش محصولات نوآورانه :**

فروشگاه امکان پیش‌فروش کالاهایی را فراهم می‌کند که هنوز تولید نشده‌اند. در صورتی که میزان پیش‌خرید به حد نصاب برسد، تولید آن محصول آغاز می‌شود. این قابلیت به تولیدکنندگان کمک می‌کند تا قبل از تولید انبوه، از تقاضای واقعی بازار اطمینان حاصل کنند.

## **مشکلات و نیازهایی که این نرم افزار حل میکند :**

### **1-نبود شخصیسازی واقعی در فروشگاههای موجود :**

بسیاری از فروشگاههای اینترنتی پیشنهادات یکسانی به همه کاربران ارائه می‌دهند، بدون در نظر گرفتن علایق یا وضعیت خاص هر کاربر. این سیستم با ارائه محصولات بر اساس حالت انتخاب شدهی کاربر، تجربه‌ای متمایز و هدفمند فراهم می‌کند .

### **2-کاهش تعامل و وفاداری مشتری :**

نبود ارتباط دوطرفه مؤثر با مشتریان موجب کاهش رضایت و وفاداری می‌شود. با افزودن نظرسنجی کوتاه پس از خرید، سیستم داده‌های ارزشمندی برای تحلیل رفتار مشتری جمع‌آوری می‌کند .

### **3-بی‌توجهی به پایداری محیط زیست در خرید آنلاین :**

این فروشگاه با امتیازدهی به خریدهای سازگار با محیط زیست، فرهنگ مصرف سبز را ترویج می‌دهد و مسئولیت اجتماعی برنده را تقویت می‌کند .

### **4-ریسک بالای تولید بدون ارزیابی تقاضا :**

قابلیت پیش‌فروش کالاهای کسب‌وکارها کمک می‌کند تا از استقبال بازار اطمینان یافته و از تولیدات غیرضروری جلوگیری کنند .