

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO PRIVADO CIBERTEC**

**CARRERAS PROFESIONALES**

**INTRODUCCION A LA ALGORITMIA**

**SISTEMA DE VENTA DE COCINAS**

**PRIMER CICLO**

**SECCIÓN T1AM**

**SEMESTRE 2018 – 02**

**Coordinador:**

**Luis Gerardo Vilchez Gonzales**

**Integrantes:**

**Luis Gerardo Vilchez Gonzales**

**Manuel Renzo Ancajima Romero**

**Juan Diego Cárdenas Orozco**

**Kevin Mesac Espinoza Gargate**

**CARRERAS PROFESIONALES**

**CIBERTEC**

**MIRAFLORES, 2019**

#### Índice

|  |  |
| --- | --- |
| Introducción …………………………………………………………………… 3 |  |
| Justificación …………………………………………………………………… 4 |  |
| Objetivos ………………………………………………………………….. 5 |  |
| Definición …………………………………………………………………… 6 |  |
| Entregables ………………………………………………………………… 7 |  |
| Prototipo Baja Fidelidad …………………………………………………… 8Prototipo Alta Fidelidad …………………………………………………… 9Prototipo Alta Fidelidad …………………………………………………… 10Conclusiones ………………………………………………………………… 11 |  |
| Recomendaciones ……………………………………………………………. 12 |  |
|  |  |

#### Introducción

#### Un sistema de venta de cocinas es una plataforma integral diseñada para optimizar y simplificar el proceso de venta de cocinas. Este sistema puede abarcar desde la visualización de los productos hasta la gestión de inventario, pasando por el procesamiento de pagos y la programación de entregas.

#### El objetivo principal de este sistema es proporcionar una experiencia de compra sin problemas tanto para el cliente como para el vendedor. Para el cliente, ofrece la posibilidad de explorar una amplia gama de productos, personalizar su elección de cocina y realizar compras de manera segura y eficiente. Para el vendedor, facilita la gestión de inventario, el seguimiento de ventas y la interacción con los clientes.

#### Este sistema puede ser especialmente útil en el sector de las cocinas, donde los productos suelen ser de alto valor y requieren una consideración cuidadosa por parte del cliente. Al proporcionar información detallada sobre cada producto, opciones de personalización y un proceso de compra fácil de usar, un sistema de venta de cocinas puede ayudar a aumentar las ventas y mejorar la satisfacción del cliente.

#### Justificación

#### 1.-Demanda del mercado: La cocina es una parte esencial de cada hogar y la demanda de cocinas de alta calidad y bien diseñadas es constante. Además, con las tendencias cambiantes en el diseño de interiores y la creciente preferencia por las cocinas modulares y personalizadas, hay un amplio mercado para las ventas de cocinas.

#### 2.-Rentabilidad: Los productos de cocina suelen tener un alto valor de venta, lo que puede resultar en márgenes de beneficio significativos. Además, la venta de accesorios y electrodomésticos de cocina puede generar ingresos adicionales.

#### 3.-Oportunidades de crecimiento: Con la creciente urbanización y el aumento de la construcción de viviendas, hay una gran oportunidad para expandirse en nuevos mercados y aumentar las ventas.

#### 4.-Satisfacción del cliente: Al proporcionar cocinas de alta calidad que satisfacen las necesidades y preferencias del cliente, se puede mejorar la satisfacción del cliente, lo que a su vez puede llevar a referencias y repetición de negocios.

#### 5.-Innovación: Con la tecnología avanzada y las soluciones de diseño innovadoras, se pueden ofrecer cocinas que no sólo son funcionales, sino también estéticamente agradables. Esto puede dar a la empresa una ventaja competitiva en el mercado.

#### Objetivos

#### Los objetivos de un sistema de ventas de cocinas pueden incluir:

#### 1.-Aumentar las ventas: El objetivo principal de cualquier sistema de ventas es aumentar las ventas. Esto puede lograrse a través de una mejor presentación de los productos, facilitando el proceso de compra para los clientes y ofreciendo opciones de personalización.

#### 2.-Mejorar la eficiencia: Un sistema de ventas bien diseñado puede ayudar a mejorar la eficiencia al automatizar varias tareas, como la gestión del inventario, el seguimiento de las ventas y la generación de informes.

