

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 متمرکز 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- شخصی سازی تجربه خرید کاربران :

سیستم به کاربران امکان می دهد در زمان خرید، حالت یا وضعیت خود را (مثلاً: خوشحال یا ناراحت یا ...) انتخاب کنند. بر اساس این انتخاب، فروشگاه مجموعه ای از محصولات متناسب با حالت آن کاربر را نمایش می دهد .

2- بهبود تعامل با مشتری از طریق نظرسنجی هوشمند :

پس از هر خرید، یک سؤال کوتاه و هدفمند از کاربر پرسیده می شود تا بازخورد او نسبت به تجربه خرید یا محصول ثبت شود. این داده ها 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 بسته بندی قابل بازیافت خریداری می کنند، امتیاز یا پاداش ویژه در نظر می گیرد. این امتیازها می توانند در خریدهای بعدی به صورت تخفیف یا مزایای دیگر استفاده شوند .

4- پیش فروش محصولات نوآورانه :

فروشگاه امکان پیش فروش کالاهایی را فراهم می کند که هنوز تولید نشده اند. در صورتی که میزان پیش خرید به حد نصاب برسد، تولید آن محصول آغاز می شود. این قابلیت به تولیدکنندگان کمک می کند تا قبل از تولید انبوه، از تقاضای واقعی بازار اطمینان حاصل کنند.

مشکلات و نیازهایی که این نرم افزار حل میکند :

1-نبود شخصی سازی واقعی در فروشگاه های موجود :

بسیاری از فروشگاه های اینترنتی پیشنهادات یکسانی به همه کاربران ارائه می دهند، بدون در نظر گرفتن علایق یا وضعیت خاص هر کاربر. این سیستم با ارائه محصولات بر اساس حالت انتخاب شده ی کاربر، تجربه ای متمایز و هدفمند فراهم می کند .

2-کاهش تعامل و وفاداری مشتری :

نبود ارتباط دوطرفه مؤثر با مشتریان موجب کاهش رضایت و وفاداری می شود. با افزودن نظرسنجی کوتاه پس از خرید، سیستم داده های ارزشمندی برای تحلیل رفتار مشتری جمع آوری می کند .

3-بی توجهی به پایداری محیط زیست در خرید آنلاین :

این فروشگاه با امتیازدهی به خریدهای سازگار با محیط زیست، فرهنگ مصرف سبز را ترویج می دهد و مسئولیت اجتماعی برند را تقویت می کند .

4-ریسک بالای تولید بدون ارزیابی تقاضا :

قابلیت پیش فروش کالاها به کسب و کارها کمک می کند تا از استقبال بازار اطمینان یافته و از تولیدات غیرضروری جلوگیری کنند .