

+El proyecto va de hacer un software que sea en este caso una tienda. Que reúna el stock de la tienda que puedas hacer pedido y el software que lo vaya cogiendo y genere un sistema de datos. Tenemos que trabajar con una base de datos.

-Pues de gestión de almacén, supongo.

+Hemos intentado unirlo con una especie de red social, por así decirlo, del tema de los Juegos de Mesa, como un foro. Que se complementen uno a otro y que a través del foro que es por sistema de puntuación, le puede dar una puntuación, deja tu opinión y tal. La tienda utiliza esa parte del foro para saber en qué juegos debe tener más stock, que debe tener más a la mano, ¿sabes? Ese es ya nuestro planteamiento general, a modo de introducirlo y ahora te preguntaremos a ti la que tú pensarías que sería más necesario

-Más necesario en qué sentido.

+En el sentido, ¿Qué sería lo que más puede ayudar a la tienda? O sea, en el modo de que tú buscarías un software que solamente vas a utilizar en la tienda para tú saber el stock y demás, o si también te interesa lo que nosotros decimos de unirlo con una red social. Además de tener un feedback con una comunidad.

-Claro porque eso ya lo tenemos nosotros, casi implementado con la página web, no como red social, sino como dentro de lo que es la tienda online digamos que tienes el feedback de la gente. Yo lo de las redes sociales es algo que desconozco muchísimo, porque yo siempre en lo que confío es en los datos, no sé si vosotros estáis familiarizados, por ejemplo, con el término $n - 1$. $N - 1$ son las ventas de hace un año. Entonces, claro, yo por ejemplo aquí nosotros funcionamos mucho con los comparativos de hace un año y hacemos las previsiones de ventas, por ejemplo, ahora para Navidad las hacemos en comparativa al año pasado y lo que hacemos es una previsión, entre comillas, de cuánto puede crecer. O sea, hacemos una interpolación de lo que hemos estado creciendo durante el año, lo que se espera y ahí vamos haciendo apuestas. Y muchas veces funciona y otras veces no funciona. Ahí es donde yo diría que está la clave, saber acertar con las previsiones de venta. Aquí lo bueno que tiene es que tienes las piedras de toque que sabes que nunca te van a fallar, son productos que sabes que vamos a vender muchísimo, lo malo es cuando hay algo que se desvía del estándar, que es un juego que nadie lo quería y ahora lo quiere y entonces eso es lo que te destroza la previsión. A mí un software que me ahorraste el trabajo de tener que hacer la previsión lo agradecería un montón.

+Claro, pero muchas veces es imprevisible.

-Claro que lo hiciera a grandes rasgos y ya ir afinando, porque nosotros eso prácticamente lo hacemos a mano. Para mí eso sería el futuro y nos quitaría muchísimo tiempo.

+Un software que tuviera ese registro de todo lo que se ha ido vendiendo que más o menos te orientará y aparte con el propio feedback de una comunidad ya lo tendrías asegurado al 100%.

-Exactamente.

+Lo que nosotros teníamos pensado hacer es algo parecido a la BGG, que tú tuvieras el feedback de la gente y después, que dentro de la BGG no está tan desarrollado, es la parte de tienda, que en BGG tú te puedes meter pero te derivarán a otras tiendas. En nuestro caso solo se deriva a esta en concreto. Entonces ese es el pensamiento que nosotros teníamos en mente sobre el sobre el proyecto. Y voy a empezar a hacer algunas preguntas.

¿Qué pensamiento general tendrías tu acerca de hacer una aplicación que te reuniera datos y saber más o menos el stock que necesitas? Y ya hemos preguntado de qué prefieres una red social o una página o una tienda.

-Tú ahí más que nada, porque la red social sería en plan ¿otra?, ese es el principal escollo, pero oye, que hay que probarlo si no nunca vas a saber si te va a salir bien o mal, o si no implementarlo como una red social, sino como maquillarlo un poco.

