|  |  |
| --- | --- |
| **1. Phân tích các kiểu hành vi người dùng trên môi trường web. Làm thế nào để một website có thể đáp ứng được tất cả các kiểu hành vi của người dùng**  *Phân* *tích* *kiểu* *hành* *vi* *người* *dùng* *trên* *môi* *trường* *web.* *Làm* *thế* *nào* *để* *một* *website* *có* *thể* *đáp* *ứng* *được* *tất* *cả* *các* *hành* *vi* *của* *người* *dùng.*  *-* *Hành* *vi* *khách* *hàng* *trên* *web* *có* *thể* *bao* *gồm* *các* *hoạt* *động* *sau* *đây:*   1. Click vào các liên kết: Người dùng thường click vào các liên kết để tìm kiếm thông tin hoặc truy cập vào các trang web khác. 2. Sử dụng công cụ tìm kiếm: Người dùng thường sử dụng các công cụ tìm kiếm như Google để tìm kiếm thông tin liên quan đến nhu cầu của họ. 3. Xem các trang web một cách ngẫu nhiên: Người dùng có thể lướt qua các trang web một cách ngẫu nhiên để khám phá hoặc giải trí. 4. Xem các trang web liên quan: Người dùng thường xem các trang web liên quan đến nhu cầu và sở thích của mình. 5. Sử dụng mạng xã hội: Người dùng thường sử dụng các mạng xã hội để chia sẻ thông tin và tương tác với người dùng khác. 6. Đăng ký và mua hàng trực tuyến: Người dùng thường đăng ký tài khoản và mua các sản phẩm trực tuyến. 7. Đọc và viết nhận xét, đánh giá: Người dùng thường đọc và viết nhận xét, đánh giá về sản phẩm hoặc dịch vụ trên các trang web. 8. Sử dụng các dịch vụ trực tuyến: Người dùng thường sử dụng các dịch vụ trực tuyến như email, trò chuyện, thư điện tử và lưu trữ đám mây. 9. Tìm kiếm thông tin về sản phẩm hoặc dịch vụ: Người dùng thường tìm kiếm thông tin về sản phẩm hoặc dịch vụ trên các trang web để có thông tin chi tiết hơn. 10. Sử dụng các trang web di động: Người dùng thường sử dụng các trang web di động để truy cập vào các dịch vụ và thông tin một cách thuận tiện.   ***Để*** ***một*** ***website*** ***có*** ***thể*** ***đáp*** ***ứng*** ***được*** ***tất*** ***cả*** ***các*** ***kiểu*** ***hành*** ***vi*** ***của*** ***người*** ***dùng,*** ***có*** ***thể*** ***thực*** ***hiện:***   * **Responsive** **Design**: Thiết kế website phải tương thích với tất cả các loại thiết bị mà người dùng có thể sử dụng để truy cập website như điện thoại di động, máy tính bảng và máy tính để bàn. * **Tốc** **độ** **tải** **trang** **nhanh:** Website phải tải trang nhanh để người dùng không chờ đợi quá lâu để truy cập vào trang web. * **Accessibility:** Website cần phải thân thiện với người dùng, đặc biệt là với những người có khuyết tật và giới hạn về khả năng truy cập vào website. * **Navigation:** Trang web cần có cấu trúc dễ dàng để người dùng có thể tìm thấy thông tin và điều hướng trên trang web dễ dàng. * **Cập** **nhật** **liên** **tục:** Website cần phải được cập nhật thường xuyên để đảm bảo rằng thông tin trên trang web luôn đúng và phù hợp với những thay đổi mới nhất của ngành. * **Thử** **nghiệm** **và** **kiểm** **thử:** Website cần phải được thử nghiệm và kiểm thử kỹ lưỡng để đảm bảo rằng nó hoạt động một cách suôn sẻ với tất cả các trình duyệt web và trên tất cả các thiết bị.   Airpay, Zalopay cũng đang rất được ưa chuộng, đặc biệt là với thế hệ trẻ. Bạn cũng nên tham khảo và cân nhắc.  **Vận chuyển sản phẩm**  Kết hợp với hãng vận chuyển nào, chính sách về thời gian vận chuyển ra sao, chi phí vận chuyển như thế nào,.. Những việc này cần được tính toán và quy định rõ ràng, để tránh gây phiền toái cho khách hàng. Thông thường, các sàn giao dịch TMĐT lớn hay kết hợp với nhiều đơn vị. Còn các website bán hàng khác thường chỉ chọn 1 đơn vị hoặc xây dựng đội ngũ giao hàng riêng.  **Website Hosting**  Hãy trao đổi rõ với đối tác phát triển website của bạn về vấn đề hosting, kiểm tra trong báo giá đã có khoản chi phí này chưa, đàm phán với nhà cung ứng của bạn và quy định rõ bên chịu trách nhiệm.  **Thời gian phát triển dự kiến**  Chia sẻ với đối tác phát triển của bạn kỳ vọng về thời gian ngay từ đầu sẽ giúp hai bên có được tính toán tốt nhất cho timeline, nguồn lực phát triển và ước tính chi phí. Đôi khi bạn sẽ cần trả thêm phí nếu cần xây dựng website trong thời gian quá ngắn.  ***Bước*** ***4:*** ***Triển*** ***khai*** ***–*** ***nghiệm*** ***thu*** ***–*** ***bảo*** ***trì*** ***Website*** ***mỹ*** ***phẩm***  Sau khi hoàn thiện các bước trên, bạn có thể tiến hành ký hợp đồng và chờ đợi website của mình hoàn thiện.  Hãy phối hợp với đối tác và đưa ra đề xuất kịp thời để website bán mỹ phẩm của bạn được hoàn thiện một cách nhanh chóng nhất. Đồng thời tránh thay đổi quá nhiều và quá đột ngột vì có thể ảnh hưởng đến tiến độ dự án.  Sau khi website xây dựng xong, bạn cần kiểm tra kỹ các tính năng, nội dung trên web, mô tả sản phẩm,… Tuy nhiên, ngay cả khi website đã vận hành trơn tru, bạn vẫn nên ký một hợp đồng bảo trì website thêm ít nhất 1 năm để theo dõi tính ổn định của web và cập nhật website một cách kịp thời nhất. | * **Analytics:** Việc thực hiện phân tích và theo dõi trang web giúp bạn hiểu rõ hơn về cách mà người dùng tương tác với trang web. Việc này giúp website cải thiện hành vi người dùng và sử dụng các công cụ tốt hơn để nâng cấp trang web.   *Tóm* *lại*, sự kế thừa các nguyên tắc thiết kế Web cơ bản và sự tiếp cận khi sử dụng các công cụ phân tích và đánh giá thông minh là hai kĩ năng quan trọng trong việc xây dựng một trang web đáp ứng tốt hầu hết các kiểu hành vi của người dùng.  **2.Phân tích cách xây dựng website theo tình huống cụ thể cho sản phẩm thương hiệu… đề thi chỉ định 1 sản phẩm cụ thể, các ý chỉ gạch đầu dòng**  Để một website có thể đáp ứng được tất cả các kiểu hành vi của người dùng, có thể thực hiện:  \* Phân tích cách xây dựng website bán mỹ phẩm  *Bước* *1:* Lựa chọn nền tảng cho website bán mỹ phẩm  Các nền tảng thương mại điện tử (TMĐT) phổ biến như Magento, Shopify, WooCommerce, Wix. Ở Việt Nam chúng ta có nền tảng Haravan. Mỗi nền tảng đều có những ưu-nhược điểm riêng. Việc quyết định chọn nền tảng nào lại phụ thuộc vào quy mô của website, cũng như khoản ngân sách của bạn. *Bước* *2:* Lựa chọn đơn vị phát triển website bán mỹ phẩm  Hãy lựa chọn một chuyên gia phát triển website bán hàng, và giàu kinh nghiệm với nền tảng mà bạn đã chọn. Một đối tác chuyên nghiệp sẽ góp phần quan trọng cho thành công của website bán hàng của bạn.  Sau khi quyết định sử dụng nền tảng nào, bạn có thể thu hẹp phạm vi tìm kiếm các đơn vị phát triển nhiều kinh nghiệm.  *Bước* *3:* Xác định yêu cầu cho website bán mỹ phẩm  Để đơn vị phát triển có thể cung cấp dịch vụ một cách tốt nhất, cũng như mang đến một website hoàn hảo theo đúng yêu cầu của bạn, hãy phác họa những nội dung cần thiết của một website bán mỹ phẩm.  **Thiết kế website**  Đây là bước bạn quyết định “diện mạo” cho website của mình. Bạn mong muốn 1 website có thiết kế độc quyền hay chỉ cần sử dụng từ những theme có sẵn? Bạn muốn sử dụng màu sắc, hình ảnh như thế nào, muốn chèn yếu tố nhận diện thương hiệu ra sao. Hãy mô tả kỹ cho đối tác của bạn. Đối với website bán mỹ phẩm, bạn nên chú trọng vào hiển thị, hình ảnh chất lượng cao, nội dung bắt mắt  **Tính** **năng** **website**  Hãy liệt kê hết những tính năng bạn mong muốn có trên website bán mỹ  phẩm của mình. Ví dụ như thanh tìm kiếm, phân loại giỏ hàng, nhắc nhở, hệ thống tích điểm, số lượng tồn kho…. Đặc biệt, khó khăn lớn nhất khi mua mỹ phẩm online là khách hàng không được thử sản phẩm trực tiếp.  **Tính năng thanh toán**  Trao đổi sớm với đơn vị phát triển để họ có phương án tích hợp cổng thanh toán đó vào website của bạn, hình thức giao hàng và thanh toán tại nhà (COD), thanh toán qua thẻ nội địa, thẻ visa, các loại hình ví điện tử Momo,  **3. Phân tích SWOT cho tình huống.**  *Phân* *tích* *mô* *hình* *SWOT:*  **Sức mạnh (Strengths)**  Sản phẩm độc đáo và khác biệt, thu hút khách hàng đam mê trang trí nội thất và sử dụng nến thơm. Giá cả hợp lý so với sản phẩm đối thủ cùng loại. Tiềm năng tăng trưởng lớn với xu hướng mua sắm trực tuyến ngày càng phổ biến. Sản phẩm bán nến thơm hàng nhập khẩu từ các nước nổi tiếng về nến thơm. Số lượng nhân lực trong nhóm vừa đủ và đầy đủ mọi vị trí trong công ty để dễ dàng điều hành 1 nhóm, 1 cửa hàng 1 cách hiệu qủa. Dựa vào số vốn mà nhóm góp được sẽ thuê 1 mặt bằng có vị trí tốt để thuận lợi trong việc bán hàng. Không gian kinh doanh không bị giới hạn bởi vị trí địa lý, có thể phục vụ khách hàng trên toàn quốc.  **Khó khăn (Weaknesses)**  Thị trường đang cạnh tranh khốc liệt với nhiều đối thủ cùng loại. Chưa có thương hiệu lớn, dẫn đến sự khó khăn trong việc xây dựng niềm tin và tăng khách hàng trung thành. Công ty còn thiếu nhiều kinh phí để thuê một vị trí bán hàng đắc địa nhất trong khu vực tphcm. Tiếp đến là chạy quảng cáo thường vượt quá ngân sách của công ty đưa ra.  **Cơ hội (Opportunities)**  Mở rộng thị trường bằng cách tiếp cận các khách hàng ở khu vực xa hơn hoặc quốc tế. Mở rộng sản phẩm với các loại nến thơm mới để thu hút được đa dạng khách hàng và tăng doanh thu. Tận dụng công nghệ để cải thiện trải nghiệm mua sắm trực tuyến của khách hàng. Chi phí quảng cáo để quảng bá thương hiệu và thu hút khách hàng mới có thể là vấn đề. xét về mặt cơ hội thì mặt hàng sản phẩm nến đang được ưa chuộng trong thời gian gần đây vì cảm giác relax mà nó mang đến cho người dùng một cách sâu sắc nhất . Người mua ngày càng thích mua những dòng sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên và nến thơm không phải là 1 ngoại lệ, xu hướng mua hàng trong và ngoài nước ngày càng tăng.  **Thách thức (Threats)**  Tình hình kinh tế khó khăn có thể dẫn đến sự giảm giá bán hàng của các đối thủ cạnh tranh, khiến khách hàng chuyển sang mua hàng rẻ hơn. Sự phát triển của mô hình bán lẻ trực tuyến khiến cho sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Lĩnh vực bị thống trị bởi những brand tên tuổi, Ngày càng có nhiều công ty cũng đang và sẽ bán những dòng sản phẩm này. Chi phí nguyên vật liệu ngày càng tăng giá. Kinh tế thị trường dạo gần đay không được ổn định. Chính sách pháp luật thay đổi, ví dụ như thuế nhập khẩu hay chính sách bảo hộ thương mại có thể ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. |