CHƯƠNG 3 Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA ĐỒ ÁN

3.1 Đóng góp đề tài

Thiết kế giao diện của trang web thương mại điện tử là một yếu tố quan trọng để tạo ra trải nghiệm người dùng tốt và đồng thời giúp tăng tỷ lệ chuyển đổi khách hàng. Nó đóng góp quan trọng trong việc tạo dựng thương hiệu và tăng uy tín của công ty. Thiết kế giao diện đầy đủ, sắp xếp các thông tin và chức năng trang web rõ ràng và dễ sử dụng giúp tăng tỷ lệ truy cập và tăng lượng đặt hàng.

Đối với thương hiệu:

Thương mại điện tử đóng góp rất lớn cho sự phát triển của thương hiệu nói chung và người bán nói riêng. Đầu tiên, nó cho phép người bán tiếp cận được đến một đối tượng khách hàng rộng lớn, không chỉ giới hạn trong khu vực địa lý mà còn cả trên toàn thế giới. Việc có một trang web thương mại điện tử chuyên nghiệp cũng tăng cường uy tín cho thương hiệu, tạo nên sự đáng tin cậy trong mắt khách hàng.

Ngoài ra, thương mại điện tử giúp người bán tiết kiệm chi phí trong việc quảng bá sản phẩm. Không cần phải dành một khoản kinh phí lớn cho việc in ấn và phân phối các tài liệu quảng cáo truyền thống, nhưng chỉ cần đầu tư một lần vào việc thiết kế và phát triển trang web thương mại điện tử thì người bán có thể đưa sản phẩm của mình tới với một lượng khách hàng lớn một cách dễ dàng và nhanh chóng.

Khách hàng cũng được hưởng lợi từ thương mại điện tử. Họ có thể dễ dàng tìm kiếm sản phẩm mình cần thông qua các công cụ tìm kiếm một cách thuận tiện. Bên cạnh đó, thương mại điện tử cũng cho phép khách hàng đánh giá và đưa ra ý kiến phản hồi về sản phẩm một cách dễ dàng, giúp người bán nâng cao chất lượng sản phẩm của mình.

Tóm lại, thương mại điện tử đóng góp quan trọng cho sự phát triển của thương hiệu và người bán bằng cách giúp tiếp cận đến một lượng khách hàng rộng lớn, tăng cường uy tín và tiết kiệm chi phí. Đồng thời, nó cũng mang lại lợi ích

cho khách hàng thông qua việc tìm kiếm sản phẩm dễ dàng hơn và đưa ra phản hồi về sản phẩm một cách thuận tiện.

Đối với người dùng:

Thương mại điện tử về đặc sản vùng miền có đóng góp rất lớn cho người tiêu dùng hay khách du lịch. Thương mại điện tử giúp cho người tiêu dùng có thể tiếp cận và mua được các sản phẩm đặc sản của một vùng miền mà họ không có cơ hội trực tiếp đến đó để mua hàng. Bên cạnh đó, thông qua thương mại điện tử, các sản phẩm đặc sản vùng miền có thể được quảng bá đến một lượng lớn người tiêu dùng trên toàn quốc hay thậm chí trên toàn thế giới. Điều này giúp cho những sản phẩm đặc sản của vùng miền có thể được nhiều người biết đến và trở thành thương hiệu quen thuộc với mọi người, tăng khả năng tiếp cận với thị trường lớn hơn và tăng doanh thu cho người bán.

Khách du lịch cũng có lợi thế khi mua đặc sản qua thương mại điện tử. Họ có thể dễ dàng tìm hiểu và chọn lựa những sản phẩm đặc sản của vùng miền mà họ muốn mua trước khi đến với địa điểm du lịch đó. Việc mua hàng trực tuyến cũng giúp cho khách du lịch tiết kiệm được thời gian và công sức tìm kiếm các sản phẩm đặc sản tại các cửa hàng truyền thống hay chợ địa phương. Ngoài ra, một số trang thương mại điện tử còn cung cấp các gói quà tặng đặc biệt với các sản phẩm đặc sản, giúp khách du lịch có thể mua quà lưu niệm dễ dàng mà không cần phải tốn nhiều thời gian và công sức để lựa chọn.