+La idea es hacer una tienda y complementarlo con una mini red social donde la gente vaya dando sus opiniones, tú entres y leas un juegos que tiene un 8 de media, lees el feedback y si estabas pensando si comprarlo o no y te ayuda a decidirte, esa es la idea.

- Buena idea, así nos quitas el trabajo a nosotros.

+Luego también queríamos saber el tipo de información que tendría cada producto dentro de la tienda. ¿El nombre? ¿Una referencia? ¿Qué cosas deberías de tener?

-¿Dentro del programa? ¿O de cara al consumidor?

+ Al completo, porque un producto lo puede ver una persona registrada en la página, que quiera compra un productos, pero también tú, como administrador de la página tienes que tener, por ejemplo, un número de de referencia. Sería más como trabajador para saber que guardar en la base de datos.

-Ahí está. Claro aquí el paso uno es el **código EAN**, que es el código de barras, como el DNI de cada de cada producto. Aquí lo que pasa es que lidiamos cada día con los códigos de barra duplicados, porque vale una pasta comprar un código de barra y hay incluso 3 juegos que comparten un mismo código de barra, y eso a veces nos trae dolor de cabeza. Y eso, el stock, porque aquí nosotros trabajamos con un almacén central que surte a varias tiendas, o sea, a mí me gusta, por ejemplo, ver lo que yo tengo aquí, ver lo que tengo en otras tiendas vale para, por ejemplo, si un cliente necesita algo pues se lo pido a otra tienda y luego ver el stock en almacén central. Luego **fecha última de venta**, esto es importante porque si un juegos por ejemplo lleva 6 meses sin venderse no tiene sentido pedirlo o volver a hacer una compra al proveedor También el **ratio de depreciación**, porque si tienes un juegos mucho tiempo en un almacén va perdiendo valor y yo creo que poquito poquito más. Bueno ya quizás los que los que vengan el tránsito de los pedidos también, pero vamos, ya está en la parte de compras y estamos hablando sólo de gestión de almacén, ya luego la parte trabajosa es ponerlo de cara al público a nivel de usuario y a nivel de trabajador, porque tú ahora tienes que coger darlo de alta en la página web y ahí tienes que volcar un montón de datos, que es un trabajo que nadie que nadie ve, porque nosotros lo tenemos todo organizado. En plan, estos juegos con estas **fotos**, con este **título**, con esta **categorización**. Esto último es súper importante porque muchos clientes se guían por eso, por los filtros, o sea, eso te lleva a una página, esa página tiene un video de demostración

que te dice más o menos como juega, y es allí donde el cliente toma la decisión. Y luego también, un tema muy importante, la venta complementaria, que es el tema de las fundas. Porque cada juego lleva su **funda** y luego el periplo que es averiguar cada funda que lleva cada juego, es increíble, es un trabajo guapísimo, si te metes en zacatrus hay juegos que todavía no tienen su funda porque cada uno tiene un tamaño de carta diferente, luego tienes que coger y hay juegos que no vienen catalogados con el tamaño de carta que muchas veces hemos tenido que coger juegos de ahí y medirlos y decir, oye esta funda, esto también porque el trabajo que requiere, ¿Cómo decirlo? Catalogar todo eso es muy, muy, muy importante a la hora de ponerlos de cara al público.

+ Vale, después tendríamos la información que requiere sobre el usuario. Qué información haría falta, ya sea para un envío o en la propia tienda.

- Claro, o sea, nosotros en web es crearte una cuenta que con **nombre de usuario, correo electrónico y contraseña, dirección de envío** y ya la **pasarela de pago**. Ya ahí, la verdad es que la pasarela de pago ahí, es un tema que no he tocado, pero eso es muy importante. Y ya luego lo que sí considero que es importante es el **histórico del cliente** para saber qué páginas ve, dónde se mete, que juegos mira, para a la hora de lanzar las **recomendaciones** para todo lo que viene siendo el tema de cookies.

