

Introduction

این محصول یک **Marketplace** برای کشف، مقایسه و رزرو آنلاین سالن‌ها و فضاهای یوگا در ایران است که با هدف ساده کردن فرآیند پیدا کردن و رزرو فضای مناسب برای تمرین طراحی می‌شود. در شرایط فعلی، اطلاعات سالن‌های یوگا معمولاً در شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها، صفحات مختلف اینترنتی یا از طریق ارتباط مستقیم با سالن ارائه می‌شود و قالب استاندارد برای مقایسه آن‌ها وجود ندارد. در نتیجه، کاربر برای پیدا کردن یک سالن مناسب باید اطلاعاتی مانند موقعیت، متراژ، ظرفیت، امکانات، تجهیزات، قیمت، ساعات فعالیت و زمان‌های خالی را از منابع مختلف بررسی یا مستقیماً از سالن استعلام کند.

محصول با ایجاد یک بستر یکپارچه، این فرآیند را به تجربه‌ای شفاف و قابل اعتماد تبدیل می‌کند؛ به‌گونه‌ای که کاربر بتواند سالن‌های یوگا را بر اساس شهر، موقعیت، تاریخ و زمان موردنظر، قیمت، ظرفیت، متراژ، امکانات و سایر ویژگی‌های مرتبط جستجو و فیلتر کند، اطلاعات سالن‌ها و فضاهای قابل رزرو را با یکدیگر مقایسه کند، زمان‌های آزاد را مشاهده کند و پس از انتخاب، فرآیند رزرو و پرداخت را به‌صورت آنلاین انجام دهد.

در طراحی این محصول، هدف اصلی این است که کاربر بتواند از لحظه‌ای که تصمیم می‌گیرد یک فضای مناسب پیدا کند تا زمانی که آن را رزرو و مدیریت می‌کند، یک مسیر ساده، شفاف و قابل اعتماد داشته باشد. بنابراین تجربه کاربر فقط به صفحه جستجو یا صفحه پرداخت محدود نمی‌شود، بلکه کل مسیر کاربر از پیدا کردن فضا تا بعد از رزرو در طراحی محصول در نظر گرفته شده است.

یکی از اصول اصلی محصول، **شفافیت قبل از پرداخت** است. کاربر قبل از اینکه وارد مرحله پرداخت شود باید دقیقاً بداند چه فضایی را رزرو می‌کند، این فضا در چه مرکزی قرار دارد، در چه تاریخ و ساعتی در اختیار او خواهد بود، قیمت نهایی چقدر است و چه قوانین یا محدودیت‌هایی برای استفاده از آن وجود دارد. به عبارت دیگر، نباید کاربر بعد از پرداخت با اطلاعاتی مواجه شود که قبل از خرید از آن اطلاع نداشته است.

در کنار شفافیت، تلاش می‌کنیم تعداد مراحل و اصطکاک موجود در مسیر رزرو حداقل باشد. کاربر نباید برای پیدا کردن یک فضای مناسب مجبور شود از چندین صفحه و فرم پیچیده عبور کند. مسیر کلی باید از جستجو، بررسی، انتخاب و پرداخت تشکیل شود و در هر مرحله فقط اطلاعاتی نمایش داده شود که برای تصمیم همان مرحله ضروری است.

طراحی محصول نیز باید از ابتدا **Mobile-first** و **Responsive** باشد. یعنی تجربه اصلی کاربر را بر اساس موبایل در نظر بگیریم، چون بخش قابل توجهی از جستجو و رزرو می‌تواند از طریق موبایل انجام شود؛ اما در عین حال تجربه روی دسکتاپ هم کامل و قابل استفاده باقی بماند.

یک اصل دیگر، **Progressive Disclosure** است. به این معنا که همه اطلاعات را یکجا جلوی کاربر قرار ندهیم. اطلاعات مهم مثل قیمت، ظرفیت، زمان، امکانات اصلی و وضعیت رزرو باید در همان ابتدا قابل مشاهده باشند و جزئیات بیشتر مثل قوانین کامل، توضیحات تکمیلی یا اطلاعات تخصصی در مراحل بعدی در اختیار کاربر قرار بگیرند. این موضوع باعث می‌شود صفحات شلوغ نشوند و تصمیم‌گیری برای کاربر ساده‌تر باشد.