Tóm lại, thương mại điện tử về đặc sản vùng miền đóng góp rất lớn cho cả người tiêu dùng và khách du lịch. Nó giúp cho những sản phẩm đặc sản có thể được tiếp cận với thị trường lớn hơn, tăng khả năng tiếp cận với người tiêu dùng và doanh thu cho người bán. Đồng thời, khách du lịch cũng có thể dễ dàng tìm hiểu và mua các sản phẩm đặc sản trước khi đến với địa điểm du lịch, giúp tiết kiệm thời gian và công sức.

Chính vì vậy, thiết kế giao diện trang web thương mại điện tử là một phần không thể thiếu trong quá trình phát triển và thị trường của một công ty, cần được

quan tâm và đầu tư tốt để đảm bảo sự thành công và phát triển bền vững của thương hiệu.

3.2 Những điểm mới, sáng tạo

So với các sàn thương mại điện tử có nhiều trên thị trường như Lazada, Shoppee, Tiki,… OCOP Quảng Bình lại có tính cá nhân hơn bán sản phẩm đặc thù của vùng miền. Có thể mở rộng hơn được câu chuyện của sản phẩm cho người mua, ngoài việc mua và thưởng thức sản phẩm đặc sản, khách hàng còn có thể được biết thêm về nguồn gốc, nơi xuất khi và những câu chuyện về sản phẩm đó.

Trang web Ocop Quảng Bình cũ và trang web Thương mại điện tử Ocop Quảng Bình có tính năng mua hàng có những tính mới khác nhau như sau:

- Tính năng mua hàng: Tính năng này cho phép khách hàng có thể mua sản phẩm trực tiếp trên trang web, từ đó giúp tăng doanh số bán hàng cho các doanh nghiệp.
- Hệ thống thanh toán trực tuyến: Trang web có tính năng mua hàng thường tích hợp hệ thống thanh toán trực tuyến, giúp khách hàng thanh toán mua hàng một cách nhanh chóng, tiện lợi và an toàn.
- Hệ thống quản lý sản phẩm và đơn hàng: Trang web có tính năng mua hàng cần phải có hệ thống quản lý sản phẩm và đơn hàng để đảm bảo rằng các đơn hàng của khách hàng được xử lý đúng cách, sản phẩm được quản lý và lưu trữ đúng cách.
- Tính bảo mật thông tin: Trang web có tính năng mua hàng cần đảm bảo tính bảo mật thông tin của khách hàng, từ thông tin tài khoản đến thông tin thanh toán. Do đó, trang web cần có các biện pháp bảo mật tốt như mã hóa dữ liệu để đảm bảo an toàn thông tin của khách hàng.
- Tăng tính tương tác với khách hàng: Tính năng mua hàng giúp trang web tăng tính tương tác với khách hàng thông qua các khuyến mãi, ưu đãi, chương trình khách hàng thân thiết và các hoạt động truyền thông khác.

Tóm lại, tính năng mua hàng trên trang web mang lại nhiều tính mới như hệ thống thanh toán trực tuyến, hệ thống quản lý sản phẩm và đơn hàng, tính bảo mật thông tin cao và tăng tính tương tác với khách hàng. Điều này giúp tăng doanh số bán hàng và nâng cao trải nghiệm mua sắm của khách hàng trên trang web.

3.3 Những rủi ro của Thương mại điện tử

Một số rủi ro của trang Thương mại điện tử bao gồm:

- Đánh cắp thông tin cá nhân: Những thông tin cá nhân như số thẻ tín dụng, địa chỉ email, số điện thoại, địa chỉ nhà cửa của người dùng có thể bị đánh cắp và sử dụng sai mục đích.
- Giao dịch lừa đảo: Người dùng có thể mua hàng nhưng không nhận được sản phẩm hoặc nhận được sản phẩm không đúng mô tả.
- Lỗi kỹ thuật: Các trang Thương mại điện tử có thể gặp phải các lỗi kỹ thuật, gây ảnh hưởng đến trải nghiệm mua sắm của người dùng và thậm chí gây thiệt hại cho doanh nghiệp.
- Không đáp ứng yêu cầu bảo mật: Nếu trang web không đáp ứng đủ yêu cầu bảo mật, các thông tin cá nhân của người dùng có thể bị rò rỉ và bị sử dụng sai mục đích.
- Cạnh tranh khốc liệt: Trang Thương mại điện tử đang trở thành một ngành công nghiệp đầy cạnh tranh, vì vậy các doanh nghiệp cần phải nỗ lực để tạo ra trang web chất lượng cao để cạnh tranh với các đối thủ.
- Phản hồi của khách hàng: Một số khách hàng có thể không hài lòng với sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp và có thể đăng những đánh giá tiêu cực hoặc phản hồi trên trang Thương mại điện tử của doanh nghiệp. Điều này có thể gây ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp và dẫn đến mất khách hàng.

