

Universitatea Tehnică Gheorghe Asachi, Iași

Facultatea de Automatică și Calculatoare

Domeniul: CTI, Specializarea: TI

**SISTEM INFORMATIC DE
PREZENTARE ȘI GESTIUNE A UNUI
MAGAZIN VIRTUAL**

Student: Oana Ariton

Îndrumător: Prof.dr.ing. Ungureanu Florina

An universitar: 2014-2015

Proiectul de față își propune realizarea unei aplicații sub forma unui magazin on-line de produse cosmetice.

Fiind cea mai avansată platformă de dezvoltare Web existentă la ora actuală, am ales să utilizez în această lucrare tehnologia ASP .NET , cu modelul arhitectural MVC (model-view-controller). Pentru baza de date a aplicației propuse am ales să utilizez Microsoft SQL Server 2014.

Un magazin online este un website destinat vânzării de produse și servicii. Magazinul virtual are ca scop prezentarea, promovarea și vinderea unor produse sau servicii.

Magazinele online avansate au CRM-uri, sisteme de management al clienților. Astfel, magazinele online identifică clienții noi, sau clienții fideli. Majoritatea magazinelor online oferă discounturi clienților fideli, discounturi care se pot face direct, printr-o reducere de preț sau printr-un coupon procentual(de exemplu 10% reducere) sau numeric(de exemplu -40 lei). De cele mai multe ori cea mai mare provocare pentru un magazin online este câștigarea încrederii clienților.

Urmatoarele caracteristici pe care le voi prezenta sunt deziderabile pentru realizarea unui magazin online profitabil.

1. Scopul principal – vânzarea produselor

Pentru a scoate în evidență scopul principal al magazinului online, butonul „cumpără” trebuie să fie cât mai vizibil.

2. Valorificarea avantajelor produselor vandute

Scopul unui vânzător online este acela de a convinge clientul că are nevoie de produsele sale. Structurarea produselor sub „oferte speciale” sau „colecție nouă” au deseori impact asupra cumpărătorilor sporind rata de vânzare a produselor.

3. Câștigarea încrederii clienților

Înainte de a lua decizia cumpărării unui produs, vizitatorii doresc să afle cât mai multe detalii despre produsul dorit, despre procesul de achiziție, modalitățile de plată, serviciul de livrare și garanțiile oferite, aceștia fiind factori decisivi în câștigarea încrederii clienților

4. Postarea „cartii de vizită” – logo

Un logo remarcabil poate fi considerat cartea de vizită a magazinelor online. Când vine vorba de cumpărături online, un logo cunoscut este un element de încredere pentru clienții magazinului.

5. Oferirea de reduceri, transport gratuit și premii de fidelitate

Oamenii sunt atrași, în marea majoritate de reduceri, însă unii sunt interesați de transportul gratuit al produselor, sau de oferirea premiilor de fidelitate. O mulțime de oameni, în perioadele de reduceri, cumpără cu ușurință orice produs care este la preț redus.

6. Ultimele noutăți

Se recomandă a se posta mereu ultimele noutăți, perioade de reduceri, sau evenimente viitoare care se doresc să se aducă în atenția clienților, pe pagina de start a magazinului online, facilitând astfel accesul la informație. În plus, în acest mod clienții fideli vor putea urmări produsele noi, fără a fi necesară navigarea prin stocul complet al magazinului online.

7. Implementarea coșului de cumpărături, panoului de autentificare și casetei căutare

8. Afișarea metodelor de plată acceptate

9. Link către site-urile de socializare

10. Utilizarea indicatorilor de credibilitate

Indicatorii de credibilitate sunt reprezentați prin imagini mici sau logo-uri care conferă vizitatorilor o garanție în ceea ce privește securitatea tranzacțiilor efectuate la nivelul magazinului online. Prezența acestor indicatori constituie un avantaj, clienții fiind asigurați de protecția datelor cu caracter personal.

11. Număr de contact vizibil și suport tehnic prin chat

Pe lângă aceste caracteristici, designul „curat”, adaptat magazinului online, meniurile reprezentative și ușor accesibile, recenziile primite din partea clienților, vor contribui în a crea o mai bună reputație magazinului online. Oamenii, de cele mai multe ori, se decid în scurt timp dacă le place sau nu un magazin online, motiv pentru care trebuie captat interesul acestora în primele secunde de la accesarea site-ului, în caz contrar vizitatorii vor găsi un alt magazin online, sau o alta pagină web mai atractivă.

În realizarea acestei lucrări mi-am propus să ating cele 11 caracteristici prezentate anterior. Pe lângă acestea, doresc să creez și o mini aplicație sub forma unui joc. Acest joc va fi de fapt un concurs între clienții magazinului, unde vor castiga puncte. La sfârșitul fiecărei luni, clientul cu punctajul cel mai mare va castiga un premiu constând în produse cosmetice. Mini-aplicația va fi implementată în Unity, folosind limbajul de programare C#