در نهایت، اعتماد باید بخشی از خود طراحی محصول باشد. به همین دلیل مواردی مثل امتیاز و **Review** کاربران، وضعیت تأیید مرکز، قوانین استفاده و سیاست لغو باید دقیقاً در نقاطی نمایش داده شوند که کاربر در حال تصمیم‌گیری است. هدف این است که کاربر احساس کند اطلاعات کافی برای تصمیم‌گیری دارد و با یک marketplace قابل اعتماد مواجه است.

Product Users

از نظر کاربران، ما با یک گروه واحد مواجه نیستیم و چند **Persona** اصلی داریم که نیازهای متفاوتی دارند.

گروه اول، **ورزشکاران و علاقه‌مندان به یوگا** هستند. این کاربران معمولاً به شکل گروهی و بعضاً به صورت تکرارشونده فضا رزرو می‌کنند. برای آنها مواردی مثل مترآژ، ظرفیت، تجهیزات موجود و امکان پیدا کردن زمان مناسب اهمیت زیادی دارد. بنابراین داشتن تقویم دقیق، امکان **Favorite** کردن فضاها و همچنین قابلیت **Rebook** می‌تواند تجربه آنها را بسیار ساده‌تر کند.

گروه دوم، **بلاگ‌های ورزشی و تولیدمحتوای ورزشی** هستند. ویژگی‌های تخصصی فضا مثل آکوستیک، تجهیزات ضبط، میکروفون، سیستم صوتی یا سایر امکانات تخصصی می‌تواند اهمیت بیشتری برای این گروه پیدا کند بنابراین این کاربران باید بتوانند بر اساس تجهیزات فیلتر کنند و علاوه بر تصاویر، در صورت وجود نمونه‌های صوتی یا اطلاعات مرتبط با کیفیت فضا را هم بررسی کنند.

در سمت دیگر marketplace، **مدیران مراکز** قرار دارند. این کاربران معمولاً به جای یک فضای واحد، ممکن است چند اتاق یا فضای قابل رزرو داشته باشند. بنابراین پنل آنها باید امکان مدیریت چند فضا، تقویم، قیمت‌گذاری، رزروها، وضعیت سفارش‌ها، گزارش درآمد و تسویه را فراهم کند.

در نهایت **Admin** قرار دارد که وظیفه کنترل marketplace را بر عهده دارد. ادمین باید بتواند مراکز و فضاها را بررسی و تأیید کند، سفارش‌ها و کاربران را مدیریت کند و در صورت بروز مشکل، روی **listing** ها یا سفارش‌ها کنترل داشته باشد.

Customer Journey

- مسیر مشتری را می‌توان از مرحله **Discover** شروع کرد. کاربر ابتدا وارد پلتفرم می‌شود تاریخ موردنظر خود (یک یا چند روز) را انتخاب می‌کند. سپس در مرحله **Filtering**، کاربر جستجوی خود را دقیق‌تر می‌کند. مترآژ، ساعت شروع و پایان و امکانات مدنظرش مثل سیستم سرمایشی، نزدیکی به مترو و بقیه فیلترهای موردنظرش را انتخاب می‌کند. سیستم بر اساس این اطلاعات باید فضاهایی را نمایش دهد که واقعاً در آن بازه زمانی قابل رزرو هستند. بنابراین **Search** صرفاً یک جستجوی متنی نیست و باید با **availability** فضاها در ارتباط باشد.
- بعد از آن وارد مرحله **Evaluate** می‌شویم. کاربر در اینجا **Listing** های مختلف را مشاهده می‌کند و آنها را از نظر تصاویر، امکانات، ظرفیت، مترآژ، امتیاز و سایر ویژگی‌های مهم بررسی می‌کند. صفحه جزئیات باید به کاربر کمک کند که قبل از انتخاب نهایی، شناخت مناسبی از فضا پیدا کند.

