Recolección de Datos - Proyecto Formativo ALL PINK Manager

A continuación se detallan los datos recopilados durante la fase de recolección de información para el proyecto:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Proceso | Descripción | Resultados clave |
| Revisión Documental | Se analizaron 50 reportes de ventas e inventarios de los últimos 12 meses. | Identificación de un 20% de errores en el control de inventarios y 10% en el proceso de reposición automática. |
| Entrevistas | Se realizaron entrevistas a 5 administradores, 3 responsables de inventario y 2 de marketing. | Los entrevistados mencionaron la necesidad de automatizar el control de inventario y mejorar la segmentación de campañas. |
| Encuestas | Se encuestaron a 200 clientes de la tienda online sobre su satisfacción con el sitio y la experiencia de compra. | El 85% de los encuestados reportaron satisfacción general, pero el 25% señalaron problemas en la disponibilidad de productos. |
| Observación Directa | Se observaron interacciones de 10 usuarios en la tienda en línea, identificando problemas en la navegación y el flujo de compra. | Se detectaron problemas de navegación en el 15% de las interacciones, principalmente en la finalización de compras. |
| Revisión Documental | Se analizaron informes de marketing de los últimos 6 meses para evaluar el rendimiento de las campañas. | El 30% de las campañas no alcanzaron el rendimiento esperado, señalando la necesidad de mejorar la segmentación. |
| Entrevistas | Entrevistas adicionales con personal de atención al cliente para comprender mejor las quejas más frecuentes. | Se identificó un 40% de quejas recurrentes sobre demoras en la entrega y fallos en la comunicación de los pedidos. |
| Encuestas | Encuesta a 100 nuevos clientes sobre el proceso de registro y su experiencia inicial con la plataforma. | El 70% de los nuevos clientes calificaron el proceso de registro como fácil, pero un 10% reportaron problemas técnicos. |
| Observación Directa | Observación directa de pruebas de usuario en dispositivos móviles para identificar problemas de usabilidad en pantallas pequeñas. | En un 20% de las pruebas en dispositivos móviles se identificaron dificultades de navegación, especialmente al realizar pagos. |