#### 3.-Mejorar la satisfacción del cliente: Al proporcionar una experiencia de compra sin problemas y ofrecer productos de alta calidad, el sistema de ventas puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente.

#### 4.-Expandir el alcance del mercado: Con la ayuda de un sistema de ventas en línea, se puede llegar a un público más amplio y expandir el alcance del mercado.

#### 5.-Innovar en la oferta de productos: A través de la recopilación y análisis de datos de ventas, el sistema puede ayudar a identificar las tendencias del mercado y permitir la innovación en la oferta de productos.

#### 6.-Optimizar el proceso de venta: Un sistema de ventas puede ayudar a optimizar el proceso de venta al simplificar el proceso de pedido, facilitar el pago y programar las entregas de manera eficiente.

#### Definición

La venta de cocinas se refiere al proceso de comercializar y vender cocinas a los consumidores. Este proceso puede incluir varias etapas, como:

**1.-Promoción:** Esto implica dar a conocer los productos a los clientes potenciales a través de diferentes canales de marketing, como la publicidad en línea, las redes sociales, la publicidad impresa, etc.

**2.-Presentación del producto:** En esta etapa, los clientes tienen la oportunidad de ver y explorar los diferentes modelos de cocinas disponibles. Esto puede suceder en una tienda física o en línea.

**3.-Personalización:** Muchos vendedores de cocinas ofrecen opciones de personalización, permitiendo a los clientes elegir el diseño, el color, el material y otros aspectos de su cocina.

**4.-Venta:** Esta es la etapa en la que el cliente decide comprar una cocina y realiza el pago. Esto puede implicar un proceso de negociación, especialmente en el caso de las cocinas de alta gama.

**5.-Entrega e instalación:** Una vez que se ha realizado la venta, la cocina se entrega e instala en la casa del cliente.

**6.-Servicio postventa:** Después de la venta, el vendedor proporciona servicios de asistencia y mantenimiento para asegurar la satisfacción del cliente.

#### Entregables

#### 1.0 PROTOTIPO BAJA FIDELIDAD

#### 

#### Interfaz de usuario gráfica, Aplicación Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica, Aplicación Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica Descripción generada automáticamenteInterfaz de usuario gráfica Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Teams Descripción generada automáticamente

#### 

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

#### 2.0 PROTOTIPO ALTA FIDELIDAD

#### Interfaz de usuario gráfica, Aplicación Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica, Aplicación Descripción generada automáticamente

#### Imagen que contiene Interfaz de usuario gráfica Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, Word Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación, Correo electrónico Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación Descripción generada automáticamente

#### Interfaz de usuario gráfica, Aplicación Descripción generada automáticamente

#### Conclusiones

#### El marketing digital es una herramienta esencial que no cambia el marketing en sí, sino su entorno. Este entorno digital ofrece oportunidades para el éxito empresarial a costos bajos y con alta adaptabilidad.

#### Las redes sociales son poderosas para generar impacto. Permiten compartir contenido visual y promocionar servicios, creando una base de datos de potenciales clientes.

#### Un sistema de ventas eficiente es fundamental para el éxito de un negocio. Permite la recuperación rápida de información vital, la organización del tiempo, la minimización de tareas administrativas y proporciona acceso al análisis y comprensión de cualquier operación.

#### Es crucial medir los resultados para monitorear el rendimiento de las redes sociales y entender qué estrategia de marketing es la más exitosa.

#### Recomendaciones

#### Inventario Automatizado: El sistema debe tener un inventario que se actualice en tiempo real para evitar la sobreventa de productos.

#### Gestión de Pedidos: El sistema debe permitir una gestión eficiente de pedidos, incluyendo seguimiento de pedidos, programación de entregas y manejo de devoluciones.

#### Reportes y Análisis de Ventas: El sistema debe proporcionar reportes detallados y análisis de ventas para identificar tendencias y tomar decisiones.

#### Facilidad de Uso: El sistema debe ser fácil de usar con una interfaz intuitiva y buena capacitación.

#### Seguridad: El sistema debe tener medidas de seguridad robustas para proteger la información de los clientes y las transacciones.

#### Soporte al Cliente: El sistema debe ofrecer un buen soporte al cliente.