- ۳) پس از اینکه کاربر مرکز موردنظر را از بین گزینه های موجود نمایش شده بر اساس فیلترینگ انتخاب کرد، میتواند اتاق دلخواه (با قابلیت های نمایش داده شده آن در صفحه آن مرکز) را انتخاب کرده و سپس Time Slot موردنظر خود را در تاریخ هایی که در ابتدای journey مشخص کرده بود انتخاب می کند. سیستم باید در همان لحظه قیمت و ظرفیت واقعی را بررسی کند تا چیزی که به کاربر نمایش داده می شود با وضعیت واقعی سیستم مطابقت داشته باشد.
- ۴) مرحله بعد **Checkout** است. کاربر در اینجا در صورت نیاز وارد حساب خود می شود یا ثبت نام می کند. ورود و ثبت نام می تواند با شماره موبایل و OTP انجام شود تا فرآیند ساده باشد. سپس اطلاعات پایه مثل نام و نام خانوادگی تکمیل می شود و ایمیل نیز می تواند به صورت اختیاری در پروفایل ثبت شود.
- ۵) قبل از پرداخت، کاربر باید یک خلاصه کامل از سفارش ببیند. در این خلاصه باید قیمت پایه، تخفیف، هزینه های احتمالی و در نهایت مبلغ قابل پرداخت مشخص باشد. همچنین قوانین استفاده و **Cancellation Policy** باید در همین مرحله قابل مشاهده باشند تا کاربر قبل از پرداخت از شرایط رزرو اطلاع داشته باشد.
- ۶) در مرحله **Pay**، پرداخت از طریق درگاه آنلاین انجام می شود. بعد از موفقیت پرداخت، سیستم باید **Booking** را با یک شناسه یکتا ثبت کند و کاربر وارد مرحله **Confirm** شود. تأیید رزرو می تواند از طریق خود پلتفرم و همچنین **SMS**، **Notification** یا **Email** به کاربر اطلاع داده شود.
- ۷) بعد از رزرو، کاربر وارد مرحله **Manage** می شود؛ یعنی می تواند رزروهای آینده خود را مشاهده کند، جزئیات سفارش را ببیند، در صورت امکان رزرو را لغو کند، رسید یا فاکتور دریافت کند، بعد از استفاده **Review** ثبت کند و در صورت نیاز همان فضا را مجدداً رزرو کند.

Listing information

برای اینکه تمام این فرآیند قابل اجرا باشد، هر فضای قابل رزرو باید اطلاعات استاندارد داشته باشد.

اطلاعات اولیه شامل نام مرکز، نام فضای رزرو و همچنین توضیحی که صاحب هر مرکز در صفحه خود قرار میدهد میشود. اطلاعات موقعیت شامل شهر، محله و موقعیت روی نقشه است. در مورد آدرس کامل نیز می توان بر اساس سیاست محصول تصمیم گرفت که آدرس دقیق قبل از رزرو نمایش داده شود یا فقط اطلاعات کلی موقعیت در اختیار کاربر باشد و آدرس کامل بعد از رزرو نمایش داده شود.

مشخصاتی مثل متراف، ظرفیت پیشنهادی و حداکثر ظرفیت، قیمت پایه، واحد قیمت گذاری، حداقل مدت رزرو و **Step** زمانی باید مشخص باشد تا سیستم بتواند قیمت و **Availability** را به شکل دقیق محاسبه کند.

در کنار این موارد، تصاویر و ویدئو، امکانات و تجهیزات، ساعات فعالیت، قوانین استفاده، **Cancellation Policy** و امتیاز و نظرات کاربران نیز جزو اطلاعات اصلی **Listing** هستند. وضعیت تأیید مرکز هم باید مشخص باشد تا کاربر بداند این مرکز توسط پلتفرم **Verification** شده یا خیر.

و در آخر مدل **Booking** مرکز باید درج شود تا کاربر بداند که آیا این رزرو به صورت مستقیم اتفاق می افتد (**instant booking**) یا بعد از تأیید مرکز (**request to book**).

Filter & Search

سیستم جستجو باید به شکلی طراحی شود که کاربر بتواند به تدریج نتایج را محدود کند. فیلترهایی مثل شهر، دسته و نوع فضا، تاریخ، سورتینگ قیمتی (از کم به زیاد یا بالعکس)، متراف، امکانات تخصصی (مانند داشتن اسپیکر، نور طبیعی، آینه و ...) جزو فیلترهای عمومی هستند.

امتیاز کاربران نیز می‌تواند در این بخش استفاده شود. اما مهم‌ترین نکته این است که وقتی کاربر تاریخ و ساعت مشخصی را انتخاب می‌کند، سیستم باید بتواند فقط فضاهایی را نمایش دهد که در همان زمان واقعاً قابل رزرو هستند. بنابراین Availability باید یکی از اجزای اصلی Search باشد، نه اینکه بعداً و در مرحله پرداخت مشخص شود.

