**Floreria Vincent (boutique floral)**

**Planteamiento del problema**

## Diseña una aplicación en la cual puedas dar información de las florerías que estan en las diferentes partes de puebla, como su dirección , correo electrónico, números telefónicos de cada sucursal , promociones, horarios de las sucursales, un apartado donde puedas poner sus sugerencias, las paginas enlazadas ya sea Facebook para poder registrarte , también una misión y visión y explicación acerca de la floreria, En un apartado tendremos las formas de pago ,contar información de los clientes y empleados asi sea como su nombre apellidos , correo, numero,id . tambien esto podría tener un menú donde puedas escoger la florería conforme a su ubicación, saber los tipo de arreglos tiene cada florería y cada arreglo floral contara con su respectivo código asi cuando el cliente quiera pedir un arreglo lo pida diciendo el código del arreglo, también que en la imagen contenga una breve información del arreglo,Sobre el tipo de flor tiene, tamaño y costo, los arreglos se podrían dividir por categoría como ramos, en maceta y en diferentes modelos donde lleve el arreglo, también que podrá contar un espacio para las categorías para una tienda de regalos donde en donde se venderan osos, botellas por ejemplo:

* Arreglos florales
* Osos
* Bouquetes - diseños originales
* Envío a domicilio
* Eventos
* **Ramos de novia**
* Tulipanes
* **Decoración floral de empresas** y corporativos
* [**Centros de mesa**](https://www.todopuebla.com/directorio/vincentboutiquefloral/blog/25044)
* Decoración floral navideña
* Mesas de dulces
* Botellas
* Arreglos para velatorios
* Atención en línea

La idea de la pagina web es que sea más factible realizar la compra de los arreglos teniendo todo en orden y con las especificaciones correctas de cada cosa que se esta proporcionando ahí mismo

Titular

En 3 segundos un Sitio Web debe responder necesariamente la pregunta ¿Qué ofrece este sitio? ¿Y qué hay para mi (beneficio)? Cree titulares claros y simples.

### Subtitulares

Sus subtitulares deben ofrecer una breve descripción de lo que usted hace y vende. Evite palabras técnicas o complicadas. Sea diferente y demuestre valor. No hable sólo de usted y empresa.

### Beneficios

No es importante solamente describir lo que hace, sino que porqué vale la pena, porqué importa. Los prospectos desean saber acerca de sus beneficios y ventajas.

### Llamado(s) a la Acción principal(es)

Incluya múltiples llamados a la acción (CTA) sobre la primera pantalla (antes de mover el scroll) con el objetivo de lograr conversiones.

Funcionalidades

Adicionalmente a los beneficios, liste las funcionalidades claves, esto entrega a las personas una mejor idea de lo que tratan sus productos y servicios.

### Testimoniales (Prueba de clientes)

Los testimoniales son una prueba poderosa de confianza. En Internet todo se basa en la confianza. Incluya lo que sus clientes opinan de su empresa. Incorpore fotos y datos del cliente.

### Indicadores de éxito

Adicionalmente a los testimoniales, premios y reconocimientos son importantes de incluir. Generan una primera buena impresión además de reforzar confianza.

### Navegadores

Para minimizar las tasas de rebotes, sus visitas necesitan crear un camino claro hacia su sitio desde la página de inicio. Asegúrese de que sus navegadores estén visibles en la parte superior de su sitio. Y manténgalos simples.

### Imágenes de soporte

Muchas personas son principalmente visuales. Asegúrese de utilizar imágenes que claramente refuercen lo que usted ofrece. Videos cortos son importantes también. No utilice fotos de stock de gente de negocio tipo, eso pierde credibilidad.

### Ofrezca contenido

Para generar más Leads de su Sitio y Página de Inicio específicamente, entregue contenido que sea valorado como un ebook, guía, artículo, suscripción a un Newsletter, entre otros.

### Recursos

Más del 70% de las visitas a su sitio no están listas para comprar. Asegúrese de ofrecer un vínculo a su centro de aprendizaje, recursos o biblioteca donde puedan aprender más de lo que usted hace o vende.

### Llamados a la Acción secundarios

Cuando las visitas terminan en la última de su página de inicio, no olvide incorporar un nuevo llamado a la acción (CTA). Esto aumenta la probabilidad de conversión. Los CTA no son exclusivos de la parte superior.

