



Alumno: Jose Francisco Serna Santana

ITIC: 9 Semestre

Actividad: Actividad 2

Eduardo Flores Gallegos

10/09/2024

ANÁLISIS

El texto presenta un caso de estudio para una consultoría de comercio electrónico. La empresa "Marathón Vitamin Shops" busca expandir su negocio al ámbito digital y ha identificado la necesidad de un sitio web de comercio electrónico.

Punto 1: Elementos interrelacionados en el comercio electrónico.

Los elementos del comercio electrónico propuestos por Bill Berry están estrechamente interconectados y dependen unos de otros para el funcionamiento óptimo del sitio web.

Atracción de clientes y personalización: La capacidad de personalizar productos está directamente relacionada con atraer clientes, ya que ofrece una experiencia de compra más personalizada y atractiva.

Información del producto y transacciones: La información detallada y precisa sobre los productos es importante para que los clientes puedan tomar decisiones de compra más acertadas a sus necesidades y completar las transacciones de manera exitosa.

Formas de pago y entrega: Las opciones de pago y los métodos de entrega deben estar integrados para facilitar el proceso de compra y garantizar la satisfacción del cliente, es decir que el cliente tenga una experiencia en línea como si estuviera de manera física.

Soporte técnico y personalización del sitio: El soporte técnico y la personalización del sitio web contribuyen a mejorar la experiencia del cliente y fomentar la lealtad a la marca.

Punto 2: Fronteras del sistema para Marathon Vitamin Shops

Atracción de clientes: Crear un sitio web atractivo y fácil de navegar.

Información del producto: Proporcionar descripciones claras y precisas de los productos, incluyendo sus ingredientes, beneficios y usos recomendados.

Completar transacciones: Implementar un proceso de compra seguro y eficiente que permita a los clientes realizar pagos de manera rápida y sencilla.

Entrega de productos: Establecer un sistema de envío confiable y eficiente para garantizar que los productos lleguen a los clientes en tiempo y forma.

Personalización de productos: Puede requerir una mayor inversión en tecnología y recursos.

Soporte técnico: Se puede ofrecer un soporte técnico básico y mejorarlo a medida que las necesidades de los clientes aumenten.

Personalización del sitio web: Se puede comenzar con un diseño básico y adaptable y luego realizar ajustes más específicos a medida que se obtenga más información sobre las preferencias de los clientes.

Punto 3: Tareas internas contra subcontratadas Tareas internas:



Desarrollo del sitio web: Es fundamental que Marathon Vitamin Shops tenga un control total sobre el diseño y la funcionalidad de su sitio web. Contar con un equipo interno o un desarrollador externo dedicado garantizará que el sitio web refleje la identidad de la marca y se adapte a las necesidades específicas del negocio.

Gestión del catálogo de productos: Mantener actualizado y organizado el catálogo de productos es una tarea esencial para garantizar la precisión de la información y evitar errores en los pedidos.

Tareas subcontratadas:

Plataforma de comercio electrónico: Utilizar una plataforma de comercio electrónico ya existente puede acelerar el proceso de lanzamiento del sitio web y reducir los costos de desarrollo.

Pasarela de pago: Subcontratar la gestión de las transacciones de pago a una pasarela de pago confiable permitirá a Marathon Vitamin Shops aceptar una amplia variedad de métodos de pago de forma segura.

Logística y envío: Asociarse con una empresa de logística especializada puede simplificar el proceso de envío y garantizar una entrega eficiente de los productos.

Marketing digital: Contratar a una agencia de marketing digital puede ayudar a Marathon Vitamin Shops a promocionar su sitio web y atraer nuevos clientes.