Booking Flow

فرآیند Booking از انتخاب فضای قابل رزرو شروع می‌شود و سپس تاریخ و Slot زمانی انتخاب می‌شود. سیستم در همین مرحله باید مبلغ را بر اساس قیمت پایه، تخفیف‌ها و هزینه‌ی آپشن‌های اختصاصی برای هر اتاق محاسبه کند و مبلغ نهایی را به کاربر نمایش دهد.

قبل از پرداخت، Cancellation Policy و قوانین باید نمایش داده شوند و سپس کاربر با شماره موبایل و OTP وارد حساب شود. پس از تکمیل اطلاعات، پرداخت انجام می‌شود و در صورت موفقیت، Booking با یک شناسه یکتا ثبت می‌شود و Confirmation برای کاربر ارسال خواهد شد.

از ابتدا باید معماری سیستم به شکلی طراحی شود که دو مدل اصلی Booking را پشتیبانی کند. این قابلیت برای هر مرکز باید فراهم باشد که بر اساس سیاست‌ها و ظرفیت پاسخ‌دهی خود بتوانند مدل Booking خود را انتخاب کنند. مدل اول Instant Booking است؛ یعنی در صورتی که فضا در زمان انتخاب‌شده موجود باشد، کاربر می‌تواند مستقیماً آن را رزرو کند و رزرو قطعی شود. مدل دوم Request-to-Book است که در آن ابتدا درخواست کاربر برای مرکز ارسال می‌شود و تا زمانی که مرکز آن را تأیید نکرده، رزرو قطعی محسوب نمی‌شود.

Dashboards

Customer Dashboard

- * داشبورد مشتری در واقع محل مدیریت تمام تعاملات کاربر با پلتفرم است. کاربر باید بتواند اطلاعات پروفایل و اطلاعات تماس خود را مدیریت کند، ایمیل خود را ثبت کند و
- * کاربر باید بتواند فضاهای موردعلاقه‌اش را در Favorite نگه دارد.
- * همچنین رزروهای آینده و تاریخچه رزروهای قبلی باید در داشبورد قابل مشاهده باشند.
- * با انتخاب هر Booking، کاربر باید بتواند جزئیات سفارش، رسید یا فاکتور، وضعیت پرداخت و سایر اطلاعات مرتبط را مشاهده کند.
- * در صورت امکان، درخواست لغو نیز از همین بخش انجام می‌شود و پس از پایان رزرو، قابلیت ثبت Review فعال خواهد شد.
- * قابلیت Rebook هم به خصوص برای کاربرانی که رزروهای تکرارشونده دارند، می‌تواند یکی از قابلیت‌های مهم Dashboard باشد.

Venue Dashboard

- * برای مدیر مرکز، Dashboard نقش متفاوتی دارد. این پنل باید در یک نگاه اطلاعاتی مثل رزروهای آینده، وضعیت Listing‌ها و درآمد را نمایش دهد.
- * مدیر مرکز باید بتواند اطلاعات اصلی مرکز را مدیریت کند و در صورت داشتن چند فضا، هر کدام را به صورت جداگانه مدیریت کند و امکان قیمت‌گذاری متنوع روی ساعت‌های مختلف و فضا‌های مختلف را داشته باشد. برای هر فضا باید Calendar وجود داشته باشد تا زمان‌های آزاد، رزرو شده یا Blocked مشخص باشند و به صورت جداگانه امکانات هر فضای خود را ثبت کند.

* همچنین مدیریت رزورها و Status های مختلف سفارش، لغوها و وضعیت Refund باید قابل مدیریت باشند. مرکز باید بتواند تخفیف تعریف کند و گزارش‌های ساده‌ای مثل تعداد رزورها، درآمد ناخالص، کمیسیون پلتفرم و درآمد خالص را مشاهده کند.

* بخش دیگری از Dashboard مربوط به تسویه و اطلاعات پرداخت است و در نهایت Notification ها نیز باید در اختیار مدیر مرکز قرار بگیرند تا مثلاً درخواست رزرو جدید یا تغییر وضعیت یک Booking را از دست ندهد.

Venue Onboarding

فرآیند ورود یک مرکز به marketplace نیز باید مرحله‌بندی شده باشد. ابتدا مرکز حساب خود را ایجاد می‌کند و اطلاعات پایه مرکز را وارد می‌کند. سپس آدرس و موقعیت جغرافیایی، دسته‌بندی و اطلاعات مربوط به فضا یا فضاهای قابل رزرو را ثبت می‌کند.