+ Si, por ejemplo, tiene la **edad de los clientes** a modo de mandar algún tipo de publicidad orientada a ese público.

-Eso es muy importante a la hora de las **newsletter**, básicamente lo que hace amazon, que compras una cosa y al día siguiente te manda un correo con veinte cosas.

+Y aparte de eso, obviamente todo tipo de cosas como **nombre, dni, teléfono**.

-Si, eso va por descontado, porque a la hora de hacer un envío eso lo tienes que poner. Aquí en la tienda, es tan simple como tú me das tu nombre, tu teléfono y yo te pido un juego y vienes aquí a recogerlo, es algo más mundano y quizá a mí me gusta decir como más cercano. Yo no quiero liarle, o sea, yo te llamo por teléfono y ya está, es mucho más sencillo ya por la web eso sí que requiere pasos extras.

+Esto sería una pregunta un poco exagerar realmente, pero si te vienen y te preguntaron por un juego y te comprarán más unidades de las que tú tienes en tienda, las puedes dar, o sea, ¿tienes un almacén al que pedirselo?

-Por ejemplo, si yo tengo 3 catanes.

+Claro supón que de ese juego solamente tienes 3 y alguien viene y te dice que quiere 5. Esos dos le pueden llegar...

-Yo puedo pedirlo, o sea, yo le vendo 3, pero yo no le puedo cobrar 5, porque me descuadra el stock.

+Tienes que vender las unidades que tengas en tienda esto es una restricción que tendríamos que saber si meterlo o no.

-Exactamente aquí muy de vez en cuando, porque hay que ser flexible con este tema, se hace la vista gorda y dice venga te lo cobro y ya cuando llegue te lo doy, pero eso son casos muy, muy contados. A mi particularmente no me gusta porque no hay cosa que me dé más coraje que un descuadre de stock porque ya luego haces el inventario general y te pones a buscar diferencias y es una locura.

+Entonces, básicamente cuando tienes 3 stock lo que hace es vender 3 y una vez que se recomponga el stock, le vendes los restantes.

-El caso, por ejemplo, yo te vendo 3 y digo, vale, tengo cuatro más en el almacén central, le hago un pedido que me llegan en 24/48 horas, se llama al cliente y ya se sirve. Lo que si por ejemplo me gustaría es que si hay algo en la web que está agotado y lo tenemos en tienda, el cliente lo pueda comprar en la tienda. Esto es otra cosa que a mí me gustaría implementar aquí, pero no es tan fácil, por la gestión de stock que aquí es importantísimo, tened en cuenta que aquí la última vez que hicimos inventario creo que eran casi 2500 referencias. Evidentemente vas a tener errores, si los puedes minimizar por lo que sea, imagínate y luego, por ejemplo, imagínate las fundas, no sé si las ves. O sea, pues todo eso se contó, las fundas van al paquete y aun así hay error, ahí vienen las cajas con 100 paquetes de funda y nunca he contado cuantas vienen, e imagínate que vienen 99.

+El tema de reserva, ¿cómo funciona a nivel de información? Si tú haces una reserva, ¿funciona igual que un pedido?

-¿Reservas dices de lanzamiento?

+Claro, sale un juego la semana que viene, tú lo tienes ya puesto en la tienda para hacer una reserva

-Hablamos de web, vale, tu lo haces es una una preventa o compra o reserva, se hace la ficha de producto y se hace la reserva. Tu coges, pinchas y entras como en la lista, que ya ahí depende del departamento de compras, saber cuántas reservas puedo hacer. Porque imagínate de un juegos que no llegan 60 unidades, de esas 60 unidades, tiene que haber para todas las reservas de la web y luego para surtir a tienda para que al menos haya una unidad de lanzamiento. Tú lo que tienes que hacer es simplemente darle a reserva y ya está, o sea, tú con tu cuenta de zacatrus entras, reservas y ya está, y ya entra en la mano del departamento de compras, saber cuándo tiene que parar las reserva.

