

پروژه درس سیستم های اطلاعاتی مدیریت

شیرین شهابی نژاد، بیتا علی محمدی و ابوالفضل جوادری راد
دانشکده مهندسی صنایع

۸ دی ۱۳۹۹

۱. Envisioning سند

۱.۱ ویژگی های منحصر اصلی و منحصر به فروش محصول

برای اینکه بتوانیم به ویژگی های اصلی محصول پردازیم بایستی سوال های پیش رو را پاسخگو باشیم:

محصول کدام نیازها را برطرف می کند؟ محصول چه ارزشی اضافه می کند؟ کدام مشکل را برطرف خواهد کرد یا کدام مزیت را به همراه خواهد داشت؟ کدام ویژگی های محصول برای تأمین نیازهای انتخاب شده و بنابراین برای موفقیت محصول حیاتی هستند؟ محصول تقریباً چگونه خواهد بود و چه کاری انجام خواهد داد؟ محصول در کدام مناطق برتری دارد؟ چگونه محصول با محصولات موجود، از رقبا و از یک شرکت مقایسه می شود؟ امتیاز فروش منحصر به فرد محصول چیست؟ شرکت چگونه از فروش محصول درآمد کسب خواهد کرد؟

محصول ما ارائه دهنده خدمت به مشتریان در سطح ملی است دسترسی به این پلتفرم از طریق وب اپلیکیشن موبایل قابل دسترسی است با استفاده از این محصول مشتریان می توانند نیازهای پوشاک خود را برطرف نمایند ارزش این محصول به ارائه بستری برای فروشندگان لباس جهت ارتباط با مشتری خود می باشند و بسیاری از نیازهای فروشندگان اعم از نیاز به مکان، نیاز به ارتباط با مشتری و تبلیغات، نیاز به نمایش محصولات خود به بهترین نحو عملیاتی میگردد. از طرف دیگر پلتفرم با حضور مشتریان مختلف می تواند به مشتریان قدرت تصمیم گیری و چانه زنی دهد و در نتیجه امر مشتری می تواند از میان انبوه محصولات محصول مورد نظر خود را با قیمتی رقابتی تهیه نماید. هم چنین این محصول نیاز به حضور در فروشگاه و خرید حضوری را برطرف می نماید و با ارائه خدمت لجستیک معکوس این اطمینان را به مشتریان می دهد که با اطمینان بیشتری خرید نمایند؛ در عین حال فروش بالقوه فروشندگان را افزایش می دهد. ویژگی حیاتی این محصول تسهیل ارتباط و ارائه خدمت به نحوی است که مشتری به اسانی بتواند محصول مدنظر خود را پیدانماید اگر این محصول نتواند میان انبوه محصولات به درستی تشخیص داده شود بیزینس ما محکوم به فنا خواهد بود محصول مایک پلتفرم ارتباطی در تسهیل فرایند خرید و فروش است بنابراین آنچه که مورد نیاز می باشد

تطابق افراد با این پلتفرم و جذب آن ها به این خدمت است به علاوه محصول ما نیازمند یک سیستم لجستیک قوی و یکپارچه است تا بتواند نیاز های ارتباطی را برآورده سازد در نتیجه این سیستم لجستیکی ترجیح می دهیم که در شروع کسب و کار خود آن را در شهرهایی با جمعیت فعال در فضای آنلاین بیش از دویست هزار نفر آغاز کنیم این محصول در مقایسه با رقبای مزیت رقابتی در حوزه ارائه پلتفرمی شفاف و رابط کاربری آسان دارد این کسب و کار با عقد قرارداد با فروشندگان به صورت درصدی از آن ها پول دریافت می کند هم چنین خدماتی نظیر ارتقای محصول فروشندگان در سایت را فراهم می آورد

۲.۱ حوزه های ارزش ذی نفعان

ذی نفعان این طرح مشتمل بر: خریداران، سهام داران، شرکت حقوقی طرف قرارداد، بیمه، پیک، فروشندگان، کارمندان شرکت شامل: تیم فنی، تیم پشتیبانی، تیم مارکتینگ، تیم منابع انسانی، تیم تجربه مشتری و سهامداران می باشند

۳.۱ دیاگرام چشم انداز محصول

برای اینکه به همه قدرت انتخاب بهترین ها را بدهیم			
Target Group	Need	Product	Business Goals
سه دسته کاربر برای سیستم وجود دارد:	نیازمندی های ما شامل:	پلتفرم وب	دسترسی سریع و آسان
مشتری: مشتریان کاربرانی هستند که از فروشگاه های موجود در سامانه، خرید انجام می دهند	پلتفرم ارائه سرویس افراد حاضر در پلتفرم	اپلیکیشن موبایل	ارائه بستر برای فروشندگان
صاحب فروشگاه: کسانی که فروشگاه های لباس دارند و یا ثبت قرارداد، به فروش لباس های خود به صورت اینترنتی از طریق سامانه اقدام می کنند	تیم دیجیتال مارکتینگ و استراتژی جذب طریقین پشتیبانی از محصول پیک فروشگاه ها	بسته های بسته بندی همگام سازی تاریخ همگام سازی موجودی	تبدیل شدن به بهترین مارکت پلیس پوشاک ایران
پیک موتوری: کسانی که توسط شرکت استخدام می شوند و مسئولیت تحویل گرفتن سفارش از فروشگاه مربوطه و رساندن آن را به دست مشتری دارند	تیم فنی دفاع از حق مالکیت محصول تنوع تسهیل رابط کاربری تمرکز بر ارائه سیستم های پیشنهادی پیگیری مالی تدوین فرایندها	نقشه های جغرافیایی سیستم پیشنهادی سیستم پشتیبانی خدمت لجستیک معکوس دیتای جمع اوری شده	دقت در تنوع کنترل کیفیت تمرکز بر سریع ترین ارسال تسهیل خرید مشتری توسعه در شهرهای بزرگ ایران

مراجع

[۱] <https://www.romanpichler.com/blog/envisioning-your-product/>

Visual-paradigm-product-vision-template [۲]