برای هر فضا اطلاعاتی مثل تصاویر و ویدئو، امکانات، ظرفیت، قیمت و ساعات فعالیت باید وارد شود. مرکز همچنین باید قوانین استفاده و Cancellation Policy خودش را مشخص کند و اطلاعات موردنیاز برای تسویه را ثبت کند.

پس از تکمیل اطلاعات، Listing برای بررسی ارسال می‌شود. در این مرحله Admin می‌تواند آن را تأیید کند، رد کند یا از مرکز بخواهد اطلاعات را اصلاح کند. بنابراین Listing از لحظه ایجاد تا انتشار، یک فرآیند Verification مشخص خواهد داشت.

Notifications

Notification ها باید در نقاط مهم Journey فعال شوند. اولین مورد OTP برای ورود یا ثبت‌نام است. بعد از آن، کاربر باید در صورت موفقیت رزرو و پرداخت، Notification دریافت کند و در صورت ناموفق بودن پرداخت نیز مطلع شود.

یادآوری رزرو قبل از زمان استفاده نیز اهمیت دارد. همچنین تغییر وضعیت یا لغو Booking باید به کاربر اطلاع داده شود.

در سمت مرکز نیز زمانی که درخواست رزرو جدید ایجاد می‌شود باید Notification ارسال شود و در صورت تأیید یا رد درخواست، کاربر مطلع شود. فرآیند Refund و حتی زمان فعال شدن امکان ثبت Review نیز می‌تواند Notification مربوط به خودش را داشته باشد.

Edge cases

در نهایت، بخشی که در طراحی محصول اهمیت زیادی دارد، سناریوهایی است که در حالت عادی اتفاق نمی‌افتند اما اگر از ابتدا برای آنها راه‌حل نداشته باشیم، می‌توانند باعث مشکل جدی شوند.

یکی از مهم‌ترین موارد، زمانی است که دو کاربر تقریباً همزمان یک Slot را انتخاب می‌کنند. سیستم نباید اجازه دهد هر دو نفر در نهایت یک Slot را رزرو کنند. باید یک مکانیزم Hold یا Transaction وجود داشته باشد تا فقط اولین تراکنش معتبر بتواند Slot را نهایی کند.

سناریوی دیگر زمانی است که پرداخت کاربر موفق شده اما Callback درگاه به هر دلیل نامشخص است. در این شرایط نباید سفارش را رها کنیم یا Slot را دوباره در اختیار سایر کاربران قرار دهیم. سفارش باید وارد یک وضعیت مشخص برای Reconciliation شود تا نتیجه پرداخت مشخص شود.

همچنین اگر یک مرکز بعد از اینکه برای آینده رزرو دارد، اطلاعات Listing خود را تغییر دهد، این تغییر نباید باعث شود رزروهای قبلی دچار مشکل شوند. بنابراین تغییرات مهم باید Versioned باشند یا حداقل محدودیت‌هایی برای تغییر اطلاعاتی که روی Booking های آینده تأثیر می‌گذارند در نظر گرفته شود.

لغو یک رزرو بعد از شروع بازه زمانی نیز باید بر اساس Cancellation Policy و قوانین پلتفرم مدیریت شود. همچنین اگر کاربر چند Slot پشت سر هم رزرو کند، قیمت و Availability این Slot ها باید به صورت یک تراکنش واحد محاسبه شود تا بین Slot ها ناسازگاری ایجاد نشود.

در نهایت، اگر یک مرکز به هر دلیل از دسترس خارج شود یا مشکلی برای آن ایجاد شود، Admin باید بتواند Listing آن مرکز را Suspend کند تا رزرو جدید برای آن انجام نشود، در حالی که رزروهای قبلی نیز به شکل کنترل شده مدیریت شوند.

در مجموع، هدف این Product Specification این است که از یک طرف تجربه کاربر تا حد ممکن ساده، سریع و قابل اعتماد باشد و از طرف دیگر، از همان نسخه اولیه معماری و UX به شکلی طراحی شود که بتواند سناریوهای واقعی marketplace، از جستجو و مقایسه گرفته تا رزرو، پرداخت، لغو، Refund، مدیریت مرکز و کنترل Admin را پوشش دهد.

* قالب آماده یا سایت پیش ساخته مدنظر نیست و طراحی و پیاده سازی رابط کاربری باید بر اساس طرح های آماده شده در Figma انجام شود.