+ Y en ese momento, ¿le pones agotado?

- Claro, ya ahí le ponemos agotado o no disponible, pero eso no quiere decir que no esté, muy importante. Hay algo que pueda no estar disponible en la web, pero que esté disponible en una de las tiendas

+Si, que cuando haya reserva, por ejemplo, que tenemos 100 unidades en el momento de que haya 50, saque una requisición de que automáticamente se ponga en no disponible.

-No sé si lo tienen automatizado, porque lo ideal es que para cada tienda lleguen al menos 2 unidades, somos Vitoria, Madrid, Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla, somos 6 tiendas. Pues son 12 unidades de juegos que tienes que apartar, pero además imagínate que ahora

también tienes las reservas en tienda, porque aquí hay muchos clientes que prefieren reservar directamente aquí. Nosotros tenemos un documento en el que los juegos que tenemos de lanzamiento que sabemos que van a ser un poco top de venta, ponemos cuántas unidades están reservando los clientes en tienda.

+Ahora, a nivel de pedido, cuando un usuario hace un pedido. ¿Qué información, dentro del del sistema, guardáis del pedido? Como cantidad, referencia, precio del pedido.

-Lo más importante es el seguimiento del envío, nosotros trabajamos con nacex, por cada pedido del cliente hay un enlace que te hace el envío y ahí aparece dirección, nombre, teléfono de contacto y todo. Desconozco por tema de protección de datos, cuanto se guarda eso, porque nosotros aquí en tienda si te haces socio, pues sí que firmamos una ley de protección de datos para el envío de publicidad y ya está, pero desconozco cuánto se guarda ya en esa en esta legislación laboral me pierdo un poco, pero es lo típico, los clásicos básicos, como el nombre, dirección, teléfono, dni.

+Después, dentro de lo que sería un juegos, tú entras en el juego para comprarlo, que te gustaría ver dentro de esa parte, a parte del precio o comentario.

-Lo ideal es que tú veas la foto de la caja, veas los componentes, porque aquí los juegos de mesa muchísimo funcionan por lo que entra por la vista, luego el video explicativo, opiniones de clientes también es muy importante que estén vistosa.

+¿Que el cliente también pudiera poner una imagen? O un comentario simplemente de texto.

-Si, nosotros lo tenemos habilitado y bien es cierto que parece que no termina de arrancar, lo ideal sería idear un sistema que invitase al cliente a poner imágenes o a poner reseñas, porque muchas veces pasa igual que en las reseñas de Google, o sea, tú vas a un bar y ves que tiene cuatro reseñas malas y te lo piensas, pues esto es lo mismo, pero lo que pasa es que Google lo tiene muy bien montado porque lo tiene gamificado, que es básicamente que tú pones una reseña y te dan 5 puntos. Puntos de que eres reseñador nivel x y al final juegan con tu cosa de querer sumar puntos.

+Esa era una idea que ya teníamos al principio, que conforme se hace una reseña o comentario sumes puntos y tengas algún tipo de recompensa.

-Tira por el tema de la gamificación, es un sistema que funcionaría sin duda y luego le das más visibilidad a la web porque al final no es lo mismo una web que esté árida de contenido, a que sea una página web en la que interactuar al público, que eso es lo que siempre es lo ideal.

+En el sistema de puntos, es mejor que simplemente acabe con un porcentaje de descuento sobre otro precio o ¿puede incluso llegar a valer cero, o sea que en un juegos te lo regale completamente?.

-Lo ideal es nunca regalar nada porque estás perdiendo dinero. Aquí ya entramos en el tema de lo que son los márgenes.

+Hay que poner el típico 5€ de descuento en compras superiores a 10.