3.4 Định hướng phát triển sản phẩm

Định hướng phát triển của trang thương mại điện tử thường muốn đến mục tiêu nhằm tăng cường tính năng và giá trị cho người dùng, cải thiện trải nghiệm người dùng, gia tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Định hướng cụ thể có thể bao gồm cải thiện tính năng mua hàng trực tuyến, tích hợp các tính năng giúp cho việc

quản lý và bán hàng, tăng cường tính bảo mật và riêng tư cho người dùng, v.v. Tất cả mục tiêu này đều tập trung vào việc tạo ra một trang thương mại điện tử tiên tiến, an toàn và hữu ích cho người dùng và doanh nghiệp.

Để định hướng phát triển lâu dài cho thương mại điện tử, các doanh nghiệp và nhà quản lý cần quan tâm đến các yếu tố sau:

- Chất lượng sản phẩm và dịch vụ: Đây là yếu tố quan trọng nhất đối với sự phát triển lâu dài của thương mại điện tử. Các doanh nghiệp cần tập trung vào việc cung cấp sản phẩm và dịch vụ chất lượng để giữ chân khách hàng và thu hút khách hàng mới.
- Trải nghiệm khách hàng: Các doanh nghiệp cần đặt khách hàng làm trung tâm trong mọi hoạt động của mình. Họ cần phát triển các trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng để tăng sự hài lòng và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.
- Đổi mới công nghệ: Thương mại điện tử là một ngành đòi hỏi sự đổi mới liên tục về công nghệ để giữ bước với sự phát triển của thế giới. Các doanh nghiệp cần đầu tư vào nghiên cứu và phát triển công nghệ để nâng cao tính cạnh tranh và giữ vị thế của mình trên thị trường.
- Chiến lược tiếp thị và quảng cáo: Chiến lược tiếp thị và quảng cáo là yếu tố quan trọng để thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng hiện tại. Các doanh nghiệp cần tìm ra các chiến lược tiếp thị và quảng cáo hiệu quả để tăng doanh số bán hàng và mở rộng thị trường.
- Bảo mật thông tin: Thương mại điện tử là một ngành đòi hỏi sự bảo mật thông tin rất cao để tránh các rủi ro an ninh mạng. Các doanh nghiệp cần đầu tư vào các biện pháp bảo mật thông tin để đảm bảo tính an toàn cho khách hàng và tự doanh nghiệp của mình.
- Xây dựng lòng tin và thương hiệu: Để phát triển lâu dài trong thương mại điện tử, các doanh nghiệp cần xây dựng lòng tin và thương hiệu vững mạnh với khách hàng. Họ cần thường xuyên tương tác với khách hàng để cải thiện sản phẩm và dịch vụ của mình, từ đó nâng cao uy tín và thương hiệu của mình trên thị trường.

Tiểu kết

Trong đồ án này, em đã đi sâu vào nội dung về thiết kế giao diện trang thương mại điện tử tại Ocop Quảng Bình. Em đã tìm hiểu về các yếu tố quan trọng như tính thân thiện với người dùng, tính thuận tiện và sự đồng bộ với nền tảng kinh doanh của Ocop Quảng Bình.

Sau khi thực hiện nghiên cứu và thử nghiệm, em đã sử dụng các phương pháp thiết kế để tạo ra giao diện trang thương mại điện tử tại Ocop Quảng Bình. Kết quả cho thấy giao diện được thiết kế với các tiêu chí: dễ sử dụng, dễ nhìn, thân thiện với người dùng, tối ưu hóa kinh doanh và tối ưu hóa trải nghiệm người dùng.

Tổng kết, em tin rằng giao diện trang thương mại điện tử mới tại Ocop Quảng Bình sẽ giúp tăng tốc kinh doanh, cải thiện trải nghiệm người dùng và giúp Ocop Quảng Bình đạt đến mục tiêu phát triển của mình trong tương lai.