

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. A 15 de Octubre de 2022.

Catedrático: Marcos Than Esponda

Alumna: Marcela G. Solís Méndez

Semestre y grupo: 1° - A

Materia: Tecnologías de la Información

Actividad: Resúmenes

RESUMEN

Video 1

Adaptar un negocio existente o crear uno nuevo al querer adaptarlo al comercio electrónico debes de tener en cuenta repensar la estructura, cómo lo vas a hacer, recursos, perfil de personas que se encargarán de realizarlo, planificar el crecimiento así como la escalabilidad para obtener un crecimiento exponencial con uso de sistema de métricas y establecer objetivos de forma precisa con las herramientas indicadas. Se debe tomar en cuenta que el comercio electrónico genera productividad que se mide por el coste y el tiempo también debe de encontrar el hueco en el mercado para superar a la competencia. La propuesta de valor e innovación se convierten en negocios rompedores que generan por sí mismo viralidad, de esta manera no se debe de invertir en marketing ya que el producto o servicio se vende por sí mismo. Todos aquellos canales deben de estar activos para recibir comentarios, sugerencias o quejas de los clientes. Se debe de llevar a cabo el análisis FODA, centrado en las Oportunidades para aprovechar esa área en nuestro negocio.

Video 2

La investigación es necesaria para realizar un buen comercio de electrónico. Se divide en pasiva la cual son las fuentes que se tienen a la disposición y activa la cual diseña específicamente el dato que se quiere contrastar. Ambas brindan herramientas de investigación con gran disposición. Base a ello podemos investigar a la competencia, observar su web imágenes, su proceso de venta, suscribirse a su newsletter, etc. Las cuales se deben estudiar, de esta manera superarla. Monkey Survey permite hacer encuestas de medida de forma automatizada arroja los resultados. Podemos investigar a quienes contrata la competencia, sus proveedores, etc.

Video 3

Pilares del comercio electrónico. Fijarte en los grandes debe de ser en lo que nos debemos de fijar, es decir, a las empresas que han invertido mucho para lograrlo de la mejor manera posible., observa cómo lo hacen, sus procesos de compra, suscribirse a su lista de información por e-mail, etc. Estudiar y conocer los procesos y las elecciones y demanda de productos de sus clientes genera que las ventas crezcan entre un 8% y 25%. Es importante la forma en cómo interactúas con tu cliente. La simplificación de procesos de compra es un proceso complejo sin embargo es mejor aplicarlos en el negocio. Aprendizaje de los competidores.

Video 4

Pensar de una forma distinta incrementa el porcentaje de probabilidad de tener éxito. Sentar las bases desde un principio lo reduce los riesgos. El negocio debe de estar sometido a proceso de mejora continua. Para tener un panorama más amplio podemos utilizar herramientas link o lienzos canvas.

En la parte superior debe de ir: qué, cómo, a quién

En la parte inferior: Ingresos y gastos

QUE: Se debe especificar que se va a vender, cómo esta compuesto, ventaja, diferenciación, por qué esa será a oferta, competencia, procesos de compra, etc.

Realizar una compra, implica otras.

COMO: Proveedores, donde será tu tienda, dónde sacas los recursos financieros, actividades, cómo lo pondrás en marcha.

A QUIEN: Quién va a comprarte, utiliza redes sociales o no, etc.

El comercio electrónico del negocio se tendrá en una hipótesis lo cual debe de estar flexible a cambios que lleguen a surgir.

Video 5

Creación de la tienda de comercio electrónico. Se deben de utilizar las herramientas que estén a la disposición, estas herramientas deben de brindar una gestión de contenidos actualizables, manejar precios, crear descuentos puntuales, etc. Obtener una herramienta que incluya buscadores, escaparates virtuales y recomendadores, cuestan. Se deben integrar todas las formas de pago posible. Estas herramientas de acuerdo a los datos que nos proporcionen, ayudan a tomar mejores decisiones. Los testimonios se pueden integrar. Upplication es una buena herramienta para empezar.

Video 6

La base de datos es vital en el comercio electrónico, siempre y cuando este bien gestionada. Esta nos proporciona información identificativa de cada cliente como DNI. Dirección, e-mail, compras que realiza, talla, volumen de compras, su búsqueda, cómo nos ha encontrado, etc. De esta manera logramos agradecerle al cliente. Algunos de los programas que pueden utilizarse son: Access, SQL server, Oracle las cuales son bases de datos relacionales donde podemos tomar datos de distintas fuentes, de esta manera obtenemos un mayor conocimiento del negocio. La base de datos se divide en: Precios, historial, sugerencias y en gestor, análisis de datos. Se debe de clasificar a los clientes (ABC). La base de datos debe llevar un control de quejas y reclamaciones.

Video 7

No tener una protección de datos puede llevar a sanciones y multas económicas. En España LOPD, agencia que vela de la protección de datos LAPD de esta manera debes atender lo que está dentro de la ley para saber qué compromisos debes cumplir. Los clientes deben de saber qué datos estás obteniendo de ellos y para qué están destinados. Datos especialmente protegidos son los de carácter

personal como la identificación, nombre, domicilio, religión, si tienes alguna enfermedad crónica, etc. Las bases de datos deben de estar registrados ante la ley. El modelo que se puede imitar es la BBC ya que muestra los 3 niveles de privacidad y es el cliente quien decide qué nivel prefiere.

Video 8

Los clientes deben de tomar la decisión de los próximos desarrollos tecnológicos dentro del comercio electrónico, se puede hacer el uso de Webydoo como herramientas para que opinen ya que debemos de involucrar a nuestros clientes. LEAN se basa en menos planificación y más experimentación. De esta manera se logra mejorar el servicio de atención al cliente, la selección de productos y diseños; de esta manera disminuir gastos por fallos.

Video 9

La digitalización del negocio es mejor si se crea desde cero. En el caso que ya se tenga un negocio existencia, lo más recomendable es separarlo incluso físicamente, se deben de atender todos los detalles, cómo va a interactuar el cliente, aprovechar los historiales de comunicación, bancos, clientes, etc. El método tradicional será un impedimento si no logras separar el nuevo negocio digital.

Video 10

Webs informativas son webs que ayudan a la venta aunque no permiten la compra en la propia web. Te pueden brindar muchas herramientas que se integran con la publicidad como los testimonios de los clientes. No se ha dado el paso al número de tarjeta y la opción de comprar. Precalifican la venta aunque no la ejecuten, de esta manera se consigue una llamada o reservación en la que si es más posible que se ejecute la venta. Básicamente no completa el proceso de ayuda en gran parte.