-Ahí está, nunca te puedes cargar el margen de un producto porque pierdes dinero. Aquí, por ejemplo, lo que tenemos nosotros es el sistema de fichas, o sea, tú por cada €3 te dan una ficha y por cada 100 ficha es €1 que te puedes quitar. Entonces nosotros, por la ley que tenemos, nunca puedes descontarte más de la mitad del valor. Si un juego vale €100 y tú tienes fichas por valor de 200, no te voy a dar €100 te voy a quitar 50 del juego, eso sí, si te compras dos juegos de €100 uno te sale gratis. Pero es eso, nunca puedes regalar nada, porque si no ahí estás perdiendo dinero.

+Y dentro de los comentarios, ¿alguna restricción de número de caracteres, de palabras, de letras dentro del comentario?

-Claro, en este caso no sería como Twitter, que son unas 280. Yo no pondría límites de restricción porque a la hora de valorar un juegos de mesa son muchas cosas de las que tienes que hablar, no poner 280 sino poner mil por ejemplo, porque siendo sincero no me voy a leer un tocho así.

+¿Y valoraciones de comentarios? Para que los mejores valorados aparezcan primeros.

-Sí, porque al final, ¿qué es lo que hace uno siempre en amazon cuando va a comprar algo? Reseñas malas primeras y ya luego comparas con las buenas para ver qué es lo que dice, es un poco para ir descartando opiniones.

+Tema referente a cambios de precio, promociones y este tipo de cosas, eso simplemente le cambias el precio del producto y se mantienen las restricciones de mitad de precio, lo de los puntos.

- Exactamente nosotros, ahora, por ejemplo, por el black friday pues si que tenemos un montón de promociones que los compañeros de web tienes que coger y tienen que cambiar los precios de un montón de cosas uno a uno. Y otra cosa que tenemos es los juegos de ofertas del lunes, o sea, todos los lunes ponemos un juego que está de promoción y está a mitad de precios y aún así le puedes aplicar las fichas.

+¿Le aplicas las fichas conforme a ese nuevo precio?

-Si, no al precio antiguo.

+Con respecto a filtros, por ejemplo filtrar por valoración, ¿qué tipo de filtro son los más útiles?

-El filtro más importante en la web es el filtro de tipología de juegos, ¿Quieres el juego familiar? ¿Quieres el juego para dos jugadores? ¿para tres, cuatro o más jugadores? ¿Qué tipo de juegos quieres? ¿un juegos de gestión, de miniaturas?, por eso también es importante que el que esté haciendo el software conozca un poco el producto. Para que sepas, digamos que categoría tiene que poner o simplemente el compañero que esté trabajando en la web, pues sepa que este juegos es tal, tal, tal. Si pones a alguien que no tiene idea, pues se va a perder un poco, pero a la hora de cara al público lo más importante es eso, saber qué juegos tienes que etiquetar correctamente para que el filtro funcione correctamente, porque si vas a poner juegos para niños y te sale uno de zombies es que algo haces mal.

+Y bueno, después ya filtro de precio de más barato, más claro... Típico.

-Sí.

+En la interfaz como administrador para ver el producto, ¿qué es lo que debe aparecer?

- Como hemos hablado antes, fecha de última compra, de última venta, cuántos hay en almacén, cuántos hay en cada tienda... Para mi eso es lo más importante.

+¿Nos centramos más en la organización de la parte del stock?

-Sí.

+Y como usuario, ¿qué te gustaría ver en la web?

-A mí siempre me gusta ver los más vendidos, porque hay mucha gente que va a la compra por impulso, y por ejemplo que aparezca top juegos familiares en una tira cada uno con su precio, valoración y que todo sea una interfaz bonita hasta que llegue el momento de pagar.

+Dentro de la página, aparte de lo hablado, arriba un apartado tienda, el perfil, las opciones de cambiar contraseña.

-Ahí en el perfil puedes poner lo de los niveles, tipo eres peón, espadachín, caballero... Que según tu nivel seas algo para que entren a tu juego.